

함께하는

FTA

September 2012

www.ftahub.go.kr vol. 4



한·아세안 FTA의 현재와 미래 아세안의 잠재력, FTA로 키운다

FTA 활용 농산품 수출 성공 사례 분석





FTA로 인해 한국의 품질 좋은 제품은 가격 경쟁력까지 갖추게 되었습니다.



세계적 경기 침체에도 불구하고 한국 제품을 찾는 해외 바이어들이 늘어났습니다.



국내 기업의 생산량이 늘면서 고용이 늘어났구요,
생산시설을 늘리기 위해 해외에서의 투자도 늘어났습니다.

“일자리 증가와 투자 유치, FTA가 해법입니다.”

FTA로 자라는 직장인의 꿈

회사는 수출 늘고, 직원은 승진하고

안녕하십니까. 저는 인천 남동공단의 중원정밀에 다니는 직장인입니다. 저희 회사는 자동차에 들어가는 플라스틱 사출 부품을 만드는 회사입니다. 1990년 설립돼 쭉 완성차 업체에만 납품을 해오다 2009년부터 조금씩 수출을 시작했습니다.

FTA요? 사실 우리 같은 작은 회사에서 FTA가 얼마나 중요한지 몰랐습니다. 주위의 다른 기업들도 귀찮고 어렵다 보니 관심을 갖지 못했지요. 그런데 중한·아세안 FTA 체결국에 속하는 태국과 2010년 상품 및 서비스 협정 의정서가 발효되면서 태국 바이어가 원산지 증명서를 달라는 것 아니겠습니까?

“주문이 쇄도하면서 회사도 신바람이 났습니다. 요즘 같은 불황에도 매년 직원을 채용해 2010년 138명이던 직원 수는 현재 280명으로 두 배로 늘었습니다. 저는 대리에서 과장으로 승진, 부서를 책임지는 팀장이 됐습니다. FTA가 없었다면 이런 경사가 저에게 찾아왔을까요?”

당시 수출이 갓 걸음마 단계이다 보니 구매부에서 해외 담당은 대리인 저와 여직원 달랑 둘이었고, FTA도 두 명이 해결해야 하는 상황이었습니다. 부랴부랴 인천상공회의소에서 하는 3일짜리 교육을 듣고, 인천세관 직원과 엄청나게 많은 통화가 이어졌습니다. 매일 10시 넘어 퇴근하고 주 1~2회는 새벽 2시까지 일하는 강행군 끝에 한 달만에 원산지 증명서를 발급받을 수 있었습니다.

이 같은 노력 때문일까요? 2010년 수출 첫 해의 태국 수출액 35만 달러는 올해 70만 달러로 2배가량 늘 것으로 예상됩니다. 대 아세안 수출도 2010년 10만 달러에서 지난해 44만 달러로 늘었습니다.

한 번 자신감이 붙으니 한·EU FTA, 한·미 FTA도 두렵지 않았습니다. EU 수출은 2009년 18만 달러에서 지난해 59만 달러로 328% 늘었고, 거래처도 지난해 초 25개사에서 현재 53개사로 늘었습니다. 미국 수출은 2009년 64만 달러에서 지난해 647만 달러, 올 상반기 321만 달러로 증가했습니다. 올해는 771만 달러 수출을 예상하고 있는데, 이는 2009년에 비하면 12배 증가한 수치입니다.

저 개인의 삶도 많이 달라졌습니다. 기존에 구매부 내에 소속됐던 해외 담당은 해외영업부로 독립된 부서가 됐고, 직원은 두 배로 늘었습니다. 저는 대리에서 과장으로 승진, 부서를 책임지는 팀장이 됐습니다. 올해 초에는 결혼도 해서 가장이 됐습니다. FTA가 없었다면 이런 경경사가 과연 저에게 찾아왔을까요?

정리 우종국 기자 사진 김기남 기자



CONTENTS

www.ftahub.go.kr

2012 September vol.4



06 32

인트로 칼럼

커버 스토리

뷰 파인더

- 04** 아세안 시장, 어떻게 바라볼 것인가
성장판 아직 활발…거대 소비 시장으로 변신

한·아세안 FTA의 현재와 미래

아세안의 잠재력, FTA로 키운다

- 06** 한·아세안 FTA 5년의 성과와 전망
FTA 이후 교역량 2배 증가…추가 개방 추진
- 08** 한·베트남 FTA 협상 개시의 의미와 전망
아세안 진출 전진 기지…‘풍부한 노동력’ 보유
- 10** 한·인도네시아 CEPA 2차 협상 개최 합의
성장 잠재력 큰 매력적 시장…세계가 ‘주목’
- 12** 아세안 법률 시장 진출 현황과 과제
한국 로펌들, “아세안으로 가자”
- 14** 인터뷰
오영호 코트라 사장

- 16** FTA 활용 지원 제도 중소기업청·중소기업진흥공단의 온라인 수출관
- 17** 카툰 FTA, 모든 기업인에게 기회입니다!
- 18** 중소기업 천하 김 전문 수출업체 만전식품
- 19** 중소기업 천하 위폐 감별 지폐 정사기 업체 기산전자
- 20** FTA 활용지원센터 탐방 경기FTA 활용지원센터의 FTA 활용 성공 사례
- 22** FTA 조달 개척단 FTA 기회 찾아 ‘조달 개척단’이 뛴다
- 23** FTA 활용 우수 기업 2012 FTA 활용 경진대회 대상 금호조침
- 24** FTA 물가지수 FTA 주요 품목 8월 소비자 가격 동향
- 25** FTA 공동 컨설팅 원산지 증명 공동컨설팅 협업모델



스페셜 리포트

- 26** 한·터키 FTA 서명의 의미와 향후 접근 전략
성장 잠재력 무궁…3대륙 거점 활용해야

- 28** FTA 활용 농산품 수출 성공 사례 분석
농산품도 FTA가 효자…지속적 수출 증가

에듀 플러스

- 30** FTA 스쿨 FTA 활용 필수 상식 완전 정복

이슈와 토픽

- 32** FTA 뉴스

올 댓 라이프

- 34** Fashion® 패션 한류, 그 현장을 가다

- 36** Travel① 신비한 자연의 매력이 가득한 EFTA 국가를 아시나요?

- 38** Architecture® 한국 건축, 한류의 새 장을 열다

별별랭킹

- 40** 누가누가 잘했나 FTA 경제 영토 베스트 10



23



28



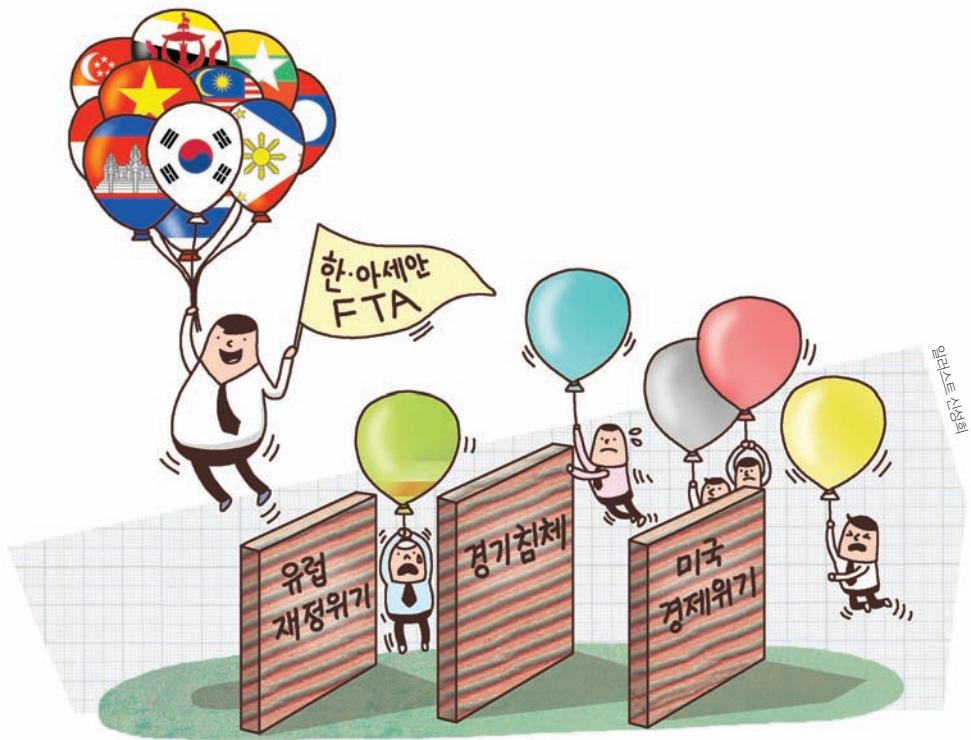
34

아세안 시장, 어떻게 바라볼 것인가

성장판 아직 활발…거대 소비 시장으로 변신

글 김한성 아주대학교 경제학과 교수

한국 기업들이
실질적인 혜택을
보기 위해서는
아세안 중에서도
주요 국가들과
별도의 FTA를 맺는
전략이 필요하다.



아세안(ASEAN)은 동남아시아국가연합(Association of South-East Nation)의 약어로 인도네시아·말레이시아·필리핀·싱가포르·태국·브루나이·베트남·라오스·미얀마·캄보디아 10개국을 회원국으로 하며, 경제·사회·문화 등 다양한 분야에 걸쳐 광범위한 협력 체계를 구축하고 있는 동남아시아를 대표하는 국제기구이다. 1967년 인도네시아·말레이시아·필리핀·싱가포르·태국의 5개 회원국으로 시작한 아세안은 이후 브루나이·베트남·라오스·미얀마·캄보디아가 순차적으로 가입해 1999년 현재와 같은 10개 회원국으로 확대되었다.

아세안은 총인구 약 5억7,000만 명, 총면적 약 450만㎢에 걸친 거대 시장을 이루고 있으며, 1980~1990년대 연간 7~8%의 고도 경제성장을 이루어낸 동아시아의 대표적인 신흥 경제권(Emerging Economies)으로, 현재 한국, 중국, 일본을 비롯해 인도, 호주, 뉴질랜드 등 동아시아 국가들과의 FTA 체결을 완료하면서 동아시아 경제 통합의 축으로 등장했다. 특히 이

지역은 최근 유럽 재정위기 여파 등으로 주요 선진국 경제가 직격탄을 맞으면서 더욱 주목받고 있다. 올해 미국(1.8%)과 유럽(1.1%)은 1%대 성장이 예상되지만 아세안은 5.5% 성장이 무난할 것으로 예상된다.

한류 드라마로 한국에 우호적 분위기

한국은 1970년대부터 경제적 잠재력과 지정학적 중요성을 고려해 아세안과의 대화 관계 마련을 위해 지속적으로 노력했다. 1989년 한·아세안 간 부분 대화 상대(Sectoral Dialogue) 관계를 수립했고, 3년 후인 1991년 아세안 완전 대화 관계(Full Dialogue Partnership)를 체결하면서 기존 부분별 대화 상대 체제 하의 무역·투자·관광 중심의 협력 관계에서 기술 이전·개발 협력·인적 자원 개발 등의 분야까지 양측의 협력 관계가 확대되었다.

특히 2000년대 들어 한국과 아세안 간의 협력은 단순히 경



제적인 분야를 넘어 문화 교류로 이어져, 한류 열풍을 불러오게 되었다. 동남아 한류의 중심지인 태국의 경우 2002년 ‘가을 동화’를 시작으로 각 방송사마다 경쟁적으로 한국 드라마를 방영하고 있으며, 일부 인기 드라마에 출연한 연예인의 경우는 태국 현지에서 국빈급 대우를 받고 있다.

자원 공급·생산 기지·소비 시장으로 의미 커

경제적인 측면에서 아세안은 1980년대 한국 국내 사양 산업의 선진국 우회 수출 기지로서, 저임금을 기반으로 한 생산 기지 이거나 원자재 구매를 위한 시장 정도로 인식되었다. 그러나 2000년대 초부터 아시아 외환 위기로부터 빠르게 회복하면서 세계 경제에서 새롭게 부상하는 신흥개도국으로 주목받기 시작했고, 한국의 경우도 빠른 경제 성장과 더불어 증가하는 동남아시아 국가들의 구매력을 선점하기 위해 동남아시아 내수 시장을 겨냥한 교역 및 투자가 빠르게 증가하였다.

특히 싱가포르와 같은 선진국에서 인도네시아·말레이시아·태국 등의 개발도상국, 그리고 라오스·캄보디아·미얀마 등 저개발국까지를 포함하는 아세안은 경제상황과 주변 환경에 따라 다양한 기회를 제공하고 있다. 풍부한 광물자원과 인구의 절반에 가까운 2억5,000만 명의 인구를 가진 인도네시아는 한국 자원 외교의 중요국이면서 향후 아세안의 주요 시장으로 발돋움할 잠재력을 지니고 있다.

아세안 후발참여국인 CLMV(캄보디아, 라오스, 미얀마, 베트남) 국가 중, 괄목할 만한 경제성장을 보이며 인도차이나반도의 게이트웨이에 위치한 베트남은 풍부한 양질의 노동력을 바탕으로 한국에게 중국을 대체할 새로운 투자국으로 자리매김하고 있다. 또한 체제 전환국으로 아세안에 뒤늦게 참여한 캄보디아, 라오스, 미얀마는 강력한 경제발전에 대한 열망과 풍부한 자원을 바탕으로 빠르게 성장하고 있으며 경제적으로 우리나라와 긴밀한 관계를 유지할 것을 희망하고 있다.

기존 한·아세안 FTA보다 개방 수준 높여야

한국은 아세안 10개 회원국과 상품 및 서비스·투자 자유화를 목표로 하는 양자 간 FTA에 합의해 지난 2007년 6월 1일 상품부문 FTA가 발효되었고 이후 순차적으로 서비스협정(2009년 5월 1일) 및 투자협정(2009년 9월 1일)이 발효되었다. 한·아세안 FTA가 가지는 첫 번째 의의로는 한국이 거대경제권과 맺은 최초의 FTA라는 점을 들을 수 있다. 아세안은 중국, 미국,

일본, EU와 더불어 우리나라 5대 교역 대상국·지역이 되고 있으며 1992년 이후 우리나라 대외 총교역의 10% 이상을 차지하고 있다.

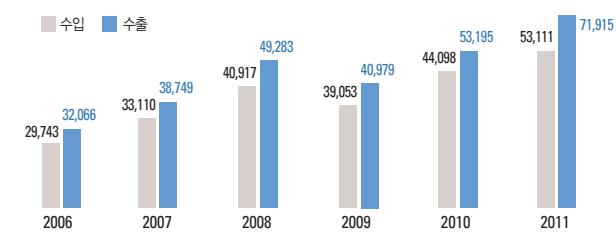
또한 한국의 경쟁국인 중국, 일본 등이 신흥개도국으로 빠르게 성장하는 아세안과 양자 간 FTA를 체결한 상황에서 한·아세안 FTA는 한국 기업이 아세안 시장에서 외국 경쟁 기업들과 공정한 경쟁을 할 수 있는 발판을 마련하였다.

그러나 한국이 기존에 체결한 FTA 상대국 중 아세안은 선진국인 EFTA나 싱가포르, 그리고 이미 많은 FTA 체결을 통해 노하우를 축적하고 있는 칠레와는 달리 한국과의 양자 간 FTA 이행을 위한 준비나 역량이 상대적으로 부족한 국가로 볼 수 있다. 이미 여러 차례 언론을 통해 보도된 바와 같이 한국 기업들의 한·아세안 FTA 수출 활용률의 경우, 한국의 기체결 FTA에 비해 매우 저조한 상황이며, 일부 아세안 국가들은 국내적인 절차 미비로 인해 관세 인하 및 철폐가 협정에 명시된 기한에 정확히 이루어지지 못한 경우도 발생하였다. 또한 한국의 기체결 FTA에 비해 상대적으로 낮은 수준의 상품 양허와 ‘상호 대응 세율’과 같은 FTA 특혜 관세 적용 범위를 제한할 수 있는 조치 등은 한·아세안 FTA가 극복해야 할 과제가 되고 있다.

따라서 한국의 현재의 한·아세안 FTA 시장 개방 수준을 한 단계 높이는 데 힘을 쏟아야 하는데, 특히 한국 기업들이 실질적인 혜택을 보기 위해서는 아세안 중에서도 주요 국가들과 별도의 FTA를 맺는 전략이 필요하다. 특히 자원 개발과 시장 진출을 꾀할 수 있는 아세안 국가들과 양자 FTA 체결을 추진할 경우 신시장을 만들 수 있는 기회가 될 수 있다. 베트남, 인도네시아 등 경제 규모가 큰 국가들과 최대한 서둘러 FTA 협상을 맺어 실질적인 한·아세안 FTA 수준을 높이는 것이 대 아세안 전략의 핵심이라 할 수 있다. ■

한·아세안 연도별 교역 동향

(단위 : 백만 달러)



한·아세안 FTA 발효 이후 5년간 교역량은 2배 이상 증가했다.

자료 : 한국무역협회

한·아세안 FTA 5년의 성과와 전망

FTA 발효 이후 교역량 2배 증가...추가 개방 추진

한국은 지난 2007년 한 발 앞서 아세안과 FTA를 체결·발효하고 꾸준히 교역관계를 확대해오고 있다. 2006년 한국의 5대 교역 상대였던 아세안은 이제 중국에 이은 2대 교역경제권으로 급부상했다. 또한 아세안은 미국에 이은 2대 해외 투자 대상 지역이며, 중동 다음으로 큰 한국의 2대 건설 수주 시장으로 자리 잡고 있다.

글 장승규 기자 사진 한국경제신문

아세안, 한국의 중요한 교역과 투자 파트너로 부상

한국과 아세안은 2004년 11월 한·아세안 자유무역지대 창설을 목표로 한·아세안 FTA 협상을 시작했다. 협상은 상품 무역협정과 서비스 무역협정, 투자협정 등 단계별로 나누어 추진, 타결됐다. 가장 먼저 2006년 8월 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 열린 한·아세안 경제장관 회의에서 상품 무역협정에 대한 공식 서명을 완료했다. 이에 따라 2007년 6월1일 베트남, 미얀마, 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아 등 아세안 5개국과 FTA 상품 무역협정이 정식 발효됐다. 한·아세안 교역액은 FTA 발효 전년도인 2006년 618억 달러에서 2011년 1250억 달러로 약 2배 증가했다.

세부적으로 수출은 321억 달러에서 719억 달러로 2.24배 늘고, 수입은 297억 달러에서 531억 달러로 1.79배 증가했다. 또한 한·아세안 FTA 발효 후 대아세안 무역수지는 2007년

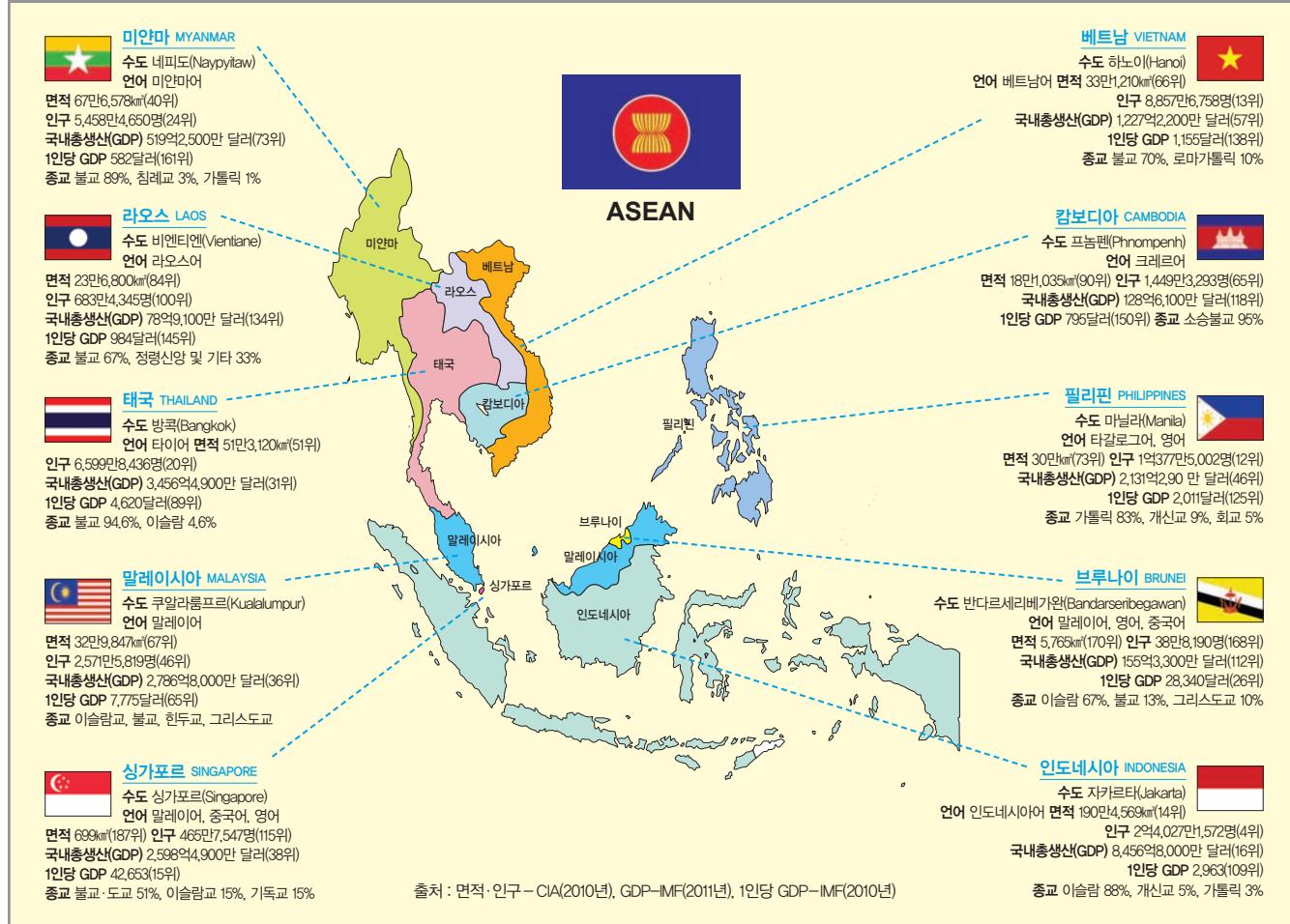
56억 달러 흑자에서 2011년 187억 달러 흑자로 연평균 35.2% 증가했다.

이어 추진된 서비스 무역협정은 2009년 5월 발효됐다. 자국 내부 사정으로 협정에 참여하지 않았던 태국도 2009년 한·아세안 FTA 상품 무역협정과 서비스 무역협정에 뒤늦게 가입했다. 2009년 9월 한·아세안 FTA 투자협정의 발효는 2005년부터 진행된 한·아세안 FTA 협상이 완결되고 한·아세안 자유무역지대를 완성했다는 큰 의미를 갖는다. 아세안에 진출한 대다수 한국 기업들이 노동집약적인 산업에 현지 투자를 해 중간재를 한국으로부터 수입·가공한 다음 한국에 재수출하거나 제3국에 수출하는 방식으로 사업을 하고 있어 한·아세안 FTA 투자협정은 아세안에 진출한 한국 기업들이 보다 안정적으로 사업을 할 수 있도록 지원하고 대 아세안 투자를 확대하는 촉매제로 작용했다.



2007년 한·아세안 FTA 발효 이후 한국은 아세안과의 교류를 꾸준히 확대하고 있다. 사진은 지난해 11월 열린 한·아세안 정상회의에 함께한 이명박 대통령과 아세안 각국 정상들.

동남아시아국가연합(Association of South-East Nation) 개요



개방 수준 낮고 까다로운 절차 개선해야

한국은 한·아세안 FTA의 업그레이드를 위해 지속적인 노력을 펼쳐왔다. 작년 11월 인도네시아 발리에서 열린 한·아세안 정상회의에서는 한·아세안 FTA 상품협정 개정 의정서가 체결되기도 했다.

2007년 발효된 한·아세안 FTA 상품 협정에는 한국의 핵심 수출품목인 자동차와 부품, 전기전자 제품 등이 빠져있어 국내 기업의 FTA 활용률이 상대적으로 낮게 나타나고 있기 때문이다. 아세안은 구성원인 10개 나라가 원하는 것이 모두 달라 높은 수준의 FTA를 체결하는데 어려움이 있는 것이 사실이다. 이에 따라 정부는 베트남, 인도네시아와 양자 간 각기 FTA와 CEPA 체결도 추진하고 있다.

기획재정부는 FTA 효과를 극대화하기 위해 2009년 10월부터 2012년 7월까지 7차에 걸쳐 한·아세안 FTA 이행위원회를 열어 한국 기업의 원산지 증명 부담 완화 등을 추진하기도 했다.

그 결실로 양측은 내년 1월1일까지 한·아세안 FTA 협정 중

관련 규정을 개정키로 합의했다. 우선 여러 개의 물품별로 각각 발급했던 원산지 증명서를 하나로 통합하고 원산지 증명서의 유효기간도 현행 6개월에서 12개월로 연장키로 했다.

또한 수출신고 이후라도 선적할 때까지만 원산지 증명서가 발급되면 효력을 인정받을 수 있도록 하고, 수출기업이 원치 않을 경우 제조자명과 가격 정보(FOB) 등을 원산지 증명서에서 생략할 수 있도록 했다. 기업들의 원산지 증명 부담이 완화되면 한·아세안 FTA 활용률이 개선될 것으로 예상된다.

지난 7월에는 한·아세안 FTA 상품협정 개정을 위한 두 번째 의정서가 체결됐다. 이 의정서에는 아세안 국가 중 태국이 가장 먼저 발효 절차를 완료했다. 기존에는 원산지 증명 방식을 바꾸거나 자발적 추가 자유화를 위해서는 장관 간 서명 등 복잡한 협정 개정 절차를 거쳐야 했으나, 앞으로는 원산지 증명 방식 개선은 한·아세안 FTA 이행위원회 승인만으로, 자발적 추가 자유화는 다른 회원국들에게 외교공관을 통한 통보만으로 가능하게 됐다. ■



한·베트남 FTA 협상 개시의 의미와 전망

아세안 진출 전진 기지...‘풍부한 노동력’ 보유

한국과 베트남이 FTA 협상을 공식 선언했다. 한·베트남 FTA는 기존 한·아세안 차원에서 이뤄진 상품, 서비스, 투자분야 FTA를 보완하고, 양국의 경제협력을 한층 강화하는 한편 경제성장에 있어서도 새 도약대로 자리매김할 전망이다.

글 이홍표 기자 사진 한국경제신문

박태호 통상교섭본부장과 브휘황 베트남 산업무역부 장관은 8월 6일 베트남 하노이에서 통상장관 회담을 열어 FTA 협상에 본격 착수기로 했다. 양측은 특히 협상 타결 시점을 최대한 앞당긴다는 방침 아래 9월 첫 협상을 열어 세부적인 협상 범위와 분야별 협상 지침 등을 협의하기로 했다. 양국은 이날 회담에서 FTA로 교역·투자 자유화 확대가 이뤄지면 2015년 이전에 교역액을 200억 달러로 끌어올리기로 한 당초 목표 달성을 큰 도움이 될 것이라는 의견을 모았다.

한·베트남 FTA가 최종 타결될 경우 한국은 2015년 경제통합을 앞두고 있는 아세안(ASEAN) 과의

협력 강화를 위한 전진 기지를 확보하게 됨은 물론 신흥시장 진출 확대, 수출선 다변화 등의 측면에서 적잖은 효과가 기대된다. 베트남과의 FTA 협상이 타결되면 우리나라라는 인구 1억 명에 달하는 대형 시장 베트남과의 무관세 동맹을 구축하게 된다. 베트남은 이미 작년 기준 아세안 국가 중에서 인도네시아, 싱가포르에 이어 한국의 3위 교역 대상국이다. 또 베트남은 석탄과 보크사이트 등 광물자원 매장량이 무궁무진한 것으로 추정되는 자원 부국이다.

아울러 베트남은 아세안, 중국, 인도를 연결하는 지정학적 요충지로서 중국 진출 외국 기업들이 포스



박태호 통상교섭본부장과 브휘황 베트남 산업무역부 장관이 8월 6일 하노이 산업무역부 청사에서 양국 통상장관회담을 열고 있다.

트 차이나의 대안으로 삼고 있다. 또 베트남은 미국을 중심으로 추진 중인 환태평양경제협력체(TPP)에도 포함돼 있어 국내 기업들의 아세안 시장 진출을 위한 전진 기지 역할을 할 것으로 기대된다.

두터워진 중산층, 한국 수출시장으로 급성장

한국과 수교한 지 20년이 된 베트남은 이미 한국의 주요 수출 시장으로 급성장했다. 베트남은 우리의 8위 수출국으로서의 지위를 차지하고 있다. 특히 지난 10년간 수출액은 8배나 증가했다. 한국의 대 베트남 수출액은 2001년 17억 달러에서 2011년 136억 달러로 늘어났다. 무역수지 역시 증가세를 유지해 2011년 84억7,000만 달러 흑자를 기록했으며 이는 아세안 전체 무역수지의 45% 수준이다. 기획재정부는 “한국의 대표 수출품목인 섬유, 철강판, 합성수지 등에서 전체 대비 대 베트남 수출이 차지하는 비중이 지속적으로 늘고 있다”고 분석했다.

베트남에서 K-팝과 한국 드라마 등이 인기를 끌면서 한국 기업이나 제품에 우호적인 분위기가 형성된 것도 고무적이다. 베트남TV 전체 프로그램 중 한국드라마 반영 비율은 10%를 차지하며, 이는 해외 방송프로그램 중 70%에 해당한다. 또 한류 열풍에 따라 베트남에서 한국어 배우기가 확산되는 추세다. 2010년 기준으로 베트남 내 10개 대학에서 2,100명이 한국어를 배우는 것으로 집계될 정도다.

한국과 경제·문화적으로 우호 관계를 유지하고 있는 베트남은 미래가 더 기대되는 국가다. 베트남은 연평균 5~8%대의 높은 경제성장을 유지하고 있는 것은 물론 중산층 비중 확대 덕에 소비 시장으로서의 중요성이 더욱 두드러지고 있기 때문이다. 기획재정부 분석에 따르면 지난 2009년 전체 인구의 80%가량을 차지했던 저소득층이 2020년까지 28% 수준까지 감소할 것으로 전망된다. 실제로 52조 원 규모의 투자펀드를 총괄하고 있는 세계적 펀드매니저 마크 모비우스 프랭클린템

플턴 이머징마켓그룹 회장은 향후 가장 유망한 투자 지역으로 베트남을 꼽기도 했다.

중산층의 비중이 늘면서 자동차, 휴대전화, 식품 등의 수요도 크게 확대될 전망이다. 한국무역협회에 따르면, 베트남에서 2015년까지 음료와 식품류의 연간 매출이 267억 달러로 늘고, 휴대전화기 판매도 3,100만 대에 달할 것으로 예상된다.

기업 환경 역시 베트남 정부의 외국인투자자 유치 정책에 힘입어 한층 개선되고 있는 분위기다. 한국의 베트남에 대한 직접 투자 규모는 작년 12월 240억 달러로, 베트남의 2위 투자국으로 부상했다. 실제로 베트남에는 이미 수많은 기업들이 진출해 있으며 삼성전자, 포스코 등 한국 대기업들의 대 베트남 투자도 늘고 있다. 삼성전자는 2009년 베트남에 휴대폰 1공장을 지은 데 이어 작년 7월 온폰공단에 월 600만 대 생산 규모의 2공장을 준공했다.

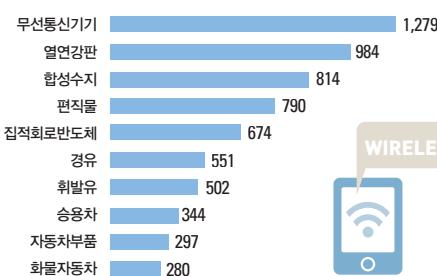
한·베트남 FTA ‘양국 경제발전의 새 활력소’

이 같은 상황에서 한·베트남 FTA는 양국 간 경제 발전에 새로운 활력소가 될 전망이다. 작년 11월 발표된 한국·베트남 간의 공동 연구 조사에 따르면 양국이 아세안 FTA보다 높은 수준의 FTA를 체결하면 두 나라 모두 GDP와 수출이 모두 증가한다는 결과가 도출됐다. 특히 한국은 이미 2007년 6월 베트남이 속해 있는 아세안과 FTA를 발효했지만 베트남으로 수출하는 우리 기업의 한·아세안 FTA 활용률이 미미한 수준에 머물렀다. 다자 간 협정이다 보니 각국의 의견 조율이 어려워 무관세 교역 품목이 적기 때문이다. 실제 전기·전자, 자동차 등 한국의 주력제품들은 대부분 관세 철폐 대상에서 제외돼 있다. 한국이 베트남과 별도의 양자 간 FTA를 추가로 맺으려는 이유다.

이번 한·베트남 FTA를 통해 양국은 상품, 서비스 및 투자 외에도 에너지 광물 자원 등의 경제 협력은 물론 투명성, 지적 재산권 이슈까지도 협력을 확대할 계획이다. ■

대 베트남 10대 수출 품목 (2011년 기준)

(단위: 백만 달러)

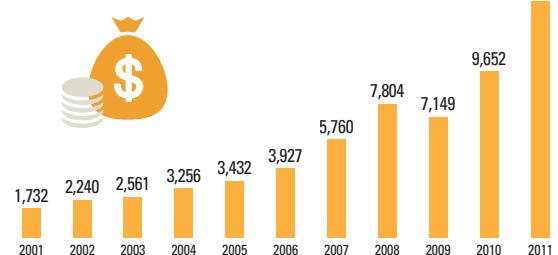


자료 : 한국무역협회

대 베트남 수출 동향 (2011년 기준)

(단위 : 백만 달러)

자료 : 한국무역협회





한·인도네시아 CEPA 2차 협상 개최 합의

성장 잠재력 큰 매력적 시장...세계가 '주목'

세계 4위의 인구 규모, 풍부한 천연자원, 고성장과 함께 확대중인 내수시장, 여기에 동아시아 경제·외교 협력의 중심축으로의 부상까지 인도네시아를 주목해야 하는 이유는 너무나 많다. 한·아세안 FTA로 이미 활발한 교역이 이뤄지고 있는 인도네시아와 양자 간 CEPA를 추진함으로써 우리 경제에 미칠 영향은 짐작하는 것 그 이상이 될 전망이다. 글 박진영 기자 사진 한국경제신문



지난 7월 12일 한·인도네시아 CEPA(Comprehensive Economic Partnership Agreement: 포괄적 경제동반자협정) 제1차 협상이 자카르타에서 열렸다. 1차 협상에서 양국은 한·인도네시아 CEPA 협상의 기본원칙 및 협정의 범위 등을 포함한 협상 운영세칙(TOR: Terms of Reference)에 대한 협의를 진행한 것으로 알려졌으며, 제2차 협상은 금년 중 빠른 시일 내에 한국에서 개최하기로 합의했다.

앞서 양국은 지난해 2월 한·인도네시아 CEPA 공동연구 추진에 합의한 후 총 3차례에 걸쳐 공동연구 회의를 개최했으며, 올해 3월 핵안보 정상회의 참석차 방한한 수실로 밤방 유도요노 인도네시아 대통령과 이명박 대통령이 청와대에서 정상회담을 갖고 양국 간 CEPA 체결을 위한 협상 개시를 선언했다.

이와 함께 양국 교역량을 2015년 500억 달러, 2020년 1,000억 달러로 늘리자는 목표도 정했다. 또 최신에 전투기 공동개발 사업을 통해 방산 부문 협력을 강화하고, 양국 외교 장관이 최소 1년에 한번 정기적으로 만나는 ‘대화 채널’을 구축하기로 하는 등 양국의 전략적 동반자 관계를 더 격상시켜 나가기로 했다.

인도네시아는?

인도네시아는 아세안 회원국으로서 지난 2007년 한국과 아세안 간 FTA 발효와 함께 이미 FTA 상대국에 포함돼 있고, 아세안 회원국 중에서도 교역 규모 1위 국가다. 한국은 당초 인도네시아와 FTA 체결을 제안했으나, 인도네시아 측이 CEPA를 제의하면서 양국 간 CEPA 체결 협상이 성사됐다. CEPA는 상품·서비스 교역·투자·경제협력 등 전반적인 경제 교류를 포괄하는 협정으로 FTA와 동일한 효력을 지니고 있지만, 무역 자유화를 중점적으로 강조하는 일반적 개념의 FTA를 포괄하는 더 넓은 개념의 국가 간 경제협정을 의미한다.



지난 3월 28일 청와대에서 열린 한·인도네시아 정상회담. 이명박 대통령과 유도요노 인도네시아 대통령은 이날 양국 간 CEPA 체결을 위한 협상 개시를 선언했다.

양국 간 CEPA가 성사되면 교역이 더욱 증진되고 경제가 성장하는 원-원 환경이 조성될 것으로 보인다. 실제로 한국의 첫 번째 CEPA 상대국인 인도는 2010년 CEPA 발효 후 교역 규모가 매년 55%씩 증가하고 대 인도 수출이 가파른 증가세를 보이는 등 효과를 톡톡히 보고 있다. 또한 인도네시아는 세계 2대 LNG 수출국으로 한·인도네시아 CEPA를 통해 에너지·자원의 안정적 공급 및 투자 확대 등에 기여할 것으로 기대된다.

잠재력 큰 ‘포스트 차이나’…기업·투자 러시

인도네시아는 ‘포스트 차이나’로 불리며 세계의 이목이 집중된 ‘기회의 땅’이다. 특히 신흥 경제의 중요성이 확대되는 가운데 브릭스(BRICS)에 이어 매력적인 시장으로 떠올랐으며, 세계 주요 투자은행과 언론 등이 선정한 향후 주목해야 할 신흥국가 그룹인 MIKT(멕시코, 인도네시아, 대한민국, 터키), MAVINS(말레이시아, 호주, 베트남, 인도네시아, 나이지리아, 남아공), CIVET(콜롬비아, 인도네시아, 베트남, 이집트, 터키) 등에 모두 포함되는 유일한 국가이기도 하다. 뿐만 아니라 인도네시아는 세계 최대 경제국들의 모임인 G20에 참가하는 유일한 동남아 국가로 동아시아 경제·외교 협력의 중심축으로 부상할 전망이다.

한·인도네시아 교역 현황

(단위: 백만 달러)



인도네시아를 향한 세계의 관심은 수치로 확인된다. 인도네시아 투자조정정에 따르면 지난 1분기 유입된 외국인 직접투자(FDI) 자금은 56억 달러에 달한다. 전년 동기와 비교해 30% 가급증한 것으로 분기 기준 사상 최대치다.

이처럼 세계가 인도네시아를 주목하는 이유는 성장 잠재력 때문이다. 먼저 인도네시아의 인구는 약 2억4,800만 명(세계 4위)으로 내수 시장 규모가 엄청나다. 또한 동남아 최대의 산유국이며 석탄(4위), 주석(2위), 동(3위), 금(7위), 니켈(2위) 등의 천연자원이 풍부해 세계 경제의 자원 공급 기지 역할을 하고 있다. 이처럼 인구와 천연자원 등에 힘입어 2008년 글로벌 금융위기와 유럽 재정위기에도 불구하고 연평균 6% 이상의 고성장을 이어가고 있다. 지난 1분기 인도네시아의 경제성장률은 6.3%로 여섯 분기 연속 6% 이상 고성장을 실현했다.

CEPA 추진으로 양국 간 교역 관계 업그레이드

인도네시아 경제의 중요성이 부각되며, 한·인도네시아 간 교역 및 투자 규모도 크게 증가했다. 1990년 27억 달러 수준이던 교역량은 2004년 100억 달러를 돌파했고, 2009년에는 150억 달러를 넘어섰으며, 2년이 지난 지난해에는 무려 300억 달러를 넘었다. 특히 2007년 한·아세안 FTA 발효 이후 양국 간 교역 규모가 지난해까지 총 107% 증가하는 등 FTA 효과가 두드러졌다.

금융 위기로 무역이 감소한 2009년을 제외하고 대 인도네시아 수출은 계속 증가 추세다. 지난해 한국의 대 인도네시아 수출은 전년 대비 무려 52.4% 증가한 135억6,300만 달러인 반면, 수입은 23.1% 증가한 172억1,600만 달러로, 무역수지 적자 폭이 크게 줄었다. 대외경제정책연구원은 “한국과 인도네시아의 교역 규모가 오는 2020년 1,000억 달러를 넘어설 것”이라고 전망하기도 했다. 동남아에서 가장 매력적인 시장이자 투자처로 급부상한 인도네시아와 CEPA를 추진함으로써 우리나라의 시장 진출에 있어 분명 한 계단 우위에 서 있다. ■

대 인도네시아 10대 교역 품목 현황 (2011년 기준)

(단위: 백만 달러)

수입품목		수출품목	
천연가스	5,300	경유	4,747
유연탄	3,467	휘발유	1,672
원유	2,317	편직물	713
동광	903	합성수지	576
천연고무	611	열연강판	453
펄프	339	합성고무	404
합금철	204	건설중장비	337
기타석탄	170	냉연강판	192
기타석유제품	168	킬라TV	175
니켈과 스크랩	158	이연도강판	130

자료 : 한국무역협회

아세안 법률 시장 진출 현황과 과제

한국 로펌들, “아세안으로 가자”

아세안은 한국 기업에게 뿐만 아니라 한국 로펌들에게도 상대적으로 새로운 시장이다. 현재 협상 중인 베트남, 인도네시아와 각각 FTA, CEPA가 체결·발효되면 한국 로펌의 아세안 진출은 더욱 활기를 띸 것으로 기대된다.

글 전성우 법무법인 로고스 해외투자팀 미국변호사, 안우진 법무법인 율촌 하노이 사무소 미국변호사 사진 윤촌, 로고스 제공

한국 로펌들에게 있어 베트남, 인도네시아, 미얀마 등의 아세안 국가들은 블루오션이다. 지난 수 년간 유럽과 미국 경제가 침체를 겪는 동안 한국 기업들은 아세안 국가들에 대한 진출을 가속화했다. 2007년 한·아세안 FTA 상품협정 발효 등으로 교역이 늘어나면서 투자도 증가하게 되었다. 실제로 베트남에서 한국 기업들의 투자액은 2007년 이래로 줄곧 1, 2위를 다투어 왔으며, 최근에는 인도네시아, 미얀마 등에 대한 투자액도 꾸준히 증가하고 있다.

한국 기업들은 아세안 국가에 진출하면서 낯선 법률 환경 때문에 어려움을 겪는 경우가 많았고, 자연스럽게 한국 로펌이 현지에서 한국어로 법률 서비스를 제공해주길 원했다. 한국 기업과 로펌이 상호 새로운 수익을 창출할 수 있는 블루오션이 만들어진 것이다.

그러나, 한국 로펌들이 아세안 국가에 진출하는 것이 무조

건 허용되는 것은 아니다. 한·아세안 FTA 서비스 협정 등에 따라 아세안국 중 일부는 법률 시장을 개방하였으나, 대다수의 국가가 아직 법률 시장을 개방하지 않은 상태다. 예를 들어 베트남은 소송 등의 분야를 제외하고 외국 로펌의 진출을 허용하고 있으나, 인도네시아나 미얀마 등은 법률 시장이 개방되어 있지 않다. 그렇다고, 인도네시아나 미얀마에 한국 로펌이 진출할 방안이 아주 없는 것은 아니다.

인도네시아 법률시장 본격 진출

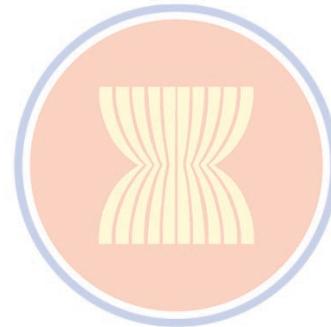
인도네시아의 경우, 외국 로펌이 인도네시아에 법률 사무소를 개설하는 것은 허용되지 않지만, 외국 로펌과 인도네시아 로펌 간의 인적 교류는 가능한 상태이다. 한국 로펌이 인도네시아 로펌과 협력 계약을 체결하고 한국인 변호사를 인도네시아로 펌으로 파견하는 형태로 진출이 가능한 것이다. 2011년 법



한국 기업의 아세안 진출이 활발해짐에 따라 한국 로펌들의 현지 진출도 점차 늘어나고 있다. 사진은 법무법인 율촌의 베트남 하노이 사무소(왼쪽)와 법무법인 로고스의 베트남 하노이 사무소 개소식 모습.



“ 아세안에 진출한 이들 한국계 로펌들이 앞으로 한국 기업에 의존하는 현실을 넘어 외국 고객들에게까지도 법률 서비스를 제공할 수 있는 진정한 현지화를 이루는 것이 새로운 과제가 될 것으로 보인다. ”



무법인 로고스·에이팩스·지평지성이 한국인 변호사를 현지로 파견한 아래 현재 3명의 한국인 변호사들이 활동 중이다.

세계 4위의 인구와 석유, 가스 등 풍부한 천연자원을 가진 인도네시아의 시장성을 고려할 경우 한국 기업들의 진출이 더욱 증가할 것으로 예상되며, 한국 로펌들의 진출도 더욱 늘어날 것으로 보인다. 한국 로펌이 진출하기 위해서는 능력 있는 현지 로펌과 협력 관계를 맺는 것이 매우 중요하다. 이미 진출한 한국 로펌들은 인도네시아 최대 로펌인 루비스 가니 수로위조요 (Lubis Ganie Surowidjojo)와 협력해 법률 서비스를 제공하고 있는 등 성공적으로 현지에 적응한 것으로 파악되고 있다.

향후 한·인도네시아 CEPA가 체결·발효되어 인도네시아의 직접 진출이 가능해질 경우 한국 법무법인들의 진출은 더욱 활발해질 것으로 기대된다.

인도차이나 진출의 베이스 캠프, 베트남

베트남은 1990년대 초 최초로 외국계 로펌의 설립을 허가한 이후, 법률시장 개방을 점진적으로 확대해 오고 있다. 베트남의 WTO 가입을 앞두고 2006년에 제정된 변호사법에 의하면, 외국 로펌은 단독으로 또는 베트남 로펌과 합작으로 베트남에 로펌을 설립할 수 있고, 베트남에 외국 로펌의 지점을 둘 수 있다. 이러한 내용은 WTO 서비스 시장 개방 양허안 및 한·아세안 FTA의 서비스 시장 개방 양허안에도 반영되었다.

그리고, 베트남에 설립된 외국계 로펌 또는 외국 로펌의 지점은 베트남에서 법률 자문 서비스를 제공할 수 있을 뿐 아니라, 베트남 변호사를 통하여 민사소송 업무도 수행할 수 있는 등 인도차이나 지역 국가 중에서 변호사 시장이 가장 폭넓게 개방되어 있다.

현재 많은 외국계 로펌이 베트남에서 왕성하게 활동을 하고 있으며, 한국 로펌들도 2000년대 중반 이후에 베트남에 진출하

여 현재 4개의 한국계 로펌이 활동 중이거나, 새로이 진출하고자 하는 한국 기업들을 대상으로 법률 자문 서비스를 제공하고 있다. 향후 한·베트남 FTA가 체결·발효되면 한국 로펌의 진출이 더욱 활발해 질 것으로 예상된다.

작지만 저력 있는 캄보디아

얼마 전 국내 제조 분야 CEO를 상대로 한 설문조사에서 해외 투자 적격 지역으로 캄보디아가 1순위로 뽑혔다는 기사가 있었다. 캄보디아는 저임금 노동력과 풍부한 지하자원, 그리고 개선의 필요가 있는 하나 외국인 투자자에게 호의적인 각종 법률제도 등으로 투자자들에게 매력적인 투자처임은 분명하다.

한·아세안 FTA 및 캄보디아의 2004년 WTO에 가입에 따른 서비스 시장 개방 양허안에 의하면, 외국 로펌은 캄보디아 로펌과의 상업적 제휴를 통해 법률 서비스를 제공하는 것이 가능하나, 법정에서 직접 당사자를 대리할 수는 없다.

여기서 상업적 제휴란 모든 상업적 약정을 포함하며, 특정한 법적 형태를 요구하는 것은 아니며, 외국법과 국제공법에 관한 법률 서비스를 제공하는 경우에는 캄보디아 로펌과의 상업적 제휴가 요구되지 않는다. 현재 한국계 로펌은 2개가 운영되고 있으나, 캄보디아 투자가 활성화됨에 따라 더 많은 로펌이 진출할 것으로 예상된다.

한국계 로펌들의 과제

아세안은 한국 기업에게 뿐만 아니라 한국 로펌들에게도 상대적으로 새로운 시장이다. 특히나 유럽과 미국이 경제위기로 인해 극심한 침체를 겪고 있는 현 상황에서 아세안은 새로운 희망을 보여주는 시장이 아닐 수 없다. 경제적 한파가 몰아치는 어려운 시기에 아세안이 한국 기업과 한국 로펌들에게 돌파구를 마련해 줄 따뜻한 남국의 블루오션이 될 수 있으리라 생각한다. ■



오영호 코트라 사장

“해외 바이어 대상 FTA 설명회 확대할 것”

한국이 아세안·EU·미국 등 거대 경제권과 차례로 FTA를 맺으면서 한국은 FTA 체질로 점차 변해가고 있다. 기업은 기술개발로 품질 좋은 제품을 만들고, 정부는 FTA를 통해 관세 인하 혜택을 이끌어 내는 가운데, 기술과 가격 경쟁력을 가진 한국 제품을 홍보·마케팅을 전담하는 곳이 코트라다. FTA 시대를 맞아 더욱 분주하게 국내외를 오가는 오영호 코트라 사장을 만났다.

글 우종국 기자 사진 코트라 제공

아세안·EU·미국 등 거대 경제권과의 FTA가 발효 후 코트라의 역할에 변화된 부분이 있습니까?

FTA 협상 진행 중 코트라는 뒤에서 정부를 지원하는 역할을 합니다. 우리 수출기업에 불리한 상대국의 제도나 우리 기업의 애로사항을 파악해 협상 과정에서 이를 개선 또는 폐지하도록 한다거나, 상대국 관세가 폐지될 경우에 우리의 수출이 크게 늘어날 품목을 찾아서 관세 폐지를 집중적으로 요구하게 한다던가 하는 것입니다. FTA 발효 이후엔 협상을 통해 만들어진 FTA의 과실을 우리 기업들이 실제로 거둘 수 있도록 전면에 나서고 있습니다. 특히 해외마케팅 여력이 상대적으로 부족한 중소기업들에게 FTA 체결국 바이어를 만날 수 있는 다양한 마케팅 사업을 개최하는데



주력하고 있습니다. 현지 정부기관이나 산업별 단체 등에서 코트라 무역관에 자국 기업을 대상으로 자국과 체결한 FTA 활용 방안 설명을 요청한 사례가 40개가 넘는 등 해외 바이어에 대한 FTA 홍보는 코트라가 담당해야 하는 중요한 역할이 되고 있습니다.

FTA 활용 확대를 위해 코트라에서 지원하는 활동에는 어떤 것들이 있습니까?

상반기 중에는 뉴욕 한국섬유전(2월)이나 자동차부품기업을 위한 ‘글로벌 트랜스포테크(Global TransporTech, 6월, 한국)’, 미국과 EU의 대형 유통업체를 대상으로 ‘글로벌 유통망 소싱 플라자(6월, 한국)’ 등을 개최했습니다. 이러한 대형 마케팅 행사 이외에도 ‘FTA 수출 선도 기업’이라고 해서 한·미 FTA 활용 유망기업 40개사를 선정해 미국 주재 8개 전 무역관이 1년간 집중적으로 해외마케팅을 지원함으로써 FTA 활용 성과를 조기에 거둘 수 있도록 하고 있습니다.

아세안, EU, 미국 등과의 FTA 발효 이후 국내 기업들의 반응은 어떤 편인가요?

유럽 재정위기에 따른 글로벌 경기침체가 장기화되는 상황에서 FTA는 우리 경제의 든든한 버팀목으로 평가받고 있습니다. 올해 5월 대한상의가 미국 및 EU 시장 동시 수출기업 600개사를 대상으로 설문조사한 자료에 따르면, 한·미, 한·EU FTA가 약화된 수출여건을 극복하는데 도움이 되었다는 응답이 각각 67%, 69%로 집계되었습니다. 또한 FTA 발효 혜택을 체감하고 있으느냐는 질문에 대해 미국시장은 59%가, EU시장은 68%가 각각 FTA 혜택을 체감하고 있다고 응답했습니다.

중소기업들이 FTA를 활용하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

바이어를 대상으로 한 홍보가 첫걸음임을 명심해야 합니다. FTA 발효 사실과 취급 품목별로 구체적인 관세 인하 또는 철폐 일정을 적극적으로 홍보할 필요가 있습니다. 둘째, 물류시스템, 애프터 서비스, 인증 등 비가격적인 요소도 강화해야 합니다. 아울러 수입국이 각 품목별로 요구하는 인증을 획득하

는 것도 반드시 필요합니다. 셋째, 철저한 원산지 증명 및 관리가 필요합니다. FTA 상대국 세관의 원산지 검증 요청이 증가하고 있고, 앞으로도 지속적으로 늘어날 것으로 예상됩니다. 올해 상반기에 체결 상대국 세관에서 총 129건을 검증 요청했는데, 현재 추세로 보면 올해 말까지 260건을 넘어 전년 대비 약 200% 이상 증가할 것으로 예상되고 있습니다.

앞으로 한국의 FTA 전략은 어때야 합니까?

대외 의존도가 높은 한국은 무역투자 구조를 지속적으로 업그레이드해야 생존과 성장이 가능합니다. 주요국과의 FTA는 이러한 과제를 푸는 유용한 메커니즘이 될 수 있다고 생각합니다. 그런 의미에서 한국의 최대 수출시장이자 제1위 투자 대상국인 중국과의 FTA를 시급히 체결해야 합니다. 한·중 수교 20년 동안 수출(50배)과 투자(건수 80배) 규모는 급증한 반면, 대 중국 경제교류는 이제는 시효를 다한 가공무역에 기반을 두고 있습니다. 한·중 FTA가 체결되면 한국은 세계 3대 경제권 모두와 FTA를 체

결하는 유일한 나라가 되어 글로벌 핵심국가로 부상할 수 있게 됩니다.

아세안 시장의 잠재력도 크지 않습니까?

한·아세안 FTA의 경우 아세안이 유럽처럼 경제통합이 되어 있지 않고 10개 나라의 격차가 커서 일괄적인 FTA 체결이 쉽지 않았고, 그러다 보니 개방 수준도 낮은 선에서 합의가 이뤄졌습니다. 각국의 요구 사항을 모두 수용하게 되어 민감한 품목이 너무 많고 양허기간이 다소 긴 단점이 있습니다. 그래서 아세안 중에서도 경제 규모가 크고 성장 잠재력이 큰 국가와는 FTA 효과를 더 키울 수 있도록 국가별 FTA를 체결하는 전략이 필요합니다.

아세안에서 유일한 선진국인 싱가포르와는 2006년 한국과의 FTA가 발효됐고, 지금은 베트남과 FTA 협상 개시를, 인도네시아와 CEPA를 협상 중입니다. 이러한 양자 간 FTA를 통해 거대한 소비시장으로 변모하고 있는 아세안 시장을 공략할 필요가 있습니다. ■



중소기업청·중소기업진흥공단의 온라인 수출관

베트남·인도네시아어 제공으로 ‘타깃 마케팅’

동남아에 부는 한류 열풍과 더불어 현지 바이어들을 타깃 마케팅할 수 있는 ‘온라인 수출관’이 열려 한국의 중소기업들에게 새로운 기회를 제공하고 있다. 중소기업청과 중소기업진흥공단이 마련한 베트남과 인도네시아 온라인 수출관이 그것이다. 글이홍표 기자

온라인 수출관은 기본적으로 기존의 B2B(Business to Business) 사이트와 비슷하다. 그러나 기존의 사이트들이 대부분 영어로 운영되고 있고, 특정 시장 타겟팅 정보가 부족한 한계가 있었다. 이 때문에 현지에 특화된 B2B 사이트의 필요성이 제기됐다. 중소기업진흥공단은 지난해 말 국내 중소기업들을 대상으로 영어·일본어·중국어를 제외한 언어 지원 수요를 조사했다. 그 결과 베트남어, 인도네시아어, 브라질어, 러시아어 순으로 나타났다. 베트남의 경우 한·아세안 FTA 체결국이면서 한국 기업의 진출이 활발한 국가이다.

무역 실무까지 지원해 수출 성공률 높여

이런 과정을 거쳐 올해 6월 8일 베트남 온라인 수출관이 전면 오픈했다. 온라인 수출관의 모태는 중소기업진흥공단이 1996년부터 운영하고 있는 B2B 사이트 ‘고 비즈 코리아(Go Biz Korea)’와 비슷하다. 현재 베트남 온라인 수출관에는 국내 100개 중소기업 제품 500개의 정보가 제공되

고 있다. 그러나 단순히 상품정보만을 제공하지 않고 한국의 경제 뉴스, 산업 정보 등 베트남 바이어들이 관심 있어 할 만한 비즈니스 콘텐츠를 베트남어로 제공하고 있다. B2B에 일종의 포털 사이트 기능을 접목한 것이다. 매주 업데이트되는 콘텐츠는 국내 거주하는 베트남 출신의 직원이 담당하고 있다.

중소기업진흥공단의 이은성

마케팅사업처장은 “현지어로 되어 있기 때문에 바이어의 접근이 용이하고 자주 찾아볼 수 있게 돼 영어로 된 것보다 훨씬 효과적이다. 또한 제품 정보 외에 한국의 경제·문화 콘텐츠를 제공하기 때문에 활용도가 높을 것”이라고 설명했다.

이어 올해 7월 10일에는 인도네시아 온라인 수출관이 오픈했다. 인도네시아 또한 한·아세안 FTA 체결국이면서 아세안 내 한국과의 무역 거래가 가장 많은 국가다. 베트남 온라인 수출관과 마찬가지로 국내 100개 업체 500개 상품에 대한 정보 외에 현지어로 한국의 경제·기업 콘텐츠를 제공하고 있다.

온라인 수출관은 단순히 상품 정보만 제공하는 데 그치지 않는다. 대부분의 중소기업들은 수출 개척을 위한 별도 인력이 없는 등 역량이 부족한 면이 있기 때문에 사후 관리까지 도맡았다. 현지 바이어에서 구매 오퍼가 오면 중소기업진흥공단은 이를 한글로 번역해 업체에 전달하고 무역 전문가가 나서 계약 성사 단계

까지 이르도록 지원한다. 이은성 처장

은 “통역, 무역 실무, 계약 체결까지 지원하고, 수출이 처음인 기업은 계약서 작성 등 세세한 것까지 도움을 준다. 이렇게 연계 지원을 하지 않으면 수출로 이어지지 않는다”고 설명했다.

중소기업청·중소기업진흥공단은 베트남, 인도네시아 온라인 수출관에 이어 수요 조사를 통해 추가로 다른 언어의 온라인 수출관을 구축할 계획이다. ■



FTA, 모든 기업인에게 기회입니다!

안종만



FTA는 경제성장을 위한 든든한 디딤돌입니다.

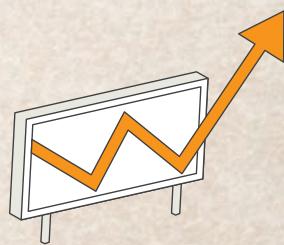
김 전문 수출업체 만전식품



김은 그간 한국·일본·중국에서만 생산·소비되어 왔다. 김이라는 영어 단어도 없어서 해조류를 뜻하는 씨위드(seaweed)로 번역되지만, 일본이 세계 시장을 선점하면서 '노리'라는 일본어로 알려져 있다. 이런 상황에서 일본에 도전장을 던지며 식품 한류 전파에 앞장서고 있는 기업이 있다.

글 우종국 기자 사진 서범세 기자

33년간 김에만 전념... 식품 한류 이끈다



경기도 하남시 창우동의 만전식품 본사는 아담하게 꾸며진 정원이 주인의 깐깐하고 고집스런 면모를 드러내는 듯했다. 역시나 정재강 사장(사진)은 33년 동안 고집스럽게 김 하나만으로 국내외 시장을 개척할 정도로 장인적 기질을 갖춘 인물이었다. “품질이 인격이다”가 그의 신조다. 그는 국내 김수출협회장도 맡고 있다.

김 하나만을 생산하는 만전식품은 정 사장이 1979년 설립한 회사다. 국내 식품 대기업에서도 포장 김을 생산하지만, 만전식품의 김은 주로 백화점에서 팔리는 고급 김이다. 가장 비싼 '옛방식 그대로 자연이 키운 김 특호' 선물셋트 가격이 12만 원이다.

대체 어떤 김이길래? 정 사장의 설명이 이어졌다. 5년 전부터 산지와 공동 협업을 통해 친환경 김을 생산하고 있는데, 세계 최초로 인공 포자가 아닌 바닷물에 떠다니는 천연 포자를 발에 착상시킨 뒤 약품에 의존하지 않고 하루 2회 뒤집으며 햇볕을 받도록 해 강하게 키운 김이다. 백화점 등에서 인기가 좋아 매년 매출이 증가하고 있다.

한·EU FTA로 23% 관세 없어져

만전식품은 설립 때부터 내수보다는 미국 수출을 먼저 시작했다. 그러다 중국이 1990년대부터 김을 생산해 저렴한 가격으로 세계시장을 공략하고, 마침 국내에 생기기 시작한 대형 마트에 물량을 대기 시작하면서 수출을 접었다가 2007년 남양주 제2 공장을 가동한 이후 2008년부터 9개국으로 수출을 재개했다. 그러던 중 지난해 원전 사태 이후 일본산 농식품에 대한 방사능 우려와 중국 식품의 안전성 문제가 대두되면서 한국 김을 찾는 수요가 급증하기 시작했다.

마침 발효된 한·EU FTA와 한·미 FTA도 우군이었다. 중국 김과 가격 경쟁까지 가능해진 것이었다. 한·EU FTA 이전까지 유럽에서 조미김은 한국산의 경우 23%, 중국산은 15%의 관세가 있었다. OECD에 미가입된 중국은 개발도상국 특혜관세로 관세율이 낮았지만, FTA로 한국의 조미김은 관세가 없어져 0%가 됐다. 김은 한국에서 전량 재배되므로 원산지 증명에도 문제가 없다. 미국에서도 7%이던 관세가 없어졌다.

만전식품의 지난해 수출액은 250만 달러였지만, 올해는 7월까지만 300만 달러를 넘을 정도로 수출이 증가하고 있다. 정 사장은 “대중문화, 스포츠 분야 한류와 더불어 FTA를 통해 한국 식품이 전 세계에서 각광을 받고 있다. 한국에겐 천혜의 기회다. 계속 세계 시장의 문을 두드릴 것”이라고 각오를 밝혔다.

“EU, 미국과의 FTA 발효 이후 각각 23%, 7%이던 한국산 김의 관세가 없어지면서 33년 오로지 김만을 만들어온 만전식품은 올 7월까지 300만 달러를 수출하며 지난해 수출액 250만 달러를 이미 넘어섰다.”





위폐 감별 지폐 정사기 업체 기산전자

'기술+가격 경쟁력'으로 세계 3위 우뚝

은행 창구에서 흔히 볼 수 있는 '돈 세는 기계'에는 알고 보면 재미있는 기술들이 많이 숨어 있다. 이 기계의 산업적 명칭은 '지폐 정사기(Banknote Counter)'다. 1990년대 초까지만 해도 은행 창구 직원이 지폐를 부채꼴 모양으로 척 펼쳐서 손으로 세는 모습을 볼 수 있었지만, 지금은 기계가 이를 대신하면서 은행 직원들은 지폐를 잘못 세어 자비로 손해를 메워야 하는 스트레스에서 벗어났다.

기산전자의 주력제품인 뉴튼 플러스 에프(Newton+F, 이하 뉴튼)의 경우 분당 1,000장의 지폐를 셀 수 있다. 필요한 권종을 걸러낼 수도 있는데, 1만 원권, 5,000원권, 1,000원 권이 섞여 있을 때 1만 원권만 따로 걸러내며 카운팅할 수도 있다. 지폐의 시리얼 넘버를 읽으면서 셀 수도 있다. 이 모든 경우에 있어서 위조지폐를 감별하면서 읽는 것은 기본이다. 그래서 뉴튼은 '위폐 감별 지폐 정사기'로 분류된다. 이 카테고리에서 기산전자는 국내 시장의 85%를 차지하고 있다. 기산전자는 위폐 감별을 위한 스캐너와 센서들에 독자적인 기술과 특허를 보유하고 있고, 전 세계 70개국의 지폐 정보를 갖고 있다. 그만큼 연구개발에 많은 투자가 이뤄져야 하는 고부가가치 분야다.

EU의 관세 2.2%는 바이어 마진의 22%

국내 시장에서도 높은 점유율을 보이고 있지만, 기산전자는 수출 비중이 매출의 85%다. 수출국 비중은 러시아 30%, 유럽 30%, 남아프리카공화국 10% 등으로 총 50개국에 수출하고 있다. 2011년 발효된 한·EU FTA는 기산전자에 새로운 기회가 됐다. 2.2%이던 유럽의 관세가 0%로 없어진 것이다. 기산전자 해외마케팅팀의 신상철 이사(사진)는 "바이어의 마진이 10%가량인데, 2.2%면 바이어 입장에서 순이익의 22%이므로 꽤 큰 메리트"라고 설명했다. 기산전자의 유럽 수출액은 2010년 200만 달러에서 2011년 600만 달러로 3배나 증가했다.

기산전자는 초기 FTA 활용에 어려움이 있었다. 해외마케팅팀에 9명의 직원이 있었지만 전문 지식을 가진 직원도 없었다. 어려움을 해결하기 위해 서울세관을 찾은 뒤 1 대 1 맞춤형 컨설팅을 받았고, 직원들도 원산지 관리 교육을 통해 FTA 활용 능력을 길렸다.

한·미 FTA도 새로운 기회였다. FTA로 1.8%의 수출 관세가 없어지면서 일본업체보다 낮은 단가를 제시하며 올해 상반기 수출액(93만 달러)은 지난해 동기(42만 달러) 대비 2.2배가 증가했다. 해외시장 점유율도 지속적으로 상승하면서 2010년 동종업계 6위였던 기산전자는 2011년 말 3위에 오르기도 했다.¹⁴

“ 위폐 감별 지폐 정사기를 해외 50개국에 수출하는 기산전자는 FTA 효과로 인해 유럽 수출은 3배, 미국 수출은 2.2배 늘어나며 세계 6위에서 3위로 꺾충 뛰어올랐다. **”**



독보적 기술을 가진
중소기업들은 스스로
세계시장을 개척해오고
있다. 품질만으로도 세계를
제패하기에 충분하지만,
여기에 FTA로 인한 가격
경쟁력까지 더하면 전 세계
어느 기업도 따라오기 힘든
독보적인 경쟁력을 갖출 수
있게 된다.

글 이진원 기자 사진 서범세 기자



경기FTA활용지원센터

올해 3,055회 상담...‘현장 컨설팅’ 인기

한국이 45개 국가와 FTA를 맺었다고 해서 자동으로 관세 인하 혜택을 받는 것은 아니다. 요건에 맞게 절차를 밟고 형식을 갖춰야만 혜택을 받을 수 있다. 이를 위해 전국 거점별로 16개의 FTA 활용지원센터가 마련돼 무료 컨설팅과 교육 등을 진행하고 있다. 국내에서 가장 많은 제조업체를 거느린 경기도에 자리한 경기FTA활용지원센터를 찾았다. 글 장승규 기자 사진 김기남 기자



경기FTA활용지원센터의 실무자는 모두 관세사 또는 원산지 관리사 자격을 보유할 정도로 전문성을 자랑한다.

FTA 활용지원센터는 기획재정부의 공모 사업으로 2010년 11월 신청을 받아 1차로 12월 전국 8곳(경기·부산·대구·인천·광주·대전·울산·전북)이 선정되면서 출발했다. 그 중 경기FTA활용지원센터(수원 광교테크노밸리에 위치)는 2011년 2월 22일 전국에서 가장 빨리 개소한 곳이다. 2차로 2011년 9월 추가 8곳(경기북서부·강원·충북·충남·전남·경북·경남·제주)이 선정된 이후 경기북서부FTA활용지원센터(일산 킨텍스 제2전시장에 위치)가 2011년 11월 25일 개소식을 가졌다.

경기FTA활용지원센터의 사업은 크게 상담, 설명회, 교육, 컨설팅 등으로 나뉜다. 올해 들어 지금까지 총 3,055건의 전화 및 방문 상담을 받았다. 설명회의 경우 올해 들어 지금까지 총 5회(수원·화성·성남·안산·수원)의 FTA 활용 지역 순회 설명회를 가졌으며, 기업 방문 설명회도 총 43회, 산업단지 방문 설명회도 11회 가졌다. 섬유·자동차·전기전자·화학 등의 업종별 간담회도 5회 진행했다.

FTA 활용 실무 전문가를 위한 교육 활동도 활발하다. 원산지 관리사 교육(3일 과정)을 비롯해 수출입 통관 및 관세 환급(2일), FTA 활용 실무(1일), 무역 실무 및 계약(1일) 과정을 총 19회 진행했다. 주간에 시간을 내기 어려운 기업 실무자들을 위해 야간·주말 교육 과정을 올해 신설해 5월에 진행해 좋은 반응을 얻었고, 11월에도 진행할 계획이다.

전국 첫 개소 지원센터답게 찾아가는 ‘현장 방문 컨설팅’은 경기FTA 활용지원센터가 최초로 시작해 타 FTA 활용지원센터로 전파된 활동이다. 올해 총 142개의 업체를 방문해 상담을 진행했다.



Advice 정석기 센터장의 FTA 활용 4계명

1 자동으로 무관세 혜택이 주어지지 않는다
FTA는 ‘양허 대상 품목, 거래 요건(당사자 거래), 직접 운송, 원산지 결정 기준, 형식적 요건’의 5대 조건이 충족되어야 혜택이 주어진다. 기업들 중 FTA가 발효되면 자동으로 무관세 혜택을 받는 줄 아는데 위 요건을 입증해야만 혜택을 받을 수 있다.

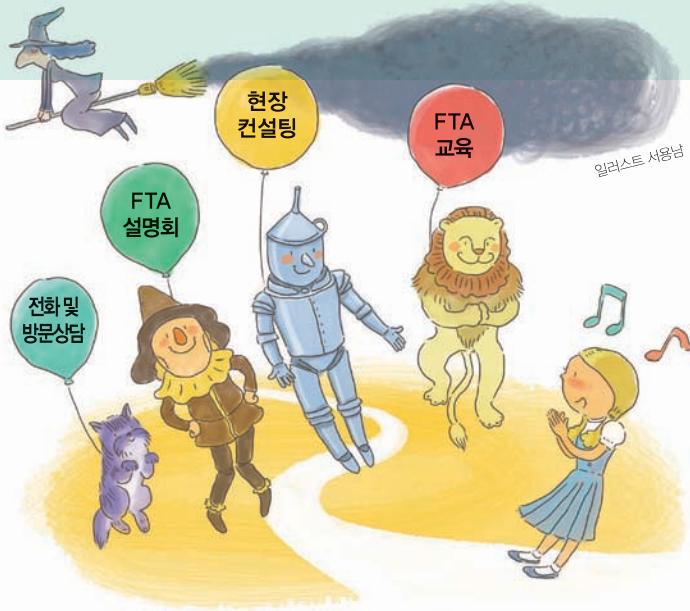
2 CEO가 적극 나서야 한다
FTA 요건을 충족하는 절차가 복잡하다 보니 지레 포기하는 경우가 많다. 기업 내에서도 최고경영자(CEO)가 관심이 없으면 실무자도 애써 할 필요를 느끼지 못한다.

3 관세 2~3%라도 대단한 것이다
관세 인하 혜택이 2~3%에 불과하다고 FTA 활용을 포기하는 경우가 많다. 그러나 바이어 입장에서 마진율이 10%라면 2%는 이익의 20%에 해당한다. 당연히 가격에 민감해질 수밖에 없다.

4 FTA 활용 안한다고 해서 본전이 아니다
FTA 발효로 관세 인하 혜택을 볼 수 있는데, 수출업자가 원산지 증명서를 주지 않아 FTA 혜택을 볼 수 없게 된다면 바이어는 다른 거래처를 찾을 것이다. FTA 활용을 안한다고 해서 본전이 아니라 장기적으로 손해가 될 수 있다.

경기FTA활용지원센터의 FTA활용 성공 사례

FTA 적극 활용, 시장 다변화로 불황 타개



사례 1 금토일 산업

FTA 시대에 관세 혜택 노하우는 필수 경쟁력

경기도 시화공단의 (주)금토일산업은 자동차 안전벨트와 에어백 부품을 생산하는 회사로 지난해 매출액 300억 원 중 93억 원(800만 달러)을 수출로 달성한 회사다. 이 회사는 한·EU FTA 발효 전부터 원산지 증명과 원산지 확인 등에 대한 사전 준비를 해왔으나, 사내 전문 인력 부재로 어려움을 겪어 왔다.

이찬석 해외영업팀 차장은 “FTA 관련 서류 절차는 굉장히 까다로운데 서류를 제대로 갖추지 못하면 품질 하자가 아니라 서류 미비 때문에 바이어들로부터 신뢰를 잃을 수 있다”며 “철저한 준비가 필요하다고 판단해 경기FTA활용지원센터에서 지원하는 실무 설명회를 계획하게 됐다”고 말했다.

금토일산업은 각종 FTA 교육회, 설명회 등에 직원들이 참석하면서 컨설팅 서비스에 대해 알게 됐고, 협력사의 정보 제공으로 지난 3월 14일 관계자 15명이 참석한 가운데 경기FTA활용지원센터로부터 ‘현장 방문 컨설팅’을 받았다.

홍정화 해외영업팀 과장은 “현장 방문 상담을 받은 후 FTA 관련 업무의 중요성을 재인식했고 사내에 FTA 담당 직원이 생겼다”며 “해외 파트에서만 전담했던 FTA 관련 업무를 물류·생산 등의 부서에서도 지원을 받는 등 중요하고 과중한 업무에 대한 조정이 있었다”고 밝혔다.

이어 그는 “경기FTA활용지원센터의 무료 방문상담이 아니었다면 막대한 비용을 들여 FTA 관련 서류 준비를 해야 했을지도 모른다”며 “FTA 시대에 제대로 관세 혜택을 받는 방법 등에 알게 된 것만으로도 향후 가격경쟁력 강화에 많은 도움이 될 것으로 본다”고 설명했다.

사례 2 정아유압

중소기업에게 FTA는 선택 아닌 필수

경기도 화성시 소재 농기계 및 중장비용 유압실린더 생산 전문 기업인 (주)정아유압에서 기술영업과 FTA 실무를 맡고 있는 채익병 차장은 지난해부터 해외시장 개척에 사활을 걸었다. 그는 “매출의 70%가 일본 수출을 통해 이뤄지고 있다”며 “일본의 존도를 줄이기 위해 새로운 해외 판로 개척이 시급한 상황”이라고 말했다.

급변하는 세계정세 속에서 기업의 지속 가능한 성장을 위해서는 시장의 다변화가 필수다. 이를 위해 정아유압은 유럽과 미국 시장에 주목했다. 채 차장은 “기업의 발전을 위해서 FTA라는 기회를 꼭 잡아야 한다고 생각했다”며 “하지만 막상 준비를 하다 보니까 어디서부터 어떻게 접근해야 할지 막막하기만 했다”고 밝혔다.

FTA 컨설팅이 절실했지만, 만만치 않은 비용이 부담이었다. 그러던 중 우연히 경기FTA활용지원센터의 ‘찾아가는 현장 컨설팅’ 서비스에 대해 알게 된 채 차장은 바로 컨설팅을 신청했다. 채 차장은 “지난해 6월 컨설팅을 통해 FTA와 관련해 기업의 수익을 높이기 위해 필요한 것이 무엇인지 명확히 알 수 있었다”며 “이를 통한 한·EU FTA 원산지 증명 판정과 수출자 인증도 취득할 수 있었고, 한·EU FTA 발효 이후 관세 철폐로 6.2%의 가격 인하 효과를 볼 수 있었다. 가격 경쟁력이 확보된 만큼 유럽 경제가 회복되면 시장 확대로 기대하고 있다”고 밝혔다. 현재 유럽 재정위기에도 불구하고 유럽 내 매출은 예전의 수준을 유지하는 등 시장의 반응은 좋은 편이다. 채 차장은 “중소기업에게 FTA는 선택 아닌 필수”라고 강조했다.

FTA 기회 찾아 ‘조달 개척단’이 뛴다

우수 조달 업체들, 해외 원정 나섰다

한국의 뛰어난 조달 업체들이 FTA를 맞아 해외에서 새로운 기회를 얻고 있다. 그간 국내 조달 업무는 기술력을 갖춘 중소기업 발전의 큰 토대가 되어 왔는데, 이제 해외에서 한국 조달 기업들에게 러브콜이 잇따르고 있는 것이다. 글 이홍표 기자 사진 조달청 제공



올해 7월 터키에서 열린 정부 조달 민·관 협력단 행사 모습.

조달 업무의 목적은 정부 구매의 투명성을 제고하는 것이지만, 우수 중소기업의 발굴·육성이라는 중요한 역할도 빼놓을 수 없다. 조달청은 현재 약 700개의 우수 조달 업체를 선정해 판로를 지원하고 있다. 마침 FTA로 인해 해외 조달 시장이 개방되면서 국내 조달 업체들의 해외 진출을 적극적으로 추진하고 있다.

조달 개척단의 계기가 된 것은 지난해 발효된 한·페루 FTA였다. WTO GPA(정부조달협정) 미가입국이었던 페루와의 FTA 체결로 조달 시장이 상호 개방되면서 양국 간 조달 협력 회의를 열기로 했다. 조달청은 정부 부처끼리만 협력 회의를 할 것이 아니라 조달기업들도 함께 참석하기로 했다.

김웅걸 조달청 국제협력과장은 “G20 미팅 때 각국 정상들도

정부 조달시장 개방 현황(총 45개국)

협정	지역	국가수	가입국
WTO	아시아	7	한국, 일본, 홍콩, 싱가포르*, 이스라엘, 대만, 아르메니아
	미주	3	미국*, 캐나다, 네덜란드령 아루바
	유럽	32	EU*, EFTA*(스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인)
FTA(GPA중복 제외)		3	칠레*, 페루*, 콜롬비아*(발효예정)

*표시 국가는 한국과 FTA 체결국임

만나지만, ‘비즈니스 서밋(Business Summit)’이라고 해서 기업들끼리 별도 세션을 하는 것에 아이디어를 얻었다. 특히 조달 기업 독자적으로는 현지 진출에 어려움이 있지만, 조달청이라는 정부 기관이 함께 가니 신뢰도를 줄 수 있어 영업이 용이하다”고 설명했다.

지난해 첫 행사에서 1억 원 계약 성사

처음으로 진행한 정부 조달 민·관 협력단 행사(국내 9개사 참여)에서 성과가 나타났다. 마침 페루에서 경찰의 USB드라이브 분실로 보안 강화 이슈가 제기되면서 국내 기업이 생산하는 지문 인식 USB드라이브의 90만 달러 계약이 현장에서 성사된 것이다. 그 외에도 540만 달러 상당의 계약 상담이 이뤄졌다.

첫 행사에서 기대 이상의 성과가 이뤄지자, 조달청은 아예 이 행사를 정례화하기로 하고 2012년 연 3회를 계획했다. 지난 3월 베트남과 인도네시아에서는 총 1,837만 달러의 계약 상담(12개사 참여)이 이뤄졌고, 국내 특장차 업체가 300대 공급 MOU를 체결해 현재 계약 단계에 있다. 올해 7월에는 터키와 우즈베키스탄에서 총 3,310만 달러의 계약 상담(10개사 참여)이 이뤄졌다. 11월에는 중국에서 열릴 예정으로 참여 업체를 15개까지 늘릴 계획이다.

김빛나 조달청 해외조달시장 진출진흥TF팀 사무관은 “올해 행사를 진행한 국가들은 정부조달협정에 가입되지 않은 나라들이지만 의미 있는 첫 발을 뗄었다는 데서 의미가 있다. 또 FTA를 체결한 국가들의 경우 개방 하한선이 내려가고, 조달 실적 요구 등의 진입 장벽이 사라졌고, 관세 효과로 가격 경쟁력까지 생기는 장점이 있다”고 설명했다.

정부 조달 민·관 공동 행사 외에도 조달청은 올해 5월 미국 연방 조달청(GSA)이 주관하는 ‘GSA 엑스포’에 우수조달기업 6개사로 구성된 전시회 참가단을 파견했다. GSA 엑스포에서는 968건의 상담이 진행됐고, 한 업체는 텍사스 미군기지로부터 100만 달러 상당의 사무용 가구 공급을 제안 받고 협상 중이다. 

2012 FTA 활용 경진대회 대상 금호조침



FTA로 세계를 낚은 1g의 작은 보물

FTA 활용률 100%, 지방의 작은 중소기업에서 이 같은 밀기 힘든 수치를 달성한 곳이 있어 화제다. 경남 김해에 위치한 레저용 낚싯바늘 국내 1위 금호조침은 이 같은 성과를 바탕으로 지난 7월 열린 2012 FTA 활용 경진 대회에서 대상을 차지했다. 금호조침의 놀라운 성과의 비결은 무엇일까. 글 우종국 기자 사진 금호조침 제공

지난 7월 24일 서울 코엑스에서 관세청·중소기업청 주관으로 열린 2012년 FTA 활용 경진대회 마지막 순서. 본선에 오른 10개 기업 중에서 대상에 금호조침이 호명되자 김화규 대표는 두 손을 번쩍 들며 환호를 질렀다. 수출 대기업처럼 주목받지 못하는 중소기업이지만, 기술력 하나로 묵묵히 한국의 수출 전선에서 역할을 다하고 있는 '스몰 챔피언'에게 이날만큼은 금메달 못지 않은 경사가 쏟아진 것이다.

김 대표가 낚싯바늘 업계에 들어선 것은 그의 나이 열 아홉일 때였다. 10년 동안 착실하게 기술을 익힌 그는 1979년 금호조침을 창업해 국내 낚싯바늘 업계를 평정하기 시작했다. 김 대표는 독자적 연구를 거듭해 당시 최고로 치던 일본산과 같은 탄소강 소재 낚싯바늘을 만들어 냈고, '잘 휘어지지 않는다'는 입소문을 타고 금호조침은 승승장구하기 시작했다.



그러나 업계 내 구조 조정과 중국산 저가품의 공세로 금호조침은 2006년 거래처의 부도로 외상 매출 15억 원을 떼이며 위기를 맞게 된다. 그럼에도 김 대표는 기술개발을 통해 위기를 벗어났다. 열핏 단순해 보이는 낚싯바늘은 잘 휘지 않아야 하고 그렇다고 부러져도 안 되며 녹이 슬지 않아야 하는 등 높은 수준의 품질을 유지하는 것이 관건이다. 김 대표는

절단 기계, 열처리에 대한 특허 등 현재 발명특허 3건, 실용신안 12건, 의장권 2건 등을 보유하고 있다.

거래처 부도로 맞은 위기 FTA 적극 활용해 극복

올해 한·미 FTA 발효 직전 FTA 담당자가 퇴사를 하면서 금호조침은 FTA 활용에 손을 놓을 수밖에 없는 상황이었다. 그러나 포기하지 않고 부산세관에 상담을 시작해 전 직원이 교육을 받았고, 부산경남 조구협회장을 겸직하고 있는 김 대표는 관련 업체를 데리고 설명회를 주도하는 등 적극적으로 FTA 활용에 나섰다. 그 결과 부경 조구협회 회원사 10개사도 인증수출자 자격을 획득한 상황이다.

현재 금호조침은 아세안, EU, 미국 등 각 권역별 FTA 담당자를 별도로 두고 수출에 나서면서 FTA 활용률 100%를 보이고 있다. 실제 사후 검증과 똑같이 진행되는 부산세관의 '사전 진단'에서도 금호조침은 완벽하게 원산지 요건을 갖춘 것으로 평가받았다. 부산세관 자유무역협정과 정진원 반장은 "지방 업체들의 경우 FTA 활용률이 보통 50~60%에 그치고 있는데, 활용율 100%는 정말 대단한 것"이라고 설명했다.

FTA 활용 이후 아세안 수출은 2007년 69만 달러에서 2011년 197만 달러로 늘었고, EU의 경우 2010년 61만 달러에서 올해 1~5월에만 42만 달러로 증가했다. 미국 또한 지난해 11만 달러에서 올해 1~5월에만 15만 달러로 크게 늘었다. 수출 물량이 늘면서 금호조침은 2007년 제 2공장, 2011년 제 3공장을 증설했고, 2006년 42명이던 직원은 현재 65명으로 늘어났다.



2012 FTA 활용 경진 대회에서 대상을 수상한 경남 김해의 낚싯바늘 제조업체 금호조침의 김화규 대표와 직원들.

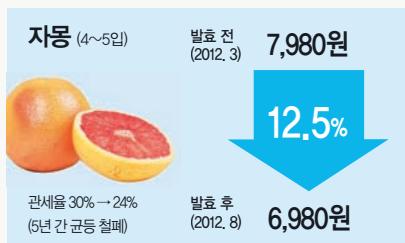
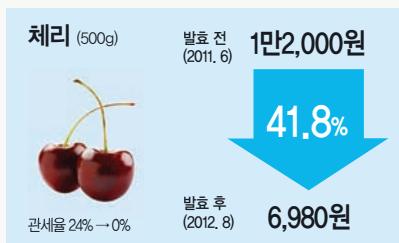
FTA 주요 품목 8월 소비자 가격 동향

미국산 체리 인기... 소비자 선택의 폭 넓어져

FTA로 인해 저렴한 생필품의 수입이 늘어나면서 소비자들은 선택의 다양성과 가격 인하라는 두 가지 혜택을 맛보고 있다. 최근 여름철 과일로 인기가 높아진 미국산 체리의 경우 국내 농가 피해는 최소화하면서 소비자 선택을 넓히는 결과를 보여주고 있다. 글 이진원 기자



한·미 FTA 품목 (2012년 3월 15일 발효)

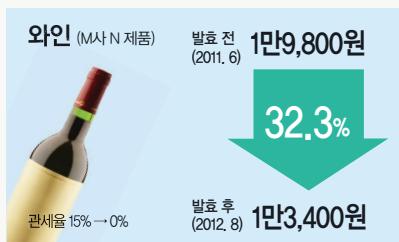
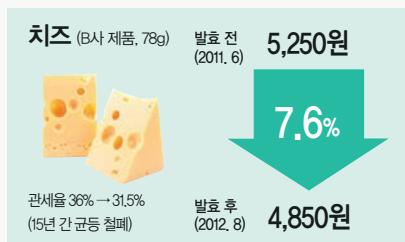


가뭄과 폭염 등 이상 기온으로 과일값이 크게 오른 가운데 수입산 체리가 주부들로부터 인기를 끌고 있다. 농협경제연구소에 따르면 올해 상반기 체리 수입량은 3,923t으로 전년 동기보다 81% 급증했다. 지난 3월 15일 한·미 FTA 발효와 함께 24%의 관세가 철폐되면서 가격이 싸졌기 때문이다. 지난해 6월 1만2,000원(500g)이던 체리 소비자가격은 올해 8월에는 6,980원으로 41.8% 인하된 것으로 나타났다.

실제 경기도 분당의 한 대형마트에서는 1kg들이 1만원 조금 넘는 가격에 판다는 특별세일 문구 때문인지 주부들이 열심히 체리를 장바구니에 담고 있었다. 마트 측은 “체리 성수기가 5~8월인데, 올해 체리 인기가 정말 높다”며 “올 여름 가장 많이 팔린 과일은 단연 체리”라고 전했다.

국내 수입관세가 30%에서 24%로 내려간 자몽의 소비자가격도 한·미 FTA 발효 전 7,980원(4~5입)에서 6,980원으로 12.5% 인하됐다. 한편 미국산 인기 와인인 B사의 W 제품은 발효 전 1만9,600원(750ml)에서 26.5%가 인하된 1만4,400원에 판매되고 있고, 관세 45%가 없어진 포도주스는 2,980원(950ml)에서 2,750원으로 7.7% 가격이 하락했다.

한·EU FTA 품목 (2011년 7월 1일 발효)



한·EU FTA 발효 직전인 지난해 6월 5일 5,250원이던 유럽산 치즈(B사 제품, 78g)는 FTA 발효 직후 관세가 인하되면서 지난해 7월 5일 4,723원으로 하락한 뒤 올해 8월 4,850원으로 안정적인 가격세를 보이고 있다. 유럽산 와인은 올해 한·미 FTA 발효에 따른 미국산과의 가격 경쟁이 본격화되면서 FTA로 인한 관세인하율보다 더 큰 폭으로 가격이 하락했다.

출처 : 기획재정부

원산지증명 공동컨설팅 협업모델

대·중소기업 상생, FTA로 무르익다

FTA의 관세 인하 혜택을 받기 위해서는 최종 수출자의 '원산지 증명서'가 필요하다. 이를 위해서는 공급받은 재료·부품이 국내산이라는 것을 입증하기 위해 '원산지(포괄) 확인서'를 납품사로부터 받아야 한다. 이 때문에 수출 대기업과 협력업체 간 FTA 공동 컨설팅을 통해 시간과 비용을 줄이는 상생 모델이 생겨나고 있다. 글 이진원 기자 사진 한국경제신문

한국이 주요 국가들과 FTA를 속속 체결하면서 국내 수출기업들에게 원산지증명이라는 과제는 이제 일상적인 기업 활동의 하나로 자리 잡았다. 그러나 소규모 기업들이 원산지증명에 필요한 인력과 시스템을 자체적으로 마련하는 것이 쉬운 것만은 아니다.

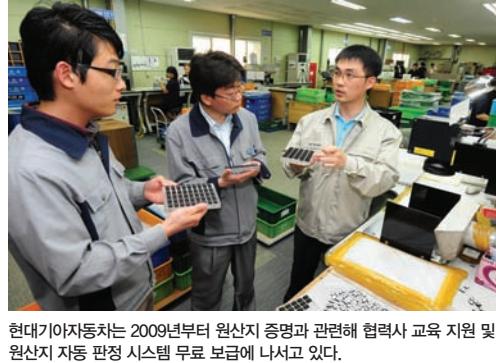
이 때문에 대기업과 중소기업 간에 원산지증명에 필요한 컨설팅과 시스템 구축을 공동으로 하는 협업모델이 확산되고 있다. FTA가 대·중소기업 상생을 이끌어내는 동력이 되고 있는 것이다.

가장 대표적인 곳이 현대기아차이다. 현대기아차는 '1차 밴드(협력업체)' 500여개, 2·3차 밴드까지 합하면 약 5,000개, 원자재 공급사 500여개 사 등 총 6,000개로부터 재료와 부품을 공급받고 있다. 자동차의 경우 완성차가 국내산 인정을 받기 위해서는 개별 부품들 또한 원산지 확인이 가능해야 한다.

원산지 판정 시스템과 ERP 연계…인력·시간 절감

현대기아차는 한·EU FTA, 한·미 FTA 등 주요 전략지역과의 FTA 협상이 진행되던 2009년부터 원산지관리 구축의 중요성을 깨닫고 태스크포스팀(TFT)을 만들고 준비를 시작했다. 관세청과의 협업을 통해 현대기아차 담당자들에 대한 교육이 먼저 이뤄졌고, 현대기아차는 교육자료를 제작하고 협력사 교육을 시작했다.

교육은 쓰리 트랙(3-Track)으로 이뤄졌다. 첫째, 1차 밴드의 교육을 강화해 지식 습득을 넘어 강사 양성을 목표로 했다. 이를



현대기아자동차는 2009년부터 원산지 증명과 관련해 협력사 교육 지원 및 원산지 자동 판정 시스템 무료 보급에 나서고 있다.

통해 1차→2차→3차 밴드까지 원산지 관리 교육이 원활히 전파되도록 했다. 둘째, 1차 밴드가 2, 3차 밴드를 교육할 때 어려움을 느끼면 현대기아차 직원이 직접 나가 강의를 도와주도록 했다. 셋째, 2차 협력사를 대상으로 연중 FTA 사이버교육을 실시했다. 2011년 한국생산성본부와 협업으로 총 22회를 진행했다.

개별 업체들이 원산지 확인에 대한 개념을 알고 있더라도 현장에서 이를 실행하려면 회계사와 관세사 등으로부터의 전문 컨설팅이 필요하다. 또한 개별 업체들이 원산지 확인을 위한 전산 프로그램을 제작하는 데 평균 2억 원이 든다는 것을 파악한 현대기아차는 이를 해결하기 위해 자동차업종에 특화된 프로그램인 'FTA-인사이트(FTA-Insight)'를 2009년부터 개발해 2010년 협력업체에 무료로 보급했다.

현대기아차 관계자는 “범용 프로그램은 무수하게 많은 제품을 다루는 반면 FTA-인사이트는 자동차업종에 특화되어 보다 세밀한 것이 특징이다. 특히 협력사의 ERP(전사적 자원 관리 프로그램)와 연계가 가능해 자동으로 입고 현황과 비용정산을 파악해 원산지를 판정할 수 있다. 담당자가 일일이 계산기를 두드릴 필요가 없다”고 설명했다. 더불어 현대기아차는 협력사들이 원산지 판정 결과를 별도의 서류작업을 거치지 않고 곧바로 취합할 수 있도록 자체 시스템인 FTA-허브(FTA-Hub)를 구축해 운영하고 있다. 이를 통해 협력사들은 시간과 인력을 절약할 수 있게 됐다. ■

① 현대기아차의 FTA 협력 모델

01 교육 (3-트랙)

- ❶ 1차 협력사를 대상으로 강사 양성.
(1차→2차→3차 협력사로 교육 전파)
- ❷ 1차 협력사 사정이 여의치 않을 경우 현대기아차 직원이 직접 2, 3차 협력사 교육 지원
- ❸ 2, 3차 협력사를 대상으로 연중 사이버 교육 진행

02 시스템 무료 보급

- ❶ 원산지 자동 판별 프로그램 'FTA-인사이트'를 무료로 협력사에 보급
- ❷ 원산지 정보를 자동으로 취합하는 'FTA-허브' 구축해 협력사의 시간과 인력을 절감



한·터키 FTA 서명의 의미와 향후 접근 전략

성장 잠재력 무궁…3대륙 거점 활용해야

2009년 한·터키 FTA 타당성 공동연구 이후 4차에 걸친 FTA 공식 협상을 거쳐 2012년 3월 26일 양국 정상회담을 계기로 한·터키 FTA 기본협정 및 상품무역협정이 협상 타결, 가서명을 거쳐, 8월 1일 정식서명에 이르렀다. 향후 양국은 국회 비준 동의를 거쳐 협정이 발효되면, 발효 시점으로부터 1년 이내에 서비스·투자협정의 협상타결을 추진할 예정이다.

글 이철원 대외경제정책연구원 유럽팀 전문연구원

한·터키 FTA는 비교적 양허 수준이 낮았던 아세안(ASEAN)과의 FTA와 인도와의 CEPA 이후 처음으로 성장 잠재력이 큰 유망 신흥국과 체결하는 FTA이다. 이번 협정이 발효되면 양측은 10년 내 교역액 기준 거의 전 품목, 품목 수 기준 한국 92.2%, 터키 89.8%의 관세가 철폐되어 양국의 교역활성화가 크게 기대된다. 터키는 7년 내 공산품 전 품목에 대해 관세를 철폐할 예정으로 특히 전기·전자, 석유화학, 섬유 등의 품목에서 우리 제품의 대 터키 수출이 크게 증대될 것으로 전망된다.

'포스트 브릭스'의 대표 주자인 유망 신흥국

터키는 이른바 '포스트 브릭스(Post BRICs)'의 대표 주자이자 G-20 회원국이다. 글로벌 금융위기와 유럽 재정위기의 여파에도 불구하고 최근까지 꾸준한 고성장을 거듭하고 있는 거의 유일한 유망 신흥국이다. 터키 경제는 글로벌 금융위기 이전인 2002~2007년 연평균 7%대의 고성장을 거듭하며 세계의 주목을 받기 시작했다.

2008~2009년에는 글로벌 금융위기의 여파로 경제 성장세가 주춤하였으나 2010~2011년에는 다시 8% 이상 고성장했고, 올해도 유럽 재정위기의 여파에도 불구하고 3%

이상의 성장률이 기대된다. 이러한 터키와의 FTA는 앞서 언급한 단기적 효과보다는 중장기적 효과에 더 주목할 필요가 있다. 또한 앞으로 터키와 서비스·투자협정 협상을 진행해야 하며, 이는 유망 신흥국과의 FTA에서는 상품 무역협정 보다 중요할 수 있다. 이를 고려할 때, 향후 터키와의 경제 협력은 다음과 같은 관점에서 접근해 볼 수 있다.

첫째, 터키 자체의 시장잠재력을 활용하는 관점에서 먼저 접근할 필요가 있다. 터키는 우수한 저임의 노동력을 가지고 있을 뿐 아니라 인구의 50% 이상을 젊은 층이 차지하는 인구 구성을 가진 성장 잠재력이 큰 시장이며, 규모면에서도 EU 국가 중 독일에 이어 두 번째로 큰 인구 7,000만 명의 거대시장으로 매우 매력적인 유망 시장이다. 이러한 터키 내수시장에서의 수요에 부응하기 위해 터키가 추진하는 주요 경제개발 사업에 참여함으로써 양국 간 산업별 협력을 모색할 필요가 있다.

중앙아시아·중동·러시아 진출 교두보 역할

둘째, 터키가 가지고 있는 강점 중 무엇보다 중요한 것이 지정학적 이점이다. 터키는 유럽과 아시아 대륙의 연결 요충지에 위치하고 있을 뿐만 아니라 발칸 지역, 중앙아시아, 중동, 북부 아프리카, 흑해 연안 등 주변 신흥 유망시장과의 연결이 용이한 지정학적 장점을 지니고 있다. 거대 시장인 EU와는 관세동맹을 체결하고 있으며, 나아가 EU 회원국으로의 가입협상이 진행 중이어서 EU 시장 진출의 거점으로 활용 가능성은 매우 높다고 할 수 있다.

이러한 거대 시장과의 인접성과 함께 양질의 우수 노동력을 활용해 터키는 유럽의 새로운 제조업 기지 역할을 담당할 가능성을 보여주고 있다. 또한 문화, 언어, 종교적 유대가 강한 중앙아시아 터키계 공화국 및 인근 발칸, 카프카스, 중동 그리고 러시아



8월 1일 한국과 FTA에 정식서명한 터키는 유럽과 아시아 대륙의 연결 요충지에 위치해 주변 신흥 유망시장과의 연결이 용이한 지정학적 장점과 양질의 우수 노동력을 지니고 있다.

등에서 사업 기회를 모색하는 투자자에게 터키는 관문 또는 거점으로 활용될 수 있다. 터키는 주변 20여 개 국가와 자유무역협정(FTA)을 체결하고 있으며, 주도적으로 중동과 아프리카 국가와도 추가 협정체결을 추진하고 있어 주변 시장 진출 교두보로서 터키의 중요성은 더욱 커질 전망이다.

셋째, 주변 유망 시장인 중앙아시아·중동·러시아 등에 대해 공동 진출하기 위해 양국의 상호 보완성에 바탕을 두어 전략적 동반자 관계를 형성하고 이를 활용하는 것이 바람직하다. 즉, 한국의 기술과 자본에 터키의 노동력과 이미 이를 지역시장에 형성된 사업 기반 등을 활용할 경우, 건설 부문을 비롯한 다양한 분야에서 공동 진출이 가능할 것으로 보인다. 현재 터키는 주로 건설을 중심으로 통신, 금융 분야에 있어 중앙아시아 지역에 이미 진출해 상당한 사업 기반을 갖추고 있다.

향후 양국 간 다양한 차원의 교류 확대돼야 할 터

넷째, 한국과 터키 양국 간의 정서적 친밀감을 정부 차원 및 민간 차원의 활발한 교류를 통해 한층 심화시켜 나갈 필요가 있다. 터키는 한국전 파병 이후 형제 국가로 인식하며 정서적으로 상당한 친밀감을 보여주고 있으나, 양국 간 교류는 아직 미흡한 실정이다. 터키가 중앙아시아 지역을 진출함에 있어 문화적 유대를 활용한 접근을 중요시하였듯, 한국도 이미 형성된 정서적 친밀감을 교류 확대를 통해 한층 심화시켜 나가는 등 장기적인 관점에서 접근할 필요가 있다.

이와 같은 관점 하에 앞으로 터키와의 경제협력을 추진함에 있어 가장 유망할 것으로 전망되는 분야로 ▲원자력 및 신재생에너지 중심으로 한 에너지 협력 ▲자동차 부문의 산업 협력 강화 ▲정보통신 부문의 협력 ▲인프라 협력 등을 들 수 있다. 이러한 협력 유망 분야는 터키의 장기 발전 전략, 터키의 유망 산업 등과 더불어 한국의 경쟁력 있는 분야와도 일치한다. 에너지 해외 의존도가 매우 높은 터키는 안정적 에너지 수급을 최우선 목표로 중장기적 에너지 정책을 추진하고 있다. 에너지 수입선 다변화를 위해 원전 및 재생에너지 등 새로운 에너지원 개발에 주력하고 있다.

자동차 산업은 현재 한·터키 간 산업 협력이 가장 성공적으로 이루어지고 있는 분야이고 한·터키 FTA 발효 이후 양국 간 협력이 확대될 가능성이 가장 크다. 또한 터키 정부의 경제개발계획상 중점 추진 과제에서 개발 수요가 가장 두드러진 분야 중의 하나가 정보통신기술 부문이며, 특히 통신장비, IT 하드웨어 부문의 시장이 높은 성장세를 유지하고 있는 점에서 한국 기업의 진출이 유망할 것으로 기대된다.

FTA 활용 농산품 수출 성공 사례 분석

농산품도 FTA가 효자…지속적 수출 증가

유럽 재정 위기로 인한 글로벌 수요 감소에도 불구하고 2012년 상반기 한국의 농산품 수출은 전년 동기 대비 6.7% 증가한 19억9,000만 달러로 집계됐다. 특히 FTA 체결국으로의 농산품 수출은 FTA 발효 후 지속적으로 증가하는 추세며, 이는 농산품 수출에 있어 FTA가 갖는 중요성을 보여준다. 글 이홍표 기자 사진 한국경제신문



FTA 체결국으로의 농산품 수출은 FTA 발효 후 지속적으로 증가하는 추세며, 이는 농산품 수출에 있어 FTA가 갖는 중요성을 보여준다.

한국의 농산품 수출 중 FTA 체결국(지역)이 차지하는 비중은 24.2%로 아세안(13.0%), 미국(8.6%), EU(2.2%)가 대표적이다. 한국무역협회 국제무역연구원에 따르면 대 아세안 수출의 경우 2007년 6월 1일 FTA 발효 이후 매년 두 자릿수의 증가율을 보이고 있다. 2007년 하반기 9,770만 달러이던 대 아세안 농산품 수출액은 2008년 2억850만 달러, 2009년 2억5,110만 달러, 2010년 3억7,830만 달러, 2011년 4억6,300만 달러로 급성장하고 있다. 특히 2012년 상반기에는 전년 동기 대비 27.7%가 증가한 2억 5,900만 달러에 이르며, 품목별로는 기호식품(40.6%), 종자류(28.6%), 농산가공품(28.0%) 등의 품목이 큰 폭으로 증가했다.

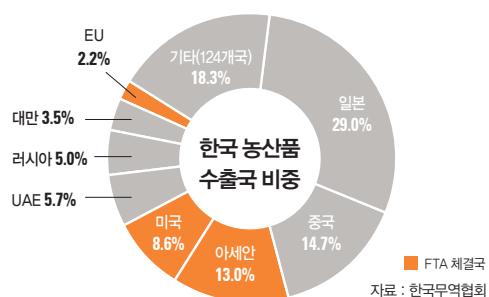
대 미국 수출은 FTA 발효(2012년 3월 15일) 이후 2012년 6월까지의 기간을 분석한 결과 전년 동기 대비 5.8% 증가한 것으로 나타났다. 지난해 동 기간의 수출액은 1억1,130만 달러였으나 올해 동 기간에는 1억1,170만 달러에 이른다. 품목별로는 종자류(15.4%), 기호식품(12.5%), 산[生]식물(9.3%) 수출이 크게 증가했다.

대 EU 수출에서도 FTA 발효(2011년 7월 1일) 이후 농산품 수출이 증가했는데, 발효 전 1년 간의 수출액 7,460만 달러에 비해 발효 후 1년 동안의 수출액은 17.6%가 증가한 8,770만 달러에 이른다. 품목별로는 종자류(57.1%), 산식물(30.0%), 과실류(23.5%), 농산가공품(23.4%)이 크게 늘었다.

단감, 아세안에 인기…싱가포르 수출 45.9% 늘어

한편 정부와 민간 농가들은 농산품의 대 FTA 체결국 수출 확대를 추진하는 등 수출 농업으로서의 체질 개선에 노력을 기울이고 있다. 특히 과실류, 벼슬류, 화훼류 및 농산가공품류 등에서 수출에 성공한 업체들은 적극적으로 FTA를 활용해 수출 취약 분야라 간주되어 온 농산품 분야 수출의 선도 주자 역할을 수행하고 있다.

단감은 한·아세안 FTA를 통해 주로 동남아 지역으로 수출되고 그 중 말레이시아(399만 달러)는 단감의 최대 시장으로 수출 비중은 42.6%에 이른다. 대 말레이시아 수출은 2011년 전년 대비 11.7% 수출량이 증가했다(단감의 경우 가을에 수확하기 때문에 2012년 상반기 수출은 비교가 어려움). 싱가포르의 경우는 2011년 수출액이 169만 달러로 말레이시아에 비해 규모는 작지만 전년 대비 수출 증가율은 45.9%에 이른다.



단감의 말레이시아 수입 관세는 2007년 한·아세안 FTA 체결 당시 13%에 달했으나, 점차적으로 2012년 완전 철폐되면서 가격경쟁력을 갖추게 됐다. 단감 수출업체인 M사는 FTA 관세 절감으로 해외 바이어들의 관심을 유도해 2011년 수출이 전년 대비 53% 증가했다. 이 같은 성과는 단순히 가격 경쟁력만으로 이뤄진 것은 아니다. FTA 활용과 함께 수출 창구를 단일화해 교섭력을 높이고 공동 브랜드를 제작해 적극적으로 해외마케팅을 벌이는 등 수출 중대 노력이 따랐기 때문이다.

새송이버섯 수출은 2011년 1,414만 달러로 2010년 대비 25.5%가 증가했고, 2012년 상반기에도 전년 동기 대비 25.0% 늘었다. 특히 대 EU 수출량을 FTA 발효 전후 1년 간 비교해 봤을 때 2010년 7월~2011년 6월 수출량은 340만 달러, 2011년 7월~2012년 6월 수출액은 563만 달러로 무려 65.8%가 증가해 FTA 효과를 톡톡히 본 것으로 나타났다. 새송이버섯 수출업체 M사의 경우 한·EU FTA로 관세가 즉시 철폐되면서 저렴한 중국산에 대해 가격경쟁력을 확보해 2011년 900만 달러의 수출 실적을 기록했다. 미국의 경우 FTA로 관세가 점진적 철폐(20%→5년 간 균등 철폐)되고 있어 일본산 새송이버섯에 대해 가격경쟁력이 확보되면 수출 중대가 예상된다.

라면, EU 관세 14.1% 철폐로 가격경쟁력 갖춰

면류는 올해 상반기 대 일본 수출이 하락해 수출증가율이 둔화되었음에도 불구하고 미국, EU 등 주요 국가(또는 지역)의 수출은 증가세를 유지하고 있다. 면류 수출은 2011년 2억9,025만 달러를 달성하며 전년 대비 20.9% 증가세를 나타냈다. 특히 올해 상반기는 전년 동기 대비 9.8%의 신장세를 보이고 있다.

대 EU 수출의 경우 FTA 전후 1년을 비교하면 19.8% 수출 증

① FTA 관세 절감
저렴한 중국산에 대응해 가격경쟁력을 회복하는데 있어 FTA 발효로 인한 관세 절감이 수출에 큰 도움이 되었음

② 안정적 수출 물량 확보
안정적 수출 물량을 확보하는 것은 농산품 수출에 있어 가장 중요한 요소이며, 해외 바이어의 신뢰 구축에 큰 영향을 줌.

농산품 수출 4대 요소

③ 품질 규격화
해외 바이어의 요구에 맞는 규격화된 품질이 확보되어야 수출이 가능하며, 이는 안정적 수출선 유지에 큰 역할을 함.

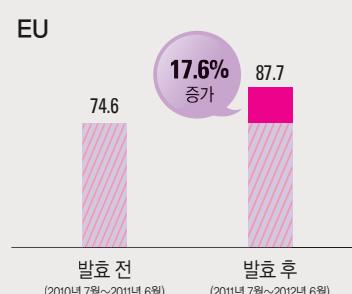
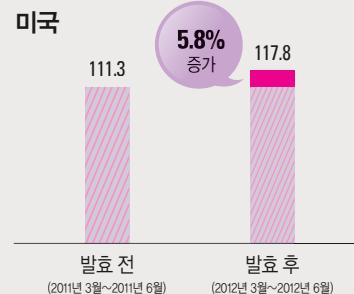
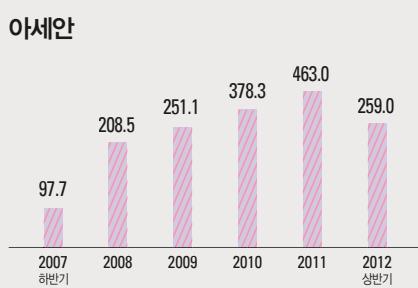
④ 적극적 해외 마케팅
수출에 성공한 업체들은 마케팅의 중요성을 깨닫고 적극적으로 해외 바이어들을 만나서 자사 제품을 홍보.

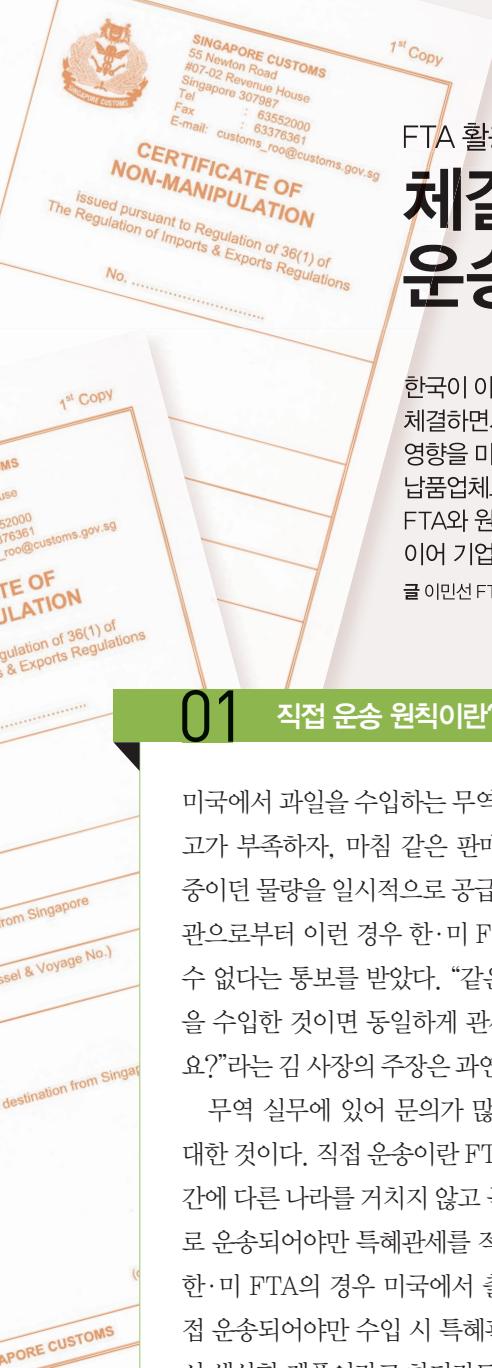
가율을 보였다. 라면 업체 K사의 경우 ○라면은 'Instant Soup', ○○게티는 'Instant Noodle'로 분류되어 각각 14.1%와 6.4%+ 9.7/100kg의 관세가 적용되어 왔다. 그러나 한·EU FTA 발효 이후 면류에 붙는 관세가 즉시 철폐되면서 가격경쟁력을 확보해 유럽 경제 위기와 중국산 저가 식품의 공세에도 불구하고 현지 수요가 급증하고 있다.

위 사례들을 보면 FTA 관세 절감과 함께 농산품 수출의 기본 요소인 안정적 물량 확보, 품질 규격화, 마케팅 강화 등도 필요한 것으로 분석된다. 아직까지 한국 농산품 수출은 국내 공급가격이 높으면 수출 예정 물량이 국내 공급 물량으로 전환되는 경우가 빈번하므로, 수출산업으로 육성하기 위해서는 안정적 수출 물량 확보가 중요하다. 뿐만 아니라 각 생산 농가마다 선별 기준의 통일이 이뤄져야 바이어를 만족시킬 수 있는 규격화된 품질이 가능해진다. 또한 한국 농산품에 대한 세계 소비자들의 인지도가 낮기 때문에 적극적인 해외 마케팅이 필요하다. ■

FTA 발효 이후 체결국별 농산품 수출 현황 (단위 : 백만 달러)

자료 : 한국무역협회





FTA 활용 필수 상식 완전 정복

체결 당사국 간 직접 운송해야 FTA 적용돼

한국이 아세안·유럽·미국 등 주요 경제권과 FTA를 체결하면서 이제 전 산업에 걸쳐 FTA의 효과가 직간접적으로 영향을 미치고 있다. 지방의 작은 중소기업이라 하더라도 납품업체로부터 원산지 확인서를 요구받는 일이 생기면서 FTA와 원산지 증명에 대한 이해는 필수 요건이 됐다. 지난 후에 이어 기업 실무자들이 꼭 알아둬야 할 FTA 상식을 살펴보자.

글 이민선 FTA무역종합지원센터 관세사



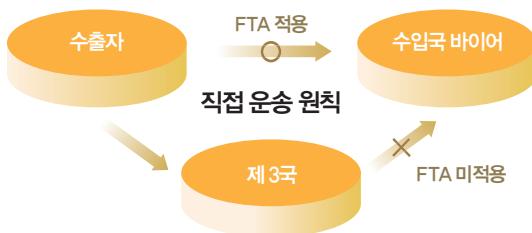
01 직접 운송 원칙이란?

미국에서 과일을 수입하는 무역상 김 사장은 미국 현지 재고가 부족하자, 마침 같은 판매상이 일본으로 보내 보관 중이던 물량을 일시적으로 공급받을 수 있었다. 그런데 세관으로부터 이런 경우 한·미 FTA의 관세 인하 혜택을 볼 수 없다는 통보를 받았다. “같은 판매자로부터 같은 물건을 수입한 것이면 동일하게 관세 혜택을 볼 수 있지 않나요?”라는 김 사장의 주장은 과연 맞는 것일까?

무역 실무에 있어 문의가 많은 것이 직접 운송 원칙에 대한 것이다. 직접 운송이란 FTA 체결국에서 선적되어 중간에 다른 나라를 거치지 않고 곧바로 FTA 체결 상대국으로 운송되어야만 특혜관세를 적용받는 것이다. 예를 들어 한·미 FTA의 경우 미국에서 출발한 물품이 한국으로 직접 운송되어야만 수입 시 특혜관세를 적용받는다. 미국에서 생산한 제품이라고 하더라도 일본 등을 거쳐서 올 경우

에는 적용받지 못한다. 보세구역에서 단순히 보관만 되었더라도 추가적인 가공을 거치지 않았다는 입증이 되지 않으면 FTA 적용이 어려울 수 있다.

직접운송 규정을 정해 놓은 이유는 환적을 이유로 중간 기착지에서 포장만 바꾸는 식의 재가공이 이뤄지는 것을 방지하기 위해서다. 관세 인하 혜택이 크기 때문에 변칙적으로 세관 관리감독이 허술한 국가를 이용하는 것을 원천적으로 막기 위한 것이다. 그러나 싱가포르처럼 중계무역이 발달한 나라의 경우 FTA 직접 운송 원칙으로 인해 환적 수요가 주는 것을 우려해 환적 시 세관 통제 하에 있었다는 것을 증명하는 서류(Certificate of Non-manipulation)를 발급하고 있다. 이 경우 FTA 협정 내용에 따라 직접 운송의 예외 규정으로 인정받을 수도 있지만, 기본적으로 직접 운송 원칙은 까다롭게 적용되는 부분이다.



FTA 체결국에서 선적되어 중간에 다른 나라를 거치지 않고 곧바로 FTA 체결 상대국으로 운송되어야만 특혜관세를 적용받을 수 있다.

한·미 FTA 제 6.13조 통과 및 환적

각 당사국은 다음의 경우 상품이 원산지 상품으로 간주되지 아니하도록 규정한다.

- 가. 그 상품이 하역·재선적 또는 상품을 양호한 상태로 보존하거나 당사국의 영역으로 운송하기 위하여 필요한 그 밖의 공정 이외에, 양 당사국의 영역 밖에서 이후의 생산이나 그 밖의 어떠한 공정이라도 거치는 경우, 또는
- 나. 그 상품이 비당사국의 영역에서 세관당국의 통제하에 머물러 있지 아니하는 경우

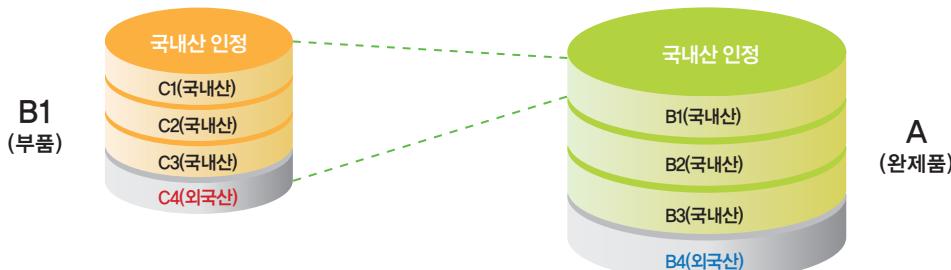
02 흡수(absorption) 규정이란?

지게차를 수출하는 박 사장은 원산지 확인을 위해 공장도 가격에서 국내산의 비율을 계산해 보기로 했다. 지게차에 들어간 부품 B1의 경우 국내산 재료가 90%, 수입산 10%로 국내산 판정을 받았다. 그렇다면 박 사장은 지게차(최종 완성품)의 부가가치를 계산할 때 B1 부품의 가치 90%만 국내산으로 반영해야 하는 것일까?

분업이 일반화된 오늘날의 제조업에서 완제품을 생산하기 위해서는 무수한 부품이 들어간다. 예를 들어 A라는 완제품을 만드는 업체가 부품 B1, B2, B3, B4를 구매했다고

하자. 부품 B1의 경우도 C1, C2, C3, C4라는 부품으로 만들어졌고, C1의 경우도 D1, D2, D3 등의 부품 또는 재료로 만들어졌을 것이다. A 업체가 D 단계까지 원산지 중명을 하려면 수백 가지 재료에 대해 국산과 외국산을 따져야 하는데, 이는 거의 불가능에 가깝다.

이 경우 B1이 국내산이라는 것을 증명하면 A의 제조사는 C, D 단계까지 생각할 필요 없이 B1을 100% 국내산으로 인정하는 것이 흡수규정이다. 전문가들 사이에서는 롤업(roll-up) 규정이라고도 불린다.



외국산 재료가 포함된 B1(부품)이 국내산으로 인정받은 경우 A(완제품) 단계에서 원산지 규정 시 B1의 공급 가격 100%를 국내산으로 반영한다.

03 ‘원산지 증명서’와 ‘원산지(포괄) 확인서’ 어떻게 다른가?

‘원산지 증명서’는 수출업체가 FTA 특혜 관세를 적용받기 위해 수입국에 제출하는 것이다. 수입국 세관에서 FTA 적용 여부를 판단하기 위한 서류라고 볼 수 있다.

원산지 증명서를 작성하기 위해서는 재료·부품 공급사에서 원산지 확인을 해 주어야 하는데, 이를 위해 발급하는 것이 ‘원산지 확인서’다. (건별 발행의 불편을 해소하기 위해 1년 간 사용 가능한 ‘원산지 포괄 확인서’도 있다.) 앞서 ‘흡수 규정’ 설명의 예에서 언급된 A의 제조사가 원산지 증명서를 만들기 위해서는 B1~B4 제조사로부터 원산지 확인서를 받아야 한다. B1 제조사 역시 원산지(포괄) 확인

서를 발급하기 위해서는 C1~C4 제조사로부터 원산지 확인서를 받아야 한다.

문제는 C, D 단계로 갈수록 규모가 작아져 E 단계까지 가면 직원 10명 이하 소규모 공장인 경우가 많은데 이 경우 원산지 확인에 대한 전문 인력도 없는 데다 당장 생산·납품에만도 인력이 부족한 상황이라 원산지 확인서를 발급하기 쉽지 않은 상황이다.

이럴 경우 주저하지 말고 각 지역 세관, 상공회의소, 중소기업진흥공단, FTA활용지원센터 등에 문의하면 무료로 상담을 받을 수 있다. [FAQ](#)



최종 수출자가 수입국 바이어에게 제출하는 것이 ‘원산지 증명서’, 국내 업체가 공급처에 제출하는 것이 ‘원산지(포괄) 확인서’다.

FTA무역종합지원센터 '스마트 FTA활용지원시스템' 본격 가동

언제 어디서든 스마트폰으로 FTA 활용한다

FTA무역종합지원센터(센터장 안현호 무역협회 부회장)는 중소기업의 FTA 활용을 효과적으로 지원하기 위한 '스마트 FTA활용지원' 시스템을 8월 16일부터 본격 가동한다고 밝혔다.

스마트 FTA활용지원시스템은 FTA 활용 정보를 찾거나 컨설팅을 희망하는 기업들이 기존 콜센터(1566-5114) 및 포털(okfta.or.kr)뿐만 아니라 모바일앱(Smart KITA), 트위터(twitter.com/kitaftha), 페이스북(facebook.com/kitaftha.7)을 통해서도 언제 어디서나 활용할 수 있게 만든 것이다. FTA무역종합지원센터 통합 포털(okfta.or.kr) 및 모바일 웹(m.okfta.or.kr)에서는 수출입 관세율, 원산지 기준, 원산지 판정 시뮬레이션 및 각종 FTA활용 정보를 제공하고 있으며, FTA무역종합지원센터에서 진행 중인 'OK FTA' 현장 방문 컨설팅 사업의 온라인 신청이 가능하다.

접수된 FTA 활용 애로 사항 등은 관세사 등 FTA무역종합지원센터 전문 인력들이 실시간으로 검토하고 처리 결과를 이메일



FTA무역종합지원센터가 8월 16일 출시한 '스마트 FTA활용지원시스템'을 통해 FTA 활용 정보를 찾거나 컨설팅을 희망하는 기업들이 기존 콜센터, 포털뿐만 아니라 모바일앱, 트위터, 페이스북을 통해서도 언제 어디서나 활용할 수 있다.

과 SMS로 기업에게 전달한다.

상담 이력 통합 관리…

중복 없이 다각도로 지원

한편, 접수된 애로 사항이나 상담 이력을 통합해 관리하는 '이력 통합 관리 시스템'도 스마트 FTA 활용 지원을 위해 도입되었다. 즉 기존에 각 지원 기관별로 개별 관리되던 FTA 활용 상담 및 컨설팅 이력을 하나의 시스템으로 통합해 지원 기관 간 공유가 가능하게 된 것이다. 통합된 이력은 맞춤형 기업 지원 정책 수립의 기초자료로 활용하며 지원 기관별 사업 연계 및 역할 분담의 체계화로 기업들은 종

복 없이 다각도로 지원을 받을 수 있게 된다.

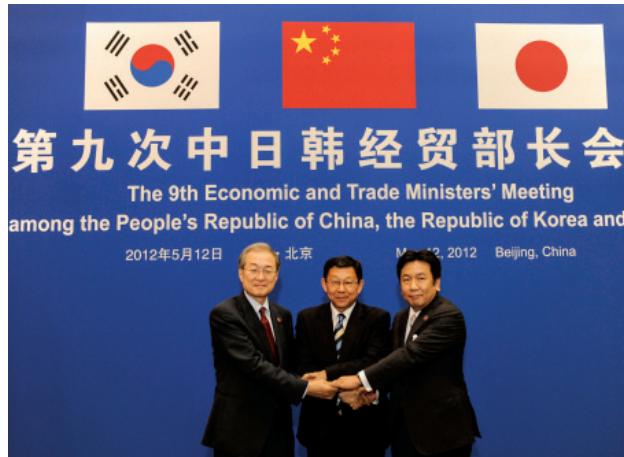
이에 따라 2012년 6월까지 FTA무역종합지원센터, 관세청, 중소기업청, 중소기업진흥공단 및 16개 지역 FTA활용지원센터에서 시행한 총 5,614건의 FTA 활용 지원 상담 및 컨설팅 내용이 동 시스템에 통합되었고, 향후 진행되는 사업의 이력 관리도 지속적으로 이루어질 예정이다.

한·중 FTA 제 3차 협상 개최

한·중 FTA 제 3차 협상이 8월 22일부터 24일 간 중국 웨이하이(威海)에서 개최됐다. 한국 측은 최경림 외교통상부 FTA 교섭대표를 수석대표로 기획재정부, 외교통상부, 농림수산식품부, 지식경제부 등 주요 관계부처가 참석했고, 중국 측은 위지안화(俞建華) 상무부 부장조리(部長助理: 차관보급)를 수석대표로 중국 측 관계부처들이 참석했다.

양국은 지난 5월 2일 한·중 통상장관회담 계기 협상 개시 선언 이래 현재까지 총 2차례 협상을 개최했으며, 제 1차 협상은 5월 14일 베이징에서, 제 2차 협상은 7월 3~5일 제주에서 한 바 있다. 금번 협상에서 양국은 상품, 서비스, 투자, 원산지 및 통관·무역원활화 등 각 분야별 협상지침에 관한 협상을 진행하고, 정부조달, 지재권, 전자상거래 및 경쟁 정책 등의 분야에서 전문가 회의를 개최하여 각 분야 관련 기술적인 의견을 교환했다.

제2차 한·중·일 FTA 사전 실무협의 개최 아시아 3강, FTA로 더욱 강해진다



8월 21일 중국 칭다오(青島)에서 제2차 한·중·일 FTA 사전 실무협의가 열렸다. 사진은 올해 5월 12일 열린 3국 통상장관 회의 모습.

정부는 8월 21일 중국 칭다오(青島)에서 개최된 제2차 한·중·일 FTA 사전 실무협의에 참석하여, 중국 및 일본 측과 협상 기본원칙, 협상 범위, 협상 추진방식 등에 관한 입장을 상호 교환했다.

한국 측은 최경립 외교통상부 FTA 교섭대표를 수석대표로 외교부, 기획재정부, 지식경제부, 농림수산식품부 관계자 등이 참석했고, 중국 측은 위지엔화(俞建華) 상무부 부장조리(部長助理)가, 일본측은 니시미야 신이치(西宮伸一) 외무성 외무심의관이 수석대표로 참석했다.

이번 실무협의는 올해 5월에 개최된 한·중·일 정상회의 계기로 3국 정상이 한·중·일 FTA 협상의 연내 개시 선언을 위한 준비작업 착수에 합의함에 따라 이루어진 것으로, 1차 협의는 2012년 6월 동경에서 개최된 바 있다. 제 3차 사전 실무협의는 3국 간 순환 개최 원칙에 따라 한국에서 개최될 예정이며 구체적인 일자는 3국 간 협의를 통해 추후 결정될 예정이다.

한국 정부는 사전 실무협의의 결과를 바탕으로 한·중·일 FTA 협상 개시와 관련한 국내 절차를 추진해 나갈 예정이며, 이와 별도로 한·중·일 FTA와 관련된 국내 이해 관계자 및 전문가 의견도 지속 수렴해 나갈 계획이다.

제13차 FTA 활용 지원 정책협의회 FTA 미활용 기업 적극 지원키로

8월 9일 기획재정부 대회의실에서 김동연 기획재정부 제2차관 주재로 ‘제13차 FTA 활용 지원 정책협의회’가 개최됐다. 이 자리에서는 ‘한·미 FTA 미활용 기업에 대한 맞춤형 지원방안’ 및 ‘FTA 활용 중소기업 성공 사례 경진대회 개최 결과 보고’ 등을 논의했다.

FTA 미활용 기업 지원과 관련해서는 ‘바로 FTA 활용이 가능한’ 관심품목군을 중심으로, 수출기업 중 활용이 미흡한 기업의 미활용 사유를 분석하여 이에 대응한 맞춤형 지원을 제공하기로 했다. 관심품목군은 동종 기업이 적음에도 FTA 활용률이 낮은 43개 품목(자동차 부품, 석유 제품 등) 중에서 △수출활용률이 75% 미만이면서 혜택관세율이 1% 이상인 품목 또는 △혜택관세율이 1% 미만이면서 수출액이 1억불 이상인 품목으로 정했다.

관심품목군의 경우 미국에 수출하는 기업 968개사를 대상으로 지난 3월 15일부터 6월 30일까지 FTA 활용 여부 및 미활용 사유 등을 조사한 결과, 응답 기업 중 원산지 관리 미시행 기업은 230개(36.4%)로, 미시행 사유는 ‘미국 바이어의 요청 없음(34%)’, ‘FTA 활용 역량 부족(18%)’이 다수를 차지했다.

이에 따라 미국 바이어의 요청이 없는 경우는 △미국 수입자 대상 홍보 및 FTA 활용 역량 강화 지원 △‘산업별·품목별 FTA 활용 정보’를 영문으로 작성·제공하고, ‘미국 수입자 대상 현지 설명회, 간담회’ 등 개최, 영문 FTA 포털을 개설하기로 했다.

FTA 활용 방법을 알지 못하거나 원산지 관리역량이 부족한 경우 원산지 관리 시스템(FTA-PASS) 구축 등을 지원하고, 활용이 저조한 지역 대표 산업을 선정해 지원하는 한편, ‘원산지 사전진단 서비스’를 확대 제공하고 필요시 ‘원산지관리 보완 컨설팅’을 제공한다.



패션 한류, 그 현장을 가다

지난해 뉴욕에서
열린 제일모직
여성복 구호(Kuho)의
2011 F/W 컬렉션.

헐리우드 스타일? 한국 스타일로 승부한다

패션은 그저 한때의 유행이 아니다. 패션은 그 시대상의 반영이며, 그 나라의 문화 수준을 말해주는 중요한 지표다. 한국 패션은 이제 자존심을 걸고 세계와 겨룬다. 글 이현주 기자 사진 한국경제신문

K-팝 스타들의 패션, 실시간으로 세계 퍼져

한때 한국 패션은 ‘따라 하기 패션’이란 말이 많았다. 헐리웃이나 일본에서 유행했던 패션 아이템들이 길게는 몇 년, 짧게는 몇 개월이 지나 한국에서 유행하곤 했기 때문이다. 하지만 그것도 이젠 전부 옛말이다. 인터넷의 발달로 전 세계의 패션경향을 실시간으로 파악할 수 있다 보니 헐리웃과 거의 동시에 같은 패션 아이템이 유행하게 되었고 때로는 외국보다 한국의 패션 경향이 앞서 나가는 경우도 있다. 특히 몇 년 전부터 한류드라마와 K-팝 블이 크게 일기 시작하면서 홍콩이나 중국을 비롯한 아시아권에서는 한국 패션 브랜드에 대한 인식이 높아져갔다. 일례로, 중국이나 홍콩의 유명 백화점에는 로엠·빈폴·스코필드·쿠아·헤지스 등의 국내 패션 브랜드들이 입점해 웬만한 명품 브랜드 못지 않은 인기를 누리고 있다.

중국만이 아니다. 이미 진작부터 동대문 마켓에서 보따리로 옷을 수입해가던 일본에서도 한국 패션에 대한 관심은 뜨겁다. 특히 카라·소녀시대·빅뱅·장근석 등 한국 가수들이 일본에서 크게 히트하면서 그들의 무대 의상뿐 아니라 일상복, 공항패션에 관심을 두는 이들이 늘어나기 시작했다. 이에 고무된 한국 패션업체들은 일본 시장을 겨냥해 본격적인 일본 진출을 꾀하고 있다.

실제로 ‘스파오’ ‘미쏘’ 등의 브랜드를 지니고 있는 이랜드는 일본 백화점에 입점하기 위한 협의들



국내서 열린
외국인 한류 패션
대회(왼쪽)와
해외에서 열린
한국의 웨딩드레스
페어 모습.

을 해오고 있고, 지난 2월에는 ‘코데즈컴바인’과 ‘니(NII)’가 일본 나고야의 한류 쇼핑몰과 홀세일 비즈니스를 시작하기도 했다. 이 외에도 다양한 한국 패션브랜드들이 일본 에이전시들로부터 일본 진출을 제안 받고 있어 조만간 가시적인 성과가 나올 것이라는 예상들이 많다.

기획사와 패션브랜드 협업으로 세계 시장 공략

K-팝 스타들을 단순히 모델로 활용하는 것에 그치지 않고 브랜드 자체를 성장시키려는 시도를 하는 경우도 있다. 한류의 영향력이 커짐에 따라 한류와의 전략적 연계로 한국 패션으로 글로벌 시장을 공략하려는 대형 패션업체들이 점점 늘어나고 있는 것이다. 지난 6월, 제일모직과 YG엔터테인먼트는 전 세계 시장에 패션 한류를 일으키겠다는 목표로 신규 사업을 위한 계약을 체결했다. 토텔라이프스타일 브랜드를 목표로, 제조·생산·유통은 제일모직이 맡고 젊은 층과 소통하고 트렌드를 읽어내는 디자인적인 부분은 YG엔터테인먼트가 맡아 글로벌 온라인 시장과 편집매장 등을 통해 전 세계 시장에 선보일 계획이다. 비슷한 시기에 리복 역시 JYP엔터테인먼트와 파트너십 계약을 맺었다. 이 협약에 따르면 리복은 JYP 소속 가수들의 신곡과 뮤직비디오를 공동 제작하고, 뮤직비디오에 브랜드 이미지를 담게 될 예정이다.

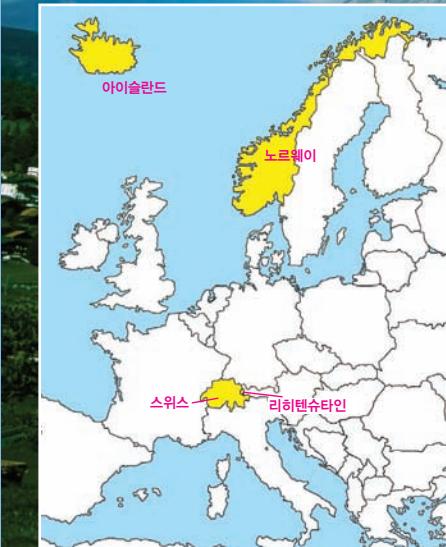
사실 이러한 패션브랜드와 K-팝과의 결합은 아일랜드와 SM엔터테인먼트가 지난 2009년에 먼저 시도했던 일들이었다. 당시 아일랜드는 SM엔터테인먼트와 합작 벤처회사를 설립하고 자사의 SPA 브랜드 ‘스파오’의 운영과 마케팅을 맡기고, ‘스파오’ 모델로 소녀시대, 슈퍼주니어 등의 SM엔터테인먼트 소속 가수들을 활용하면서 한류마케팅의 성공사례를 보여줬다는 평가를 받았다. 실제로 아일랜드와 SM이 공동 마케팅을 진행한 이후 ‘스파오’ 매출은 3년 만에 7배 이상의 매출 신장을 기록하는가하면, 해외 소비자들에게 ‘스파오’라는 브랜드 이미지를 제대로 각인시키는 효과를 맛보았다.



FTA로 섬유·의류 수출의 성장 발판 마련돼

한류드라마나 K-팝 스타들 못지않게 패션 한류의 성공 가능성을 높이는 요소는 바로 FTA다. 비단 한·미 FTA뿐만 아니라 세계 각국과의 FTA 체결은 국내 패션업계에 많은 긍정적인 영향을 끼치고 있다. FTA 체결로 인해 국내산 섬유·원단에 매겨져 있던 관세가 철폐되면서 중국이나 일본 등의 경쟁국보다 좀 더 유리하게 수출의 발판이 마련되었기 때문이다. 거기다 FTA 체결로 인해 무역 거래량 및 잠재적 시장 규모의 확대를 꾀할 수 있어 패션 한류의 미래는 더욱 더 긍정적이다.

한류와 FTA라는 두 날개를 얹은 한국 패션은 세계인의 마음을 사로잡는 ‘한국 스타일’로 성장할 것으로 예상된다.



신비한 자연의 매력이 가득한 EFTA 국가를 아시나요?

중세에 멈춘 도시…‘슬로 라이프’를 즐겨라

저마다 유서 깊은 역사와 아름다운 자연들을 자랑하는 유럽 국가들 중에서도 EFTA(유럽자유무역연합) 회원국인 스위스, 리히텐슈타인, 노르웨이, 아이슬란드의 매력은 한층 더 특별하다. 자연이 빚어낸 최고의 비경을 자랑하는 EFTA 회원국을 만나보자.

글 박진영 기자 사진 한국경제신문

2006년 9월에 발효된 한-EFTA FTA를 통해 우리나라로부터의 모든 공산품 및 수산물의 관세는 100% 철폐되었고, EFTA 상품의 관세 86.3%(10년 내 99.1% 관세 철폐)가 즉시 철폐되었다. EFTA의 회원국은 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인 등 총 4개국이다.

스위스, 알프스와 철도의 나라

EFTA의 회원국 중에서 우리나라와의 무역 거래량이 가장 많은 곳이 바로 스위스다. 스위스의 수도이자 사계절 각기 다른 분위기를 자랑하는 낭만적인 도시 베른은 특히 중세의 신비로운 매력이 가득한 곳이다. 베른 대성당 및 고풍스러운 건물들이 가득한 이곳은 특히 세월의 흐름이 느껴지지 않는 곳으로 중세적인 분위기가 생생히 살아있는 구시가지 전역은 유네스코 세계문화유산으로 등록되어 있기도 하다.

Switzerland

수도 베른
언어 독일어 프랑스어 이탈리아어, 로망슈어
면적 41,290km²
인구 약 7,655,628명
세계위치 (OEA 기준)
GDP 6,209억\$ 세계20위 (2012년 IMF 기준)
종교 가톨릭 42%, 개신교 35%, 이슬람교 4%

알프스의 매력을 맛보고 싶다면 체르마트에 가자. 알프스 산의 명봉 마테호른 정상이 보이는 계곡 입구에 위치한 체르마트는 4,000m가 넘는 산들이 둘러싸고 있어 알프스의 분위기를 한껏 즐길 수 있는 곳이다. 알프스의 고개를 넘는 스위스의 철도는 세계문화유산에 등재될 정도로 남다른 매력과 가치를 가지고 있다. 그 중 196개의 다리와 53개의 터널을 지나는 래티셰 철도는 알프스의 자연을 훼손하기는커녕 오히려 자연과 조화를 이뤄냈다는 평가를 받는 최고의 철도 중 하나다.

Liechtenstein

수도 파우츠
언어 독일어
면적 160km²
인구 36,304명 (2011년 추정)
GDP 48,26억\$ (2009년 기준)
종교 로마가톨릭 76.2%, 개신교 7%

리히텐슈타인, 작지만 풍요로운 부국(富國)

바티칸시국, 산마리노, 모나코공국 등에 이어 세계에서 여섯 번째로 작은 유럽의 공국(公國) 리히텐슈타인은 비록 크기는 작지만 세계인들이 가장 부러워하는 평화의 나라이기도 하다. 1867년부터 영세중립국



알프스의 고개를 넘는
스위스 철도.

중세 시대 고성들,
피오르드 등 볼거리가
풍부한 노르웨이.

아이슬란드의
블루라곤 온천.

으로 있으며, 납세와 병역의 의무가 없고 왕족 이외에는 빈부의 차도 거의 없고 실업과 범죄도 거의 없는 가장 이상적인 나라인가 때문이다.

수도인 파두츠 중심에 위치한 리히텐슈타인 국립미술관에는 국가적인 보물들과 함께 리히텐슈타인의 왕 가 소장품을 전시하고 있는데, 특히 루벤스나 랜브란트 등 세계적인 화가들의 작품들이 즐비해 있다. 현재도 리히텐슈타인을 다스리는 군주인 한스 아담2세 일가가 살고 있는 14세기식 성인 파두츠 성과 세계 최고의 와인 중 하나인 리히텐슈타인 와인이 탄생되는 왕자의 포도밭, 마을을 둘러싸고 있는 알프스 산맥과 계곡의 풍경 모두가 관광명소다운 장관을 선사한다.

노르웨이, 바이킹의 전설이 살아숨쉬는 곳
 스칸디나비아 반도 북서쪽으로 길게 늘어선 노르웨이의 수도는 북유럽 제1의 문화도시로 손꼽히는 오슬로다. 오슬로는 흔히 '신들의 정원'이라 불리기도 하는데, 현존하는 가장 오래된 중세건물 중 하나인 아케르스후스 성, 노르웨이 대표화가 뭉크의 '절규'를 볼 수 있는 국립미술관, 노르웨이의 조각가 비겔란드 (Vigeland)의 조각들이 전시되어 있는 비겔란드 조각공원 등 다양한 볼거리를 지니고 있다.

Iceland

수도 레이캬비크
언어 아이슬란드어
면적 103,000km²
인구 30만6,694명
(2010년 기준)
GDP 140.59억\$
(2011년 IMF 기준)
종교 복음루터교
85.5%, 레이캬비크
자유교회파 2.1%

Norway

수도 오슬로
언어 노르웨이어
면적 323,802km²
세계68위 (CIA 기준)
인구 4,660,539명
(2009년 추정)
GDP 5.015억\$
세계23위
(2012년 IMF 기준)
종교 복음루터교 85%

노르웨이는 특히 빙하가 만들어낸 아름다운 피오르드와 호수, 폭포 등의 자연경관이 일품인데, 그 중에서도 길이 205km, 최대수심 1,3km, 계곡깊이 3km에 달하는 세계에서 가장 길고 깊은 피오르드인 송네 피오르드는 그야말로 자연의 위대함을 느낄 수 있는 곳이다.

아이슬란드, 얼음과 불의 환상적인 조화

 북아메리카 대륙과 유럽 대륙 중간의 북대서양에 위치한 섬나라인 아이슬란드는 빙하와 온천을 모두 즐길 수 있는 곳이다. 섬 전체가 해발 600~800m 내외의 고원형 지형을 이루는 곳으로 해클라 화산을 비롯하여 20여 개의 활화산과 100개 이상의 화산들이 분포하고 있는 반면, 전 국토의 약 11%가 빙하로 덮여있는 곳이기도 하다. 불과 얼음의 매력이 함께 공존하는 나라인 셈이다. 여름에는 차고 서늘하고, 겨울에는 온화한 기후 덕분에 휴양지로도 손색이 없다.

아이슬란드에서 가장 손꼽히는 관광지 중 하나는 바로 세계 최대 규모의 온천으로 손꼽히는 블루라곤 온천이다. 광물질과 미네랄이 풍부해 피부병 치료 및 미용에 효과가 좋은 노천 해수 온천으로 바다와 하늘, 온천의 매력을 한꺼번에 누릴 수 있는 세계 최고의 스파 중 하나다. 

한국 건축, 한류의 새 장을 열다

한옥 마을 ‘띵호아’, 유럽선 온돌 난방 ‘베리 굿’

드라마와 K-팝에 이어 이제 한국 건축이 새로운 한류의 주역이 되어가고 있다. 첨단 건축기술과 한옥의 독창성, 온돌의 우수성으로 세계를 사로잡고 있는 건축 한류의 현주소를 짚어본다. 글 이현주 기자 사진 한국경제신문



지금까지 한국 건설, 건축회사들은 세계적인 건물들을 많이 건설, 건축, 시공하며 한국 건설건축의 우수성을 증명해 왔다. 일례로 ‘21세기 건축의 기적’으로 불리는 싱가포르의 ‘마리나 베이 샌즈 호텔’이나 세계 최고층 빌딩인 아랍에미리트의 ‘부르즈칼리파 타워’ 등도 모두 한국 건설사가 지은 건물들이다. 이처럼 최첨단 기술력과 우수한 시공력 등으로 건설 건축을 주도해 온 한국이지만, 최근에는 조금 다른 양상으로 건축 한류의 힘을 세계 각국에 보여주고 있다. 한옥과 온돌 등 가장 한국적인 요소로 세계 건축계에 신선한 반향을 일으키고 있는 것이다.

이제는 한옥 수출 시대

여름엔 시원하고 겨울엔 따뜻한 집, 사람과 자연을 가장 잘 이어주는 집, 절제된 유려한 곡선이 아름다운 집, 모두 한옥을 이르는 말이다. 우리네 옛 선조들이 생활에서 발견한 다양한 삶의 지혜를 하나의 집으로 형상화한 한옥은 최근 들어 웰빙과 자연친화에 대한 사람들의 관심이 늘어나면서부터 국내외에서 새삼 높은 평가를 받고 있다. 특히 ‘대장금’이나 ‘동이’ ‘이산’ 등 한국 사극들이 세계 각국에서 높은 인기를 누림에 따라 드라마 속에 등장하는 한옥에 대한 관심들도 점점 더 커지고 있다.

그 결과 지난 해에는 국내 한옥건축 전문 업체와 국

◀ 지난해
중국 동북부
헤이룽장(黑龍江)
성(省)에 위치한
밍싱촌(明星村)에
열린 한옥마을
설명회. 현재 한옥
1,500여 채가
공사 중이다.

내 종합건축사무소가 손을 잡고 한옥의 해외 수출을 성사시켰다. 중국 동북부 헤이룽장(黑龍江)성(省) 낭안(寧安)시에 위치한 밍싱촌(明星村)에 한옥형 호텔 1곳과 전용면적 50m², 85m², 150m² 규모의 한옥 일반주택 1,500여 채를 짓기로 한 것이다. 해외 최대의 한옥마을이 될 이곳은 현재 한창 공사 중으로 올해 말쯤이면 한옥신도시로서의 완성된 모습을 보여줄 예정이다.

밍싱촌 한옥마을 프로젝트는 지난 2009년 중국 중앙정부가 지방 소도시 육성 프로젝트를 진행하면서 시작됐고 중앙정부가 부담하는 한옥마을 전체 사업비는 약 5억 위안(약 846억 원)에 달한다. 이 가운데 한옥형 별장·주택을 건설하는 데 드는 사업비는 약 6,000만 위안(약 101억 원) 정도다. 아직까지 한옥의 수출 실적은 아직 중국밖에 없지만 아시아는 물론이고 독일을 중심으로 유럽 각지에서 한옥에 대한 관심이 점점 더 늘어나고 있는 만큼 장차 한옥을 중심으로 하는 건축 수출의 길은 한층 더 넓어질 전망이다.

온돌, 세계의 추위를 녹이다

한옥이 이제 막 수출의 가능성을 봤다면, 온돌은 이미 세계 각국으로 활발하게 수출되고 있는 히트 아이템이라 할 수 있다. 온돌은 바닥을 데워 그 복사열이 자연스

▶ 국내 업체들이
생산하고 있는
온돌시스템은
남아프리카와 유럽
라트비아, 러시아,
노르웨이 등으로
매년 수십만 달러
이상씩 활발히
수출되고 있다.



쉽게 공기에 퍼져 온기를 전하는 방식으로 한번 데워진 바닥은 많은 연료를 소모하지 않고도 오랜 시간동안 그 열을 유지하기 때문에 에너지 효율도 좋은 난방 시스템이다. 한국이 세계에 자랑할 수 있는 고유문화 중 하나인 온돌은 십 여 년 전부터 세계 각국에 전파되며 높은 인기를 누렸다. 다다미 문화를 자랑하는 일본에서도 몇 년 전부터 온돌 난방을 채택하는 신축아파트가 하나 둘씩 늘어나기 시작했고, 온돌 난방이라곤 전혀 없었던 중국에서도 2005년 무렵부터 온돌 난방을 채택하는 고급아파트들이 늘어나기 시작했다. 독일이나 스위스, 덴마크 등 유럽도 마찬가지다. 공기를 데우는 대류 난방법 대신 온돌식 바닥 난방에 뜨거운 관심을 보이며 신축 건물들이나 코펜하겐의 오페라하우스 같은 대형 건축물에도 바닥 난방을 채택하고 있는 중이다.

온돌의 인기는 국내의 온돌시스템의 수출 현황만 봐도 잘 알 수 있다. 현재 국내 업체들이 생산하고 있는 온돌 시스템들은 남아프리카와 유럽 라트비아, 러시아, 노르웨이 등으로 매년 수십만 달러 이상씩 활발히 수출되고 있다. 뜨끈뜨끈한 한국의 아랫목이 세계 각국의 추위를 녹이는데 톡톡히 한몫을 하고 있다.



FTA는 '건축 한류'의 새로운 날개

한옥과 온돌 외에 한국산 건축 내외장재와 바닥재 인기도 만만치 않다. 바닥재의 경우, 한·EU 및 한·미 FTA 발효 이후 관세 인하 효과를 통해 가격경쟁력을 확보하면서 해외시장에서 비약적인 성과를 이뤄내고 있다. 일례로, 친환경 플라스틱 바닥재를 생산하는 업체인 '동신프리마'의 경우, 개도국 경쟁사들의 저가 공세와 국제유가 급등으로 수입 원재료 가격이 오르는 등 여례 악재가 겹쳤지만 신제품을 개발하고 FTA를 최대한 활용해 가격 경쟁력을 확보하면서 수출 실적이 급증했다.

지난 해 3월 15일부터 4월 20일까지 한 달 간 55만 달러였던 대미 수출액은 한·미 FTA가 발효된 올해 같은 기간 84만 달러로 53%나 급증한 한편, 2010년 7월부터 2011년 4월까지 85만 달러였던 EU 지역 수출액은 한·EU FTA가 발효된 지난해 7월부터 올해 4월까지 110만 달러로 30% 가량 늘어났다. 한·미 FTA의 경우 플라스틱 바닥재의 관세 인하 효과가 10년을 기준으로 5.3%p에 달하고, EU 지역은 6.5%p로 달하는 만큼, 수출 성장세는 앞으로도 계속 지속될 전망이다. ■



FTA 경제 영토 베스트 10

한국 '경제 영토' 3위…FTA 경쟁서 앞서가

글 우종국 기자

경제 영토

$$= \frac{\text{'자국 + FTA 체결국' GDP 합계}}{\text{전 세계 GDP}}$$

2000년 이후 각국의 무역 전쟁은 FTA 체결로 인한 경제 영토 확장 양상으로 바뀌고 있다. FTA는 양자 간 협정이기 때문에 FTA를 체결하지 못한 나라는 상대적으로 해당 국가에 수출할 때 불리해질 수밖에 없고, 이는 FTA가 확대될수록 가속화될 수밖에 없다. 다행히 수출 주도의 산업 구조를 가진 한국은 FTA 지각생이었으나 한·칠레 FTA를 시작으로 적극적인 FTA 체결에 나서 현재 경제 영토(GDP 기준)로만 보면 세계에서 세 번째로 앞서 있을 정도로 'FTA 선진국'이라고 할 수 있다.

경제 영토, 칠레·멕시코·한국 순

그렇다면 전 세계에서 FTA를 통한 경제 영토 확장에서 가장 앞선 나라는 어디일까. 현재(2012년 5월 기준) 53개국(18건)과 FTA 발효 중인 칠레가 경제 영토 78.5%로 1위다. 칠레는 1997년 캐나다와의 FTA 발효를 시작으로 멕시코(1999년), 중미공동시장(CACM, 2002년), EU(상품 2003년, 서비스 2005년), 미국(2004년), 중국(상품 2006년, 서비스 2010년), 일본(2007년) 등 일찌감치 거대 경제권과의 FTA를 체결, 발효할 정도로 FTA에 적극적인 국가다.

두 번째로 경제 영토가 넓은 국가는 멕시코로 64.1%에 이른다. 멕시코는 1994년 미국, 캐나다와 함께 북미자유무역지대(NAFTA)를 발효하면서 FTA를 시작해 현재 44개국과 12건의 FTA를 발효한 상태다. 코스타리카(1995년), 볼리비아(1995년), G3(멕시코·콜롬비아·베네수엘라(현재 탈퇴), 1995년) 등 주로 남미 지역 국가들이 건수로는 높은 비중을 차지하고 있지만, 미국, EU, 일본 등과의 발효를 통해 GDP 상으로 높은 점유율을 보이고 있다.

세 번째는 한국으로 현재 45개국과 8건의 FTA를 발효한 상태다. 현재 협상 중인 중국이 포함될 경우 한국의 경제 영토는 57.3%에서 66.7%로 커지게 돼 멕시코를 제치고 세계 2위가 될 수 있다.

네 번째는 싱가포르로 현재 24개국과 13건의 FTA 발효 중이다. 싱가포르는 1993년 아세안자유무역지대(AFTA)를 시작으로 뉴질랜드(2001년), 일본(2002년), EFTA(2003년), 호주(2003년), 미국(2004년) 등 2000년대 이후 FTA를 가속화하며 현재 경제 영토는 51.8%에 이른다. 다섯 번째는 페루로 14개국과 9건의 FTA를 발효 중으로 경제 영토는 38.7%에 이른다.

여섯째인 유럽자유무역연합(EFTA)는 51개국과 22건의 FTA를 발효 중인데, 건수로만 따지면 굉장히 많지만, 작은 나라들과의 FTA가 많다. 일곱째는 EU로 경제 영토는 33.4%에 이르고 있고, 여덟 째는 미국으로 32.7%다. 미국은 현재 19개국과 13건의 FTA를 맺고 있는데, 경제 규모에 비해 FTA에 적극적인 편은 아니다. 마찬가지로 일본과 중국은 FTA에 적극적이지 않은 편이지만 각각 경제 영토 17.0%, 16.1%로 9위와 10위를 차지하고 있다.

주요국 경제 영토 순위 2010년 영토 GDP 기준

랭킹	국가명	경제영토
1위	칠레	78.5
2위	멕시코	64.1
3위	한국	57.3
4위	싱가포르	51.8
5위	페루	38.7
6위	EFTA	36.6
7위	EU	33.4
8위	미국	32.7
9위	일본	17.0
10위	중국	16.1

자료 : 기획재정부(한국무역협회 자료를 바탕으로 자체 업데이트)



세계로 가는 열린 시장의 기회

경기·경기북서부 FTA활용지원센터

가 함께 하겠습니다

전 세계적으로 FTA는 점차 증가되고 있는 추세입니다.

한·칠레 FTA를 시작으로 대한민국은 유럽과 미국 등 전 세계 45개국과 FTA를 발효하였으며,
이는 대한민국이 FTA 허브 국가가 되었음을 의미합니다.

경기·경기북서부 FTA활용지원센터는 점차 확대되고 있는 FTA 시대에 적극 대응해,
기업들이 해외로 진출하고, 국제경쟁력을 강화할 수 있도록 아낌 없이 나서도록 하겠습니다.

당신의 좋은 파트너 FTA활용지원센터가 귀하의 더 큰 도약을 지원합니다.

1688-4684

경기FTA활용지원센터

경기도 수원시 영통구 이의동 906-10 한국나노기술원 1층
FAX 031-546-6775

경기북서부FTA활용지원센터

경기도 고양시 일산서구 대화동 킨텍스 제2전시장 2층
FAX 031-995-7485

전국 15개 지역에 FTA활용지원센터가 운영되고 있으며 교육, 상담 및 컨설팅 등 지역별로 다양한 FTA 서비스가 제공됩니다.

인천 032-810-2854 대구 053-751-5765 부산 051-990-7082 울산 052-287-3060 광주 062-350-5864 대전 042-480-3042 전북 063-711-2045
전남 061-282-9774 강원 033-256-3068 충북 043-229-2721 충남 041-539-4542 경북 054-454-6601 경남 055-210-3043 제주 064-757-2164

넓어진 세계시장, FTA 활용으로 풀겠습니다!



FTA무역종합지원센터

● 정보 제공

- FTA 활용 정보 통합 제공
- 해외 전문가 초청 FTA 활용 비즈니스 전략 제공
- 해외 진출 및 투자 유치

● 애로 해소

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

● 교육 및 홍보

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

● 컨설팅

- FTA 활용 비즈니스 모델 컨설팅
- HS 품목 분류, 인증수출자, 원산지 증명 관련 컨설팅
- FTA 원산지 관리 시스템 구축, 사후 검증 대응 컨설팅

전국 어디서나 FTA 활용 지원 OK!

T. 1566-5114 / okfta.or.kr



한국무역협회