

함께하는 FTA

September 2014 vol. 28



FTA 시대, 한국 농업의 경쟁력을 말한다
한·중 FTA의 돌파구, '메이드 포 차이나'가 답이다
미리 준비하는 한·호주 FTA 활용 전략



풍성한
한가위를
기원합니다



고태진 관세법인 한림 대표관세사

만년 삼수 인생, FTA로 술술 풀립니다~

지금은 대부분의 무역에서 FTA를 빼놓을 수 없을 정도지만, 10년 전만 해도 FTA는 생소했다. 고태진 관세법인 한림 대표관세사(43)에게 주니어 관세사 시절부터 탐독하던 FTA는 지금 없어서 안 될 업무영역으로 성장했다. 고 관세사가 10년 전부터 FTA에 관심을 갖게 된 계기는 무엇이었을까?

고태진 관세사는 늦깎이 인생이다. 뭐든 조금씩 늦었다. 삼수 끝에 고려대학교 생명과학부에 입학했다. 대기업에 잠깐 몸을 담긴 했지만, 위계서열로 꽉 짜인 회사업무가 몸에 맞지 않았다. 마침 행정고시에 합격한 절친의 영향으로 친구가 다니던 고시학원, 고시원, 독서실, 심지어 식당까지 그대로 이어받아 자격시험을 준비하기 시작했다. 두 번의 관세사 시험에 떨어진 뒤 좌절할 뻔 했으나, 절치부심 끝에 3년 만에 관세사 자격을 딸 수 있었다.

수습 시절을 거쳐 2005년 개업 관세사로 나섰다. 업계가 만만치는 않았다. 당시 관세사 업무에 컨설팅은 흔치 않았고, 주요 업무인 통관은 터줏대감들이 장악하고 있어 비집고 들어갈 틈이 없었다. 그는 남아 도는 시간에 FTA 협정문을 들여다보기 시작했다. 당시 갓 발효된 한·칠레 FTA를 시작으로 새로운 FTA가 발효될 때마다 협정문을 탐독했다. 협정문을 처음 보면 이해하기가 쉽지 않다. 그는 “모르는 게 있어도 물어볼 데도 없었고, FTA 교육이라고 가 보면 뜬구름 잡는 얘기만 하는 경우가 많았다. 내가 제대로 이해하고 있는 것인지 답답할 때가 많았다”고 당시를 떠올렸다.

그렇지만, 반복해서 읽다 보니 꿰뚫어 볼 수 있는 힘이 생겼다. 새로운 FTA가 체결될 때마다 지식의 씨줄과 날줄이 엮이기 시작했다. 2005년부터 명함에 찍고 다니던 ‘FTA 전문 컨

설팅’이라는 문구 때문인지 조금씩 FTA 컨설팅이 들어왔고, 컨설팅한 내용을 기고·강연으로 업계에 전파했다. 다행히 ‘틀렸다’는 지적이 없자, 스스로 자신감을 가지게 됐다. 이론을 실무에 적용한 사례가 축적되며 컨설팅 내용이 체계화됐고, 그 사이 한·EU FTA, 한·미 FTA 등이 발효되면서 관세사 업계에 FTA 컨설팅 수요가 급증하면서 그는 바쁘신 몸이 됐다.

그는 지난해 여름 의뢰가 들어온 한 영세 중소기업의 한·EU FTA 사후검증을 발로 뛰며 해결해(협력사가 9개였다), 올해 2월 무사히 종결됐을 때의 뿌듯함을 얘기했다. “중소기업이 FTA란 무기를 잘 활용해 세계로 진출하는 것을 보는 것이 큰 기쁨이자 보람”이라는 그는 “중소기업이 정보로부터 소외돼 불이익을 받지 않도록 해서 우리 기업들의 세계 진출에 조력하는 것이 꿈”이라고 말했다.●



한국 농업의 경쟁력, 현장에 답이 있다

함께하는 FTA

발행일 2014년 9월 4일(통권 28호)
발행처 세종특별자치시 한누리대로 402 정부세종청사 13~2동
산업통상자원부 통상국내대책관실(문의 044-203-4131)
발행인 윤상직 산업통상자원부 장관
제작협력 한국경제매거진

〈함께하는 FTA〉에 게재된 글과 사진은 저자의 견해로 정부의 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.

COVER STORY

지난해 한국이 가장 많이 수출한 농수산물 베스트 3는 무엇이었을까요? 정답은 참치, 담배(품명: 골련), 커피조제품(커피믹스 등)이었습니다. 김, 인삼, 파프리카 등도 상위권에 오를 정도로 인기입니다. FTA는 위기이기도 하지만 기회가 될 수도 있습니다. 우리의 맛있는 농수산식품을 해외에 널리 알려 식품 한류 불을 일으켜 보는 것은 어떨까요?

표지일러스트 서용남



12



14



18



40

FTA People
01
고태진
관세법인 한림 대표관세사

Issue Focus
04
지상중계:
한·호주 FTA 활용 세미나

08
상반기 대중국 투자,
7년 만에 한·일 역전

FTA Cartoon
09
FTA로 더욱 가까워질
경제파트너! 한국과 호주!
안종만

COVER STORY
10
해외에서 열광하는
K-푸드의 현장을 찾다

12
수출농가 탐방:
대만 중추절 앞두고
배 수출출하장 문전성시

14
수출농가 탐방:
K-팝만큼 인기 끌
'장미 한류' 기대하세요

16
2014년 미국 농업법이
한국 농정에 주는 시사점
임정빈 서울대 농경제사회학부 교수

Power Interview
18
이와타니 시게오(岩谷滋雄)
한중일3국협력사무국
사무총장

Leader's View
20
한·중 FTA의 돌파구,
'메이드 포 차이나'가 답이다
박찬일 한국무역협회 국제무역연구원
통상연구실장

FTA Lounge
22
FTA 전략 사례 연구:
CJ오쇼핑의 베트남 진출

24
아리랑: 세계 5위 담배 회사의
시동을 걸다
양충모 객원기자

26
송편: 옥젓가락으로
집어 올리니 반달이 떠오르네
양충모 객원기자

FTA Study
28
자유무역의 역사:
⑧동남아시아국가연합
(ASEAN)의 역사
이경희 신세계 미래정책연구소 수석연구원

30
세계의 FTA:
⑧페루의 FTA 추진동향
이혜연 한국무역협회 국제무역연구원 연구원

32
실전 품목분류 사례 분석:
⑧벽지와 벽지페인트
이민선 관세사

34
원산지관리 실무:
⑦원산지관리시스템
박종광 Ciel HS 대표

36
사후검증 따라잡기:
⑧섬유 및 의류에 대한
한·미 FTA 원산지 검증Ⅲ
강동구 FTA무역종합지원센터 사후검증지원실 관세사

Culture Prism
38
김윤철 국립극단 예술감독

40
옛·조청 부문 대한민국 식품명안:
강봉석 두레촌 대표

FTA News
42
제8차 한·뉴질랜드 FTA
협상 개최 등

Notice
44
FTA 실무전문가 과정 4기 모집
& 독자의 소리

지상중계: 한·호주 FTA 활용 세미나

한국은 공산품 수출, 호주는 투자 유치에 관심... 한·호주 FTA 조기 발효에는 '의견 일치'



올해 4월 8일 정식서명한 한·호주 FTA에 대한 세미나가 지난 8월 25일 한국무역협회와 주한호주상공회의소(AUSTCHAMKOREA) 공동주최로 열렸다. 이번 세미나에는 국내 중소기업 실무자들뿐만 아니라 주한호주대사관 및 주한호주상공회의소 관계자들이 대거 참석해 끝까지 자리를 지키면서 한·호주 FTA에 대한 양국의 관심을 확인할 수 있었다.

개회사 및 축사



조민화 실장



그라함 도즈 회장



윌리엄 패터슨 대사

개회사를 한 조민화 FTA무역종합지원센터 FTA활용전략실 실장은 “호주는 한국의 6위 교역국으로 무역구조가 상호보완적인 이상적인 경제 파트너다. 지난 4월 8일 정식서명 후 비준 절차를 남겨두고 있는데, 이렇게 많이 온 걸 보니 국회에서 조기 비준을 해줘야 하지 않을까 하는 생각이다. 오늘 세미나는 이런 관심을 반영하고 국회가 관심을 갖도록 하기 위한 것”이라고 말했다.

그라함 도즈(Graham Dodds) 주한호주상공회의소 회장(엑손모빌 코리아 한국총괄사장)은 “한·호주 FTA는 양국 협력에 상당히 기여할 것이다. 시간이 많지 않다. 양국이 모두 FTA 효과를 얻기 위해서는 조속히

실행이 되어야 한다”고 말을 남겼다. 이어 윌리엄 패터슨(William Paterson) 주한 호주 대사는 “한국과 호주는 전 세계에서 가장 상호보완적인 무역구조를 갖고 있다. FTA로 양국은 교역과 투자의 큰 혜택이 가능하다. 호주는 안정적인 법 체계를 갖추고 있고, 자원이 풍부하며, 탄탄한 방역시스템으로 양질의 청정농산품을 생산하고 있다. 이를 통해 한국의 식품 안보를 지켜줄 수 있을 것이다. 또한 고소득 국가이면서도 경제성장이 꾸준해 호주 투자로 한국의 안정적 성장에 기여할 수 있다”며 “호주는 미국에 이어 두 번째로 한국전에 참전했으며 1만8,000명이 파견됐다. 호주는 미국과 더불어 유일하게 한국과 '2+2(국방+외교)' (양자)장관회담을 하는 나라로 양국 모두 UN 안보리 비상임 이사국이고 G20에도 함께 참여하며, APEC, 동아시아 정상회의, 아세안지역안보포럼에도 함께 참여하고 있다”고 양국의 친분을 과시했다. 호주의 이런 적극적인 구애는 한국의 대(對)호주 투자를 촉구하기 위한 것으로 해석된다.



“호주는 한국의 가장 이상적인 교역 파트너”
한·호주 FTA 협정 주요내용 및 산업별 영향

김영규 대외경제정책연구원 연구위원

한국은 46개국과 9건의 FTA를 발효한 상태로 2012년 FTA 특혜무역비중은 수출 41.5%, 수입 33.9%다. 호주는 13개국(뉴질랜드, ASEAN, 미국, 칠레)과 7건의 FTA를 발효해 있으며 특혜무역비중은 28%로 한국보다 낮은 편이다. 2012년 호주의 총 교역액은 5,079억 달러(수출 2,571억 달러, 수입 2,508억 달러)로 한국의 절반 수준이며, 호주의 최대교역국은 중국, 일본, 미국, 한국, 싱가포르 순이다.

2013년 한국의 대(對)호주 교역규모는 약 303.5억 달러로 수출 95.6억 달러, 수입 207.9억 달러다. 그러나 2011년 이후 수입은 감소하는 반면 수출은 완만하게 증가하고 있다. 주요 수출품목은 경유, 승용차가 각각 23.2%, 20.5%로 1~2위이고 그 뒤를 휘발유(9.3%), 철구조물(6.9%)이 잇고 있다. 주요 수입품목은 철광석, 유연탄이 각각 28.8%, 24.9%로 1~2위이며 그 뒤를 원유(8.4%), 가축육류(4.1%)가 따르고 있다. 한편 한국의 대호주 직접투자(FDI: Foreign Direct Investment)는 광업부문에서 가장 활발해 2012년 기준 93%에 이른다. 한국이 호주의 에너지·광물 자원개발에 투자하고 이를 수입하는 무역구조다.



한·호주 FTA 협정문은 총 23개 장으로 구성되어 있다. 양허유형은 총 20개로 이 중 일반적으로 FTA 자유화율 지표로 쓰이는 ‘10년 내 관세철폐’ 비중은 품목수 기준으로 우리측 94.3%, 호주측 100%, 수입액 기준으로 우리측 94.6%, 호주측 100%이다. 공산품의 경우 5년 내 관세철폐율을 보면 우리측은 품목수 기준 97.6%, 수입액 기준 97.8%, 호주측은 품목수 기준 99.4%, 수입액 기준 100%로, 호주 수출을 준비하는 기업에게는 발효 후 5년 내에 기회가 열릴 것으로 보인다.

한편 농산물의 양허수준을 보면 우리측 관세철폐율은 품목수 기준 61.5%, 수입액 기준 52.8%, 호주측은 둘 다 100%로, 우리나라 농산품의 민감성이 협정에 반영됐다. 쇠고기(현 관세율 40%)는 15년 균등철폐, 돼지고기는 5년, 냉장 삼겹살은 10년, 기타 냉장 돼지고기는 15년 균등철폐될 예정이다. 쌀과 쌀 관련 16개 제품은 FTA 협상에서 제외됐으며, 냉동삼겹살, 양파, 마늘, 사과, 대추, 겉보리 등 146개 품목은 현행 관세를 유지하게 된다. 특히 포도, 키위 등에는 계절관세를, 냉장 및 냉동 쇠고기갈비 등에는 셰이프가드가 가능하다. 배터, 치즈, 오렌지, 맥아, 식용대두, 사료용 식물 등 20개 품목에 대해서는 관세할당을 적용하게 된다.

서비스협정의 경우 우리나라는 총 94개 업종이 유보됐다(현재유보 47개, 미래유보 47개). 한·미 FTA의 유보목록(현재유보 47개, 미래유보 44개)과 대부분 겹친다. 투자협정의 경우 협상 초기에 합의가 이뤄지지 않았던 투자자-국가간 분쟁해결절차(ISD)가 규정되어 있다. 정부조달의 경우 WTO정부조달협정 미가입국인 호주와 FTA를 통해 상호 조달 시장을 개방(한국은 이미 WTO정부조달협정 회원국)키로 하고, 중앙정부, 지방정부, 공기업까지 정부조달 대상에 포함시켰다.



“호주는 ‘아시아에 있는 선진시장’으로 봐야”
한·호주 FTA 체결에 따른 수출 유망품목 및 기대효과

제현정 한국무역협회 국제무역연구원 연구위원

호주는 뉴질랜드와 함께 과거에는 오세아니아로 아시아와 구분되었지만, 최근엔 아시아태평양 또는 아시아로 함께 묶이는 분위기다. 호주는 아시아가 없으면 교역이 힘들 정도로 아시아에 가깝고, ‘호주(원자재)

→ 한국(중간재부품) → 중국(완제품 조립)이라는 서플라이 체인을 감 안하며 아시아와 더 밀접하다. 한국의 입장에서 호주는 '아시아권에 있 는 선진국 시장'이라고 볼 수 있다.

한국의 FTA 교역비중은 현재 37.9%이나, 현재 타결된 국가(콜롬비 아, 호주, 캐나다)를 포함하면 41.9%, 협상 중(중국, 뉴질랜드)인 국가 까지 합하면 70.8%에 이르게 된다. 호주의 경우 현재 비중은 24.5% 로 한국보다 낮지만, TPP, 중국 등 협상 중인 국가를 모두 합하면 향후 74.4%로 한국만큼 늘어나게 된다(교역량은 2014년 상반기 기준).

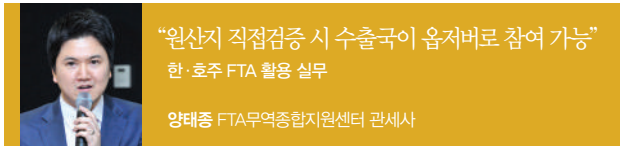
한국의 대호주 교역량은 2000년 이후 연평균 10% 이상 증가하고 있 다. 수출은 연평균 10.5%, 수입은 10.1% 증가했다. 호주로부터의 수입은 2003~2008년 사이 급증했는데 이는 거품경제 시기 원자재 가격이 높아졌기 때문이었다. 2009년부터는 수입액이 감소하다가 2011년 다시 급증했는데, 이는 일본 대지진으로 인해 일본이 세계에 공급하던 철강 물량을 한국이 떠안느라 철광석과 유연탄의 수입이 급증했기 때문이었 다. 대호주 무역적자가 나쁜 적자는 아닌 것이다. 이런 이유로 호주로부 터의 수입을 갑자기 줄이기는 어렵지만, 수출은 더 늘릴 여지가 있다.

올 상반기 호주의 주요 수출시장을 보면 중국, 일본, 한국 순으로, 한 국이 미국을 앞설 정도로 중요한 수출국이다. 호주 수입시장에서는 한 국이 7위다. 한편 호주의 수출국 중 미국을 제외하면 모두 아시아권이 며, 수입국 또한 미국, 독일을 제외하면 모두 아시아권으로, 아시아와의 교역이 큰 비중을 차지하고 있다. 한국의 대호주 수출품을 보면 경유, 승용차, 휘발유가 50% 이상을 차지하고 있으며, 대호주 수입품은 1~15 위 중 가축육류(4위, 4.1%), 곡류(10위, 2.1%)를 제외하고 모두 광물자원



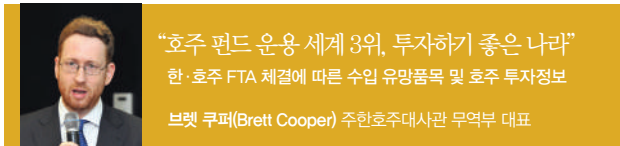
▲ 이번 한·호주 FTA 활용 세미나는 한국측 기업 실무자들을 비롯해 주한호주대사관 및 주한호주상공회의소 관계자들이 끝까지 자리를 지키며 한·호주 FTA에 대한 뜨거운 관심을 표명했다.

이다. 호주가 해외로부터 수입하는 품목 중 비중이 높으면서도 한국이 취약한 분야로는 의약품, 광학제품(의료기기 포함)이 있다. 선진국 시장 은 의료 관련 지출이 큰 만큼 이를 눈여겨 봐야 할 것이다.



한·호주 FTA 상품협정은 한국이 기존에 맺은 FTA와 원산지 규정 및 절차가 유사하다. 원산지 일반기준으로 완전생산기준, 실질적 변형기준 으로 세번변경기준 또는 부가가치기준 등을 규정했다. 품목별 원산지기 준(PSR: Product Specific Rule)에서는 HS코드(2012 버전) 6단위 5,205 개 품목에 대해 특정요건 만족 시 원산지를 인정하고 있다.

한·호주 FTA는 역외가공위원회 규정을 포함해 개성공단 제품이 한 국산과 동일한 특혜관세혜택을 누릴 수 있도록 제도적 틀을 마련했다. 원산지 증명방식은 기본적으로 수출자 편의를 위해 자율증명방식을 채 택하되 호주는 추가로 기관증명방식을 병행키로 했다. 원산지증명서 양식은 양국이 통일된 증명서식을 사용하며 증명서의 유효기간은 2년 이다. 증명서의 사용회수는 한·미 FTA와 같이 12개월 범위 내에서 1장 으로 반복사용이 가능하다. 원산지 검증의 경우 직접검증이 가능하되, 직접검증 시 수출당사국이 옴저버로 검증에 참여가 가능하도록 했다.

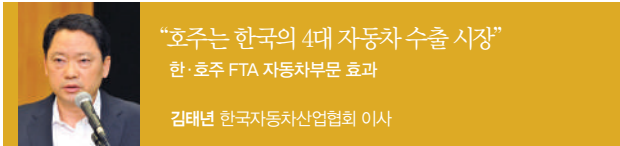


호주의 GDP는 1.5조 달러로 세계에서 12번째, 아시아태평양 지역에서 4번째로 크다. 인구는 2,290만 명으로 한국의 절반 수준이지만, 숫자보 다 중요한 것은 높은 구매력을 갖고 있다는 것이다. 1901년 연방제가 성 립된 이후 현재 6개의 주정부(state)로 구성되어 있다. 법령이 주정부마 다 다르므로 투자 시에는 유의할 필요가 있다. 흔히 호주 하면 쇠고기, 돼지고기만 생각하겠지만 산업의 80%가 서비스업일 정도로 고도화 된 산업구조다. 호주는 세계 3대 신용평가사(S&P, 피치, 무디스)로부터 AAA 등급을 받아 투자하기 좋은 곳이다.

호주의 펀드 운용자금은 2013년 기준 1조5,530억 달러로 미국(13조 6,420억 달러), 룩셈부르크(2조7,290억 달러)에 이어 세계 3위이며 아

시아태평양 지역에서는 싱가포르(1조4,730억 달러, 세계 4위)보다 높다. 이런 호주의 발달된 서비스·금융 산업이 한국의 경제발전에 기여할 수 있도록 협력하고 싶다.

대호주 투자국을 보면 미국(6,579억 달러), 영국(5,629억 달러), 일본 (1,310억 달러)이 상위 3위를 차지하고 있는데, 투자규모를 보면 호주에 대한 관심이 얼마나 되는지를 짐작할 수 있을 것이다. 한국은 150억 달 러로 18위에 위치해 있으나, 2013~2014년 투자증가율 25.3%(2위)로 빠르게 대호주 투자를 늘리는 중이다. 호주에 투자하기 좋은 유망산업 으로는 관광산업, 자원·에너지, 농식품, IT업종 등이 있다. 관광산업은 중국 관광객이 급속히 늘고 있어 전망이 좋고, 자원·에너지는 전 세계 경제성장의 필수 요소이며, 농식품의 경우 한국의 식량주권 확보에 도 움이 될 수 있을 것이다.

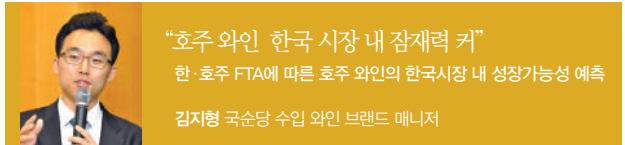


호주는 한국 자동차업체가 연간 13.5만 대를 수출하는 4대 수출시장 (미국, 사우디아라비아, 러시아, 호주 순)이다. 한국의 대호주 자동차 및 자동차부품 수출은 2013년 23.8억 달러, 올해 상반기 11.6억 달러로 전 체 대호주 수출의 24%를 차지하며 석유제품 다음으로 최대 수출품목 이다. 반면 호주로부터 완성차 수입은 한국GM의 대형차 '베리타스'가 2011년 1대 수입된 이래 단종되어 0대다. 다만 자동차부품 수입은 지난 해 8,100만 달러, 올해 상반기 2,900만 달러다. 대호주 자동차 수출 중 가장 많은 비중을 차지하는 것은 1,500~3,000cc급 가솔린 차량(12.4 억 달러) 및 1,500~2,500cc급 디젤차(6억 달러)다.

호주에는 미국과 일본의 3개 업체(도요타자동차, GM 홀덴, 포드)가 현지생산을 하고 있으나, 인건비가 높아 마진이 높은 대형차에 주력 하다 보니 호주시장의 90%를 수입차가 점유하고 있다. 게다가 포드는 2016년, GM 홀덴과 도요타자동차는 2017년까지 호주생산을 철수할 계 획이다. 최근 잦은 노사분규, 내수부진, 경쟁 격화, 환율 강세 등이 원인 으로 꼽힌다. 이렇게 되면 호주 자동차시장은 모두 수입차로 대체되게 되며, 한국 업체들에게도 기회가 될 것이다.

현재 호주 자동차시장은 일본업체가 50%, 미국업체가 21.7%, 유럽 업체가 16.1%, 한국업체가 11.7%를 차지하고 있다(생산지 아닌 브랜드 기준). 일본업체의 점유율이 높은 이유는 2005년 1월 호주·태국 FTA 발효 후 태국에서 생산된 일본업체의 차들이 대거 쏟아져 들어왔기 때

문이다. 일본업체들의 점유율은 2004년 5만 대 수준이었으나 지난해 25만 대 수준으로 크게 늘었다. 호주·태국 FTA로 일본이 실질적인 헤 택을 입은 것이다. 이로 미루어 한·호주 FTA가 발효될 경우 한국 자동 차들의 호주 시장 내 점유율이 대거 상승할 것으로 기대된다. 다만 일 본 또한 호주와 올해 7월 8일 FTA(일·호주 EPA)에 서명한 바 있어, 한 국이 호주에서 선점 효과를 누리려면 일본보다 빨리 한·호주 FTA를 발 효할 필요가 있다



(이번 세미나는 한국무역협회와 주한호주상공회의소 회원이 모두 참여 하는 것으로 이 세션은 호주 측 참가자들을 배려해 한국 와인시장의 성장 가능성을 설명하는 자리였다.)

한국의 와인 수입은 1988년 서울올림픽을 계기로 수입이 자유화된 이후 꾸준히 증가하고 있다. 1997년 IMF 외화위기, 2008년 리먼사태로 두 번의 꺾임이 있지만, 계속 상승하는 모양새다. 수입액 기준으로, 칠 레 와인은 2003년만 해도 프랑스, 미국, 이탈리아, 호주에 이어 한국의 와인 수입시장 5위에 그쳤으나, 한·칠레 FTA가 발효된 2004년 프랑스, 미국에 이은 3위로 급상승했고, 이듬해인 2005년 2위에 올라선 뒤 줄 곧 순위를 지키고 있다. 칠레 와인의 2003년 수입액은 285만 달러였으 나, 2013년에는 3,505만 달러로 12배 이상 증가했다. 현재 호주는 한국 와인 수입시장에서 6위에 그치고 있다.

수입량으로 보면 더 극적이다. 2003년 칠레 와인의 수입량은 60만 리터로 6위국이었으나, 2013년 721만 리터로 독보적 1위다. 프랑스 와인 (454만 리터)은 수입량으로는 칠레와 이탈리아(473만 리터)에도 뒤지고 있다. 이처럼 한·칠레 FTA는 한국의 칠레와인 수입에 절대적 영향을 미쳤음을 짐작할 수 있다.

호주 와인의 경우 호주달러가 강세인데다, 호주인들 스스로 자체 생 산량을 거의 소비하는 바람에 한국으로의 수출이 2007년 이후 감소세 다. 그러나 한·호주 FTA가 발효된 뒤 환율 안정 및 안정적 수급만 가능 해진다면 칠레 와인처럼 급성장할 가능성이 크다. 소비자 시장조사 결 과를 보면 이미 프랑스, 칠레 와인에 대한 익숙함 때문에 새로운 와인 을 찾고 있는데, 그 중 호주 와인에 대한 선호도가 높게 나왔고, 호주의 시장점유율(4%)보다 인지도점유율(7%)이 더 높게 나와 잠재력이 있는 것으로 평가된다.☺

상반기 대중국 투자, 7년 만에 한·일 역전

한국의 대중 연간 투자액, 역대 최대치 근접할 듯

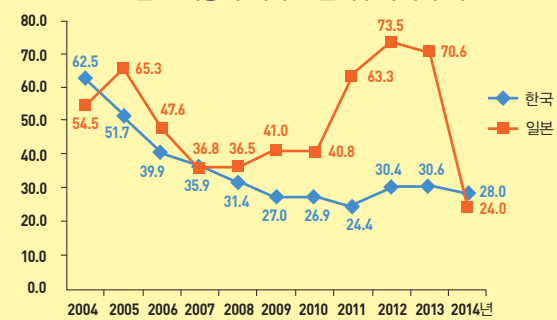
대중국 투자에서 한국과 일본의 투자가 정반대 흐름을 보이고 있다. 한국무역협회 북경지부에 따르면 올해 상반기 중국에 대한 외국인 실제 투자액(중국 상무부 집계)은 633.3억 달러로 전년 동기 대비 2.2% 증가하는데 머물렀다. 전반적으로 중국에 대한 외국기업 투자가 주춤하는 모양새를 보인 가운데 한국의 투자액은 28.0억 달러로 전년 동기 대비 45.6% 증가했다. 중화권인 홍콩(438.5억 달러), 대만(31.2억 달러), 싱가포르(30.9억 달러)를 제외하면 1위 투자국으로 올라섰다. 이에 따라 올

상반기에 이미 지난해 전체 투자액(30.6억 달러)에 근접했으며, 올해 연간으로는 60억 달러 전후로 2004년 기록한 연간 최대 투자액(62.5억 달러)을 경신할 가능성도 점쳐지고 있다. 중국 내수공약을 위한 제2의 중국투자 진흥기가 오는 것이 아니냐는 분석도 나오고 있다.

반면, 일본의 대중국 투자는 전년 동기 대비 48.8% 줄어 한국을 밀었다. 일본의 투자액이 한국보다 적은 수준으로 떨어진 것은 2007년 이후 7년만이다. 일본은 최근 3년간 70억 달러 전후의 금액을 중국에 투자했으나 현재와 같은 추세가 이어질 경우 올해는 50억 달러에도 미치지 못할 전망이다. 한국의 투자곡선이 가파른 상승세를 보인 것은 최근 한·중간의 우호적인 경제협력 관계를 잘 보여주는 것으로 해석되고 있다. 한국은 IT와 자동차를 중심으로 대규모 투자가 진행되고 있는데다, 지난해 중국의 제1수입국(한국의 수출)으로 올라선 이후 올해도 그 지위가 유지되고 있다. 향후 한·중 FTA로 서비스부문이 개방될 경우 투자대상 산업의 다원화도 기대되는 상황이다.

한국무역협회 북경지부는 “한류로 인해 한국 상품과 문화에 대한 선호도가 높아진 가운데 한국기업들도 중국 내수시장 진출을 위해 투자를 늘리고 있는 것으로 보인다”며 “향후 서비스 분야는 물론 제조업과 서비스를 결합한 복합투자를 통해 수익성을 제고하는 치밀한 전략이 필요하다”고 밝혔다.

(억 달러) 한·일간 대중국 외국인 실제투자액 추이



※2014년은 상반기

자료: 중국 상무부

미·일 TPP 실무 협의 결론 없이 종결

환태평양경제동반자협정(TPP) 협상과 병행한 미·일 자동차 분야 실무 협상이 8월 13~14일 도쿄에서 개최됐다. 이 자리에서 일본 외무성의 모리 타케오 경제국 심의관과 미 무역대표부(USTR) 웬디 커틀러 차석 대표 대행은 일본 자동차에 대한 미국의 세이프가드 조건과 자동차 안전·환경 기준 등을 논의했다.

일본 측 모리 심의관은 회담 후 “(타협이) 얼마나 힘든지 서로 잘 알게 됐다”고 기자들에게 언급해 큰 진전이 없었음을 인정했다. 미국은 자국의 자동차 안전·환경 기준을 일본에서도 적용하도록 요구하고 있다. 그러나 일본은 이에 반대하는 입장이다. 한편 미국은 일본 자동차 수입이 급증했을 때 특별 수입제한

조치(세이프가드)의 도입을 인정해 줄 것을 일본에 요구했다. 반면 일본은 일본산 자동차에 부과되는 관세 인하를 요구하는 입장이지만, 이번 회담에서 관세에 대해서는 논의하지 않았다. 한편 TPP 참가 12개국은 9월에도 수석 협상관 회의를 열고 지적재산권과 국유기업 개혁, 환경 등의 분야에 대해 협의를 계속할 계획이다.

그러나 현재 협상을 주도하고 있는 미·일 양국이 자동차와 농산물에 대한 견해차를 좁히지 못해 전체 협상 타결이 계속 늦어지는 상황이다. 한편 미국의 이익단체들은 추후 한국의 참여까지 고려해 일본의 차액 관세 폐지를 주장하고 있다.

FTA로 더욱 가까워질 경제파트너! 한국과 호주!

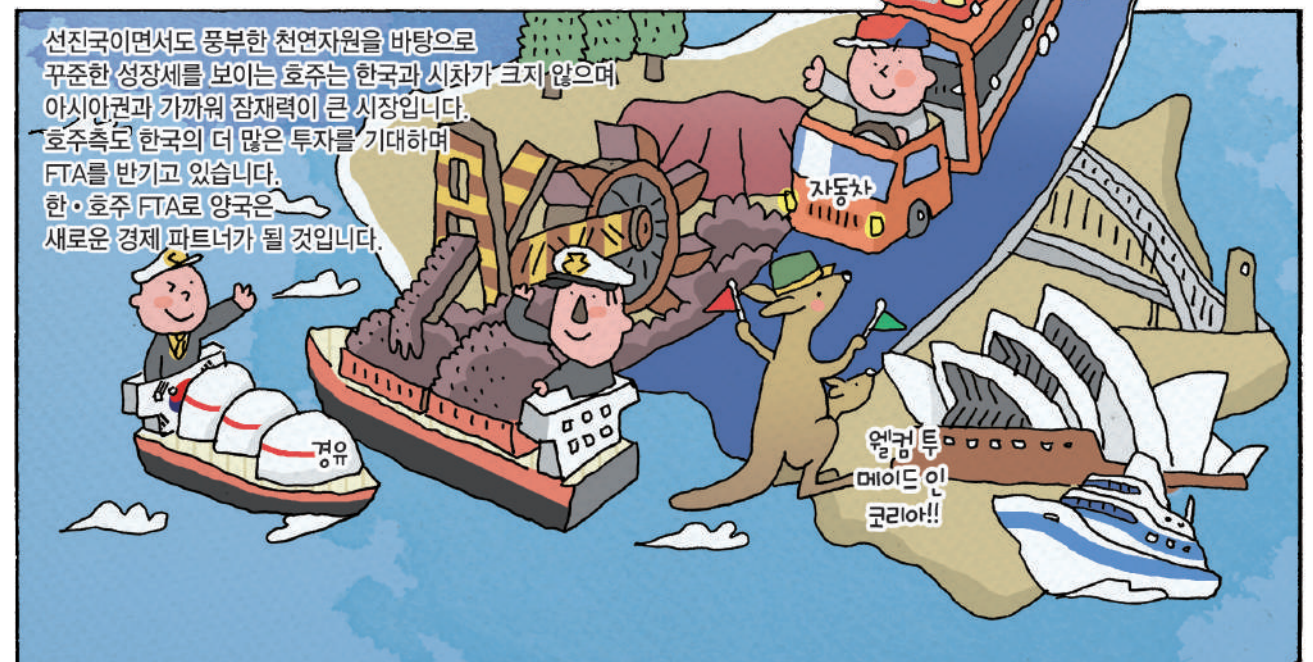
올해 4월 정식서명으로 한·호주 FTA가 성큼 우리 앞으로 다가왔습니다. 한·호주 FTA 가장 이상적인 상호보완적 무역구조를 갖고 있습니다.



특히 자동차 판매의 90%가 수입차인 호주는 한국의 4대 자동차 수출시장으로(2013년 13만5,551대 수출), 한·호주 FTA가 발효되면 일본, EU보다 유리한 위치를 선점할 수 있게 됩니다.



선진국이면서도 풍부한 천연자원을 바탕으로 꾸준한 성장세를 보이는 호주는 한국과 시차가 크지 않으며 아시아권과 가까워 잠재력이 큰 시장입니다. 호주측도 한국의 더 많은 투자를 기대하며 FTA를 반기고 있습니다. 한·호주 FTA로 양국은 새로운 경제 파트너가 될 것입니다.



FTA 시대,
한국 농업의 경쟁력

FTA는 산업 구조의 변화를 가져온다. 그간 내수시장을 바탕으로 안정적인 공급이 가능하던 상품이라도 수입산과 경쟁해야 하기 때문에 품질과 생산성을 더 높일 수밖에 없다. FTA는 위기일 수도 있지만, 이를 기회로 삼으면 한국 시장만이 아닌 세계 시장으로 판로를 확대할 수도 있다. 다행히 세계 어디에 내놔도 될 만큼 우수한 한국 농식품이 많다. 이를 발굴해서 상품성을 키우고 판로를 개척하는 것이 FTA 시대의 과제가 될 것이다. 우리 농업의 가능성을 찾아 현장으로 향했다.

해외에서 열광하는 K-푸드의 현장을 찾다



1 울산시 울주군과 배원예협동조합은 8월 19일 올해 생산한 울산배를 미국에 수출하는 환송행사를 열고 있다.
2 경남 의령군은 지역에서 생산된 멜론을 8월 22일 대만으로 처음 수출했다. 오영호 의령군수 등이 이날 멜론 출하식이 열린 토요애유통(주)에서 첫 수출을 축하하고 있다.
3 7월 21일 충남 서산시 음암면 농업회사법인 AAC에서 이완섭(왼쪽에서 7번째) 서산시장, 장승재 서산시의회 의장, 김길홍 AAC 대표 등이 일본 수출용 양파를 들어 보이고 있다. 이날 화물선에 선적된 일본 수출용 양파는 24이다.



4 충남 홍성 특산품인 냉이가 미국 수출길에 올랐다. 지난해 12월 4일 갈산 압곡항토냉이영농조합법인 관계자들이 '뿌리 달린 냉이' 512kg(4kg 128상자)을 항공편을 통해 미국으로 수출하기 앞서 기념촬영을 하고 있다.
5 경남 고성군 고성읍 (주)두보가 고성지역 농민들과 계약재배한 가바쌀 20t(6,800만 원 상당)이 지난 4월 17일 미국 수출길에 올랐다. 가바쌀은 뇌세포 대사기능 촉진 신경안정물질인 가바(GABA: Gamma Amino butyric Acid) 성분이 많이 함유돼 수험생과 고혈압 환자에게 유익한 것으로 알려져 있다.



FTA 국내지원대책 중 농수산업 경쟁력 강화 지원대책

농업 핵심 인프라 구축

- 축사·과수·원예전문단지 시설 등 농·어업 핵심 인프라 시설에 대한 현대화 지원
- 대규모 산지를 중심으로 산지 거점 유통센터를 균형적으로 배치하여 규모화에 따른 경영안정 및 공급기능 강화
- 소규모 농공단지 등을 중심으로 우수 브랜드(과수, 원예, 발작물, 축산)를 육성하여 고품질 생산 및 경영안정 지원

농림기술개발 지원을 통한 미래 성장동력 확보

- 미래성장을 위한 가축 품종개량 및 종묘·종자산업 육성
- 생명공학 기술개발, 농식품산업 육성을 통해 고부가가치 기술농업 실현 지원
- 해외시장 개척 및 수출단지 조성을 통한 농식품 수출 확대

농업

- 경영규모 확대, 고령농 비중이 높은 농업인력구조를 전업농 중심으로 개편
- 농가의 경영위험에 대비한 경영안정장치 확충
- 기술개발 확대, 고품질화를 통해 고부가가치 산업으로 전환
- 브랜드 확대를 통한 농가 조직화 및 규모화

축산 분야

- 축산물 생산단계 경쟁력 강화
- 국산 축산물 홍보 강화와 소비촉진 지원
- 축산물 위생수준 향상을 통한 경쟁력 강화
- 친환경 축산 실현을 통한 축산업의 장기적 발전지원
- 축산물 직거래 활성화
- 가축수송 특장차량 구입비 지원
- 쇠고기 이력추적제 전지역 확대
- 축산물 브랜드육 타운 조성 지원

식량 원예 식품 등

- 수산분야 개방에 대응하여 과수산업 경쟁력 향상 추진
- 직접적 피해를 받는 농가에 대해 경영안정 지원
- 우수 브랜드 경영체를 적극 육성하여 산지생산·유통 조직을 규모화·조직화하고 품질 경쟁력 제고

수산 분야

- 원양선사의 출자 등으로 원양어업관리회를 설립하여 규모화·조직화
- 원양어선설비와 양식시설 현대화
- 수산산지거점유통센터(FPC), 수산물연구가공 거점단지, 토속어류 산업화센터 구축
- 맞춤형 수출전략품육성 및 수산물 대량 양식기반 구축
- 글로벌 시장개척형 종자를 개발하는 골든 실(Golden Seal) 프로젝트 추진

2013년 농림수산물
수출 상위 30개 품목

참치	556.5
커피	524.9
커피조제품	306.1
김	251.7
음료	243.5
라면	212.5
설탕	203.1
인삼	174.9
제3맥주	139.8
오징어	139.3
비스킷	132.5
소주	107.5
김치	89.3
파프리카	87.0
넙치	79.4
단일과실조제품	72.4
맥주	72.3
대두박	71.4
굴	70.2
조제분유	69.9
붕장어	60.0
게살	59.7
명태	58.2
배	55.0
젤라틴	54.5
전복	53.8
삼치	52.3
고등어	46.1
어류제품	43.9
유자차	43.0

자료: 산업통상자원부

단위: 백만 달러
자료: 한국농수산물유통공사

배 수출 현장을
찾아서

한국의 농산물 수출 때마다 단골로 소개되는 것이 파프리카지만 배도 그에 못지않다. 지난해 배 수출량은 2만200톤으로 파프리카(2만2,100톤)와 비슷하다. 이른 추석을 앞두고 배 수확이 한창인 천안의 한 농장을 찾아 한국 배맛의 비결을 탐구해 보았다. 운이 좋았는지 수출이 되고 있는 현장도 확인할 수 있었다.

대만 중추절 앞두고 배 수출출하장 문전성시

내비게이션이 안내해 주는 대로 천안시 성환읍을 향했다. 안성IC를 빠져나오자 도로 양쪽으로 평택 고덕지구 개발을 알리는 모델하우스들이 현수막과 차량들로 분주했다. 흔히 생각하는 '시골'은 언제 나올까 싶더니 이내 배밭들이 수도 없이 이어졌다. 곧 조운농원 출하장이 나왔다. 농장 방문 이틀 전부터 수확이 시작됐고, 이 날(8월 22일)부터 추석물량을 맞추기 위한 포장이 시작돼 분주한 모습이었다. 냉동창고에서 나오던 조항현 대표(40)가 취재진을 반겼다. 출하장에서 본 햇배들은 갓난아기 얼굴만큼 큰 최상품들이었다. 박스에 놓인 모양이 마치 그레이즈드 도너츠처럼 생겼다. 같은 땅, 같은 나무에서 난 배들이라 맛은 거의 비슷하지만, 이렇게 모양이 예뻐야 최상품이다. 서울 유명 백화점과 대형마트 납품용 박스들이 층층이 쌓여 있었다. 중년 여성들 40여 명이 분주히 배에 싸인 봉지를 뜯고, 흠이 있거나 모양이 이상하지 않은지 확인하고 선별기에 올렸다. 선별기가 중량에 맞춰 배를 내려놓으면 대기하던 작업자가 박스에 차곡차곡 넣었다.

“추석 빨랐지만 봄 개화도 빨라 수확 가능해”

“올해 추석이 너무 빨라서 배를 딸 수 있을까 걱정했는데, 다행히 올해 봄꽃이 2주 일찍 폼고 여름도 빨리 지나가 조기출하용이 잘 열렸습니다. 18년 동안 배를 땀는데, 올해만큼 빨리 따기는 처음입니다. 절기는 음력을 따라간다는 말이 신기하게도 맞았습니다.” 조 대표의 말처럼 추석이 이르다 보니 봄꽃들이 알아서 빨리 폼는지도 모를 일이다. 배가 여물기 위해서는 일교차가 커야 한다. 날씨가 쌀쌀해지면 식물도 생존을 위해 영양분을 비축하려 하는데, 대낮에는 높은 기온과 강한 햇볕으로 활발히 광합성을 하고 밤에는 영양을 가득 모을 수 있기 때문이다. 올해 여름엔 열대야가 거의 없어 배가 잘 여물 수 있었다.

1 미국 수출용 배는 반드시 미국 검역관이 지정한 봉지를 씌워야 한다. 봉지에 'USA'라고 씌인 것을 확인할 수 있다.
2 선별기를 통과한 배를 포장하는 모습. 이른 추석으로 예년에 비해 짧은 기간에 수확과 출하가 이뤄져 분주한 모습이다.
3 천안배원에농업협동조합 출하장에서 수출용 배를 출하하기 위해 모든 직원들이 바빠 움직이고 있었다.



1



2



3

배나무는 심은 지 15년이 지나야 비로소 수익성을 맞출 양만큼의 배를 생산하게 된다. 따라서 올해 공급과잉을 빚은 양과 등과 달리 공급이 안정적이다. 배값이 올해 좋다고 너도나도 내년엔 심을 수가 없는 노릇이다. 그러나 조 대표는 “배값이 ‘안정적으로’ 낮죠”라고 말했다. 농민의 마음을 엿볼 수 있었다. 조 대표의 농장은 그의 아버지가 40년 전 직장생활을 접고 귀향해 심은 것들이다. 배나무는 당장 심는다고 그 해 수확을 얻을 수 없다. 그리고 보면 그 나무들은 자식들을 위한 부정(父精)의 상징이 아닐까. 한 번 심은 나무는 백 년을 가기도 한다. 그래서 배 브랜드 중에 ‘백년의 향기’ ‘백년수’라는 것이 있다. 지금 천안시청에는 2009년 옮겨 심은 100년 넘은 배나무가 있다.

밭에서 수확해온 배들은 모두 ‘USA’가 찍힌 봉지가 씌여 있었다. 수출하는 농산물은 상대국 검역국과 협의를 하게 되는데, 미국 검역국이 지정한 단지들은 모두 이 봉지를 씌워야 한다. 그렇다고 이 배들이 다 미국으로 수출되는 것은 아니다. 그러나 수출용, 내수용이 따로 구분되는 것도 아니고, 어차피 봉지는 씌워야 하므로 모든 봉지에 ‘USA’가 찍힌 것이다. 즉 배가 수출경쟁력을 가지는 것은 그 자체의 품질이 우수하기 때문이지, 수출을 위해 별도로 더 애를 쓴 것은 아닌 것임을 알 수 있다. 경쟁력 있는 농산품을 발굴하고 해외에 마케팅하는 것이 관건인 것이다.

대개 추석 20일 전부터 수확이 시작돼 10월 20일경 마무리된다. 수확된 배는 일부 시장에 팔리고 나머지는 저온 저장고에 보관된다. 설 무렵에는 창고에서 꺼내 다시 이날처럼 포장작업을 하느라 분주해진다. 농장을 방문한 날 수확되어 나온 배들은 모두 같이 하얀 세 겹의 봉지가 씌여 있다. 조기출하용은 빛을 더 많이 차단해야 하므로 세 겹 봉지를 쓴다. 그러나 추석 뒤 수확할 배들은 두 겹 종이를 쓴다.

중국·일본 배보다 한국 배가 해외서 귀한 대접

조 대표가 취재진을 천안배원에농업협동조합으로 안내했다. 조 대표의 출하장보다 몇 배나 큰 규모의 출하장에서 분주히 햇배들이 옮겨지고 있었다. 출하장은 시설 투자가 필요하기 때문에 모든 배 농가가 갖추고 있지는 않고, 규모가 좀 있는 농가가 출하장을 지으면 인근 농가들이 이를 이용한다. 조운농원은 직영으로 재배하는 연 40만 개의 배를 포함해 연 150만 개의 배를 출하한다. 조운농원 출하장에서 나오는 배들 중에서 수출물량은 이 곳 농협 출하장으로 옮겨져 부산까지 이동된다.

서울 양재동 aT센터에 위치한 한국농림식품수출업조합의 배수출협의회에 따르면 국내 배 수출의 40~45%가 미국, 또



▲ 조항현 조운농원 대표

40~45%를 대만으로 수출한다. 대만도 음력 8월 15일 중추절을 쉼기 때문에 지금이 한창 배 수요가 많은 때다. 배는 한국보다 중국에서 더 많이 나지만, 식품안전에 대한 우려로 대만에서는 한국산 배가 귀한 선물 대접을 받는다. 일본은 사과에 주력하다 보니, 배는 생산량이 많지 않은데다 방사능에 대한 우려 등으로 인기가 한국산만 못하다.

기왕 배 따는 곳에 왔으니 갓 딴 배를 맛보지 않을 수 없다. 남아도는 ‘불합격’(그조차도 매우 예뻐다. 단지 스크래치가 있었을 뿐이다) 배를 먹어 보았다. 지금껏 먹은 어떤 배보다 식감이 아삭했다(당연히!). 조 대표는 “10월쯤 해 뜨기 전 농장에서 갓 딴 차가운 배를 먹을 때의 맛은 말로 설명할 수 없을 정도다. 배 농사를 짓는 사람만이 누릴 수 있는 특권”이라고 말했다. 아마 그 맛에 배농사를 지을 것이다.㉠

장미 수출 현장을 찾아서

농업이 고부가가치 산업이 될 수 있을까? 장미, 국화 등 화훼를 수출하는 전주의 농업회사법인 로즈피아(Rosepia)는 IMF 외환위기를 거치며 장미농가들이 어려움을 극복하기 위해 공동출자해 만든 법인이다. 대표이사도 회원사 중에서 돌아가면서 한다. 위기 극복의 비결은 화훼 중 중국 네덜란드를 벤치마킹하는 것이었다. 화훼 대국을 꿈꾸는 로즈피아의 수출 현장을 찾았다.

K-팝만큼 인기 꿀 '장미 한류' 기대하세요



전주역에서 대여한 자동차를 타고 외곽으로 30분을 나가자 이내 지평선이 보일 정도로 드넓은 평야 지대가 나온다. 비가 오라갈락하며 선선해진 날씨에 초록의 벼들이 싱싱하다. 길목을 돌아 논들 사이로 거대한 유리온실들이 곳곳에 서 있다. 흔히 보는 비닐하우스가 아닌 현대적 유리온실이 공상과학영화스럽다.

로즈피아 출하장에서는 수확된 장미들을 박스에 담은 포장작업이 한창이다. 무더위가 가시긴 했지만 아직 바깥은 더움에도 불구하고 내부는 싸늘할 정도다. 내부 온도는 섭씨 15도에 맞춘다고 하는데, 여름이라 그보다 살짝 높은 듯했다. 포장 중인 장미는 모두 봉오리가 열리기 전이다. 수출의 95%를 차지하는 일본에서 소비자에게 팔리기까지 약 3일이 걸리는데, 온도가 높으면 꽃이 빨리 피 버린다. 소비자가 꽃을 살 때 가장 아름답기 위해서는 온도가 중요하다. 로즈피아가 수출하는 대부분의 장미는 '스프레이 장미'라고 불리는 품종으로 줄기 하나에 여러 송이가 열리는 것이다. 그간 줄기 하나에 한 송이만 열리는 것만 봐와서 그런지 신기했다. 한 줄기에 여러 송이가 열리니 당연히 한 송이보다는 가격이 높지만, 대신 재배가 까다롭다. 기술이 더 필요하다. 주요 수출국인 일본 시장에서 한 송이짜리는 주로 중국에서 많이 들어오고 스프레이 장미는 한국에서 들어온다. 중국산과 경쟁을 할 필요가 없는 것이다.



1 로즈피아는 전북·전남 지역 화훼농가들이 IMF 구제금융 위기를 극복하기 위해 2000년 직접 출자해 만든 농업회사법인이다. 2 '스프레이 장미'는 한 가지에 여러 송이가 열리는 것이 특징이다. 재배기술이 까다로워 수출지인 일본에서 중국산과 경쟁하지 않아도 되는 장점이 있다. 3 모든 자재를 네덜란드에서 공수해 온 뒤 네덜란드 인부 10명이 만든 100% '네덜란드식' 유리온실. 국내 화훼 연구소들의 시험재배 장소로 인기가 높다.

유리 온실 나사 하나까지 네덜란드에서 공수

출하장 옆의 온실로 향했다. 벽과 지붕이 모두 유리로 된 온실이다. 1만㎡에 40억 원을 들여 2012년 완공한 이곳은 모든 자재를 100% 네덜란드 제품을 가져와 지었다. “나사 하나까지 모두 네덜란드에서 가져왔다”고 할 정도다. 심지어 네덜란드에서 인부 10명이 와서 지었다. 화훼 선진국 네덜란드의 온실을 그대로 재현한 것이다. 시설만 가져온 것이 아니라 재배도 모두 재배컨설팅사가 시키는 대로 하고 있다. 일부 농가에서는 최신의 유리온실을 갖추고도 비용을 아끼기 위해 난방이나 이산화탄소 공급을 제대로 하지 않는 경우가 많다. 그래서 로즈피아가 총대를 매고 100% 네덜란드식으로 운영하고 있다. 안내를 맡은 한병조 로즈피아 부장은 “네덜란드 전문가가 와서 보더니 ‘이 정도면 네덜란드에서도 수준급’이라고 했다”고 설명했다.

이렇게 네덜란드 수준의 온실을 갖춰놓자, 전국의 화훼 관련 연구소들이 시험재배를 하는 테스트베드가 됐다. 곳곳에서 국립농업과학원이나 종묘회사들의 표식을 쉽게 발견할 수 있었다. “여기 심어져 있는 품종을 다 합치면 50~60개 사이가 될 것”이라고 한 부장이 말했다. 네덜란드식 유리온실의 효과가 과연 있는 것일까? 한 부장은 “제대로 된 유리온실에서 재배해 보니 단위 넓이당 생산성이 30~40% 이상 높았다”고 전했다.

재배만 네덜란드식이 아니다. 수출항인 부산까지 이동을 위해 로즈피아는 아예 트레일러를 구입했다. “냉장 트레일러들이 비용을 아끼려 냉장고를 끄는 경우가 많다 보니 아예 직접 샀다”는 것이다. 2억 원에 가까운 트레일러 구매비용과 직원 한 명을 고용해야 하는 부담이 있었지만, ‘네덜란드식’을 고집하려면 어쩔 수 없었다. 또한 대개의 냉장 트레일러의 온도가 섭씨 5~8도지만, 로즈피아는 2도를 정확하게 맞추고 운행한다. 그게 네덜란드식이기 때문이다. “전국 장미업체들 중에 트레일러를 직접 구입한 곳은 우리뿐일 것”이라고 한 부장이 얘기했다.

위기 해법은 역시 ‘뭉쳐야 산다’는 것

로즈피아는 전북·전남 지역 화훼농가들의 생존 의지로 만들어졌다. 2000년 7월 IMF 구제금융의 여파가 3년째 이어지면서 하나둘 도산하는 농가가 생기자 ‘뭉쳐야 산다’는 의지로 평(3.3㎡)당 5,000원(1주)을 출자해 설립했다. 주주들이 모두 실제 생산 농가들이다 보니 협력과 이해를 바탕으로 경영이 이뤄진다. 매년 3월 열리는 주주총회를 통해 대표이사(임기 2년)를 선출한다. 정화영 현 대표이사는 2003년 3대 대표로 뽑혔지만, 이후 계속 연임하고 있다. 동일인이 계속 대표를 맡을 경우 생기는 부작용 때문에 번갈아 가며 하기로 했지만, 그런 문제가 생기지 않도록 자리를 잡았고, 하던 사람이 계속 하는 것이 낫겠다는 인식이 생겼기 때문이다. 정 대표 자신도 로즈피아보다 더 큰 규모의 농장을 운영하고 있으며, 로즈피아에는 주 1~2회 출근하는 정도다.

로즈피아가 법인 자체의 이익보다 공동의 이익을 추구하고 있는 것은 직원들을 모두 정규직으로 고용한 데서도 알 수 있다. 다른 농산품과 달리 장미, 국화는 연중 출하가 가능한 구조라 정규직이 가능했다. 다만 최근 주요 수출국인 일본의 엔화가 저평가되면서 최근 3년 동안 어려움을 겪는 중이라, 2년 전부터는 어쩔 수 없이 계약직으로 고용하고 있다. 한 부장은 “지난해는 일본 내 가격이 11%나 올랐는데도 매출은 20% 떨어졌다”고 분 위기를 전했다.

이런 어려움을 극복하고자 로즈피아는 또 한 번 큰 산을 넘었다. 그간 일본 수출시장을 두고 치열하게 경쟁하던 ‘케이플라워’와 손 잡고 통합법인 ‘K로즈’를 출범한 것이다. ‘모든 수단과 방법을 다 동원할 수밖에 없어’ 적과의 동침을 택한 것이다. 통합물류·운송을 통한 비용 절감과 현지 통합 바이어 운영으로 가격 협상력까지 갖게 됐다. 위기 극복을 위해 법인을 설립하고, 네덜란드식 재배를 도입하고, 경쟁자와도 손을 잡는 등 로즈피아의 역사는 한국 농업이 가야 할 길을 몸으로 얘기하고 있는 듯했다.☹

2014년 미국 농업법이
한국 농정에 주는
시사점

지난 2월 7일 오바마 대통령의 서명으로 미국의 2014년 농업법(Agriculture Act of 2014)이 드디어 발효됐다. 미국 농업법(Farm Bill)은 농업정책의 기본방향과 농가 지원의 중점정책을 구체적으로 규정하는 법으로서 농정의 근간이며 지침서다. 미 농업법은 1933년 처음으로 제정된 이후 변화하는 국내외 경제 및 농업 여건을 반영하여 대략 5년을 주기로 개정되어 왔다.

기상이변·재해·FTA 등 농업의 불확실성 극복 시도 돋보여



▲ 미국의 2014년 농업법은 농가의 소득안정망을 더욱 강화하는 방향으로 개정됐다는 측면에서 세계의 주목을 받고 있다. 사진은 지난 2월 7일 미시간주립대에서 국회의원·국무위원에 둘러싸여 해당 법에 서명하고 있는 미국 버락 오바마 대통령 모습.

2014년 농업법은 지난 5년간 미 농정의 근간이었던 2008년 농업법의 개정판으로 2018년까지 유효하다. 향후 5년간 4,890억 달러에 달하는 농업예산 지출과 농가의 소득안정을 강화하는 방향으로 농업법이 개정되었다는 측면에서 세계의 주목을 받고 있다.

무엇보다 2014년 미 농업법의 특징은 농정개혁은 하되 농가소득 및 경영위험에 효과적으로 대응하기 위한 안전망 장치는 지속적으로 튼튼히 확립되어야 한다는 전제하에 논의가 이루어졌다. 특히 농가에 대한 직접 소득 및 가격 지원보다는 수입 및 경영을 안정화시키는 위험 관리로서의 정책전환을 강조하면서 기존의 품목별 지원정책을 개혁하는 대신에 농업보험제도의 강화와 생산위험·가격위험 등의 문제점에 동시에 대응할 수 있는 농가수입에 기반

을 둔 지원 제도를 새롭게 만들어 냈다. 이는 농업은 특성상 기후, 병해충, 가축질병 등 인간이 통제하기 어려운 변수들에 의해 크게 영향을 받기 때문에 자연적으로 생산량, 가격, 소득이 불안정하며, 특히 전 세계적인 기상이변과 경제 불안, WTO와 FTA 등을 통한 본격적인 농산물 무역자유화 움직임 속에서 농가 소득 및 경영 불확실성 심화되고 있는 현상에 대응할 필요가 있다는 인식 때문인 것으로 판단된다.

미국, 경미한 손상 보상하는 '경손보상정책' 눈길

2014년 농업법의 또 다른 특징은 농가소득안전망 및 위험관리 강화측면에서 경손정책(shallow loss policy)의 출현이다. 경손보상정책이 출현한 배경은 무엇보다 작물보험의 보상범위가 일반적으로 70~75% 수준으로 만일 농가손실이 자기부담금(deductible)보다 적은 수준에서 발생하는 경우 농가는 이러한 손실을 작물보험을 통해 지원받지 못하거나 작물보험에 의해 보상을 받더라도 손실의 25~30%는 농가가 스스로 부담해야했다. 이러한 자기부담금 내에서 발생하는 손실을 일반적으로 경손(輕損, Shallow Loss)이라 말하며, 이렇게 작물보험에 의해 보상되지 못하는 농가손실 부분을 지원해야 한다는 명분으로 2014년 농업법은 경손보상정책을 새롭게 제안했다. 따라서 향후 미국 농가의 경미한 손실은 2014년 농업법에서 만들어진 경손보상정책을 통해 지원하며 회복 불가능할 정도의 큰 손실에 대해서는 농가 스스로 일정부분의 보험료를 부담하면서 보상범위를 선택하는 작물보험을 통해 농가소득 안전망 및 경영위험 관리를 수행해 나갈 것으로 판단된다.

이렇게 국제 농산물 가격의 상승으로 미국 농가의 소득이 증가하는 상황에서 농가의 수입 및 경영위험 관리대책을 강화하는 방향으로 전환된 2014년 농업법은 한국의 농업부문에 많은 시사점을 제공한다. 우선 미국은 농업위험관리 정책의 중요성을 인식하여, 주요 품목별 가격 및 수입보전 직불제도(Commodity Program) 농업보험제도(Crop Insurance), 그리고 긴급재해지원제도(Disaster Payment) 등 세 가지 주요 정책 수단을 동시에 발전시켜왔다. 이런 측면에서 우리나라도 국가의 농업위험관리전략 체계 구축 차원에서 품목별 농업직불제, 농업보험, 그리고 긴급재해지원을 농가가 직면하는 경영 및 소득위험 관리의 핵심적 정책수단이라는 시각에서 출

발해 이들 주요 정책수단 간의 조화로운 연계관계 속에서 접근해 나가야 할 것이다. 이를 위해 우선 쌀 중심의 농업직불제 정책에서 탈피해 중장기적으로 미국 등 선진국과 같이 소득 및 경영안정 정책대상 품목을 확대해 나가야 한다.

한국, 긴급지원과 농업보험의 균형적 제도 필요해

미국의 경우 1990년대 초반까지는 밀, 옥수수, 쌀, 면화 등 7개 품목을 대상으로 가격지지정책을 시행해 왔으나 그 이후 농업법 개정을 통해 땅콩, 대두, 유지작물 등 가격지지 정책대상 품목을 증가시켜 2008년 농업법 이후에는 15개 품목으로 늘렸다. 주요 농산물로 소득 및 경영안정 직불정책대상 품목의 확대는 농가의 작목 선택의 자율성을 높이고, 생산의욕을 고취해 나감으로써 궁극적으로 농가소득 향상에도 기여할 가능성이 높다. 다만 쌀 소득보전직불제와 같은 직불제의 정책대상품목을 늘려갈 경우, 이들 품목들은 FTA 피해보전직불제 혹은 여타 직불제의 정책대상품목에서 제외하면서 점진적으로 통합해 나가고, 농업재해보험, 긴급재해지원 등 다른 정부 지원과의 중복 수혜를 방지하는 장치를 마련하여 시행해 나갈 필요가 있다.

농업보험제도는 품목별 농업직불정책과 달리 농가소득에 따른 가입제한이나 지급한도에 제한이 없기 때문에 특화된 전업 농 혹은 매출액이 큰 상업적 기업농들이 직면하는 위험관리 장치로 역할을 수행하도록 해야 한다. 즉 농가 스스로 일정부분의 보험료를 부담하면서 보상범위를 자율적으로 선택하는 농업보험은 최근의 품목별 농장 수 및 변화하는 가격 상황을 기준으로 발동됨으로써 현실적으로 개별 농장 특성에 보다 적합한 위험관리 장치로, 매출규모가 큰 전업농이나 기업농들의 농가위험관리 장치로 활용해 나가야 한다. 이런 측면에서 우리나라도 농가 위험관리 정책의 핵심 수단으로 농업재해보험의 대상품목 확대와 체계적인 추진이 필요하다.



▲ 미국과 같이 다양한 자연재해로 인한 농작물피해와 농업시설물피해, 기반시설피해 등으로부터 농가 회생을 돕고, 일정 수준의 피해를 보전할 수 있는 실질적인 피해지원 대책을 강구할 필요가 있다.

한편 현행 우리나라의 농업재해대책은 대부분 임시적으로 이루어지는 긴급복구나 단순한 생계보장 구호지원에 그칠 뿐 시스템적으로 제도화된 농가피해보전이나 소득보장은 없다. 이런 측면에서 미국과 같이 다양한 자연재해로 인한 농작물피해와 농업시설물피해, 기반시설피해 등으로부터 농가의 회생을 돕고, 일정수준의 농업소득 피해를 보전할 수 있는 실질적인 피해지원 대책을 강구할 필요가 있다.●



이와타니 시게오(岩谷滋雄) 한중일3국협력사무국 사무총장

“한·중·일 FTA는 동북아 지역통합의 발판이 될 것”

이와타니 시게오 한중일3국협력사무국 사무총장은 일본 외무성에서 40년 잔뼈가 굵은 외교관이다. 3년 임기의 주오스트리아 일본 대사를 마친 뒤 지난해 9월부터 한중일3국협력사무국을 이끌고 있다. 중국에서 근무한 경험이 있고, 한국에 관심이 많았던 터라 사무총장 제안이 왔을 때 흔쾌히 수락했다고 한다. 그의 임기는 2015년 8월까지다.

한중일3국협력사무국의 간략한 소개를 부탁드립니다.

한중일3국협력사무국(이하 TCS: Trilateral Cooperation Secretariat)의 설립은 1999년 ASEAN+3 정상회의 계기 3국 정상 간 오찬 회동까지 거슬러 올라갑니다. 이후 15년간 3국은 ASEAN+3 계기 3국 정상회의를 거의 매년 개최해 왔으며, 2008년부터는 단독 한·중·일 정상회의를 개최하기에 이르렀습니다. 현재 한·중·일 정상회의를 중심으로 18개 장관급 회의, 50여개 정부 간 협의체 및 100여

개 협력사업이 운영되고 있습니다. 이런 3국 협력을 보다 효율적이고 체계적으로 운영하기 위해 2009년 제2차 한·중·일 정상회의에서 TCS 설립에 합의했고, 2011년 9월 서울에서 공식 출범하게 됐습니다. TCS의 주요업무는 3국 정부 간 협의체 지원 외에도 3국 협력 이해 증진, 새로운 협력사업 발굴 등이 있으며, 3국 협력의 허브로서 그 역할을 다하고 있습니다. 현재 TCS는 3국간 역사문제 관련 전문가 대화, FTA, 환경 등 3국 공동관심사를 주제로 한 세미나 및 3국 문화교류 행사 등의

사업을 실시하고 있습니다. TCS는 동북아에 싹튼 지역협력의 상징입니다. 지금은 약 30명 규모의 작은 국제기구이지만, 3국 협력의 중요성을 감안한다면 앞으로 그 규모와 기능은 더욱더 확대될 전망입니다.

어떻게 사무국의 사무총장으로 오게 됐습니까? 한국 생활은 어땠습니까?

작년 9월 서울 부임 전까지 일본 외무성에서 40년간 근무했습니다. 일본 외무성에서는 보통 63세를 전후해 은퇴하는 경우가 많은데, 은퇴할 즈음 제안을 받았습니다. 원래 3국 협력에 관심이 있었고, 중국에서 근무한 경험도 있었기 때문에 제안을 기꺼이 받아들여지게 된 것입니다. 한국 생활은 이번이 처음인데, 언어 문제를 제외하고 사는 데 전혀 지장이 없습니다. 외국에서 산다는 느낌이 들지 않을 정도입니다. 이웃나라를 보다 풍부히 알 수 있는 기회를 가지게 돼 매우 감사하게 생각합니다. 중국 근무 경험과 이번 한국생활을 통해 한·중·일 3국 문화의 공통점과 차이점을 몸소 느끼고 있습니다. 40년 간 일본 외무성에서 쌓은 지식과 경험을 바탕으로 3국 협력의 발전을 위해 최선을 다하겠습니다.

한·중·일 경제협력의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 실제 한·중·일 경제협력은 어느 정도 진전을 이뤘습니까?

한·중·일 3국의 GDP는 2013년을 기준으로 각각 세계 15위, 2위, 3위입니다. 이를 합치면 세계 GDP의 약 20%를 차지합니다. 이렇게 세계적인 경제강국들이 서로 이웃하고 있는 만큼 3국 경제관계는 저절로 가까워질 수밖에 없습니다. 이를 반영하듯 3국이 상호간 주요 교역국이 된 지 오래입니다. 이러한 상호 의존관계의 주역은 기업들입니다. 예를 들어, 애플의 아이폰은 한국·일본 기업이 만든

이와타니 시게오(岩谷滋雄) 사무총장 약력

1950년생. 1973년 일본 외무성 입성. 1991년 외무성 국제연합국 과장. 1993년 주독일일본대사관 참사관. 1996~1998년 주중국일본대사관 문화담당공사. 2004년 주독일일본대사관 공사. 2005년 주호놀룰루총영사관 영사. 2007년 주케냐특명전권대사. 2010년 주오스트리아특명전권대사. 2013년 한중일3국협력사무국 사무총장(현)



부품으로 중국 공장에서 조립돼 전 세계에 수출됩니다. 3국 기업들은 기술력, 자본, 노동력을 서로 보완하며 긴밀한 생산 네트워크를 형성해 이익을 공유하고 있습니다. 따라서 3국 경제협력의 제1목적은 비즈니스 환경을 정비해 원·원·원 경제관계를 확대시켜 나가는 데 있다고 할 수 있습니다. 실제로 3국은 무역 및 투자, 물류, 세관, 지적재산권 등 다양한 분야에서 3국 기업활동을 촉진하는 제도정비에 힘쓰고 있습니다. 2014년5월, 한·중·일 투자보장협정이 발효됐습니다. 물류분야에서는 NEAL-NET이라는 물류정보 네트워크를 구축해 물류비용 절감을 실현해 나가고 있습니다. 또한 한·중·일 FTA 협상도 이미 시작됐습니다. 이처럼 인구 15억 명, GDP 15조 달러 규모의 공동시장을 향한 발걸음이 차근차근 진행되고 있습니다.

한·중·일 FTA는 어떻게 시작됐고, 어떻게 진행되고 있습니까?

2013년 3월 제1차 한·중·일 FTA 협상 이후 현재까지 4차례 협상을 통해 실질적인 논의를 계속 진행하고 있습니다. 현재 3국은 국가 간 관계에서 어려움을 겪고 있지만 제5차 협상이 개최될 예정이며 3국은 예정대로 이 협상을 진행시키기 위해 노력하고 있습니다.

한·중·일 FTA 협상은 어느 날 갑자기 시작된 것이 아닙니다. 협상 개시까지는 9년에 걸친 공동연구라는 긴 여정이 있었습니다. 3국은 한·중·일 FTA가 자국경제에 커다란 영향을 미칠 수 있다는 우려 때문에 신중을 기했습니다. 자칫하면 좌절될 수도 있었던 한·중·일 FTA 구상이 추진력을 잃지 않았던 이유는 어려움이 닥칠 때마다 3국 정상들이 지역통합에 대한 선견지명을 통해 강한 정치적 의지를 보였기 때문입니다. 일례로 2003년에 시작

된 한·중·일 FTA 민간공동연구는 1999년 최초 한·중·일 정상 조찬 회동 당시 한국 정상 의 제안으로 시작됐습니다. 또한, 2012년 제5차 한·중·일 정상회의 때에는 협상에 보다 신중을 기해야 한다는 반대 의견에도 불구하고 3국 정상들이 강한 의지를 가지고 협상 개시에 합의한 바 있습니다. 앞으로 한·중·일 FTA 협상이 어려움에 직면하더라도 역대 3국의 정상들처럼 지역경제통합에 대한 신념과 정치적 리더십으로 어려움을 극복해야 합니다.

향후 한·중·일 FTA가 체결되면 어떤 기대효과가 있다고 보십니까?

한·중·일 FTA는 상품과 자본, 기술과 서비스 그리고 노동력까지 원활하게 이동할 수 있는 환경을 제공할 것입니다. 그리고 지금까지 특정 대기업 및 특정 분야에 한정됐던 3국 산업 협력은 앞으로 중소기업들에게도 그 기회가 확대될 것입니다. 또한 이러한 협력은 환경보호산업, 에너지, 고령자 서비스 등 새롭게 떠오르는 3국 공통 관심분야로 확대돼 3국에 새로운 성장동력을 제공할 수 있을 것이라 전망됩니다. 하지만 한·중·일 FTA의 궁극적인 의의는 3국 경제협력을 넘어 동북아 지역통합의 발판이 된다는 점입니다. 한·중·일 FTA는 공동이익을 바탕으로 신뢰를 쌓는 과정입니다. 3국 정상 간 신뢰가 조성되면 동북아 지역경제협력에 대한 사회적인 요구는 더욱 높아질 것입니다. 3국 지방정부나 경제계는 20년 전부터 가스 파이프라인 설치, 전력망 연결, 항공기 공동개발, 지역 교통인프라 정비, 동북아 개발은행 설립 등 많은 사업들을 구상해 왔습니다. 이중 한 개 사업이라도 실현된다면 동북아에도 공동체 의식이 생기게 될 것이고 EU와 같은 지역통합도 비현실적인 꿈만은 아닐 거라 판단됩니다.☺

한·중 FTA의 돌파구, ‘메이드 포 차이나’가 답이다



글 박천일 한국무역협회 국제무역연구원 통상연구실장

2014년은 우리나라와 중국 영화사에 오랫동안 기억에 남을 해가 될 것 같다. 역대 영화 흥행 기록이 깨졌고 당분간 바뀌지 않을 것으로 보이기 때문이다. 국내 최다 관객수 기록을 갱신하고 있는 영화 '명량'이 개봉하던 지난 7월말 중국에서는 헐리우드 영화 '트랜스포머4(Transformers: Age of Extinction)'가 중국내 최고 흥행 기록을 세우고 막을 내렸다. FTA를 논하는 자리에 뜬금없게도 트랜스포머의 중국 흥행에 주목하는 것은 다름 아닌 이 영화가 '메이드 포 차이나(Made for China)' 전략을 구사했기 때문이다.

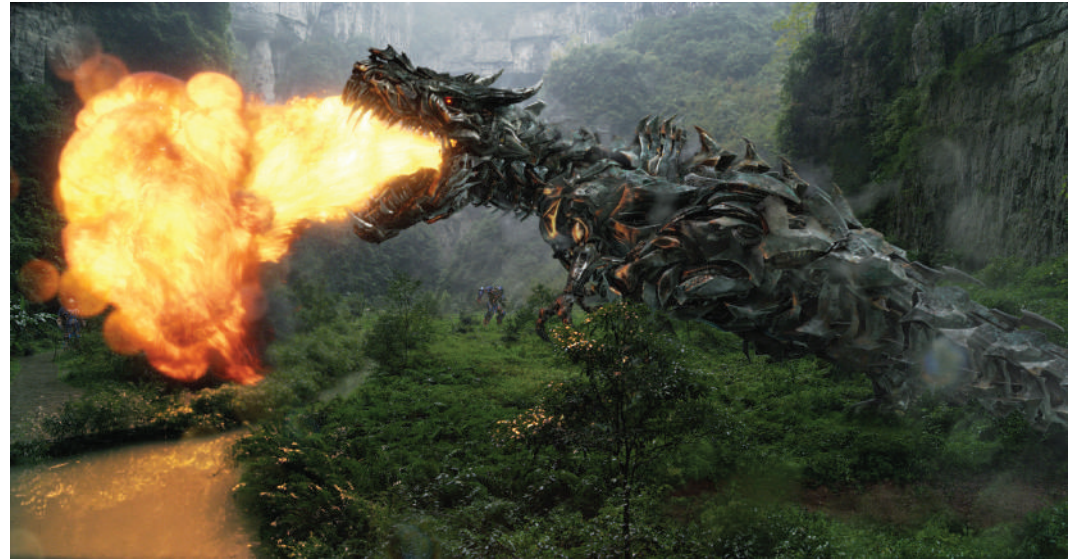
트랜스포머는 영화 제작단계에서부터 중국 시장을 겨냥해 만들어졌다. 중국 현지에서 촬영을 진행하고 중국 여배우를 출연시키는 한편 영화에 사용되는 소품도 중국산이 대거 등장한다. 심지어 언론 보도에 따르면 중국 관련 장면이 영화 전체의 3분의 1을 차지한다는 분석마저 있다. 결과적으로 트랜스포머는 중국 시장에서만 3억 달러의 흥행을 기록했다. 앞서 밝힌 것처럼 중국 역대 흥행 1위를 기록했음은 물론이고 역대 흥행 순위 2위인 영화 아바타의 기록과 1억 달러의 큰 차이를 보이고 있어 당분간 기록이 갱신될 가능성도 낮아 보인다. 또한 트랜스포머의 중국 흥행은 미국 시장에서 거둬들인 2.4억 달러를 뛰어넘는 것은 물론 전 세계 흥행 수익 10억 달러의 30%를 차지하고 있다. 혹평이 쏟아졌던 영화의 작품성을 차치하더라도 중국 시장을 공략해 엄청난 상업적 성과를 이룩한 셈이다.

‘공장 → 시장’으로 트랜스포밍하는 중국 경제

트랜스포머가 재미를 봤던 '메이드 포 차이나' 전략은 사실 한국 수출이 주목하는 전략이기도 하다. 이는 세계 최대의 공장에서 세계 최대의 시장으로 변하고 있는 중국 경제의 구조 변화에 적극적으로 대응하기 위한 것이다.

실제로 중국 경제는 빠른 속도로 변화하고 있다. 중국이 세계의 공장 역할을 하고 있음을 가늠할 수 있는 중국의 대(對)세계 가공무역 비중은 빠른 속도로 축소되고 있다. 중국에 수입되어 가공된 뒤 제3국으로 수출되는 가공무역 비중이 2005년에는 절반에 가까운 48.5%에 달했으나 2012년 33.6%까지 줄어들었다. 또한 중국 경제 전체에서 서비스 부문이 차지하는 비중은 2002년 16.6%에서 2011년 52.8%까지 확대됐다. 서비스 부문의 확대는 중국 경제가 내수 시장 중심으로 전환되고 있는 확연한 증거이다. 또한 중국 정부 역시 내수 시장 육성에 확고한 의지를 갖고 있는 만큼 중국 경제의 구조 변화는 회피할 수 없는 변화임에 틀림없다.

이 같은 변화에도 불구하고 우리의 대(對)중국 수출 전략은 한 걸음 뒤쳐져 있다. 중국을 공장으로서 활용하는 메이드 인 차이나 전략이 여전히 우위를 점하고 있는 것이다. 실제로 한·중 간의 가공무역 비중은 2005년 53.0%에서 2012년에도 50.7%로 여전히 비슷한 수준을 유지하고 있다. 중국의 대세계 가공무역 비중이 큰 폭으로 감소하는 와중에도 우리나라의 경우 절반 이상이 가공무역 형태로 유지되고 있는 셈이다.



© 한국영화진흥위원회

◀ 중국 관객을 의식해 영화의 3분의 1가량을 중국 관련 장면으로 채운 '메이드 포 차이나' 영화인 트랜스포머4는 중국에서 3억 달러의 수입을 올리며 흥행 기록을 경신했다. '메이드 포 차이나' 전략은 우리에게도 시사하는 바가 크다.

올해 들어 대중국 수출은 부진한 모습을 보이고 있다. 1~7월 대중국 수출이 전년 대비 1.2% 줄어들며 소폭 감소했다. 월별로 보면 5~7월까지 3개월 연속 감소세가 이어지고 있다. 이러한 부진은 중국이 우리 수출의 약 25%를 차지하는 현실을 고려할 때 우리 수출 전체의 적신호이기도 하다. 대중국 수출이 부진한 원인은 보다 면밀하게 분석해 볼 필요가 있지만 중국 경제 구조 변화에 대응하지 못한 것이 한몫했다는 게 전문가들의 중론이다. 게다가 해외 기업의 중국 현지 투자와 중국 기업의 빠른 성장으로 석유화학, 기계, 디스플레이, 전자 등 주요 산업의 경쟁력과 자금률이 높아지고 있어 중화학 공업을 중심으로 원부자재를 공급하던 우리의 역할이 축소될 여지는 더욱 커지고 있다.

‘메이드 인 차이나’ 대신 ‘메이드 포 차이나’ 준비할 때

이와 같은 현실을 고려할 때 가장 중요한 과제는 '메이드 포 차이나' 전략을 어떻게 실행할 것인가이다. 그 첫걸음은 한·중 FTA에서 찾을 수 있다. 한·중 FTA가 양국 간 무역의 새로운 틀을 규정하기 때문이다.

한·중 FTA를 통한 양국 시장의 장벽 완화는 업계에 '메이드 포 차이나' 전략을 실행할 새로운 기회를 제공해줄 것이다. 특히 상대적으로 높은 관세를 유지하고 있는 중국 최종재의 관세 인하, 통관 절차 등의 비관세 장벽 완화, 서비스 시장 진출 여건 개선 등에 대한 우리 업계의 기대가 상당하다. 물론 한·중 FTA의 혜택은 저절로 얻어지는 것이 아니다. FTA가 어디까지나 조건의 변화인 만큼 중요한 것은 이를 활용하고자 하는 업계의 의지와 준비이다. 한·

중 정상 간 합의로 한·중 FTA의 연내 협상 타결 가능성이 무르익고 있는 만큼 이제 본격적으로 중국 내수 시장 진출 전략을 가다듬어야 할 때이다.

긍정적 신호도 곳곳에서 확인되고 있다. 위에서 살핀 것처럼 금년 1~7월 우리나라의 대중국 수출이 전년동기대비 1.2% 줄었지만 대중국 소비재 수출은 같은 기간 5.8% 늘어나며 증가세를 이어가고 있다. 물론 대중국 소비재 수출은 연간 80억 달러로 아직 규모는 작지만 식품, 화장품 등 중소기업 제품이 다수 포함되어 있는 만큼 우리 중소기업 육성을 위해서도 중국 시장 공략이 절실하다. 업계 입장에서 관세율이 높아 한·중 FTA로 큰 비용절감이 기대되는 만큼 메이드 포 차이나 전략을 마련해 중국 시장 공략을 본격화해야 할 것이다.

서비스 기업들도 발 빠르게 움직이고 있다. 최근 방영된 국내 드라마 여러 편에는 우리나라에서는 판매되지 않는 중국 제품이 간접광고 형식으로 포함되어 있고 드라마 말미의 제작지원 소개에 중국 기업이 직접 등장하기도 한다. 중국에 대한 콘텐츠 수출을 사전에 염두에 둔 것이라 할 수 있다.

중국 기업들도 중국으로의 역진출을 목적으로 한국의 브랜드와 기술력을 활용하고자 한국 투자를 진행 중이기도 하다. 모바일, 엔터테인먼트, 화장품, 패션, 건강식품 심지어 전복 양식업까지 모두 중국 시장을 염두에 둔 포석이다. 물론 한국에 투자하는 중국 기업들도 한·중 FTA를 눈여겨보고 있다. 13억 소비자를 고객으로 하는 중국 내수 시장 문턱을 낮출 절호의 찬스이기 때문이다.●

FTA 전략 사례 연구: CJ오쇼핑의 베트남 진출

한·아세안 FTA 서비스협정으로 베트남 진출... 국내 제조업 수출 플랫폼 역할 ‘톡톡’

FTA의 효과를 상품무역의 관세인하로 좁게 얘기하는 경우가 많다. 2~3년 전 한·EU FTA, 한·미 FTA가 발효된 직후 당장 원산지증명서를 받는 것조차 준비되어 있지 않다 보니, 이에 많은 역량을 집중했기 때문이다. 그러나 최근에는 단순히 상품무역뿐만 아니라 서비스·투자 부분까지도 전략적으로 접근해야 한다는 인식이 확산되고 있다. CJ오쇼핑의 베트남 진출은 서비스협정과 상품협정을 복합적으로 잘 활용한 사례로, 이번 호에 소개하고자 한다.



◀ 2011년 7월 1일 첫 방송을 탄 SCJ TV의 개국식 모습. CJ오쇼핑과 현지 SCTV가 50대 50 지분을 투자해 만든 합작법인인 SCJ TV는 현재 베트남 홈쇼핑 시장 점유율 70%를 차지하고 있다.

한국의 홈쇼핑은 세계 어디에 내놔도 경쟁력이 있다. 단순히 상품을 설명하는 데 그치는 것이 아니라 공중파의 예능 프로그램을 방불케 할 정도로 ‘쇼(show)’적인 요소를 발전시켜 왔다. 어느 채널을 돌리더라도 쇼호스트들의 화려한 입담과 몸재간에 눈을 떼기가 어려울 정도다. 드라마 한류, 버라이어티 한류 못지않은 ‘홈쇼핑 한류’가 대박을 친 곳이 베트남이다.

CJ오쇼핑의 베트남 현지법인인 SCJ TV는 현재 베트남 홈쇼핑 시장의 70%를 차지하며 압도적 1위를 고수하고 있다. 연매출 또한 매

년 2배가량 증가하고 있을 정도로 폭발적인 인기를 얻고 있다. 현재 베트남에는 CJ오쇼핑뿐만 아니라 경쟁사인 GS홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 롯데홈쇼핑도 진출해 한국계 업체들끼리 치열한 각축전을 벌이는 중이다.

한·ASEAN FTA로 방송서비스사업 진출 가능해져

한·ASEAN(아세안) FTA는 한국이 맺은 다른 FTA와 달리 ASEAN 회원국별로 상품·서비스·투자 협정의 발효 시기가 제각각이다. 이

는 ASEAN 내에서도 빈부격차가 심해 회원국별로 개방수준에 재량을 부여했기 때문이다. 개방 수준이 높지 않은 한·ASEAN FTA의 한계로 인해 한국은 현재 ASEAN 회원국 중 교역규모가 큰 인도네시아, 베트남과 개별 FTA 협상을 진행하고 있다.

베트남의 경우 한·ASEAN FTA 상품협정은 2007년 6월, 서비스협정은 2009년 5월, 투자협정은 2009년 9월 발효됐다. 서비스협정 발효로 베트남 사업자와의 합작지분투자(최대 50%)를 통해 방송서비스사업 진출이

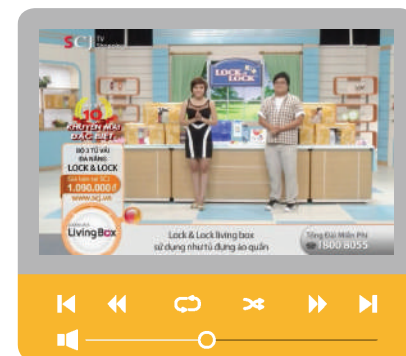
가능해지자 CJ오쇼핑은 현지 1위 케이블방송 사업자인 SCTV에 합작을 타진해 2010년 3월 공동투자 계약을 체결했다. 2011년 2월 베트남 정부로부터 24시간 전용채널 허가를 획득한 합작법인 SCJ TV는 2011년 7월 1일 정식 개국하며 베트남 내 홈쇼핑 방송을 시작했다.

CJ오쇼핑은 2004년 중국 진출 이래 7개국(중국, 인도, 일본, 베트남, 태국, 터키, 필리핀)에 진출해 있다. CJ오쇼핑은 “글로벌 경기가 좋지 않음에도 베트남은 중국 다음으로 높은 성장률을 기록하던 매력적인 시장이었다. 이런 성장세를 따져 진출 국가로 베트남을 정한 것”이라고 설명했다.

개국 첫 해(2011년) 매출은 약 70억 원이었으나, 다음해인 2012년 매출은 150억여 원, 2013년은 300억 원으로 두 배씩 증가했다. 베트남 홈쇼핑 시장은 앞으로도 꾸준히 성장할 것으로 예상된다. CJ오쇼핑은 “개발국의 특징은 ‘나’보다는 ‘가족’을 위한 소비가 많다. 지금은 프라이팬, 청소도구, 수납용품, 주방가전 등의 판매가 많지만, 중국의 사례를 참고해 볼 때 소득이 높아질수록 화장품, 패션 등 ‘나’를 위한 소비가 늘어나게 된다”고 설명했다. 향후 더욱 시장이 커질 것임을 짐작할 수 있다.

직수출보다 홈쇼핑 이용하면 시간·비용 절약돼

이런 CJ오쇼핑의 진출은 국내 중소기업 제품의 수출 플랫폼 역할로 이어지고 있다. 현재



▶ 2009년 5월 한·ASEAN FTA 서비스협정 발효 이후 방송서비스사업이 개방되면서 국내 홈쇼핑업체들의 베트남 진출이 이어지고 있다. 사진은 CJ오쇼핑 합작법인인 SCJ TV에서 판매된 한국 제품들.

SCJ TV에서 판매되는 제품의 30%가량이 한국 제품이다. 그리고 그 중 약 70%가 중소기업 제품이다. CJ오쇼핑은 “대기업들은 이미 자체적으로 유통 채널을 갖추고 있기 때문에 홈쇼핑은 중소기업들에게 적합한 유통 채널이다. 중소기업은 제조업의 본질에 충실하고, 홈쇼핑이 마케팅 역할을 담당하는 것”이라고 설명했다.

홈쇼핑을 기반으로 제조업체의 수출이 이뤄질 경우 여러 가지 장점이 있다. 우선 국내에서 검증된 제품을 중심으로 상품을 구성해 실패 확률이 적다. 베트남에서 대박을 친 중소기업 제품으로는 ㈜부원생활가전의 ‘도깨비방망이’, ㈜해피콜의 프라이팬이 있다. 둘 다 국내에서 검증된 제품들이다. 해피콜의 변용규 이사는 “홈쇼핑에 소개되는 물건이라도 화려한 외양으로 한두 번 구매가 이뤄질 수는

있지만, 품질이 뒷받침되지 않으면 그 한두 번에 그치고 만다. 재구매가 활발히 이뤄지는 제품이어야 해외에서도 성공 확률이 높다”고 설명했다.

또한 제조업체 입장에서도 신규 시장을 개척하는 시간과 비용을 줄일 수 있다. 부원생활가전의 장원석 차장은 “현지 홈쇼핑보다 한국의 홈쇼핑이 더 경쟁력이 있다. 홈쇼핑의 전파력이 크다 보니 제품 홍보가 수월했다. 직수출과 비교하면 쉬운 편이었다”고 전했다. 변용규 해피콜 이사는 “전국에 방송되는 채널에서 1시간 이상 노출된다는 것은 대단한 파급력”이라고 공감을 표했다.

베트남에서 판매되는 제품은 한국 내 판매 제품보다 저사양인 경우가 대부분이다. 한국 소비자는 기능이 많이 들어간 고사양 제품을 원하지만, 베트남에선 단순하지만 가격이 싼 것을 선호하는 편이다. 따라서 이미 나온 금형을 사용해 제조할 수 있어 중소기업들이 제품 개발비용을 아낄 수 있다.

한편 현재 협상 중인 한·베트남 FTA가 체결되면 국내 업체들의 베트남 진출은 더욱 늘어날 것으로 보인다. CJ오쇼핑은 “한·베트남 FTA가 체결되면 제품 관세가 평균 10~15%p 더 내려갈 것으로 예상된다. 그 경우 한국 제품의 판매비중은 5~6%가량 더 늘어날 것으로 보인다”고 전망했다.☎

세계 5위 담배 회사의 시동을 걸다

아리랑



최초의 담배 수출은 1959년 국산 앞담배 40만 킬로그램이 서독의 쿠룸상사에 20만 달러에 팔린 것이다. 그러나 최초로 수출된 국산 결련은 1964년 5만 갑의 아리랑이 일본으로 수출된 것이다.

담배가 한반도에 상륙한 것은 약 400년 전, 광해군 때로 전해진다. 그 후 담배는 한반도 전역에 무서운 속도로 전파됐는데, 인조 때 우의정을 지낸 장유가 남긴 '계곡만필'에 따르면 불과 20년 만에 “위로 높은 벼슬아치와 아래로 심부름꾼까지 피우지 않는 이가 없다”고 할 정도였다. 빠른 전파의 이유는 당시 담배를 약용으로 여겼기 때문인데 담배는 기생충으로 인한 복통이나 치통에 효과가 있으며, 담배를 피운 후의 침은 지혈이나 화농방지제로 이용됐다. 나라가 흡연을 장려하기도 했는데, 정조는 신하들에게 흡연 장려 정책안 제출을 지시하는 책문을 내

리기도 했다. 당시 청국으로 보내진 조선의 사신들은 여정 도중에 필요한 노잣돈을 마련하거나 경제적 이익을 위해 담배를 팔았는데, 이것이 한반도 최초의 담배 수출이라면 그렇다고 할 수 있을 것이다.

19세기 후반이 되자 담뱃대 규제가 시작되고 결련이 신문명의 상징으로 각광을 받기 시작했다. 이에 따라 수입산 결련이 속속 흡연가들의 기호를 접수하기 시작했는데, 1897년에는 9만 달러에 이르는 담배가 수입됐다. 독립신문의 창간호(1896년 4월 7일)에는 서양 술과 담배를 판매하는 회사의 광고가 실리기도 했다. 1905년에는 국내 최초의

결련담배인 '이글'이 생산됐으며, 1921년에는 일제가 조선연초전매국을 만들어 총독부 주도하에 담배장사를 시작했다.

최초의 담배 수출은

1959년 독일로 간 앞담배

해방 이후, 전매청이 설치됐다. 담배를 국가 독점 사업으로 운영하던 정부 기관이다. 전매청은 1945년 9월, '승리(勝利)'라는 국내 기술진이 만든 최초의 담배를 선보였다. 길이는 6cm, 가격은 3원이었다. 당시 쌀 한 가마니가 45원이었으니 대단히 고가였던 셈이다. 하지만 비싼 값을 하는 담배였다. 당시

담배는 누런 종이에 말아 피우는 경우가 대부분이었으나, 승리는 하얀 종이에 깨끗하게 말려 있었다. 한 개비를 꺼내 물면 멋쟁이로 통할 수 있었기 때문에 상류층의 상징으로 여겨졌다.

당시 출시됐던 담배 이름들은 시대 상황과 무관하지 않았다. '승리'라는 이름도 해방을 기념하기 위한 것이었다. 1946년 출시된 '백두산' '공작' '무궁화'는 독립을 기념하기 위한 이름들이었고, 1948년에 출시된 '계명'은 정부 수립을 기념하기 위한 것이었다. 사회 변화가 상대적으로 적었던 1957년에는 '진달래' '사슴' 등 조용하고 차분한 느낌의 이름을 가진 담배들이 나왔다.

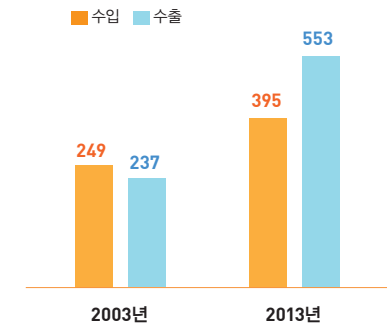
담배가 고급화되기 시작한 것은 1958년 11월 국내 최초의 필터 담배인 '아리랑'이 나오면서부터다. 그러나 대부분의 재료가 외국산이라 완벽한 국산이라고 하기는 조금 힘들다. 1959년 동아일보는 이를 이렇게 꼬집는다. “아리랑 담배는 원초(原草)도 미국산이요, 섞는 향료도 미제요, 마는 종이도 미제요, 필터도 미제요, 쓰는 기계도 미제에 국산이라고는 일하는 손 밖에 없는데 미제에 속합니까? 국산에 속합니까?”

아리랑은 당시 국산연초창려운동에 힘입어 젊은 층을 중심으로 수요가 많았다. 하루에 15만 갑을 생산했지만 서울 지역의 수요도 감당하지 못해 대구, 부산 등 지방 대도시에는 보내지 못할 정도였다. 아리랑은 출시 후 18년 간 최고급 담배로 사랑 받아왔으며, 7번이나 포장디자인을 바꾸면서 생산됐을 뿐 아니라, 유일하게 지난 1984년 리바이벌된 담배 이름이기도 하다.

최초의 담배 수출은 1959년이었다. 결련이 아닌 앞담배(엽연초)였다. 그해 12월, 국산 앞담배 40만kg이 부산항을 통해 서독의 쿠룸상사로 20만 달러에 팔렸다. 쿠룸상사는 현품 검수를 실시하는 등 꼼꼼하게 검

담배 수출입 현황

자료: 관세청(단위: 백만달러)



사를 했고, 전매청은 품질에 신중을 기했다. 이듬해인 1960년에는 전년도 수출보다 늘어난 64만kg의 앞담배가 또 다시 서독으로 수출됐다. 연초 판매를 통해 얻은 외화는 담배 기본제조기계를 구입하는데 사용돼 국산 담배의 질과 제조 능률 향상에 도움이 됐다.

앞담배 수출에 성공하자 정부는 제조연초의 수출도 꾀하게 됐다. 담배 생산 기술도 어느 정도 갖춰졌다. 필터의 경우, 이전까지는 미국의 이스트만 코닥의 필터를 수입해 사용했지만, 1960년 9월부터 공화공업·대한·희다 3개 회사가 국산 담배 필터를 생산하기 시작했다. 이에 따라 국내 소비량 70만 상자를 충족하고 남은 생산분을 해외에 수출까지 하게 됐다. 또한 전매청은 중앙전매기술연구소를 설립해 과학적 방법을 통한 품질 개선을 위해 노력했다. 이 때 생산된 제품이 '파고다'다. 이 담배의 이름은 박정희 대통령이 지었다고 전해진다.

'아리랑', 수출하자마자 현지에서 인기

최초로 수출된 국산 결련은 '아리랑'이었다. 1964년 2월 15일, 부산항에서 5만 갑의 아리랑이 일본으로 수출됐다. 수입한 회사는

미츠이상사였다. 수량이 다소 작은 이유는 시험수출이었기 때문이다. 수출 가격은 갑당 10전으로 저렴한 편이었다. 품질이 담보되지 않는 상황에서 염가 전략을 사용할 수밖에 없었기 때문이다.

국산 담배의 수출은 이어졌다. 같은 해 6월 미국령 사모아에 '파고다' '상록수' '아리랑' 3종류의 담배 1만5000갑을 시험 수출했다. 시험 수출한 담배들이 인기가 있었는지, 이듬해 9월에도 사모아에 '파고다' 1만 갑, '아리랑' 2만 갑 등 총 2800달러치의 담배를 수출했다. 1965년에는 서아프리카에도 담배를 수출했다. '파고다' 9360갑, '아리랑' 1만4040갑, 총 2만 3400갑의 국산 담배를 실은 배가 라이베리아 몬로비아항으로 향했다.

1965년은 신탄진연초제조공장이 준공된 해이기도 하다. 당시 동양최대규모의 담배제조 공장이다. 신탄진공장에 대한 관심이 얼마나 지대했는지 준공식에 박정희 대통령, 이효상 국회의장 등이 참석했으며 미국·영국·프랑스·필리핀 대사까지 초청될 정도였다. 2년 5개월 만에 완공된 신탄진 공장의 건설을 통해 국내 담배 수요를 전량 충족하는 수준까지 생산량을 끌어올릴 수 있었으며, 해외 수출 물량 확보 및 품질 향상에도 큰 발전을 이끌었다.

이후 국산 담배는 수출길을 넓혔다. 1987년에는 '솔'과 '아리랑' 51만 갑을 미국에 수출했으며, 이듬해인 1988년에는 공산권 국가로는 처음으로 중국에 '88라이트' 10만 갑을 팔았다. 국가기관이었던 전매청은 1987년 공기업 한국전매공사로 바뀌고, 이후 한국담배인삼공사로 이름을 바꿔었다. 그리고 2002년 민간기업 KT&G가 됐다. 현재 KT&G의 지난해 담배 생산량은 900억 개비. 이 중 343억 개비는 전 세계 50개국에 팔리고 있다. KT&G는 현재 글로벌 5위의 담배 제조 회사로 성장해 있다.☎

송편

: 옥젓가락으로 집어 올리니 반달이 떠오르네

“푼주의 송편이 주발 뚜껑 송편 맛보다 못하다”라는 속담이 있다. 푼주처럼 좋은 그릇에 담긴 송편이라도 정성과 사랑으로 빚지 않으면, 볼품없는 주발 뚜껑에 담긴 것보다 맛이 좋을 리 없다는 뜻이다. 뜨거운 시루 속에서 맛 좋게 익어가는 송편 속에는 가족에 대한 사랑과 정성이 듬뿍 들어있다. 그리고 우리네 조상의 지혜도 함께 담겨 있다.

‘시식(時食)’이라는 말이 있다. 각 계절에 맞춰, 맛도 좋고 몸에도 좋은 음식을 일컫는 말이다. 조선 순조 때의 문신인 홍석모(洪錫謨, 1781~1857)가 조선 세시풍속의 유래와 내용을 기록한 ‘동국세시기’에 시식에 대한 내용이 나온다. 여기서 홍석모는 가을의 시식으로 햅쌀로 빚은 ‘송편’을 첫손에 꼽았다. 햅쌀로 빚은 송편은 수확철 가을의 느낌을 그대로 간직하고 있으며, 또한 한반도 농경 사회의 미풍을 그대로 보여준다.

반달 모양을 닮게 만든 조상의 속뜻은?

수확에 대한 감사의 마음을 담아 떡을 빚는 것은 우리만의 풍습은 아니다. 중국과 일본에서도 음력 8월 15일에 중추절(仲秋節)과 십오야(十五夜)라는 명절이 있다. 이 때 중국인과 일본인들은 달 모양을 닮은 떡을 만든다. 중국의 웨빙(月餅), 일본의 쓰키미당고(月見團子)가 그것이다. 웨빙과 쓰키미당고는 보름달 모양을 하고 있다. 반면, 한국의 송편은 반달을 닮았다. 이 점이 송편의 특색이라고 할 수 있을 것이다. 송편이 반달을 닮은 것은, 우리가 오래전부터 만월보다는 반달을 기렸기 때문이라고 한다. 보름달은 앞으로 기울 일만 남은 반면, 반달은 더욱 성숙하고 풍성해질 여지가 있다는 뜻이 있기 때문이다.



김부식의 ‘삼국사기’에는 이에 대한 자세한 이야기가 적혀 있다. 백제 의자왕 때 궁궐 땅 속에서 “백제는 만월이요, 신라는 반달이라”고 쓰인 거북등이 발견됐다고 한다. 이를 수상히 여긴 의자왕이 점술사를 불러 묻자, 그 점술사는 “백제는 만월이라 이제부터 국운이 기울 것이고, 신라는 반달이기 때문에 차차 차올라 만월이 될 것”이라고 해석했다. 이 예언대로 백제는 쇠졌고 신라는 삼국통일을 이뤘다. 이때부터 신라 사람들은 반달의 송편이 더 나은 미래를 가져다줄 것으로 믿었다고 한다.

한반도에서 송편을 정확히 언제부터 만들어 먹었는지는 밝혀지지 않았다. 하지만 ‘삼국사기’에는 7월 보름부터 8월 보름까지 한 달간 ‘가배(嘉俳)’라는 이름 아래 왕녀들이 베짜기 경기를 해 이긴 쪽이 진 쪽에 술과 떡 등 음식을 내어 함께 즐겼다는 내용이 있는 것을 보면 삼국시대부터 시작된 것으로 여겨진다.

송편이 일반화된 것은 고려시대 때로 추정된다. 이색(李穡)이 지은 ‘목은집’에 송편의 일종인 팔소를 넣은 찰기장떡이 등장하는 것으로 이를 짐작할 수 있다. 고려 때까지는 기장(벼과의 한해살이풀)으로 송편을 빚다가 조선 시대에 접어들면서 비로소 햅쌀로 송편을 빚는 풍속이 생겼다고 한다.

오랜 시간동안 함께 해 온 음식인만큼 송편에 대한 속설도 많다. 대표적인 것이, 처녀가 송편을 예쁘게 빚으면 좋은 신랑을 만난다는 것. 송편을 빚기 위해 둘러앉으면 누군가 꼭 꺼내는 이야기다. 비슷한 속설로는 임신부가 송편을 예쁘게 빚으면 딸을 낳는다는 것도 있다. 또한, 송편 속에 솔잎을 가로로 넣고 찢다 음 한쪽을 깨물어서 솔잎의 뾰족한 끝 쪽이면 아들을 낳고, 귀쪽(솔잎의 붙은 쪽)이면 딸이라는 것도 있다.

솔잎의 피톤치드가 스며든 건강식

송편은 조상들의 지혜가 그대로 담긴 한국의 맛이라고 할 수 있다. 바로 떡을 찢 때 넣는 솔



▲ 송편이 반달 모양인 것은 현재의 만족보다 앞으로의 희망을 기원하는 조상의 지혜가 담겨 있다.

잎 때문이다. 송편의 본래 이름은 송병(松餅)이다. 솔잎을 먼저 시루에 깔고, 시루 구멍을 덮은 뒤 그 위에 송편을 한 줄씩 놓고 찌내는 방식 때문이다. 이 방식의 장점은 송편끼리 달라붙는 것을 방지할 수 있다는 것이다. 이를 통해 곱게 빚은 떡을 본래의 모양대로 유지할 수 있다. 떡이 서로 붙어버리면 떼는 과정에서 모양이 상할 뿐만 아니라 터질 가능성도 있다. 또한 솔잎이 가진 향이 송편에 스며들면, 송편의 맛이 더욱 좋아지기도 한다.

이보다 더 중요한 것은 솔잎이 가진 성분이다. 바로 ‘피톤치드(Fitonsid)’다. 소나무는 보통 나무보다 피톤치드를 열 배 정도 강하게 발산한다고 알려져 있다. 피톤치드는 공기 중의 세균이나 곰팡이를 죽이고 해로운 병원균을 없애는 효능이 있다. ‘소나무 근처에서는 퇴비를 만들지 않는다’고 했던 옛말은 솔잎의 살균작용을 일컫는 것이다. 송편은 솔잎의 기운으로 몸을 맑게 정화해 추운 겨울을 건강히 날 수 있도록 돕는 건강식인 것이다.

솔잎의 효능은 조상들도 알고 있었던 것 같다. 송편이 아니더라도 솔잎을 이용한 풍습은 여러 군데에서 발견된다. 솔가지를 금줄이나

장독에 달아 잡귀를 쫓고 정화했던 것도 소나무의 살균작용을 감안한 것이다. 술을 빚을 때 솔잎을 술독에 넣는다가나 토방에 생솔잎을 쌓고 찜질을 한 것도 마찬가지다. 조선 중종 때 실학자인 홍만선은 ‘산림경제(山林經濟)’에서 “소나무와 대나무를 집 주위에 심으면 생기가 돌고 속기를 물리칠 수 있다”고 소개하기도 했다.

방랑시인 김삿갓은 송편을 두고 이런 시를 읊었다.

손에 넣어 굴리고 굴려 새알을 빻더니
손가락 끝으로 낱알이 조개 입을 맞추네.
금쟁반 위에 봉우리를 첩첩이 쌓아올리고,
옥젓가락으로 집어 올리니 반달이 떠오르네.
(手裡廻廻成鳥卵 指頭個個合蚌脣
金盤削立峰千疊 玉箸懸燈月半輪)

한 음절 한 음절 읽다보면 이만큼 송편을 잘 표현한 시도 없는 듯싶다. 우리네의 멋과 맛과 향과 풍미를 그대로 담은 송편은 그 어느 음식보다도 가을철 한국의 맛을 오롯이 품고 있다.☺

자유무역의 역사-⑧동남아시아국가연합(ASEAN)의 역사

흘어지면 약소국, 뭉치면 강대국과 어깨 나란히

동남아시아에 속한 개별 국가들의 경제규모는 그리 크지 않지만, 이들 국가들의 협력기구인 동남아시아국가연합(ASEAN)은 제법 큰 시장 규모를 자랑한다. 동남아시아 10개 국으로 구성된 ASEAN은 총인구 6억 명, 총GDP 2조 달러 이상의 시장규모와 석유, 천연가스 등 주요 자원을 보유하고 있다는 점에서 잠재력이 큰 시장이다.



제2차 세계대전 이후 국제적으로 냉전체제가 형성되면서 인도차이나 반도에는 공산화와 안보 위협이 증대됐다. 또한 동남아시아 역내 국가들 간에도 영토와 민족 문제를 둘러싼 소모적 분쟁과 마찰이 끊이지 않았다. 이에 따라 안보적 위협에 공동으로 대응하고 지역의 새로운 변화를 모색하기 위한 지역협력체의 필요성이 부각됐다. 마침내 1967년 8월 8일 태국, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르 5개국은 '방콕선언(Bangkok Declaration)'을 통해 동남아시아국가연합(ASEAN: Association of Southeast

Asian Nations)을 출범시켰다. 당시 출범 목표는 안보 위협에 공동으로 대처하고, 강대국들의 주도권 쟁탈전에 대해 중립을 유지하며, 역내 국가들의 평화와 경제적 번영을 모색한다는 것이었다. 대외적으로는 이처럼 정치적 중립과 경제협력을 표방했지만, 실질적으로는 안보협력체의 성격이 매우 강했다.

1975년 마침내 베트남이 공산화되자, 1976년 2월 ASEAN은 인도네시아 발리에서 정상회담을 갖고 '아세안 화합선언(발리선언)'과 '동남아우호협력조약'을 채택했다.

▲ ASEAN은 1997년 아시아 외환위기를 경험하면서 동아시아 국가들과 협력의 범위를 확대해 나가고 있다. 사진은 올해 5월 3일 카자흐스탄에서 열린 ASEAN+3 재무장관·중앙은행총재회의 참석자들이 기념촬영을 하는 모습.

또한 이듬해인 1977년 말레이시아의 쿠알라룸푸르에서 개최된 정상회담에서 ASEAN 협력의 장애요인을 극복하고 ASEAN의 단결과 협력을 강화해 나갈 것을 다짐했다.

1967년 '방콕선언' 통해 5개 회원국 출범

1980년대 중반부터 국제 정세에 변화의 바람이 불기 시작했다. 1985년 소련이 개혁과 개방 정책을 추진하기 시작하면서 동남아 지역에서도 점진적으로 안보 위협이 약화되고 상대적으로 경제협력의 필요성이 강조됐다. 1985년 베트남은 도이모이(Doi Moi: 쇄신) 정책을 추진하면서 점진적으로 시장경제체제로 전환을 모색하게 됐고, 1988년 태국은 '전장에서 시장으로(From Battlefield to Market)'를 내걸고 인도차이나 공산권 국가와의 관계 개선과 경제협력을 추진하기 시작했다. 결국 동남아 지역에서 안보적 위협요인의 감소는 경제통합체 창설을 촉발하는 계기가 됐다.

1992년 1월 싱가포르에서 개최된 ASEAN 정상회담에서, ASEAN 정상들은 경제협력을 실질적으로 확대할 수 있는 제도적 장치로서 아세안자유무역지대(AFTA: ASEAN Free Trade Area)를 창설한다는 내용의 '싱가포르 선언'을 채택했다. 이 선언의 핵심 내용은 2008년까지 역내 관세를 점진적으로 인하하고 회원국 간 비관세 장벽을 단계적으로 제거하여 완전한 자유무역지대를 건설한다는 것이었다. 한편, 이와 같은 경제협력 강화 움직임은 역으로 안보협력을 위한 새로운 논의를 활성화시키는 계기가 됐는데, 이 정상회담에서 역내 정치안보 문제를 논의하기 위한 지역 안보포럼(ARF: ASEAN Regional Forum)을 창설기로 합의했다. 또한 1995년 12월 방콕 정상회담에서는 WTO 협정에 맞춰 역내 서비스 산업을 개방하고 지적재산권을 보호하기 위한 협정에 합의했다. 아울러 역내 국가 간의 통관절차 간소화, 비관세 장벽 제거 등을 위해 더욱 박차를 가하기로 함으로써 '아세안



자유무역지대 플러스(AFTA+)의 추진에 합의했다.

ASEAN의 미래비전은 2003년 '발리정상회담'과 2007년 '세부정상회담'을 통해 엿볼 수 있다. 이들 정상회의에서 ASEAN은 개방적 지역주의(Open Regionalism)를 표방하며 향후 EU와 같은 공동체를 조성한다는 목표를 가지고 정치·경제·사회·문화 등 다양한 분야에서 보다 강력한 유대관계를 형성해 나가기로 했다. 2007년 '세부 정상회의'에서는 2015년까지 EU와 같은 ASEAN 공동체를 조성한다는 목표를 가지고, 2단계에 걸쳐 AFTA를 설립하기로 했다. 즉, 싱가포르, 브루나이 등 경제수준이 상대적으로 높은 6개국은 2010년까지 먼저 경제통합을 달성하고, 나머지 국가들은 이후 경제통합에 참여하기로 했다.

ASEAN은 이처럼 내부적 결속을 다져 나감과 동시에 외연적 확장도 추구해 오고 있다. 1984년 브루나이가 영국으로부터 독립하면서 6번째 회원국으로 가입한 후, 1995년 베트남, 1997년 라오스와 미얀마, 그리고 1999년 캄보디아가 합류함으로써 현재와 같은 'ASEAN 10'을 구축하게 됐다. 특히 1997년 아시아 외환위기를 경험하면서 동남아뿐만 아니라 한·중·일 3국을 포함한 동아시아 국가들과의 협력의 중요성을 깨닫고 협력의 범위

를 확대해 나가고 있다. 지난 2011년 8월과 11월에 열린 ASEAN 정상회의에서 ASEAN 정상들은 ASEAN 10개국과 한국, 중국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 인도를 포함하는 역내포괄적 동반자협정(RCEP)을 추진기로 합의하고, 이를 관련국들에 제안했다. 마침내 2012년 11월 개최된 ASEAN+3 통상장관회의에서 RCEP 협상 개시가 선언됐고, 오는 2015년 말 협상 타결을 목표로 협상이 진행되고 있다.

'경제통합은 곧 정치·외교적 협력' 입증

ASEAN의 경제통합 배경과 진전 과정을 살펴보면, 경제통합체가 반드시 경제적 발전만을 목표로 하지 않는다는 점을 여실히 보여준다. 경제통합은 경제적인 목적 외에도 대외 안보 위협으로부터의 공동 대응, 역내 국가 간 갈등과 마찰의 해소 등 여러 목적으로도 활용될 수 있다. 또한 ASEAN의 통합과정은 안보적 목적을 위한 역내국가간 협력이 자연스럽게 경제적 통합 과정을 촉진하고, 거꾸로 경제적 협력 강화는 다시 정치·외교적 협력 수준을 끌어올린다는 점을 보여준다. 과거 식민 역사의 잔재와 갈등이 완전히 해소되지 못하고 항상 불안요소를 안고 있는 동아시아 지역에서는 FTA 정책에 있어서 특히 이 점을 잊지 말아야 할 것이다.㉠

세계의 FTA-⑧페루의 FTA 추진동향

FTA 경제영토 78.7%, FTA 교역비중 90.7% 남미동맹, 태평양동맹 구심점 역할 기대

지난 8월 한·페루 FTA 발효 3주년을 맞았다. 잘 알려져 있지는 않지만 페루는 최근 어느 나라보다도 더욱 적극적으로 FTA를 추진하고 있어 칠레와 함께 중남미를 대표하는 FTA의 선두주자로 꼽힌다. 특히 여러 중남미 국가 중에서도 높은 경제성장률과 안정적인 성장을 보이고 있으며, 다양한 경제권과의 양자 FTA 뿐 아니라 TPP, 태평양동맹 등 다자간 경제통합에도 적극적으로 참여하고 있다.



▲ TPP 참여, 태평양동맹 창설을 통해 페루의 경제영토는 더욱 확대될 전망이다. 사진은 올해 6월 20일 멕시코에서 열린 제9차 태평양동맹 서밋에 참여한 페루, 칠레, 콜롬비아, 멕시코 정상들.

2000년 이후 동시다발적 FTA 추진

페루는 일찍이 수입대체산업화 정책을 통해 경제를 성장시키고자 했으나 실패했다. 이후 1990년대 들어 관세 인하 등을 통해 적극적인 개방정책을 펼쳐 나가기 시작했고, 2000년대 초반부터는 세계 여러 나라들과 동시다발적 FTA 정책을 추진하기 시작했다. 그 결과, 페루는 현재 15건, 국가 수 기준으로 50개의 FTA를 맺고 있다. 이 같은 결과로 페루는

칠레, 멕시코와 함께 중남미의 FTA 선진국으로 어깨를 나란히 하게 됐다.

페루의 FTA 추진전략을 살펴보면 세계시장을 경제적 위상과 접근법에 따라 4가지로 분류(①선진국 전략시장 ②고성장 개발도상국 ③광역시장 ④기자재 공급 광역시장)하고 있다. 이 가운데 페루가 우선순위로 선택한 것은 선진국 전략시장이다. 경제규모 및 교역규모가 큰 나라들을 선정해 이들과의 교역부터 늘려

나가려는 의도로 파악된다. 페루는 이러한 전략에 기반해 이스라엘, 캐나다, 미국, EU, 한국, 대만, 싱가포르, 홍콩, 일본, EFTA 등과 FTA를 맺고자 했고 경제체제에 특수성이 있어 개별 FTA 체결이 어려운 대만, 홍콩을 제외한 대부분의 선진국과 FTA 체결하는 데 성공했다.

대부분의 선진국과 FTA 맺어

페루는 먼저 이웃 국가들과의 경제통합에 나

서기 시작했다. 1969년 볼리비아, 콜롬비아, 에콰도르와 함께 회원국간 관세동맹을 목표로 하는 안데스공동체(CAN: Comunidad Andina de Naciones)를 창설한 것이다. 비록 회원국들의 낮은 관심 때문에 완전한 관세동맹을 이루지 못하고 회원국들의 탈퇴와 복귀가 반복됐으나 점차 원유·연료, 농산물 등을 개방해 나갔고, 페루는 CAN 회원국들과 포괄적 형태의 FTA를 체결하는 성과를 거두었다. 1990년대 중반부터는 중남미의 대표적 경제통합체인 남미공동시장(MERCOSUR: Mercado Comun del Sur) 가입 협상을 시작해 현재 칠레 및 CAN 국가들과 함께 준회원으로 역할을 하고 있다. 이어서 1998년 칠레와의 경제보완협정(ECA: Economic Completion Agreement)도 체결했다(이후 2006년 8월 포괄적 FTA 체결). 페루는 이렇듯 FTA 체결 초기에 주변국가와의 경제통합에 힘을 쏟으며 중남미 지역의 경제통합 기반을 다졌다.

이후 페루가 주목한 국가는 미국이다. 미국과 페루는 FTA 체결 이전에도 각종 특혜 무역협정을 맺었을 만큼 밀접한 관계에 있었다. 페루는 미국이 1990년대부터 계획한 미주자유무역지대(FTAA: Free Trade Area Agreement) 협상에도 CAN 국가와 함께 참여하며 협력을 계속해 나갔다. 그 결과 미국의 FTAA 구상이 협상국들 사이의 의견충돌로 인해 좌절됐음에도 양국은 개별 FTA 협상을 통해 2007년 FTA 타결이라는 결실을 맺을 수 있었다. 특히 미국과의 FTA는 페루 입장에서 굉장히 큰 수확이라고 볼 수 있다. 미국은 페루의 제 1위 수출대상국으로 전체 페루 수출의 18%(수입 20%)를 차지하기 때문에 관세철폐 및 인하 영향이 상당히 때문이다.

중남미, 북미와의 FTA 확대 이후 페루는 아시아·태평양 지역으로 눈을 돌렸다. 아시아 지역에서는 태국과 최초로 FTA를 체결한 이후 이어서 싱가포르, 중국과의 FTA 체결에 연



달려(세계은행), 인구 3,014만 명(CIA) 정도로 작은 편이다. 전 세계 GDP에서 차지하는 비중 역시 0.4% 정도에 불과해 경제적 취약성을 극복하기 위한 방안으로 FTA를 꾸준히 확대해 나갔다. 이를 통해 페루는 점차 넓은 시장을 확보하는 데 성공해 페루가 FTA를 통해 확보한 시장의 크기를 일컫는 경제영토는 2011년 전 세계 총 GDP의 절반 수준(45.6%)에서 2013년에는 78.7%로 대폭 증가했다. 이와 더불어 페루 교역 전체에서 FTA 체결국가와의 교역비중은 90.7%에까지 이르게 됐다.

페루의 경제영토는 이에 그치지 않고 더욱 더 확대될 전망이다. TPP 참여는 물론 태평양동맹을 창설을 통해 계속해서 다른 국가들과의 접점을 늘려나가고 있기 때문이다. 2012년 6월 출범한 태평양동맹(Pacific Alliance)은 페루, 칠레, 콜롬비아, 멕시코의 4개국이 창설멤버로 참여해 적극적인 대내통합을 목표로 하고 있다. 중남미지역의 전통적 경제통합체인 MERCOSUR에 비해 대외개방정책에 적극적이며 회원국 간 상품, 서비스, 투자, 인력 등의 분야에서 포괄적 FTA를 논의하고 있다.

이러한 경제통합을 위해 4개국은 이미 통합주식시장(MILA)을 시범적으로 운영하고 있을 뿐 아니라, 2014년 2월 대부분의 상품개방에 합의하는 내용의 기본협정에 서명했다. 이로써 태평양동맹은 역내 통합에 한발 더 다가섰으며 남미지역 경제통합의 구심점으로 작용할 것으로 예상된다. 나아가 현재 논의 중인 TPP 타결 시 페루의 FTA를 베트남, 말레이시아 등 아시아 지역과 호주, 뉴질랜드의大洋주 지역으로까지 경제영토가 확장된다는 점에서 앞으로 페루의 귀추가 주목된다.㉠

발효(15건 50개국)

- CAN CU(CU는 관세동맹(Customs Union), 1988년 5월 발효)
- MERCOSUR(2005년 12월 발효)
- 미국 TPA(2009년 2월 발효)
- 칠레 FTA(2009년 3월 발효)
- 싱가포르 FTA(2009년 8월 발효)
- 캐나다 FTA(2009년 8월 발효)
- 중국 FTA(2010년 3월 발효)
- EFTA FTA(2011년 7월 발효)
- 한국 FTA(2011년 8월 발효)
- 태국 FTA(2011년 12월 발효)
- 멕시코 FTA(2012년 2월 발효)
- 일본 EPA(2012년 3월 발효)
- 파나마 FTA(2012년 5월 발효)
- EU AA(AA는 연합협정(Association Agreement), 2013년 3월 잠정발효)
- 코스타리카 FTA(2013년 6월 발효)

서명 및 타결(2건)

- 과테말라 FTA(2011년 12월 서명)
- 태평양동맹(Pacific Alliance, 2014년 2월 기본협정 서명)

달아 성공했다. 특히 페루는 2011년 8월 한국과의 FTA 발효, 2012년 3월 일본과의 FTA를 발효해 한·중·일 3개국 모두 FTA를 맺으며 페루 시장 내 3개국 간 격돌을 발생시키기도 했다. 최근에는 EU와의 FTA 발효에 성공했는데, 이렇게 미국, EU, 한·중·일과 모두 FTA를 발효한 것은 칠레와 페루가 유일하다는 점에서 FTA 선진국의 면모를 보여준다.

태평양동맹, TPP 등 지역통합에 적극적
페루의 경제규모는 2013년 기준 GDP 2,022억

1) FTAA(미주자유무역지대, Free Trade Area Agreement): 쿠바를 제외한 미주 34개국이 단일경제공동체수립을 목적으로 94년 12월 협상을 개시했으나 2005년 이후 잠정중단 상태임

실전 품목분류 사례 분석-⑧벽지와 벽지페인트

한국선 저가 중국산이, 중국선 고급 한국산 사용 늘어

새로 살게 될 집 혹은 이사가 아니더라도 집안 분위기를 새롭게 바꾸고자 할 경우 항상 하는 고민이 있다. 도배를 할 것인가, 페인팅을 할 것인가. 벽지에 의한 도배의 역사는 긴 반면, 벽지페인트에 의한 도배는 비교적 최근에 개발된 것이다.



벽지는 크게 합지 벽지와 PVC 코팅 실크 벽지로 나눌 수 있다. 합지 벽지는 전문가가 아니더라도 시공하기 적당한 폭을 가진 친환경에 적합한 펄프 소재 벽지이다. 실크 벽지는 합지 벽지에서는 느낄 수 없었던 세밀한 질감, 사진처럼 선명한 컬러 재현력을 가진다. 벨벳 등 원단 소재가 접목된 특수 벽지도 있다. 벽지는 포인트 인테리어에도 활용도가 높다. 플

라워 패턴을 비롯해 자연스러운 화벽, 자연 소재, 회화 작품, 기하학적인 이미지 등 은은하면서도 임팩트 있는 패턴이 최근 인기를 얻고 있다. 반짝이가 디자인되어 부분적으로 화려한 효과를 주는 벽지도 유행이다. 실제 원단과 거의 흡사한 딥 엠보싱 벽지, 실제 물감의 질감이 느껴지는 벽지는 과감한 컬러와 독특한 패턴으로 인테리어 효과를 충분히 낼 수 있다.

페인트는 주성분인 수지나 착색제 등을 녹이는 매질이 물이라 사용 시 물로 희석해 사용하는 수성페인트와 매질이 벤젠, 톨루엔, 크실렌 등 유기용제로 사용 시 동일한 용제로 희석해 사용하는 유성페인트로 구분된다. 마치 그림에서 수채화와 유화로 구분하는 것과 마찬가지로, 유성페인트는 목재 가구, 창문, 철제 대문 등의 마감 도장용으로 많이 사용하는

데 요즘은 유해성 때문에 냄새가 독한 유성페인트에 비해 냄새가 거의 없는 수성페인트를 많이 사용하는 편이다. 수성 페인트는 벽지용 페인트로도 많이 쓰이는데, 집 내부에 쓰이는 만큼 인체 유해물질을 첨가하지 않는 소위 친환경 제품으로 보통 만들어지고 있다.

벽지는 종이/플라스틱, 페인트는 수성/유성 여부에 따라 세번 달라져

2000년대 초반 새집증후군에 대한 문제점이 두드러지면서 포름알데히드와 휘발성 유기화합물을 배출하지 않는 친환경 제품들의 수요가 많아지기 시작했다. 이러한 인테리어 전반에 걸친 친환경 열풍은 벽지와 페인트에서도 예외가 아니다.

벽지에서는 기존의 벽지와 다르게 건강에 중점을 둔 새로운 경향에 발맞춰 친환경을 중심으로 하는 새로운 제품들이 속속 등장했고 기존 벽지에 건강에 유익한 성분을 도입한 벽지도 선보였다. 천연 염색 벽지, 불에 타도 유해물질이 검출되지 않는 합지 벽지, 옥수수 전분이나 왕골 등 식물성 소재를 활용한 벽지, 한지 벽지, 황토 벽지 등이 출시됐다. 최근에는 일반 실크 벽지에 향균, 살균, 탈취 등의 기능을 첨부해 여러 가지 외부 오염으로 인한 질병, 아토피 등의 피부 질환이나 황사와 같은 유해 기

을 차단하는 친환경 제품도 선보이고 있다.

페인트에서도 마찬가지다. 칠하기 전보다 훨씬 더 쾌적한 실내 환경을 제공하기 위해 최대한 유해물질과 냄새를 절감시킨 친환경 페인트 제품이 등장했다. 포름알데히드와 휘발성 유기화합물 함량이 기준치 아래로 떨어져 중금속 등 유해 성분이 거의 없는 제품이 많이 출시되고 있다. 최근에는 천연 무기광물이나 천연 식물 추출액을 혼합해 만들거나 향균, 음이온·원적외선을 발생해 실내 공기정화, 곰팡이·세균 등 발생 억제, 탈취기능 등 나날이 업그레이드된 기능성 제품들이 인기를 얻고 있다.

일반적으로 폭 45cm 이상 160cm 이하이며 벽 또는 천장 장식용에 적합한 롤(roll)상의 벽지는 HS4814.20호(벽지 및 이와 유사한 벽 피복재)에 분류된다. 보통 벽지로 알려져 있으면서 그레인한 것, 압형한 것, 표면착색한 것, 디자인 인쇄한 것 또는 섬유플록 등으로 기타 표면장식을 한 것도 여기에 포함된다. 그러나 영화비닐수지(PVC) 등 플라스틱 시트로 만든 후 접착을 용이하게 하기 위해 단순히 보호용 종이 부착된 것으로 사용할 때 종이층이 제거되는 장식용 벽지는 플라스틱제의 벽 피복제로서 HS3918호에 분류된다. 또한, 방직용 섬유제의 벽지로서 표면은 방직용 섬유로 되어 있고 뒷면은 종이 등의 재료로 부착되어 있는 것은 방직용 섬유로 만든 벽 피복재가 분류되는 HS5905.00호에 분류된다.

HS4814.20호의 벽지는 한국이 체결한 대부분의 FTA 협정에서 HS 4단위 세번변경기준으로 정하고 있다. 미국, EU 등 선진국에서는 관세율이 0%이나 중국, 동남아 국가의 경우 FTA를 통한 특혜관세 적용이 가능할 것으로 보인다.

액체벽지라고도 하는 벽지용으로 사용되는 수성페인트는 HS3209호에 분류된다. 친환경 벽지페인트도 역시 페인트의 일종으로 화학원료로 만들어지므로 HS3209호에 분류



▲ 액체벽지라고도 하는 벽지용으로 사용되는 수성페인트는 HS3209호에 분류된다. 친환경 벽지페인트도 역시 페인트의 일종으로 화학원료로 만들어지므로 HS3209호에 분류된다. 참고로 유성페인트는 HS3208호에 분류된다.

된다. 참고로 유성페인트는 HS3208호에 분류된다.

HS3209호의 수성페인트는 HS 2단위 세번 변경기준을 채택하고 있는 한·미 FTA와 한·페루 FTA를 제외하고는 일반적으로 HS 4단위 세번변경기준을 기본으로 하고 있다.

중국 내 한국 벽지·페인트 인기몰이 중
급속하게 성장하는 중국에서 최근 건강과 윤택한 환경에 관심을 쏟고 있는 실내 인테리어에서 가장 중요한 위치를 담당하는 벽지 및 친환경 수성페인트에 대한 관심도가 높아지고 있다. 이에 따라 중국 수입 통계에서 벽지 소비량도 두드러지게 증가하고 있다. 실제로 중국산 벽지가 이미 한국 시장에 들어와 있는 현 상황에서 중국에 진출해 있는 여러 벽지 업체들 가운데 상위권을 차지하는 업체가 바로 한국 업체다. 우리나라는 벽지 사용률이 높은 국가 중 하나로 벽지 브랜드 가치가 높다. 한류 영향 또한 중국 내 한국 벽지에 관한 인지도를 더욱 향상시키고 있다. 유치원, 학교, 호텔, 병원 등을 중심으로 하는 중국의 인테리어용 친환경 수성페인트의 경우 아직 시장 규모는 다소 작은 편이지만 수요는 매년 꾸준히 늘어나고 있는 상황이다.

따라서 한·중 FTA를 앞두고 있는 시점에서 이 같은 중국 상황은 벽지 및 수성페인트를 수출하는 우리나라 기업에 큰 메리트로 작용할 것으로 판단된다. 중국뿐만 아니라 베트남 등 동남아국가로의 수출도 확대되고 있어 한국산 벽지 및 페인트의 수출 전망이 밝은 편이다.㉠



▲ 벽 또는 천장 장식용에 적합한 롤(roll)상의 벽지는 HS4814.20호(벽지 및 이와 유사한 벽 피복재)에 분류된다. 그러나 영화비닐수지(PVC) 등 플라스틱 시트로 만든 후 사용할 때 종이층이 제거되는 장식용 벽지는 플라스틱제의 벽 피복제로서 HS3918호에 분류된다.

원산지관리 실무-⑦원산지관리시스템

원산지 관리, 수작업으로 하시나요?

FTA 체결 확대로 수출기업 경쟁력 강화를 위한 원산지 판단·관리 업무의 중요성이 높아져 원산지 관리 시스템이 눈길을 끈다. FTA 협정세를 적용을 위한 원산지 결정기준은 FTA별로 상이하며, 내용 또한 복잡·다양하기 때문에 적절한 원산지증명서를 발급하기 위해서는 이를 전담해 관리하는 인력뿐 아니라 전용 시스템도 필요하다.



01

원산지관리시스템의 필요성

FTA를 활용해 특혜관세를 적용받는 것도 중요하지만, 전산시스템을 통해 정확한 원산지 관리를 함으로써 리스크를 줄이는 것도 중요하다. 우리나라가 체결한 FTA 협정들 상호 간에는 많은 차이점들이 있는데, 그 중에서도 원산지결정기준과 조정가치의 산출 기준은 각 FTA 협정마다 차이가 있다. 따라서 기업에서 원산지관리를 담당하는 실무자들은 동종동질의 물품이라 하더라도 FTA 협정별로 원산지결정기준을 구분하고, 서로 다른 원산지결정기준에 따라 원산지를 판정해야 하며, 또한 FTA 협정별로 판매가격과 재료비를 조정해야 하기 때문에 업무의 복잡성과 난이도가 몇 배로 높아졌다고 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고, 아직까지 많은 기업들이 엑셀 프로그램을 이용해 원산지 관리를 하고 있어 전문성과 복잡성이 수반되는 원산지 관리업무를 제대로 수행하지 못하고 있으며, 그 결과 사후검증 리스크가 점점 증가하고 있

다. 따라서 협정별·수출물품별로 상이한 원산지결정기준을 판단하고, 사후검증을 대비한 객관적이고 체계적인 자료 관리를 위해서는 FTA원산지관리시스템의 활용이 필수적이다.

원산지관리시스템을 활용하게 되면 DB(데이터베이스)화된 FTA 원산지규정과 경우에 따라서는 ERP와의 연계데이터를 통해 원산지

관리업무를 자동으로 처리하고 그 결과에 따라 원산지(포괄)확인서, 원산지증명서 등을 신속하게 자동발급하며 체계적으로 관리·보관할 수 있다. 따라서 사후검증 시 신속하고 정확한 대응을 가능하게 하므로 수출기업의 리스크를 줄일 수 있다. 또한, 원산지 인증수출자로 지정받기 위한 요건 중의 하나로 원산지

원산지관리시스템의 필요성

- 복잡한 원산지 판정·관리에 대한 전문 지식 제공**
 - FTA 협정별·품목별 원산지결정기준 상이
 - 원산지결정기준에 따른 충족요건 산출절차 복잡
 - FTA 협정별 원산지증명서 발급방식 및 제출절차 상이
- 사후검증 대비 관련 정보에 대한 관리체계 제공**
 - FTA 환경 하에서의 특혜관세 수혜물품에 대한 사후검증 요구에 대응
 - 최대 5년간 원산지증명을 위한 사후검증 자료 및 정보 보관
- FTA 환경 변화에 대한 지속적인 관리**
 - 신규 FTA 협정에 의해 계속적으로 추가되는 새로운 원산지규정들에 대한 적용이 용이
 - 정기적인 업데이트를 통해 원산지 판정기준에 대한 변경 관리

관리시스템의 구축여부가 포함돼 있으므로 원산지관리시스템을 활용하는 것은 인증수출자의 인증 획득 수단이 되기도 한다.

기업의 편리한 FTA 원산지관리를 위한 원산지관리시스템이 '과연 모든 수출입 기업에 필요한가'라는 의문이 생길 수 있다. 이에 대해, 반대로 원산지관리시스템 없이도 원산지 관리가 가능한지를 먼저 생각해보면, 국내에서만 생산되는 원재료를 가지고 국내에서 제조해 1개 국가에만 수출을 하는 경우라면 시스템 없이도 원산지 관리가 가능할 수도 있겠으나 그렇지 않은 경우에는 시스템을 통한 관리가 반드시 필요할 것이다.

02

원산지관리시스템의 종류

대기업이나 중견기업의 경우에는 회사 내에 자체적으로 전산시스템을 갖추는 것이 바람직하며, 상대적으로 자본 및 전문 인력이 부족한 중소기업은 전산시스템과 FTA컨설팅을 갖춘 업체, 관세법인 등을 통해 원산지 관리업무를 대행시키는 방법도 생각해 볼 수 있다.

그동안 기업의 원산지 관리에 대한 어려움을 해소하고자 국내에서 FTA 관련 시스템들이 하나둘 출시되어 왔다. 현재 다양한 업체에서 구축해 서비스 중인 FTA원산지판정시스템은 대략 10여개로 추산되고 있으며 기업의 규모와 전산환경, 업무관리 범위, 시스템 제공 업체의 재무안정성 등을 고려해 적절한 솔루션을 선택하면 된다.

단순히 원산지를 판정하기 위한 프로그램만 설치하는 것보다는 FTA컨설팅 내용을 반영한 시스템을 구축하는 것이 바람직한 원산지관리시스템 구축 모델이라 할 수 있다. 기업의 원산지관리 프로세스에 맞도록 어떠한 기능들을 중심으로 배치하고 추가해야 하는지, 기존 시스템과 어떻게 융합해야 하는지 등을 FTA 전문가 및 시스템 전문가의 협업을 통해 해당 기업에 특화된 시스템으로 발전시키고

원산지관리시스템의 기능

- FTA 원산지 판정을 지원해 주는 원산지결정기준 DB 제공
 - 원산지 판정을 위한 기초정보 관리
 - 수출물품의 BOM(원재료명세서) 정보
 - 원재료 및 수출물품의 재고 정보
 - 국내외 원재료의 거래 정보 및 원산지 관련 정보
- FTA 협정별·제품별 원산지 판정
- 원산지증명서(원산지확인서) 및 원산지소명서 출력
- 사후검증을 대비한 관련 문서 저장 관리
- 전자문서에 의한 협력업체와의 원산지증명 관련 문서 송수신

구축 후의 관리 방안까지 고려할 때 시스템을 통한 효과는 배가될 것이다.

사실 국내 수출기업들, 특히 많은 중소기업들은 인력과 비용이 소요되는 원산지관리시스템을 구축하기 어려운 실정이다. 이에 관세청(사업수행자: 국제원산지정보원)과 무역협회(사업수행자: KT-NET)는 원산지관리프로

그램인 FTA-PASS와 FTA-Korea라는 프로그램을 보급하고 있다. 이들 프로그램을 이용하면 원재료부터 중간재와 완제품까지 원산지 관리를 체계적으로 할 수 있고 원산지증명서 등의 증빙서류 신청과 발급, 원산지 인증수출자 신청도 가능하다. 또한 수출입통관 후 원산지 검증에도 대비할 수 있다.㉠

원산지관리시스템 현황

제품명	개발업체	담당자	전화	공급자
웹서비스 방식				
FTA-Korea	KT-NET	김병곤 차장 이승희 차장	02-6000-2031 02-6000-2033	산업통상자원부, 한국무역협회
FTA-PASS	국제원산지정보원	박성만 팀장	031-6000-722	관세청
PC(Stand Alone) 방식				
FTA-PASS Lite	국제원산지정보원	박성만 팀장	031-6000-722	관세청
M2M-FTA	엠투엠글로벌	김인수 상무	02-3404-8700	
WiseFTA Lite WiseFTA 관세사용	비즈머스	김연선 이사	02-2047-0340	
서버 방식				
FTA-Korea Enterprise	KT-NET	이승희 차장	02-6000-2033	
UBI-Origin	유비포럼	하태용 상무	02-2168-8220	
K-Origin	삼정KPMG	김정식 이사	02-2112-3168	
FTA Insight	에코클라우드	오훈택 팀장	02-501-2403	
Help FTA Origin	레디코리아	박원광 차장	02-3487-9883	
PoaSRM	세포아소프트	오규열 이사	070-7098-3099	
WiseFTA Enterprise WiseFTA Standard	비즈머스	김연선 이사	02-2047-0340	
K-FTA	LG히다찌	최진희 책임	070-8290-3766	
Benit-FTA	코오롱베니트	이경국 과장	02-3677-6838	

사후검증 따라잡기-⑧섬유 및 의류에 대한 한·미 FTA 원산지 검증 III

우리나라 ‘원산지확인서’와 유사 지정된 양식 없이 필요 내용 적으면 돼

Manufacturer's Affidavit란?

직물 관련한 검증을 진행하다 보면, 미 세관(CBP)에서 ‘Manufacturer's Affidavit’라는 서류를 제출해줄 것을 명기한 경우가 있다. Manufacturer's Affidavit(이하 M/A)이란, 우리나라에서 보통 ‘제조자 진술서’로 불리고 있는데, 제조자가 제조한 물품에 대한 정보와 함께 원산지가 어디인지에 대해 기술하는 서류이다. 미국은 섬유제품의 수입 시 FTA특혜관세를 적용 받으려면 협정에 따른 원산지증명서(Certificate of Origin) 이외에도 해당 섬유를 제조한 제조자가 작성한 M/A를 함께 제출하도록 하고 있다. 따라서 한·미 FTA에서도 미국 통관 규정에 따라 수입하고자 하는 자는 해당 자료를 제출해야 협정관세를 적용받을 수 있다.

M/A는 우리나라 FTA특례법에 따른 ‘원산

지 확인서’ 또는 ‘국내제조확인서’와 유사한 역할을 한다. 그러나 우리나라처럼 별도로 지정된 양식 없이 필요 정보를 기재해 제출하는 것으로 수입자와 협의해 관련 자료를 미리 준비하는 것이 바람직하다.

M/A는 다음과 같은 정보를 담고 있어야 한다.

MANUFACTURER'S AFFIDAVIT (제조자 진술서) 필수 기재 정보

- 누가 누구에게 언제 무엇을 제공했는지 등에 대한 거래관계 정보
- 생산 설비의 주소와 생산자 정보 및 그 소재지에서 근무하는 작성자의 성명, 서명 및 연락처
- 섬유함량, 규격, 상업송장(INVOICE) 번호 등 M/A에 기재되는 물품의 상세 정보 및 해당 거래를 특정할 수 있는 정보

한편, M/A는 다른 산업의 정보제공요청서에도 간혹 나타나는 경우가 있다. 일반화할 수는 없지만 미 세관 담당자(CBP Officer)가 섬유직물과 관련한 검증 시 요청하는 내용을 그대로 옮겨서 요구하는 경우 이러한 상황이 발생하는 것으로 보이는데, 이 경우 미 세관 담당자에게 M/A로 지칭된 자료가 무엇을 의미하는지 물어보고 관련 자료를 작성할 것인가 판단할 필요가 있다.

다음은 필자가 제시하는 M/A의 견본 및 작성 방법이다. 반드시 이에 따라야 할 필요는 없으며 수입자가 섬유직물 제품을 미국에서 수입통관하면서 필요한 별도의 정보가 기재되어야 할 경우도 있으니, 작성이 필요한 경우 제시하는 견본을 참고해 수입자와 상의해 작성하기 바란다.

Manufacturer's Affidavit 작성 예시

① KITA Textile Co., Ltd
1704, 17th floor, Trade Tower, 511, Yeongdong-daero, Gangnam-gu,
Seoul, Republic of Korea
Tel) 82-2-6000-7585

Manufacturer's Affidavit of Origin for Yarn

③ I, Donggu Kang, manager of KITA Textile Co., Ltd., do hereby certify that the yarn described below and use informing the fabric sold to US Textile Co. Ltd during the period from Jan. 01, 2014 to Jul. 31, 2014 was sold and/or processed by us as checked below

- ⑦ ☒ The yarn was produced in the Korea(check one of the following):
☒ Wholly of KOREA originating fibers and/or other materials.
☐ In whole or in part of fibers and/or other materials originating in Korea and/or the USA
☐ In whole of in part of fibers and/or materials imported from countries other than the Parties (Republic of Korea, the United States or both)
☐ The yarn was not produced in Korea and/or USA and is product of _____

⑧ Breakdown of the material

 ·P.O number: DG-1245
 ·Invoice number: JK-2014-03-010
 ·Yarn Style number, Name and/or Description:
 #PE8879, Polyester filament yarn (HS Code: 5402.47)
 ·Fiber content: MEG 30%, TPA 70%
 ·Thread Count: SDY 40/24
 ·Weight: 42,500kgs
 ·Country of Origin under UKFTA : Republic of Korea

⑨

Signature	Donggu Kang	Phone	82-2-6000-7585
Date	21. Mar. 2014	E-mail	Kdg2509@kita.net

공지

변경된 CBP Form 28 내용 알림 미 세관 담당자 이메일 주소 추가

미 세관(CBP)으로부터 정보제공요청서(CBP Form 28)를 받으면, 궁금한 사항에 대하여 이를 요청한 미 세관 담당자에게 직접 문의하는 것이 검증자료를 준비함에 있어 수월하게 진행되는 경우가 많다. 하지만 우리나라와의 시차 및 근무상황 등에 따라 전화 연결이 어려운 경우가 많아 이메일 등 별도의 연락처의 필요성이 꾸준히 제기되어 왔었는데, 2014년 6월 미국의 정보제공요청서의 서식이 다소 변경되어 미 세관 담당자의 팩스 번호 및 이메일 주소를 기재하게 되어 있다. 향후에는 개정된 서식에 따라 이러한 어려움이 다소 해소될 것으로 보인다.

수정 전

16. CERTIFICATION It is required that an appropriate corporate/company official execute this certificate and/or endorse all correspondence in response to the information requested. (NOTE: NOT REQUIRED IF FOREIGN FIRM COMPLETES THIS FORM.) I hereby certify that the information furnished herewith or upon this form in response to this inquiry is true and correct, and that any samples provided were taken from the shipment covered by this entry.				15a. Name and Title/Position of Signer (Owner, Importer, or Corporate/Company Official)		15b. Signature	
17. CBP Officer		18. Team Designation		16c. Telephone No.		16d. Date	
CBP Form 28 (03/11)							

수정 후

16. CERTIFICATION It is required that an appropriate corporate/company official execute this certificate and/or endorse all correspondence in response to the information requested. (NOTE: NOT REQUIRED IF FOREIGN FIRM COMPLETES THIS FORM.) I hereby certify that the information furnished herewith or upon this form in response to this inquiry is true and correct, and that any samples provided were taken from the shipment covered by this entry.				15a. Name and Title/Position of Signer (Owner, Importer, or Corporate/Company Official)		15b. Signature	
17. CBP Officer		18. Team Designation		16c. Telephone No.		16d. Date	
20. Fax No.		21. Email					
CBP Form 28 (06/14)							

- ① **Letter Head** 제조자명, 주소, 연락처 등 회사정보를 기재.
 ② **물품 종류** 사, 직물, 의류, 재단, 봉제 등 통상적인 섬유류 분류에 따른 명칭이나 공정상의 명칭을 기재해 본 M/A가 어떤 물품 또는 과정에 대한 진술서인지 여부를 기재.
 ③~⑥ **거래관계 정보** 누가 누구에게 언제 무엇을 제공했는지에 대한 내용을 기재. 공급자, 공급처,

공급기간, 공급제품 등의 정보가 드러나야 함.
 ⑦ **원재료의 원산지** 본 예시의 경우, 사(yarn)를 생산함에 있어 관련 섬유의 원산지가 어디인지 여부를 체크하는 부분. 만약 물품이 직물인 경우, 한국산 사 또는 역내산(한국 또는 미국)사를 사용했는지 혹은 역외산사를 사용했는지 여부를 체크해 ‘얀 포워드 룰(yarn forward rule)’을 충족하고 있음을 보여줌.

- ⑧ **공급 물품의 상세 정보** 본 M/A와 관련된 거래정보, 제품의 상세 명칭(description), 섬유함량 및 규격(번수), 원산지 정보 등을 기재. 여기에 기재되는 제품의 상세 명칭(description)은 되도록 원산지증명서 및 상업송장(invoice)에 기재된 것과 동일하게 작성해야 함.
 ⑨ **작성자** 작성자 성명, 자필서명, 작성일, 연락처 등의 정보를 기재.

김윤철 국립극단 예술감독

연극은 현재의 사회·경제적 환경과 끊임없이 싸워 나가는 작업

서울역 대합실 뒷문을 자주 이용하는 사람이라면 횡단보도 건너 보이는 새빨간 건물들이 익숙할 것이다. ‘국립극단’이라고 써여 있기 때문에 정체가 무엇인지는 금방 알아챌 수는 있지만, 뭐 하는 곳인지, 왜 건물이 온통 빨간색으로 칠해져 있는지 의문스러움은 가시지 않는다. 이런 호기심은 마침내 국립극단을 방문해 김윤철 예술감독을 인터뷰하는 데까지 이어졌다.



김윤철 국립극단 예술감독

1949년생. 서울대학교 영어교육과 학사, 중앙대학교 연극영화학과 석사, 브리검영대학교 대학원 박사. 세종대학교 영어영문학과 교수, 한국연극평론가협회장, 한국예술종합학교 연극원장, 국립예술자료원장 역임. 1994년~현재 한국예술종합학교 연극원 교수, 2008년~현재 국제연극평론가협회(IATC) 회장, 2014년 2월~현재 국립극단 예술감독.

일단 새빨간 건물의 정체부터 말하자면, 정문으로부터 멀리 정면으로 보이는 네모 반듯한 건물이 국립극단 본부이고, 좌우로 길게 뻗은 창고 같은 건물은 공연장 및 연습실(스튜디오)이다. 본부를 바라보고 왼쪽은 대극장, 오른쪽은 소극장이다. 건물들이 커 보이지만 막상 개막을 앞둔 다섯 편의 공연팀이 연습을 하기엔 공간이 모자라 두 팀은 외부에서 연습하고 있다. 비가 오락가락하는 날씨에서도 배우와 스태프들이 분주히 오가고 있어 활기가 느껴졌다. 밖에서 볼 때와는 다른, 일종의 테마파크에 들어온 듯했다. 이 건물은 과거 기무사가 사용하던 건물로 지금도 국방부 소유다. 문화체육관광부가 빌려 쓰고 있으나, 향후 국방부로부터 매입해 낙후된 서부역을 공연 문화 중심으로 개발하는 거점이 될 계획이다. 빨간색 때문에 눈치 채지 못했는데, 자세히 보니 공연장에 붙은 셔터들은 군용차 구역이었음을 알 수 있고, 본관은 사령부 건물처럼 생겼다. 대한민국에서 가장 근엄한 공간에 자유로운 영혼들이 있기 위해서는 빨간 페인트의 도움을 받을 수밖에 없었던 듯하다.

“국가 대표 극단의 정체성 확립하겠다”

올해 2월 취임한 김윤철 예술감독(66)은 연극 평론가 출신이다. 46년 동안 본 연극이 5,000편이 넘는다. 국제연극평론가협회 부회장 10년에 이어 현재 7년째 회장을 맡아 해외 연극에도 조예가 깊다. 한국예술종합학교 연극원장을 맡았고 지금도 학생들을 지도하는 교수로 실무에도 밝다. ‘함께하는 FTA’는 그간 국립현대무용단 안애순 예술감독, 국립창극단 김성녀 예술감독을 인터뷰했었는데, 국립극단 또한 나라의 소유지만 차이점은 전속 단원이 없다는 점이다. 연극이 타 예술장르에 비해 좀 더 대중화되어 있어서 국립극단에 소속되어 있지 않아도 활동이 가능하기 때문일까. 김 감독은 취임 후 가장 추진하고 싶은 일이 전속 단원제라고 얘기한다.

“국립극단의 정체성이랄까, 색깔이 없습니다. 매 작품마다 오디션을 통해 배우들을 구성하다 보니 극단의 정체성이 쌓이지 않아요. 국가 대표 극단이라면 어느 정도 능력 있는 고정 배우들 중심으로 돌아가야 하지 않을까요?” 김 감독은 올해 안 ‘시즌 단원제’로 25명의 배우를 뽑을 계획이다. 시즌 단원제란 평생고용이 아닌 1~2년의 단기 계약으로 이뤄지는 방식이다. “평생고용이 되면 예술가라기 보다는 직장인으로 마음가짐이 변하게 되진 않을까 하는 우려도 있습니다. 이런 이유로 외국에서도 시즌 단원제를 많이 운영하고 있는데, 경쟁력을 갖추고 꾸준히 자기발전을 추구하는 배우들 중심으로 가면 2년 뒤에는 극단의 정체성이 쌓을 수 있을 겁니다.”

그가 추구하는 국립극단의 정체성은 무엇일까 궁금해졌다. 그는 “민간이 할 수 없는 예술성을 추구해야 한다”고 답했다. 민간 극단에서는 아무래도 생존을 위해 대중적 취향에 맞는 상업적 연극을 할 수밖에 없기 때문에 연극의 본래 기능인 ‘사회와 자신에 질문을 던지는’ 역할을 되살려야 한다는 것이다. 대중적인 것과 예술적인 것이 따로 있는 것일까. 김 감독은 “올해가 셰익스피어가 태어난 지 450년 되는 해인데, 가장 이상적 형태는 셰익스피어 작품처럼 예술성과 대중성을 함께 갖추는 것이다. 그러나 현실에서는 예술성이 있어도 대중성에 대한 확신이 없어 공연되지 못하는 작품도 있다. 유럽처럼 예술과 문화가 발달한 곳은 민간 극단도 정체성을 가지고 실험적인 연극을 시도하고 있지만, 한국은 저변이 약해 국립극단이 그런 역할을 할 수밖에 없다”고 설명했다.

연극바닥 46년째, 아직도 연극은 어려워 평론가 출신이라 그런지 김 감독은 재임 중 플랜을 4가지 카테고리로 정리해서 설명했다. 첫째로는 외형만 중시하는 사회에 내면을 응시하자는 목소리를 내는 것이다. 이를 위해 한국의 ‘살아있는 이중생 각하(오영진 작, 9월

12~28일 국립극장 달오름 극장 공연)’를 비롯해 ‘이영녀(김유진 작) ‘토막(유치진 작) ‘혈맥(김영수 작)’ 등 시대정신이 살아 있는 근현대의 한국 걸작들을 재조명해볼 계획이다. 둘째로는 연출자들의 영리함만에 의존하는 현대 연극에서 ‘배우’라는 연극의 본질을 회복하자는 것이다. “박정자, 이호재, 손숙, 이해영, 신구, 전무송 같은 베테랑 배우들을 통해 배우가 가장 빛날 수 있는 형식과 내용을 결합해 ‘연극은 배우의 예술’임을 입증해보려고 합니다.”

셋째로는 서사성을 살리려는 노력이다. 한 번도 연극으로 시도된 적 없는 ‘혼불(최명희 작)’이 그 첫 시도다. “‘혼불’은 ‘한국 문학의 금자탑’으로 불릴 정도로 뛰어난 작품이지만 아직 드라마나 영화로 시도된 적 없는데, 직접 유족들을 만나 어렵게 양해를 구했습니다.”

넷째로는 국제협력이다. 앞서 언급한 ‘자기응시’라는 콘셉트에 맞춰 국내에 단 한 번 밖에 공연되지 않은 ‘리처드 2세(셰익스피어 작)’를 40대 후반의 루마니아 출신 연출가 펠릭스 알렉사에 맡겨 12월에 개막할 계획이다. “한국 연출 문화와 조금 다른 색을 보여줄 겁니다. 최소 연 1~2회 이런 식의 해외 교류를 통해 우리 연극이 세계에 소개되는 기회도 만들어 보려 합니다.”

김 감독은 연극이란 아무리 해도 어려운 것이라고 얘기한다. “지금까지 5,000편을 봤지만 평생 잊을 수 없을 정도로 잘 된 작품은 열 작품도 안 됩니다. 그만큼 연극이 어렵습니다. 원하는 만큼 환경을 갖출 수 없고, 또 사람의 몸으로만 표현해야 하고, 배우 한 사람만 잘 나서 되는 것이 아니라 모든 배우·스태프들이 참여하는 집단적 예술입니다. 이런 조건들과 끊임없이 싸워 나가야 하는 작업입니다. 완벽하진 않더라도 ‘오늘보다 나은 내일’을 만들어 나갈 계획입니다.” 9월 중에는 국립극단의 작품 3개가 동시에 공연된다. 궁금한 독자들은 국립극단 웹사이트(www.ntck.or.kr) 또는 콜센터(1688-5966)를 이용하면 된다.☎

강봉석 두레촌 대표(옛·조청 부문 대한민국 식품명인) 입 다물 정도로 맛있어서 ‘옛 먹어라’는 말이 나왔죠

너무나 흔해서 소중함을 잘 모르는 우리 것들 중에 옛이 있다. 옛·조청 부문 식품명인이 있다는 것을 안 순간 호기심이 발동했다. ‘옛장수 맘대로’ ‘옛 먹어라’와 같은 옛과 관련된 부정적인 표현들의 기원을 그라면 알 것 같았다. 궁금함을 안고 충북 충주의 두레촌 본사로 향했다.



조청의 맛은 엿기름(맥아)을 얼마나 잘 킴우느냐에 달려 있다. 싹의 길이가 보리 길이의 1~2배 넘지 않는 것이 적당하다.

강봉석 명인(73)은 겸손한 사람이었다. 취재 요청을 위해 전통도검과 전통활 장인들을 다룬 ‘함께하는 FTA’의 지난 기사를 메일로 보냈었다. 그는 “칼이나 활은 아무나 할 수 없는 기술인데, 조청은 아무나 만들 수 있는 것이라 부끄럽다”고 했다. 그렇지만 진짜로 아무나 할 수 있다면 식품명인이라는 감투가 주어질 리 없었을 것이다. 그의 내공을 알아채는 데는 그리 오랜 시간이 걸리지 않았다.

조청·옛을 만드는 과정은 간단하다. 고두밥을 지어 엿기름물(엿기름을 우려내 거른 물)과 물을 섞은 뒤 55~65℃ 온도에서 8시간가량 두면 쌀의 전분이 엿기름의 당화효소에 의해 분해되어 포도당, 맥아당으로 변하면서 식혜가 된다. 식혜를 불에 졸이면 끈끈한 액체 상태의 조청이 되고, 더 졸여서 굳히면 딱딱한 옛이 된다. 가정에서도 만들 수 있지만, 옛을 즐기기 위해서 4~5시간 옆에 서서 계속 저어줘야 하는 고된 일이다.

잘 킴 엿기름(맥아)이 조청 맛의 비결

식혜를 직접 담가보지 않았던 기자로선 엿기름의 정체가 궁금했다. 물론 집에서 어머니가 시장에서 엿기름을 사와 식혜를 만들기도 하지만 특별히 관심 가진 적은 없었다. 결론적으로 말해 엿기름은 맥아(麥芽)였다. 식혜는 몰라도 맥주를 만들 때 맥아가 쓰인다는 것은 익히 알고 있었다. ‘옛을 만들기 위해 기른’ 것이라 엿기름이다. 지방에 따라서는 ‘옛질곰’으로 불리기도 한다.

조청·옛의 맛은 이 보리싹을 얼마나 잘 킴우느냐에 달려 있다. 보리를 씻어서 수시로 물을 뿌려주며 적당한 온도에 두면 싹이 트는데, 싹이 적당히 나면 더 이상 싹이 자라지 않도록 수분 공급을 끊고 뿌리 부분이 떨어지도록 건조시킨다. 일정한 온도의 물에 엿기름을 담가두면 씨알의 배(胚)가 활성화되면서 녹말 당화 효소가 만들어진다. 적당한 수분·온도·시간이 맞아야 역가가 높은 엿기름이 만들어진다. 강 명인은 두 손으로 말린 맥아의 향을 맡으며 품질을 점검하는데, 발아가 잘 될수록 구수한 냄새가 난다고 한다. 강 명인은 “시중에 파는 엿기름의 역가(力價)가 250 정도 되는데, 우리가 만든 엿기름은 350~400 정도 된다”고 말했다. 이 엿기름을 만드는 감각이 바로 강 명인이 가진 내공의 정체다. 싹이 잘 트면 엿기름으로 조청을 만들면 조청 명인이고, 맥주를 만들면 맥주 명인이 될 것이다.

‘옛장수 맘대로’의 기원은 ‘옛당기기’

강 명인은 쌀 4kg, 엿기름 500g, 물 20kg의 비율로 조청을 만든다. 조청의 성분은 쌀과 보리가 전부다. 쌀, 보리는 모두 국내산을 사용하고 있다. “보통 엿기름을 쌀의 10%(400g)만 쓰지만 나는 조금 많이 쓰는 편”이라고 그가 말했다. 엿기름의 효소가 쌀로 침투해 단맛으로 변하면서 식혜가 된다. 이를 걸러낸 물을 4~5시간 졸이면 점도 82~83의 조청이 되고, 더 졸여 점도 90이 넘으면 옛이 된다. 참고로 올리고당의 점도는 77~78 정도다.

국내산 쌀과 엿기름을 사용해 전통 방식으로 조청을 만드는 강봉석 명인이 두레촌 조청·옛 체험관에서 옛 만드는 모습을 보여주고 있다. 전통 방식으로 만들어진 강봉석 명인 쌀조청은 대기업 제품보다 2배가량 비싸지만 건강식품으로 인기가 높다.



조부 때부터 시작된 집안의 옛 만들기는 강 명인의 아들(47세)까지 4대째 이어지고 있다. 중학교 3학년인 손자도 가업을 잇겠다고 결심한 상태다. 강 명인의 기억 속에는 고향인 포천에서 조부가 옛을 만들던 장면, 아버지가 옛을 팔러 다니던 모습이 생생하다. 한국전쟁 때 피란 온 충주에서 생계를 위해 옛을 만들면서 이곳에 자리를 잡았다. 가업을 돕기 위해 강 명인은 초등학교 때부터 산에서 나무(땃감)를 해 날랐는데, 나무 하는 것이 너무 힘들어 고등학교를 졸업하자마자 광산회사에 취직해 버렸다. 지질학 박사들의 수발을 들며 지질조사 기술을 익히는 일이었다.

그가 32세 때 일본에서 24세의 젊은 기술자가 와서 6개월을 함께 지냈다. 그런데 그 젊은 일본인이 4~5년 뒤에는 가업(식칼 제조)을 이을 계획이라고 한 말에 강 명인은 뒤통수를 얻어맞은 듯했다. “당시 내 월급이 2만 원이었는데, 열 배 이상 많은 월급을 받던 기술자가 시시해 보이는 가업을 잇기 위해 그 좋은 직장을 관둔다는 것은 신선한 충격이었다.” 2년 뒤 강 명인은 직장을 그만두고 충주로 내려와 가업을 이었다. 시대가 변하면서 흔하디 흔했던 옛장수는 자취를 감췄고, 곳곳이 옛을 만들던 강 명인은 2008년 농림축산식품부에서 지정하는 옛·조청 부문 최초의 대한민국 식품명인으로 지정됐다.

현재 조청은 설탕을 대신하는 천연감미료로 각광받고 있다. 슈퍼마켓에서 파는 투명한 물엿은 분해제·중화제·탈색제·탈염제 등으

로 옥수수의 당분을 화학적으로 분리한 액상과당이다. 설탕은 사탕수수에서 추출하는 과정에서 섬유질, 비타민, 미네랄 등 몸에 좋은 성분이 모두 사라지고 순수한 당분만 남은 것이다. 이와 달리 조청은 몸에 천천히 흡수되어 혈당을 급격히 올리지 않는 건강식품으로 최근 각광받고 있다. 강 명인은 “천연감미료로는 꿀이 가장 좋은데, 가짜 꿀이 너무 많다 보니 조청이 대용품으로 인기가 높다”고 설명했다. 다만 혈당 수치에 대해서는 의학적으로 검증되지 않았기 때문에 홍보에는 사용할 수 없다.

두레촌을 떠나기 전 궁금했던 것을 물어보았다. 과연 ‘옛장수 맘대로’의 어원은 무엇이었을까. 그 비밀은 ‘옛당기기’에 있었다. 조청을 굳힌 갈색의 생엿을 가열해 나무틀에 대고 늘였다 접었다를 반복하는 ‘옛당기기’ ‘바람넣기’를 하는데, 이렇게 나온 옛은 처음 부피의 열 배로 늘어난다. 옛날 옛 심부름 온 사람이 ‘조금 더 감아달라’고 해서 옛당기기를 몇 번 더 하면 양이 조금 더 늘어나기도 한다. 그러면 심부름꾼이 늘어난 옛만큼 챙길 수 있었다. 옛의 양은 옛장수 하기 나름인 것이다.

그럼 ‘옛 먹어라’는 어디서 나온 말일까. 강 명인은 “나에게 싫은 소리를 하는 사람에게 ‘좋은 옛 먹고 나쁜 얘기는 그만 하라(입 다물라)’고 한 데서 나왔다”고 설명했다. 즉, 옛은 잘 봐 달라고 주는 뇌물이었고, 이는 옛이 그만큼 맛있었기 때문이었다. 옛이 나빠서가 아니라 너무 좋아서 나온 말이었다.☺

제8차 한·뉴질랜드 FTA 공식 협상 개최



제8차 한·뉴질랜드 FTA 공식 협상이 8월 4~8일 서울에서 개최됐다. 우리측은 이성호 산업통상자원부 통상협력심의관(수석대표) 외 산업통상자원부, 기획재정부, 농림축산식품부, 해양수산부, 관세청, 산림청 등 정부대표단이 참여했다. 뉴질랜드측은 마틴 하비(Martin Harvey) 외교통상부 국장(수석대표) 외 외교통상부, 일차산업부, 관세청 등 정부대표단이 참여했다.

양측은 상품, 투자, 원산지, 협력, 총칙 등 각 분과별 협상을 통해 잔여쟁점을 해소하고, 특히 지난 제7차 공식협상(6월, 오클랜드)에서 진전을 이루지 못했던 상품 분야에서 양국 입장차이를 좁히기 위해 수석대표 협의 등을 병행했다. 그 결과, 여타 협정문 협상에서는 실질적 의견접근을 이루었고, 소수 잔여쟁점에 대해서는 이번 논의를 바탕으로 서면 의견교환 등을 통해 해결하기로 하는 등 진전이 있었다. 그러나, 상품분야에서는 우리의 농수산물시장 개방수준과 관련해 여전히 양국의 입장에 큰 차이가 있어 최종 타협점을 찾지 못했다.

한국과 뉴질랜드 양측은 상품분야 잔여 핵심쟁점에 대한 이견이 해소될 경우, 한·뉴질랜드 FTA 협상의 타결이 가능하다는데 인식을 같이 하고, 향후 다양한 채널을 통해 협상 타결을 위해 계속 노력해가기로 했다. 우리 정부는 우리 농수산물의 민감성을 최대한 보호

하면서 양국의 이익균형을 달성할 경우 한·뉴질랜드 FTA 체결은 양국 모두에게 윈·윈하는 협상이 될 것이라는 인식 하에 협상 타결을 위해 계속 노력해 나갈 예정이다.

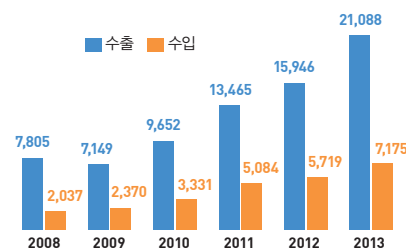
한·베트남 FTA 제6차 협상 개최

한·베트남 FTA 제6차 협상이 7월 28일~8월 1일 베트남 호치민에서 개최됐다. 우리측은 김학도 산업통상자원부 FTA정책관을 수석대표로 기획재정부, 농림축산식품부, 해양수산부 등 관계관으로 구성된 정부대표단이 참석했고, 베트남측은 부 회 손(Bui Huy Son) 산업무역부 무역진흥청장을 수석대표로 해 구성된 정부대표단이 참석했다.

이번 제6차 협상에서 양국은 상품, 서비스, 투자, 원산지·통관, 협력 등 분야별로 깊이 있는 논의를 진행했다. 양국 정상은 지난해 '2014년 중 높은 수준의 포괄적인 FTA 체결'에 합의한 바 있다. 베트남은 2013년 기준 우리의 제9위 교역국이자 미국·중국·홍콩에 이은 제4위 투자대상국으로 아세안 내에서는 2위 교역 대상국(아세안 내 1위는 싱가포르), 최대 투자 대상국이다. 한·베트남 FTA 체결

한국의 대베트남 교역 현황

자료: 한국무역협회(단위: 백만달러)



시 기존 한·아세안 FTA보다 높은 수준의 교역·투자 자유화를 달성함으로써 양국 간 경제통상관계가 더욱 강화되는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

원산지관리사 시험 사전교육 의무제 폐지

관세청은 그동안 서울에서만 시행하던 원산지관리사 자격시험을 오는 8월 23일 시행된 제12회 시험부터 서울·대전·제주지역으로 확대 시행했다. 또한, 사전교육을 이수해야 자격시험을 볼 수 있는 '사전교육의무제'를 폐지해 연간 2,000명이 넘는(2013년 기준) 응시생들의 편의가 크게 증진될 것으로 보인다. 특히, 시험 응시 장소 확대로 지방 거주자들의 시간적, 경제적 부담이 크게 줄어 지방에서도 응시 및 합격자가 대폭 늘어나 지방 중소기업의 원산지관리능력 증대에 도움이 될 것으로 기대된다. 실제 시험 지역 확대에 따라 제12회 시험의 응시인원은 1,208명으로 11회(609명)에 비해 약 2배 증가했다. 관세청은 지방거주자들의 불편을 없애기 위해 앞으로도 시험장소를 전국으로 확대해 나갈 계획이다.

회차	시험일자	응시인원 (명)	합격자 (명)	합격률 (%)
1회	2010년 6월 27일	284	150	52.8
2회	2010년 11월 13일	383	91	23.8
3회	2011년 5월 28일	624	194	31.1
4회	2011년 11월 12일	602	129	21.4
5회	2012년 6월 9일	728	165	22.7
6회	2012년 9월 15일	552	156	28.3
7회	2012년 12월 1일	651	161	24.7
8회	2013년 5월 4일	591	138	23.4
9회	2013년 8월 31일	652	189	29.0
10회	2013년 11월 30일	793	198	25.0
11회	2014년 4월 26일	609	130	21.3
합계		6,469	1,701	26.2

이달의 리포트: 'FTA 격전지 페루, 한국의 판세는?'

한·페루 FTA 발효 3년, 페루 점유율 3단계 상승하며 7위 기록

2014년 8월 1일로 우리와 FTA 발효 3주년을 맞이한 페루는 미국·중국에 이어 일본, EU와의 FTA가 발효돼 외국 기업들의 시장 점유율 확대 경쟁이 매우 치열하다. 그럼에도 불구하고 우리나라의 시장 점유율은 발효 전 10위에서 발효 후 7위로 상승하며 페루 시장에서 선전하고 있다.

한국무역협회 국제무역연구원 'FTA 격전지 페루, 한국의 판세는?' 보고서에 따르면, 우리의 대페루 수출은 한·페루 FTA 발효 이후 화학제품, 전기기기, 수송기기 등의 수출 증가로 연평균 15%(2011~2013년) 증가했다. 페루 수입시장 점유율이 가장 크게 확대(+2.5%p)된 화학제품의 점유율은 2013년 7.7%까지 상승했으며, 수송기기도 발효 전에 비해 1.1%p 확대된 13.7%를 기록했다.

FTA 혜택별로 수출 성과를 비교하면, 지난 3년간 FTA 수혜품목은 대페루 수출 확대에 기여하며 비수혜품목에 비해 양호한 성과를 나타냈다. FTA 수혜품목은 FTA 1년차, 2년차에 각각 51.1%, 11.0% 큰 폭으로 증가하며 전체 수출 증가를 주도했다. FTA 3년차 들어 페루 수입시장이 위축된 가운데 비수혜품목 수출이 13.5% 급감한 반면 FTA 수혜품목 수출은 6.9% 감소하는데 그친 것으로 나타났다.

페루 수입시장에서 FTA 수혜품목이 점유율을 1.2%p 확대하는 동안 비수혜품목은 오히려 0.9%p 감소했다. 또한 대페루 전체 수출에서 FTA 수혜품목이 차지하는 비중이 커지고 (37.3→50.3%) 있어 수혜품목이 대페루 수출을 견인한 것으로 평가된다. 실제로 한·페루 FTA 수출 활용률은 91.8%에 달해 현재 발효된 9개 협정 가운데 가장 높은 수준을 보이고 있다.

박지은 국제무역연구원 통상연구실 연구원은 "한·페루 FTA 발효(2011년 8월) 이후 페루가 MFN 관세율(모든 WTO 회원국에게 동등하게 적용하는 관세율)을 일방적으로 인하(2012년)해 우리의 주요 수출 품목에서 FTA 협정세율이 MFN 세율보다 높아 FTA 관세혜택이 크지 않았다"고 언급하며 "올해부터 승용차, 의약품 등 FTA 관세혜택이 본격화되므로 페루시장에서 일본, EU 등의 경쟁국에 앞선 시장 확보를 위해 FTA를 적극 활용해야 할 것이다"라고 덧붙였다.

*MFN(Most Favored Nation treatment: 최혜국대우)



FTA 실무전문가 과정 4기 모집

각 분야 전문가의 실무 중심 교육 돋보여



서울대학교 국제대학원은 각 분야 FTA 실무자를 FTA 실무 전문고급인력으로 육성하기 위해 2013년부터 산업통상자원부와 협력 하에 'FTA 실무전문가과정(FLP: FTA Leadership Program 과정)'을 실시하고 있다. 본 과정은 FTA 분야의 최고 권위 전문가들을 초빙해 FTA와 관련된 기초적 실무에서부터 비즈니스 전략까지 다양한 이슈를 각 실무와 사례에 유기적으로 적용해 학습효과를 배가하는 방식으로 운영하고 있다. 이미 배출된 1, 2, 3기 수료생들은 해당 과정의 수료 이후 각 분야에서 성공적인 FTA 실무전문가로 활약하고 있으며, 올 하반기에는 이들의 실무경험과 노하우를 공유하는 자리 또한 계획하고 있다. 그간의 성원에 힘입어 아래와 같이 FTA 실무전문가 과정 4기를 모집한다.

FTA 실무전문가 과정 4기 모집 요강

모집인원	40명 내외
입학자격	① 정부 및 민간 FTA 업무 관련 실무자 ② 정부 및 민간 기관의 FTA 관련 연구자 ③ FTA 및 무역업 종사 민간기업 실무자 ④ 중소기업 수출입 담당 실무자
전형방법	서류전형(직무 적합도 및 교육 효과성에 대한 종합 판단)
접수방법	①방문 ②우편 ③이메일 중 선택
접수기간	9월 11일(목)까지 원서접수 마감 (입학원서는 서울대학교 국제대학원 홈페이지에서 다운로드)
합격자 발표	합격자에 한해 추후(9월 셋째 주 이내로) 개별통지
문의	02-880-4040, fta.snugsis@gmail.com (기타 자세한 사항은 서울대학교 국제대학원 홈페이지 참고)

독자의 소리

〈함께하는 FTA〉는 여러분의 소중한 의견에 귀를 기울입니다.

FTA에 대해서 어렵듯이 알았던 것을 정확히 알게 되고 조만간 있을 딸아이 대입면접 준비 때 참고가 많이 될 것 같아요. FTA카툰은 만화캐릭터도 재미있고 다양한 내용이 참 유익했습니다. 이 책을 통해 FTA뿐만 아니라 다양한 지식, 상식을 얻고 있습니다.

정호근(전남 순천시 저전동)

최근 한국과 FTA를 체결한 여러 나라들과의 추진현황을 한 눈에 알 수 있도록 일목요연하게 정리되어 있어서 유익한 정보를 얻었습니다. 구매력이 높은 시장에서 한·중·일이 아주 치열하게 경쟁하고 있는데 우리나라가 선전하고 있는 상황을 비전문가들도 알 수 있도록 한 자세한 설명이 좋았습니다.

이경덕(부산 부산진구 백양관문로)

구매력 높은 시장 한·중·일 기사를 읽고 이해의 폭이 넓어져서 좋았습니다. 우리의 주력 품목들이 선적되고 있는 사진과 기사를 읽고 남다른 감회를 느꼈습니다. 옛날에는 FTA가 체결되면 결국 우리 시장이 점령당하는 것이 아닌가 걱정했었는데 '함께하는 FTA'를 읽고 우리의 경쟁력 있는 품목이 많다는 것을 확인할 수 있어서 좋았습니다.

박수창(경남 진주시 서장대로)

중국과의 FTA에서 농수산물물은 불리하고 공산품은 유리한 것으로 알았는데 '한·중 FTA와 산업경쟁력의 역학관계'를 읽으니 중국의 산업경쟁력이 의외로 높아 결코 안심할 수 없는 상황이어서 철저히 대비해야 할 것으로 보입니다.

박수홍(부산 북구 화명신도시로)



2014.9.29 - 10.17 | 강원도 평창

www.cbdcop12.kr



제12차 생물다양성협약 당사국총회 평창 2014





FTA 활용과 인증 표준 업무, 무엇이든 물어보세요!

FTA무역종합지원센터

1380

국내외 인증 표준 콜센터

1381



전국 어디서나 FTA 콜센터 **1380**, 인증 표준 콜센터 **1381**

FTA 콜센터 1380과 인증 표준 콜센터 1381은 중소기업의 해외 진출과 경쟁력 강화를 위하여
전문상담, 정보제공 등의 다양한 서비스를 보다 빠르고 보다 편리하게 제공하고 있습니다.



▶ FTA 콜센터 1380

FTA 협정별·품목별 원산지 증명서 작성,
사후검증 대응,
원산지시스템 구축 상담 등
FTA 전문 컨설팅 서비스 제공



▶ 인증 표준 콜센터 1381

350여 개의 해외인증과 300여 개의 국내 인증 및
4만 3천여 개의 표준 정보를
수요기업이 요구하는 품목별·국가별
맞춤형 정보로 가공해 제공