

국내외 기업의 우리나라 FTA 활용전략



CONTENTS

목 차

요 약

I. 기업의 활용전략

- | | |
|---|-----------------------|
| 1 | 1. 우리나라의 FTA 추진전략과 현황 |
| 4 | 2. 어떻게 FTA를 활용하나? |
| 6 | 3. 우리나라의 FTA를 활용한 기업들 |

II. 유형별 활용사례

- | | |
|----|--------------------|
| 10 | 1. 관세인하를 통한 경쟁력 제고 |
| 43 | 2. 서비스시장 진출 |
| 45 | 3. 글로벌 생산체제 강화 |
| 53 | 4. 신시장 개척 |

첨부. 2014 KOTRA발간자료 목록

요 약

- 우리나라는 주요 교역국과의 FTA를 통해 기업의 비즈니스 기회를 창출하고, 국제 통상질서의 핵심축(linchpin) 역할을 하기 위해 노력
 - 기업은 이러한 FTA를 글로벌 공급망의 관점에서 전략적이고 효과적으로 활용하기 위한 노력 필요
 - 관세인하, 서비스시장 개방, 투자자 보호 등 배타적 특혜를 최대한 활용하는 것이 기업의 기회
 - 기업의 생산 활동에 필요한 물품, 서비스, 자본, 인력의 이동이 FTA를 통해 이루어지는 최적 루트 개발전략 필요
- 우리나라 뿐 아니라 다른 나라의 기업들도 우리나라가 체결한 FTA를 글로벌 경쟁력을 높이는데 활용
 - 관세인하 조건을 활용, 해외시장에서 경쟁력 배가
 - 아세안 시장에서 화장품, 자동차부품, 건설·중장비 등이 가격 경쟁력을 얻고 시장진출에 성공
 - 인도, 유럽 등지에 진출한 우리 기업들이 중국산을 국내산으로 수입 대체하고도 원가 절감에 더 유리, 품질도 향상
 - 우리나라의 FTA는 우수인력 및 기술을 갖춘 산업기반, 중국·일본과 인접한 지리적 이점 등과 결합하여 시너지 효과
 - 미국, 유럽시장 진출을 노리는 일본기업들이 한국으로 생산기지를 이전하여 우리나라의 산업 경쟁력을 동시에 활용하는 효과
 - 중국 내 인건비 등 가격 인상으로 고심하는 구미기업의 중국 대체 생산지로 부상
 - FTA 체결에 따른 국가 인지도 상승이 기업에 대한 신뢰로 연결되기도
 - 우리나라의 FTA활용에 중국기업들은 아직까지 소극적
 - 아직까지 중국 내 생산조건이 FTA 등 외부환경 활용 시 이득보다 더 좋다는 분석
 - 한-중 FTA 추진 시 향후 동아시아 시장의 동태적 변화 감안 필요

I. 기업의 활용전략

1. 우리나라의 FTA 추진전략과 현황

□ 산업과 연계를 강화한 FTA 추진

- 그간의 '통상교섭' 중심에서 '산업과 통상의 연계강화'로 전환
 - 중소기업의 FTA 활용증대 등 FTA의 실효성 제고
 - 산업계 및 취약부문과의 소통
 - 원산지 증명 등 기업의 FTA활용 애로요인 제거
 - 통상교섭과 국내대책 수립의 연계

□ 국제 통상질서 재편에 선제 대응하는 FTA 추진

① 통상교섭 : 지역통합의 핵심축(linchpin)

- 중국 중심의 동아시아 통합시장(RCEP*)과 미국 주도의 환태평양 통합시장(TPP**)을 연결하는 핵심축(linchpin) 역할 수행
 - * 역내 포괄적경제동반자협정, ** 환태평양동반자협정
 - 한-중 FTA와 한-미 FTA를 통해 아시아-태평양 경제통합의 허브 역할

<아-태지역 경제통합과 우리의 역할>



* 출처 : 「새 정부의 新통상 로드맵」 ('13.6.13)

② 통상협력 : 신흥국 맞춤형 통상협력 모델 개발

- 신흥국의 개발, 협력수요에 부응하면서 산업·자원·에너지 협력 등과의 연계를 통한 win-win방식의 FTA 추진
 - 신흥국의 경제발전 동력을 우리기업의 해외진출 확대 계기로 활용

<우리나라의 FTA 추진 현황>

① 발효 (9건 47개국)	• 칠레 ('04.4월) • 싱가포르 ('06.3월) • EFTA ('06.9월) • ASEAN ('07.6월 상품) ('09.5월 서비스) ('09.9월 투자) • 인도 ('10.1월) • EU ('11.7월) • 페루 ('11.8월) • 미국 ('12.3.15) • 터키 ('13.5월) ('14.6월 서비스투자 7차 협상 개최)
② 타결 (3건 3개국)	• 콜롬비아 - '13.2월 정식서명 - '14년 연내 발효예상 • 캐나다 - '14.3.11 타결 - '14.6.13 가서명 • 호주 - '14.4월 정식서명 - '14년 연내 발효 예정
③ 협상 중 (7건 20개국)	• 인도네시아 - '12. 3월 협상개시 선언 - '12. 7월 제1차 협상 - '13.11월 제6차 협상 - '14. 2월 제7차 협상 - '14년 연내 타결가능성 높음 • 베트남 - '12.9월 제1차 협상 - '14.5월 제5차 협상 - '14년 연내 타결목표 • 뉴질랜드 - '09. 6월 협상개시 - '10. 5월 제4차 협상 이후 중단 - '13.12월 FTA협상 재개 합의 - '14. 6월 제7차 협상 - '14년 연내 타결가능성 제기 • TPP - '13.11월 우리나라 참여관심표명 - '14. 3월 1차 예비양자협의 종료 - '14. 4월 2차 예비양자협의 진행 중 • 중국 - '12.5월 제1차 협상 - '14.5월 제11차 협상 - '14년 연내 타결예상 • 한중일 - '13.3월 제1차 협상 - '14.7월 제5차 협상 예상 - '14년 말 실질적 합의목표 • RCEP - '13.5월 제1차 협상 - '13.9월 제2차 협상 - '14.1월 제3차 협상 - '14.4월 제4차 협상 - '14.8월 관세 자율화율 합의목표 - '15년 연내 협상타결 목표

④ 협상재개 여건조성 (3건 8개국)	• 일본 - '03.12월 협상개시 - '04.11월 제6차 협상 후 중단 - '09.12월 제4차 협상 재개 - '10. 9월 제1차 국장급협의 - '11. 5월 제2차 국장급협의 - '12. 4월 제1차 과장급 실무협의 - '12. 5월 제2차 과장급 실무협의 - '12. 6월 제3차 과장급 실무협의 • 멕시코 - '06. 2월 SECA협상개시 - '07.12월 FTA협상개시 - '08. 6월 제2차 협상 후 중단 • GCC - '08.7월 협상개시 - '09.7월 제3차 협상 개최 후 중단
⑤ 공동연구 (4건 12개국)	• MERCOSUR - '07.10월 공동연구 최종연구보고서 채택 - '09. 7월 한-MERCOSUR TA(Trade Agreement)추진협의 MOU체결 • 중미 - '10.10월 민간공동연구 개시 - '11. 4월 공동연구 종료 • 이스라엘 - '09.8월 민간공동연구 개시 - '10.8월 공동연구 종료 • 말레이시아 - '11. 5월 FTA타당성 연구개시 - '12.12월 타당성 연구완료

* 주 : 아세안, EU, GCC, Mercosur 등은 개별 회원국 국가수로 집계, 중복국가 수 제외

** 자료원 : FTA포털 www.fta.go.kr 발췌

2. 어떻게 FTA를 활용하나?

□ 기업의 비즈니스 기회창출을 지원하는 '기업통상' 대두

- FTA 등을 활용하기 위한 기업의 과도한 추가적 노력 해소 필요
 - FTA를 활용하기 위해서는 기업들이 복잡한 원산지증명서를 제출하기 위해 많은 시간 및 노력 투입이 불가피
 - 특혜관세를 활용하는 이익보다 원산지증명 등 행정예 필요한 비용이 더 많이 소요되는 경우도 발생
 - 특히, 영세한 중소기업들은 전문 인력 부족 등으로 애로 호소
- FTA 체결 시 원산지증명 간소화, 관세정보 통합제공 등 기업의 활용 측면 고려
- 신흥국과의 경제협력에 기업의 참여기회 확대
 - 대형 프로젝트 사업 참여, 기술협력, 정부구매 등을 우리기업의 현지사업 기회창출로 활용
- 기업의 비즈니스 활동을 저해하는 비관세장벽 완화에 역점
 - 지재권, 인증, 서비스·투자규제 등의 애로 해소

□ FTA를 전략적으로 활용하는 것은 기업의 손에

- 주요 교역대상국, 투자대상국 등과의 FTA가 거미줄처럼 얽힌 통상환경
 - 관세인하, 서비스시장 개방, 투자자 보호 등 배타적 특혜를 최대한 활용하는 것이 기업의 기회
- Global Supply Chain 관점에서 FTA를 통한 생산요소의 흐름파악 중요
 - 기업의 생산 활동에 필요한 물품, 서비스, 자본, 인력의 이동이 FTA를 통해 이루어지는 최적 루트 개발전략 필요

□ 기업의 FTA 활용은 비즈니스 여건개선을 위한 복합적 요인 중 하나

- FTA의 특혜조건만으로 기업의 경쟁력을 담보하지는 못함.
 - FTA를 전략적으로 활용하는 기업들은 FTA 특혜를 기존에 갖추고 있던 자사 경쟁력을 배가시키는 데 활용하거나,
 - FTA를 통해 상대국의 산업적 기반을 보다 가치 있게 활용하거나
 - 관세인하를 해외마케팅 톨로 활용하여 신시장을 개척하는 등
 - 경쟁력 제고를 위해 FTA를 복합적이고 다면적인 요소 중 하나로 활용
- 우리나라의 FTA는 우수인력 및 기술을 갖춘 산업기반, 중국·일본과 인접한 지리적 이점 등과 결합하여 시너지 효과
 - 미국, 유럽시장 진출을 노리는 일본기업들이 한국으로 생산기지 이전하여 우리나라의 산업경쟁력을 동시에 활용하는 효과
 - 중국 내 인건비 등 가격 인상으로 고심하는 구미기업의 중국 대체 생산지로 부상
- FTA 체결에 따른 국가인지도 상승이 기업에 대한 신뢰로 연결되기도
 - 한-EU FTA 체결 이후 네덜란드, 스웨덴 등지에서 우리기업의 공공사업 참여 사례 등장
 - 직접적으로 FTA 특혜를 누린 결과는 아니더라도 현지에서의 신뢰도 제고에 큰 역할을 한 경우

□ 우리나라의 FTA활용에 중국기업들은 아직까지 소극적

- 아직까지 중국 내 생산조건이 FTA 등 외부환경 활용 시 이득보다 더 좋다는 분석
 - 지리적 이점, 코스트 절감, 산업경쟁력 활용을 적극적으로 고려하는 일본기업들과는 대조적
- 한-중 FTA 추진 시 향후 동아시아 시장의 동태적 변화 감안 필요
 - 중국 내 인건비 상승 등 여건변화에 따른 우리나라 FTA의 동아시아 밸류체인 역할을 감안한 협상결과가 도출되어야 할 것

3. 우리나라의 FTA를 활용한 기업들

□ KT는 세계 최고 IT기술에 FTA 특혜를 접목하여 폴란드 정부조달 시장 개척에 성공

- 관세인하에 따른 가격우위, FTA 체결을 통한 국가인지도 개선 요인을 복합적으로 활용
 - 폴란드 지방정부가 발주한 초고속인터넷망 구축 프로젝트에 입찰 수주
- 자국기업 수주율이 90%에 달하는 폴란드 공공조달 공략 시 한-EU FTA의 공공조달 입찰 요건 중 '과거 조달실적 요구조항 삭제'를 통해 신규 시장진입에 성공
 - 여기에 관세인하에 따른 기자재 도입 시 가격 경쟁력 확보, FTA 발효와 함께 현지에서 높아진 국가 및 IT기술 인지도가 크게 작용

□ 한국타이어와 삼성전자는 FTA를 해외생산의 Supply Chain 효율화에 활용

- 헝가리 생산 공장의 부품 조달선을 한국으로 전환하여 한-EU FTA 역내 원산지 비율 충족 → EU 역내 수출경쟁력 확보
 - 기존 중국산 부품을 한-EU FTA 관세인하 프로그램에 따라 한국산으로 전환하여 가격과 품질을 동시에 제고
- 한국산 부품조달에 따른 관세절감분은 현지 생산능력 향상에 재투자
 - 역내 생산 확대로 이어져 헝가리 정부로부터 보조금 수혜까지 이어져

□ CJ오쇼핑은 한-아세안 FTA로 개방된 베트남 홈쇼핑 시장에 진출, 한국제품 공급 확대

- '11.7월 개국 후, 베트남 홈쇼핑 시장 70% 장악, 점유율 압도적 1위 고수
 - 연간 매출증가율 100% 이상, 연간 300억 원 규모
 - FTA를 통한 관세인하를 활용, 2012년부터 한국 중소기업 제품구성 비중 확대 (연간 30억 원 이상)

□ 美 나비스타社は 관세인하 등 한-미 FTA 역내 시장을 최대 활용

- 한국의 자동차(상용차) 수입관세 및 미국의 상용차부품 수입관세 인하를 활용한 對韓 수출확대 (한국부품수입→ 미국 내 생산→ 對韓수출)
 - 미국의 한국산 상용차부품 수입관세(2.5~4%) 철폐로 한국산 부품수입 연간 15% 증가
 - 이는 나비스타가 제작하는 상용차의 對韓 수출 시 가격 경쟁력으로 작용
 - 아울러 한국이 미국에 대해 10%의 상용차 수입관세를 철폐함으로써 동 사 제품의 對韓 수출 확대

□ 일본과 구미기업들은 FTA 역내 자유화를 활용한 글로벌 생산체제 효율화 전략 추진

- 기업의 글로벌 생산지 결정에는 여러 요소가 복합적으로 작용하며, 이 중 FTA활용은 배타적 특혜가 가능하다는 점에서 매력으로 작용
 - 한국의 산업기반과 외국기업의 투자환경 개선과 더불어 미국, EU 등 거대 경제권과의 FTA 체결이 주는 배타적 이익은 기업들의 생산기지 결정에 큰 역할
- 일본 제조 기업들은 한미FTA, 한-EU FTA를 활용하기 위해 한국으로 생산시설 이전 및 확대 전략
 - 나카무라토메社は 엔고영향으로 수출이 어려워지면서 미국, 유럽시장을 목표로 2012년 한국에 공장 신설
 - 츠루미펌프社は 미국 및 유럽 시장을 타깃으로 하는 동시에 관세절감, 리드타임 단축을 목표로 2013년 한국에 공장 설립
 - 아사히카세이社は 한-인도 CEPA를 활용하여 인도시장 진출을 확대하기 위해 한국 생산시설 증설
- 美 하우저社は 중국 대체생산지 물색 중 한미FTA 활용 위해 한국으로 생산기지 이전
 - 중국 생산품에 대한 미국의 반덤핑 관세부과로 사실상 대미수출 불가
 - 한국의 투자환경 개선, 미국의 수입관세(3.4%) 인하에 주목하여 중국 생산시설을 한국으로 이전 후 한국 생산제품 전량을 미국으로 수출

- 美 알버말社는 아시아지역 R&D 센터 및 공장 신축지 결정에 한-미 FTA에 따른 일본 및 중국대비 이점에 주목
 - 일본은 높은 물가와 간접비용, 중국은 기술유출 우려로 아시아 생산기지 역할 수행에 문제점
 - 한국은 한-미 FTA를 통해 미국 본사로부터의 원활한 원자재 공급, 지재권 보호가 가능하다는 점이 고려되어 여수공장 신축 결정
- 오스트리아 Engel Machinery社는 한-인도 CEPA를 통해 낮아진 관세율 인하를 통해 인도시장에 수출하는 제품을 한국산으로 확대
 - 한국에서 생산한 플라스틱 사출성형 제품이 오스트리아 생산제품보다 인도시장에서 가격 경쟁력 우위

□ FTA는 상대국과의 신뢰제고, 해외시장에서의 이미지 개선에도 큰 효과

- 디스트릭트社는 네덜란드 호로닝헌市가 발주하고 BAM(프라임벤더)가 시공하는 도시박물관 디지털 체험관 조성 사업에 참여
 - EU와 FTA를 체결한 최초의 아시아 국가라는 신뢰가 까다로운 공공 건설 부문 시장의 빔장을 열게 된 계기
 - 여기에 한국의 IT, 한류 등 수준 높은 기술과 문화를 높이 평가
- LS전선은 스웨덴 전력청이 발주한 초고압전선 납품 성사
 - 한-EU FTA에 따른 관세인하와 더불어 현지에서의 인지도 제고 효과

□ FTA 관세인하는 중소기업의 해외시장 경쟁력 확보에 결정적 역할

- 태국 화장품 시장에서 가격열세로 고전하던 리봄화장품은 20%의 높은 관세가 차례로 인하되는 한-아세안FTA를 활용, 경쟁품 대비 평균 20%의 가격우위를 갖춤.
- I사는 수입관세율 20%의 높은 미국시장 진입장벽을 한-미 FTA로 해결
 - 경쟁사 대비 단가 20달러 이상의 가격차를 단숨에 극복

- 영국의 의류수입상 Primark는 한-EU FTA의 관세인하 및 인증수출자 제도를 활용, 한국의 동대문 패션을 본격적으로 수입
 - 그동안 일본의 유니클로, 스웨덴의 H&M 등 보다 저렴한 가격제품 소싱을 위해 구매 제품의 90%를 중국산으로 충당
 - 인건비 등 중국 내 가격 상승 등으로 구매선 전환을 검토하던 Primark는 한국제품에 대한 10~13%의 관세철폐를 기회로 파악
 - 아울러 한-EU FTA에서 정한 6천유로 이하 소액수입에 대한 통관절차 간소화제도는 다품종 소량납품, 중소 영세업체가 대부분인 동 업계 관행에 유리하게 작용
- 에나인더스트리社는 한-EU FTA에 따른 관세인하와 한국산 자동차부품에 대한 현지 이미지 개선을 활용, 글로벌 선도 기업으로 성장
 - 관세인하에 따른 가격 경쟁력을 활용한 적극적인 해외마케팅으로 '10년 대비 '13년 對유럽수출이 1,400% 증가
 - 이를 통한 납품 레퍼런스 축적으로 신규 장기 프로젝트 수주
 - '08년 매출 66억 원의 소기업이 유럽시장에서의 성공을 바탕으로 '13년 매출 1천억 원에 육박하는 중견기업으로 성장
- 웰로스코리아社는 유럽시장에서 확대되는 PL(Private Label)시장 진출에 한-EU FTA를 활용
 - 가격민감도가 높은 PL시장 진출에 6.5% 관세철폐를 적극 활용, 경쟁 중국산 대비 품질과 가격 모두 확보

□ FTA 관세인하를 다각적으로 활용하는 전략도 효과적

- 합성수지를 유럽시장에 수출하는 J社는 6.5% 관세가 철폐되는 이익을 현지 거래처와 공유하며 장기적 파트너십 구축
- H社는 한-EU FTA에 의한 관세 인하분을 현지 마케팅에 활용
 - 가격인하, 가격인상 억제, 경쟁사 대비 우위 고객마케팅(장기보증, 특별할인 등)광고 및 홍보비용에 투자 → 점유율 2배 확대

II. 유형별 활용사례

1. 관세인하를 통한 경쟁력 제고

가. 북미지역

1-① : I社 (미국진출 한국기업)

품목/분야	휴대폰 케이스
내용요약	국내 휴대폰 케이스 생산업체이며, 천연목으로 만든 친환경 제품으로 미국시장 진출을 시도하였으나 높은 가격으로 인해 어려움을 겪던 중 한-미 FTA 발효로 20%에 달하는 높은 관세가 철폐되면서 가격 경쟁력 제고 → 200,000 달러 이상 납품 성공('12.5월)

□ 차별화된 제품 개발로 미국 휴대폰 케이스 시장 공략

- 무늬목 제작업체의 변신 : 무늬목 제작기술로 천연목 휴대폰 케이스 개발
 - 무늬목 전문업체로 급성장하고 있는 휴대폰 케이스 시장 진출을 위해 그동안 쌓아온 기술력을 바탕으로 천연목 휴대폰 케이스 개발
 - 동 사가 개발한 천연목 휴대폰 케이스는 고유의 기술과 공법으로 가공하여 제조한 것으로 온도나 습도 변화에도 쉽게 뒤틀리지 않는 등 품질수준 우수
 - 동 사는 전 세계적인 자연친화 제품의 유행에 발맞추어 미국시장을 타깃 시장으로 설정하고 '12년부터 천연목을 활용한 제품 차별화로 미국시장 공략에 나섬



자료원 : 구글 이미지 검색

□ 제품 차별화에는 성공했지만 문제는 가격

- 경쟁제품 대비 높은 가격
 - 천연목을 활용한 새로운 제품으로 경쟁업체 대비 제품 차별화에 성공하였으나 일반 제품 대비 가격이 너무 높은 것이 단점으로 작용
 - 가격비교 : 현재 미국 5대 휴대폰 케이스 판매업체 중 하나인 'iFrogz'에서 판매중인 동사 제품의 소매가격은 \$39.99 vs 일반제품은 \$19.99~\$29.99
 - 낮은 가격 경쟁력이 시장진출 확대의 결정적 제약 요인으로 작용

□ 한-미 FTA 발효로 가격 경쟁력 크게 개선

- 가격경쟁이 치열한 가운데, 20%에 달하는 고관세 철폐가 큰 위력 발휘
 - 미국의 휴대폰 케이스(HS코드 4202.99.90 기준) 수입관세는 20%이며, 국산 제품은 한-미 FTA 발효로 관세 즉시 철폐 → 가격 경쟁력 크게 제고
- 한-미 FTA 발효 이후 20만 달러 규모의 납품 성공
 - 천연목을 사용한 차별화된 제품에다 20%에 달하는 높은 관세 철폐로 가격 경쟁력까지 개선되면서 현지 바이어들의 관심이 크게 증가
 - '12년에 미국 5대 휴대폰 케이스 업체인 iFrogz에 20만 달러 이상의 제품을 납품하는 등 현지 바이어들과의 거래 확대

1-② : Navistar(나비스타) (미국기업)

품목/분야	상용차
내용요약	- '04년 부품공급 및 딜러망 구축으로 한국 사업 시작 - 한-미 FTA 관세인하로 인해 한국시장 공략용 차량 생산, 수출 - 한국산 부품구매도 15% 증가

□ 한국산 부품의 미국 내 가격 경쟁력 향상

- 나비스타는 한국산 부품수입에 대한 관심이 높았던 반면, 높은 가격이 걸림돌로 작용
 - 상용차부품 평균 수입관세 2.5~4%
- 한-미 FTA로 미국의 한국산 화물차용 자동차부품 관세철폐(2.5~4%→철폐)
 - 한국산 부품구매 15% 증가

□ 나비스타의 한국 상용차시장 진출 확대

- 한-미 FTA 이전에는 관세 및 규제로 인해 진출 보류
 - 한국의 상용차 수입관세율 10%, 한국 내 미국 브랜드의 인지도 미약이 제약 요인
- 한국의 북미산 승용차 수입관세(10%) 철폐로 한국시장 공략
 - 한-미 FTA 체결 후 시장진출을 대비하여 지난 2010년 8월 한국법인 설립
- 한국시장 타겟 Prostar 출시('14.2)
 - 오하이오주에서 생산, 조립하여 對韓 수출
 - 엔진은 브라질에서 미국으로 수출, 미국 내 최종 조립단계를 거쳐 한국으로 수출



□ 향후 한국 내 상용차 매출증대에 따른 투자확대 가능성

- 물류창고 및 딜러망 확대구축을 위해 對韓 투자 증가 예상
 - 특히, 상용차 판매에 필수적인 서비스 및 부품 공급망 구축의 경우 높은 수준의 시설투자를 요구

1-③ : O社 (미국진출 한국기업)

품목/분야	식품
내용요약	- 한국 본사의 대표적인 제품인 인스턴트 카레는 한-미 FTA 발효로 6.4%의 관세 즉시철폐 - 그러나 본사에서 제품의 상세 성분과 조리법 공개 거부로 원산지 증명서를 발급하지 않아 관세철폐 혜택을 받을 수 없었음 - KOTRA 및 영사관의 도움으로 원산지 증명서에 대한 본사의 이해를 도와 한-미 FTA 관세 혜택을 받을 수 있게 됨

□ 한-미 FTA 원산지 증명서에 대한 오해와 정보 부족

- 한국 본사의 대표적인 제품 중 하나인 인스턴트 카레제품의 미국 수입 관세 6.4%가 한-미 FTA 발효로 즉시 철폐

- 그러나 본사에서 원산지 증명서에 성분과 조리법을 공개해야 하는 것으로 오해하여 원산지 증명서 발급을 거부
- 한-미 FTA 발효 이후 관세가 철폐되었음에도 원산지 증명서를 확보하지 못해 무관세 혜택을 받을 수 없었음

□ 세미나와 교육을 통해 잘못된 정보 및 인식 개선

- '13년 KOTRA와 로스앤젤레스 총영사관이 실시하는 한-미 FTA 아카데미 수강을 통해 한-미 FTA 교육과정 이수
- KOTRA 한-미 FTA 헬프데스크와 아카데미를 통해 로스앤젤레스 총영사관의 관세영사와 상세 상담 진행
 - 인스턴트 카레제품의 원산지 규정은 세번 변경기준으로 원산지 검증이 가능함을 확인
 - 세번 변경 기준은 각 원재료 HS코드만으로 확인이 가능하며 성분 및 조리법을 공개하지 않아도 됨
 - 이를 본사에 알리고 원산지 증명서를 발급받아 관세철폐 혜택을 활용하게 되었으며 연간 12만 달러 절약

1-④ : 자연나라 (미국기업)

품목/분야	식품
내용요약	- 한국에서 인스턴트 커피믹스 제품을 수입, 유통 중 - 유제품 원료가 포함되어 수입 시 1kg에 30.5센트 및 8.5%의 관세 지불 - 한-미 FTA에 의해 관세가 10년 균등 철폐되며, '14년 현재 1kg에 21센트와 5.9%의 관세를 지불하고 있음

□ 미국은 수입 유제품 함유 식품에 높은 관세 부과

- 동 사가 취급하고 있는 식품 중 하나인 인스턴트 커피믹스는 유제품 원료가 함유되어 있어 높은 관세가 적용되는 제품 중의 하나
 - 특히, 종량세가 부과되어 수입물량이 많을수록 높은 관세 적용

- 1kg당 30.5센트 및 추가 8.5%의 기존관세가 한-미 FTA에 따라 10년
균등 철폐 예정
- '14년 현재 1kg당 21센트 및 추가 5.9%의 관세 적용
- 오는 2021.1.1일부로 관세 완전 철폐 예정

□ 가격 경쟁력 확대로 인기상품으로 등장

- 한국산 인스턴트 커피 제품이 기존 인기에 높아진 가격 경쟁력이 더해져
매력으로 작용, 한-미 FTA 발효 이후 약 15% 주문량 증가
 - 납품가격 인하 및 경쟁력 있는 소비자가격으로 공급 가능
- 바쁜 사회생활로 인해 미국 소비자들은 낮은 가격에 조리가 간편하고
맛도 좋은 반 조리 식품과 인스턴트 식품에 관심이 높음.
 - 한-미 FTA는 인스턴트 커피믹스 등 품질 좋은 한국 식품들이 현지
시장에서 각광받을 수 있는 발판 역할

□ 미국의 비관세장벽이 가장 큰 장벽

- 최근 미 식약청, 농림부 및 세관에서 유제품과 유제품이 함유된 식품
수입에 대하여 규제, 등록 절차 및 통관 절차를 강화
 - 미국 식약청은 모든 해외생산기지를 FDA 등록 및 매 2년마다 등록번호
갱신 요구
 - 또한 원료에 대한 라벨링 규제 준수 및 현지 항구에 도착하기 이전
제품의 사전 통보 요구

□ 미 세관 원산지 사후 검증 강화

- 한국에서 제품을 수입하는 수입업체들은 한국의 제조사들에게 원산지
증명서, 원자재 리스트, 원자재 구입 증빙서류 및 생산기록 등을 요구
 - 그러나 한국의 제조사들은 정보와 경험부족으로 미 세관의 요구사항을
잘 이해하지 못하고 제때에 증빙서류들을 제공하지 못하여 현지 수입
업체들이 관세와 벌금 징수로 피해를 보는 사례 발생

나. 중남미지역

1-⑤ : Gieldemeister Chile(길데미스터 칠레) (칠레기업)

품목/분야	자동차
내용요약	-한-칠레 FTA 체결로 자동차 관세가 즉시 철폐됨에 따라 칠레 내 우리나라산 자동차의 시장 점유율은 30-35%로 상승 -자동차는 우리나라의 對칠레 수출액의 50%를 차지하는 1위 품목으로 성장

□ 한국산 자동차의 경쟁력에 대한 확고한 믿음에 날개를 달다

- 동 사는 '91년 이후 칠레 내 현대자동차 독점 유통업자
 - '90년대 초반 칠레 내 한국산 자동차는 택시로만 이용되고 있었으나, 이러한 이미지 탈피를 위해 과감하게 택시용으로 판매를 중단
 - 50대 이상 주문하는 고객을 대상으로 차량 색상과 스펙을 고객 맞춤형으로 제공함으로써 인지 기반 확대
- 한-칠레 FTA가 발효된 '04년부터 한국산 자동차 수입관세가 즉시 철폐됨에 따라 일본과 중국에 비해 가격 경쟁력까지 확보

□ 칠레 자동차 수입시장 내 현대자동차 2위 점유율 차지

- '91년 연간 1천대 판매규모가 '13년 4만대로 폭발적 증가
 - 칠레인들의 한국산 차량에 대한 인지도는 프리미엄급으로 미국, 유럽, 일본산 차량과 어깨를 나란히 함.
- 우리나라 자동차의 對칠레 수출액, FTA 체결 전 대비 375% 성장
 - FTA 발효 전 해인 '03년 우리나라의 對칠레 자동차 수출액은 5억 1천7백만 달러, 발효 후 '13년에는 24억 58백만 달러
- 한국산 자동차를 필두로 칠레 내 'Made in Korea'는 품질과 디자인을 보장하는 프리미엄 이미지로 확고히 자리 잡음.

다. 아시아지역

1-⑥ : 리봄화장품 (태국진출 한국기업)

품목/분야	화장품
내용요약	한-아세안 FTA를 활용한 관세혜택을 활용하여 신규 거래선 발굴

□ 망설이는 태국 바이어를 관세인하를 이용해 설득

- 한국산 화장품에 대한 관심 높은 반면, 가격경쟁 극심
 - 수입화장품에 적용되는 관세율이 20%에 달해 가격경쟁에서 불리
- 리봄화장품은 방콕무역관 소개로 태국 수입상 Beauty Queen Product사와 상담
 - 방콕무역관이 제공한 한-아세안 FTA 관세인하(20%→12%) 정보를 활용, 바이어를 설득하여 납품계약 체결
- 화이트닝크림 10g제품 소매가가 25бат으로 경쟁제품 30~35бат 대비 16~28% 저렴하여 중저가 시장에서 인기
 - '13.7월 첫 오더 이후 꾸준히 3-4개월 간격으로 주문이 이어지고 있음.
 - 관세율 인하를 이용하여 가격을 10% 낮출 수 있었으며, 가격 경쟁력 확보를 통한 시장 개척 및 확대에 성공

□ 추가 관세인하로 시장 확대 기대

- '14년에는 관세율이 추가 인하되어 9%로 낮아지고 '15년부터는 0%가 됨에 따라 시장점유율 확대에 도움이 될 것으로 전망

1-⑦ : 쉐가빈 (필리핀진출 한국기업)

품목/분야	자동차부품
내용요약	한-아세안 FTA 발효 이후 국산차부품의 가격 경쟁력 상승, 일본산만 고집하던 현지 부품 딜러들의 한국산 부품 수요 증가

□ 필리핀 자동차 부품시장은 도요타, 혼다, 미쓰비시 등 일본제품이 장악

- 한국산 부품은 낮은 브랜드 인지도, 일본제품 대비 높은 관세로 시장 확대에 제약이 존재

- 현재 일본제 고급 승용차인 토요타 캠리의 경우 필리핀 수입 통관시 무관세 혜택을 받고 있으나, 국산 고급 승용차는 관세 20%, 부가세 12%를 적용받아 현지 공식딜러인 HARI社 차를 수입할 엄두를 내지 못하고 있는 실정
 - '09년부터 한국산 중고부품 수입상이 늘어나기 시작했으나, 운송비 · 수입관세 · 부가세를 감안하면 가격 경쟁력이 떨어지는 상황
 - 필리핀 중고차량 보유자들은 고가의 정품 대신 OEM 비품 선호도가 높으나, 국산부품의 수입가격이 높아 수요와 공급의 불균형 초래

□ '12년 한-아세안 FTA로 한국산 자동차 및 부품 관세가 기존 3%~30%에서 3%~20%까지 인하

- 중고부품 취급 딜러들이 한국산 신품을 적극적으로 수입하기 시작
 - 특히, 일부 한국산 차량부품(베어링 등)은 일본부품과 호환이 가능하여 보다 저렴한 일본부품을 한국산 자동차에 사용하는 경우가 많았으나, FTA 효과로 가격 경쟁력이 생기면서 한국산 자동차부품 선호도 증가
 - * 일본 자동차부품은 일-필리핀 경제협력협정(JPEPA)에 따라 수입관세 0% 적용

□ '16년까지 한국산 자동차부품 세율이 현재의 3~20%에서 5%미만으로 추가 인하될 예정으로 FTA체결 효과 극대화 전망

- 일제 부품만을 고집하던 딜러들이 한국산 부품을 함께 취급하는 사례가 늘어나고 있으며, 현대·기아차의 필리핀 시장점유율 증가와 관세율 추가 인하로 자동차 부품시장 성장전망 양호
 - * 현대 · 기아차 필리핀시장 점유율 : 11.4%('09) → 16.1%('12) → 13.3%('13)



사진제공 : 마닐라무역관

1-⑧ : 세경오토 (베트남진출 한국기업)

품목/분야	건설 중장비
내용요약	- 2000년대 초반 베트남 시장에 진출한 세경오토는 건설기계 부문에서 현대중공업 및 전진중공업, 상용차 부문에서 르노 삼성 및 타타 대우의 베트남 총 독점 대리점임 - 한국 중장비를 수입하여 베트남에 유통·판매하는 유일한 기업 - '07년 6월부터 발효·시행된 한-아세안 FTA 상품무역협정 수입관세율 적용으로 매출이 크게 신장

□ 높은 관세로 고가 한국산 중장비의 베트남 수출 애로

- 베트남 건설시장의 호황기인 2000년대 중반부터 건설·중장비 수요 막대
 - 그러나 고가 제품인데다 높은 수입관세까지 부과되어 한국산 중장비의 베트남 수출은 매우 저조

□ '07년 한-아세안 FTA 상품무역협정 발효로 믹서트럭, 트랙터, 콘크리트 펌프카의 베트남 수출 시, 관세 면제 및 절감 혜택

- 믹서트럭 관세인하 효과를 보기 시작한 2013년 79만 불

2012년		2013년		2013/2012 매출 증가율 (%)
관세율 (기존)	15%	관세율 (인하)	5%	
판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	
0	0	9	79.9	100

- 트랙터 관세인하 효과를 보기 시작한 2013년 전년대비 196% 매출증가

2012년 이전		2013년		2013/2012 매출 증가율 (%)
관세율 (기존)	5%	관세율 (인하)	0%	
판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	
19	149	122	440.4	196.57

- 콘크리트 펌프카 관세인하 적용된 2010년 총 63대 632만 불 매출 달성

2009년		2010년		2010/2009 매출 증가율 (%)
관세율 (기존)	5%	관세율 (인하)	0%	
판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	판매대수	매출액 (US\$ 만 불)	
-	60	63	632.5	954%

□ 베트남 건설·중장비 시장에서 한국 브랜드 경쟁력 제고로 수출 증가 예상

- 건설·중장비는 기본적으로 가격대가 매우 높은 제품군으로 단 1%의 관세인하도 억 단위의 판매가격 절감효과
 - 자본력이 약한 베트남 건설업체들은 장비 구입 시, 제품의 성능과 품질 대비 가격요인을 가장 크게 고려
 - 기술적으로도 높은 평가를 받고 있는 한국 중장비를 보다 저렴한 가격에 구입할 수 있게 되어, 한국산을 선호하는 현지기업 증가
- 베트남 건설 중장비 시장에서의 한국 제품 선호는 지속 증가 전망
 - 다만, '13년부터 수입되는 모든 콘크리트 펌프카에 대해 일괄적으로 무관세 적용, 한국의 관세혜택 가치 소멸
 - '13년 이전에는 독일의 푸지 마스터와 스윙, 중국의 썬일, 충마이 등 외국 유명 브랜드 펌프카들이 높은 관세율로 베트남 시장진출 미비
 - 반면, 한국의 전진중공업, 에버다잉, KCP 업체 생산 펌프카들은 관세 혜택으로 베트남 시장을 독점('12년 한국 펌프카가 전체 시장의 95% 차지)

□ FTA 특혜관세 적용에 필요한 원산지증명서 발급 관련 국내기업들의 사전준비 및 인식제고 필요

- 한-아세안 FTA 협정이 발효된 것은 '07.6월이나, 세경오토가 실질적인 관세인하 혜택을 받기 시작한 시점은 2010년과 2013년
 - 관세특혜를 받기 위해서는 제조업체가 발급한 FTA 원산지증명서를 베트남 세관에 제출할 필요
 - 그러나 장비제조사(대우중공업 등)이 내부 정책으로 협정발효 3년~6년 뒤인 2010년과 2013년부터 원산지증명서 발급 및 관세인하 수혜

1-⑨ : Thien Nam Spinning(티엔남스피닝) (베트남기업)

품목/분야	편직물용 실(yarn) 제조
내용요약	한-ASEAN FTA 발효로 주력 수출품 면사에 대한 한국의 수입 관세 8%가 철폐됨. 그 결과 對韓수출이 매년 15% 증가하였으며, 베트남에 진출한 한국 섬유기업 대상 판매도 증가

□ 주력 수출품에 대한 무관세 적용, 매년 15% 對韓 수출 증가

- 동 사는 다양한 종류의 사(면직사, 폴리에스테르 혼방사 등)를 제조·수출
 - 對韓수출 시 한-ASEAN FTA 발효이전까지 8%의 높은 관세 부담
- 한-ASEAN FTA 발효로 한국은 해당품목 관세율을 점진적으로 인하
 - Thien Nam Spinning사의 주력 수출품인 면사 제품에 대해 무관세가 적용되면서 가격 경쟁력을 확보하면서 한국시장으로 수출 증가
 - 주력제품(HS코드 5206.23.00, 5205.13.00)에 적용되는 한국의 MFN 관세는 현재 8%로, 한-ASEAN FTA 특혜관세를 적용받는 동 사는 일본, 대만, 인도, 미국, EU 등 경쟁국 대비 가격 경쟁력 확보
- 현재 동사의 對韓 수출은 한-ASEAN FTA 발효 이후 매년 15%의 높은 증가율을 보이고 있음.

□ 베트남 진출 한국기업 대상으로도 판매량 증가

- 수출 증가에 따른 실적 호조, 인지도의 확보는 베트남 내수판매에도 긍정적인 영향
 - 베트남에 진출해 있는 한국 섬유·의류 제조기업으로부터 주문량 증가

□ 베트남 기업과 국내기업, 현지진출 한국 기업들간 FTA 특혜관세를 활용한 공급망 구축 효과

- Thien Nam Spinning은 경방, 성원섬유 등 우리나라의 방직기업, 의류 생산업체 및 yarn을 전문으로 수입하는 무역회사에 제품을 수출
 - 이들 기업에 수출된 제품은 한국 및 해외브랜드 의류를 만드는데 사용되며 한국시장에서 판매되거나 해외시장으로 수출
 - 한-ASEAN FTA를 활용, 보다 저렴한 가격으로 원부자재를 공급하고, 이를 통해 국내 섬유·의류 기업이 수출경쟁력을 확보하는 구조로 연결
 - 아울러 베트남 현지에 진출한 국내 섬유기업들의 비즈니스와도 연계
 - Thien Nam Spinning은 FTA 특혜관세를 통해 글로벌 서플라이체인에 본격 진입하게 되었다고 자평

1-⑩ : Engel Machinery India(엥엘머시너리인디아) (인도진출 외국기업)

품목/분야	기계
내용요약	CEPA 체결로 한국산 제품에 대한 관세가 철폐되자, 수입선을 유럽에서 한국으로 전환

□ 한-인도 CEPA를 활용, 본국 제품보다 한국산으로 인도시장 판매 확대

- 동사는 오스트리아 기업으로 전 세계 총 8개의 공장을 보유, 제동력이 28톤에서 5500톤에 이르는 플라스틱 사출성형 기계를 제조하고 있으며, 이 중 제동력이 28톤에서 400톤에 이르는 기계들은 한국 공장에서 제조
 - 한국 공장에서 제작, 인도로 수입되는 제품에 대한 7.5% 관세 철폐
- 관세 철폐 이전에는 오스트리아 본국으로부터 수입하는 제품의 가격이 한국 제작용품과 차이가 없어 주로 오스트리아에서 수입하여 인도 내 판매
 - 관세철폐 이후, 한국 내 제작용품의 가격조건이 개선되면서 오스트리아로부터의 수입물량을 한국으로 대거 전환
 - 지난 2010년 전반기부터 발효된 한-인도 CEPA 체결 내용을 바탕으로 7.5% 부과세 문제가 해결되면서 인도, 일본, 타이완에서 유통되는 상품들의 가격 경쟁력이 상승됨
 - 한국 내 제작용품의 가격 경쟁력 상승은 인도 시장 뿐 아니라 일본, 대만 시장에서의 경쟁력 제고에도 큰 기여

1-⑪ : SK네트웍스 (인도진출 한국기업)

품목/분야	철강유통(수출입)
내용요약	7.5%의 수입관세 인하로 중국산 대비 가격 경쟁력 제고

□ 특혜관세를 통해 중국산 대비 가격 경쟁력 제고

- '12년 이전 인도의 철강제품 수입관세는 5% 수준으로 저가 중국산의 수입 공급이 용이
 - '12년부터 MFN 수입관세가 7.5%로 인상되고 이에 따라 중국산 공급 가격도 오르면서 수입산 철강제의 가격전쟁이 시작

- 열간압연제품의 수입단가를 550불이라고 할 때 5%의 수입관세는 28불 정도로, 중국산은 자체 저가정책으로 극복 가능수준
- 그러나, 수입관세 인상 후 동 관세액이 44불까지 늘어나면서 수입재의 가격 경쟁력 약화

□ 한-인도 CEPA 발효 이후 인도 내 한국산 제품에 대한 관심 증가

- 한국산 제품의 수입관세 인하 ('13년 2~2.7% → '14년 1~1.8%)
 - 최근 급등한 인도 루피화 환율까지 가세하여 수입재에 대한 가격부담이 가중되던 시점에 한국산 제품은 가격 경쟁력 획득
 - 한국산 제품의 고가 프리미엄(+10~15달러)을 감안해도, 수입관세 인하로 가격 경쟁력 제고
- '14년 들어 경기회복, 루피화 환율강세가 나타나고 있어 한국산 철강 제품은 타국가산 대비 6.3~7.5% 이상의 가격우위를 점할 것으로 예상

1-⑫ : 화천기공(주) (인도 진출 한국기업)

품목/분야	기계
내용요약	한국에서 제조한 공작기계를 인도시장에 판매하고 있으며, 한-인도 CEPA 를 활용, 수출에 성공

□ 한-인도 CEPA 관세율 철폐로 가격 경쟁력 확보

- 제품의 우수한 내수성에도 불구하고, 인도에서 현지 생산되는 기계들에 비교하여 가격 경쟁력 열세로 고전
 - 그러나 '10년 발효된 한-인도 CEPA로 10~12.5% 관세율이 철폐되면서 분위기 반전
- 2013년 \$220만 불 수주에 성공
 - 인도 Texmo사에 제품 15대 납품

1-⑬ : (주)오성전자 (인도 진출 한국기업)

품목/분야	가전. 자동차/판금
내용요약	한-인도 CEPA 특혜관세를 활용을 위한 아이템별 시트 작성으로 행정효율성 제고

□ 중소기업의 행정절차 애로사항 극복

- 중소기업은 원산지증명서 발급 등 행정절차에 대한 대응에 애로
 - 한국 모기업은 관세사의 도움을 받아 업무 진행
 - 인도 현지에서는 CEPA 발효 후 적용 가능 아이템 리스트를 작성하여 관리하면서 활용도를 높여나감.
- 해당 아이템별 관리카드 작성
 - CEPA Duty Compare Benefit Sheet을 작성하여 사용
 - 동 사의 경우, 자동차 및 가전용 원자재, 설비 및 툴(tool) 등이 해당
 - 아이템별/연도별 리스트를 만들어 활용하면서 수입관세 추이 F/U

<오성전자(주)의 CEPA Duty Compare Benefit Sheet 예시>

CEPA Duty Benefit compare Sheet

=====

INDIA FACTORY Unit : % Written : 20. Jul. 2013.

No.	HS CODE	Comodity	BCD		BCD WITH CEPA						
			Started	Current	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	72103090	EG Coil / Sheet	5.0	10.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2	72202090	STS Coil / Sheet	7.5	10.0	3.8	2.8	1.9	0.9	0.0	0.0	0.0
3	7210700	PCM Sheet	5.0	10.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4	72104900	HGI	5.0	10.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5	73181900	Bolt,weld nut	12.5	10.0	10.0	9.4	8.8	8.1	7.5	6.9	6.2
6	73181600	Nut, pern nut	12.5	10.0	6.2	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
7	39033000	ABS Resin	5.0	10.0	Not Application	Not Application	Not Application	Not Application	Not Application	Not Application	Not Application
8	84629919	Press M/C	12.5	7.5	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
9	84589959	Lathe M/C	12.5	7.5	6.2	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
10	84603910	Grinding M/C	12.5	7.5	6.2	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
11	84591000	Drilling(Radial) M/C	12.5	7.5	6.2	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
12	84659200	Milling M/C	12.5	7.5	6.2	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
13	82073000	Stamping Die	12.5	0.1	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
14	84807100	Mould Die	12.5	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
15	84662000	Welding Jig	12.5	7.5	6.3	4.7	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
16	90318000	Check Fixture	12.5	7.5	2.5	0.0	But this is allow only * Profile Project *				

1-⑭ : Sonalika Agro Industries(소날리카 아그로) (인도기업)

품목/분야	농기계 및 자동차 부품
내용요약	높은 관세율 때문에 대량수입을 하지 못하고 있었으나 한-인도 CEPA 체결로 관세율이 단계적으로 인하되고 있어 수입량 증대 및 공급선 발굴에 박차를 가하고 있음.

□ 한국산 수입 원하나, 가격조율 난관

- 높은 기술력을 갖춘 한국산 농기계 및 기타 부품 수입 희망
 - 그러나 인도의 높은 수입관세율(28.852%)로 인해 가격조율의 벽을 넘지 못하는 사례 빈번
 - 여기에 유통 및 마케팅 등 기타 비용도 높아 대량 수입에 제동

□ 한-인도 CEPA 발효로 인한 관세인하로 신규 사업 계획 설계

- 문제 해결방안을 모색하던 중 사는 KOTRA 등을 통해 한-인도 CEPA 체결 및 관세인하를 활용하는 전략 수립
 - KOTRA를 통해 한국 업체 발굴 및 관세율 경감 방법 등에 대한 정보를 얻고 이에 따른 사업계획을 수립
 - 수입 희망 품목의 관세율이 28.852%에서 단계적으로 인하되어 '14년 현재 22.478%의 관세율이 적용되고 있으며 '17년까지 16.8544%로 인하될 예정

□ 가격 경쟁력 확보로 수입량 증대 예상

- 관세율 인하로 현지 및 타국 제품과의 가격 경쟁력 점차 확보
 - 기술력을 갖추고 있는 한국 공급업체 추가 발굴 및 한국 제품 수입량 증대 계획

1-⑮ : 한화케미칼 (인도진출 한국기업)

품목/분야	EVA (에틸렌비닐아세테이트)
내용요약	한-인도 CEPA 관세인하 혜택에 힘입어 '12년 인도 EVA 시장 점유율 확대

□ CEPA 발효 전 높은 관세율(약 20.60%, '11년 기준)로 가격 경쟁력 열세

- 세계 일류 수준의 기술력에도 불구하고 2011년 인도 EVA 시장점유율 3위(11.97%)에 그침
 - 고품량 EVA 제품을 생산할 수 있는 업체는 한화 케미칼을 포함, 미국 듀폰과 일본의 도소 등 전 세계적으로 6곳 정도에 불과

□ 한-인도 CEPA로 경쟁여건 개선

- EVA 제품이 '12년부터 단계적 관세인하 품목에 해당함을 알게 됨
 - CEPA 발효 후 총관세율은 '12년 19.25%, '13년 18.05%로 인하
- 동 품목에 대한 인도의 MFN 관세율 인상으로 경쟁여건 크게 개선
 - '12년, '13년 MFN 관세율은 25.85%로 '11년보다 높아짐.

□ 좋아진 여건으로 인도 시장점유율 확대

- EVA에 대한 점진적 관세인하 혜택에 힘입어 인도 시장 점유율 확대
 - * 한국기업의 EVA 시장 점유율은 '12년 31.55%, '13년 36.35%로 성장
- '14년부터 기본관세가 철폐*됨에 따라 시장 점유율 증가 예상
 - '14년 CEPA 적용 총관세율은 16.85%, MFN 총관세율은 25.85%로 가격차가 현격히 벌어짐
 - 우수한 가격 경쟁력 확보로 향후 인도 EVA 시장 점유율이 더 높아질 것으로 예상됨
 - * 인도의 관세율 체계에는 기본관세율, 부과세 등이 있음

라. 유럽지역

1-⑯ : Primark Stores(프라이마크 스토어) (영국기업)

품목/분야	초저가 의류 소매유통
내용요약	경쟁여건이 열세였던 한국 의류가 한-EU FTA를 활용, 영국의 초저가 의류시장에 진출. 특히 6천유로 이하 소량물품에 대한 통관간소화를 소량제품 수입에 적극 활용 중

□ 가격경쟁 심화된 영국 의류시장, 한국제품으로 돌파구 모색

- 일본의 유니클로, 스웨덴기업 H&M 보다 더 저렴한 가격대를 유지하기 위해 Primark는 구매제품의 90%를 중국산으로 소싱
 - 한국제품이 자사 브랜드 전략과 합치하나, 가격이 걸림돌이라는 반응
 - 2010년 초저가이면서 뛰어난 디자인으로 인기를 얻은 한국계 미국기업 Forever 21의 영국시장 성공비결이 높은 한국산 비중에 있음을 간파
- 한국산은 유럽산에 비해 가격이 저렴하지만 품질, 특히 제품의 디자인 퀄리티가 뛰어나 패션업계 바이어들 사이에서 'DDM style'(일명 동대문 스타일)로 알려지면서 큰 관심의 대상이 되기 시작
 - Primark는 Forever 21과 같은 콘셉트의 브랜드가 향후 영국 의류시장을 주도할 것으로 보고 경쟁력 확보를 위해 한국산 구매 확대를 모색하였으나, 한국산은 중국산 대비 가격이 높아 구매결정을 하기 어려웠음

□ 한-EU FTA 발효 이후 한국 공급상들과의 관계구축 시작

- KOTRA 등을 통해 기존 평균 10%에서 최대 13%에 달하던 의류제품의 관세율이 2011년 한-EU FTA 발효 즉시 0%로 철폐된다는 정보 입수
 - 관세율 인하로 한국산이 영국 저가시장 수요에 적합한 공급원이 될 수 있을 것으로 판단
 - KOTRA 주선으로 방한, 동대문 패션시장 공급상들과 상담하고 예전부터 관심있던 개성공단을 방문하여 향후 한국 생산시설 설립계획도 검토하는 등 한국과의 관계 구축 노력

□ 소액물량 통관간소화, 소규모 공급상과의 단발적 거래 용도로 활용

- 6천유로 미만 수출입시 사전인증 없이도 관세인하 혜택 부여
 - 패션시장의 특성상 한 제품을 오랜 기간 공급받는 것 보다는 여러 공급상들로부터 다양한 디자인의 제품을 소량으로 공급받아 시즌별 스타일 변화에 대응하는 재고 관리 전략을 유지해야 함
 - 한-EU FTA 협정상 수출액이 6천유로 미만일 경우에는 수출자가 인증 수출자 등록이 되어 있지 않더라도 FTA 세율을 자동으로 적용 받을 수 있으므로, 영세 공급상과의 거래비중이 높고 다수의 새로운 공급상을 끊임없이 발굴해야 하는 Primark 전략에 주효

□ FTA 이후 한국산도 중국산과 경쟁 가능한 가격대 형성

- Primark에 따르면, 절대적인 가격에서 한국산이 중국산과 대등한 수준은 아니지만, 중국의 인건비 상승 등으로 중국산 가격 경쟁력 약화되고 있어 FTA로 인해 대폭 관세인하를 받은 한국산이 장기적으로 유리
 - 중국은 최근 위안화 강세, 5~6년 전보다 10% 인상된 중국의 인건비, 잦은 불량품 발생률, 그리고 높은 MOQ(Minimum Order Quantity: 최소주문량) 요구조건 등으로 영국의 패션 바이어들로 하여금 불안감을 조성하였고 이 때문에 중국 외 타 아시아 공급처 물색에 나선 업체 수 증가 추세

□ 대량 거래를 절대적으로 선호하는 중국기업에 지친 영국 바이어들, FTA를 통한 한국 중소기업과의 거래 확대에 관심

- 영국의 중저가 의류 소매체인 바이어들은 제품 1개 모델당 약 1,000개 정도를 회당 주문량으로 여기고 있는데, 대기업이 대다수인 중국 제조사는 이보다 3~5배를 최소주문량으로 요구하는 경우가 다수
 - 반면, 한국업체들은 중소기업들이 대부분으로 소량주문에도 적극적일 뿐 아니라 소액수출의 FTA 관세인하 자동적용이 큰 혜택으로 작용
 - 이는 제품 회전율이 짧아야 하는 패션 업계에서는 큰 구매결정 요인으로 작용
- FTA로 관세부담이 낮아져, 한국과의 모든 거래는 T/T 방식으로 이루어지며 선적 전 30% 인도 후 70% 대금 지불 방식이 광범위하게 적용 중

1-⑰ : (주)웰로스코리아 (네덜란드진출 한국기업)

품목/분야	향균 도마
내용요약	친환경소재 향균 도마 제조사로 뛰어난 품질과 가격 경쟁력으로 네덜란드 PL시장에 진출. 6.5%의 관세인하로 경쟁국 대비 가격 경쟁력 확보 가능

□ 날로 확대되는 PL(Private label)상품 수요에 대응 가능해져

- 지속된 유럽의 경기침체로 같은 품질의 상품을 저렴하게 구입할 수 있고 상품 선택의 폭이 다양해 선호하는 소비자 증가
 - 네덜란드 소매유통망에서 PL의 점유율은 29%
 - 세계 유통시장에서 PL상품의 비중은 2010년 22%에서 2025년 50%로 확대 전망
- 내수소비 회복세 느려 PL시장의 점유율 높아질 전망
 - 네덜란드 경기는 점진적 회복세를 띄고 있으나, 내수 소비는 침체 지속
 - 가격 대비 품질을 민감하게 따지는 소비경향은 장기간 지속될 것으로 보이며, PL 시장 역시 장기적으로 성장을 지속할 전망
- 가격에 민감한 PL 상품 중에도 프리미엄을 포함한 여러 가격대의 상품이 출시
 - PL 상품만 취급하는 대형유통망도 인기

□ 뛰어난 품질과 가격 경쟁력으로 PL시장에 도전한 웰로스코리아

- (주)웰로스코리아는 친환경 향균도마를 제조하는 국내 중소기업
 - 피톤치드와 TPE(Themoplastic Elastomer)로 만들어져 친환경 소재라는 장점 보유
 - 브랜드 인지도가 약한 웰로스코리아는 대형유통망의 브랜드를 가지고 소비자들에게 판매되는 PL 시장진출을 모색
- 네덜란드 암스테르담에서 개최된 PLMA 전시회 참가
 - KOTRA 암스테르담 무역관이 한국관을 구성하여 참가한 전시회에서 네덜란드 최대 PL전문 유통망인 HEMA와 웰로스코리아의 상담 성사

- '12년 거래를 시작한 이후 현재까지 HEMA와의 관계를 지속하며 수출
 - '13년 네덜란드의 경기침체가 가속화 되며 수출이 원활하지 않았지만, '14년 수출 재개

□ FTA를 활용, 가격 경쟁력 확보한 것이 주효

- 동 사 평균 도마 제품(HS 392190)은 FTA 발효로 6.5%의 관세 면제
 - 중국산 제품 대비 품질과 가격에서 동시에 우위를 점하며 현지 대형 유통망에 어필 가능
- PL시장 성장과 더불어 FTA 관세인하 효과를 바탕으로 한 한국기업들의 PL시장 진출 기회 확대 전망
 - 가격이 최우선 조건인 PL 시장에서 경쟁력 회복
 - PL시장은 브랜드파워가 약하나 좋은 품질을 가지고 상대적으로 저가에 제품을 공급할 수 있는 중소기업들이 네덜란드의 일반 소비자들에게 접근할 수 있는 기회 제공

1-⑱ : 베스트룸 (오스트리아진출 한국기업)

품목/분야	PDLC(Polymer Dispersed Liquid Crystal) 필름
내용요약	오스트리아 바이어가 동 분야 원천기술을 보유한 한국 업체를 찾던 중, FTA 체결로 가격 경쟁력까지 확보된 것을 바탕으로 대리점 계약 체결



□ FTA로 인한 가격 경쟁력 제고가 유럽기업과 협력의 결정적 계기

- 미국 시장조사 결과에 따르면, 전자 유리필름 시장은 향후 10년 내에 3~4배로 급성장 전망
 - 오스트리아의 한 바이어는 동 분야의 원천 기술을 보유한 업체를 물색해 왔으며 특히 아시아 기업들에 높은 관심
- 오랜 물색 끝에 이 바이어는 원천기술을 보유한 베스트룸과 접촉
 - 제품과 기술수준에는 만족하였으나, 경쟁업체보다 높은 가격 및 부대 비용(수입시 관세 및 부가세 등) 등이 다시 걸림돌로 작용

- 한-EU FTA 발효로 관세(6.5%→0%)가 철폐되는 호기를 활용, 본격적인 비즈니스 추진을 결정
 - 현지 기술 테스트를 위한 견본이 오스트리아 업체로 배송된 상태
 - 오스트리아 업체는 한국 베스트룸과의 지속적인 거래를 위해 유럽 전체 독점 계약을 고려 중

1-⑬ : 영산글로벌넷 (오스트리아진출 한국기업)

품목/분야	손건조기
내용요약	FTA 발효로 가격 경쟁력이 상승하여 현지시장에서 호평

□ 한-EU FTA 발효로 높아진 가격 경쟁력으로 현지 시장 압도

- 한-EU FTA 발효 이전 손 건조기 고급 제품은 영국의 아이슨이 독점
 - 한국제품에 대한 관심은 있었으나, 가격 및 운송 조건 등에서 열세



- 관세철폐로 인한 가격 경쟁력 상승으로 한국산 제품 취급시 마진 폭이 커진 바, 한국산 제품에 대한 오스트리아 현지 바이어들의 관심이 크게 증가하였으며 관련 제품의 수입 규모도 증가 추세
 - FTA 발효 이전 관세 2.7%, 관련 부가세 20% 등을 감안하면 FTA 발효 이후 최소 3.2% 이상의 가격 경쟁력 상승효과
- 동 사 제품을 수입한 오스트리아 에이전트는 체코, 헝가리 철도청에 공공 조달 입찰을 추진 중이며, 품질 뿐만 아니라 가격 면에서도 매우 만족하고 있음

1-㉔ : 에나 인더스트리 (독일진출 한국기업)

품목/분야	차량용 방진고무제품
내용요약	한-EU FTA를 기점으로 보다 적극적인 유럽시장을 공략, 경쟁국 대비 가격 경쟁력 제고, 한국기업 인지도 상승을 바탕으로 지난 3년간 대유럽 수출이 1,400%('10년 대비 '13년) 증가, '13년 3천만 달러 수출탑 수상 등 수출 활성화에 큰 기여

□ 자동차 부품업체 후발주자가 유럽시장 공략 준비

- '90년도 소규모 자동차용 고무제품 제조업체로 출발
 - 품질은 우수하나, '08년 대유럽 수출이 거의 전무, '09년에도 2천유로 수준에 불과
 - 유럽과 중국 대비 가격 경쟁력이 낮아 유럽 완성차 및 Tier1 기업을 대상으로 한 공급선 발굴에 애로
 - 특히 한국 제조사의 인지도가 낮아 시장진출에 애로

□ FTA 체결 이후 높아진 한국기업의 인지도 활용에 착수

- 한-EU FTA 체결 이후 KOTRA가 마련한 주요 상담회 등에 적극 참여
 - '11년 벤츠 구매상담회(Korean Supplier Expo)를 비롯한 '12년 KEPAP (Korea Europe Premium Autoparts Partnership), '13년 Ford-KAP(Korea Autoparts Plaza) 등의 행사에 참석해 후속 미팅 및 신규 프로젝트 추진
 - '11.8월 코트라 수출인큐베이터에 입주, 처음으로 유럽 내 사무소를 설립하며 본격적인 유럽시장 영업에 착수

□ FTA 특혜관세를 무기로 신규 거래선 발굴 및 공급선 확대

- 제품의 가격 경쟁력 향상과 고객 밀착지원을 토대로 신규 거래선 확보
 - 독일 BMW, 벤츠, 폴크스바겐, 아우디 등 완성차 기업을 비롯한 주요 Tier1 기업 등의 공급선 확보
 - FTA 발효 직후 현지 사무실 개설로 고객밀착지원 및 신속 대응 가동
 - 관세 즉시철폐(3.5%→0%)
- 이를 통한 납품 레퍼런스 축적으로 신규 장기 프로젝트 수주 획득

□ FTA 발효 이후 유럽 수출 800배 이상 증가

- '10년 대비 '13년 대유럽 수출이 1,400% 증가
 - '09년 2천유로에 불과하던 대유럽 수출액이 '10년 11만유로, 11년 81만유로, '12년 110만유로(16억원), '13년 165만유로(24억 원)로 급성장
- '12년 대규모 신규 수주 획득 및 매출 성장
 - '12년 신규 수주에 따른 매출은 '15년~'16년도에 크게 가시화될 전망
 - '13년 산업통상자원부로부터 수출탑 3천만 불 수상
- 동 사는 한-EU FTA 활용 과정에서 얻은 노하우를 바탕으로 미국시장 진출확대를 위해 한미FTA도 적극적으로 활용
 - 총 매출 중 수출비중 85% 달성

□ FTA를 통해 중소기업에서 글로벌 중견기업으로 성장

- '12년 신규 수주에 따라 '16년 자사의 유럽시장 내 매출 최고 기록 경신 예상
 - 유럽시장 매출이 '14년도 약 40억원, '15년 51억원, '16년 80억원 규모로 매년 대폭 확대 예상
- 유럽시장에서의 선전을 바탕으로 글로벌 시장에서 '14년 총 4,500만불 수출 달성 목표
 - 기술혁신 활성화를 통해 글로벌 수출기업으로 성장하여 세계 3대 기업 진입을 위해 적극적으로 해외시장을 공략할 계획
 - 글로벌 자동차시장의 '다크호스'에서 '20년 '글로벌 선도기업'으로 부상 목표
- '08년 매출 66억 원의 중소기업에서 출발하여 '13년 1천억 원의 매출을 기록하는 중견기업으로 급성장한 모범 사례

1-㉑ : J社 (독일진출 한국기업)

품목/분야	ABS 수지, 폴리카보네이트/화학
내용요약	원가경쟁력이 매우 낮고 공급포화 및 낮은 브랜드 인지도로 시장 개척이 용이하지 않은 상황에서 6.5%의 관세 철폐를 통해 유럽 주요 경쟁사 대비 가격 경쟁력 제고. '11년 이래 對유럽 수출 30~40% 증가

□ 유럽기업들이 시장을 장악중이며, 동 사의 원가경쟁력이 매우 낮은 편

- 시장 내 유럽기업의 압도적 브랜드 인지도와 물류 문제에 따른 애로
 - 이를 해소하기 위해 헝가리에 현지 공장을 설립해 일부 한국에서 원료를 수입하여 현지 생산을 통해 반제품을 시장에 공급 개시
- 그러나 유럽업체의 시장입지가 너무 확고해 틈새시장 개척에 큰 애로
 - 높은 품질에도 불구하고, 가격 경쟁력이 낮아 수익성 역시 높지 않은 편
- 동 사 제품은 경기에 선행하는 품목으로 유럽, 중국 등 전체 시장 역시 양호하지 않은 상황에서 신규 거래선 발굴에 애로
 - 특히 유럽 재정위기 불안 고조로 주요 공급 산업분야인 자동차 산업 역시 다소 위축되었으나, 독일 영업의 경우 비교적 견조한 편

□ 고객과 FTA 이익을 공유하면서 시장 점차 확대

- 계약조건에 따라서 한국 본사 및 고객사에게 6.5%의 가격상 이점 발생
 - 기존 거래고객의 경우 50:50으로 가격 이점 분할, 신규 거래선의 경우 가격을 조정해 주는 방식으로 고객과 FTA이득을 공유하며 신뢰 구축

□ 독일의 Bayer, 미국의 Savik과 나란히 경쟁

- FTA 관세 인하를 활용하여 시장진입에 성공
 - 기존 6.5%의 관세가 무관세로 전환되면서 가격경쟁 여건 크게 개선
 - 품질을 인정받은 상황에서 가격 조건이 개선되어 공급 확대
- FTA 발효 후 가격 경쟁력 상승으로 발효 전 대비 20% 이상 매출상승
 - 폴리카보네이트는 '11년 이래 현지 생산을 포함한 對EU 연간 거래 물량이 2배 증가, 수출은 30~40% 증가

1-22 : I社 (독일진출 한국기업)

품목/분야	자동차 부품(실내등)
내용요약	유럽 재정위기에 따른 자동차 수요둔화에도 불구하고, 한-EU FTA 활용을 통해 시장 내 신규 거래선 개척 및 시장 내 입지 확대

□ 유럽 재정위기에 따른 시장의 악조건을 FTA로 상쇄

- 기존에 거래하던 폭스바겐 외, 기타 유럽 완성차 기업으로부터 신규 수주 획득을 통한 공급 물량 증가
 - '11.7월 BMW 벤더등록에 이어 폭스바겐, BMW, Audi, Skoda, Opel, Fiat 등 다수의 완성차 기업에 공급 중
 - 독일기업들이 경쟁력 있는 비즈니스 파트너로 인정
- 관세 절감(2.7~3.7%→0%로 즉시철폐)으로 수출 및 매출 증대 효과
 - '11년 對유럽 수출 증가액 약 67억원(전년대비 +27%), 관세절감액 약 9억원
 - '13년 對유럽 수출 390억원 달성, '14년 470억원 달성 가능 예상
 - 매출 중 유럽 수출 비중이 '12년 약 30%에서 40%로 확대
- 고용창출 및 신규 설비투자 증가
 - '11년 한해 신규 채용인원 39명
 - '11년 신규 제조 및 시험설비 투자액 23억원 (전년 대비 +65%)
- 자동차 실내등 분야의 글로벌 리더 도전
 - 한-EU FTA 활용을 통해 향후 '18년 총 매출 2,000억 원 목표

1-23 : K社 (독일진출 한국기업)

품목/분야	자동차 부품(도어모듈)
내용요약	가격, 품질, 물류 등의 조건에서 유럽기업과의 경쟁 및 유럽재정위기 장기화로 인한 자동차 산업 내 수요 둔화에 따른 부정적 효과를 FTA로 상쇄하며, '13년 신규 수주 획득에 성공, 향후 6년간 총 100억 원의 경제효과 예상

□ 독일기업의 품질기준이 매우 높아 유럽 자동차부품 기업과의 경쟁에 애로

- 동 사는 '03년부터 다임러(Daimler)의 Tier1 기업으로서 독일 완성차 기업에 공급

- '06.11월 유럽 연락사무소 설립을 통해 유럽시장 확대를 위해 노력했으나 가격 등 경쟁여건은 크게 개선되지 않는 상황이었음
- 더욱이 유럽 재정위기와 이로 인한 경기둔화로 유럽 자동차 시장은 크게 위축

□ 한-EU FTA로 기존 3% 관세철폐

- 무관세, 통관절차 간소화는 바이어들의 편의성 제고
 - 관세가 높거나, 물류 및 운송 절차가 복잡할 경우 거래를 꺼리는 경향
 - 한-EU FTA 이후 무관세 적용 및 인증수출자 제도를 통해 물류 및 운송 절차가 간소화 되어 큰 매력으로 부각
- FTA 이후 인지도 개선과 품질수준도 큰 몫
 - 폭스바겐으로부터 '13년 신규 프로젝트 수주 획득
 - 동 프로젝트는 약 2년간의 개발 단계를 거쳐 향후 6년간에 걸쳐 공급 되므로, 연간 약 17억 원 규모의 수주 효과 발생
- FTA 체결 이전부터 독일 내 연구소 운영을 통해 기술개발에 역량을 집중한 점도 큰 효과로 작용

1-㉔ : H社 (벨기에 진출 한국기업)

품목/분야	자동차
내용요약	관세 인하분을 현지 마케팅에 활용(가격 인하 또는 인상억제, 광고비로 전환)하여 제품 인지도 및 시장점유율 향상에 기여

□ FTA 관세인하를 현지 마케팅에 재투자

- 각종 물류비용 등으로 유럽 내 경쟁사(폭스바겐, 르노, 푸조 등) 대비 마케팅 비용 부족 애로
- 한-EU FTA 발효로 관세인하를 통한 비용 절감 발생
 - 벨기에에서 시판되는 차량의 30~40%는 한국에서 수입
 - 한-EU FTA에 의거 한국에서 EU로 수입되는 1,500CC 이상 중대형 승용차는 발효 후 3년 내 1,500CC 미만 소형 승용차는 발효 후 5년 내 관세(10%) 철폐

- 관세 인하를 현지 마케팅(가격 및 프로모션)에 적극 활용
 - 관세 인하로 가격 인하, 가격인상 억제 가능
 - 관세 절감분을 이용하여 현지 광고, 경쟁사 대비 장기보증, 특정 할인 프로그램 등 적극적 프로모션 활동 전개
- 2013년 동 사의 벨기에 시장점유율 6.6%(5위) * 2010년 점유율 3.6%(11위)

1-㉔ : S社 (벨기에진출 한국기업)

품목/분야	자동차 배터리
내용요약	한-EU FTA에 따른 관세혜택으로 수출 증가

□ FTA로 수출확대의 최대 장벽이었던 가격열세 극복

- 중국 등과 극심한 가격경쟁으로 수출물량을 늘리는데 한계
 - 한-EU FTA 발효 이후, 무관세가 적용되면서 수출 증가
 - 종전 3.7%였던 자동차 배터리의 관세가 FTA 발효로 무관세가 되면서 수출가격을 내리지 않아도 자연스럽게 가격 경쟁력이 강화
 - 벨기에 바이어는 이를 활용, 기존대비 약 20% 이상 수입량 확대
 - 한-EU FTA 발효 이후 중국산 제품대비 가격차이가 많이 줄어들었기 때문에 우수한 품질을 가진 한국산 제품의 수입량을 늘리겠다는 평가

□ 향후 한국산 자동차부품 수요 확대 호기

- 벨기에 내 현대, 기아 등 한국산 자동차 인지도는 높은 편
 - 동 효과에 힘입어 한국산 자동차 부품 수요 역시 증가할 것으로 예상
 - 무관세는 우리기업의 수출기회를 확대하는 결정적 계기로 작용 전망

□ 원산지 인증수출자 자격 갱신 적극 홍보 필요

- 2014년부터 만료가 시작되는 인증수출자 자격 연장에 대한 홍보 필요
 - 6천유로 이상 수출자에 부여되는 인증수출자 자격 유효기간은 3년
 - 한-EU FTA가 2011년에 발효되었으므로 올해 유효기간이 만료되는 기업들이 상당수 존재할 것으로 파악
 - 유효기간 만료 이후 인증번호를 사용하다가 사후 적발 시 불이익을 받을 수 있음

1-㉔ : D社 (폴란드진출 한국기업)

품목/분야	산업용 장갑
내용요약	한-EU간 FTA 발효로 한국산 수입가격이 약 10% 정도 인하된 효과, 한-EU FTA가 발효된 '11년 7월부터 작년까지 對폴란드 수출 10% 증가

□ 중국산 대비 가격 경쟁력 열위를 FTA 관세철폐로 만회

- 저가 중국산과의 경쟁에서 열세를 면치못하던 상황에서 동 사가 제조·수출 중인 산업용장갑(HS Code : 6161020, 61161080, 42032910)에 대해 적용되던 8%~13%의 관세가 '11.7.1일부로 폐지
- FTA발효 직전인 '11.6월 선적한 물량(38천유로) 운송 중 FTA가 발효
 - 관세 즉시 철폐대상 품목 증빙을 제출함으로써 3천유로 상당의 관세 감면
- 한국산 제품 수입 가격이 약 10% 정도 인하된 효과가 발생
 - 중국산 제품의 가격 경쟁력이 월등히 높아 근본적인 극복은 불가하나 우수한 품질의 한국산 제품 수입이 비교적 자유로워짐.

1-㉕ : 한화 (헝가리진출 한국기업)

품목/분야	무역
내용요약	동유럽 국가로 한국제품을 수출하고 있으며, 관세 철폐로 인한 가격 경쟁력 확보로 발효 전보다 20%의 매출액 증가

□ 주요 취급 품목인 레진의 6% 관세철폐, 인근시장 개발 기대

- 그동안 헝가리까지의 배송비, 관세등 때문에 가격 경쟁력 측면에서 고전을 면치 못했음
- 관세철폐 이후, 기존 수요가 있었음에도 불구하고 가격 경쟁력 때문에 공급이 이루어지지 않았던 국가 및 바이어 대상 공급량이 20%가량 증가
 - * '13년 기준 공급량으로는 약 1,500톤/년, 매출액으로는 약 1천5백만유로/년 수준
 - 인증수출자 제도로 원산지증명서 발급 절차 등이 간소화되어 행정비용이 줄어들고, 이는 곧 가격 경쟁력으로 이어지는 효과
- 헝가리의 지리적인 이점을 이용, 타 국가로의 수출 또한 기대

1-㉘ : D社 (체코진출 한국기업)

품목/분야	철강, 화학, IT 등
내용요약	철강제품을 주력으로 하던 동 사는 한-EU FTA로 관세인하가 커진 화학제품 유통에도 주력하여 시장 다변화

□ 2014년 유럽 화학제품시장 진출확대를 위한 전략 변경

- 한-EU FTA 이전 화학제품에는 3~5% 관세적용
 - D사는 FTA 발효 전 유럽지역으로 화학제품을 유통하는 경우 관세 지불해야 했기 때문에 제품을 구 유고 지역으로 주로 유통
 - '14년부터 집중 판매지역을 보다 큰 EU시장으로 변경

□ 관세폐지로 인한 제품 가격 하락, 시장 내 점유율 상승 기대

- 한-EU FTA를 통해 가격이 3~5% 하락하면서 한국 플라스틱 제품의 가격 경쟁력이 높아져 시장점유율 지속 상승 기대
- 체코화학협회의 자료에 따르면, '11년 한-EU FTA 이후 한국산 플라스틱, 기타 화학제품군, 고무제품 등의 수입이 눈에 띄게 증가
 - 특히 플라스틱의 경우, 한국으로부터의 수입이 2012년 57%, 2013년 13%로 크게 상승
- 최근 체코의 화학제품 유통업체들로부터 한국제품 구매 의사 증가
 - FTA 관세인하 효과뿐만 아니라, 가격 경쟁력 제고로 한국제품의 인지도 또한 상승한 것으로 분석

1-㉙ : T社 (체코기업)

품목/분야	작업용 장갑
내용요약	T사는 작업복 및 안전용구를 취급하는 체코 중소기업이며, 한-EU FTA발효 이후 관세폐지로 인한 가격조건 개선 및 고품질로 중국산 제품을 한국산으로 대체

□ 2013년부터 한국산 작업용 장갑 수입 개시

- 한국산 작업용장갑의 관세율 8.9%가 '11.7월 한-EU FTA발효로 완전 철폐
 - 중국산에 대한 관세 8.9%는 그대로 적용되어, 한국산 가격이 상당히 개선되었다고 평가

□ 관세 폐지로 인한 제품 가격 하락, 점진적 판매 증가 기대

- 아직은 한국산 제품에 대한 고객을 확보하는 과정이나, 가격조건이 개선됨과 동시에 품질에 대해 만족도가 높아 매우 긍정적 기대 가능
- 아울러 품질 낮은 중국제품에 대한 부정적인 경험으로 한국산 고품질 제품에 대한 수요 확대 전망

1-③⑩ : RADKA(라드카) (체코기업)

품목/분야	화학
내용요약	한-EU FTA 관세인하를 통해 한국산 수입확대 및 제품 포트폴리오 확대

□ 관세 인하로 인한 수입가격 하락, 제품 포트폴리오 확대로 이어져

- 한-EU FTA 이전 동사가 수입하고 있던 한국산 건축용 화학제품에는 7%의 관세가 붙어 가격 경쟁력이 많이 낮아 수입규모 미미
- 그러나 한-EU FTA로 관세가 철폐되고 통관절차가 단순해지면서 한국 제품의 유럽 시장 내 경쟁력 개선
- 동사는 한-EU FTA를 적극적으로 활용, 제품 포트폴리오 확대 예정
- 플라스틱 및 합성수지 등을 한국으로부터 신규 수입
- '11년 이후 한국의 화학제품 對체코 수출 크게 증가
- '11년 수출 전년 대비 44.8%, '12년 56.7%, '13년 13.7% 상승
- '13년 기준 체코의 화학제품 대외 수입국 1위는 독일이며, 한국은 14위로 점유율은 약 1.8% 수준이나, FTA 활용 등에 따라 지속 개선될 것으로 전망

1-③⑪ : 밀알J&P (그리스진출 한국기업)

품목/분야	자동차부품(애프터마켓)
내용요약	한-EU FTA를 통해 수입관세가 철폐되어 가격 경쟁력 회복 후 경쟁국인 일본, 중국 등을 제치고 현지 자동차부품 시장진출

□ 관세 철폐로 가격 경쟁력 회복하고 신규수출 7만유로 달성

- 한-EU FTA 체결 전 그리스 자동차부품 수입관세는 4.5%로써 주재국 바이어들에게 수입 시 부담으로 작용
 - 특히, 긴 운송시간(평균 한달)과 높은 운송비로 인해 한국산 자동차 부품 진출확대 애로
- FTA 체결 후 밀알 J&P사는 철폐된 수입관세를 활용 그리스 자동차 부품시장 진출 시도
 - 절감된 관세분은 제품가격에 바로 반영되어 일본, 중국 등 대비 가격 경쟁력 향상
 - '12년 밀알 J&P사는 Chevrolet-GM사의 그리스 독점 수입업체인 Chevellas사에 샘플 오더를 통한 수출 진행
 - 지난 6년간 지속된 재정위기로 자동차 시장이 80% 급감했음에도 7만 유로의 첫 성약 달성

□ 뛰어난 가격 및 품질로 추가 시장확대 및 제3국 진출 추진

- 밀알J&P사는 관세절감으로 인한 가격 경쟁력과 우수한 품질경쟁력으로 추가 주문이 지속되어 올해 수입액은 2십만 유로에 달할 전망
 - 그리스 주요 바이어인 C사와 파트너십 계약체결을 통해 그리스 외 발칸 지역에 제3국 수출을 추진 중

1-③2 : K社 (스위스진출 한국기업)

품목/분야	자동차부품
내용요약	한-EFTA FTA를 활용, 현지법인 설립 등을 통해 스위스 시장 진출 확대 및 제3국 제조 부품의 공급 유연화를 추구

□ '08년 법인 설립 이후 장기 공급계약을 체결하고 매년 수량 및 가격 조건을 수정하고 있으며, 계약 시 FTA 효과를 통한 가격 경쟁력 확보

- 그 동안 한국기업이 스위스기업에 상품 공급시 관세로 인해 인근 동유럽 및 FTA 체결국 대비 가격 경쟁력이 낮아 가격협상에 어려움이 있었음

- 동 사는 2005년부터 스위스 글로벌 기업에 자동차부품(Turbo Charger) 장기 공급을 준비 중이었으며, '05.12월 한-EFTA 체결과 맞물려 스위스 내 법인 설립을 통해 본격적으로 진출 진행
 - '06.9월 한국-EFTA FTA로 관세철폐(종량세로, 부품에 따라 100kg당 11~20 스위스 프랑에 해당하는 책정관세가 즉시 철폐)
 - 아울러 아포스티유* 체결로 증빙의 인증이 대폭 완화되어 통관간소화
 - * 외국 공문서에 대한 인증(영사인증 등)의 요구를 폐지하는 협약

□ 한국 내 제조된 제품의 수입 확대

- 최근까지 스위스 납품물량은 한국에서 1차 공정 후 중국에서 생산된 제품으로 한-EFTA FTA 활용 효과 미비
 - '14년부터는 한국에서 공정을 완료하는 품목 위주로 공급하게 되어 있어 FTA 효과가 클 것으로 예상
 - 한국생산(마천소재) 제품 중 스위스로 공급되는 제품은 전체 물량의 10%(1차공정)이며, 이후 90%는 중국에서 2차 공정을 거쳐 왔음
 - 그러나 최근 성사된 공급 프로젝트(연간 천만 불 규모)는 한국에서 전 공정을 마치는 제품으로 직접적인 FTA 수혜품목이 될 예정임.
- 유럽 내 생산설비 추가 계획으로 한-EU FTA 효과도 동시에 노려

1-③③ : Arcoplex Trading SpA(아르코플렉스트레이딩) (이태리기업)

품목/분야	플라스틱
내용요약	관세인하로 원거리 물류비용을 상쇄

□ 한-EU FTA 발효에 따른 관세인하로 원거리 물류비용을 상쇄하며 對韓 수입 확대

- 동 사는 한국의 S사로부터 플라스틱 원료인 ABS 수지 수입 중
 - 한국제품은 품질면에서 경쟁력을 가지고 있음에도 수입 시 원거리 물류 비용 및 수입관세(6.5%)가 큰 부담으로 작용
- '11.7월 한-EU FTA 발효 이후 동 제품 관세율 점진적 인하
 - * 6.5%→3.2%('12.7월)→1.6%('13.7월)→0%('14.7월)

- 유럽 재정위기 등 수요감소에도 불구하고, 관세인하에 따라 원거리 물류 비용이 상쇄되기 시작하면서 한국산 ABS의 안정적 공급을 위해 투자 확대
- 한국 내 거래처도 기존 1곳에서 현재 3곳으로 확대
- '13년 이탈리아의 對韓 ABS수입은 6천2백만달러로 전년대비 10.2% 증가
 - 경기불황으로 국내 산업생산 3% 감소, ABS 수지 수입 7.18% 감소에도 불구하고 한국은 현지 관련 시장점유율 22.1%로 1위
 - 경쟁국 독일 -12.7%, 벨기에 - 23.8%, 대만 -22.11%로 수입 큰 폭 감소

1-㉔ : VIKITEX(비키텍스) (불가리아기업)

품목/분야	폴리에스테르 섬유
내용요약	4% 관세철폐에 따른 가격 경쟁력 및 한국산 직물 인지도 제고에 따른 수입증가

□ FTA 발효로 관세인하 효과와 함께 한국제품 인지도 확산

- '11.7월 한-EU FTA 발효로 폴리에스테르섬유 수입관세 4% 즉시 철폐
 - 가격 경쟁력 제고와 인지도 증가로 한국산 직물 수입 증가
 - '13년 한국의 對불가리아 폴리에스테르직물 수출은 총 595만 달러로 전년 대비 157% 증가

<한국의 폴리에스테르 섬유(HS Code : 550320) 對불가리아 수출 추이 (단위 : 천불)>

구 분	2011년	2012년	2013년
對 불가리아 수출액	2,439	2,316	5,950
對 불가리아 수출 순위	11위	9위	3위

자료원 : KOTIS, 한국통계

- Vikitex는 직물 수입업체로 2013년 40만 달러 규모의 한국산 직물을 수입
 - '14년에는 한국산 직물 수입을 2배 이상 확대할 계획으로 알려짐

2. 서비스시장 진출

2-① : CJ 오쇼핑 (베트남진출 한국기업)

품목/분야	홈쇼핑
내용요약	한국기업 최초로 진출한 베트남 홈쇼핑 시장에서 70%를 점유하는 동시에 한국 중기제품의 베트남 시장 진출 관문역할 수행

□ 한-아세안 FTA와 WTO가입 후 베트남 방송통신 시장에 한국기업 최초 진출

- 그 이전 베트남의 문화, 방송 관련 사업은 조건부 및 금지 투자분야이며 외국인 투자는 베트남 수상의 직접 결정에 따라 허가 여부가 결정
 - 외국 기업이 진출 근거로 삼을 법적규제 및 가이드라인이 부재
- WTO 양허안 및 한-아세안 FTA 발효
 - 베트남 사업자와의 합작지분 투자(최대 50%)로 방송서비스사업 진출 가능

□ CJ 오쇼핑, 한국기업 최초 베트남 내 홈쇼핑 방송 시작

- CJ 오쇼핑은 '10.3월 베트남 1위 케이블TV 사업자인 SCTV와 공동투자 계약을 체결, '11.2월 베트남 정부로부터 24시간 전용채널 허가 획득
 - '11.7.1일 홈쇼핑 방송인 'SCJ TV'를 정식 개국하여, 한국기업으로는 최초로 베트남 내 홈쇼핑 방송을 시작
 - 베트남 홈쇼핑 시장 70% 장악, 점유율 압도적 1위, 연매출 100%씩 증가하는 폭발적 성장세 * 매출액 : '11년 70억원 → '12년 150억원 → '13년 300억원
- 베트남 진출희망 중소기업의 마케팅 창구
 - 설립 초기에는 글로벌 브랜드 위주의 상품 구성으로 인지도를 높였으나, '12년부터 베트남 제품 및 한국 우수 중소기업 상품의 비중 확대
 - '12년 SCJ TV 홈쇼핑을 통해 판매된 한국 중소기업 상품은 약 30억원 규모이며, 매년 50% 이상 비중을 늘리고 있음



2-② : ㈜디스트릭트 (네덜란드진출 한국기업)

품목/분야	디지털 체험관
내용요약	네덜란드 호로닝헌시에 건설되는 복합문화공간 호로닝허포럼에 한국의 디스트릭트(D'strict)사에서 디지털 체험박물관 구성. 한-EU FTA로 인한 한국기업의 인지도·신뢰도 향상으로 네덜란드 서비스시장 진출

□ 한국의 IT서비스가 네덜란드 시민문화 공간을 조성하다

- 네덜란드의 북서부에 위치한 호로닝헌(Groningen)시는 호로닝허 포럼이라는 시민 문화 공간 조성 계획 발표
 - 공공도서관, 도시박물관, 토론회관, 교육시설, 영화관 등 다양한 문화 사회 시설이 입주할 예정이며, '17년 완공 목표
- 포럼에 도입 가능한 혁신적인 아이디어 발굴 희망
 - 한국의 IT·콘텐츠 산업의 성장을 주시하며 아이디어 수집 희망
- 호로닝허 포럼-디스트릭트사, 사용자 체험형 공간 구성에 합의
 - 디스트릭트의 홀로그램 및 융합 콘텐츠 제작 기술력을 높이 평가
 - 한국의 뛰어난 콘텐츠와 디지털 융합기술이 호로닝허 포럼의 혁신성과 부합한다는 견해

□ 한-EU FTA 3년차, 유럽의 콘텐츠·서비스 시장으로 진출

- FTA체결로 한국기업 진출이 활발해짐과 동시에 인지도와 신뢰도 제고
 - 아울러 한국의 전자·IT 기업의 활약 및 한류 확산으로 콘텐츠·IT 강국이라는 국가 브랜드 형성
- 디스트릭트사는 호로닝허 포럼에서 사용자 체험형 증강현실 테마관을 구성하고 운영하는 역할을 담당할 전망
 - 프로젝트 규모는 약 700만 유로

3. 글로벌 생산체제 강화

3-① : Nakamura Tome(나카무라토메) (일본기업)

품목/분야	공작기계(연마기, 가공기, 선반)
내용요약	동 사는 엔고영향으로 수출이 어려워지면서 한-미 FTA, 한-EU FTA 활용을 염두에 두고 '12년 對韓 투자진출. '12.10월, 대구에 부지면적 약 19,000㎡, 건축면적 5,230㎡의 공장을 설립하고 주거래 물류회사도 한국에 동반 진출하여 수출 준비 중

□ 엔고와 수요부진 타개책, 한국의 FTA를 활용

- 동 사는 공작기기, 광학기기를 제조하여 세계 55개국에 수출하는 글로벌 기업으로 수출비중은 70%
 - 세계 금융위기, 엔고 등으로 한국 및 중국에서 수요가 확대되고 있음에도 불구하고, 가격 경쟁력 열세로 수출부진에 직면
- 삼성을 비롯한 한국 글로벌 기업의 실적호조로 따라 한국시장에 대한 관심이 높아졌고, 때마침 한국이 EU와 FTA를 추진함에 따라 제3국 수출을 목적으로 한국진출 모색
 - 90년대 초 미국 생산거점이 운영부진으로 철수한 경험이 있어 생산거점의 해외진출에 신중론도 있었으나 지리적 인접, 한국에서의 조달 우위성, FTA 등의 여건을 종합적으로 판단하여 한국에 투자진출 결정
 - 동 사 주요 수출대상지역이 유럽(43%), 미국(18%)으로 한국의 FTA 수혜지역에 해당, 한국 내 생산 시 무관세 혜택 가능



2012년말에 완공된 대구공장(동사 홈페이지)

□ 대구경북 경제자유구역 내 공작기계 생산거점 설립

- 대구테크노폴리스 내 2만㎡ 부지에 총 16백만불 투자, 공장 설립
 - '12.4월 착공 및 10월 완공, '13.4월 부터 상업생산 개시

- 한-EU 및 한-미 FTA체결로 각각 2.7% 및 4.4%의 관세가 철폐되는 유리한 조건과 일본에 비해 낮은 생산원가로 시장경쟁력을 높이기 위한 목표

□ 6重苦를 6樂으로 전환

- 엔고로 인한 수출부진, 40%에 육박하는 높은 법인세율, 전력부족, 노동규제, 환경규제 강화, 내수침체 등 이른바 6중고(重苦)로 고전 중에
 - 對韓투자를 통해 FTA 특혜관세, 고도기술인정, 투자인센티브, 일본의 절반 절반밖에 안 되는 전기료와 세금, 인건비 및 수출입 편리성 등 6樂을 향유
- 또한, 고정밀 공작기계제조와 가공기술이 있는 삼성머신툴, 두산, 현대위아 및 이들 기업의 협력업체가 포진하고 있어 시장개척도 용이
- 동사의 한국 대구공장에서는 주요부품의 가공부터 완제품까지 일괄 생산하고 있으며 향후 현지 한국기업에서의 조달도 적극적으로 검토
 - 국내 기업과 기술이전 등의 협력체계를 구축하여 정밀도 향상
- FTA활용 효과를 더욱 극대화시키기 위해 일본 국내에서 제작하고 있는 광학기계, 초정밀기계 및 무인자동제작시스템을 한국에 설치, 글로벌 경쟁력을 강화시키는 한편, 고도기술의 한국 이전 추진
- 투자진출 후에도 동사가 소재한 호쿠리쿠지역의 경제 관련단체 및 회원사를 대상으로 한국투자진출의 장단점을 소개하는 등 對韓투자 유치 홍보효과

□ 주거래 물류회사까지 부산신항으로 공동 진출하여 FTA활용 준비 중

- 주거래 물류회사 Nihon Package(공작기계전문 물류·포장 회사)도 한국에 동반 진출하여, '13.9월 부산신항에 포장공장을 설립
 - 일본 생산제품을 부산항으로 운송하고 부산신항 공장에서 포장, 부산항을 거점으로 세계로 수출할 계획

3-② : JX Nippon Oil & Energy (일본기업)

품목/분야	유탄유(Base Oil)
내용요약	일본 석유화학 대기업인 JX사와 SK group의 SKL이 글로벌 시장 공동 진출을 위한 전략적 업무제휴로 2011년에 합작법인을 울산에 설립. 약 3,500억원을 투자하여 설비 건설

□ 일본 석유제조시설 포화 상태에서 새로운 수요처 모색

- 일본에는 이미 15개의 석유화학コンビナ트가 있고 추가로コンビナ트를 만들기가 어려워 일본 내 경쟁사와의 차별화가 어려운 상황
 - JX사는 유탄유 일본시장의 40%를 점유(일본1위)하고 있으나 수요가 연간 200만KL이상 늘지 않아 글로벌 시장 진출 절실
- '11년 일본의 대지진, 한국의 한-미 FTA, 한-EU FTA의 활용, 저가격 생산과 글로벌 시장에 물류망을 구축하고 있는 SK과의 협력이 비즈니스의 시너지 효과가 날 수 있다고 판단

□ JX와 SK글로벌케미칼, '12.6월 울산 아로마틱스주식회사(이하UAC사)를 설립

- '14.2월, 일본에서 기초 원료를 울산공장에 첫 수출
 - 기초 원료를 원재료로 유탄유 생산하고 일본에 재수출하여 일본 국내 시장에 공급할 예정
 - 순차적으로 한국을 거점으로 글로벌 시장에 수출 예정

* UAC사 개요

- 소 재 지 : 대한민국 울산
- 사업개요 : 파라키실렌의 제조
- 생산능력 : 약100만 톤/연
- 자 본 금 : 초기 약2400억원(순차증자예정)
- 출자비율 : JX 50%-1주, SK글로벌케미칼 50% +1주
- 상업생산 : '14.8월 예정

- 일본 석유화학메이커가 해외기업과 유탄유를 공동 생산하는 것은 최초
 - 일본 국내 생산기지를 폐쇄하여 한국에 이전한 것도 이례적인 일
 - * 요코하마제조소(요코하마), 미즈시마제유소(오카야마)의 생산을 '13년으로 종료

3-③ : Tsurumi Manufacturing Co.,Ltd.(츠루미펌프) (일본기업)

품목/분야	펌프
내용요약	한국의 발전소, 석유화학플랜트에서의 수요확대에 따라 '13년 한국에 진출함. 충주시에 신설한 공장은 '14년 2/4분기에 가동 예정. 동 공장을 거점으로 FTA 활용 및 제3국 수출 추진

□ 한국, 엔고극복과 FTA 활용 기점을 위한 돌파구

- 동 사는 건설/에너지/농업/하천/상하수도/환경 분야에서 사용되는 펌프류를 제조하는 기업이며 국내점유율 35%, 세계 45개국에 거점을 보유하는 글로벌 기업
 - 그러나 세계금융위기, 엔고, 일본 내수위축 등으로 미래를 위한 획기적 전략 필요
- SK 등 한국 글로벌 기업의 수요확대에 따라 한국시장에 대한 관심이 높아짐과 동시에 FTA를 통한 제3국 수출을 목적으로 한국 진출 모색
 - 한국은 발전소, 화학플랜트 등으로 진공설비기기의 수요 확대 중
 - 관세부담 경감, 리드타임 단축, 수송비 절감을 위해 2013년 6억엔 (약 70억원)을 투자하고 한국 조립공장 설립

□ 현지조달 통해 원가절감에 성공하면 FTA활용도 본격적으로 추진

- 한국공장은 일본공장에서 펌프를 기초로 조립, 시험, 평가하는 업무를 우선 담당할 예정
 - 이후 한국 현지에서도 부품을 조달하여 원가 절감을 추진할 계획이며 성공하면 FTA를 이용한 제3국 수출도 모색할 계획
- 동 사가 한국기업에 납품한 제품은 한국의 글로벌 기업을 거쳐 제3국으로 수출되는 사례가 많아 한국시장을 통한 글로벌 시장 진출도 기대
- 동 사의 한국 진출 배경 중에는 한국 글로벌 기업의 제3국 수출 선전, 공장입지에 대한 보조(금)제도의 충실함도 포함된 것으로 전해짐.

3-④ : Asahi Kasei(아사히카세이) (일본기업)

품목/분야	화학, 주택, 건축자재 등
내용요약	가전, 자동차용 아크릴계 합성수지원료(아크릴로니트릴) 수출이 중국 등 극동아시아 지역으로 집중되어 있었으나, 증액투자로 생산설비 확장. 한국과 FTA가 체결된 인도, 터키, 유럽 등으로 수출 대상지역 확대 ('11년9월 투자, '13.1월 완공 및 가동 개시)

□ 한국의 FTA로 수출시장 다변화 모색

- 중국 등 극동아시아 지역으로 수출이 편향되어, 타아시아지역 자동차, 가전제품 생산 확대에 따른 수출국 다변화 필요성 대두
- 한-인도CEPA, 한-EU FTA를 활용한 對인도 및 EU 수출 확대 모색
 - 아사히 카세이 한국 법인인 동서석유화학 증액투자 결정
 - 아크릴계수지 생산 세계 최대 규모로 동 품목 핵심 생산거점으로 설립
- '11.5월 제4 아크릴로니트릴 공장 착공, '13년 1월부터 증산 개시
 - 생산능력이 기존 1.8배 수준인 54.5만 톤까지 증가
- 최근 인도, 터키, 유럽 등으로 수출지역 확대 중

3-⑤ : Houzer(하우저) (미국기업)

품목/분야	주방용 싱크대
내용요약	중국에서 생산 공장을 가지고 있던 미국 주방용 싱크대 전문 생산업체인 Houzer는 중국산 주방용 싱크대에 대한 반덤핑 관세부과로 수출이 어려워지자 대체 생산지역을 물색하던 중 한-미 FTA 발효로 무관세로 싱크대 수출이 가능함을 알게 된 후, 타당성 검토를 거쳐 한국(충북 진천)으로 중국 생산 공장 이전

□ 중국산 주방용 싱크대에 대한 수입규제 조치로 대체 생산지역 물색

- 미국의 중국산 주방용 싱크대에 대한 반덤핑 및 상계관세 부과
 - 美 일리노이주 소재 주방용 싱크대 생산업체인 Elkay Manufacturing Company는 지난 '12.3월 중국업체들을 덤핑(보조금 포함) 혐의로 美 국제무역행정청(ITA)에 제소됨

중국산 주방용 싱크대 덤핑·보조금 혐의 제소내역 및 진행상황

- ▶ 품 목 명 : 주방용 싱크대(Drawn Stainless Steel Sinks, HS코드 7324.10.000)
- ▶ 제소혐의 : 덤핑(마진 : 27.14~76.53%), 보조금(지급률 : 4.80~12.26%)
- ▶ 제소업체 : Elkay Manufacturing Company(일리노이주 소재)
- ▶ 그간의 진행상황 및 최종 판정결과
 - 덤핑 및 보조금 지급혐의 제소(2012.3.1) → 美 ITC 및 ITA의 조사개시(2012.3.21)
 - 美 ITC, 미국 산업에 실질적 피해가 발생했다는 산업피해 긍정 예비판정 결과 발표(2012.4.16)
 - 美 ITA, 반덤핑 마진 및 보조금 지급률 최종 판정(2013.2.19)
 - 美 ITC, 미국 산업에 실질적인 피해가 발생하였다는 최종 판정결과 발표(2013.4.4)

<반덤핑 및 상계관세 현황>

구분	반덤핑관세	상계관세
관세율(%)	27.14~76.53%	4.80~12.26%

- 반덤핑 관세 부과시 미국으로의 수출이 사실상 불가능한 상황 → 대체 생산지역 물색
 - 중국산 싱크대에 최대 76%에 달하는 반덤핑 및 상계관세 부과가 확실시 되자(2012년 초), 대미 수출이 불가능하다고 판단, 대체 생산지역 물색

□ 한-미 FTA 활용, 한국으로 생산기지 이전

- 대체 생산지역 물색 중 한-미 FTA 발효, FTA 효과 인지
 - 한-미 FTA 발효로 한국의 투자환경이 개선되고 한국산 싱크대에 대한 수입관세(3.4%)도 철폐되어 무관세로 수출할 수 있다는 정보 입수
- 충북 진천으로 생산 공장 이전 결정('12.4월, 신고금액 : 향후 5년간 U\$5,000만)
 - OEM 방식으로 전량 미국 수출

♣ 한국으로의 생산기지 이전에 대한 Houzer社 대표의 평가

- ☞ "중국 내 생산에 비해 생산원가는 약 40% 정도 올랐으나 최근 중국 인건비도 급등하고 있고 한국 내 생산에 따른 품질수준 제고, 'Made in Korea'라는 프리미엄, 한-미 FTA 관세혜택 등 장점도 많다."

- 1,500만 달러 투자하여 국내 생산 공장 확장 → 신규고용 지속 창출
 - Houzer는 '18년까지 진천 산수산업단 내 45,000m² 규모의 부지에 1,500만 달러를 투자하여 생산시설 설립 계획

3-⑥ : Albemarle(알버말) (미국기업)

품목/분야	특수화학제품
내용요약	'03년 태림 인수로 한국 진출 이후 지속적 매출 증가로 인한 투자기회 모색 중 한미 FTA대비, '10년 여수에 연구개발 시설 투자, '12년 생산시설 공장 준공

□ 한-미 FTA의 관세혜택, 지적권보호 장치가 한국투자 결정요인

- 동 사는 플라스틱 난연제 전문 제조업체로 주요 거래업체는 삼성과 LG 등 전자제품 제조업체임
 - 아시아 지역 거래량 늘어나며 신규 생산기지 증설 검토
 - 미국 내 생산품에 의존하고 있어 아시아 지역까지 납기가 길고 긴급 주문 대처에 애로
 - 일본의 경우에는 높은 물가와 간접비용으로 인한 어려움이, 중국의 경우 독자제품의 기술유출 등 보안문제에 대한 우려로 인해 생산시설 기지로 적합지 못하다고 판단
- 한-미 FTA를 통한 지적재산권 보호에 주목
 - 직접적 관세폐지 혜택 외에도 지적재산권 보호가 더욱 중요하게 고려되면서 한국 생산기지 건설을 검토
 - 또한, 연구시설 운영을 위한 인재 수급에도 유리한 환경인 점이 공장 신축 결정에 큰 영향

□ 여수에 신규 생산시설 투자, 한국 내 매출증대

- '10년 연구개발 시설 준공 후 '12년 생산시설 공장도 준공완료
 - 당초 촉매공장만 고려되었으나 추가적으로 반도체, LED등에 활용되는 '퓨어그로'제품 생산 공장까지 건립
- LG, 금호, 한국바스프 등 다양한 화학제품 생산기지가 위치한 여수에 R&D 시설 및 대량생산 공장 신축으로 보다 원활한 제품공급 가능

3-⑦ : 한국타이어 (헝가리진출 한국기업)

품목/분야	타이어
내용요약	한-EU FTA에 따른 원자재 수입관세 인하로 중국산을 한국산으로 대체하며 경쟁력 향상

□ 한-EU FTA의 관세철폐로 현지생산을 위한 원자재 한국산으로 대체

- TOP 브랜드에 치이고, 저렴한 중국산에 치이고
 - '10년 기준 세계 최고 브랜드인 미쉐린 타이어 가격을 100으로 가정 할 경우, 세컨드 티어(톱브랜드 바로 아래 그룹)인 한국타이어는 80 정도
 - 유럽 타이어 톱 브랜드들은 비 절감을 위해 중동부 유럽 국가에 대한 투자를 확대하는 추세
- 한국타이어는 원가절감을 위해 헝가리 공장에서 사용되는 스타일코드지 등 일부 원자재를 중국에서 수입 중
 - 한-EU FTA발효로 한국산에 대한 수입관세(5.6%→0%) 철폐로 한국산 원자재로 대체 가능
 - 이는 제품의 성능과 품질을 향상시키는 물론, 전체 공정에서의 원가 절감에도 크게 기여

3-⑧ : 삼성전자 (헝가리진출 한국기업)

품목/분야	전자제품
내용요약	한-EU FTA 관세철폐로 제품의 가격 경쟁력을 확보하는 한편, 한국산 중간재의 비율을 지속 확대

□ 한국에서 수입하는 중간재 관세인하로 가격 경쟁력 확보 및 한국산 자재 수입 확대로 품질 향상 모색

- 수입 중간재에 부과되던 3%~5%의 관세가 한국산에 대해서는 철폐
 - 중국산 중간재를 한국산으로 전환
 - 가격 경쟁력 확보는 물론, 관세 철폐로 인한 이익을 제품 성능 개선에 투자하여 품질 경쟁력도 제고

4. 신시장 개척

4-① : KT, 대우인터내셔널 (폴란드 진출 한국기업)

품목/분야	통신
내용요약	한-EU FTA의 공공조달 입찰 참가 시 과거 조달실적 요구조항 삭제. 주요 조달기관 역외국의 차별금지 조항에 따라 공공조달 시장 개척

□ 한-EU FTA의 공공조달 입찰 시 과거 조달실적 요구조항 삭제로 유럽 공공조달시장의 장벽 뚫다

- 폴란드 공공조달시장은 자국 기업의 프로젝트 수주율이 90%에 달하며, 나머지 10%는 EU 역내기업이 차지하는 등 진입장벽이 높음
- 그러나 한-EU FTA의 과거 조달실적 제출요구 금지, 주요 조달기관 역외국 차별금지 조항에 따라 우리 기업의 유럽 프로젝트 참여 기회 확대

□ 한-EU FTA에 따라 입찰조건이 완화된 점을 활용, 대규모 프로젝트 수주

- * '13년 3월, 포들라스키에주 초고속 인터넷망 프로젝트 수주 계약 (2,130만불)
- * '13년 10월, 마조비에츠키에주 초고속 인터넷망 프로젝트 수주 계약 (1억1천7백만불)
- 한국의 IT기술과 글로벌 마케팅 능력이 융합되어 폴란드 지방정부가 발주하는 초고속 인터넷 구축사업을 수주
 - 포들라스키에주 프로젝트는 전체 8개 구간 중 3개 구간을 KT컨소시엄이 수주하여 현재 공사 중
 - 수도 바르샤바가 속한 마조비에츠키에주 프로젝트는 설계 및 구축 이후 네트워크망을 임대하여 7년간 운영하는 DBO 프로젝트
 - 영국, 폴란드, 스페인 등 EU 역내 기업들과의 경쟁 극복
 - 평가기준이 가격(65%), 품질(35%)로써 한-EU FTA 체결을 통한 관세 인하도 유리한 여건으로 작용
 - IT·서비스 기술과 관련 장비가 동시에 납품되는 '서비스+물품' 수출의 예

<KOTRA 바르샤바 무역관 지원내역 및 프로젝트 진행경과 요약>

일자	지원내역
2011.4-10월	○ 폴란드 동부지역 초고속 인터넷망 구축 프로젝트에 대한 정보 입수 및 대 업계전파
2011.11월	○ Global Smart SOC Initiative 행사에 폴 지역개발부 인사 초청 - 폴 정부인사와 KT 간 면담주선
2012.1~3월	○ KT의 폴 현지 파트너 후보업체 정보 제공
2012.2.13일	○ 대우인터내셔널, 바르샤바무역관 OPS 가입
2012.3.21일	○ KOTRA-KT-대우인터내셔널 3자간 프로젝트 MOU 체결
2012.5월	○ Global Smart SOC Initiative 행사에 KT의 현지 파트너(3개사) 초청 - KOTRA-KT-대우인터내셔널-현지기업 6자 간 컨소시엄 MOU 체결 - 하반기(11월) SOC 행사에 현지 파트너 초청
2012.6월	○ 포들라스키에주 발주처 입찰 정보(PQ 및 본입찰) 제공 - 포들라스키에주 입찰공고(8.16일) 및 마감(10.24일)
2012.8~9월	○ 마조비에츠키에주 프로젝트 최초 발굴 및 전파 - 무역관장 발주처 면담 및 PMS 등록/전파 (9월)
2012.11월	○ 마조비에츠키에주 입찰 발표 - 입찰 마감 ('12.12월, KT 컨소시엄 등 4개사 입찰 제안)
2012.12.13일	○ 포들라스키에 주 입찰 건 3개 구역 예비 수주
2013.1월	○ 포들라스키에 주 입찰결과에 대한 여타 응찰업체의 이의 제기 건 최종 판정내용 모니터링 - 이의 제기 관련, KT측 서류에 하자가 없다는 무역관장 명의 서한 발송
2013.1.31일	○ 포들라스키에주 프로젝트, KT 컨소시엄 프로젝트 최종 낙찰자로 선정 - 프로젝트 계약 체결(3.21일)
2013.2월	○ 마조비에츠키에주 프로젝트, KT 컨소시엄 PQ 통과 - 가격입찰 ('13.6.19, KT 컨소시엄 458백만 즈워티 제출)
2013.7.10	○ 마조비에츠키에주 발주처, 입찰결과 발표 - KT, 대우인터내셔널 등으로 구성된 KT컨소시엄을 우선협상 대상자로 선정
2013.7~9월	○ 마조비에츠키에주 입찰결과에 대한 여타 응찰업체의 이의 제기 관련내용 모니터링 및 KIO 대응 지원
2013.10.3일	○ 마조비에츠키에주 프로젝트 계약 체결 * '12년 3-12월 중 8차례, '13년 1-7월 중 5차례에 걸쳐 KT사의 폴란드 출장지원 - 발주처와의 면담주선 및 동행 방문, 입찰참가 전략 회의, 법률 자문 등
2014.4월 현재	○ KT 및 동반진출 중소기업(성광, GNS 기술) 바르샤바 지사 설치 및 현지인력 발굴 지원

4-② : LS전선 (스웨덴진출 한국기업)

품목/분야	초고압전선
내용요약	- 한-EU FTA 발효로 인지도 상승, 관세인하로 가격 경쟁력 향상 - 스웨덴 전력청 프로젝트 수주로 '13.5월 스웨덴시장 첫 진출

□ 한-EU FTA를 계기로 까다로운 북유럽 공공조달시장에 진입

- 스웨덴 전력청이 발주한 초고압전선 프로젝트에서 수주
 - '12. 9월 LS전선, 스웨덴 전력청 입찰 참여
 - LS전선 영국법인과 네덜란드 소재 동사 에이전트를 통해 입찰정보 입수 및 참여
 - 스웨덴 ABB사를 제치고 낙찰, 프로젝트 수주
 - '12.11월 계약 체결
 - '13.8월~'14.10월까지 공사예정으로, 프로젝트 수주 총액은 3천만불 규모
- 스웨덴 초고압전선 시장은 넥상스(프), 프리즈미안(이, 피넬리와 BICC (영)의 합병기업), ABB(스)사 등 유럽 메이저급 전선업체가 버티고 있는 시장인데다 까다로운 품질과 엄격한 공사 관리로 그동안 우리기업 뿐만 아니라 일본과 중국기업들에게도 진입이 까다로운 시장이었음
 - 게다가 높은 관세, 낮은 인지도, 운송비 부문에서 우리나라는 극심한 경쟁 열위를 면치 못했었음
- 한-EU FTA 발효로 인지도 제고, 관세인하로 경쟁력 획득
 - 인지도 확산, 기술력 등을 통해 우리기업의 이미지가 상승하면서 공공 조달시장 진출장벽이 낮아지기 시작
 - 초고압전선의 종전 3.3% 관세가 즉시 철폐되면서 가격 경쟁력 획득
- 동 사업이 성공적으로 마무리 될 경우, 우리기업의 품질 및 기술력을 인정받게 되며 향후 기회 확대에 연결될 수 있음

4-③ : 한국유나이티드제약 (폴란드진출 한국기업)

품목/분야	의약품
내용요약	한-EU FTA 발효로 의약품 관련 관세 철폐, 국산 항암제 3개 품목 수출 계약. 현재 3개 품목 폴란드 의약품 등록 추진 중으로 향후 EU 내 다른 국가로의 수출 가능성 타진 예정

□ FTA발효로 예상되는 위기를 기회로 전환

- 미국, EU 등과의 FTA 발효로 의약품시장 전면개방과 함께 오리지널 의약품 지적재산권 보호가 강화됨에 따라 제네릭 위주의 국내 제약업계에 위기감 고조
- 한국유나이티드제약은 오히려 한-EU FTA를 활용한 동유럽시장 진출 확대
 - '12.4.18~20일에 「폴란드의약품수출로드쇼*」에 참가
 - * KOTRA-한국의약품수출입협회가 공동으로 기획·추진, 바르샤바 개최
 - 폴란드 내 항암제 재고가 부족하다는 정보를 입수
 - 지체없이 자사가 보유한 항암제 30종 가운데 수출 가능 품목을 검토

□ 이후 지속적으로 KOTRA와의 협력, 시장진출 가속화

- '12.6.13일 '글로벌바이오메디컬포럼'에서 폴란드 세팜(CF Cefarm)사와 의약품 수출 관련 협력을 골자로 하는 양해각서 체결
- '12.8월에 US\$ 34,000 상당의 유니스틴과 에토폴 (악성림프종, 전립선암 치료제) 수출 계약을 체결
- '12.10월 바르샤바에서 개최된 '코리아파마위크' '12년도에 참가, 추가 수출 계약건과 관련 협의를 진행
- '13.1.8일 US\$ 28,000 규모의 유니스틴 2차 오더를 수주
- '13.5.28일 GBMF(글로벌바이오메디컬포럼) '13에서 US\$ 1,000만 규모의 수출 계약 체결
- 수출계약 3개 품목 폴란드 등록 추진
(폴란드 보건부는 한국산 의약품의 자국 등록을 적극 지원 예정)

※ 참고 : 수출품목

- 유니스틴(제네릭명: Cisplatin)
 - 적응증 : 방광암, 전립선암, 두경부암, 폐암, 위암, 식도암 등
- 에토폴 (제네릭명: Etoposide)
 - 적응증 : 소세포폐암, 악성림프종, 급성백혈병, 고환암 등
- 젤타빈 (제네릭명: Capecitabine)
 - 적응증 : 결장 직장암, 위암, 유방암 등

☞ 수출계약 체결액 : U\$ 1천만불 (5년간)

□ EU 의약품 수출시장 개척의 교두보 확보 지속 노력

- 폴란드 의약품 시장규모 '10년 111억달러 기록, '14년까지 161억달러에 달할 전망(연평균 8.8% 성장)으로 EU국가 중 6위 규모의 제약 시장을 보유한 국가
 - 폴란드 의약품 등록 후 EU 내 다른 국가로의 수출 가능성 타진 예정 (EU 국가 등록 의약품은 다른 회원국에서도 상호인정)

□ 중동부 유럽 대상 국산 의약품 시장개척의 적시성

- 저가 의약품을 선호하고 자체 R&D 역량이 부족해 서유럽에 비해 시장 진입 장벽이 높음
- 폴란드는 지정학적으로도 유럽의 중심에 위치, EU 의약품 수출시장 개척 교두보로서 적합한 조건과 입지 보유
- EU 국가들은 의약품에 동일한 규제(CE)를 적용하고 있어 중동부 유럽 시장 개척을 통한 서유럽 선진시장 진출 가능

2014년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	발간일자
14-001	경제제재 완화대비, 對이란 10대 수출유망품목 및 진출방안	2014.1
14-002	2014년 1분기 KOTRA 수출선행지수	2014.1
14-003	유럽 신재생에너지시장 재편에 따른 시사점 조사 - 1편 -	2014.3
14-004	유럽 신재생에너지시장 재편에 따른 시사점 조사 - 2편 -	2014.3
14-005	유럽 신재생에너지시장 재편에 따른 시사점 조사 - 3편 -	2014.3
14-006	한미 FTA 발효 2년, 대미 수출성과 분석	2014.3
14-007	한-캐나다 FTA 15대 수출유망품목	2014.3
14-008	2014년 2분기 KOTRA 수출선행지수	2014.3
14-009	한-호주 FTA 중소기업 수출 유망품목	2014.4
14-010	유럽 경기전망 및 주요 산업별 기상도 - 1	2014.4
14-011	유럽 경기전망 및 주요 산업별 기상도 - 2	2014.4
14-012	유럽 경기전망 및 주요 산업별 기상도 - 3	2014.4
14-013	한-터키 FTA 1주년 효과분석 및 시사점	2014.4
14-014	국내외 기업의 우리나라 FTA 활용전략	2014.4
14-015	인도 신정부 경제정책 방향 전망과 시사점	2014.5
14-016	태국 정정불안에 따른 영향 및 전망	2014.5
14-017	일본기업의 최근 해외투자진출동향과 시사점	2014.6
14-018	우크라이나 대선 이후 경제정책 방향과 시사점	2014.6
14-019	변화기의 쿠바, 우리기업 접근전략	2014.6
14-020	남아공 대선과 산업경제 분석을 통한 우리기업 진출 시사점	2014.6
14-021	한캐 FTA 협력 유망 4대 산업	2014.6
14-022	한-EU FTA 3주년 효과분석 및 성공사례	2014.6
14-023	러시아 환경산업 분석 및 진출 방안	2014.6
14-024	미국 시장 핵심 소비계층 공략 방안	2014.6
14-025	한-EU FTA 및 국가브랜드 관련 유럽바이어 반응조사	2014.7
14-026	2014년 3분기 KOTRA 수출선행지수	2014.7

□ KOCHI자료

번 호	제 목	발간일자
14-001	중국을 읽는 50가지 키워드	2014.1
14-002	후베이성 자동차부품 산업현황 및 진출전략	2014.2
14-003	[중국 경제학자 초청 좌담회] 2014 중국 경제 전망	2014.2
14-004	중국 농식품시장 권역별 진출전략	2014.3
14-005	양회 이후 중국의 경제정책과 시장환경 변화: 분야별·업종별 영향과 우리의 대응	2014.4

□ KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
14-003	2013 KOTRA 글로벌 CSR 종합보고서	2014.2
14-004	2014 글로벌 취업창업대전 결과보고서	2014.2
14-005	외국인투자가를 위한 환경분야 Q&A	2014.4
14-006	2014 중국 개정 상표법 신구대조표	2014.4
14-008	2013 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2014.5
14-009	Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2013	2014.5
14-010	EU기금을 활용한 공공 프로젝트 수주방안	2014.5
14-011	SEOUL FOOD 2014 디렉토리 책자	2014.5
14-012	UAE 매립지 프로젝트 전문가 합동조사 보고서	2014.5
14-013	2014 아시아 주요국 투자환경 비교조사	2014.5
14-015	사우디아라비아 투자실무가이드	2014.5
14-016	러시아 에너지시스템 시장 현황	2014.5
14-017	2013년도 북한 대외무역동향	2014.7
14-018	Global Green Hub Korea 2014 결과보고서	2014.6
14-019	고객만족 실천가이드	2014.6
14-020	2014 U턴기업지원가이드	2014.7
14-021	2014 외국인투자가이드	2014.7
14-022	UNCTAD World Investment Report 2014 요약 번역본	2014.7
14-023	SEOUL FOOD 2014 결과보고서	2014.7

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
14-001	2014 전략시장 협력 파트너쉽 포럼	2014.1
14-002	2014 글로벌 투자유치전략 설명회	2014.1
14-004	3중전회 이후 중국경제 환경변화와 대응방안	2014.1
14-005	개성공단 입주기업 해외마케팅 지원 설명회	2014.3
14-006	韓中服務産業優秀企業投資交流會	2014.3
14-007	중국 개혁개방 2.0시대 - 유망 서비스시장 진출방안 설명회	2014.3
14-008	아프리카 중소형 플랜트 협력 포럼	2014.3
14-009	양회 이후 중국경제 환경변화와 대응방안 설명회	2014.4
14-010	(서울식품전 연계) 한중 식품산업 전략적 투자유치설명회	2014.5
14-011	2014 Global Project Plaza	2014.5
14-012	미국 온라인 유통망 진출전략 설명회	2014.5
14-013	쿠바 투자환경 설명회	2014.5
14-014	2014 국제개발은행(MDB) 조달 설명회	2014.6
14-015	미국 이전가격 세무조사 동향과 대응방안 설명회	2014.6
14-016	Europe Business Week 2014 설명회	2014.6
14-017	중국시장 IP보호, 리스크와 기회	2014.6
14-018	한국투자환경 설명회	2014.7
14-019	제 16차 해외수주협의회 수요포럼	2014.7

작성자

◆ 뉴욕무역관	고일훈 차장
◆ 시카고무역관	박상준
◆ 로스앤젤레스무역관	Joyce Choi
◆ 산티아고무역관	유현주 과장
◆ 방콕무역관	박현성 과장
◆ 마닐라무역관	노한상 과장
◆ 하노이무역관	박창은 차장
◆ 호치민무역관	홍석균 과장
◆ 뭄바이무역관	조동준 과장
◆ 뉴델리무역관	김상환 차장
◆ 런던무역관	장명철 과장
◆ 암스테르담무역관	임성아 과장
◆ 빈무역관	김현준
◆ 프랑크푸르트무역관	강환국 과장
◆ 브뤼셀무역관	김도연
◆ 바르샤바무역관	박 민 과장
◆ 부다페스트무역관	양효준 과장
◆ 프라하무역관	김수현
◆ 아테네무역관	우병일 과장
◆ 취리히무역관	구은아 과장
◆ 밀라노무역관	최윤정
◆ 소피아무역관	정순혁
◆ 도쿄무역관	박은희 과장
◆ 나고야무역관	홍승민 차장
◆ 오사카무역관	김경미 차장
◆ 스톡홀름무역관	이수정

국내외 기업의 우리나라 FTA 활용전략

발행인 | 오영호
발행처 | KOTRA
발행일 | 2014년 7월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2014 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.