G20시대 무역정책 방향

2010.11.30(화)

관계부처

합 동

목 차

Ⅰ. G20시대와 우리 무역 ····· 1

1 G20시대의 의의 ····· 1

2 G20시대와 우리 무역 ····· 2

Ⅱ. G20시대의 국제무역환경 변화 ····· 3

1. 세계경제의 다극화 ····· 3

2. 세계화의 확대 및 동북아경쟁 심화 ····· 4

3. FTA 확산 등 무역패러다임의 변화 ····· 5

Ⅲ. G20시대의 무역비전 ····· 6

Ⅳ. G20시대의 무역정책방향 ····· 7

1. 신흥시장 진출 확대 ····· 7

2. 중소·중견기업 글로벌역량 강화 ····· 13

3. G20시대 선진 무역인프라 구축 ····· 19

Ⅴ. 2011년 전망 – 무역1조불 시대 개막 ····· 25

Ⅰ G20시대와 우리 무역

1 G20시대의 의의

□ 과거 미국, EU 등 **歐美선진국 중심의 세계무역**이 중국, 인도 등 **신흥국 부상**으로 G7을 넘어선 **G20체제로 확대·보편화**

G20의 세계경제 대표성

○ (인구·GDP) 전 세계 인구의 62.8%, 전 세계 GDP의 78.1%
  * EU 전체(27개국)를 반영할 경우, 인구의 66.1%, GDP의 87.8%

○ (국제금융) IMF(국제금융기구) 지분의 70.03%
  * G7은 쿼터의 43.39%를 보유, G20은 70.03%를 보유 (쿼터개혁 이후)

○ 세계무역에서 **G7이 차지하는 비중은 ⅓**에 불과하나, **G20으로 확장시키면 약 ⅔** (G7만으로는 국제무역질서 논의에 한계)

<세계 수출입에서 차지하는 비중(2009년)>

G7의 수출비중	G7의 수입비중	G20의 수출비중	G20의 수입비중
34.9%	38.0%	62.6%	62.5%

* G20국가: EU는 의장국인 벨기에 수출입을 합산　　* 자료: WTO, 무역통계

○ 글로벌 금융위기는 **G7에서 New G20국가*로의 세계무역 중심이동을 가속화**

* New G20국가: G20 정상회의 국가 중 G7을 제외한 국가군
* 세계수입 중 해당群 비중(G7 vs New G20): (`07) 41.1:22.7 → (`09) 38.0:24.5
* 세계수출 중 해당群 비중(G7 vs New G20): (`07) 36.8:26.3 → (`09) 34.9:27.6

□ 무역환경 측면에서는 **세계경제 무역의 다극화와 글로벌 경쟁의 심화, 그리고 FTA 등 무역체제의 전환**이 G20시대의 모습

2 G20시대와 우리 무역

□ 우리 무역은 **과거 원조교역**에서 시작해, **GATT, WTO 등의 세계 자유무역체제**를 발판으로 **금년 세계무역 9위권으로 성장**

○ **수출규모로 보면** 중국, 미국, 독일, 일본, 네덜란드, 프랑스에 이어 **세계 7위**로 자리매김

○ **몇몇 수출산업***은 세계시장에서 **시장지배자적 위치를 점유**

* 디스플레이(세계1위), 메모리반도체(세계1위), 자동차(세계5위), 선박(세계2위)
- 상기 품목은 우리나라의 4대 수출 품목(MTI 6단위 기준)

○ 올림픽, 월드컵에 이어 **G20 정상회의를 개최**하면서 **'G20 의장국' 국가브랜드 이미지***를 **획득**해 코리아 프리미엄의 향유도 기대

* 올림픽 개최국(1988년) → 월드컵 개최국(2002년) → G20 의장국(2010년)

□ 현재까지의 성공을 이어가면서 **G20시대의 무역 강국으로 도약**하기 위해서는 새로운 무역환경에 대한 **선제적 대응**이 요구

○ 과거 美·EU 등 **선진국**과 中·日 등 **인접국 위주**의 무역체제를 **전 세계를 대상으로 한 G20체제로 전환**하면서

○ 신흥시장 진출 확대, 중소·중견기업 글로벌역량 강화, 무역 1조불 시대의 선진 무역인프라 구축 등 **G20시대의 새로운 과제에 대응**

신 무역환경	선제적 대응방향
세계경제의 다극화	신흥시장 진출 확대
세계화의 확대 및 동북아 경쟁의 심화	중소·중견기업 글로벌 역량 강화
무역패러다임의 변화 (FTA·전자무역 등의 확산)	무역 1조불 시대의 선진 무역 인프라 구축

Ⅱ G20시대의 국제무역환경 변화

1. 세계경제의 다극화

□ 세계경제 중심축이 G7의 10억 시장(선진)에서 **G20의 40억 시장(선진+신흥)으로 이동**

* (G7) 인구 7.3억명, GDP 30.8조불 → (G20) 인구 44.3억명, GDP 50.8조불

○ **G7을 제외한 여타 G20국가가 세계 GDP에서 차지하는 비중**도 `09년 24.8%(14.3조불)에서 **`15년 31.8%**(26.1조불)로 증가 예상

* G7의 세계 GDP 비중: (`09년) 53.3% → (`15년) 46.7% (6.6%p 감소)

□ **신흥국 중산층이 성장**하면서, **`20년까지** 전 세계적으로 **약 14억의 중산층이** 새로이 형성될 전망

* 2020년까지 연평균 5.3% 증가(OECD) : (`09) 18.45억명 → (`20) 32.49억명

○ **아시아·태평양 지역**은 중국·인도를 중심으로 **약 12억명 증가**

□ **경제성장률**에 있어서도 **신흥개도국이 선진국을 압도**

○ `11년에도 美·日 등 **선진국 경제 성장률**(2.4%)**보다 신흥개도국의 성장률**(6.4%)**이 더 높을 것으로 예측**(IMF)

○ **선진국 중에서는 유럽(1.3%↑), 일본(1.8%↑)의 약세가 지속**되고, 신흥국 중에서는 **중국(9.6%↑)과 인도(8.4%↑)가 성장을 주도**

◈ **미·일·중·EU 중심의 무역체제로는 더 이상의 성장에 한계, 무역체제를 신흥국을 포함한 G20 중심으로 전환할 필요**

2. 세계화의 확대 및 동북아 경쟁 심화

□ **세계화 확대로** 중소기업을 포함한 **경제 전반에 글로벌 압력 증대**

○ 수많은 **다국적기업이 글로벌 네트워크*를 구축**해감에 따라, 우리 기업은 새로운 **위기(내수경쟁 격화)와 기회(글로벌 시장)에 직면**

* ①국경을 초월한 최적 입지에서 생산·판매 등의 기업 활동을 영위, ② off-shoring, outsourcing 등을 통해 최적의 업체로부터 원자재·부품을 조달
  - 세계 100대 다국적기업은 **자산의 57%, 매출의 62%, 고용의 58%**를 해외 의존

○ 산업의 융·복합화와 기술의 복잡성 등으로 **단일 기업이 모든 것을 혼자 하기 어려운 시대**에서 **네트워크 경쟁력은 필수**

□ 한·중·일 3국간 분업구조가 **보완관계에서 경쟁관계로 변화**함에 따라, 중국 등 **동북아 시장에도 총체적인 大경쟁시대**가 도래

○ 선진시장을 최종 수요처로 **'일본(소재)→한국(부품)→중국(완제품)'**으로 대변되던 **분업구조가** 위기이후 **상호 경쟁구도로 변화**

* 중국은 규모의 경제, 연구개발 확대 등을 통해 완제품 및 부품·소재 등 전 분야에 걸쳐 세계 시장점유율을 확대

* 일본은 자신의 강점인 환경기술·첨단기술 등의 우위를 바탕으로 기존 선진시장 공략함과 더불어 아시아 중산층 시장까지 집중 공략

○ 동북아 大경쟁시대는 우리 기업에게 **보다 높은 생산성과 글로벌 역량을 요구**하며, 기존 시장 안주가 아닌 **시장개척을 요구**

◈ **세계화의 진전으로 국제경쟁에 직접 노출된 우리 중소기업에 있어, 글로벌 역량 강화 및 네트워크 경쟁력 확보는 필수**

3. FTA 확산 등 무역패러다임의 변화

□ **FTA확산, 비관세장벽 확대 등 무역형태와 규범의 다양화**로 무역거래가 점점 더 복잡화·전문화

○ **(FTA시대 개막)** DDA 협상의 난항, 보호무역주의 확산 등을 배경으로 **해외시장 선점을 위한 각국의 FTA 추진 가속화** (WTO 통보 RTA 288건, 2010.10월 현재)

* 우리 교역(`10.1~9월)의 14.6%가 FTA 교역(서명된 FTA 포함시 35.5%로 확대)

- 체결국별로 세분화·차별화된 **FTA 확산**에 따라, **표준화된 WTO 체제와는 달리 필요정보가 급증**하고, **거래비용이 증가**

* FTA 체결 국가별로 상이한 원산지규정, 통관규정, 표준, 안전규제 등에 따라 기업이 수출에 있어 투입해야하는 시간과 비용이 증가함에 따라, FTA 추진효과가 반감

○ **(무역장벽 증가) 신규 무역제한조치 도입, 비관세 장벽 강화** 등 무역규제가 복잡·다양화

* `08.11월 1차 G20정상회의 이후 `10년2분기까지 645건의 신규무역제한조치 도입
* 기술규제(WTO에 통보된 건수)는 `04년 이후 연평균 18.5% 증가

□ 전자무역 확산, 결제방식의 변화 등 **무역거래형태도 기술발전에 따라 계속 진화**

○ **(전자무역 확산)** 기존 오프라인 방식의 수출 및 무역업무에서 벗어나 **인터넷 등을 통한 온라인 무역 및 전자문서 활용이 증가**

○ **(결제방식 변화)** 신용장 방식이 감소하고, **송금 방식이 증가하면서 무역금융·보험 환경이 변화**

* '97~'09년 중 신용장방식은 전체 수출액 중 43.1%에서 16.4%로 크게 감소한 반면, 송금결제방식 비중은 29.3%에서 59.8%로 증가

◈ 무역패러다임 변화에 대응해 지속적인 경쟁력 확보를 위해서는 **G20 무역 1조불 시대에 걸맞은 새로운 무역인프라 구축** 필요

Ⅲ G20시대의 무역비전

비 전 — **2015년 세계무역 G7 진입**

목 표 (15년)

① 7대 신흥시장 교역규모 7천억 달러
② 글로벌 중소·중견기업 500개 육성
③ FTA 선진무역체제 구축



신흥시장 진출확대

1. 유망 타깃시장별 맞춤형 진출 본격화
2. 전략적 경제협력 확대
3. 신흥시장 중심의 무역인프라 구축

중소·중견기업 글로벌 역량 강화

1. 대·중소기업 해외 동반진출 촉진
2. 중소·중견기업의 글로벌화 지원
3. 중소·중견기업에 대한 해외진출 인프라 지원

선진 무역인프라 구축

1. 국가차원의 무역 · 투자 정보 역량 강화
2. FTA 활용 극대화를 위한 기업지원시스템
3. 온라인 기반의 무역 인프라 확충
4. 서비스, 플랜트, 조달 등 신무역분야 개척

Ⅳ G20시대의 무역정책방향

1. 신흥시장 진출확대

현황 및 문제점

◇ **국별·권역별 특성**을 고려한 **신흥시장** 진출전략 부재

- 중국, 아세안*을 제외하고는 **신흥시장 진출이 미흡하고, 중국**(또는 아세안)**도 권역별 접근에 있어서는 부족**

  * 중국시장 점유율(`08)은 9.9%, 아세안은 5.0%로 우리 수출의 세계시장 점유율 3%를 크게 상회

- **신흥시장별, 신흥시장 내 각 지역·계층별 차이** 등 시장특성에 대한 기본적인 정보력 취약

◇ FTA 등 **대외경제정책과 무역정책의 연계 부족**

- **다양한 국가와 FTA**를 체결·추진 중이나, **신흥시장 중 FTA가 발효된 국가**는 **인도, 칠레, ASEAN**에 불과

- 선진국에 비해 **ODA 절대규모가 작고*** ODA 재원을 효율적으로 활용하기 위한 **전략적 차원의 접근도 부족**

  * ODA 규모(ODA/GNI 비율): (한국) 8.2억불(0.1%) vs (DAC 평균) 52억불(0.31%)

◇ 무역 인프라도 **선진국 중심**으로, 신흥시장에 대한 **네트워크·마케팅인프라·인력 등 진출기반이 취약**

- KOTRA 등 무역 유관기관의 지원활동이 선진국 위주로 전개

- 성공적 진출을 지원하는 **마케팅, 금융 등 각종 지원 서비스**와 **전문 인력 양성시스템**도 **기업수요 대비 부족**

1 유망 타깃시장별 맞춤형 진출 본격화

□ **시장규모, 성장성, 전략적 협력 필요성** 등을 감안, 중남미, 중동, 아프리카 등 **7개 유망 타깃시장**을 선정

구 분	인도	아프리카	중앙아	중남미	중동	중국	아세안	합계
GDP('09,억불)	1,237	845	193	3,879	2,165	4,985	1,494	14,798
인구('09,백만명)	1,199	723	71	547	405	1,335	592	4,872

□ 타깃시장별 차별화된 진출 전략을 통해 **'15년까지** 7개 타깃시장과의 **교역규모를 현재의 3,660억불에서 7,440억불**로 확대

구 분		인도	아프리카	중앙아	중남미	중동	중국	아세안	합계
무역액	'09실적	122	117	21	384	857	1409	750	3,660
	'15목표	363	243	61	985	1602	2782	1403	7440

□ **(자원개발과 연계한 인프라시장 진출)** 플랜트 등 인프라 진출과 자원협력 연계로 안정적 자원확보 및 비즈니스 기회확대

중남미 **자원개발 및 통상협력**을 확대하고 **진출기업 지원** 강화

○ **정보·현지네트워크** 확보, **파이낸싱** 지원, **적극적 자원외교** 등을 통해 **자원개발** 협력 확대

○ **遠거리·高비용** 시장인 점을 감안, **시장정보 조사·연구** 및 **진출기업간 네트워크**를 활성화하고, **물류·A/S망 확충**

중 동 **문화특성**을 고려한 **맞춤전략**으로 **프로젝트 수주** 확대

○ **이슬람권 문화적 특성**을 고려하여 금기·선호 등 문화소양 정보, 지역엘리트 DB 등을 활용한 마케팅 지원

○ **유망 프로젝트 발굴**에서 **최종완공**까지 **지원시스템 체계화**

* 현지 KBC의 수주지원센터 운영, 민관협력 Package Deal, 수은무보 파이낸싱 지원

아프리카 **중점협력국 중심**의 **맞춤형 지원**을 통한 진출기반 강화

○ **거점국가**(알제리 등)·**중점분야**(건설·IT 등) 중심으로 **경제협력 역량을 집중**

○ **ODA, 정부간 협력사업, 민관 합작·파트너십 진출** 등으로 **先 진출기반 확보, 後 실질 사업화** 연계 추진

* 아프리카 순방을 통한 자원개발과 프로젝트 수주 지원 (`11.상)

중앙아 **민관 공동으로 자원개발 및 SOC사업** 진출 확대

○ **정상회담, 공동협력위** 등에서 발굴된 **협력의제 후속조치** 추진

* (우즈벡)수르길 가스전·화학플랜트 (카자흐)발하쉬 석탄화력발전소, 해상광구 공동탐사 (투르크)육해상 광구 공동조사, 항만현대화 등

○ 자원개발에서 벗어나 **산업다각화**를 위해 중점 추진중인 **IT·자동차·중장비 등 신산업**(제조업) 분야 시장 진출 확대

□ **(소비시장 교역확대와 신산업분야 진출)** 중국, 인도 등 신흥 중산층 시장 공략과 신재생, IT 신산업 분야 진출

중 국 **省·市별 산업특성, 소득수준에 맞춘 시장진출 지원**

○ 화북, 화동, 화남 등 **5대 권역별 특성**에 맞춘 **유망 시장 진출**을 위해 권역별 맞춤형 진출 지원

* (화북) 고급소비재, 콘텐츠 (화남) 물류, 아웃소싱 (화동) 아웃소싱, 고급소비재, 서비스 (동북) 생활소비재 (중서부) SOC 프로젝트, 환경·신재생에너지 설비

○ **민간채널**(한중재계회의 등) 및 **정부간 협의체**(투자협력위 등)를 활성화하고, **진출기업 경영활동 지원**(시장조사·연구, 컨설팅 등)을 강화

인 도 **지역별 특화분야 및 시너지 활용분야** 진출 확대

○ **4대 지역별** 특성에 따라 특화된 **시장 진출전략** 추진

* (뉴델리/북부) 전력SOC 등 수주 (뭄바이/서부) 원전, 중소기업 현지진출 (첸나이/남부) IT/SW, 자동차·전자 부품업체 진출 (콜카타/동부) 자원개발

○ 인도의 **우수한 SW인력**을 활용한 HW(韓)-SW(印) **IT협력을** 추진

아세안 **FTA, 韓流 등 효과적 활용을 통한 진출 촉진**

○ **FTA 활용 및 韓流 확산지역** 중심으로 **문화마케팅** 전개

* 한류스타 및 국산캐릭터를 활용한 마케팅 및 문화콘텐츠 자체의 수출 마케팅

2 전략적 경제협력 확대

□ **(전략적 FTA 추진) 신흥시장별 중점국가**(해당지역의 관문국가 등) **중심으로 전략적 FTA 지속 추진**

○ 현재 진행 중인 **신흥시장과의 FTA*는 조속한 협상 타결을 추진**하고, 旣타결·발효된 FTA는 **양허수준 제고방안 모색****

* 터키·콜롬비아 등 ** 한·베트남 양자 FTA 추진을 위한 공동작업반 진행 등

○ 중미(파나마·코스타리카 등), 아프리카, 중동, 중앙아시아 지역 등 신흥시장 국가를 중심으로 **FTA 추진 대상국 지속 발굴**

* 시장잠재력, 정치외교적 함의, 거점역할, 협상여력 등 고려, 우선순위 결정
* FTA추진대상(분위기 조성국): MERCOSUR, 이스라엘, 몽골, 중미5개국(파나마, 코스타리카, 과테말라, 온두라스, 도미니카), 베트남

□ **(공적개발원조 활용) 對신흥국 ODA 지원을 확대하고, 사업 초기단계부터 민·관협력체계 구축으로 수주경쟁력 확보**

○ **旣수립된 ODA 확대계획***에 따라 상대적으로 부족한 **공적개발원조 규모**를 '15년까지 지속적으로 확대

* ODA/GNI 비율 : (`09)0.10% → (`12) 0.15% → ('15) 0.25%

○ **사업 초기단계부터 긴밀한 민·관 협력체계(PPP*) 구축**을 통해 신흥국과의 **경제협력 저변 확대** 및 프로젝트 **경쟁력 제고**

* Public Private Partnership : 정부 중심의 개발협력 사업을 민간과의 파트너쉽 구축을 통해 공동으로 추진하는 방식으로, 기업의 CSR활동을 지원하여 기업의 이미지개선에 도움을 줌으로써 기업의 장기적인 이윤제고를 지원
* KOTRA 등을 통해 기업들과 긴밀히 ODA 조달시장 관련 정보 공유

□ **(신 경협모델 활용)** 우리의 **성공적 경제발전** 및 **인프라운영 노하우**를 활용한 새로운 경협모델 구축·활용

○ **KSP(Knowledge Sharing Programme) 사업**을 통해 신흥국의 **경제발전전략 수립 등을 지원**하고, 전략 수립과정에서 발굴된 구체적인 프로젝트는 **ODA 및 민간투자 자금과 연계**

3 신흥시장 중심의 해외진출 인프라 확충

□ **(마케팅) KBC 등** 해외 마케팅 지원체제를 **신흥시장 중심**으로 개편

○ 신흥시장 **KOTRA KBC**의 확대를 추진하고 **각 지역별 특성에 따라 차별적인 서비스 제공**

- `11년 중 12개의 KBC를 신설하되, **전략적 가치**에 따라 **중국, 아프리카** 등 지역부터 우선 설치

* `11년 신설 KBC: 중국 7개소, 아프리카 3개소, 동남아 1개소, CIS 1개소

- **각 지역별 특성**에 맞춰 **KBC의 기업지원 서비스를 특화**

* (예시)중국 – 서비스업 진출, 인증취득, 프로젝트 수주
중동 – 프로젝트 수주, 투자유치 지원 등

○ **해외전시회 참가, 무역사절단 파견** 등 마케팅 지원 사업에서 **신흥시장의 비중**을 점진적으로 확대(`10년 50% → `14년 60%)

□ **(금융·보험) 신흥시장 맞춤형 금융지원 강화**

○ 貿保·輸銀 등 공적무역금융기관의 **對신흥시장 수출신용·보험 확대**

○ 글로벌 금융기관 및 다국적기업과의 **파트너십 강화를 통한 대형 프로젝트의 수주 역량 강화**

파트너십 사례

① Standard Chartered Bank(SCB)와 한국무역보험공사(K-Sure)가 우리 기업의 수출 및 해외투자에 금융지원 협조키로 MOU 체결(`10.10월)
② 수출입은행과 미쓰이스미토모은행(SMBC)이 자원개발, 석유·가스, 석유화학, 발전 등을 포함한 인프라 분야 협조융자 확대 MOU 체결(`10.7월)

○ **진출 중점분야에 따라** 플랜트형(예. 중동), 자원개발형(예. 아프리카), 혼합형(예. 중앙아)으로 **무역보험 지원 다양화**

<신흥시장 수출신용(보험) 지원방식>

플랜트형	수출신용 및 보험(중장기수출보험, 해외사업금융 등) 제공을 통해 금융조달비용 감소 및 자금조달규모 확대, 국내기업의 수주경쟁력 제고
자원개발형	해외 수출신용기관 또는 신흥시장에 강점을 보유한 금융기관과 공동으로 플랜트, 원전 등 프로젝트 금융지원 공동참여 추진
혼합형	공적개발원조(ODA) 자금을 무역보험 담보부 일반상업금융과 연계한 「혼합금융」 지원 방식 도입 추진

□ **(인력지원) 지역특화 전문인력 양성** 및 **인력활용** 지원

○ 신흥시장 국가 대학의 **한국학과정** 및 국내대학의 **지역특화 연구과정** 개설 지원 확대

* 한국학과정 : 교과과정 개설비용 일부, 교수진 등 지원
* 지역특화과정 : GTEP 참여대학 대상 시범사업 운영(`12년) 후 확대 검토

○ 신흥시장 **현지취업 희망자**(미취업자, 퇴직전문가), **현지유학생** 등 대상으로 **직무·어학교육** 및 **현지기업 취업알선** 서비스 제공

* 직무·어학교육 : 산업인력공단 해외연수프로그램 등 활용
* 현지기업 취업알선 : 유학생 취업설명회, 중견 무역전문인력 고용지원센터(무협), 구직사이트(www.worldjop.or.kr) 운영, 중소기업 해외투자전문가 채용지원사업 추진

○ 재외동포 우수 청년인력을 대상으로 **해외진출공공기관에 인턴쉽 프로그램을 운영**하고, 인턴쉽 종료 후 **국내중소기업 취업 알선**

* 해외 KBC에서 인턴쉽 희망 재외동포 발굴, Contact Korea에서 운영

○ **코트라 KBC 지사화 사업에 인턴 파견**을 재개함으로써, 청년실업 해소 및 중소 수출업체의 해외마케팅 경쟁력 제고 지원

□ **(진출기업 서비스) 법률·세무·회계** 등 기업지원 서비스 강화

○ 진출희망 기업이 **사전점검사항**을 체크할 수 있는 **투자가이드, 성공·실패사례집** 등 **Kit형 자료** 발간·제공

○ 진출 기업에게 **변호사, 세무사, 회계사 등 현지 전문인력**을 매칭해주는 **KOTRA 멤버십제도** 운영

* 기업수요가 많은 중국지역부터 시범운영 후 타 지역으로 확대

2. 중소·중견기업 글로벌역량 강화

현황 및 문제점

◇ 우리 중소기업의 상당수*는 **세계시장 진출계획**을 갖고 있으나, 신흥 **유망시장 공략 및 관리 역량이 부족**

＊ 중기중앙회 조사(`10.7월): 수출중소기업 300개 업체 중 81%가 글로벌화계획 보유

- 중소기업의 애로사항은 **해외마케팅, 정보, 자금, 인력 등으로서, 다양한 설문조사**를 통해 확인되는 사항은 **대체로 유사**

< 중소기업의 국제화를 방해하는 요소 >

중소기업이 생각하는 수출장벽 순위	① 수출금융 조달	② 사업기회 포착(정보)	③해외시장 분석정보	④해외고객 접근성	⑤바이어의 신뢰성 확인	⑥업무에 시간부족
관계당국이 생각하는 수출장벽 순위	① 무역인력 및 훈련상태	② 수출금융 조달	③해외시장 분석정보	④사업기회 포착(정보)	⑤업무에 시간부족	⑥해외고객 접근성

＊ 자료: OECD

- 중소기업의 수출비중 감소 등 **대·중소기업간 수출 불균형 현상이 점차 확대되는 추세**

- 중소기업 **매출액 중 수출비중이 점감(대기업은 상승)**하고 있으며, **중견기업군*도** 글로벌 히든챔피언과 비교시 **수출비중이 낮음**

＊ 대기업 매출액 중 수출비중(%, 韓銀): (`04) 54.7 →(`08) 57.9 →(`09) 58.1
＊ 중기 매출액 중 수출비중(%, 韓銀): (`04) 27.8 →(`08) 15.6 →(`09) 16.8

<한국 중견기업과 글로벌 히든챔피언의 수출비중 비교>

구분	한국 중견기업					글로벌 히든 챔피언
	최상모델군	후보군	현실안주군	성장한계군	합계	
수출/매출액 비중(%)	69	35	13	7	13.3	61.5
표본 수	3	84	707	308	1,102	2,000

＊ 자료: 세계적 전문 중견기업 육성전략(`10.3)

◇ 해외진출에서의 **대·중소기업간 자발적 협력 촉진을 위한 유인 부족**

- **대·중소기업의 동반진출로 윈·윈 효과가 있는 분야**에서 자발적 **협력의 유인이 부족해 동반진출 성과 저조**

＊ 정보의 불완전성, 대기업 위주의 수직구조 등이 주된 요인으로 작용

1 대·중소기업 해외 동반진출 촉진

□ 대·중소기업 해외동반진출 촉진을 위한 정부지원체제 구축

○ **'대·중소기업 동반진출 포럼**(가칭)' 구성·운영, KOTRA내 **'동반진출지원센터'설치** 등 동반진출 지원인프라 구축

* 포럼을 대·중소기업간 자발적 협력을 위한 장(場)으로 활용하고, 포럼의 활동을 '지원센터'를 통해 뒷받침

* 수출 1억불이하 중소기업을 대상으로 조사한 결과 64.3%가 동반협력 필요성 제기

○ 대기업과 중소기업간의 협력을 위한 **협의체(1+3이상)에 대해 세제지원 등 인센티브 부여**

- 중소기업 해외시장 진출을 위해 **대기업별 동반성장 투자재원을 적극 활용**토록 인센티브 등으로 유도

* 동반성장 투자재원에 대한 세제지원(세액공제)을 내용으로 하는 조세특례제한법 개정안은 현재 국회 심의 중

- **우수 협력사례**에 대해서는 동반성장지수, 정부포상 등에 반영

○ 旣추진중인 **SW등 동반진출 사업에 대한 지원을 확대**하고 이를 자동차, 조선, 대형프로젝트 등 **협력유망분야로 확대**

- **SW분야** 공동 해외마케팅에 대한 지원 확대(`10년,4개→`13년,10개)

* SW분야 지원(`10) : 4개 협의체(1+5)에 해외마케팅 용도로 각각 5천만원 지원

- **전력설비·기자재** 분야 공동 해외마케팅 지속 추진(`09~`11년,14억)

< 동반진출 중점 확대분야(예시) >

분 야	사업추진 방향
통신·SW	통신사와 부품협력사, SI업체와 SW개발업체의 동반 수출
자동차·조선	대기업 완제품과 중소 협력사의 부품·기자재 동반 수출
대형프로젝트	발전소, 철도 등 프로젝트 수주시 협력업체 동반 진출

□ 대·중소기업 동반진출 확대를 위한 **자발적인 협력사업 강화**

○ 해외 진출 **대형 유통망의 국내 중소기업 제품구매 촉진**

* 중국, 인니 등에 121개 대형유통업체가 旣진출
* 유통기업 납품업체 동반진출 계획 : 이마트('10) 59개 품목에서 확대 예정, 롯데마트('10)1개 품목에서 ('11)33개로 확대, 삼성테스코는 국내 중소기업 납품지원 협약('10.10)

○ **전문무역상사***(해외판매 전담)와 **중소기업**(국내생산 전담)**의 전략적 협력을 통한 해외진출 강화**

* 과거 종합무역상사(7개)를 포함 지역별·품목별 전문상사 250개 지정

- 업종별·지역별 **'전문무역상사·제조중소기업 해외진출 상담회'** 개최 확대를 통해 중소기업의 글로벌화 지원
- 전략적 협력사업에 대한 **금융, 마케팅 지원 제공방안 강구**

○ **대기업의 하청 중소기업에 대한 전속거래 강요 관행 개선**

- 공정위 등을 통해 현장의 **대기업 전속거래 강요 관행 실태를 점검하고 개선을 지도**

* 기업이 하청 중소기업을 동반자 관계로 인식해 해외 판로개척을 도와주는 사례가 늘고 있으나, 아직도 현장에서는 제한 관행이 상당한 실정

□ **공기업**과 전문성이 있는 **중소기업**의 **동반 진출 강화**

○ **공기업해외진출협의회***를 통해 **협력 프로젝트를 발굴**하고 **합동설명회** 개최 등 **중소기업의 참여를 유도**

* 코트라 해외진출지원센터(대외무역법 제8조에 근거)에서 운영하며, 석유공사, 한전 등 40개 주요 공공기관간 정보 공유 및 협력사업 협의 기구

※ 공기업과 중소기업의 동반진출사례
① 지역난방공사–장한기술의 몽골 진출 (`08.9~, 지역난방, 용수공급시스템 개선)
② 도로공사–삼보기술단의 캄보디아 진출 (`10.5~, 국도·지방도 설계 및 시공감리)
③ 광물자원공사–원진의 중국 진출 (`04.12~, 석회석 광산개발 및 판매)

○ 발굴된 프로젝트의 **지속 관리**를 통해, 중소기업 진출지원 성과를 **공기업 경영평가**에 반영

2 중소·중견기업의 글로벌화 지원

□ 글로벌 성장단계별로 「맞춤형 수출지원프로그램」 제공

○ 수출초보기업, 수출유망기업 등 **글로벌화 단계별로 차별화된 지원체계 구축**

① 수출초보기업(내수기업 ~ 100만불 이하) : 수출경험이 없거나 부족 → 무역실무교육·해외시장정보제공 등의 지원
② 수출성장기업(500만불 이하) : 마케팅, 디자인 등 일부 역량이 부족 → 분야별로 특화된 지원 제공
③ 수출유망기업(500만불 이상) : 본격적 글로벌 진출단계 → '수출 + 해외투자' 지원으로 글로벌 강소기업 육성

○ 중소기업수출지원센터, 중소기업진흥공단, KOTRA, 무역보험공사 등 **유관기관의 협력 네트워크 강화**

- 수출활동지원, 브랜드육성, 해외마케팅 지원 등 총체적 지원 제공

□ 글로벌 중견기업 육성을 위한 '통합 프로그램' 구축·운영

○ 기관별로 특화된 **중견기업 지원시스템을 연계**하여, 하나의 강력한 **통합 지원체제로 운영**

- 중기청, 코트라, 무역보험공사 등 다양한 중견기업 지원프로그램의 지원대상·기준을 통합하여 일원화된 프로그램 제공

* 지난 3.18일 발표된 World Class 300 프로젝트('20년까지 World-Class 수준의 300개 기업을 육성)를 일원화된 새로운 통합지원체제로 운영 추진

- 대상 중견기업별로 심층적인 진단·컨설팅을 통해 금융, R&D, 수출마케팅 등을 포함한 **차별화된 패키지 지원 제공**

○ **기관간 협력**, 전체 프로그램의 **총괄기능 수행 등**을 위해 관계기관이 참여하는 **'중견기업 육성협의회**(가칭)**' 구성·운영**

* 우량 지원대상에 대한 선점경쟁으로 인한 정부재정지원의 불균형 배분 방지
기관별로 상이한 지원 대상·기준·조건 등에 대한 상호 정보공유 및 공조 도모

3 중소·중견기업에 대한 해외진출 인프라 지원 강화

□ 중소기업 해외투자 진출단계별 지원체계 구축

○ **(사전준비단계) 해외 투자환경에 대한 맞춤형** 정보제공 활성화

- **한국투자기업지원센터***를 통해 주요 진출국의 **투자 환경**을 **모니터링**하고, 국내외 **순회설명회 개최 등 정보제공 강화**

* 중국·베트남 등 8개국 KOTRA KBC 내 13개 센터 운영 중

- **해외진출정보 포털사이트**(www.ois.go.kr)의 **커뮤니티 기능을 강화**하고 개별기업의 **맞춤형 정보 수요에 대응**

○ **(현지정착단계)** 현지 정착 지원을 위한 **밀착지원체제 구축**

- 해외투자사업 **전문·집중화**를 위한 **'해외투자 전담관'** 제도 시행
- **현지기업 수요**를 반영한 센터운영 및 **평가·환류시스템** 마련
- **센터 未소재지** 투자진출 지원을 위한 **Help-Desk** 운영

* 남미 등 최근 투자진출이 활발한 지역에 전문변호사 위촉을 통한 투자지원 Help-Desk 운영 → 1~2년간 성과평가 통해 한국투자기업지원센터로 승격 추진

□ 중소기업 해외마케팅 지원 인프라 강화

○ **신흥시장 중심**으로 중소기업 물류비 절감을 위한 **공동물류센터 추가 설치 추진**(누계기준: `10년 25개 → `11년 30개 → `13년 40개)

- 물류창고 기능뿐만 아니라 **무역 프로세스 전 과정을 연결·지원**(예. 통관업무)하는 **해외물류 토털 서비스 제공 확대**

○ **해외支社화 사업의 서비스 품질 제고**

- **인력 재배치·증원** 등을 통해 **전담직원 1인당 담당 업체수 축소**

* (`10년 현재) 7.4개사 → (`13년 목표) 6.0개사

- 수요에 따라 현지 전문기업을 활용한 **서비스 아웃소싱** 추진

□ **해외마케팅 지원계획 수립 및 기관간 협력체계 구축**

○ 해외마케팅 지원정보의 일괄 수집·제공, **중복지원 방지**, 지원기관 간 **협력체계 구축 등**을 위해 **"해외마케팅 지원 포털사이트" 구축**

* 통합무역정보시스템과 연계하여 他지원사업 정보와 통합 제공

○ 향후 해외마케팅 지원사업을 선제적으로 선별·구체화하는 **"전략적 해외마케팅 지원계획"** 수립·시행

* 해외전시회, 한국상품전, 무역사절단 등에 대한 조기 지원계획 수립을 통해 기업의 예측 가능성 제고

□ **부족한 중소기업 실무 무역인력 수급 원활화**

○ **실무중심의 중소기업 무역인력 교육·양성 체제 구축**

- **실무중심의 교육 콘텐츠 개발, 온라인 교육 활용 등**을 통한 지방 중소기업 인력 교육 인프라 강화
- FTA 등 新분야에 대한 전문지식 반영 등 **「국제 무역사」 자격제도**(무역협회 주관)**의 위상 제고**

○ **중소기업에 대한 무역 전문인력의 공급 원활화**

- **분야·지역별, 능력수준**별로 무역 전문 인력에 대한 DB 등 **통합정보시스템***을 구축, 구인·구직자에게 맞춤형 정보 제공

* 무역협회가 운영 중인 Trade Job Center 등을 활용하여 구축

- 해외우수인력발굴 - 외투기업채용지원 - 중소기업인력난해소 - 청년실업 해소를 연계한 **초대형 『글로벌 채용 박람회』 개최**
- 지자체·무역협회 공동의 **취업마트 개최, 온라인 취업포탈** 등을 통한 온·오프라인 **인력 매칭 활성화**

3. G20시대 선진 무역인프라 구축

< 현황 및 문제점 >

◇ FTA, 전자무역 등 **세계 무역 환경 및 형태는 빠르게 변화**하고 있으나 이에 대한 **대응은 미흡**

- FTA 등 **무역정보의 양과 중요성은 급증**한 반면, 국가 전체적인 **정보 역량은 취약**

  * FTA 정보, 기술장벽, 환경규제, 무역지원사업, 신흥시장 정보 등 무역에 필요한 정보의 양이 기하급수적으로 증가
  * 스파게티볼 효과(spaghetti bowl effect) : 중소기업의 국별로 다른 복잡한 FTA 규정에 적응을 못해 오히려 시장에서 배제될 우려

- 본격적인 FTA 시대에 대비한 **기업의 준비가 부족**하고, **旣체결 FTA에 대한 활용도 저조**

  * 수출시 특혜관세 활용률(`10.1~5월) : 한·아세안 21%, 한·EFTA 30%대
  * FTA의 낮은 관세인하 효과, 기업의 원산지 기준에 대한 이해 부족 등이 원인

- **전자무역 시스템 활용, 무역 전문가 양성** 등 무역 인프라 구축·활용도 **부족**

◇ 전세계적인 시장개방 확대로 **서비스, 조달 등 新시장 진출 가능성** 증가

- 세계 **서비스수출액**은 **상품수출액의 1/4 수준**이고, **상품 수출액보다 높은 증가세** 시현

  * 세계 서비스수출액 : (`08) 3조 8,586억불 * `00~`08 연평균증가율 : 14.3%
  * `08년 서비스 수출 비중 (서비스+상품 중) : 영국 38.2%, 미국 29.9%, 프랑스 21.4%, 일본 16.6%, 한국 15.1%

- **신흥국 중심의 SOC 등 프로젝트** 시장과 **국제기구 및 해외 정부의 조달시장**도 점차 증가 추세

  * `20년까지 전 세계적으로 전력·물·통신·철도 등 인프라시장 매년 2조 달러 증가 전망
  * `09년 기준 전 세계 정부조달시장 규모는 약 9조불 수준으로 추정(OECD)

1 국가 차원의 무역·통상 정보 역량 강화

□ **정보 공유 및 확산**을 위한 **「국가 무역·통상 정보 유통체계」 구축**

○ 여러 부처·기관에 **분산된 무역·통상 정보를 통합·체계화**하기 위한 **법적·제도적 기반 정비**

- 기관별 보유 정보의 확인, 정보 교환, 통합 및 원스톱 서비스 제공 등 **「국가 무역·통상 정보 구축·운영 계획」 수립**
- 관계부처 및 유관기관 간 정보 협력체계 구축을 위해 **「무역·통상정보 관리 협의회」 설치·운영**

* 참여기관 : 지경부, 기술표준원, 환경부, 관세청, 무역협회, KOTRA 등

- **대외무역법 시행령 개정**을 통해 **협의회의 설치 근거 마련**

* 현재 대외무역법 제8조는 무역·통상 정보 수집·분석·제공의 근거, 시행령 제11조는 방법·절차 등을 규정

○ 무역·통상 전문 연구기관 간 연구결과 공유를 위한 **「무역·통상 연구 협의회」 구성·운영**

- 참여대상 : KIEP, KIET, KOTRA, 수은, 무역협회, 무보 등
- 매년 주요 분야별*로 연구 결과에 대한 **공동 세미나 개최 등 연구결과 공유·확산**

* ① 해외시장/마케팅(중점 연구기관 지원사업 연계), ② 무역경쟁력/전략, ③ 무역동향/환경, ④ FTA/통상, ⑤ 해외투자

□ **신흥시장에 대한 정보 조사·연구 체계 확충**

○ 신흥시장별 **시장·무역 정보 수집 및 유통** 기능 강화

- **신흥지역의 신설 KBC를 활용한** 정보조사 기능을 강화하고, **정보 공유·확산**을 위한 온라인 정보 유통체계 구축
- 주요 신흥 시장별로 민간 연구소, 기업, 대학 등이 참여하는 **'신흥시장 진출 포럼'을 구성·운영**하여 정보 역량 강화

* 전문 연구기관이 간사 역할을 맡아 포럼 운영을 지원

○ **주요 신흥 시장별 전문 연구기관 육성**

- KIEP, KIET, 국제무역연구원, 수출입은행 등 **주요 연구기관별로 전문연구 지역 및 분야를 특화**

- 주요 시장별로 특화 연구 기관 중심의 **공동 지역연구를 추진하고, 이에 대한 지원을 강화**(연 3~5억원)

* 거시·미시 분석, 업종별 분석 등 기관별 역량을 모아 '지역별 진출 전략' 등 연구

- 연구 전문성 강화를 위해 **기관별로 해당 특화시장 지역의 KBC에 연구원 파견 추진**

* 일본 JETRO는 해외사무소를 유관기관에 개방 : 19개 해외사무소에 37개 기관의 75명이 파견 공동근무 중

○ **경제·인문사회연구회**의 **지역별 연구 지원을 확대**하고, **중동·아프리카 연구**에 대해서도 **신규로 지원 추진**

* 지역연구 예산 규모('10→'11) : 중국 35억→47억, 인도·아세안·중남미 20억→20억, 중동·아프리카 0→16억

□ **중소기업에 대한 무역·통상 정보 제공 서비스 강화**

○ 정보력이 취약한 중소기업에게 해외 주요국별 무역·통상 정보 제공을 위한 **「통합무역정보 시스템」 구축**

- FTA에 대비한 국가별·품목별 **관세 및 수입규제**(인증, 허가·신고, 품질검사 등), **수출지원 사업 정보*** 등 제공

* KOTRA, 무보, 무역협회, 지자체 등 30개 기관에서 약 320개 지원사업 운영 중

- **'11년에는 FTA가 발효되는 EU부터 DB를 구축**하고, FTA 체결국을 대상으로 **매년 단계적으로 확대**

* 시스템 구축대상: (`11) EU → (`12) 미국, 인도, ASEAN → (`13) 중국 → (`14) 일본

○ **통합무역정보 DB**를 무역협회, 중진공 등 **유관기관과 공유**하여 **중소기업에 대한 무역 컨설팅*에 활용**

* 무역협회 종합무역 컨설팅 : '10.2~'10.8월 6,615개 업체 23,422건 수행

② FTA 활용 극대화를 위한 기업 지원 시스템 구축·운영

□ 수출기업의 FTA 활용 지원 강화

○ 무역협회, 중진공, KOTRA, 대한상의 등 **'FTA 활용지원센터'를 중심**으로 중소기업에 대한 **FTA 교육·컨설팅 강화**

- 내년에 추진되는 '통합무역정보 구축사업'과 연계, **EU 시장에 대한 FTA 활용 방안 교육에 주력**

- 영세 업체 대상의 수출대행 및 컨설팅 활성화를 위해 **우수 전문무역상사를 발굴**하여 **FTA 교육 지원**

○ **중소기업**에 **'원산지 관리시스템'보급을 확대**하고, 자동차 등 **주요 업종**은 대기업과 협력업체간 **공동 원산지관리체계 구축** 추진

□ FTA 전문가 양성 확대

○ 무역인력 양성사업의 **기본교육*** **과정에 FTA 강좌를 신설**하고, **대학의 FTA 특성화교육**** **실시**

* 기본 교육 : 매년 6일간 실시되는 집합교육(50시간)

**특성화 교육 : 각 사업단(대학)이 특정 특성화 분야를 선택하고, 3학점 이상 할당(예 : 글로벌마케팅, 운송·물류, 서비스 무역)

○ **한-EU('11.7월 발효 예정), 한-미 FTA** 등 주요 FTA의 발효에 따른 교육수요 급증을 고려하여, **「FTA School」 과정 확대**

* '10년 3개 과정(3일) 운영 중(종합실무, 지역별 진출전략, 업종별 활용전략)

* 연간 교육 인원 확대 목표 : ('10) 500명 → ('11) 1,000명

○ 산업단지공단과 연계한 **지역별 FTA 교육을 통해 지역 수출기업의 FTA 대응 지원**

* 지역 기업에 대한 FTA 정보제공, 상담, 교육을 위해 지자체, 유관기관 참여

3 온라인 기반의 무역 인프라 확충

□ e-Nego 등 전자무역 활용 본격화

○ 모든 기업이 **e-Nego*(전자 수출환어음 매입)**를 할 수 있도록 **uTradeHub(전자무역망)를 보완하고, '11년부터 본격적인 서비스 제공**

* 수출대금 회수 전과정을 온라인으로 처리하여 서류준비 시간(6→3일)과 대금회수기간(3→1일) 단축, 연간 20만건 처리시 333억원 절감

- **전자무역 이용률**을 **'10년 47%에서 '15년 75%로** 대폭 제고

○ **구매확인서 발급방식을 온라인으로 일원화**하는 **'e-구매확인서 제도' 전면 시행**('11.7월)

* 현재는 온라인/창구 발급 모두 가능 → 일원화 통해 연간 226억원 행정비용 절감

□ 전자무역 서비스의 국제 네트워크 확대

○ 국가 간 전자 문서 거래를 위해 **인도네시아, 태국 등과 전자무역망 연계 협의 추진**('11년)

* 대만(`06), 중국(`07)의 전자무역망과 uTradeHub를 연계하여 전자문서 거래 중

○ **국제 화물추적정보 시스템의 해외 항만 연계 확대*** 추진

* 현재 중국 등 8개국 15개 항만 → '11년에 인도 등 2개국 3개 항만 추가

□ 온라인 수출 시스템 활용 제고

○ 해외 현지의 유력 **온라인 B2B 사이트에 대한 입점 지원**

- **글로벌 B2B사이트의 한국 상품 특별관 등록비용 일부를 지원**하고 상품 정보 번역(전자 카탈로그 제작) 지원

* 건설·농기계 업체 '블루드라'는 온라인을 통해 해외에서의 수출활동도 없이 아프카니스탄에 24천불의 농기계 수출

○ 수출 능력이 부족한 중소기업의 **온라인 수출 활용 유도 및 정부 지원 강화**

④ 서비스, 플랜트, 조달 등 신무역분야 개척

□ **FTA 시장개방** 등에 대비한 **서비스 해외진출체제** 구축

○ **서비스 수출**에 대한 **무역보험, 보증브랜드, 마케팅** 지원을 확대

* 서비스 종합보험 : (`10)1.2조→(`13)2.5조, 문화수출보험 : (`10)0.5조→(`13)1.2조, 문화수출보험 대상 : (현행)영화, 드라마, 게임 등 → (추가)CG, 출판 등
* KOTRA 보증브랜드 : (`10)5개→(`13)50개 *지사화 사업 : (`10)5개→(`13)100개

○ 서비스 업계의 **애로해소**를 위해 **'서비스 수출지원단'**을 구성·운영하고, **사기진작**을 위한 **포상 확대**

* 서비스 수출지원단 : 지경부, 무역협회, KOTRA, K-sure, 정보통신산업진흥원
* 무역의 날 서비스기업 포상규모 : (`10) 10개 → (`11) 15개

□ **원전, 플랜트, SOC** 등 프로젝트 시장 진출 지원

○ 분야별·지역별 **유망 프로젝트 발굴**을 위한 **시장개척단 파견, 현지 상담회** 등 추진

○ **관련 기업간 컨소시엄** 구성을 유도하고, **진출전략 컨설팅** 및 **수주지원센터** 등을 활용한 프로젝트 수주 지원

* 직접수주 곤란시, 유력 현지기업 및 글로벌기업과의 협력을 통한 수주 지원

□ **해외 조달시장 진출 지원** 강화

○ **타깃시장 및 유망기업 선정** 후 **벤더등록부터 입찰참여, 계약**까지 전주기적 지원 추진

* `11년 상반기중 유망분야 분석 → `11년 하반기내 지원대상 선정

○ 정부조달 有경험 업체, 전문무역상사 등을 **'해외조달 전문 대행업체'** (50개)로 지정·**육성**

○ **'해외 조달시장 진출지원협의회'**를 구성하여 정보제공 기능을 연계하고, '12년까지 **수요자 중심 정보서비스 체계** 구축

* 협의회 구성 : 총리실(총괄), 재정부, 외교부, 지경부, 국토부, 조달청, 중기청

Ⅴ 2011년 전망 - 무역 1조불 시대 개막

□ 2010년말 기준 **수출 4,650억불, 무역흑자 410억불**로 **사상 최고 기록* 경신** 확실시

* 역대최고: 수출 4,220억불(`08), 흑자 404억불(`09))

○ **10월까지 수출**은 전년동기대비 30.1% 증가한 **3,819억불, 수입**은 32.9% 증가한 **3,464억불**로 무역수지는 **355억불 흑자 시현**

* 수출이 전 대륙(대양주 제외)에서 고르게 증가했으며, 對중국 수출비중이 처음으로 25%에 육박(`09년 23.9% → `10.1~10월 24.9%)

* 반도체 등 부품·소재 수출비중이 50%에 육박하고 있으며, 정밀기계, 건설광산기계, 자동차부품, TV, 승용차 등의 수출이 급증

○ **2010년 수출은** 전년대비 **27.9% 증가한 4,650억불**, 수입은 31.2% 증가한 4,240억불, **무역수지는 410억불 흑자**로 사상최대 전망

* 주력 수출품목과 對신흥시장 수출의 호조 속에, 경쟁국 통화(엔·위안)의 강세, 원자재가 안정 등으로 사상최대 무역흑자 실현

□ 2011년에는 **수출 5천억불, 무역 1조불 시대**가 개막될 것으로 예상

○ 대내외 경제변수 변화를 감안한 **모델** 분석과 주요산업별 **동향 및 전망을 종합하여 분석**한 결과,

○ **'11년도 수출은** 10.3% 증가한 **5,130억불**, 수입은 15.1% 증가한 4,880억불을 기록해 **무역수지는 250억불 내외의 흑자**를 기록할 전망

< 2011년도 수출입 전망 (통관기준, 억달러, %) >

구 분	2010년(전망)	2011년(전망)
수출(증가율)	4,650(27.9)	5,130(10.3)
수입(증가율)	4,240(31.2)	4,880(15.1)
무역수지	410	250

※ '11년 전망의 전제조건
: 세계경제성장률 4.2%(IMF)
: 국내경제성장률 4.5%
: 국제유가(Dubai油) $82/B내외
: 환율 1,100 ₩/$