



대한민국이 또 해냈습니다 '녹색기후기금' GCF 유치 성공!

'환경분야의 세계은행'을 우리나라(인천 송도)에 유치했습니다.

녹색기후기금(GCF : Green Climate Fund)은 개발도상국들이 기후변화에 대응할 수 있도록 돋는 국제기구입니다.

녹색기후기금은 개도국의 온실가스 감축과 기후변화 적응을 지원하게 됩니다.

연간 3800억 원의 경제적 파급효과를 거둘 수 있습니다.

소비자출 증가, 각종 국제회의·세미나에 따른 일자리 창출, 항공·숙박·관광수요, 투자 유치, 국가 브랜드 상승으로 경제적 효과가 연간 3800억 원에 이를 전망이고(KDI 분석), 인천 경제에만도 1900억 원의 파급효과를 낼 것으로 보입니다(인천발전연구원 분석).

저탄소 녹색성장을 견인하는 글로벌 리더가 되겠습니다.

"가을하늘 공활한데 높고 구름없이~♪"라는 애국가 가사처럼, 대한민국은 지구를 푸르게 지켜내는 수호천사가 될 것입니다.

기획재정부·외교통상부·환경부·법무부·녹색성장위원회·지식경제부
국토해양부·인천광역시·GCF민간유치위원회·한국무역협회



함께하는

FTA

한·EU FTA 성과와 과제

EU와 손 잡고 세계무역의 중심에 서다

임박한 터키·콜롬비아와의 FTA 심층 분석





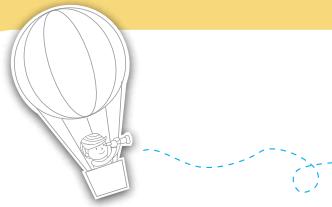
중국, 일본 등 경쟁국은 미국과 EU 등 거대경제권과 FTA를 체결하지 못하고 있습니다.

한국은 아시아에서 유일하게 미국, EU와 FTA를 체결했습니다.



미국, EU라는 큰 시장에서
가격 경쟁력을 얻기 위해 세계 각국은
한국에 투자를 늘리고 있습니다.

한국의 FTA 허브 전략, 투자 유치와 일자리 증가로 이어집니다.



FTA컨설턴트 양성 과정 1기생의 이야기

FTA와 함께 새로운 인생 2막 열어갑니다.

“

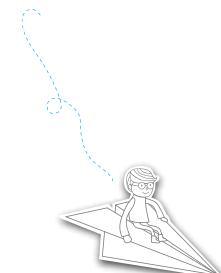
안녕하십니까. 저는 기획재정부에서 마련한 FTA컨설턴트 양성 과정 1기 수료생 최재옥이라고 합니다. 1952년생이니까 올해 딱 환갑이 되었네요. 남들은 은퇴할 때가 되지 않았냐고 하는데 저는 요즘 오히려 전보다 더 바쁘게 지내고 있습니다. 모두 FTA 때문입니다. 왜냐고요?

대학교에서 화학공학을 전공했던 저는 34년 전 국제상사에 입사하면서 사회생활을 시작했습니다. 종합무역상사에서 ‘상사맨’으로 일하며 전 세계 60개국을 누볐습니다. 1987년에는 고려합섬 화학사업부로 옮긴 뒤 네덜란드 석유화학업체 약조(AKZO)와 조인트벤처(고합약조)를 만드는 창업멤버가 되기도 했습니다. 당시에도 해외무역 경험이 저밖에 없다 보니 해외영업을 도맡게 되었죠. 2009년 저는 롯데상사의 대표이사가 되면서 다시 무역업무로 다시 컴백했습니다. 사회생활을 시작한 ‘상사맨’으로 돌아간 것이지요.

올해 2월 3년 임기를 마치면서 직장생활은 마무리를 하게 되었습니다. 34년 간 직장생활을 하면서 20년 동안 임원을 했고 대표이사도 2번이나 할 정도였던 만큼 후회는 없었습니다. 주위에서도 이제 “그만倨 했으면 됐다. 이제 즐기면서 살아라”고 했습니다. 그렇지만 가만히 있을 수는 없었습니다. 무엇보다 30년 넘게 쌓아온 경험과 노하우를 그냥 썩히는 것은 국가·사회적으로도 손해라는 생각도 들었습니다.

이 때 만난 것이 FTA 컨설턴트 양성 과정이었습니다. 회사 다니면서도 FTA 관련 업무가 많았던 터라, ‘제대로 배워보자’는 생각에 바로 지원했습니다. 저와 비슷한 경험을 가진 또래와 강의를 듣다 보니 열의도 생기면서 ‘내가 할 일이 많구나’라는 것을 느꼈습니다. 대외의존도가 높은 한국이 성장하기 위해서는 FTA가 반드시 필요한 데 비해 아직 산업 각 분야에는 FTA에 대한 이해와 활용도가 낮기 때문입니다. 지난 10월 18일 저는 처음으로 광주에서 열린 FTA 설명회에서 첫 강의를 맡게 되었습니다. 이미 FTA에 정통한 기관 관계자들을 대상으로 한 강의였지만, 현장의 얘기에 반응이 좋았는지, 또 다른 강의 요청이 들어온 상태입니다. 이제는 돈을 벌기보다는 나라와 사회에 진 빚을 갚는다는 생각으로 새로운 열정을 불태울 생각입니다. 요즘 100세 시대가 다가오고 있다고들 하지요. 은퇴 이후에도 꾸준히 일을 할 수 있는 일자리를 만들어준 FTA가 제 인생의 2막을 열어주었어요.

최재옥
FTA컨설턴트 양성 과정
1기 수료생
(전 롯데상사 대표이사)



글 우종국 기자 사진 김기남 기자

CONTENTS

www.ftahub.go.kr
2012 November vol.6



06 10

인트로 칼럼

- 04** 한·EU FTA로 가까워진 EU
세계 1위 거대 시장…위기에도 여전히 매력적

커버 스토리

EU와 손 잡고 세계무역의 중심에 서다

- 06** 한·EU FTA 1년 성과와 비전
수출 선방·투자유치 증가…장기적으로 성과 개선될 것
- 08** 실무자가 바라본 한·EU FTA
'인증수출자' 제도 정착, 사후 관리는 아직도 미흡
- 10** 한·EU FTA로 활로 넓어진 농수산식품 수출
관세 혜택 순풍 타고 농수산식품 수출 상승세
- 12** 서규용 농림수산식품부 장관
"FTA는 위기이자 기회…농수산업 경쟁력 높일 것"
- 14** 한 눈에 보는 EU 27개국
역사상 유례없는 정치·경제연합체

뷰 파인더

- 16** FTA 활용 비즈니스 모델 핵심 원자료만 관리해 시간·비용 줄여라
- 17** 카툰 경제영토 3위! FTA 선진국으로
- 18** FTA 활용지원센터 탐방 소규모 업체 많아…FTA 사각지대 없애는데 주력
- 20** 중소기업 천하 리얼우드 모바일폰케이스 제조업체 인목(人木)
- 21** 중소기업 천하 EPC 설비 제조업체 dbi
- 22** 원산지 사전진단 서비스 FTA의 예방 주사, '원산지 사전진단 서비스'
- 24** FTA 물가지수 FTA 주요 품목 10월 소비자 가격 동향
- 25** 글로벌 비즈니스 글로벌 비즈니스 플라자 2012 개최

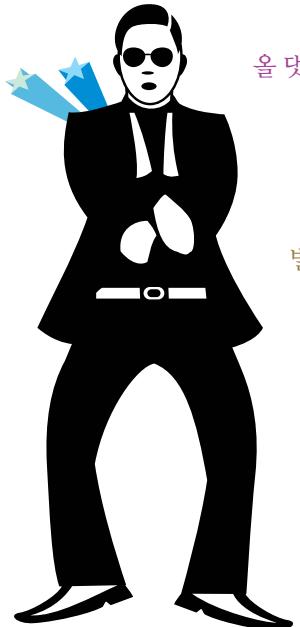
스페셜 리포트

에듀 플러스

이슈와 토픽

올 댓 라이프

별별랭킹



Korea Style 36



임박한 터키·콜롬비아와의 FTA 심층 분석

- 26** 비준 앞둔 한·터키 FTA의 기대 효과와 과제
인구 7천만, 평균연령 28.4세…성장성 큰 시장 '성큼'
- 28** 한·콜롬비아 FTA 가서명으로 바라본 콜롬비아 시장
적극적 FTA 추진 국가…아시아로 개방 확대
- 30** FTA 스쿨 FTA 원산지 규정, 협정별로 달라
- 32** FTA 뉴스
- 34** FAIR® 세계가 주목하는 대한민국 MICE산업
- 36** TREND① 관광객 1,100만 시대…관광도 '한국스타일'
- 38** ACCESSORY④ 한국 액세서리·주얼리의 눈부신 비상
- 40** 기업인들이 뽑은 최고의 FTA는? 시장 잠재력 큰 아세안이 최고



26

28



한·EU FTA로 가까워진 EU 세계 1위 거대 시장... 위기에도 여전히 매력적

한·EU FTA가 발효된 지 1년하고도 4개월이 지났다. 한·EU FTA는 세계 최대 시장이자 주요 교역 파트너인 EU와의 무역 및 투자가 확대될 것이라는 측면에서 긍정적인 효과가 기대됐다. 하지만 유로존 위기에 기인한 대 EU 수출 및 무역수지 흑자 감소에도 불구하고 한·EU FTA의 효과를 평가절하해서는 곤란하다. 교역 확대 외에도 선진경제와의 FTA를 통한 효율성 제고와 투자효과는 장기적이고 거시적 관점에서 지켜봐야 한다.

글 박노호 한국외대 EU연구소장(경제학박사)

EU는 27개 회원국에 5억368만 명의 인구를 거느리고 있어 중국, 인도 다음의 세계 3대 인구 대국이다. 또한 2011년 현재 GDP 규모 17조5,776억 달러(IMF)로 경제규모 면에서 2004년 이후 줄곧 미국(GDP 15조940억 달러)을 능가하는 세계 최대의 경제권이며, 1인당 GDP 3만2,283달러(IMF, 2010년)를 나타내고 있어 국제적 기준에서 상당히 높은 수준의 구매력을 보유하고 있는 매력 있는 시장이기도 하다. 27개 회원국 중 17개 회원국이 단일통화 유로를 사용하고 있으며, 회원국의 수와 유로존 가입국의 수도 늘어날 전망이다.

2011년 현재 EU는 한국의 수입상대국 중 중국, 일본에 이어 3위를, 수출상대국으로는 중국, 미국에 이어 3위를 차지하

고 있어, 중국, 미국, 일본에 이어 한국의 4대 교역 상대이다. 한국 전체의 교역량 중 EU와의 교역량이 10.7%를 차지하고 있어 미국과의 교역량을 능가하고 있으며 일본을 근소한 차이로 추격하고 있다. 따라서 EU는 우리나라의 중요한 교역상대임은 물론 미·일·중에 편중되었던 교역의 패턴을 벗어나 교역상대의 다변화 추구에 결정적 역할을 하고 있다고 보아야 할 것이다. 한편 2011년 현재 우리나라는 EU의 수입상대국 중 10위, 수출상대국 중 11위를 차지하고 있어 EU 전체 대외교역량의 2.1%를 차지하면서 교역상대 10위를 기록하고 있다.

GDP 상위 10개국이 87%, 하위 10개국이 3% 차지

2007년 루마니아와 불가리아의 가입으로 27개 회원국이 된 EU 시장은 크게 보아 17개 서유럽 국가와 중동부유럽 국가로 불리는 10개 구동구권 국가로 나누어진다. 독일을 위시한 서유럽 국가의 경제를 선진경제라 한다면 중동부 유럽 국가의 경제는 아직도 후진적 상황을 벗어나지 못하고 있다. 2011년 통계를 보면 10개 중동부유럽 국가의 GDP 합계는 EU 전체 GDP의 7.7% 수준에 머물고 있다. 따라서 EU 시장을 분석할 때 이 두 가지 경제권을 서로 다른 각도에서 접근하여야 할 것이다. 서유럽 국가의 선진경제는 높은 구매력과 함께 선진기술이라는 매력을 제공하고 있는 반면 중동부유럽 국가들은 아직은 저렴한 노동력을 바탕으로 하여 투자 대상으로서의 매력과 함께 이들의 성장잠재력이 구체

화될 때 시장의 확대를 기대할 수 있을 것이다.

EU 시장의 또 하나의 특징은 27개 회원국 간의 경제규모 격차가 크다는 사실이다. 2011년 통계를 보면 독일, 프랑스, 영국, 이태리, 스페인 등 GDP 5대 상위국이 EU 전체 GDP의 71%를 차지하고 있는 반면 GDP 하위 5개국의 점유율은 0.7%에 불과하며, GDP 상위 10개국의 점유율은 87%인 반면 GDP 하위 10개국이 EU 전체 GDP에서 차지하는 비율은 3%에 불과하다. 따라서 EU와의 교역에 있어서 당분간은 GDP 상위 10개국 또는 15개국과의 관계에 초점이 맞추어져야 할 것이다. 이외의 회원국과의 관계는 구매력의 향상을 보면서 접근되어야 할 것이다.

2007년 미국 발 금융위기가 유럽으로 확산되면서 짧은 기간에 유럽의 재정위기로 전환되었으며 EU는 현재 그리스·스페인·포르투갈·이태리 등 일부 회원국의 재정위기 해결 문제로 진통을 겪고 있다. 2009년 EU 27개 회원국 중 폴란드를 제외한 26개 회원국이 전년 대비 마이너스 성장을 나타냄으로서 EU의 GDP는 4.3% 감소되었다. 2010년 이후 회복세를 나타냈던 EU 경제는 2012년 그리스·스페인·이태리·포르투갈·네덜란드 등의 경제 후퇴로 인해 정체상태에 머물다가 2013년 미미하나마 성장 국면으로 들어설 것으로 예측되고 있다. 2008년부터 마이너스 행진을 하고 있는 그리스의 경제는 2013년 마이너스 행진을 멈추고, 스페인의 경우 2013년에도 미미하나마 마이너스 성장을 나타낼 것으로 전망되고 있다.

EU는 일부 회원국의 방만한 재정운용으로 빚어진 재정위기 극복을 위해 신재정협약에 대한 합의, 유럽안정화기구의 출범,

한·EU FTA는 1년여를 넘긴 상황이기 때문에 짧은 시간 FTA의 효과를 판단하기보다는 장기적 관점을 갖고 지켜볼 필요가 있다.

유럽중앙은행의 권한 확대 및 강화 등 필요한 조치들을 취하고 있으며, 유로존의 붕괴가 세계경제에 미칠 파장을 고려하여 IMF, G20 등의 적극적인 역할이 기대되고 있기 때문에 현재의 재정위기가 유로존의 붕괴로 이어지지는 않을 것으로 전망된다. 다만 현재 문제가 되고 있는 회원국들의 자구 노력이 어느 수준이 될 것인가는 EU 재정위기의 해결 속도에 분명한 영향을 미치게 될 것이다.

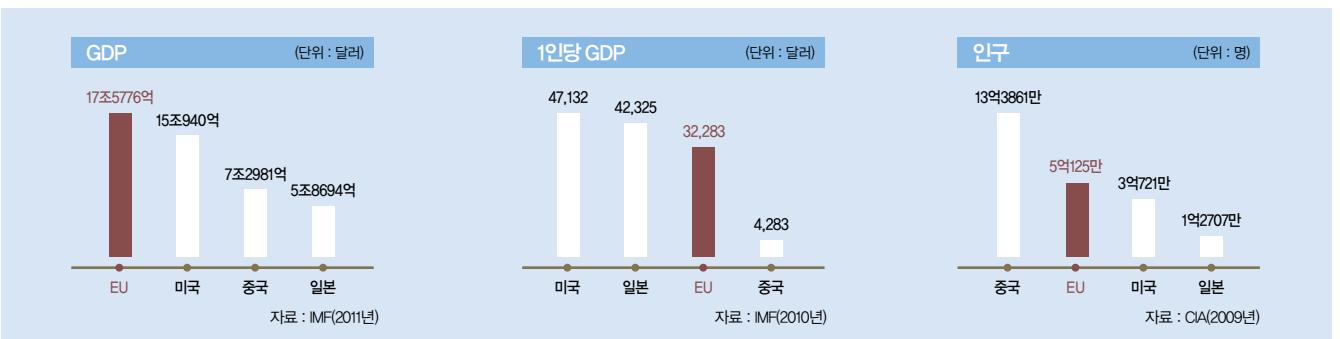
한·EU FTA 효과는 시간이 가면서 본격화될 것

현재까지 한·EU FTA 1년의 성과는 공교롭게도 남유럽 재정위기라는 복병을 만나며 발효 당시의 기대에 미치지 못하고 있는 것으로 보인다.

그러나 관세가 인하된 FTA 혜택 품목은 수출이 증가했고, EU로부터의 투자도 크게 확대된 점은 긍정적인 신호로 볼 수 있다. 향후 남유럽 재정위기가 점차 안정되고 이들 국가들의 경제구조개혁 및 재정전환 계획이 차질 없이 진행되면 한·EU FTA의 효과가 보다 구체적으로 가시화될 것으로 예상된다.

현재 한·EU FTA는 1년여를 넘긴 상황이기 때문에 짧은 시간 FTA의 효과를 판단하기보다는 장기적 관점을 갖고 지켜볼 필요가 있다. FTA의 효과인 경쟁을 통한 효율성 제고와 투자효과는 시간의 경과와 함께 나타나는 동태적 효과이기 때문이다. 또한 한·EU FTA의 효과를 논할 때 무역수지에만 집착할 것이 아니라, 선진경제와 선진기술의 경험을 통해 우리 경제와 산업의 경쟁력을 높임으로서 세계의 중심에 우뚝 설 수 있는 지혜를 발휘할 수 있어야 할 것이다. ■

EU의 경제적 위상(4대 경제권 비교)



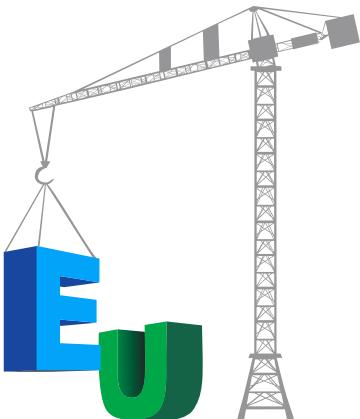
한·EU FTA 1년 성과와 비전

수출 선방·투자유치 증가... 장기적으로 성과 개선될 것

한·EU FTA는 거대경제권과의 최초의 FTA이며 EU가 한국이 무역흑자를 기록하고 있는 대표적인 지역이라는 점에서 큰 기대를 모았다. 그러나 한·EU FTA는 공교롭게도 유럽재정위기의 여파가 전체 유로존으로 확산되기 시작한 시점에 발효되었다.

대외 여건이 좋지 않은 상황에서 지난 1년 간 한·EU FTA는 어떻게 평가되어야 할까.

글 강유덕 대외경제정책연구원 국제경제실 유럽팀장 사진 한국경제신문



한·EU FTA 발효 후 1년 동안의 품목별 대 EU 수출변화를 살펴보면 자동차 및 관련부품, 정제유, 합성수지 및 관련제품, 기계류 등 FTA 수혜 품목의 수출이 크게 증가했다.

유로존 경제는 2011년 하반기부터 경기둔화가 시작되어 현재 경기침체가 진행 중이다. IMF의 최근 전망에 따르면 2012년 유로존의 경제성장률은 -0.4%로 세계 주요지역 중 제일 낮은 성장률을 보일 전망이며, 2013년에도 0.2%의 불황에 가까운 저성장이 예상된다. 한·EU FTA 발효 이후 12개월 동안의 대 EU 수출은 FTA 발효에도 불구하고 전년도 동기간 대비 12.2% 감소하였다. 그러나 수출증가율은 수출대상국가의 경기와 밀접한 관계를 갖는다. 독일·프랑스·영국·이탈리아 등 EU의 주요국은 2012년 상당한 경기둔화를 경험하고 있으며, 이는 수출증가율의 감소로 나타나고 있다.

대 EU 수출 감소는 한국에만 국한되는 상황이 아니며, 2012년부터는 미국과 인도를 제외한 주요 국가들의 대 EU 수출

또한 감소세로 돌아서고 있다. EU의 수입통계를 살펴보면 한·EU FTA 발효 11개월 동안 EU의 총 역외수입은 5.9% 증가를 기록하였으나, 주요 아시아 국가로부터의 수입은 감소를 기록하고 있다. 대 한국 수입이 5.2% 감소를 기록한 것을 비롯하여 중국, 일본으로부터의 수입도 감소하였으며, 대 대만 수입의 경우 가장 큰 11%의 감소를 기록했다. 유럽재정위기로 인한 EU의 내수 감소는 제조업 수출 비중이 높은 동아시아 경제에 좋지 않은 영향을 끼치고 있다.

FTA 수혜 품목의 수출은 크게 증가

품목별 대 EU 수출변화를 살펴보면 자동차 및 관련부품, 정제유, 합성수지 및 관련제품, 기계류 등 FTA 수혜 품목의 수출은



크게 증가한 반면, 선박, 무선통신, 가전사무용 전자기기 등 FTA 비수혜 품목의 수출은 크게 감소한 것으로 나타난다. 특히 관세인하율이 높은 자동차(2.7% 이하 관세인하율), 공구류(2.7%) 등의 수출은 상대적으로 큰 폭으로 증가했고, 타이어(1.3%), 엔진부속품(2.4%) 등도 큰 폭의 수출증가세를 기록했다. 자동차 및 관련부품은 30% 내외의 수출증가를 기록했다.

반면 선박, 전자기기는 수출이 급감하면서 전체 수출 감소를 주도했다. EU의 선박 시장은 2008년 이후 수주물량 감소로 인해 전년대비 40% 이상 수입이 감소하고 있어 대 EU 선박 수출 감소는 한·EU 간 무역에 한정되지 않는 전반적인 추세라 볼 수 있다. 또한 관세율이 이미 0에 가까워 FTA를 통한 무역증가효과가 크지 않을 것으로 예상되어왔던 바이다.

라디오·TV·카메라·액정바이오스·모니터·프로젝터 등은 큰 폭의 수출 감소를 기록했다. 이 품목들의 경우 EU의 수입수요는 증가한 반면 한국의 수출은 감소했다. 이 부문에서는 한국 기업의 생산공장 이전으로 인해 한국의 총수출 자체가 감소추세라는 점을 감안하면 동부문에서의 대 EU 수출 감소는 아웃소싱의 증가(대중국 생산기지 이전)의 결과로 판단할 수 있다.

한·EU FTA 전후 EU, 일본, 미국으로부터의 투자유입 추이

기간	발효 2년 전	발효 1년 전	발효 1년 후
	2009.7~2010.6	2010.7~2011.6	2011.7~2012.6
EU	4,904	3,837	4,386
	-18.1%	-21.8%	14.3%
일본	1,376	2,353	4,035
	-29.7%	71.0%	71.5%
미국	1,270	2,697	2,517
	2.5%	112.4%	-6.7%

단위 : 백만 달러

자료 : 자식경제부

대 EU 수입의 경우, 한·EU FTA 발효 이후 1년 동안 13.1% 증가했다. 같은 기간 한국의 총수입이 10.6% 증가했다는 점을 감안할 때 EU로부터의 수입증가는 전체적인 추세에 부합하는 것이라 볼 수 있다. 대 EU 수출이 감소한데 비해 수입이 증가하는 가장 큰 원인은 한국의 경기가 EU보다 상대적으로 양호하다는 데서 찾을 수 있다.

비관세장벽 철폐, 국내 규제 선진화에 활용해야

감소세이던 EU로부터의 투자유입은 FTA 이후 큰 폭으로 증가했다. 2011년 7월 1일 한·EU FTA 발효 이전을 보면 EU로부터의 투자유입은 매년 -18.1%, -21.8%로 감소하고 있었으나, FTA 발효 이후 1년 동안에는 14.3% 증가세로 전환됐다. 특히 한·EU FTA 발효 전 1년 전부터 일본으로부터의 투자유입은 71.0%, 71.5%로 괄목할 수준으로 증가했다.

산업별 투자유입 비중을 보면 금융·보험 비중이 줄고, 화학공업을 비롯한 제조업 비중이 늘어났다. 2000년~2012년 2분기의 EU로부터의 평균 투자유입 비중은 금융·보험 30.3%, 화학공업 7.8%였지만, 한·EU FTA 이후 1년 간 금융·보험 비중은 22.1%, 화학공업은 18.8%로 비중이 변화했다. 제조업 전체 투자유입도 34.1%에서 FTA 발효 후 1년 동안의 비중은 47.5%로 커졌는데, 이는 재수출 가능성과 연관되며 FTA의 효과로 한국의 수출 잠재력이 커진 것을 의미한다.

상술한 바와 같이 재정위기가 해소되기까지에는 시간이 필요할 것으로 보여 EU경제는 당분간 저성장을 겪을 것으로 보인다. 따라서 수출증가와 같은 단기적 성과 외에도 생산자·소비자 후생 증가, 생산성 향상 및 수출경쟁력 유지와 같은 중장기적 관점의 목표가 필요할 것이다. 또한 양측의 무역, 투자규모가 증가할수록 비관세장벽 철폐를 위한 규제협력의 필요성이 높아질 것으로 보이므로 선진국과의 FTA를 국내규제의 선진화에 활용할 필요가 있다. [FTA](#)



실무자가 바라본 한·EU FTA '인증수출자' 제도 정착, 사후 관리는 아직도 미흡

한·EU FTA 발효 1년 4개월을 지나고 있는 지금 국내 중소기업들은 어느 정도 혼란기를 거쳐 안정적인 FTA 활용 단계에 들어서고 있다. 그러나 여전히 서류작업의 어려움과 인력 부족으로 아직 개선할 부분들도 남아 있다. 지난 1년여 간 중소기업들이 겪은 FTA 활용의 어려움과 향후 과제에 대한 현장의 목소리를 들어보았다. 글 정화신 관세법인 대유 관세사



이제와 돌이켜 보면 2011년 7월1일 한·EU FTA가 발효되기 이전부터 각종 매체를 통해 한·EU FTA에 대한 내용이 많이 소개되었던 것으로 기억된다. 하지만 대기업 및 일부 FTA 원산지증명서(C/O: Certificate of Origin) 업무를 경험한 기업들을 제외하고는 대다수의 중소기업들이 한·EU FTA에 대해 발효 이전에 순조롭게 대응했다고 평가하기에는 뭔가 아쉬운 점이 많이 느껴진다. 비단 국내에서 제조하여 EU로 수출하는 업체뿐만 아니라 EU에서 수입하는 업체들도 만족할 만한 대응은 아니었다고 보여진다.

6,000유로 초과 수출 시, '인증수출자' 필수

그러한 수출입 업체들의 한·EU FTA에 대한 혼란과 어려움의 중심에는 '인증수출자(Approved Exporter)'가 있었다. 인

증수출자의 개념은 한·EFTA(유럽자유무역연합) FTA에서도 존재했지만, 원산지증명서를 발급하는데 있어서 필수사항이 아닌지라 대다수의 업체들이 인증수출자에 대한 인지 없이 무역업무를 진행했던 것이 사실이다. 지금은 대 EU 수출입이 있거나 인증수출자를 취득한 업체들은 다 알고 있는 내용이지만 '6,000유로를 초과하는 물품을 수출하고자 하는 자'는 반드시 인증수출자를 취득해야 한다. 물론 수입 시에도 마찬가지로 6,000유로 이상 수입하는 업체는 EU의 인증수출자를 취득한 업체로부터 수입하는 경우에 한해서만 한·EU FTA 특혜 협정 세율을 적용받을 수 있다.

이에, 대 EU 수출입업체들은 지난해 7월1일을 기점으로 한·EU FTA 인증수출자에 대해 폭발적으로 관심을 갖기 시작했으며, 수출입기업들과 가장 가까이서 근무하는 관세사들의

“ 인증수출자의 진정한 의미는 관세청에서 인증번호를 취득하는 것이 아니라 한·EU FTA의 무역당사자로서 원산지관리능력을 갖추고 FTA업무를 수행할 수 있는 수출자라고 한다면 사후관리의 의미는 더욱 강조될 것이다. ”

한명으로서 그때의 상황을 돌이켜보면 마치 불꽃 튀는 전쟁터를 방불케 했다.

그 어느 때보다 한·EU FTA 관련해서는 관세청 등 유관기관 및 관련단체의 전폭적인 지원이 있었다. 인증수출자 관련 무료교육은 물론이거니와 관세사 등 컨설턴트들과 연계된 인증수출자 무료 컨설팅, FTA 상담센터 운영 및 사후관리전산 프로그램 개발 등으로 중소기업들이 좀 더 쉽게 한·EU FTA 인증수출자에 접근할 수 있었다. 또한 비용적인 부분을 부담스러워하던 기업들 입장에서도 무료로 컨설팅을 받을 수 있게 되어 많은 EU 수출기업들이 큰 혜택을 받았다. 기업에서도 업무담당자를 지정하여 외부교육 등을 이수할 수 있도록 배려해 인증수출자의 필수사항인 원산지전담관리자(specialist) 요건을 충족하도록 노력하였다.

이러한 관세청 등 유관기관 및 관련단체의 지원은 현재도 진행 중이며, 올해 3월 15일 한·미 FTA가 발효되면서 FTA에 대한 관심이 꾸준히 증대되고 있는 추세다. FTA 업무는 체결국과의 교역이 있는 한 연속적으로 이뤄지는 업무이기 때문에 기업에는 늘 궁금증이나 애로사항이 발생할 수밖에 없는 현실이다. 따라서, 이러한 지원 사업에 많은 관심을 가져야 하는 것이 당연한 일이며 향후 유럽시장 진출을 모색하고 있는 기업 역시 인증수출자 및 FTA에 대하여 지속적인 관심을 가져야 할 것이다.

‘원산지증명서’ 발급 후에도 지속적으로 관리해야

한·EU FTA가 발효된 지 1년하고도 4개월이 넘어가는 시점에서 이제는 사후관리의 시기가 도래했다. 앞서 언급한 대로 관세청 등 유관기관 및 관련단체의 전폭적인 지원 및 기업들의 발빠른 대응으로 많은 기업들이 인증수출자를 취득하고 협정에서 규정한 방법에 따라 원산지신고서를 발행하고 있다. 하지만 바쁜 현업의 업무와 한·EU FTA의 자율발급방식의 원산지신고서로 인해 기업에서는 인증수출자 취득 이후의 대응이 충분하지 못한 경우를 쉽게 발견할 수 있다.

이를테면 처음 인증수출자 취득 시에는 의욕적으로 태스크 포스팀을 구성해 발족시키고 구매, 영업, 생산, 회계, 개발 등 전사적인 대응이 있었으나 인증수출자 취득 후에는 모두 현업 부서로 돌아가고 해외영업부서 1인 정도가 대응하는 경우를 많이 접할 수 있었다. 일례로 원산지증명서작성대장의 경우 발급한 원산지증명서에 대하여 체계적으로 기재하고 관리하여야 하나, 발급실적이 있음에도 불구하고 인증수출자 신청시점에서의 공란으로 되어 있는 원산지증명서작성대장을 본 경우도 있었으며, 원산지증명서 서명카드의 서명권자가 퇴사했음에도 계속적으로 서명카드에 남아있는 경우도 있었다.

인증수출자의 진정한 의미는 관세청에서 인증번호를 취득하는 것이 아니라 한·EU FTA의 무역당사자로서 원산지관리능력을 갖추고 FTA업무를 수행할 수 있는 수출자라고 한다면 사후관리의 의미는 더욱 강조될 것이다. 아직까지도 FTA 발효 시행 초기인 점을 감안하면 인증수출자 취득 후 지난 1년간 FTA 업무에 소홀한 점이 있었다면 지금이라도 이를 보완해 원산지검증(Verification)에 대비하여야 할 것이다. 이 경우 초점을 맞춰야 할 부분은 원산지판정 부문(품목번호(HS), BOM(Bill of Material : 자재명세서), 원산지결정기준과 기발행한 원산지신고서의 검토, 관련 자료의 보관 및 각종대장관리 부문으로 나눠 볼 수 있다.

어느 기사에서 읽은 “FTA는 더 이상 선택이 아닌 필수다”라는 문구가 기억난다. 물론 실질적인 효과에 대해서는 의견이 있을 수 있으나 현재 우리나라와 FTA를 발효한 국가들과 무역이 있는 업체가 FTA 업무를 반드시 해야 하는 것에 대해서는 의견이 없을 것으로 생각된다. 점점 더 확장되고 있는 글로벌 FTA 네트워크 환경 속에서 지금 우리기업에게 가장 필요한 것은 ‘적극적인 관심’일 것이다. 특히 경영진의 관심이 요구된다. FTA 업무 자체가 담당자 1인이 하기에는 그 범주가 너무 넓고 상세한 부분까지 포함되기 때문에 다른 부서의 지원이 필요하기 때문이라도 반드시 조직을 갖추어 대응하는 것이 바람직하다.

한·EUFTA로 활로 넓어진 농수산식품 수출

관세 혜택 순풍 타고 농수산식품 수출 상승세

EU가 한국 농수산식품의 주요 수출 대상 지역으로 부상하고 있다. 일등 공신은 한·EU FTA다. 한·EU FTA가 발효된 2011년 7월 이후, 관세 혜택 품목을 중심으로 수출이 크게 증가하고 있기 때문이다. EU의 소비 심리 위축으로 인해 수출환경이 악화됐음에도 불구하고 농수산식품 분야는 수출 확대를 견인하는 힘자 종목으로 발돋움 하고 있다. 글 이홍표 기자 사진한국경제신문



FTA 체결국을 중심으로 국내 농수산식품 수출이 크게 증가하고 있다. 특히 EU의 경우, 유로존 위기로 인한 유럽인들의 소비 위축에도 불구하고 우리 농수산식품이 눈에 띄는 성과를 내고 있다. EU에서 국내 농수산식품의 수출이 활기를 띠게 된 이유는 한·EU FTA 발효로 인한 관세 인하 및 철폐로 가격 경쟁력이 상승한 것에 있다. 실제로 한·EU FTA가 발효된 2011년 7월 1일 기준으로 발효 전 1년(2010년 7월~2011년 6월)과 발효 후 1년(2011년 7월~2012년 6월)을 비교했을 때 5.8%의 수출 증가세를 확인할 수 있다. 이 기간 동안 한국의 대 EU 수출(전체)이 12.2% 감소한 것에 비하면 팔목힐만한 성과다. 또한 최근 유럽에서 불고 있는 K-팝 열풍도 한국 농수산식품의 소

비를 견인한 것으로 파악된다. 향후 전망도 밝다. 대 EU 농수산식품 수출은 점차 늘어나는 추세로 가장 최근 통계인 올해 3분기까지의 누적(1~9월) 수출액은 전년 대비 13.1% 증가한 3억 870만 달러를 기록했다. 같은 기간 대 EU 수출이 -12.5%로 급격히 위축됐다는 사실을 고려한다면 한·EU FTA로 인한 관세 철폐·축소 효과를 실감할 수 있다.

대 EU 수출 감소세에도 농수산식품은 증가세

EU로 수출되는 국내 농수산식품 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 품목은 참치다. 참치의 올해 1~3분기까지의 수출액은 4,450만 달러로 전년 동기 2,280만 달러에 비해 무려 94.8%



한·EU FTA 전후 1년 간 한국의 대EU 전체 수출은 12.5% 감소하는 동안 농수산식품은 5.8% 증가하면서 한국산 농수산식품이 FTA를 계기로 경쟁력 강화를 통해 해외에서 승부가 가능하다는 점을 입증했다. 사진은 올해 5월 개최된 2012 서울국제식품산업대전의 모습.

상황에서 농수산식품의 수출이 증가세를 보이고 있는 것은 긍정적인 신호임에 분명하다. 하지만 수출을 지속으로 늘리기 위해서는 새로운 방안을 모색할 필요가 있다.

FTA 무관세 혜택을 극대화해 수출규모를 증대시키기 위해서 EU 시장에 대한 정확한 정보를 바탕으로 한 중장기적 전략 수립이 필요할 것으로 보인다. 무엇보다도 성공 가능성 있는 한국 제품들을 선택해 집중적인 마케팅을 펼쳐나가는 것이 중요하다. 유럽을 강타하고 있는 싸이, 빅뱅 등 인기 한류 스타를 활용한 스타 마케팅은 이런 전략과 맥을 함께 한다. ■

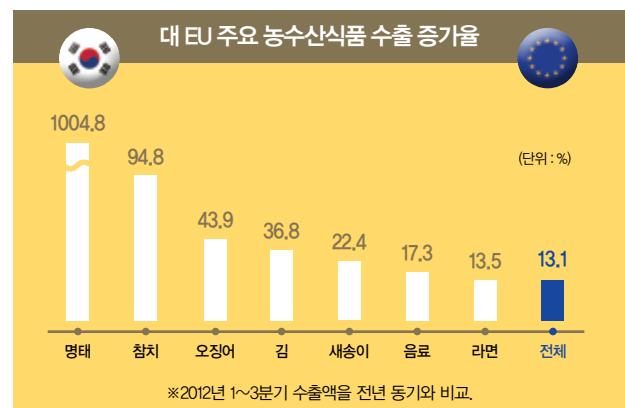
‘바이 코리아 푸드 오톤 2012’ 성황리 막 내려

한국농수산식품유
통공사(aT)는 한국
농수산식품의 수출
확대를 위해 지난
10월 9일 양재동 aT
센터에서 대규모 바
이어 초청 수출상



담회 ‘바이 코리안 푸드 오톤 2012(Buy Korean Food Autumn 2012)’를 개최했다. 이번 상담회에는 일본의 이토요카도, 중국의 RT마트 등 세계 26개국 135명의 유력 바이어가 초청돼 국내 수출기업 170개 업체와 1대 1 수출상담을 실시했다. 특히 최근 한국식품에 대한 관심이 높아지고 있는 중동·남미 지역 등의 유력 바이어 50명을 신규로 초청함으로써 수출시장의 다변화를 꾀했다.

또한 aT는 상담회 기간 동안 ‘FTA 상담센터’를 운영해 수출 기업들을 대상으로 컨설팅을 실시하는 한편, 신상품 홍보관, 상담회 참가기업 제품 전시관을 설치해 외국 바이어에게 한국 농수산식품의 우수성을 홍보했다.



서규용 농림수산식품부 장관
“FTA는 위기이자
기회…농수산업
경쟁력 높일 것”



흔히 FTA는 농림수산업에 위기라고 여겨진다. 그러나 농림수산업 또한 제조업처럼 부단한 연구개발을 통해 경쟁력을 갖추게 되면 FTA는 새로운 기회가 될 수도 있다. 지난해 6월 취임하자마자 한·EU FTA 발효를 맞은 데 이어 올해 한·미 FTA 발효를 맞으며 국내 농림수산업 경쟁력 강화를 위해 동분서주하고 있는 서규용 농림수산식품부 장관을 만나보았다.

글 우종국 기자 사진 한국경제신문

EU, 미국 등 거대 경제권과의 FTA 발효로 우리나라가 본격적인 FTA 시대를 맞이하고 있습니다. 이에 따른 우리 농어업의 미래를 어떻게 바라보시는지요?

세계 대다수 국가들은 경제성장, 일자리 창출, 교역 확대를 위해 FTA를 적극적으로 추진하고 있으며, 현재 전 세계적으로 319건이 발효 중(2012년 1월 기준)인 FTA는 지속적으로 증가하는 추세입니다. 한국은 무역의존도가 97%(2011년)로 높은 상황에서 국가 성장 전략의 일환으로 FTA를 불가피하게 추진해야 하는 상황입니다. 농수산물시장 개방의 경우 위기로만 볼 것이 아니라, 우리 농식품의 수출확대 등 새로운 기회로 활용하려는 노력도 중요하다고 봅니다.

FTA 시장 개방에 맞서 우리 농식품이 세계 시장에 진출하기 위해서는 일반 농산물로는 경쟁력을 기대하기 어렵습니다. FTA 시대 농수산식품업이 위기를 기회로 살리기 위해서는 수

출지향적인 산업으로 탈바꿈해 해외 시장에서 승부해야 합니다. 이를 위해 연구개발 투자를 늘리고 인력 육성에 박차를 가하는 등 농수산식품산업 육성이 절실합니다.

한국의 농업 경쟁력 수준은 어느 정도이며 경쟁력을 키우기 위해서는 어떻게 해야 합니까?

우리 농어업의 경쟁력은 아직 선진국 수준에는 다소 못 미치지만, 그간의 투자와 노력으로 시설원예, 양식 분야 등에서 크게 높아진 것으로 볼 수 있습니다. 우리 농어업의 경쟁력을 높이기 위해 가장 중요한 점은 노후화된 생산 시설을 현대적으로 개선하는 것입니다. 현재의 농어업 시설 대부분은 우루과이라운드(UR) 협상이 타결된 1990년대 중반 이후 투자된 것입니다. 이러한 상황을 타개하기 위해 정부는 한·미 FTA 보완대책에 시설현대화와 관련된 부분을 대폭 증액해 반영했습니다.

특히, 한정된 예산을 효율적으로 활용하기 위해 이차(이자차익)보전 사업을 도입해 금리를 현행 3%에서 1%로 인하해 농어업인들의 금리 부담을 완화했습니다. 또 수출 확대를 적극 지원하기 위해 매월 수출대책회의를 개최해 현장 의견을 수렴하여 수출 지원 대책에 반영하고 있으며, 글로벌 K-푸드 프로젝트 등 다양한 해외마케팅 지원 사업을 추진하고 있습니다.

한국의 첫 FTA인 한·칠레 FTA가 8년이 넘었는데, 그간 우려했던 부분과 기대 이상의 효과가 나온 부분은 무엇입니까?

칠레와의 FTA 당시 가장 크게 우려했던 부분은 경쟁력 높은 칠레산 포도, 키위 등의 수입이 우리 과수 산업에 큰 타격을 입힐 수 있다는 점이었습니다. 이를 극복하고자 정부는 7년(2004~2010년)간 총 1조2,000억 원을 투자해 우리 과수산업의 경쟁력 강화 및 경영안정 대책을 추진하였습니다. 이를 통해 고령·영세농에게는 폐업지원, 경쟁 가능 농가에는 생산·유통 개선사업을 지원했으며, 수입 급증에 대비한 피해 보전 대책도 준비했습니다. 이러한 정부와 농어업인들의 노력에 힘입어 칠레산 포도 및 키위의 수입 증가에도 불구하고, 국내 생산 기반은 오히려 확대됐고, 가격 역시 상승했습니다. 결과적으로 한·칠레 FTA는 당초 우려와 달리 피해가 거의 없었고, 과수산업의 체질 개선과 경쟁력 강화 계기가 된 것으로 판단됩니다.

최근의 농수산물 수출 통계를 보면 FTA 체결국을 중심으로 농수산물 수출이 지속적으로 증가하고 있는데, 발효 1년이 넘은 한·EU FTA와 발효 7개월째인 한·미 FTA의 농수산물 수출 성과는 어떠합니까?

한·EU FTA의 경우 발효 이후 약 1년 간(2011년 7월 1일~2012년 5월 31일) EU로부터의 농식품 수입액은 전년 동기 대비 24% 증가했습니다. 축산물, 포도주 등을 중심으로 수입이 증가했는데, 냉동 삼겹살의 수입 증가는 구제역 발생에 따른 긴급 수입(할당관세 0%)의 영향이 크게 작용했고, 포도주 등의 품목은 국내 생산 기반이 미약하거나, 이미 수요의 대부분을 수입에 의존하는 품목으로 국내 농어업에 미친 영향은 제한적인 것으로 평가됩니다. 반면 농식품 수출은 6% 증가(3억3,400만 달러→3억5,300만 달러)했는데, 이는 국가 전체 수출 증가율(-12.1%)을

“FTA 시대 농수산식품업이 위기를 기회로 살리기 위해서는 수출지향적인 산업으로 탈바꿈해 해외 시장에서 승부해야 합니다. 이를 위해 연구개발 투자를 늘리고 인력 육성에 박차를 가하는 등 농수산식품산업 육성이 절실합니다.”

크게 상회하는 실적입니다. FTA 관세 혜택 품목인 면류, 음료, 커피조제품 등이 수출 증가를 견인했는데, 이러한 품목이 향후 다른 품목에 대한 수요를 촉진시킬 것으로 기대됩니다.

한편 한·미 FTA 발효 이후 8월까지 (올해 3월 15일~8월 31일) 미국으로부터의 농식품 수입액은 전년 동기 대비 18.5% 감소(38억1,800만 달러→31억

1,200만 달러)했습니다. 같은 기간 미국으로의 농식품 수출액은 전년 동기 대비 1.2% 증가(2억8,800만 달러→2억9,100만 달러)했습니다. 특히, 관세가 즉시 철폐된 조미김(29.9% 증가), 음료(42.0%), 라면(13.8%), 김치(27.6%), 홍삼조제품(61.3%)의 수출이 눈에 띄게 증가하는 등 관세 이득 효과가 상당한 것으로 나타나고 있습니다.

한·중 FTA에 대한 농수산 분야의 우려가 특히 많습니다. 한·중 FTA에 대해 어떻게 생각하십니까?

정부는 급성장하고 있는 중국 내수시장을 선점하고, 중국의 불투명한 제도를 개선해 중국에 진출한 우리기업을 보호하며, 글로벌 FTA 협약으로의 성장을 도모하기 위해 한·중 FTA를 추진하고 있습니다. 다만, 중국과 높은 수준의 FTA를 추진할 경우 우리 농수산업에 직접적 영향을 미칠 것으로 예상됩니다. 중국은 농수산물의 가격경쟁력이 높고, 우리나라와의 지리적으로 인접하여 있기 때문입니다.

따라서 정부는 농수산 분야의 민감성을 최대한 반영하도록 한·중 FTA 협상을 추진할 계획이고, 이를 위해 협상진행을 2단계로 구분하는 단계별 협상방식에 대해 중국과 합의했습니다. 1단계에서는 상품·서비스·투자의 개방 수준과 방식 및 규범·협력 등에 관한 협상의 틀(modality)을 정하고, 2단계에서는 합의된 틀을 기초로 개별 상품, 각 분야별 협정문 문안 등에 대한 전면적인 협상을 진행하게 됩니다. 향후, 양허제외 등 예외적 취급이 적용되는 농수산물의 민감·초민감 품목군 비중을 최대한 확보하고, 농수산물이 우선적으로 고려되도록 노력할 계획입니다. 아울러 수출 전략품목을 적극 육성해 우리 농식품의 중국 진출 확대도 도모하고, 향후 협상 추이에 따라 피해 예상 분야에 대한 국내대책 마련도 추진토록 하겠습니다. ■

오스트리아 Austria
EU 가입연도 1995
수도 비엔나
총면적 83,870km² 인구 830만 명
GDP 4,192억4,300만 달러
1인당 GDP 4만3,723달러
한국→오스트리아 수출액 9억4,849만 달러
오스트리아→한국 수입액 13억3,000만 달러

벨기에 Belgium
EU 가입연도 1952
수도 브뤼셀
총면적 30,538km² 인구 1,070만 명
GDP 5,139억9,600만 달러
1인당 GDP 4만2,596달러
한국→벨기에 수출액 22억5,537만 달러
벨기에→한국 수입액 14억5,033만 달러

불가리아 Bulgaria
EU 가입연도 2007
수도 소피아
총면적 111,910km² 인구 760만 명
GDP 535억1,400만 달러
1인당 GDP 5,965달러
한국→불가리아 수출액 1억7,682만 달러
불가리아→한국 수입액 1억4,039만 달러

키프로스 Cyprus
EU 가입연도 2004
수도 니코소아
총면적 9,250km² 인구 50만 명
GDP 249억9,600만 달러
1인당 GDP 2만7,722달러
한국→키프로스 수출액 8억9,968만 달러
키프로스→한국 수입액 4억5,125만 달러

체코 Czech Republic
EU 가입연도 2004
수도 프라하
총면적 78,666km² 인구 1,050만 명
GDP 2,152억6,500만 달러
1인당 GDP 2만8,721달러
한국→체코 수출액 17억2,559만 달러
체코→한국 수입액 5억142만 달러

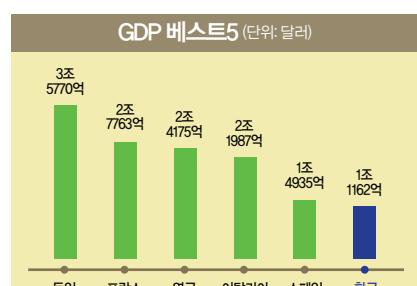
덴마크 Denmark
EU 가입연도 1973
수도 코펜하겐
총면적 43,094km² 인구 560만 명
GDP 3,329억3,800만 달러
1인당 GDP 5만5,113달러
한국→덴마크 수출액 4억3,766만 달러
덴마크→한국 수입액 7억1,452만 달러

에스토니아 Estonia
EU 가입연도 2004
수도 탈린
총면적 45,000km² 인구 130만 명
GDP 222억2,500만 달러
1인당 GDP 1만4,416달러
한국→에스토니아 수출액 1억278만 달러
에스토니아→한국 수입액 5,760만 달러

한 눈에 보는 EU 27개국

역사상 유례없는 정치·경제연합체

European Union



자료 : EU 공식 사이트(2011년)

자료 : EU 공식 사이트(2011년)

자료 : IMF(2011년)

자료 : IMF(2010년)

자료 : 한국무역협회(2011년)

자료 : 한국무역협회(2011년)

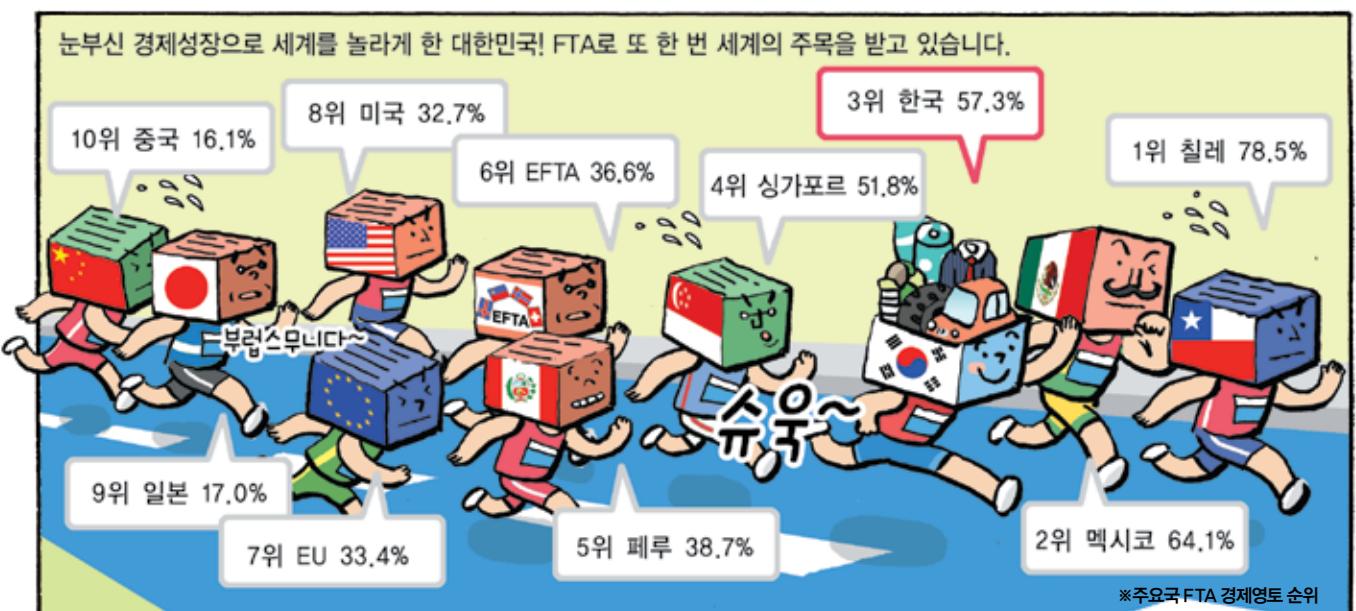
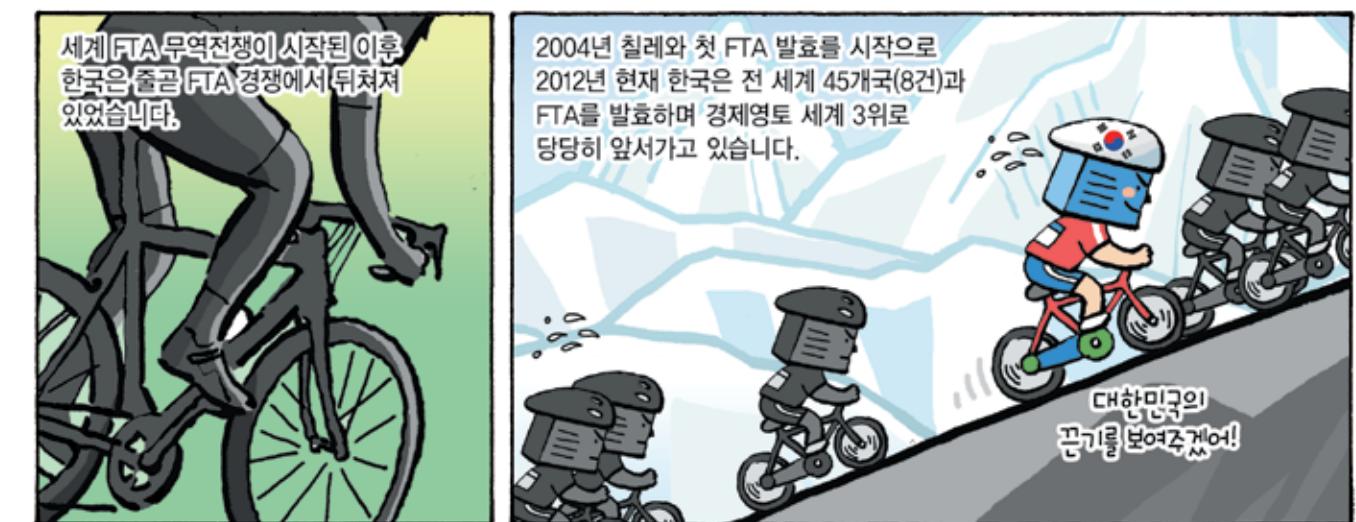
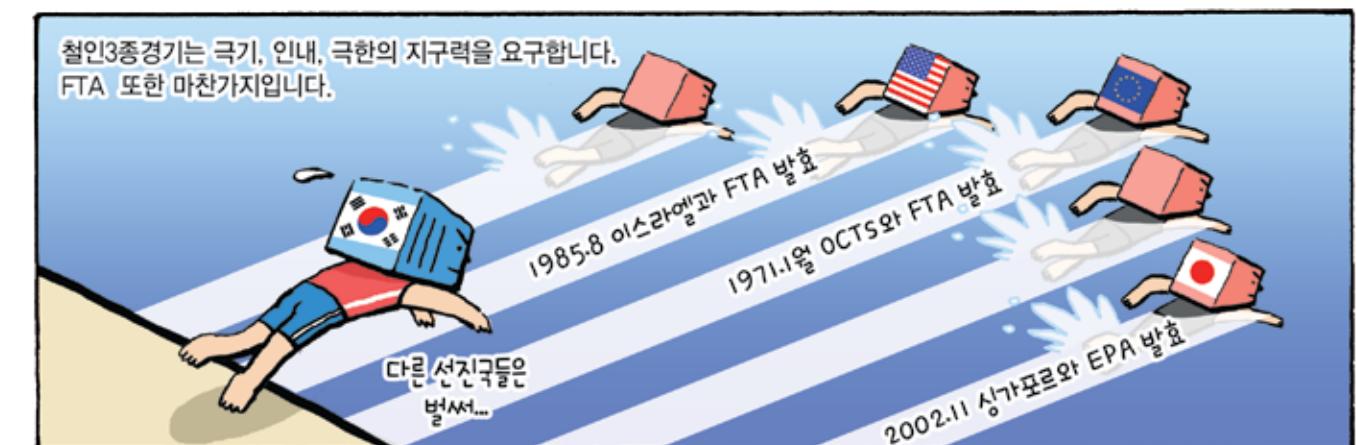
FTA 활용 비즈니스 모델 – 트레이스 방식 원산지관리 핵심 원자료만 관리해 시간·비용 줄여라

관세청은 기업들이 일선 현장에서 FTA를 활용해 실제 수익을 창출한 200여 건의 성공사례를 모아 유형별로 40개의 비즈니스모델화해 'FTA 활용 성공기업 DNA로 본 비즈니스모델 40선'을 10월 발간했다. FTA를 활용하지 못하고 있는 기업이 벤치마킹해서 즉시 적용할 수 있도록 생생한 현장사례도 포함되어 있다. 그 중 대표적인 비즈니스 모델을 소개한다. 글 장승규 기자



경제영토 3위! FTA선진국으로

안종만



FTA는 경제영토 확장의 디딤돌입니다.



EU, 미국 등과 맺은 FTA가 어느 정도 자리를 잡아가면서 대전FTA활용지원센터는 교육·설명회보다는 개별 회사 컨설팅 회수를 늘리고 있다.

소규모 업체 많아... FTA 사각지대 없애는 데 주력

바다가 없는 지리적 특성 때문인지 대전에는 수출을 직접 하는 기업체보다는 수출업체에 납품하는 업체가 상대적으로 많은 편이다. 그러나 보니 FTA 발효와 이에 따른 원산지 증명을 미리 준비하지 못하고 있다가 급하게 도움을 요청하는 업체들이 많다. 그러나 보니 대전FTA활용지원센터는 짧은 시간에 실질적인 도움을 주는 데 장점을 갖고 있다.

글 우종국 기자 사진 김기남 기자

“업무의 절반 정도는 원산지확인서인데, 이런 업체들도 수출업체와 같은 업무 부담을 지지만, 수출을 직접 하지 않으니 신경을 안 쓰다가 원청업체의 요청 후 부랴부랴 발급이 필요해지는 경우가 많습니다.” 대전FTA활용지원센터(이하 대전센터)의 가경수 팀장의 말이다. 수출업체가 FTA 관세 혜택을 받기 위해서는 상대국 세관에 한국산이라는 것을 증명하기 위해 ‘원산지증명서’를 보내야 한다. 그러나 수출업체가 공급받은 부품 하나하나까지 원산지 증명을 할 수 없기 때문에, 원료·부품 공급업체로부터 받은 ‘원산지확인서’를 바탕으로 원산지증명서를 작성하게 된다. 공급업체로서는 직접 수출을 하지 않기 때문에 FTA에 대해 준비를 하지 않고 있다가 갑작스레 원산지확인서를 요구받기 때문에 당황하는 경우가 많다. 게다가 공급사슬의 아랫부분으로 갈수록 직원 10~30인 규모의 영세업체가 많다 보니 전담인력을 들 수도 없어 어려움을 겪게 된다.

대전센터의 김혜정 관세사는 “준비가 너무 안 되어 있는 것도 문제지만, 원청업체가 필요 이상의 원산지관리 서류를 요구하는 경우도 있어 업무가 과도해지는 경우도 있는데, 그런 경우에는 컨설팅을 통해 불필요한 과정들을 줄여 벤더들(공급사)의 부담을 줄이는 것도 중요하다”는 점을 지적했다. 현재 이런 입장에 있는 회사라면 원청업체와 협의해 각 지역 FTA활용지원센터를 찾을 필요가 있을 것이다.

직원 9명인 대전센터는 지난해 FTA 원산지 실무교육 9회를 비롯해 총 18회의 교육·설명회·간담회를 진행했고, 36개 업체에 대해 방문컨설팅을 통해 22건의 원산지인증서를 발급받을 수 있도록 했다. 그 외에 FTA활용 실무매뉴얼을 직접 제작해 500부를 배포했다. 올해의 경우 9월까지 총 12회의 교육·설명회·간담회를 진행했다. 한·EU FTA, 한·미 FTA의 초기 혼선이 어느 정도 자리 잡았기 때문에 설명회보다는 개별 업체 컨설팅에 업무 비중을 늘리고 있다. 이미 올해 39개 업체에 대해 방문컨설팅을 진행했다.

대전FTA활용지원센터의 FTA 활용 성공 사례

협력업체와 함께 교육 참여하면 효과 만점



대전에 본사를 둔 스크린골프 업체 A사는 안정기에 접어든 내수시장을 벗어나 적극적인 수출길에 나서고 있다. 현재 중국, 태국 등에 수출 중이고 미국과 유럽으로도 수출길을 모색하고 있다. 스크린골프의 경우 스크린·발판·센서·조명·카메라 등을 제조사로부터 납품을 받게 되는데, 각 납품사들은 또 회로 등의 부품을 공급받는 등의 공급사슬을 갖추고 있다.

원청업체인 A사의 경우 미국과 유럽 수출을 앞두고 한·미 FTA, 한·EU FTA에 따른 원산지증명서를 발급해야 하지만, 납품사들은 전혀 준비가 되어 있지 않았던 상태였다. 이에 따라 대전FTA활용지원센터는 A사 직원 대상 교육을 시작했고, 교육을 받은 A사 직원들도 벤더(협력사)들의 교육 필요성을 느껴, 협력업체들에게 교육을 제안해 함께 교육을 받게 되었다. 특히 A사에서는 협력사들에게 대전센터에 적극적 컨설팅을 요청하라고 말하면서 협력사들이 차례로 교육과 컨설팅을 통해 원산지확인서를 발급받을 수 있었다.

스윙플레이트(1차 벤더)를 만드는 S사는 자사의 원산지확인서를 발급하기 위해 부품을 납품하는 협력사의 원산지확인서가 필요하다는 것을 알고 협력사(2차 벤더)에 대전센터에 컨설팅을 의뢰할 것을 요청했고, 이를 통해 협력사 또한 원산지확인서를 발급할 수 있었다. 골프공의 움직임을 파악하는 센서를 만드는 T사의 경우도 조명커버, 컨트롤박스 등의 납품사들이 컨설팅을 받도록 해 원산지확인서를 발급할 수 있게 됐다. 이런 과정을 통해 A사는 최종적으로 원산지증명서를 발급받을 수 있었다.



자동차용 전자부품에 들어가는 인쇄회로기판(PCB: Printed Circuit Board)을 만드는 B사는 70대의 사장과 6명의 생산직원, 1명의 행정직원 등 직원 8명의 소규모의 회사다. 국내 완성차업체의 2차 벤더로 구분된다. PCB 제조는 단순주문생산으로 부가가치가 큰 업종은 아니어서 생산효율성이 중요하다보니 FTA 관련 업무를 전담할 직원을 두기가 힘들다. 그러나 완성차 업체가 수출을 하기 위해서는 협력사로부터 원산지확인서를 받아야 하기 때문에, 어느 날 1차 벤더로부터 원산지확인서를 요청받았다. 이미 원산지확인서를 발급해줬지만, 이를 담당했던 직원이 퇴사하면서 제대로 인수 인계가 되지 않아 백지에서부터 다시 시작해야 하는 상황이었다. 원산지확인서는 납품 때마다 발급해야 하는 번거로움을 피하고자 대개 1회 발급으로 1년 동안 사용이 가능한 ‘원산지포괄확인서’를 발급받는데, 그 기한이 지나 새롭게 발급을 요구받은 것이었다.

그러나 사장을 비롯한 직원들은 FTA 원산지 증명에 대한 사전지식이 없는 상태였다. 또한 완성차 업체는 협력사들의 FTA 대응 준비상황을 평가해 다음 계약 때 반영하기로 해 시스템구축 또한 중요한 과제였다.

B사는 대전센터에 이를 의뢰했고, 상주 관세사는 현장에 나가 관세청의 원산지증명서(확인서) 발급 시스템인 FTA-PASS를 깔고 이를 활용할 수 있는 방법을 알려주었다. 대전센터의 김혜정 관세사는 “FTA-PASS를 깔면 대개 원청사가 요구하는 FTA 대응 시스템을 만족할 수 있다”고 해결방법을 설명했다.



리얼우드 모바일폰케이스 제조업체 인목(人木) 세계 유일 휴대폰케이스... 바이어들 이목 집중

대기업이든 중소기업이든 제조업체의 목표는 오직 하나, '세상에 없던 것을 만들자'라는 것이다. 남들을 따라 해서는 결국 2인자 밖에 될 수 없고, 가격 경쟁에 내몰리다 결국 고사하는 운명에 처하게 된다. 세계에서 하나밖에 없는 리얼우드 핸드폰케이스로 세계 시장의 주목을 받고 있는 인목을 찾았다. 글 이홍표 기자 사진 서범세 기자



“
지난해 꾸준히 전시회에 참여해 바이어의 관심을 끈 인목의 리얼우드 모바일폰케이스는 올 3월 수출을 시작했다. 마침 한·미 FTA가 발효되면서 20%의 관세가 즉시 철폐되면서 미국 수출이 호조를 맞았다.”

인목은 원래 건축자재 업체였다. 가구업체인 보르네오에서 20년 넘게 근무한 석정기 대표는 1997년 인목을 설립해 리얼우드(생나무)를 이용한 고급 아파트용 내장재를 만들어 건축 업체에 납품해왔다. 1990대 후반부터 국내 아파트들에 브랜드화와 더불어 고급화 경쟁이 시작됐고 인목의 제품은 타워팰리스 1, 2, 3차에 들어갔고, 최근에는 한남 더 힐에도 납품될 정도로 품질을 인정받았다. 그러나 2008년 이후 국내 건축시장이 하향세로 접어들면서 인목도 매출 부진에 시달리기 시작했다. 불황을 타개하기 위해 인목이 눈을 돌린 곳은 IT와의 접목이었다. 차가운 콘크리트에 따뜻한 감성을 전달한다는 건축용 제품 특징은 금속 위주의 IT 제품에도 적용될 수 있다는 아이디어가 나왔다. 천연 목재의 질감을 살린 마감재의 가공 기술에는 자신이 있었기 때문에 새로운 도전에 나설 수 있었다.

한·미 FTA 발효로 20% 관세 즉시 철폐

2005년 삼성전자 지펠 냉장고 도어에 첫 적용을 시작으로 2008년에는 LG전자의 PDP TV의 프레임을 우드로 만들기도 했다. 2011년 삼성전자 갤럭시탭용 케이스를 시작으로 휴대폰 케이스 시장에 진출했다. 인목의 이태호 상무는 “리얼우드는 플라스틱과 팽창·수축도가 달라서 생각처럼 융합이 쉽지 않다. 이를 극복하기 위한 원천기술을 개발해 지난해 국내외에 특허를 출원한 상태다”라는 설명을 들려주었다.

인목의 휴대폰케이스가 주목을 받기 시작한 것은 2011년 8월 한국전자전(KES)이었다. 처음 전시회에 참여하자마자 바이어들의 관심을 끌었고 이어 도쿄, 하노이, 홍콩 등의 전시회를 통해 18개국의 36개 거래처를 확보할 수 있었다. 수출 비중은 일본, 미국, 캐나다, UAE, 러시아, 이탈리아, 스페인 순이다. 올 3월 수출을 시작했는데, 마침 한·미 FTA가 발효되면서 20%의 관세가 즉시 철폐되면서 미국 수출이 호조를 맞았다.

이태호 상무는 “우리 제품은 국내보다 해외에서 더 인기를 끌고 있다. 기존에 휴대폰케이스의 강자들이 있지만 우리는 소재와 디자인을 차별화해 새로운 시장을 만들면서 시장을 선도한 것이 그 비결”이라고 자신감을 나타냈다. 매출 100억 원(2011년)이던 인목은 올해 휴대폰케이스를 수출하면서 수출액만 300만 달러(33억 원)가 될 것으로 예상하고 있고, 2013년에는 1500만 달러로 급성장할 것으로 내다보고 있다. [\[TA\]](#)



이태호 인목(人木) 상무

EPC(엔지니어링·프로큐어먼트·컨스트럭션) 설비 제조업체 dbi 신흥개발국 플랜트 수출 호조... 연 2.5배 성장

국내외 시장이 경기침체로 기업들이 어려움을 겪고 있지만, 이와 달리 개발도상국 시장은 높은 성장률을 보이고 있다. 내수에 안주하지 않고 꾸준히 수출길을 찾다 보면 새로운 기회가 생기게 마련이다. 이처럼 수출은 한국 기업들의 유일한 위기 극복 방법이다. 경제 위기에도 연 150% 이상 성장하고 있는 dbi를 찾았다.

글·사진 우종국 기자



“
독일 업체인 지멘스의 유일한 한국 내 주문업체이기도 한 dbi는 발전소에 들어가는 콘덴서 등을 납품하고 있는데, HS코드 7309류(철강재 저장조), 7326류(철강재 기타 부품), 8404류(보일러용 부속기기) 등의 EU 수출 관세 1.7~2.2%가 즉시 철폐되면서 유럽 수출도 청신호다.”



엄창호 dbi 대표이사

경상남도 사천에 위치한 dbi는 발전·석유화학·제철·담수화 등의 설비를 만드는 '토텔 플랜트 제조사'다. 발전소에는 주기기(터빈·발전기·보일러)와 보조기기(콘덴서·열교환기·탈기기·급수과열기)가 있는데, 폐열회수보일러·급수과열기·탈기기·열교환기 등의 보조기기를 dbi가 생산하고 있다. 그 외에 석유화학 플랜트에 들어가는 리액터·타워·열교환기·압력용기를 비롯해, 제철소의 전로철파, 담수화 플랜트의 중발전조기를 만들어 플랜트에 납품한다. 중소기업이지만, 단일 생산규모로는 두산중공업, 현대중공업 다음으로 큰 생산설비를 보유하고 있다. 공장의 높이가 30m에 이르고 크레인은 500t 이상을 들 수 있는 대형 설비는 국내에 3개밖에 없다. 그만큼 대형 제품을 수주할 수 있는 능력이 되는 것이다. dbi는 현재 아랍에미리트연합(UAE)의 한국형 원자로 건설에 1400MW급 발전기의 콘덴서를 제작하고 있을 정도로 기술력도 인정받고 있다.

dbi는 엄창호 대표가 25세 때인 1986년 창업한 단경테크를 기반으로 커온 회사로 2003년 두바이이엔지, 2009년 dbi로 사명이 바뀌었다. dbi는 '두바이 베이직 인더스트리(Dubai Basic Industry)'의 약자로, 여기서 '두바이'는 불교용어로 '흔한 원석이 다이아몬드로 깨이는 과정'을 뜻한다. 1대 주주 엄창호 대표 외에 산업은행을 비롯해 미래에셋증권, 네오플렉스(두산그룹 계열)가 주주로 참여해 탄탄한 재무구조를 갖추고 있다.

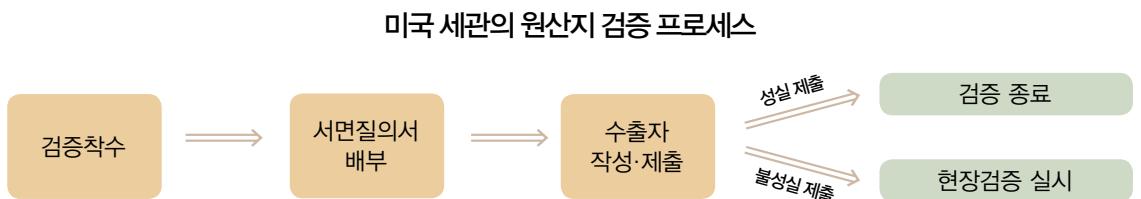
한·EU FTA로 관세 즉시 철폐로 가격 경쟁력 강화

세계적인 경기침체에도 불구하고 dbi는 최근 급성장하고 있다. 2010년 매출 50억 원, 2011년 200억 원에 이어 올해는 500억 원을 예상하고 있다. 최근 중동에서 석유화학 플랜트가 활발하게 지어지고 있고, 중국과 동남아시아에서도 개발이 한창이기 때문이다.

한편 한·EU FTA 발효 이후 가격 메리트가 생기면서 바이어들의 관심도 높아지고 있다. 독일 업체인 지멘스의 유일한 한국 내 주문업체이기도 한 dbi는 발전소에 들어가는 콘덴서 등을 납품하고 있는데, HS코드 7309류(철강재 저장조), 7326류(철강재 기타 부품), 8404류(보일러용 부속기기) 등의 EU 수출 관세 1.7~2.2%가 즉시 철폐되면서 유럽 수출도 호조를 띠고 있다. 이처럼 해외 주문이 늘어나면서 dbi는 지난해 150명이던 직원을 현재 200명으로 늘리는 등 원활한 생산을 위해 노력하고 있다. [\[TA\]](#)

FTA의 예방 주사, '원산지 사전진단 서비스' 상대국 세관의 까다로운 '사후 검증' 완벽 대비

한·EU FTA, 한·미 FTA 등이 본격화되면서 원산지증명서 '자율발급'이 늘어나고 있다. 그러나 '기관발급'과 달리 자율발급은 상대국 세관의 사후검증 시 입증서류를 제출하지 못하면 그간의 관세혜택을 물어내야 하고 벌금까지 물 수 있다. 사후검증에 자신이 없다면 관세청의 '원산지 사전 진단 서비스'를 이용해 보자. 글 박진영 기자



사례 1
경남 창원에 소재한 H사는 자동차 부품 제작용 공작기계 등을 제조해 수출하는 기업이다. 수출물품은 국내외 36개 업체로부터 공급받은 약 465 종의 부품으로 구성되고 있다. 많은 협력 업체로부터 부품을 조달받고 있는 H사가 통합적 원산지증명서 발급 관리에 어려움을 겪고 있었다. H사는 관세청의 '원산지 사전진단'을 신청해 문제를 해결할 수 있었다. H사의 신청을 받은 세관 사전진단팀은 약 2개월의 조사기간 동안 H사의 원산지를 검증했다.

그 결과 H사가 EU 기준에 따른 품목분류, 부품별 원산지 정리, 수출제품이 한·EU FTA 원산지 기준을 충족하고 있다고 판정했다. H사는 관세청의 도움을 받아 원산지 검증 리스크를 쉽게 덜 수 있었고, 한·EU FTA 발효 후 기계류 관세율이 0%로 철폐되면서 수출에 날개를 달 수 있었다.

사례 2
경북 구미에 소재한 D사는 LCD, PDP TV용 케이스를 전문적으로 생산하는 플라스틱 시출·성형제품 전문 제조업체다. EU 및 아세안에 현지법인을 설립해 제품을 수출하고 있으나, 원산지 검증에 대한 불안감이 상존하고 있었다. 이에 D사는 대 EU 수출물품의 원산지기준 충족여부 확인과 한·EU FTA의 인증 수출물자로 지정받기 위해 사전진단을 신청했다.

세관 사전진단팀은 약 3개월에 걸쳐 해당업체 수출물품에 대한 분석을 실시했다. 그 결과 D사의 수출물품은 한·아세안 FTA 및 한·EU FTA 원산지 기준을 충족하며, 품목분류도 적정하다고 판정받았다.

국내 수출기업들이 FTA 관세 혜택을 받기 위해서는 수출물품이 한국산임을 증명할 수 있어야 한다. 관세 특혜를 받았더라도 상대국 세관의 세무조사에서 이를 입증할 수 없으면 세금 폭탄이나 벌금 폭탄의 피해를 받을 수 있기 때문이다. 특히 미국과 EU 세관은 강도 높은 세무조사가 실시될 전망이어서 국내 수출기업은 이를 철저히 대비할 필요가 있다.

문제는 이를 준비하는데 적지 않은 시간과 비용, 수고가 필요하다는 것이다. 자금 여유가 있는 대기업에서는 로펌이나 회계사를 고용해 해결할 수 있겠지만 중소기업의 경우 원산지 관리를 전담하는 인력을 둘 수 없는 곳이 많기 때문에 상대적으로 큰 어려움을 겪고 있는 것이 현실이다. 이 때 관세청이 지원하는 '원산지 사전진단 서비스'를 이용하면 쉽게 문제를 해결할 수 있다.

원산지 사전진단이란 원산지검증 위험이 높은 산업을 중심으로 기업의 원산지결정기준, 판정시스템 및 원산지증빙서류 관리실태 등을 실제 점검 및 확인해주는 서비스다. 업종별 단체·협회 등에서 추천한 업체를 우선적으로 선정하고, 필요시 세관장이 기업의 신청을 받아 사전진단을 희망하는 기업 중에 선정한다.

원산지 사전진단 서비스를 이용하는 기업은 급격하게

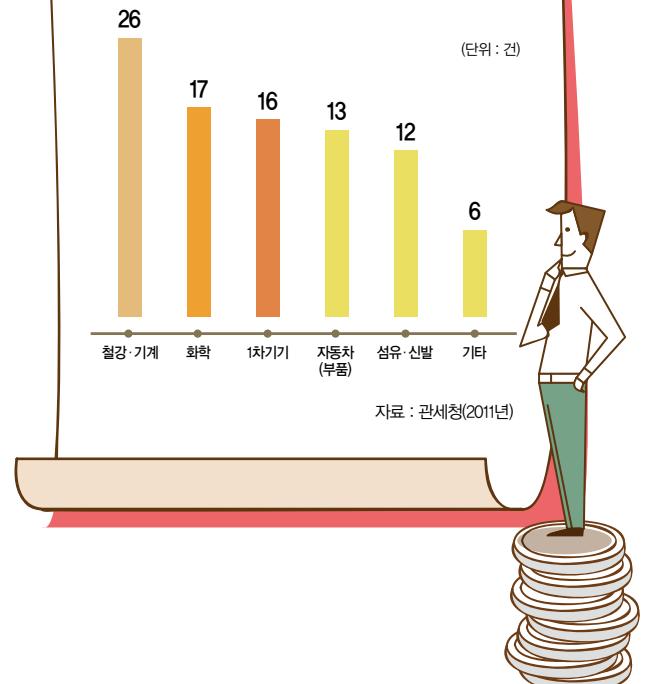
늘어나고 있는 추세다. 2010년에는 단 두 개의 기업만이 이용했으나, 2011년에 철강·기계, 화학, 자동차·부품, 섬유·신발류 등 92개의 수출업체가 이 서비스를 활용했다.

원산지 사전진단 서비스의 FTA 수출지원 효과는 상당하다. 무엇보다 원산지 검증에 따른 위험성을 해소할 수 있다는 점이 크다. 실제로 EU측 요청으로 실시된 실제 원산지 검증결과에서도 관세청의 원산지 사전진단 서비스를 활용한 경험이 있는 수출업체들이 그렇지 않은 기업보다 원산지 기준 관리가 잘 돼있는 것으로 확인됐다.

증빙서류 관리 능력을 키울 수 있다는 점도 매력적이다. 2011년에 원산지 사전진단 서비스를 이용한 기업들 중 대부분이 원산지 증명을 위한 자료 보관을 체계적으로 갖추고 있지 않았다. 이 기업들은 원산지 사전진단 서비스를 통해 증빙 서류의 관리 요령을 컨설팅 받고 원산지 관리 시스템을 쉽게 구축할 수 있었다.

한·미 FTA를 이용해 수출하는 기업은 미국 세관의 까다로운 직접 검증을 미리 경험해볼 수 있다는 점에서 더욱 효과적인 활용이 가능하다. 미국 세관의 원산지 검증은 수출업체에 사전에 배부하는 서면질의서를 바탕으로 판단하는 과정인데, 원산지 사전진단 서비스를 통해 관세청이 자체 개발한 점검표를 미리 작성하고 검토·컨설팅 받으면서 이에 대한 대응력을 키울 수 있기 때문이다.

산업별 원산지 사전진단 서비스 제공 현황



원산지 사전진단 서비스 활용 노하우 기업 정보 최대한 보호…최소한의 자료만 요청

원산지 사전진단 서비스는 서면진단이 원칙이기 때문에 신청 기업의 적극적인 협조가 무엇보다 필요하다. 물론 원산지증빙서류의 진위와 정확성 확인이 곤란하거나 추가 확인이 필요한 경우 또는 대상업체가 요청하는 경우에 한해 현장진단도 실시하고 있으나 기본적인 자료 제공에 소극적이라면 제대로 된 진단을 할 수 없다. 관세청은 기업 내부 정보 제공에 따른 업체의 우려를 인식, 원산지 사전진단 서비스에서는 최소한의 자료만 요청하고 있으며, 다른 용도로 사용될 수 없도록 내부 규정을 마련해 두고 있다.

원산지 사전진단 서비스 결과를 실제 검증에서 사용할 수 없다는 것도 유념해야 한다. 진단 결과가 실제 검증 결과와 다른 경우는 거의 없으나 혹 문제가 발생할 경우, 사전 진단 결과가 이를 해결할 수는 없다.

제품 운송 또한 업체에서 유념해야 할 점이다. 원산지 사전진단 서비스가 실제 운송 과정까지 체크하는 것은 불가능하기 때문이다. 제품 자체가 원산지 조건을 충족하더라도 한국에서 상대국으로 직접 운송되지 않으면 관세 혜택을 받기 힘들다. 사전 진단을 받을 때 운송 계획 및 구체적인 과정을 컨설팅 받으면 운송으로 인해 발생할 수 있는 문제를 미연에 방지할 수 있다.

원산지 사전진단 서비스 신청 연락처

본부세관	전화번호
	02-510-1575
서울본부세관	02-510-1485
	02-510-1594
부산본부세관	051-620-6633
인천본부세관	032-452-3171
대구본부세관	053-664-5236
광주본부세관	062-975-805
평택직할세관	031-8054-7044

FTA 주요 품목 10월 소비자 가격 동향

와인·냉동삼겹살 가격 인하 폭 컸다

주요 수입품목의 소비자가격 동향을 조사한 결과 한·미 FTA 관련 품목의 경우 와인, 호두, 승용차, 오렌지쥬스 등이, 한·EU FTA 품목의 경우 냉동삼겹살, 와인, 치즈, 전기면도기 등의 가격 인하 폭이 큰 것으로 나타났다.

글 이현주 기자



한·미 FTA 관련 품목의 경우 체리(-41.8%, 이하 가격 변동 폭), 오렌지(-33.3%), 와인(-29.0%), 자몽(-12.5%), 호두(-11.5%), 승용차(-11.4%), 포도·오렌지쥬스(-7.7%) 등의 품목에서 가격이 하락했다.

체리는 24%의 관세가 철폐되고 미국 내 작황호조로 대량공급되며 전년 6월 대비(1만2,000원) 최대 51.7%(7월)까지 가격이 하락한 바 있다. 오렌지도 FTA 발효 이후 관세인하와 수입증가(전년 동기대비 29.3% 증가)로 최대 33.3%까지 가격이 하락하기도 했다. 현재 체리, 오렌지, 자몽(캘리포니아산)은 미국 내 출하 종료로 판매가 중단된 상태다. 포도쥬스, 오렌지쥬스

는 45%, 54%의 대폭적인 관세철폐 효과로 6월 중 하락한 소매가격 수준이 지속되고 있다. 승용차의 경우 9월 11일 국내 개별소비세 1.5%p 인하로 10월 가격이 소폭 하락했다.

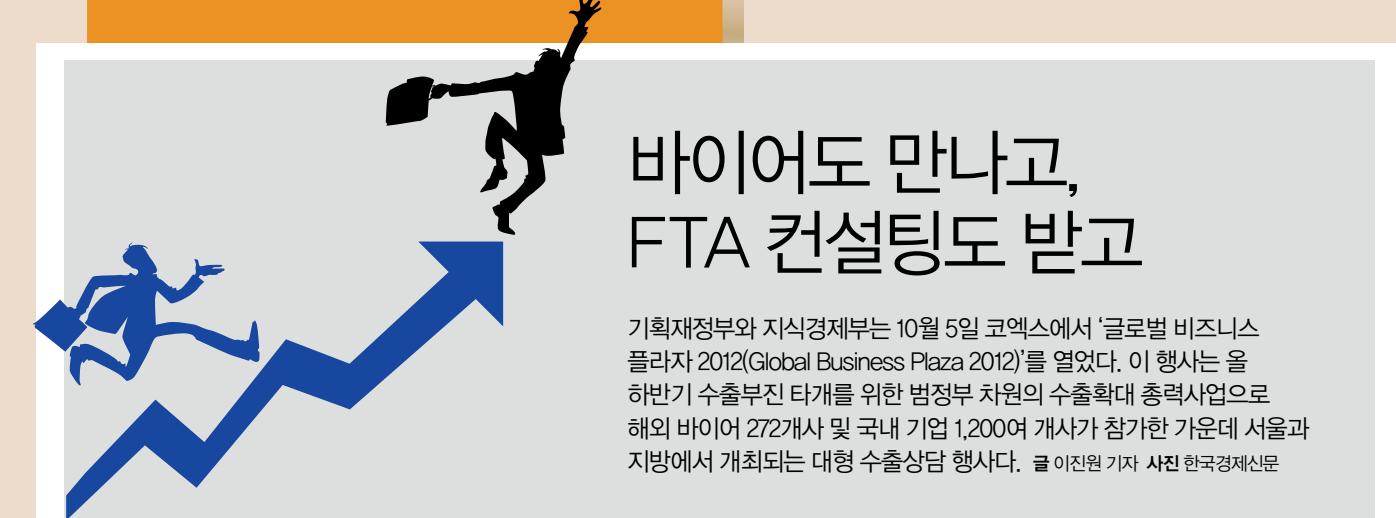
한·EU FTA 관련 품목은 냉동삼겹살(-19.5%), 와인(-13.0%), 치즈(-7.6%), 전기면도기(-3.0%) 등의 품목에서 가격이 인하됐다.

유럽산 냉동삼겹살은 한·EU FTA 발효 직후 큰 폭으로 가격이 하락한 이후 지속적으로 안정세를 보이고 있다. 유럽산 와인은 한·미 FTA로 미국산 와인의 관세가 철폐되면서 경쟁을 통해 가격이 더 낮아졌다. ■



자료 : 기획재정부

글로벌 비즈니스 플라자 2012 개최



바이어도 만나고, FTA 컨설팅도 받고

기획재정부와 지식경제부는 10월 5일 코엑스에서 '글로벌 비즈니스 플라자 2012(Global Business Plaza 2012)'를 열었다. 이 행사는 올 하반기 수출부진 타개를 위한 법정부 차원의 수출확대 총력사업으로 해외 바이어 272개사 및 국내 기업 1,200여 개사가 참가한 가운데 서울과 지방에서 개최되는 대형 수출상담 행사다. 글 이진원 기자 사진 한국경제신문



올해 열린 글로벌 비즈니스 플라자 2012에서는 해외 바이어 272개사 및 국내 기업 1,200여 개사가 참여해 활발한 상담을 진행했다. 특히 FTA 비즈니스 플라자에 참석한 바이어와 국내 기업은 특혜관세 및 원산지 규정에 대해 현장에서 FTA 컨설팅을 받을 수 있어 도움이 되었다.

올해 열린 글로벌 비즈니스 플라자 2012는 △FTA 비즈니스 플라자 △일본 대기업을 활용한 부품소재 수출 확대(GP Japan in Korea) △중화권 내수시장 진출(China/Hongkong/Taiwan Consumer Market Plaza II) △중남미 새 시장 수출영역 확대(Latin America Business Plaza) △프로젝트 수주 등 태마형 비즈니스 상담회 형식으로 진행됐다.

특히 미국, 인도, 유럽연합, 아세안 등 우리나라와 FTA를 체결한 국가의 바이어 80여명은 자동차부품과 섬유, 소비재, 전기전자 등 FTA 수혜품목을 중심으로 수출을 상담했다. 주요 참여 바이어는 제너럴모터스(GM), 북미 3대 이동통신사인 스프린트넥스텔, 세계 2대 화학업체인 다우케미컬, 시스코시스템즈, 알스톰인디아, 아마존차이나, 미쓰비시중공업, 스미토모 등 세계적 기업들이었다.

이날 오전에는 이명박 대통령이 행사를 방문해 수출마케팅을 펼치고 있는 중소기업인 등을 격려했다. 이 대통령은 행사장 방문에 앞서 코엑스에서 비상경제대책회의를 주재하면서 "유럽경제위기로 수출이 어려운 상황이지만 이럴 때일 수록 업계 전체의 애로사항뿐만 아니라 개별 기업의 애로사항이 해결될 수 있도록 정부가 귀담아 들어주고 서둘러 쟁길 수 있도록 해달라"고 당부하기도 했다.

한편 김동연 기획재정부 2차관은 해외 바이어를 초청해 환영 오찬과 FTA 활용전략 콘퍼런스를 열었다. 김 차관은

환영사를 통해 "FTA는 세계무역질서에 거스를 수 없는 거대한 흐름"이며 "FTA는 양국의 기업, 소비자 모두에게 경제적 이익을 가져다주는 원-원 전략"임을 강조했다.

또한 기재부는 FTA 컨설팅관을 운영하면서 우리 기업에 원산지 문제 등 수출 애로사항을 상담했다. 인천 소재 집진기 제조업체 C사는 아세안 지역인 베트

남·태국·말레이시아·싱가포르·인도네시아 등 한·아세안 FTA가 적용되는 지역이 주력 수출국이다. 그러나 수출국 바이어조차 FTA 적용 여부를 잘 모르는 경우가 많고, 아세안 지역의 경우 나라별로 협정세율이 달라 FTA 활용에 애를 먹고 있었다. C사의 A대리는 FTA 컨설팅관에서 나라별 협정세율, 원산지 결정 기준, 원산지증명서 발급 절차 등에 대해 문의해 상담이 이뤄졌고, 추후 사후검증에 대비한 서류구비에 대한 주의사항까지 들을 수 있었다.

대구의 가방 제조업체 E사는 지금까지는 내수에 의존하고 있었지만, 수출길을 모색하기 위해 대구에서 상경해 유럽과 중국의 바이어들과의 상담 후 FTA 컨설팅관에 들러 전문 관세사에게 수출국의 FTA 적용 여부를 문의했다. 유럽의 경우 품목 분류 및 한·EU FTA 적용여부를 들을 수 있었고, 중국의 경우 한국과 FTA를 맺지는 않았지만, '아시아·태평양 무역협정'에 따라 일부 제품에 대해 관세인하 혜택을 받을 수 있다는 답변을 들을 수 있었다. ■

비준 앞둔 한·터키 FTA의 기대 효과와 과제

인구 7천만, 평균연령 28.4세…
성장성 큰 시장 '성큼'

한·터키 FTA 발효가 임박했다. 2009년 한·터키 FTA 타당성 공동연구 이후 4차에 걸친 FTA 공식협상을 거쳐 2012년 3월 26일 양국 정상회담을 계기로 한·터키 FTA 기본협정 및 상품무역협정이 협상타결, 가서명되었다. 상기 협정은 결국 지난 8월 1일 정식서명에 이르렀으며, 8월 29일 정부는 비준동의안을 제출해 국회 통과만을 앞두고 있다.

글 이철원 대외경제정책연구원 유럽팀 전문연구원 사진 한국경제신문



터키 시장의 가장 큰 장점은 거대 구매력을 갖춘 선진 시장(EU)과 잠재력이 풍부한 신흥시장(중동·아프리카·중앙 아시아)을 동시에 접근할 수 있으며, 자체적으로도 막대한 성장잠재력이 있는 내수시장을 보유하고 있다는 것이다.

최근 2년 간 터키경제는 유럽 재정위기 및 중동사태로 인해 큰 타격을 입었음에도 불구하고 2010년 8.1%, 2011년 8.3%라는 높은 경제성장률을 기록하고 있는데, 이는 OECD 국가들 중 최고 수준이다.

2011년 터키의 총 수출액은 1,349억 달러로 전년 대비 18.5%가 증가했고, 총 수입액도 29.8%가 증가한 2,408억 달러를 기록

하는 등 수출입이 지속적으로 활발해지고 있는 양상을 보이고 있다. 그러나 무역수지적자가 2010년 715달러에서 2011년 1,059달러로 48%가 증가하며 무역수지적자에 대한 우려는 심화되는 상황이다.

한편 터키 정부는 2009년 수출확대 및 경제발전을 위한 중장기 계획으로 2009년부터 수출확대정책을 추진 중인데, 주요 목

표는 2023년까지 매년 12%씩 수출을 확대해 세계 10위권의 경제규모를 갖추는 것이다. 주요 내용은 현재의 산업구조를 고부가가치 산업 중심의 산업구조로 변형시키고 이에 대한 투자를 확대하는 것이다.

17건의 FTA 체결…향후 활발히 늘어날 것

이러한 수출확대를 위해 터키는 FTA를 각국과 활발하게 체결하고 있는데, 1992년 EFTA(유럽자유무역연합)과의 FTA를 시작으로 2012년 6월까지 총 17개 국가·경제권과 FTA를 체결(발효)했으며 3건의 협상을 추가로 진행 중이다. 현재 레바논, 모리셔스, 한국과 FTA 발효를 앞두고 있는 상황이다.

그러나 터키가 맺은 FTA 파트너국은 대개 주변국인 이스라엘, 이집트, 요르단, 시리아, 모로코 등 경제 규모가 작은 나라들이 대부분이지만, 역시 인접한 EU와는 FTA보다 협력단계가 높은 관세동맹(양국 이외의 국가에 대해 공동의 관세율을 매기는 것)을 맺고 있다. 한국이 중동·북아프리카 등을 진출하거나 터키가 아시아 또는 미국 진출을 추진한다면 서로를 FTA허브로 활용하기에 매우 좋은 조건을 갖추고 있다.

향후 터키는 재정위기를 겪고 있는 EU 외에 수출시장 다각화를 위해 아시아·아프리카 등 비유럽 국가들과의 FTA를 더욱 적극적으로 추진할 것으로 전망된다.

터키의 산업구조는 서비스업의 비중이 높고 제조업의 비중이 상대적으로 낮은 형태다. 2010년 기준 서비스업의 비중은 69.1%에 달하는 반면 제조업의 비중은 21.5%에 불과하다. 제조업 중에서는 광업(1.6%, 이하 전체 산업분야에서의 비중), 에너지(2.6%)를 제외한 기타제조업이 17.3%로 대부분을 차지하고 있다.

서비스업의 경우 부동산(22.6%), 물류(15.2%), 교통·통신부문(14.9%)의 비중이 높은 편이다. 이러한 산업구조는 유럽과 아시아를 잇는 지리적 이점과 풍부한 노동력을 활용해 '유럽의 중국'으로 불리는 특성을 반영한 것이다.

한국의 대 터키 수출 베스트3은 승용차·합성수지·선박

우리나라와 터키와의 교역은 꾸준하게 확대되어 왔으며 1997년 처음 교역규모 10억 달러를 넘어선 이후 2000년대 들어 급격한 성장세를 보이고 있다. 2011년 기준 터키는 한국의 33번째 교역 파트너로 대 터키 수출은 50억 달러로 수출시장 중 24위, 수입은 8억 달러로 46위다.

품목별 교역구조를 보면 한국의 대 터키 수출은 승용차가 5억 9,900만 달러로 가장 큰 비중을 차지했고, 합성수지(4억 3,400만 달러)와 선박(3억 8,600만 달러)이 뒤를 이었다. 터키로부터의 수입은 석유제품이 1억 7,900만 달러로 가장 비중이 높았고, 자동차부품(1억 6,800만 달러), 나프타(1억 1,000만 달러)가 뒤를 잇고 있다.

특히 현시비교우위지수(RCA)를 측정, 터키의 산업 경쟁력을 우리 산업과 비교·분석해 보면, 한국은 세계적으로 전기기기 및 부품, 기타운송장비, 정밀기계제품 등에서 경쟁력을 갖고 있다. 이에 비해 터키는 농림수산품, 음식료품 및 담배, 섬유 및 의류, 비금속광물제품 등에서 경쟁력을 갖고 있다.

터키 시장의 가장 큰 장점은 거대 구매력을 갖춘 선진 시장과 잠재력이 풍부한 신흥시장을 동시에 접근할 수 있으며, 자체적으로도 막대한 성장잠재력이 있는 내수시장을 보유하고 있다는 것이다. 터키는 세계 최대의 구매력을 가지고 있는 EU 시장을 배후에 두고 있고, 중동·아프리카 및 중앙아시아 지역에 대한 진출 거점으로서의 역할이 가능하기 때문이다.

특히 터키는 러시아, 중앙아시아, 중동 및 카스피해에서 생산되는 원유와 천연가스를 유럽으로 연결하는 이른바 '에너지 회랑(energy corridor)'의 역할을 수행하고 있다. 또한 7,000만 명을 초과하는 인구의 63%가 35세 이하의 젊은 층이고, 비교적 높은 교육수준으로 양질의 숙련 노동력이 매우 풍부하며, 터키 인들은 현재를 중요시하는 경향이 있어 소비성향이 매우 높은 편이다. 

한국과 터키의 대 세계 RCA(현시비교우위지수)

한국	산업분류	터키
0.10	농림수산품	1.02
0.17	음식료품 및 담배	1.21
0.63	광산품	0.53
0.95	석유화학 및 고무제품	0.54
0.40	가죽제품	0.97
0.28	목재 및 종이제품	0.51
0.69	섬유 및 의류	3.73
0.29	비금속광물제품	1.96
1.12	금속·차제품	2.17
0.89	일반기계 및 장비	0.60
1.84	전기기기 및 부품	0.50
2.21	정밀기계제품	0.09
1.38	자동차	1.68
3.97	기타운송장비	0.88
0.11	기타공산품	0.29

■ 각국이 비교우위를 가진 품목

■ 비교우위가 비슷해 협력이 필요한 품목

※2008년 기준 자료: UN Comtrade(www.comtrade.un.org)로부터 필자 측정.

RCA(Revealed Comparative Advantage: 현시비교우위지수):

세계 전체수출시장에서 특정상품(서비스 포함)의 수출이 차지하는 비중과 특정국의 수출에서 동 상품수출이 차지하는 비중사이의 비율로 특정 상품의 비교우위를 판단하는 데 널리 쓰이며 이 지수가 1보다 크면 비교우위가 있다고 판단한다.



콜롬비아는 페루·칠레보다 인구·GDP 규모가 약 2배 정도 크고, 안정적인 경제성장(최근 5년간 연 6% 이상)을 보여 시장 잠재력이 높아 전망된다. 그동안 고질적인 사회문제였던 치안불안은 안정적으로 관리되고 있다.

한·콜롬비아 FTA 가서명으로 바라본 콜롬비아 시장 적극적 FTA 추진 국가... 아시아로 개방 확대

중남미 지역은 세계 천연자원의 보고로 불리는 곳으로 전 세계 석유매장량의 18%, 철광석매장량의 23%를 지니고 있다. 한국은 에너지·광물자원의 공급 다변화를 위해 이들 지역과의 전략적 교류를 더욱 넓혀가고 있다. 한국은 한·칠레 FTA를 시작으로 중남미 지역과 경제협력을 늘려가고 있으며 지난해 한·페루 FTA 발효에 이어 지난 8월 31일 콜롬비아와의 가서명을 마쳤다.

글 하상섭 한국외국어대학교 한중남미녹색융합센터 교수 사진 한국경제신문

콜롬비아는 페루·칠레보다 인구·GDP 규모가 약 2배 정도 크고, 안정적인 경제성장(최근 5년간 연 6% 이상)을 보여 시장 잠재력이 높아 전망된다. 특히 관세율이 높은 승용차(관세율 35%)·타이어(15%)·가전(5~20%) 등 우리나라 공산품의 대 콜롬비아 수출이 대폭 증가할 것으로 예상된다. 중국과 일본을 제치고 아시아 국가로서는 처음으로 콜롬비아와 FTA를 체결해, 선점효과도 높다. 콜롬비아 시장 진출의 안정은 다음과 같은 안정적인 경제성장과 국가경제발전 계획에서 확인할 수 있다.

2011년 콜롬비아는 중남미 지역에서 브라질과 멕시코에 이어 해외직접투자액 순위에서 3위를 차지했다. 콜롬비아 정부

는 2014~2030년 국가개발계획에서 GDP 대비 수출입 비중을 2010년 33%에서 2014년까지 43% 확대시킨다는 목표도 설정했다. 특히 콜롬비아는 2011년 12월 기준 세계 14개국과 7개 자유무역협정을 발효시켰고, 2014년까지 우리나라를 포함해서(현재 가서명) 40개국과 14개 FTA의 발효를 목표로 설정해 경제발전을 이루겠다는 야심찬 포부를 가지고 있다.

페루·칠레보다 인구·GDP 2배나 큰 시장

앞서 살펴보았듯이 시장개방 정책 추진 가속화로 미국과의 우호적인 관계 유지는 물론, 유럽, 아시아 등에 대한 지속적인 시장개

발 정책을 추진하고 있다. 이미 미국 및 EU와 FTA를 체결했으며, 한국을 비롯한 아시아 국가들과의 FTA 협상도 추진함과 동시에 다양한 경제공동체 가입 확대를 통한 교역대상 다변화도 추구하고 있다. 특히 대외교역 대상지역을 종전 대서양 편향 정책에서 벗어나 아시아·태평양 인근으로 다변화를 추진하고 있는 점이 주목할 만하다.

한국이 콜롬비아를 비롯한 중남미 지역과 협력을 강화해야 하는 가장 큰 이유는 서로 원활할 수 있는 상호 보완적인 산업구조를 갖고 있기 때문이다. 한국은 중남미의 주력 수출품인 광물자원과 농축수산물에 대한 수요가 많은 반면 중남미 국가들은 한국 산 전자제품·자동차에 대한 수요가 많아 시장수요 측면에서 훌륭한 교역 파트너가 될 수 있다.

콜롬비아의 경우 최근 경제동향을 살펴보면 2011년 GDP 성장률은 5.9%를 기록했으며, 2000년대 초반부터 점점 성장세를 안정적으로 이어오고 있다. 특히 이러한 성장을 강하게 견인하고 있는 산업은 콜롬비아 통계청(DANE 2012)의 자료에 의하면, 에너지 자원과 광산업 그리고 건축업이다. 광업과 건설업은 2011년 각각 14.3%, 5.7%의 높은 성장률을 보였으며 전문가들은 광업이 GDP 성장률에 미친 상당한 영향력을 주목한다. 에너지 자원 분야를 보면 2011년 석유, 광물자원의 생산, 수출 급증이 급증했고 특히, 이 분야에 대한 외국인 직접투자증대, 1차 상품 및 비1차상품의 수출 증대 등에 힘입어 유럽발 경제위기에도 불구하고 5.9%의 높은 경제성장률을 기록한 것으로 분석된다.

이러한 자원의 무역과 투자를 살펴보면 총수출 중 원유가 약 40.5%, 연료탄이 약 13%를 차지, 원유 및 석탄 비중이 높다. 그러나 2011년에는 플라스틱, 화학제품 등 비전통제품 수출도 18.7% 증가했다. 콜롬비아 시장의 주요 수입품은 화학제품, 교

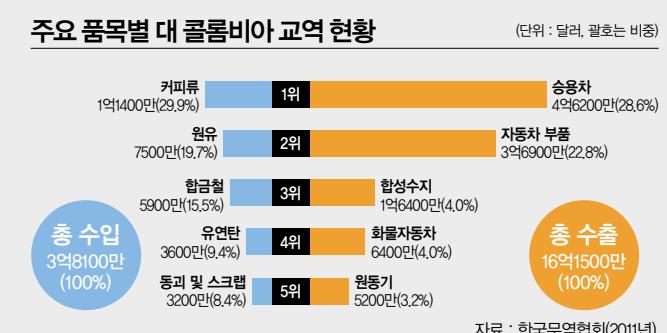
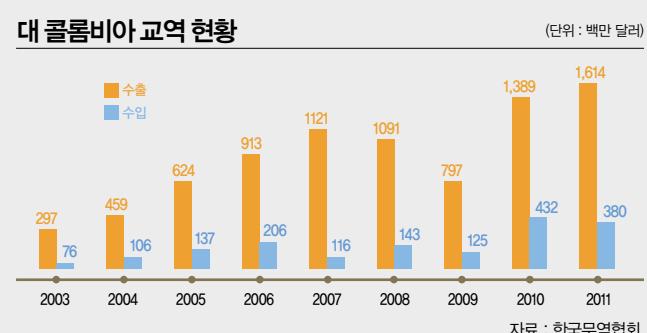
통장비, 산업류 기계류, 승용차 등이며, 특히 교통장비의 수입이 전년대비 78.5% 증가하였고 승용차의 수입도 전년 대비 34.1% 증가했다. 하지만 여전히 대미국 수출이 217.05억 달러로 전체 수출에서 약 40%를 담당하고 있을 정도로 대미의존도가 높다.

치안 안정과 경제성장으로 해외투자 늘어나

콜롬비아 시장에 대한 가치 분석과 투자 그리고 경제 전망을 보면, 현재 산토스 정부의 적극적인 대외개방정책, 견고한 국내수요, 이에 따른 소매업 및 제조업 활황, 관련 산업의 고용 확대 추세 등을 감안할 때 당분간 콜롬비아 경제는 안정적인 성장세를 유지해 갈 것으로 예상된다.

이미 세계 3대 신용평가기관인 무디스, 피치, S&P는 콜롬비아의 경제성장 추세와 정부의 안정적인 재정·통화정책을 평가하여 2011년도에 국가신용등급을 “투자적격”으로 상향 조정했으며 콜롬비아 정부도 해외직접투자 유치를 통한 인프라, 석유가스 개발 프로젝트를 개방하여 많은 투자 유인을 하고 있다. 콜롬비아 시장 접근을 위해 그동안 고질적인 사회문제였던 치안불안은 안정적으로 관리되고 있다. 안정적인 경제성장은 물론 국제유가 및 광물가격 상승, 에콰도르 및 베네수엘라 등의 이웃국가들과 관계 정상화, 인프라에 대한 지속적인 공공투자, 낮은 물가상승률 등이 동반되어 가능하다.

최근 남미대륙에 K-팝이 상륙하면서 콜롬비아에서도 한국 전자제품들이 큰 인기를 얻으며 한류 특수를 맞이하고 있다. EU, 미국 등 선진국들이 재정위기로 어려움을 겪고 있는 지금 한국이 중남미 국가들과의 교류를 통해 ‘경제한류’의 가치를 드높일 기회가 다가온 것이다. 

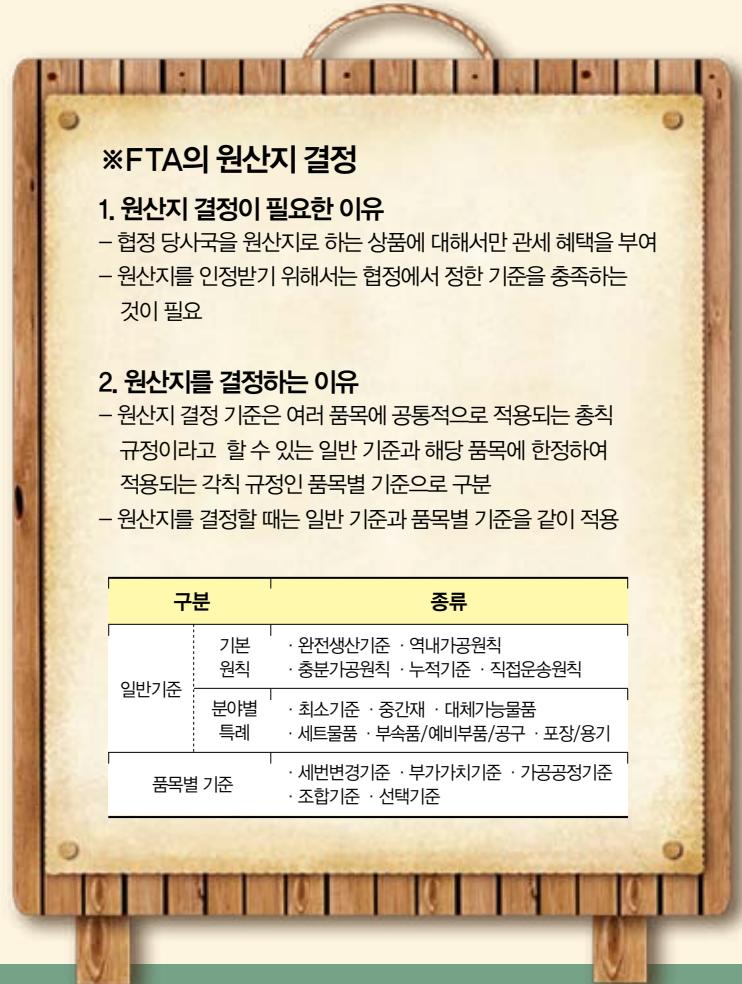


FTA 활용 필수 상식 완전 정복

FTA 원산지 규정, 협정별로 달라

한국이 맷은 FTA의 원산지 규정을 충족하기 위해서는 반드시 국내에서 가공이 이뤄져야 하는 것일까? 거의 그렇지만, 예외적인 경우도 있다. 제한된 품목에 한해 역외가공을 인정하기도 한다. 예를 들어 흔히 궁금해 하는 개성공단의 인정 여부는 협정별로 상이하다. 또한 누적기준을 이용하면 상대국의 재료를 국내산으로 인정받을 수도 있다.

글 이민선 FTA무역종합지원센터 관세사



01 역내가공원칙이란?

인천의 자동차부품 제조사 A사의 제품은 현재 한·미 FTA, 한·EU FTA의 원산지 규정에 부합해 관세 혜택을 받고 있다. A사 사장은 인건비 부담을 덜기 위해 인천과 가까운 중국 해안 지역에 조립 공장을 세울 것을 검토 중이다. 국내산 부품을 쓰고 있으니 중국에서 단순히 조립만 해서 갖고 온다면 한국산으로 인정받을 수 있지 않을까?

이 경우 원산지 인증을 받을 수 없다. FTA의 기본 전제인 '역내가공원칙'에 어긋나기 때문이다. 역내가공원칙이란 '생산 공정이 역내에서 수행되어야 하고, 일부 생산 공정이 역외에서 이루어지면 원산지 물품으로 인정하지 않는 기본원칙'을 말한다. 그러나 협정별로 예외적으로 역외가공을 인정하기도하는데, 특히 개성공단의 경우 싱가포르, 아세안, 인도, 페루와의 FTA에서 특정 품목에 한해 예외적으로 인정하고 있다. 칠레, EU, 미국과의 FTA에서는 예외를 두지 않고 있다.

역내가공 원칙 예외 규정

구분	싱가포르	EFTA	아세안	인도	페루	칠레·EU·미국
허용여부	○	○	○	○	○	×
품목	4,625품목	134품목	❶제한없음	❷267품목	아세안 국가별 100품목	108품목
허용 조건	개성공단	제한없음	제한없음	제한없음	개성공단	개성공단
기공비	한국에서 수출조건	40%이하	10%이하	40%이하	40%이하	40%이하

※ 표는 법 : ❶한·EFTA FTA의 경우 모든 제품에 대해 기공비 10% 이내에서 역외가공(지역 불문)을 인정하고 있으며, ❷267품목에 대해서는 기공비 40% 이내(지역 불문)에서 인정함.

02 충분가공원칙이란?

원산지 결정기준 중 품목별 기준인 '세번변경기준'은 HS코드가 바뀌면 상품의 본질적 특성이 바뀌었으므로 실질적 변형이 이뤄졌다고 보는 것이다. 그러나 세번이 변경되었다고 해서 무조건 실질적 변형을 인정하는 것은 아니다. 예를 들어, 쌀(1006류)을 수입해 와 쌀가루(1102류)로 제분하거나, 원목(4403류)을 수입해 제재목(4407류)으로 절단하거나, 멸치(0301류)를 마른멸치(0305류)로 건조한 경우 세번이 변경되었으므로 세번변경기준을 적용해 국내산으로 판정할 수 있을까? 이 경우 '충분가공' 원칙에 의해 국내산으로 판정받지 못한다. '충분가공' 원칙이란 '역내에서 당해 물품의 실질을 변형시키기에 충분한 정도의 공정을 거쳐 생산된 물품에 한해 원산지 물품으로 인정된다는 원칙'을 말한다. 단순·경미한 정도의 공정을 거쳐 생산된 물품의 경우 품목별 원산지 결정기준 요건을 충족시킨다고 하더라도 원산지를 인정하지 않는다는 기준이다.

불인정공정에 해당하는 HS(세번)변경 대표적 사례



※ 단순 가공의 경우 세번이 변경되어도 원산지를 인정하지 않음.

03 누적기준이란?

누적기준이란 FTA를 체결한 상대국의 재료·상품 등이 포함될 경우 국내산 재료·상품으로 인정하는 것을 뜻한다. 이를테면 미국산 원단을 수입해 한국에서 옷을 만들어 미국으로 수출할 경우 원산지 판정 시 그 원단은 한국산으로 인정하는 것이다. 누적기준의 목적은 원산지 영역을 확대해 역내(체결국 간) 교역량을 늘리는 데 있다. 누적기준에는 재료누적·상품누적·공정누적이 있는데, 한국이 체결한 8개의 FTA는 모두 재료누적을 인정하고 있으나, 상품·공정은 협정별로 상이하다.



한국이 체결한 FTA의 누적기준 적용 범위

체결	유형
칠레	재료, 공정, 상품
싱가포르	재료, 공정
EFTA	재료
아세안	재료, 공정(의류)
인도	재료
EU	재료
미국	재료, 공정, 상품
페루	재료, 상품

무역 퇴직인력 FTA컨설턴트 1기생 수료 및 2기생 개강

총 200명 양성 계획…중소기업의 FTA 활용 돋는다



기획재정부가 주관하는 '무역관련 퇴직인력 FTA활용 컨설턴트 양성 교육' 제1기 수료식이 10월 15일 서울 잠실 MBC아카데미 강의실에서 개최됐다. 이번 교육과정은 무역관련 퇴직인력의 무역경험과 경영 노하우를 FTA와 접목시켜 중소기업의 FTA활용 비즈니스 전략을 지원할 분야별 전문컨설턴트를 양성하기 위해 마련된 것으로 제1기 교육은 44명을 선발해 8월 27일부터 7주간 교육을 실시했으며, 중도 취업자를 제외한 42명이 수료했다. 이번에 배출된 교육생은 정부가 주관하는 FTA컨설팅 등에 참여시켜 현장경험을 쌓게 한 후, FTA활용지원센터 등의 상담·자문역, FTA컨설턴트 및 FTA교육 전문강사 등으로 활용될 수 있도록 유도할 계획이다.

수료식에서 김익주 기획재정부 무역협정국내대책본부장은 격려사를 통해 “FTA 혜택이 국민경제에 실질적으로 기여하기 위해서는 적극적 FTA 활용이 필요하지만, 중소기업은 준비와 역량이 부족한 실정”이라며 “교육생들이 점점에서 길잡이 역할을 해 줄 것”을 당부했다. 또한 “정부도 이번 교육을 통해 키운 교육생들의 FTA 활용 역량이 중소기업을 위해 최대한 활용될 수 있도록 최선을 다해 지원할 계획”이라고 밝혔다.

제2기 FTA 활용 전문컨설턴트 경력별 선발 현황(총 44명)

구분	기능별					업종별				
	해외영업	국제금융	유통물류	해외조사조달	마케팅	자동차/플랜트	섬유/직물	IT/전자	기계/금속	일반상품
명수	35	1	2	3	3	5	7	13	2	17
%	79.6	2.2	4.6	6.8	6.8	11.4	15.9	29.5	4.6	38.6

※연령별 기준 : 40대 3명(6.8%), 50대 32명(72.7%), 60대 이상 9명(20.5%)

관세청 영문 FTA종합포털 오픈

FTA 수출마케팅을 안방에서

한편, 제2기 교육생 선발을 위해 무역분야 은퇴자, 서비스분야의 무역관련 유경험자를 대상으로 모집한 결과(선발예정인원 40명), 1기 교육생(126명, 3.15배)보다 다소 높은 약 3.3배의 인원(132명)이 신청했다. 2기 교육생은 총 44명으로 선발교육생을 전문분야별 기준으로 분류해 볼 때, 기업의 무역관련 경력자(100%), 해외영업 분

야(79.6%), FTA수혜업종 분야(61.4%)의 비중이 큰 것으로 파악됐다. 연령대별로는 50대가 72.7%로 큰 부분을 차지하고 있다. 제2기 교육과정은 오는 10월 17일부터 11월 28까지 MBC아카데미 컨소시엄 주관 하에 7주(주 3회, 일 6시간)동안 실시될 예정이다. 교육 프로그램은 제1기와 마찬가지로 국제경제트렌드, FTA원산지 활용, FTA비즈니스전략, 컨설팅기업 등 FTA를 활용한 수익창출 교육위주로 구성된다.

기획재정부는 분야별 FTA전문컨설턴트를 2012년도에 80명을 양성한데 이어 2013년도에도 총 120여명을 추가로 양성할 계획이다. 정부는 배출된 교육생들이 무역관련 은퇴인력의 생생한 경험과 노하우를 살려 중소기업의 FTA활용 비즈니스전략을 지원하고 더 나아가 기업에 FTA활용 전문가로 취업함으로써 다시 한 번 경제 재도약의 첨병역할을 하여 줄 것을 기대하고 있다.

관세청(청장 주영섭)은 FTA 상대국에서 외국 수입자가 우리 수출품에 대해 FTA를 쉽게 활용할 수 있도록 영문 FTA 포털(<http://fta.customs.go.kr>)을 구축해 10월 24일부터 서비스를 개시했다.

그간 한국산 상품을 수입하는 외국 바이어들이 FTA 활용방법이나 절차를 잘 알지 못해 우리 상품이 FTA 특혜관세 혜택을 받지 못하는 사례가 많았다. 이에 따라 관세청은 외국인들도 쉽게 알아 볼 수 있도록 우리나라 상품의 FTA활용 핵심정보인 원산지기준, 세율 등의 전문정보와 한국의 품목분류 코드, 특혜통관절차, 원산지증명·검증 절차 등 다양한 내용을 영문으로 작성해 FTA포털을 통해 제공한다. 외국바이어는 품목분류번호 또는 품목명으로 손쉽게 현재 발효 중인 모든 FTA 세율과 원산지결정기준 등을 즉시 조회할 수 있고, 한국이 발행하는 원산지증명서도 검색이 가능하다.

이용방법은 기존 FTA 포털(<http://fta.customs.go.kr>)에 접속해 ‘한글’과 ‘English’ 중 English를 선택하면 누구나 활용이 가능하다. 영문 FTA 포털은 외국 바이어 대상 해외 설명회 시 집중 홍보해 활용을 유도하고, 신규 발효되는 FTA에도 적용할 수 있도록 지속적으로 수정·개선할 계획이다.

아울러, 모바일 기기를 활용한 FTA 정보제공 확대를 위해 모바일 웹 (<http://fta.customs.go.kr/mo>)을 구축하고, 스마트폰용 어플리케이션 앱 ‘스마트 FTA’의 기능과 콘텐츠도 전면 개편했다. ‘스마트 FTA’는 안드로이드 방식은 ‘Play 스토어’, 아이폰용은 ‘APP 스토어’에서 다운로드 후 사용 가능하고, 모바일 기기를 통해 웹에 접속해서도 모든 정보를 이용할 수 있다.



한·중 FTA 제4차 협상 개최

‘협상 지침 마련’ 논의해



한·중 FTA 제4차 협상이 10월 30일부터 11월 1일까지 사흘 간 경주에서 개최됐다. 한국 측은 최경립 외교통상부 FTA 교섭대표를 수석대표로 외교통상부, 기획재정부, 지식경제부, 농림수산식품부 등 관계부처가 참석했고, 중국 측은 위치엔화(俞建華) 상무부 부장조리(차관보급)를 수석대표로 관계부처가 참석했다.

금번 협상에서 양국은 상품과 비관세 장벽 등의 분야별 협상 지침(modality) 마련을 논의한 데 이어, 서비스, 투자 및 기타 규범 분야의 작업반, 전문가 회의도 개최했다. 양국은 지난 5월 2일 한·중 통상장관회담에서 협상 개시를 선언한 이래, 현재까지 총 4차례 협상을 개최했다.

한·중 FTA 협상 일지

회차	기간	장소
1차	2012년 5월 14일	베이징
2차	2012년 7월 3일~5일	제주
3차	2012년 8월 22일~24일	웨이하이
4차	2012년 10월 30일~11월 1일	경주



한국은 올해 '2012 서울 핵안보 정상회의'를 비롯한 굵직굵직한 국제회의를 개최하며 MICE산업의 저력을 발휘했다.

세계가 주목하는 대한민국 MICE산업

관광보다 부가가치 높은 신성장동력으로 '우뚝'

MICE산업은 흔히 '황금알을 낳는 거위' '굴뚝 없는 황금산업'이라 불린다. 전 세계가 주목하는 신성장동력 MICE산업, 그 중에서도 요즘 가장 뜨겁게 부상하고 있는 MICE산업의 현장이 바로 대한민국이다.

글 박진영 기자 사진 한국경제신문

몇 년 전부터 세계 각국에서는 신성장동력산업을 선점하기 위해 사활을 걸고 눈에 보이지 않는 전쟁들을 벌이고 있다. 그 중에서 가장 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 산업 분야 중 하나가 바로 MICE(마이스)산업이다. MICE는 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentives), 컨벤션(Convention), 이벤트와 박람전시회(Events & Exhibition) 등 네 분야를 통틀어 말한다. 세계적으로 MICE산업이 주목받기 시작한 것은 1990년 무렵부터다.

우리나라에서는 지난 2000년 ASEM 회의를 유치하면서부터 본격적으로 MICE 산업에 대한 관심과 논의가 적극적으로 이뤄지기 시작했다. 그 이후 국제회의 및 국제행사를 적극적으로 유치하기 시작하면서 우리나라의 MICE산업은 비약적인 발전을 거듭해왔다. 세계 각국의 컨벤션 관련 통계를 집계하는 국제협회연합의 세계국제회의 개최 순위를 보면 우리나라 MICE산업의 발전 정도가 한 눈에 보인다. 실제로 2008년도에는 세계국제회의 개최 순위에서 12위에 불과했던 것이 2009년에는 11위, 2010년에는 8위를 기록한데 이어 2011년에는 전년 대비 2단계 상승한 세계 6위를 기록했다.

한국, '세계국제회의 개최' 지난해 6위

도시별로 따져 봐도 서울은 2년 연속 세계 컨벤션 개최 순위 5위에 오를 정도로 세계적인 MICE산업의 중심지로 떠오르고 있다. 특히 올해는 전 세계 50여 개국의 1만 명이 참가한 '2012 서울 핵안보 정상회의'를 비롯해서 104개국, 10개 국제기구가 참가한 '2012 여수세계박람회' '제30회 세계혈우연맹총회' '제33차 세계여성단체협의회 세계총회' 등 굵직굵직한 국제행사 및 국제회의를 개최하며 대한민국 MICE산업의 저력을 유감없이 발휘했다.



이 같은 MICE산업의 발전은 경제, 사회문화, 정치, 관광마케팅 등의 여러 분야에서 긍정적인 효과를 유발한다. 일례로, 한국관광공사의 조사에 따르면 MICE에 참가하기 위해 한국을 찾은 이들의 1인당 평균지출소비액은 일반 관광객의 약 3.1배에 달하는 한편, 체류기간도 평균 1.5배 이상이다. MICE 참가자들이 대부분 각 나라나 각 분야의 오피니언 리더이다 보니 자연히 일반 관광객들에 비해 평균지출소비액이 클 수밖에 없다.

그렇다면 최근 들어 우리나라의 MICE산업이 비약적인 발전을 할 수 있었던, 그래서 전 세계의 주목을 받을 수 있었던 이유는 뭘까? 가장 큰 이유는 우선 '대한민국'이라는 브랜드 가치 자체가 눈에 띄게 상승했다는 점을 들 수 있다. 2002 한일월드컵에서의 활약, 시청광장 붉은악마의 응원으로 전 세계에 다이내믹한 한국의 이미지를 심어준 데 이어 동계, 하계 올림픽에서의 뛰어난 성적, 평창 동계올림픽 유치, 국내 전자제품의 세계적인 인기 등은 전 세계에 대한민국이라는 브랜드를 알리기에 충분했던 것이다.

2012년은 '한국컨벤션의 해'

이 외에 MICE산업의 성장 비결로 꼽히는 것 중의 하나는 바로 대한민국이야말로 MICE산업의 가장 이상적인 환경과 여건을 갖추고 있다는 점이다. 우선, 전 세계 최고 수준의 인터넷 보급률을 자랑하고, 최첨단 테크놀로지가 발달해 있고, 거기다 뛰어난 의료기술과 의료인 및 의료시설이 확충되어 있는 등 풍부한 인적·문화적·기술적 자원을 지니고 있다. 또, 짧은 시간에 급속한 경제발전을 이뤄낸 만큼 후진국과 개발도상국, 선진국의 참가자를 모두 아우르는 다양한 주제와 내용의 국제회의, 국제행사, 컨벤션 개최가 가능하다.

거기다 정부에서 지난 2009년 MICE산업을 '신성장동력산업'으로 지정해 적극적인 지원을 아끼지 않았던 것도 MICE산업의 발전에 한몫을 담당했다. 특히 올해 2012년을 '한국컨벤션의 해'로 지정하고 다양한 육성정책을 발표하고 행정적, 재정적으로 적극적으로 지원해 줌에 따라 MICE산업이 한 단계 더 도약할 수 있었다는 평가들이 많다.

또, 세계 각국과 FTA를 체결하면서 경제 영토를 무한히 넓혀가고 있다는 점도 이상적인 조건이다. FTA 체결로 인해 세계 각 지역의 관련 단체나 협회, 다국적기업 등과 좀 더 원만한 협력체계 구축이 가능해졌을 뿐 아니라, 서로의 시장 진입이 낮아진 만큼 공동의 연구, 노력, 개발을 통해 함께 성장하고자 하는 바람들이 다양한 MICE 행사들로 논의되고 있기 때문이다.

물론, 아직은 대한민국의 MICE산업 자체가 역사가 긴 산업이 아닌 만큼 보완해야 할 부분도 많다. 적극적인 대외 개방을 통해 세계 각 지역의 관련 단체나 협회, 다국적 기업 등과 다양한 형태의 협력체계를 구축해야 하고, MICE산업의 발전 자체를 위한 선진기술도 확보해야 하고, MICE산업의 핵심이라고 할 수 있는 글로벌 전문 인력도 부지런히 육성해야 한다. 또한 지속적으로 국가 브랜드 및 주요 도시 브랜드를 홍보하기 위한 콘텐츠의 개발과 연구도 지속되어야 한다. 하지만 역시 가장 중요한 것은 역시 정부와 지자체, 민간단체, 관련 종사자 모두가 대한민국 MICE산업의 경쟁력을 키우는데 뜻을 모으는 것일 것이다.



한국관광공사에 따르면 올해 9월까지 한국을 찾은 외국인 관광객의 수는 약 844만 명이다. 이는 전년 대비 19% 증가한 수치로, 연말까지 1,130만~1,150만 명을 돌파할 것으로 예상된다.

관광도 유행을 탄다. 똑같은 관광지라 할지라도 어떤 콘텐츠를 내세우느냐에 따라 각기 다른 매력으로 관광객들을 유혹한다. 2012년, 달라진 한국 관광 트렌드를 만나보자.

글 이현주 기자 사진 한국경제신문



Korea Style

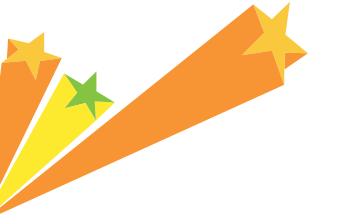
한국관광의 확 달라진 매력 관광객 1,100만 시대… 관광도 ‘한국스타일’

한국관광공사에 따르면 올해 9월까지 우리나라를 찾은 외국인 관광객의 수는 약 844만 명이다. 이는 전년 대비 19% 증가한 수치로, 이 추세로 보면 2012년 방한 외국인 관광객 수는 1,100만 명을 넘어선 1,130만~1,150만 명에 달할 예정이다. 이 중 전년에 비해 가장 많이 늘어난 관광객은 역시 중화권 관광객들이었다. 전년 대비 약 30%의 성장률을 기록하며, 약 288만 명의 관광객이 한국을 찾았다. 특히 9월 추석 연휴만 해도 약 10만 명의 중국인 관광객이 방문했는데 이를 통한 경제적 효과는 수 천억 원대에 달할 정도다. 최근 들어 독도 사태 때문에 조금 주춤하긴 하지만 올해 일본인 관광객도 전년에 비해 19.5% 늘어난 277만 명이 방한했다. 이 외에 태국, 싱가폴, 인도네시아 등에서 14.1% 늘어난 관광객들이, 구미대양주에서도 4.8% 이상 증가한 관광객들이 한국을 찾았다.

9월까지 관광객 844만 명…중화권 최다 증가

이들 관광객들의 특징을 살펴보면, 한국이 가진 매력은 단순히 관광지나 여행지로서의 매력이 아니라 다양한 측면에서 세계 각국의 여행객들에게 어필하고 있음을 알 수 있다. 중화권의 경우 쇼핑과 한류가 주 여행 테마다. 단체관광객이나 가족여행으로 방한하는 이들이 주를 이루고, 특히 20~40대의 연령층들이 가장 많다. 명동 쇼핑스트리트나 백화점 등을 찾는가하면, 인기영화와 드라마 촬영지 등 한류스타와 관련된 장소들을 찾는 경우가 많다. 이는 태국, 인도네시아, 싱가포르, 중동도 비슷한 데 20~40대가 주 방한층으로 한류에 관심 있는 이들이 늘어나면서 계절 관광객이나 개별관광객들이 꾸준히 증가하고 있는 추세다.

한편, 한류나 쇼핑, 여행 등의 목적 외에 국제대회, 국제회의, 컨벤션 등의 참가를 위해서 그리고 의료관광의 명목으로 한국을 찾는 이들도 해가 갈수록 부쩍 늘고 있어 한국관광이 가진 다양한 면모를 잘 보여준다. 한국관광공사에서는 이



들 고부가가치 관광객 유치를 통한 관광소비 증대를 위하여 쇼핑관광객 유치, 의료관광객 및 비즈니스 관광객 확대를 위한 사업계획과 함께 단풍 등 추계 관광 상품과 스키를 중심으로 한 동계관광객 확대 사업에 열의를 보이고 있다. 최근 각광받고 있는 의료관광은 전년보다 22.6% 성장한 15만 명을 목표로 삼고 있으며, 특히 기업 인센티브 방한객도 14만 명 유치할 것으로 보고 있다. 또한 동남아와 중국지역에서 ‘스키 코리아’ 캠페인을 대대적으로 전개하여 45만 명 이상의 스키관광객을 유치할 계획이기도 하다.

특히 최근에는 FTA 체결국과 협상국들이 늘어나면서 여러 산업의 개방으로 인한 교류협력을 위해 한국을 찾는 이들이 점점 늘어나고, 다양한 비즈니스 행사의 수도 증가한데다, 관련 방문객들이 늘어나면서 관광 이상의 가치를 지니는 또 다른 고부가가치 관광시장이 형성되고 있다.

‘강남스타일’ 뜨니 ‘강남’도 뜨네

한편, 최근에는 싸이의 ‘강남스타일’의 세계적인 메가히트로 ‘강남’이 새로운 관광명소로 부각되고 있다. “미국의 베벌리힐스와 같은 트렌디하고 재미있는 지역”이라는 싸이의 설명 덕분에 요즘 서울을 찾는 외국인 관광객들 중에는 “강남이 대체 어디냐?”고 묻고 찾아가는 이들이 적지 않다. 이에 관광공사는 ‘강남스타일’의 인기를 본격적인 관광마케팅에 활용하고자 하는 노력을 하고 있다. 뉴욕, 로스엔젤레스, 유럽, 중국 등에서 ‘강남스타일’ 특별 이벤트로 대한민국 서울 강남을 홍보하고, 또 관련 쇼핑 이벤트 론칭도 이미 시작하고 있다. [\[TA\]](#)

중국 신혼부부 유혹한 제주도의 매력



지난 5월 10일, 제주도의 성산 일출봉에서는 이색행사가 열렸다. 중국에서 온 45쌍의 커플은 성산 일출봉에 마련된 야외무대에서 성대한 결혼식을 올린 것이다. 이 행사는 낭만적이고 아름다운 섬, 제주에 매력을 느낀 중국 대경방송에서 중국 신혼부부들을 모아 제주 현지에서 연 결혼식 이벤트였다. 이 협동결혼식은 연 1,000만 쌍 규모의 중국 웨딩시장을 제주도가 앞으로 어떻게 공략해 나가야 할 것인지를 보여준 하나의 여행콘텐츠 샘플과도 같았다.

사실 중국에서는 요 몇년 전부터 제주도에 대한 관심이 부쩍 늘고 있었다. 특히 장쩌민 전 주석이나 후진타오 현 주석 등 중국의 국가지도자들이 제주도의 아름다운 절경에 친사를 보내고, 또 중국인이 선호하는 10대 해외 여행지로 제주도가 선정되면서 중국 여행업계에서는 제주도가 최고의 허니문 여행지로 부각되기 시작했었다. 그 결과 시간이 갈수록 제주도를 찾는 중국인 관광객 수는 늘어났는데, 작년에만 해도 제주도를 찾은 외국인 관광객 100만 명 중 약 57만 명이 중국인 관광객이었고, 올해에는 전년 대비 약 130% 증가하여, 100만명이 이상의 중국인 관광객이 제주도를 찾은 것으로 알려졌다.

한국 액세서리·주얼리의 눈부신 비상

한국인의 손기술로 세계 제패… FTA로 날개 달아

전 세계 액세서리·주얼리 업계가 불황을 맞고 있는 지금, 한국 액세서리·주얼리업계는 우수한 품질과 남다른 예술성으로 남다른 성과를 이뤄내고 있다. FTA를 통해 경쟁력을 더욱 높여가고 있는 한국 액세서리·주얼리업계의 오늘을 점검해보자.

글 박진영 기자 사진 한국경제신문

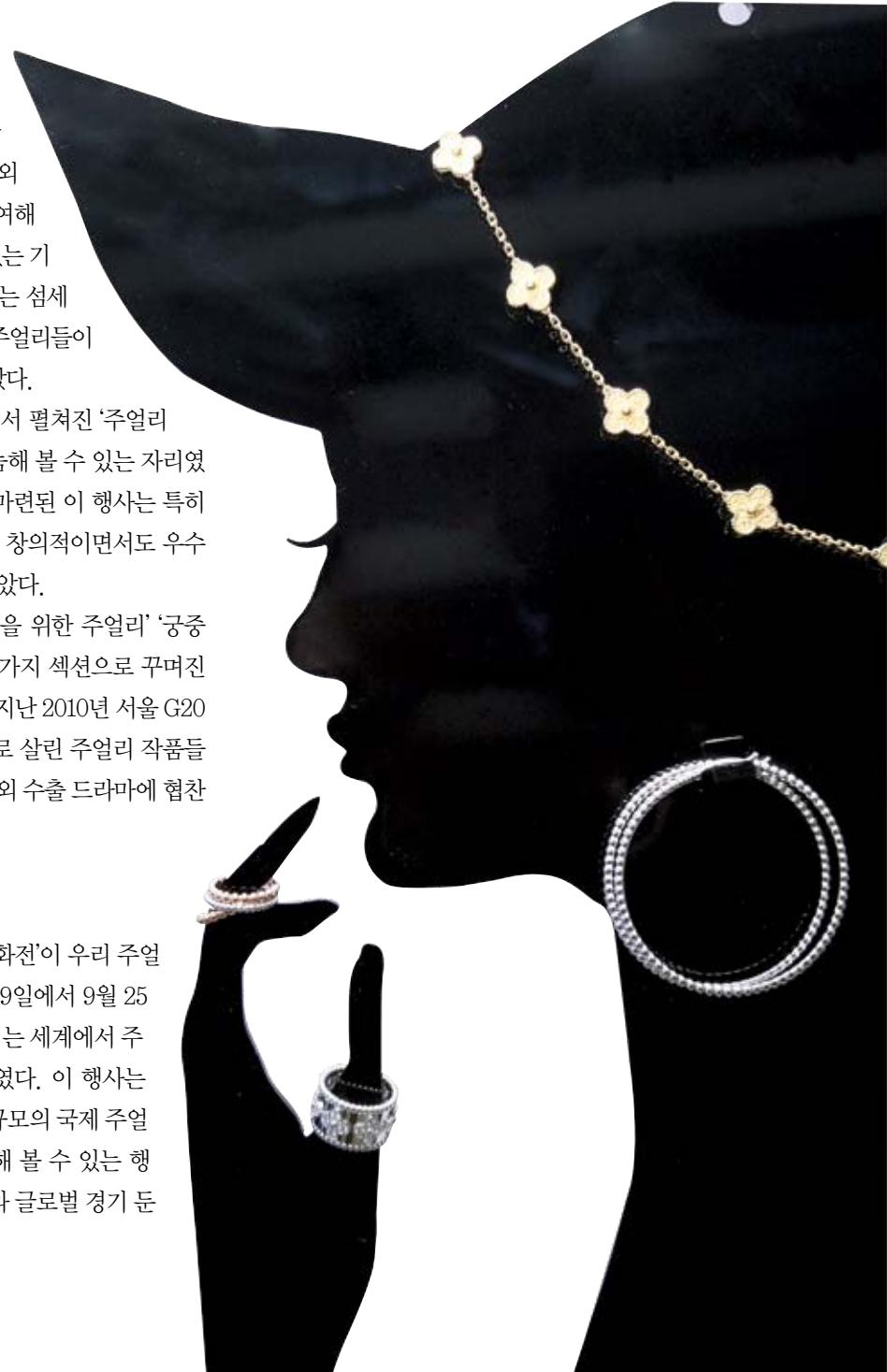
지난 4월 19일부터 22일까지 코엑스에서는 '2012 한국주얼리페어'가 열렸다. 올해로 10주년을 맞이한 '2012 한국주얼리페어'는 아시아와 유럽 등의 여러 해외 브랜드를 포함해 국내외 총 308개사 557부스가 참여해 한층 더 화려해진 최근의 주얼리 트렌드를 읽을 수 있는 기회가 되었다. 특히 올해는 최근 들어 강세를 띠고 있는 섬세한 아트주얼리에서 독창적인 테크닉을 뽐낸 다양한 주얼리들이 해외 바이어는 물론 관람객들의 폭발적인 관심을 모았다.

지난 7월 17일부터 29일까지 청와대 앞 사랑채에서 펼쳐진 '주얼리 문화전' 역시 한국 주얼리업계의 뛰어난 수준을 가늠해 볼 수 있는 자리였다. 많은 해외관객들이 찾는 청와대 사랑채에서 마련된 이 행사는 특히 한국의 중견 주얼리기업과 한국 주얼리 디자이너의 창의적이면서도 우수한 주얼리 작품들이 전시되어 관객들에게 찬사를 받았다.

'한류 보석디자인 우수업체' 'G20 참가국 영부인을 위한 주얼리' '궁중 한복 주제 주얼리 및 한국 장신구 역사' 등 크게 세 가지 섹션으로 꾸며진 이 행사에서 가장 많은 이들의 시선을 모은 건 역시 지난 2010년 서울 G20 정상회의를 기념하며 참가국의 이미지를 독창적으로 살린 주얼리 작품들이었다. 이밖에 한류 열풍에 맞춰서 한류 스타 및 국외 수출 드라마에 협찬한 주얼리 작품 등도 큰 인기를 모았다.

액세서리·주얼리도 이젠 한류가 대세

'2012 한국주얼리페어'와 '청와대 사랑채 주얼리 문화전'이 우리 주얼리업계의 수준을 알 수 있는 자리였다면 지난 9월 19일에서 9월 25일까지 홍콩에서 열린 '홍콩 국제 주얼리박람회'에서는 세계에서 주목받는 한국 주얼리의 현주소를 잘 보여주는 자리였다. 이 행사는 총 48개 국가 3,520개 업체가 참가한 아시아 최대 규모의 국제 주얼리 박람회로, 주얼리업계의 전반적인 경기를 가늠해 볼 수 있는 행사이기도 하다. 올해만 해도 전 세계적인 금융위기와 글로벌 경기 둔



① 올해 4월 코엑스에서 열린 제10회 '2012 한국 주얼리 페어'의 모습. 해외 바이어는 물론 관람객들의 폭발적 관심을 받았다. ② ③ 올 7월 청와대 앞 사랑채에서 열린 '주얼리 문화전'에서는 특히 2010년 G20 참가국들의 이미지를 형상화한 주얼리 작품 등을 전시하는 등 보석 한류의 위상을 확인했다.

화로 주얼리제품 소비가 둔화되는 상황에서 전반적으로 하향화되고 있는 주얼리업계의 분위기가 고스란히 드러난 자리였다는 평들이 많다. 하지만 한국 주얼리업계에 대한 관심만은 달랐다. 각국의 바이어들이 한국관으로 대거 몰리고, 이어 한국 주얼리제품들에 대한 주문이 증가하면서 새삼 세계 주얼리업계에서 한국의 주얼리들이 각광받고 있음을 새삼 알 수 있는 자리였던 것이다.

실제로 2007년부터 2011년까지 금 가격은 온스 당 820달러에서 1800달러로 120% 상승한데 비해 금 수요는 약 47% 증가하는데 그쳐 전 세계 주얼리업계는 단가상승 압력의 증가에 불황을 겪어왔다. 하지만 국내 주얼리제품 수출량은 2011년 1억7,000만 달러에서 2012년 8월 2억 달러로 증가하며 호황을 증명했다. 특히 한국의 주얼리제품들 중에서 가장 많은 인기를 모고 있는 것은 바로 마운팅 제품류다. 마운팅 제품이란 보석이 박혀있지 않은 반지처럼 보석 원석들이 세팅되기 전 단계의 반제품을 뜻한다. 기존에는 터키가 마운팅 제품류에서 가장 강세를 띠고 있는 나라였지만 최근 들어서는 한국이 세계 1, 2위를 다투는 마운팅 제품 강국으로 성장했다. 이는 원석 확보가 어렵고, 자본이 부족한 한국 주얼리업체들이 순수 기술력만으로 터키 등의 해외 대형업체를 따라잡은 것인 만큼 더욱 눈부신 성과라 할 수 있다.

FTA로 경쟁력 높이고 수출 기회도 늘어

하나의 산업이 제대로 발전하려면 필연적으로 제도적인 뒷받침이나 환경적인 조건이 뒤따라줘야 한다. 그런 점에서 중국에 진출한 우리 주얼리기업 14개사의 최근 국내 U턴은 시사하는 바가

크다. 지난 4월, 정부가 U턴기업 지원 종합대책을 발표한 이후 첫 번째로 집단으로 U턴한 이들 14개 기업들은 중국 청도지역에 위치해있던 국내 주얼리기업들이다. 그 중 가장 대표적인 기업인 한신주얼리의 경우 중국 현지 고용인원 1,300여 명, 연간 매출액이 300억 원에 이르고, 생산제품의 80% 이상을 미국 또는 EU로 수출하는 곳이며, 나머지 13개사도 현지 평균 고용 인원이 400여 명, 연간 매출액 200억에 이르는 대규모의 기업들이다.

이번 국내 U턴으로 이들 기업들은 정부가 발표한 'U턴 기업 지원 강화 방안'에 따라 다양한 혜택을 받게 된다. 법인·소득세를 상당부분 감면 받고, 국내 공장 설립을 위해 도입하는 신규·중고 자본재 대해서는 1억 원 한도 내에서 관세를 50% 감면 받는다. 또한, 부지매입비의 40%, 설비투자비의 10%를 현금지원하고, 수출신용보증우대 등의 실질적인 혜택을 받게 된다. 이들 주얼리기업들의 U턴은 인건비 상승 등으로 현지 경영여건이 악화된 반면, 한·미 FTA, 한·EU FTA 등의 발효로 국내 투자여건이 개선되었기 때문에 가능했다. 생산품의 대부분을 미국과 EU로 수출하는 주얼리기업의 경우 무관세 혜택(기준 11% 관세)을 받을 수 있어 수익성 측면에서 훨씬 더 유리해졌기 때문이다.

제한적인 내수시장에 연연하지 않고 수출증대에 힘쓰고자 불황 속에 호황을 기록하고 있는 우리 주얼리기업들에게 있어 FTA야말로 좀 더 높게 비상할 수 있는 날개가 되어준 셈이다. 같은 제도적 뒷받침을 기본으로 독창적인 디자인과 정밀한 세공 능력을 가진 우수한 인재들의 육성에 공을 들인다면 내일의 한국 액세서리·주얼리업계는 오늘보다 좀 더 높게, 좀 더 빠르게 비상할 것이 틀림없다.



기업인들이 뽑은 최고의 FTA는?

시장 잠재력 큰 아세안이 최고

글 이후연 기자

한국이 체결해 발효 중인 FTA(8건, 45개국)가 세계 경제의 침체 속에서 수출입 기업에 실질적인 도움이 되고 있으며, 향후 중국, 일본 및 신흥국, 자원국과의 지속적인 FTA 추진이 필요한 것으로 나타났다. 전국경제인연합회(전경련)는 한·미 FTA 발효 6개월에 즈음해 2004년 칠레를 시작으로 한국이 단기간 동시다발적으로 추진해온 FTA에 대한 성과를 점검하고 향후 경제 위기의 돌파구를 마련하기 위한 FTA 추진방향을 도출하고자 매출액 1,000대(2010년 기준) 기업 중 수출입 기업 524곳을 대상으로 설문조사를 실시했다.(회수율 49.2%, 258개 기업)

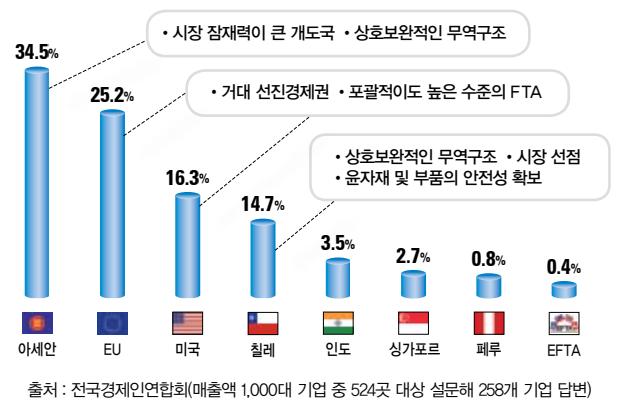
한·EU, 한·미 FTA는 62.4%가 '도움 된다'고 답변

조사에 따르면 한국이 체결, 발효 중인 FTA 중 가장 성공적인 FTA로 아세안(34.5%), EU(25.2%), 미국(16.3%), 칠레(14.7%)가 꼽혔다. 그 이유로는 아세안의 경우 △시장 잠재력이 큰 개도국(44.9%) △상호보완적인 무역구조(22.5%)가 꼽혔고, EU와 미국의 경우는 △거대 선진경제권(EU 38.5%, 미국 40.5%) △포괄적이고 높은 수준의 FTA(EU 33.8%, 미국 28.6%)가 꼽혔다. 칠레의 경우는 △상호보완적인 무역구조(23.7%) △원자재 및 부품의 안정적 확보(21.1%) △시장 선점(18.4%) 등이었다.

기체결 FTA에 대해 아쉬운 점으로는 △FTA 활용을 위한 지원 부족(34.9%)이 가장 높았고 △다양한 보호 방식의 설정(17.4%) △관세율의 장기 소폭 인하(16.7%)가 뒤를 이어, FTA 효과를 높이기 위해서는 사후 지원은 물론 FTA 체결 범위 및 관세 즉시·완전 철폐 품목 확대 및 포괄적이고 높은 수준의 FTA가 필요함을 시사했다.

특히 한·EU, 한·미 FTA의 도움 여부에 대해서는 62.4%가 '도움이 된다'고 응답했다. 도움이 된 이유는 △비용 감소 및 통관 애로 해소(52.2%) △수출 증가 및 판로 개척(18.0%) △경쟁력 강화(이미지 개선 및 기술협력, 구조조정 등)(15.5%)로 나타났다. 도움이 안 된 이유는 △FTA 실효성 미미(낮은 관세율, 민감품목 제외 및 다단계 관세 인하)(26.8%) △세계경제 둔화로 인한 수출 감소(12.4%) △FTA 효과 체감에 다소 시간 소요(11.3%) 순이었다.

가장 성공적인 FTA와 그 이유는?



한편 향후 시급한 FTA 추진이 필요한 국가(복수응답)로는 중국(45.0%), 일본(19.0%), 한중일(3.9%) 등 인접국이자 교역량이 많고 시장이 큰 중국, 일본과의 FTA 추진을 원하는 것으로 나타났다. 이에 따라 중국, 일본과의 FTA는 교역 및 투자 확대는 물론 동아시아 통합 차원에서도 시급히 추진되어야 할 것으로 보인다. 이밖에 △인도네시아, 베트남 등 동남아시아(13.9%) △브라질, 아르헨티나 등 중남미(13.3%) 등 잠재력이 큰 신흥 시장과 △사우디아라비아, UAE 등 중동지역(10.9%) △호주(7.0%) 등 자원 부국과의 FTA 추진을 희망하는 것으로 나타났다.

세계로 가는 열린 시장의 기회 **대전FTA활용지원센터**



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.

대전FTA활용지원센터는 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.



042-480-3042

대전FTA활용지원센터

대전광역시 서구 계룡로 612(둔산2동 1133)

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

경기 1688-4684 인천 032-810-2854 대구 053-751-5765 부산 051-990-7082 울산 052-287-3060 광주 062-350-5864 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