



Global Market Report 14-022

2014.07.01

한-EU FTA 3주년 효과분석 및 성공사례



kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency

CONTENTS

목 차

요 약

I. 한-EU 교역 동향

3 | 유럽연합(EU)

II. 회원국별 교역 동향 및 수혜품목 분석

7	독일
20	프랑스
33	영국
46	스페인
57	이탈리아
70	벨기에
81	네덜란드
99	폴란드
108	헝가리
116	체코

요 약

유럽시장이 재정위기로 침체에 빠진 가운데서도 한-EU FTA는 발효 이후 우리의 對EU 수출을 꾸준히 지탱해온 것으로 나타났다.

유럽 재정위기에 따른 수입수요 감소, 원/유로 환율 하락세 등 각종 악재로 인해 對EU 수출은 FTA 발효(2011년 7월) 이후 연평균 2.2% 감소했다. 그러나 이는 일본(-7.6%), 대만(-4.4%), 중국(-1.8%) 등 주요 경쟁국에 비해 상대적으로 선전한 결과로 평가된다. 특히 발효 후 관세가 인하된 수혜품목을 중심으로 살펴보면 FTA가 수출 부진을 완화했음을 확인할 수 있다. 對EU 수출 100대 품목¹⁾ 중 비수혜품목의 수출이 유럽 재정위기 여파로 연평균 21.9% 줄어든 반면 수혜품목의 수출은 0.4% 증가한 것으로 분석되었다.

이처럼 한-EU FTA가 어려운 여건 속에서 수출의 버팀목 역할을 한 가운데 우리 기업들의 성공사례를 살펴보면 몇 가지 공통 요인을 발견할 수 있다. 먼저 관세인하로 인한 가격경쟁력 제고가 두드러진다. FTA 발효로 중국산 제품과 가격차가 좁혀지면서 한국으로 수입선을 전환하는 바이어가 늘었다. 뿐만 아니라 일부 기업은 관세 절감분을 마케팅 비용으로 활용하는 전략을 선보여 눈길을 끌었다.

또한 한국 제품의 현지 인지도 상승도 호재로 들 수 있다. 유럽지역 바이어들은 대부분 한-EU FTA를 계기로 한국에 대한 인지도가 높아졌다고 평가한다. 국가브랜드 향상은 특히 마케팅 여력이 충분하지 못한 중소기업의 유럽 시장 진출에 도움이 된다는 점에서 의미가 있다.

이와 더불어 활발한 마케팅 활동과 현지 유력 전시회 참가 역시 수출 확대의 기반이 된 것으로 보인다. 단순히 관세인하 혜택을 누리는 데 그치지 않고 적극적인 현지 마케팅을 통해 기회를 창출한 것이다. 이러한 활동을 토대로 꾸준히 바이어를 접촉하면서 KOTRA 무역관의 지원을 시의적절하게 이용하여 수출의 물꼬를 튼 사례도 조사되었다.

1) 한-EU FTA 발효 3년차(2013.7~2014.2) 기준 對EU 수출액 기준 상위 100대 품목

유럽 소재 KOTRA 무역관이 주요 바이어를 대상으로 실시한 인터뷰 내용도 우리에게 시사하는 바가 크다. 바이어들은 대부분 한-EU FTA 발효 사실을 인지하고 있으며 한국 제품의 가격대비 품질에 만족하여 향후 수입 확대를 희망한다는 반응이 상당수였다.

한편 바이어들은 한국 기업이 새겨들어야 할 유익한 충고도 아끼지 않았다. 가장 우선적인 개선 사항으로 현지법인 및 물류창고 확보를 통한 납기 단축과 철저한 사후관리가 꼽힌다. 이를 위해 유럽 현지에 거점을 마련한다면 바이어 신뢰 확보에 도움이 될 것으로 보인다. 더불어 운송기간을 줄이기 위해서 KOTRA 공동물류센터를 활용하는 방안도 추천할 만하다.

이와 함께 CE²⁾, REACH³⁾ 등 필수 인증을 보유하지 못한 경우 거래 성사를 기대조차 할 수 없다는 점에도 주목해야 한다. 따라서 수출 기업들은 유럽 진출에 앞서 산업별 주요 인증을 확인 후 반드시 취득해야 할 것이다.

끝으로 한국과 상이한 유럽 비즈니스 문화를 숙지하고 이해하려는 자세가 요구된다. 일부 한국기업들은 초기 주문량이 적을 경우 관심을 갖지 않는 것으로 나타나 현지 문화에 대한 이해와 수용이 필요하다는 지적이 있었다. 소량주문에도 성실히 응대하면서 차근차근 거래 경험을 쌓아간다면 납품경력을 중시하는 유럽기업 공략이 한결 수월해질 것이다.

올해부터 유럽경기가 본격적인 회복세를 보일 전망이다. 이에 따라 그리스, 이탈리아, 스페인 등 남유럽 국가들도 플러스 성장으로 반등이 예상된다. 이러한 시점에서 우리 기업들이 그동안 지적된 미비점을 보완하여 경쟁력을 개선하고 한-EU FTA 효과를 충분히 활용한다면 머나먼 유럽시장도 한결 가깝게 다가올 것으로 기대된다.

2) Conformance Européenne

3) Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals

유럽연합(EU)

1. FTA 발효 이후 동향

□ 한-EU 수출입 추이

○ 발효 후 수출은 소폭 감소, 수입은 증가

- 한-EU FTA 발효(2011년 7월) 이후 對EU 수입이 매년 증가하였으나 수출은 연평균 2.2% 감소하여 EU와의 무역수지가 적자로 전환됨.
- 발효 후 연차별로 살펴보면 2년차까지 對EU 수출이 감소했으나 3년차에 접어든 2013년 7월 이후에는 2.6% 증가하며 다소 개선되는 양상
- 또한 발효 후 1~3년차 전체기간⁵⁾을 종합한 결과 발효 전 대비 수입은 52.1%, 수출도 0.5% 증가한 것으로 나타남.

* 對EU 수출액 : ('08.7~'11.2) 973억 7,300만 유로 → ('11.7~'14.2) 978억 2,900만 유로
수입액 : ('08.7~'11.2) 665억 4,800만 유로 → ('11.7~'14.2) 1,011억 9,900만 유로

<한-EU 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)			
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균) ⁶⁾	증감률 (발효후 전체)
對EU 수출	37,865	-0.4	35,738	-5.6	24,204	2.6	-2.2	0.5
對EU 수입	35,316	15.4	38,078	7.8	27,787	9.5	11.1	52.1

자료원: Eurostat

*주: 동 자료는 Eurostat(유럽통계청)의 'EU의 對韓 수출입' 통계 기준이나 독자의 이해를 돕기 위해 편의상 우리 입장에서 '한국의 對EU 수출입'으로 변환하여 표기(이하 동일)

4) 동 보고서에서는 한-EU FTA 발효(2011년 7월) 이후 정확한 통계분석을 위해 크로아티아(2013년 7월 EU 가입)를 제외한 EU 27개 회원국을 기준으로 함.

5) 한-EU FTA 발효 이전(2008.7~2011.2) 동기 대비 발효 후 전체기간(2011.7~2014.2)의 對EU 수출입 증감률 기준

6) 발효 3년차(2013.7~2014.2) 기준으로 발효 전 1년(2010.7~2011.2) 이후 동기 대비 자연로그(natural logarithm)를 이용한 증감률의 평균으로 계산

□ 對EU 수출부진 원인 진단

- 유럽 재정위기와 불리한 환율 여건이 주요인
 - 이처럼 한-EU FTA가 발효되었음에도 對EU 수출이 감소한 원인으로는 대표적으로 유럽 재정위기와 함께 유로화 약세가 꼽힘.
 - (유럽 재정위기) 장기화된 유럽 재정위기의 영향으로 EU 전역에 걸쳐 경기침체가 지속되면서 실업률은 상승하고 소비심리가 위축됨.
 - * 한-EU FTA 발효 이후 EU 전체 실업률은 10%를 상회(2014년 4월 기준 10.4%) 하며 소비자신뢰지수(CCI)⁷⁾는 다소 호전되고 있으나 여전히 마이너스를 지속

<독일 및 남유럽국가 소비자신뢰지수 추이>

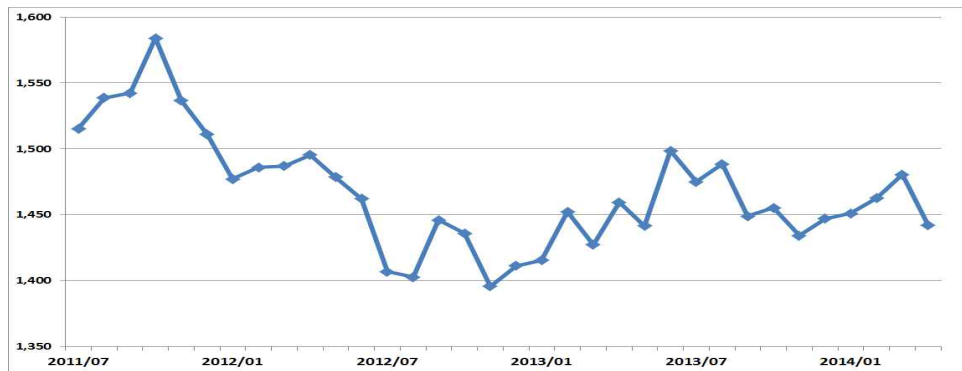
구분	'11년 7월	'12년 1월	'12년 7월	'13년 1월	'13년 7월	'14년 1월	'14년 5월
EU 전체	-12.5	-20.5	-20.0	-21.8	-14.7	-8.8	-4.1
독일	8.4	0.5	-4.6	-7.6	-2.3	-0.8	5.5
스페인	-13.4	-20.2	-29.2	-32.5	-22.7	-12.4	-6.7
포르투갈	-50.2	-56.0	-50.4	-56.5	-52.1	-31.5	-25.4
그리스	-76.8	-80.1	-64.7	-71.9	-70.9	-64.5	-52.5
이탈리아	-27.4	-36.3	-35.7	-37.2	-18.5	-18.5	-8.6

자료원: Eurostat

- 이로 인해 EU 전체적으로 수입수요도 크게 위축되면서 2013년 들어 대내외 수입규모가 모두 감소함.
 - * EU의 역외 수입액 : ('12년) 1조 7,980억 유로 → ('13년) 1조 6,820억 유로(6.4% 감소)
 - 역내 수입액 : ('12년) 2조 7,550억 유로 → ('13년) 2조 7,470억 유로(0.3% 감소)
- (유로화 약세) 2011년 하반기부터 나타난 원/유로 환율의 하락세도 對EU 무역수지 악화에 영향을 미친 것으로 평가됨.
 - * 한-EU FTA 발효시점인 2011년 7월 이후 1년간 원/유로 환율은 7.2% 하락 하였으며 이후 등락을 거듭하며 약세기조를 유지

7) 소비자신뢰지수(Consumer Confidence Indicator)가 기준치인 0에 미치지 못하는 경우는 경기를 비관적으로 보는 소비자가 낙관적으로 보는 소비자보다 더 많다는 것을 의미함.

<원/유로 월평균환율 변동 추이>



자료원: 한국은행 경제통계시스템

2. 주요 경쟁국 대비

□ 경쟁국 수출실적 비교

- 주요 경쟁국 대비 상대적으로 선전한 것으로 평가
 - 2013년 상반기부터 EU의 대외 수입이 감소로 돌아서는 등 對EU 수출 위축은 우리나라 뿐 아니라 세계적으로 공통된 현상
 - 발효 후 對EU 수출 연평균 증감률 기준 일본(-7.6%), 대만(-4.4%) 등 동북아 경쟁국에 비해 한국(-2.2%)은 상대적으로 나은 성과를 나타냈으며 이는 對EU 세계 1위 수출국인 중국(-1.8%)에 비견하는 결과
- 최근 한국의 對EU 수출은 상승으로 반등
 - 특히 계속해서 對EU 수출 감소세를 보이는 중국, 일본과 달리 한국은 최근 발효 3년차에 증가로 반전하면서 향후 전망을 밝게 하고 있음.

<주요 경쟁국의 對EU 수출 추이>

(단위: 백만 유로, %)

국가	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)			
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동 대비)	증감률 (발효전 대비)	증감률 (연평균)
EU 역외	1,769,765	6.4	1,739,813	-1.7	1,117,901	-5.5	3.4	1.1
한국	37,865	-0.4	35,738	-5.6	24,204	2.6	-6.4	-2.2
중국	293,629	-1.6	282,646	-3.7	194,819	-1.2	-5.2	-1.8
일본	69,057	-1.1	59,557	-13.8	36,543	-9.6	-20.5	-7.6
대만	23,289	-9.8	21,364	-8.3	15,032	6.5	-12.4	-4.4

자료원: Eurostat

3. 수혜품목 수출 동향

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 전체적인 對EU 수출 감소 속에서 FTA 수혜품목은 상대적으로 선전함.
 - 對EU 수출 100대 품목의 경우 한-EU FTA 발효 이후 연평균 수출이 11.3% 감소하며 전체 품목(-2.2%)에 비해 주요 품목에서 부진이 더욱 심각한 것으로 분석됨.⁸⁾
 - 특히 100대 품목 중 비수혜품목의 경우 수출이 연평균 21.9% 감소하는 등 유럽 재정위기의 여파를 상당히 받은 것으로 나타남.
 - 반면, 수혜품목의 수출은 연평균 0.4% 증가하여 비교적 양호한 결과를 나타냈으며 이는 어려운 여건 속에서도 한-EU FTA가 對EU 수출을 지탱한 결과로 평가할 수 있음.

<對EU 수출 100대 품목 분석결과⁹⁾>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)			
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)	증감률 (연평균)
총계	100	23,826	-4.4	23,567	-1.1	12,374	-20.7	-28.7	-11.3
수혜품목	68	12,694	25.6	13,063	2.9	6,934	-19.0	1.3	0.4
비수혜품목	32	11,131	-24.8	10,504	-5.6	5,440	-22.9	-48.2	-21.9

자료원: Eurostat

8) 한-EU FTA 발효 3년차(2013.7~2014.2) 기준 對EU 수출액 기준 상위 100대 품목을 관세인하 여부에 따라 수혜품목과 비수혜품목으로 구분하여 분석함.

9) 동 100대 품목(HS 8단위 기준)의 對EU 전체 수출(총 9,842개 품목) 내 비중은 한-EU FTA 발효 1년차(2011.7~2012.6)에 62.9%, 발효 2년차(2012.7~2013.6)에는 65.9%, 발효 3년차(2013.7~2014.2)에는 51.1%로 나타남.

II

회원국별 교역 동향 및 수해품목 분석

독일

1. 한-독일 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對독일 수출은 한-EU FTA 발효 이후 연평균 15.3% 감소
 - 발효 1년차 16.1%, 2년차 11.3% 감소에 이어 3년차에도 전년동기 대비 7.4% 감소를 나타냄.
 - 수출 부진의 원인은 유럽 재정위기에 따른 경기둔화 지속과 對독일 최대 수출품목인 선박 부문의 장기불황으로 분석됨.
- 對독일 수입은 발효 이후 연평균 9.7% 증가
 - FTA 발효 1년차에 10.1%, 2년차에도 13.1% 증가했으며 3년차 역시 전년동기 대비 7.3%로 지속 증가세
 - 관세철폐에 따른 전반적인 수입물량 확대와 더불어 독일이 강세를 보이는 자동차, 기계 등의 주력 품목의 국내수요 증가에 기인

<한-독일 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (연평균)
對독일 수출	7,733	-16.1	6,863	-11.3	4,200	-7.4	-15.3
對독일 수입	12,368	10.1	13,984	13.1	9,772	7.3	9.7

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 수혜품목 수출은 최근 증가세로 반전
 - 수혜품목의 수출 규모는 발효 1년차에 0.3%, 2년차에는 2.2% 감소하는 등 유럽 재정위기에 따른 산업수요 둔화로 FTA 효과 축소
 - 그러나 발효 3년차에 접어들면서 유럽 경기 회복세와 더불어 對독일 수출이 전년동기 대비 9.6%의 성장세 시현
- 비수혜품목의 수출 감소가 두드러짐.
 - 비수혜품목의 경우 FTA 발효 이후 수출 감소폭이 각각 1년차에 21.0%, 2년차에 20.0%로 수혜품목 대비 월등히 높은 편
 - 3년차에 전년대비 1.2% 증가로 반등했으나, 발효 전 대비 -53.8%에 이르는 높은 감소세 기록

<對독일 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	5,497	-13.9	4,789	-12.9	3,136	4.8	-34.4
수혜품목	68	2,192	-0.3	2,144	-2.2	1,414	9.6	34.3
비수혜품목	32	3,305	-21.0	2,645	-20.0	1,722	1.2	-53.8

자료원: Eurostat

- 수혜품목 중 증가율 상위권의 대부분이 즉시철폐 품목
 - 증가율 상위 10대 품목 중 텔레비전 수신용기기를 제외한 전 품목의 관세가 즉시 철폐되면서 유럽 산업경기 둔화에도 발효 전 대비 1,437~106,394%의 상승세 시현

- 증가율이 가장 높은 품목은 이소프로필리덴디페놀¹⁰⁾
 - 전년동기 대비 185.1%, 발효 전 대비 106,394%의 높은 증가세를 나타냈으며 이는 현지 화학소재 수요 증가와 5.5% 관세철폐에 기인
- 이어서 온도계 및 습도계(발효 전 대비 +51,742%), 측정 또는 검사용의 기기와 윤곽 투영기(발효 전 대비 +12,826%) 등도 주요 품목

<對독일 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對독일 수출						
			기 존	현 재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	29072300	이소프로필리덴디페놀과 그 염	5.5	0	1,787	7.1	8,603	381.5	11,250	185.1	106,394.4
2	90258040	전기식 액체비중계와 부력식 측정기·온도계· 고온계·기압계·습도계와 건습 습도계	3.2	0	27,490	-37.3	26,779	-2.6	21,641	36.8	51,742.3
3	90318038	기타 측정 또는 검사용 기기와 윤곽 투영기	4	0	36,261	2,167.3	95,580	163.6	79,298	31.6	12,826.1
4	85287240	텔레비전 수신용 기기 (프로젝션 방식)	14	4.6	33,506	12.0	19,061	-43.1	20,074	120.9	10,499.2
5	39201089	기타 플라스틱제의 판· 쉬트·필름·박, 스트립	6.5	0	12,559	40.3	12,455	-0.8	7,409	184.8	10,312.4
6	39011090	기타 폴리에틸렌	6.5	0	6,245	307.9	7,800	24.9	7,117	49.1	8,653.1
7	84119100	터보제트·터보프로펠러 와 기타의 가스터빈	2.7	0	5,625	63.3	7,352	30.7	5,996	141.8	3,554.3
8	39072020	기타 폴리에테르	6.5	0	14,261	33.7	19,956	39.9	9,272	228.7	2,098.8
9	85071020	피스톤식엔진시동용의 연산(鉛酸) 축전지	3.7	0	19,794	1.3	15,641	-21.0	11,927	17.4	1,864.2
10	85272120	라디오방송용 수신기기 (자동차용, 디스크형)	14	0	33,032	-15.5	19,311	-41.5	10,671	73.8	1,436.8

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

10) 합성수지·합성섬유·염료·살충제·방부제·소독제 등 화학제품연료로 사용됨.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	자동차 조명기기	HS Code	851220
관세율 변화	2.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對독일 수출액	('11년) 2,500만 유로 → ('13년) 4,100만 유로		
선정 사유	독일 완성차 기업의 해외 소싱 확대와 FTA 발효 이후 한국 기업의 가격경쟁력 향상이 수주로 연결		

□ 수요동향 및 전망

○ 자동차부품 시장 매출은 증가세

- 독일 자동차산업협회(VDA)에 따르면, 2013년 자동차부품 시장 매출은 701억 4,100만 유로로 전년대비 2.6% 증가
- 자동차부품 시장은 2013년 전체 자동차 시장의 75%에 달하는 부가가치를 창출, 총 고용인원 수 29만 3,000명(총 시장의 38%)

<최근 독일 자동차부품 시장규모 및 성장률>

(단위: 백만 유로, %)

2011		2012		2013	
시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
69,112	12.0	68,376	-1.1	70,141	2.6

자료원: 독일 자동차산업협회(VDA¹¹⁾)

- 아울러 2009년 이래 EU 차원의 백열전구 판매 단계별 금지조치에 따른 교체 수요로 차량 내 조명용 기기 수요도 동반 상승

※ EU 에너지절감 지침¹²⁾ 시행일정

- 2009년 9월 : 100W 할로겐 및 백열전구 판매금지
- 2010년 9월 : 75W 할로겐 및 백열전구 판매금지
- 2011년 9월 : 60W 할로겐 및 백열전구 판매금지
- 2012년 9월 : 10W 할로겐 및 백열전구 전면 판매금지
- 2016년 9월 : 에너지효율 등급 B이하의 모든 할로겐 및 백열전구 판매금지

11) Verband der Automobilindustrie

○ 한국제품 수출은 확대될 전망

- 독일의 2013년 동 제품 수입액은 19억 4,600만 유로로 전년대비 16.9% 증가
- 주요 수입대상국은 체코(시장점유율 22.0%), 슬로바키아(14.9%), 오스트리아(13.6%), 스페인(12.0%), 슬로베니아(8.5%) 등이며, 이는 글로벌 완성차 기업의 동유럽 내 제조공장 건설이 크게 증가한 데 기인
- 한국제품의 점유율은 2013년 2.1%로 낮은 편이나 13.9%의 높은 성장률을 시현했으며, 유럽 경기 회복세에 따른 자동차산업 수요 증가 및 전구 교체수요 등에 따른 성장세 기대

□ 경쟁동향

- Bosch社(독일), Continental社(독일), Denso社(일본), TRW Automotive社(미국/독일) 등 글로벌 1차 벤더기업이 시장을 장악
- 독일 및 유럽 바이어들은 한국산 제품의 품질과 가격경쟁력을 비교적 높게 평가하고 있음.
 - 독일 브랜드 선호도가 높고 한국 제품의 인지도가 아직까지는 낮은 편이나, 해외 소싱 확대와 FTA 효과가 맞물려 수출이 지속 상승세

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: I社

- I社는 자동차 실내등 분야에서 축적된 노하우를 보유한 선도기업으로 2005년 4월 유럽법인을 설립한 이래 독일 완성차기업에 실내등 및 각종 조명용기기 공급을 확대하고 있음.
- 동사는 2003년부터 KOTRA 지사화서비스¹³⁾를 이용하여 시장 진출을 타진한 이후 다수의 수출상담회에 참가함.
- 기존에 거래하던 Volkswagen 외 한-EU FTA를 기점으로 2011년 7월 BMW 거래 등록 등 신규 수주로 공급물량을 크게 확대했으며 이에 따라 2011년 對유럽 수출은 전년대비 27% 증가함.

12) The Ecodesign Directive, 2009/125/EC

13) KOTRA 해외무역관이 수출 중소기업의 해외지사와 같은 역할을 수행하며 시장조사, 수출거래선 발굴에서 거래성사 단계에 이르기까지 해외관료 개척활동을 1:1로 밀착 지원하는 유료 서비스(문의처 : KOTRA 수출유망기업팀, 전화 02-3460-7393)

- 현재 동사는 Volkswagen, BMW, Audi, Skoda, Opel, Fiat 등 다수의 완성차 기업에 공급 중임. 아울러 KOTRA 주관 구매상담회 등 관련 행사에 참가해 후속 미팅을 갖고 있음.
- 동사는 무엇보다 품질을 토대로 한 신뢰도 개선으로 진출을 확대하고 있으며, 현재 Volkswagen Golf 7에 내장되는 조명등을 납품하는 등 높은 성과를 보이고 있음.

품목명(상세)	기타 폴리아크릴아미드*	HS Code (6단위 기준)	390690
관세율 변화	6.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對 독일 수출액	('11년) 1,032만 유로 → ('13년) 6,400만 유로		
선정 사유	▪ 시장 내 공급 포화가 지속되는 가운데 6.5%의 높은 관세철폐 효과를 토대로 유럽 주요 경쟁사 대비 가격경쟁력 제고		

*주: 기타 폴리아크릴아미드는 일명 투명아크릴이라 불리며, 주로 식품 용기나 의료기기 분야 소재로 활용됨.

□ 수요동향 및 전망

○ 독일 플라스틱 가공 산업은 회복세

- 2013년 플라스틱 가공 산업의 매출액은 576억 유로로 전년대비 3.0% 증가했으며, 이는 최근 유럽경기의 회복 가시화에 따른 결과로 보임.
- 화학업계는 대부분의 산업 분야에 자재를 납품하고 있어 경기회복에 따른 수혜효과가 큰 것으로 평가됨.
- 전체 시장매출 중 내수 규모는 371억 유로로 전년대비 2.0% 증가했으며, 수입 규모도 205억 유로로 4.6% 증가

<최근 독일 플라스틱 가공산업 시장규모 및 성장률>

(단위: 억 유로, %)

2011		2012		2013	
시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
559	8.8	559	0.0	576	3.0

자료원: 독일 플라스틱가공산업협회(GKV¹⁴)

○ 한국제품 수출은 증가세 지속

- 2013년 한국제품 수출은 6,400만 유로로 전년대비 75.9%, 2011년 대비 520.2% 증가하는 등 급증세를 이어가고 있음.
- 2014년 들어 경기회복에 따른 성장세가 기대되고 있으나, 2월 누계 수출은 그동안의 높은 증가세에 따른 기저효과로 32.1% 감소 기록

□ 경쟁동향

○ BASF社, Bayer社, Lanxess社 등 독일기업이 압도적인 우위를 점유함.

- 수입시장에서는 프랑스, 벨기에, 네덜란드의 점유율이 절반을 상회하며 한국, 이탈리아, 미국 등이 그 뒤를 잇고 있음.
- 2013년 대외 수입규모가 2.3% 감소하였으나, 한국은 75.9%의 두드러진 증가세 시현

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: J社

- J社는 2006년 독일법인을 설립한 이래 신규 엔지니어링 플라스틱 제품을 집중 육성해 고부가 소재 전문기업으로 도약을 추진
- 동사 제품은 현지 시장에서 품질을 인정받고 있으나, 경쟁사 대비 낮은 가격경쟁력이 공급 확대의 걸림돌로 작용하였음.
- 이후 한-FTA 발효로 기존의 6.5% 관세가 철폐되어 가격 조건이 개선 되면서 2011년 이후 對유럽 수출이 약 40% 증가함.
- 동사는 한-EU FTA 발효 이전부터 고객사의 품질 관련 승인을 획득 하였으며, 특히 6.5% 관세인하분의 일부를 수출가격 인상에 반영하여 이윤을 확대하는 전략을 시행하기도 함.

품목명(상세)	폴리에스테르 섬유	HS Code	550320
관세율 변화	4% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對독일 수출액	('10년) 4,188만 유로 → ('11년) 6,193만 유로		
선정 사유	관세인하로 EU 역외 경쟁국대비 가격우위 발생, 특히 산업용 기능성 섬유 부문에서 한국 기업의 약진 지속		

□ 수요동향 및 전망

- 독일 화학섬유산업연합(IVC)에 따르면, 2012년¹⁵⁾ 화학섬유 시장 규모는 21억 유로, 생산 규모는 총 64만 7,000t
 - 이 중 69%가 합성섬유이며, 특히 폴리에스테르 섬유의 비중이 높음.
 - 화학섬유 수입규모는 2012년 총 53만 4,200t이며, 이중 59%가 합성방직용 섬유로 나타남.
- 주요 수입대상국은 한국, 아일랜드, 대만, 벨기에 등
 - 우리나라의 2014년 2월 누계 수출은 유럽 경기회복세에 힘입어 1,300만 유로로 전년대비 31.4% 증가
 - 독일을 비롯한 유럽 내 제조업이 고부가가치 분야에 집중되고 있어 원단인 폴리에스테르 섬유 역시 고품질 제품을 선호하는 추세
 - 2008년 글로벌 금융위기 이후 섬유시장의 성장이 주춤하나, 자동차, 제지 분야 등 산업용 기능성 섬유 시장은 수요 성장세 지속

□ 경쟁동향

- 독일 섬유시장은 미국에 이은 세계 제2의 수입시장
 - 섬유제품 수입비중(45.2%)은 현지 생산(54.8%)에 육박할 정도로 높음.
 - 일본의 Toray International Europe GmbH의 인지도가 가장 높으며 이 외, Smartfiber AG 등 일부 독일 기업이 소재

15) 현재 입수 가능한 최신 통계

- 한국은 중국에 비해 품질경쟁력이 우수하며 고가 시장에 주력
 - 효성, 코오롱 등이 현지에서 브랜드 인지도가 있으며, 가격경쟁력만 보유한다면 납품에 애로가 없는 상황
- 한국산 폴리에스테르섬유는 세계적인 품질을 토대로 시장 입지 구축
 - 특히 고기능성 특수사와 재활용 폴리에스테르 섬유를 토대로 한 친환경 섬유 소재 시장이 유망할 것으로 예상됨.

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: S社
 - 동사는 독일에 별도 법인을 설립하여 유럽 전역에 유통하고 있으며 중소기업으로서 부족한 브랜드 인지도를 품질로 극복하고 있음.
 - 시장 진입장벽으로 작용했던 EU의 반덤핑 제재가 2009년에 철폐되었으며, FTA 발효 이후 한국제품의 인지도가 향상되면서 발효 1년차에 15%대의 매출 성장세를 시현함.
 - 동사는 FTA 발효 전부터 수요 증가가 예상되는 특수제지 등 고부가가치 제품 시장 공략에 주력하고 있으며, 대량 공급이 가능한 B2B 시장을 위주로 영업을 진행하는 등 차별화 전략을 추진한 것이 주효함.

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	T社
취급품목	기계 및 기계부품, 자동차부품
연매출/ 對韓 수입액	8억 6,300만 유로/ 자동차부품의 경우 총 수입의 5~7%
담당자/직위	Mr. Hohnrath / 구매담당
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 동사는 중국, 일본, EU 등에서 기계 및 자동차부품을 수입해 유럽 전역에 공급 중 ▪ 한-EU FTA로 한국 기업의 가격경쟁력이 크게 상승한 것으로 평가, 자동차부품의 경우 발효 후 3년간 對韓수입이 약 5% 증가 ▪ 주요 증가 요인은 관세철폐에 따른 혜택과 한국 제품 인지도 향상 및 선호도 증가 ▪ 주로 일본과 거래했으나 지속되는 엔저에도 일본 기업이 가격을 인상하면서 가격조건이 상대적으로 좋은 한국기업 제품에 관심을 갖고 있으며, 잠재 거래가능성이 높은 것으로 평가 ▪ 자동차부품의 경우 향후 1년 내 對韓수입이 5~10% 증가할 전망 ▪ 현재 관련 기계산업 분야가 기대치보다 두 배 정도 성장 중인 가운데, 특히 열교환기, 스탬핑 제품, 공구교환장치(Tool Changer) 제품의 한국산 수입에 관심이 높음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 기계 분야의 경우 아직까지 한국과 거래 경험이 없으나 신규 거래 가능성을 모색 중임. ▪ 구매 기준으로는 가격이 최우선이나 품질도 뛰어나야 하며 충분한 거래 경험을 갖추고 A/S가 우수한 기업을 물색 중임. ▪ 독일 시장 내 한국 브랜드의 인지도는 여전히 낮은 편이며, 한국기업과 한국제품에 대한 정보도 부족한 상황이므로 보다 적극적인 홍보 마케팅이 요구됨. ▪ 거래선을 확보하기 위해서는 유럽 내 영업 사무소를 구축을 통한 A/S 시행이 필요

기업명	T社
취급품목	공작기계, 초정밀 가공기계
연매출/ 對韓 수입액	23억 4,000만 유로 / N/A
담당자/직위	Mr. Z / 구매 총괄
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 주로 중국, 일본, 미국, EU 국가에서 수입 중이며 최근 3년간 對韓수입 경험은 없으나, 향후 한국부품 소싱 가능성은 존재 ▪ 한국 기업과 신규 거래가 성사될 경우 수입은 약 5% 증가할 것으로 예상 ▪ 공작기계 부품이나 초정밀 가공기계 부품 수입에 관심이 높은 편
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 구매 시 가격과 품질을 최우선으로 고려함. ▪ 한국기업 관련 정보가 부족한 상황이므로, 인지도 제고를 통해 수출기회를 확대할 수 있을 것으로 보임. ▪ 아울러 영업망과 A/S 체계 구축이 매우 중요함.

기업명	Novasol Klebetechnik GmbH
취급품목	산업용 플라스틱 필름, 시트, 접착용 플라스틱 필름
연매출/ 對韓 수입액	130~150만 유로 / N/A
담당자/직위	Mr. Jobst la Dous / CEO
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 영국, 스위스, 프랑스 등 전 세계에 공급처를 보유하며 한국 과도 거래 중 ▪ 총 거래물품의 50%를 수입하고 있으며 이 중 한국제품이 30% 차지 ▪ 한국제품은 가격경쟁력이 뛰어나고 높은 품질을 보장하고 있어 한-EU FTA 발효 이후 최근 3년간 수입이 30% 증가 ▪ 특히 관세인하를 통해 제품 가격이 하락하면서 동사의 경쟁력도 동반 상승하게 되어 매우 만족하고 있음.

기업명	Rohtex GmbH
취급품목	아크릴섬유, 폴리에스테르섬유 등 각종 화학섬유 및 필라멘트
연매출/ 對韓 수입액	비공개(연간 컨테이너 1,000개 수입)
담당자/직위	Mr. Ruelle / 영업
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국과 20년 이상 거래 중이며, 한국은 동사의 주요 수입처 ▪ 관세철폐로 수입 규모가 5~10% 증가하였으며, 가격에도 변동이 있었으나 이는 FTA 뿐 아니라 시장수급에 따른 결과이기도 함. ▪ 주로 가격 조건을 중심으로 거래를 하고 있으며, 해상 물류에서 발생하는 운송비 문제를 간과할 수는 없으나 한국 제품의 가격경쟁력은 양호함.

기업명	Digital-Sat-Online e.K
취급품목	각종 위성방송수신기기, 리모컨
연매출/ 對韓 수입액	120만 유로 / N/A
담당자/직위	Mr. Kasper / 대표 및 구매
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 1년 전부터 한국제품을 수입하고 있으나, 직수입은 다른 기업을 통해서 이뤄지므로 관세 양허에 따른 영향은 알지 못함. ▪ 수입 비중이 매출의 약 70%이며, 이 중 50%를 한국에서 수입
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국제품은 일반적으로 품질이 우수해 만족하고 있음. ▪ 다만, 기기 운영체계 등 소프트웨어 부문에서는 현지화가 다소 미흡한 것으로 보여 소비자 선호에 맞춘 제품 개발이 필요할 것으로 생각함.

□ 시사점 및 진출방안

- 시장 진출을 위해서는 가격, 품질, 납품경험, A/S가 중요
 - 대부분의 독일 바이어는 품질을 최우선으로 고려하며, 유럽 내 소비문화에 따라 최근에는 가격경쟁력도 강조
 - 유럽시장 내 납품경험을 중시하므로, 소량의 주문이라도 우선적으로 계약 관계를 맺는 등 FTA 효과를 적극 활용한 납품실적 축적이 필요

- 독일 바이어는 FTA로 인한 관세철폐를 긍정적으로 받아들이나, 운송 기간상의 이점과 장기 거래경험에 따라 여전히 EU 역내기업을 선호
 - 이에 따라 기존의 거래선을 유지하려는 경향이 강하나, 최근 2~3년간 소싱 확대에 따라 한국기업에 대한 관심도 증가 추세
 - 유럽기업에 비해 취약한 물류체계를 개선하기 위해 중소기업의 경우 KOTRA 해외공동물류센터 서비스를 적극 활용할 필요가 있음.
- 수요 파악을 통한 전략적 시장 공략
 - 철저한 사전 시장조사를 통해 수요 증가가 예상되는 고부가가치 제품 발굴을 통한 공급경로 및 틈새시장 개척
 - 장기적인 차원에서 꾸준한 바이어 접촉이 선행되어야 하며 품질, 서비스를 기반으로 한 신뢰 구축도 중요
- 다각적인 마케팅 홍보전략 추진
 - 해당 분야 전시회를 통한 신규 상품에 대한 마케팅 홍보 활동 강화로 브랜드 인지도 제고 필요
 - 전문 잡지 등을 이용한 지속적인 홍보 활동을 통해 제품 인지도 제고 및 브랜드 관리
 - 현지어로 작성된 홍보용 브로슈어, 카탈로그 제공으로 브랜드 이미지를 제고하고, 이해하기 쉽고 정확한 정보전달 및 브랜드의 특수성 부각 필요

프랑스

1. 한-프랑스 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對프랑스 수출은 한-EU FTA 발효 이후 연평균 2.6% 증가
 - 발효 1년차 기간 중 제트유, 태블릿PC, 자동차, 폴리프로필렌 등의 수출 급증에 힘입어 對프랑스 수출은 36.6% 증가
 - 2년차에는 프랑스의 경기침체가 지속되며 산업활동이 둔화된 결과 주력품목의 수출 급감으로 對프랑스 수출이 14.2% 감소함.
 - * 2012년, 2013년 프랑스 산업생산은 전년대비 각각 2.7%, 0.7% 감소
 - 3년차에도 수출은 1.6%로 소폭 감소하였으며 세계적인 화물 운송량 감소로 인한 화물선 수출 급감이 원인으로 분석됨.
- 對프랑스 수입 역시 FTA 발효 이후 5.7% 증가
 - 다만, 1년차에는 재정위기로 인한 불경기 심화와 더불어 2012년 프랑스 총선과 대선이 연이어 실시되면서 나타난 사회 불안정이 자동차 등 주요산업의 침체를 악화시켜 對프랑스 수입이 7% 감소를 보임.
 - * 재정위기가 심화되면서 남유럽 시장 의존도가 높았던 프랑스 대표기업 PSA社は 국내공장 폐쇄, 매각을 거듭하며 생산 및 수출이 급감함. 반면 동사와 경쟁하던 한국 자동차 기업의 현지 판매는 급증하며 수출이 큰 폭으로 증가
 - 발효 2년차 이후 항공기, 옥수수, 우라늄 및 운반하역기계 수입이 약 4배 급증하면서 2년차 12.1%, 3년차 5.7%의 수입 증가를 견인

<한-프랑스 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균)
對프랑스 수출	3,322	36.6	2,850	-14.2	1,713	-1.6	2.6
對프랑스 수입	3,642	-7.0	4,084	12.1	2,930	5.7	5.7

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 유럽 재정위기에도 對프랑스 수출 100대 품목의 수출은 FTA 발효 전 대비 19.7% 증가
 - 수혜품목의 對프랑스 수출은 발효 전 대비 114.1% 증가하며 선전한 반면 비수혜품목 수출은 28.0% 감소함.

<對프랑스 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,735	-3.9	2,301	32.6	1,414	1.8	19.7
수혜품목	73	1,242	96.4	1,221	-1.7	848	9.3	114.1
비수혜품목	27	493	-58.0	1,080	119.3	565	-7.7	-28.0

자료원: Eurostat

- 발효 2년차에는 비수혜품목의 對프랑스 수출이 119.3% 증가하며 선전
 - 1년차에 수출이 전무했던 화물선과 50% 감소했던 휴대전화의 수출이 2년차에는 급증한 것에 따른 결과
 - 또한 2년차에 수혜품목의 수출이 1.7% 감소한 것은 승용차 및 제트유 등 주요품목의 수출이 발효 1년차에 급증했던 것에 따른 기저효과로 해석됨.

<對프랑스 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

연번	HS Code	품목명	관세		對韓 수입						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	85076000	리튬이온 축전지	2.7	0	1,777	-	39,109	2,101.2	20,336	137.4	신규*
2	84129040	수력엔진과 모터의 부분품	2.7	0	4,898	14,926.3	7,276	48.5	3,850	-1.1	311,855.3
3	39021000	폴리프로필렌	6.5	0	4,333	177,126.9	2,458	-43.3	4,769	394.6	285,102.5
4	87089420	차량용 운전대 스티어링 칼럼 및 운전박스 그 부분품	3	0	60	2,653.3	3,699	6,091.8	3,046	47.0	140,281.7
5	84818011	혼합밸브	2.2	0	65	1,927.8	632	870.5	2,388	1,229.5	92,827.9
6	85272152	라디오방송용 수신기기 (카세트 유형)	14	0	69	624.7	2,277	3,189.0	2,544	127.4	28,437.1
7	84195000	열교환기	1.7	0	149	145.2	499	234.2	8,225	8,690.1	24,634.3
8	85272120	라디오방송용 수신기 (레이저판독 장치를 갖춘 것)	14	0	254	150.9	5,556	2,089.0	5,217	92.4	10,246.1
9	73072390	철강제의 관연결구류	3.7	0	0	-100	0	0	2,083	-	3,010.1
10	82074010	탭핑 또는 드레딩용 공구	2.7	0	2,793	723.7	5,943	112.8	3,714	-0.7	2,744.0

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준,

순위는 품목별 수출 증가율을 기준으로 하되, 증가율이 무의미한 발효 이후 신규 수출품목의 경우 금액 및 중요도를 고려하여 포함함.

- 對프랑스 수출 증가율 상위 10대 수혜품목은 발효 전 관세율이 높았던 품목 뿐 아니라 1.7%로 낮았던 열교환기에 이르기까지 다양함.
- 수입 증가율은 관세율 인하에 비례한 부분도 있었지만 시장 및 제품 특성에 따른 영향도 컸기 때문으로 보임.

- 발효 전 관세율이 6~14%로 높은 편에 속하는 라디오방송용 수신기기 품목군 및 폴리프로필렌 등의 경우, 발효 전 대비 수출 증가율이 103배에서 2,852배에 달할 정도로 FTA 수혜폭이 컸던 것으로 분석됨.
 - 발효 전 관세율이 3~3.7%로 중간 수준인 조향장치-운전박스 및 부품과 철강제의 관련결구 품목의 수출 증가는 31배 및 1,403배에 달해 품목에 따라 수혜 폭의 차이가 큰 것으로 보임.
 - 관세율이 2.2~2.7% 수준이었던 4개 품목의 경우, 수출 증가율이 28배, 929배, 3,119배 등으로 다양해 수혜 정도가 극명하게 구분됨.
 - 수입관세율이 1.7%로 가장 낮았던 열교환기의 경우, 수출이 무려 247배 증가할 정도로 관세인하에 비해 증가폭이 높은 편
- 수출급증 원인은 산업구조 변화에 따른 수요급증, 장기 불황에 따른 소비자 기호 변화 등
- (리튬이온 축전지) 이동통신기기 등 휴대형 ICT 제품의 대중화에 따른 축전지 수요급증 시기와 우리기업의 생산능력 증가가 FTA 발효 시점과 일치하면서 수출 증가요인으로 작용
 - (라디오방송용 수신기기) 발효 전 유럽산 제품으로 구성된 프리미엄 시장과 체코, 중국, 태국산 제품으로 구성된 중·저가시장의 틈새에서 경쟁력이 미흡했던 한국제품의 수출이 급증한 원인은 14% 수입관세 철폐에 따른 가격경쟁력 향상으로 분석됨.
 - (폴리프로필렌) 발효 전 독일, 벨기에, 스페인 등이 주도하고 사우디, 덴마크, 미국이 경쟁하던 현지 시장에서 한국이 발효 3년차에 사우디를 제치고 7대 수출국으로 부상한 원인은 관세철폐 및 최근 달러화 대비 유로화 강세에 따른 가격인하 효과 등임. 동 기간 중 벨기에와 스페인을 제외한 여타 경쟁국산 수입은 모두 30~81% 감소함.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	소형 전동공구 (Power Pocket Tool)	HS Code	84671120
관세율 변화	1.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對韓 수입액	('11년) 1만 9,200만 유로 → ('13년) 7만 9,400만 유로		
선정 사유	자체브랜드(PB, Private Brand) 제품 수요가 증가하는 추세로 품질 대비 브랜드 인지도가 낮은 한국 제품 수요도 늘어날 것으로 예상		

□ 수요동향 및 전망

- 프랑스 전동공구 시장 규모는 2012년 기준 3억 달러 규모로 전체 DIY 시장의 3.4% 비중을 차지

<프랑스 전동 공구 시장규모 및 성장률>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2010		2011		2012	
	시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
DIY용품 전체	9,993	2.0	10,230	2.3	10,347	1.1
전동공구	339	2.7	353	4.0	360	1.9

자료원: Euromonitor

- 불경기로 인해 소비자들이 직접 가구 등을 수리하는 경향이 확산됨에 따라 DIY 관련 제품 수요는 지속 증가할 전망
 - 일반용 소형 전동공구의 경우 가격경쟁이 치열한 품목으로, 유통점들은 가격을 낮추기 위해 PB 제품을 활발히 출시하는 추세
 - 브랜드 인지도는 낮지만 기술력은 중국산보다 우수한 한국 제품에 더 많은 기회가 있을 것으로 예상

□ 경쟁동향

- 고가의 고급 제품으로는 Bosch社, Hitachi社등의 제품이 소비자들 사이에서 인지도가 높은 것으로 알려져 있음.

- 소비자들은 기술력과 브랜드 인지도가 높은 독일, 일본 제품을 선호하나, 구매 시에는 높은 가격을 부담스러워 하고 있는 것으로 나타남.
- 가격을 중시하여 저가 중국산 제품을 구매한 소비자의 경우 낮은 품질에 실망하는 경우가 많은 것으로 조사됨.
- 불경기로 더욱 까다로워진 소비자의 요구에 대응하기 위해 DIY제품 전문 유통업체들은 가격과 품질을 절충한 PB 제품을 잇달아 출시
 - 이에 따라 Leroy Merlin, Bricorama 등 전문 유통업체들의 PB 제품 판매량이 증가하는 추세

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: T社
 - 2012년 설립된 동사는 새로운 컨셉의 전동공구 제품을 개발하여 출시
 - 기존 전동공구의 경우 무겁고 부피가 커서 일반 소비자들이 사용하기에 불편했다는 점에 착안하여 가볍고 충전이 편리한 전동공구를 개발
 - 공구 사용 수요가 많지 않은 국내 시장보다 시장 규모가 큰 해외를 우선 공략하는 전략으로 일본, 미국 등에서 좋은 평가를 받음.
 - 이에 T社は 비즈니스 영역을 유럽시장으로 확대하고자 현지에서 개최되는 전시회에 적극 참가하는 등 사업기회 발굴을 위해 노력함.
 - 한편, FTA 체결 이후 현지에서는 한국과 한국제품의 인지도가 높아지게 됨. 언론에서 협상부터 체결까지의 소식을 지속적으로 언급함에 따라 종전에 한국에 대해 알지 못했던 기업들도 관심을 갖기 시작함.
 - 한국제품이 가격대비 품질이 훌륭하다고 알려지기 시작했으며, 가격 때문에 중국산 저가 제품을 구매하였다 실망한 소비자들도 상대적으로 가격은 높지만 품질이 훌륭한 한국제품을 선호하게 됨.
 - KOTRA 파리무역관을 통해 프랑스 최대 DIY 전문 유통점인 B社를 소개받은 T社は B社 방한 시 부산에 위치한 자사 생산시설 시찰까지 준비하여 바이어의 신뢰를 높이며 거래 가능성을 높임.

- 현재 인증, 테스트, 디자인, 포장 등 세부사항에 대해 양측 모두 활발히 교신하고 있으며, T社에서는 이미 B社 납품용 포장 샘플을 제작하는 등 수출 계약이 점차 가시화되고 있는 상황
- 본격적인 협상을 위해 T社는 6월 말 프랑스를 방문할 계획으로, 협상이 원활하게 진행될 경우 2015년 1분기 중 프랑스 전국 B社 매장에 T社 제품이 공급될 예정

품목명(상세)	스팽글, 비즈 등 섬유 액세서리	HS Code	58109290 58109990
관세율 변화	7.2% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對韓 수입액	('11년) 7,800 유로 → ('13년) 1만 900 유로		
선정 사유	▪ 관세철폐로 가격경쟁력을 확보하여 관련 산업 침체에도 수출량이 증가 추세		

□ 수요동향 및 전망

- 해외생산으로 인한 현지 섬유시장 규모 감소
 - 전반적인 경기 침체 및 생산시설 해외 이전으로 섬유 시장 침체
 - 노동집약적인 산업 특성상 생산비용 절감을 위해 아시아 등 인건비가 저렴한 지역으로 생산시설을 이전하는 것이 대세
 - 프랑스 내 생산의 경우 기술집약적인 고급제품을 소량 생산하여 부가 가치를 창출하는 경향이 관찰됨.

<최근 3년간 프랑스 섬유제품 시장규모 및 성장률>

(단위 : 억 유로, %)

구분	2010		2011		2012	
	시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
시장규모 및 성장률	122	-	128	5.0	125	-2.0

자료원: 프랑스 섬유산업연합회(Union des Industries Textiles)

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: G社

- G社は 의류, 섬유 잡화 등을 프랑스로 수출하는 소규모 무역 업체로 KOTRA 해외시장조사, 무역사절단 등의 서비스를 오래 전부터 이용함.
- 프랑스 최대 섬유박람회인 텍스월드에서 10여 년 전부터 참가해왔으며, 소규모 주문에도 성실히 응하고 현지를 자주 방문해 바이어와의 관계를 돈독히 하는 등 비즈니스 저변 확대를 위해 많은 노력을 기울였음.
- 2009년 KOTRA 파리무역관 주선으로 유명 명품 브랜드 C社에 제품을 공급하는 섬유전문 유통상을 만나게 되었으나, 보수적인 성향의 유통상은 샘플만 받아볼 뿐 좀처럼 거래를 시도하려 하지 않아 어려움을 겪음.
- 2011년 한-EU FTA 발효 이후 7.2%에 달하던 관세가 철폐되며 가격경쟁력을 확보하게 된 G社は 이를 적극적으로 알렸으며, 결국 2012년부터 유통상을 통해 C社에 자사 제품을 납품하기 시작함.
- 아직까지 수출 규모는 크지 않으나, 한 번 거래를 시작하면 웬만해서는 거래처를 바꾸지 않는 프랑스 바이어의 신중함을 고려하면 향후 매년 5% 정도 수출이 증가할 것으로 기대됨.

품목명(상세)	동물 훈련기 (E-collar)	HS Code	85269200
관세율 변화	3.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對韓 수입액	('11년) 8만 8,400 유로 → ('13년) 14만 1,600 유로		
선정 사유	▪ 불경기에도 불구하고 반려동물 관련 시장은 지속 성장세		

□ 수요동향 및 전망

- 불경기에도 반려동물 관련제품 시장은 꾸준한 성장세를 보이고 있음.
- 경기가 나쁠수록 심리적 안정을 위해 소비자들은 반려동물 돌보기에 더욱 정성을 쏟는 경향을 보이며 제품도 다양화, 고급화 되고 있음.

- 전자 동물훈련기의 경우 기존에 없던 새로운 제품으로 훈련이 필요한 대형견을 키우는 견주들을 중심으로 시장이 형성되어 있음.

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: D社

- 인천에 본사를 두고 있는 D社는 유럽시장 공략을 위해 90년대 중반 프랑스에 판매법인을 설립
- 동물 훈련기는 기존에 없던 제품인 관계로 소비자들에게 생소했을 뿐 아니라 2000년대 초·중반까지만 해도 프랑스를 비롯한 유럽 시장에서 한국과 한국제품은 잘 알려져 있지 않아 마케팅에 고전을 면치 못함.

<동물훈련기 제품 중 중소형견용 짚음방지 목줄>



자료원: D社 홈페이지

- 그러나 꾸준히 동물 전문전시회, 사냥대회 등을 통해 제품을 홍보한 결과 제품의 훌륭한 성능과 훈련효과가 입소문을 타게 되어 시장 내에서 점차 저변을 확대해나가고 있었음.
- 한-EU FTA 협상 착수 이후부터 체결, 발효까지 지속적으로 언론에서 한국을 언급하게 되어 시장에서 한국과 한국 제품의 인지도가 높아지면서 마케팅 활동이 한결 수월해짐.
- 특히 IT 강국으로서의 한국의 이미지가 널리 알려지게 되며 제품에 프리미엄 이미지가 더해져 까다롭기로 유명한 경찰견 및 군견 전문 훈련소에도 납품이 가능해짐.
- 진출 초기 인지도가 낮아 제품 판매가 어려웠지만, 동사의 꾸준하고 적극적인 마케팅과 FTA를 계기로 높아진 한국제품에 대한 인지도에 힘입어 연 350만 유로 매출 규모로 성장할 수 있었음.

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Tranova
취급품목	농업용 자재 및 소모품(차광막, 결속기, 친환경 농약 등)
연매출/ 對韓 수입액	약 200만 유로 / 10만 유로
담당자/직위	Mr. Cedric Monavon / 구매담당
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국 제품이 가격 대비 품질이 좋은 것은 알고 있었지만, 저가 제품에 비해 가격이 상당히 높은 편이어서 선뜻 구매 결정을 내리는 것이 쉽지 않았음. ▪ 한-EU FTA로 관세 부담이 완화되어 한국과의 첫 거래를 트는데 유리하게 작용하였음. 경쟁국인 중국제품에 비해 한국제품은 관세를 감안해도 가격이 높지만 이를 불식시킬 만큼 품질 면에서 차이가 있다는 점에서 구매를 결정하게 됨. ▪ FTA 체결 이후 첫 거래를 시작하게 되었으며, 관세 혜택에 힘입어 매년 지속적으로 거래를 유지하고 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 외국 바이어와 의사소통을 위한 노력을 좀 더 많이 기울일 필요가 있음. ▪ 경험적으로 볼 때에 한국 중소기업은 한국어로 된 홈페이지만 보유하고 있는 곳이 많고 해외영업 담당자가 붙어는 고사하고 영어를 잘 구사하지 못하는 점이 초기 접근 및 의사소통에 난점으로 작용하여 바이어들에게 어필하기에 상당한 어려움이 있음. ▪ 가격 면에서는 중국보다 훨씬 비싼 편이며 EU 공급업체에 비해 원거리에 있으므로 납기가 긴 점이 단점으로 꼽힐 수 있음. 활발한 현지시장 진출을 위해서는 이러한 점을 보완할 필요가 있음.

기업명	Kent Marine
취급품목	선박용품
연매출/ 對韓 수입액	1,480만 유로(2012년 기준)
담당자/직위	Ghislain Tavolini / Sourcing Director
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 발효를 통해 선박용품 및 산업 전반에 걸쳐 한국과 한국 제품에 대한 인지도가 크게 향상됨.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국 제품에 대한 평가는 높으나, 대부분의 제품이 CE 인증을 보유하지 못한 것이 최대 단점임. ▪ CE 인증이 없을 경우 바이어는 인증 획득을 요청하지만, 한국 업체 측에서는 바이어가 획득해주기를 바라는 경우가 많으며, 결국 인증 등록을 완료하지 못하는 경우가 대부분이라고 함. ▪ 한국업체와 거래를 할 때, 제품 관련 협상 도중에 갑자기 연락이 두절되는 경우가 종종 발생함. 아무런 설명이나 양해 없이 연락을 두절하는 것은 전반적인 한국기업에 대한 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있으니 자제가 필요함.

기업명	Bloudex
취급품목	CCTV
연매출/ 對韓 수입액	200만 유로
담당자/직위	Salomon Azoulay / 영업 담당
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 발효로 한국제품은 경쟁국인 중국이나 대만산에 비해 보다 높은 경쟁력을 갖추게 되었다고 생각함. ▪ 자사가 취급하는 제품의 경우, 경쟁국 대비 한국제품 가격이 5% 가량 인하되는 효과를 볼 수 있었음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 아직은 해외시장 진출 준비가 미흡한 기업이 많음. 제품 카탈로그도 영문 설명이 없는 경우나 영문 작성 내용이 부실한 경우가 많아 거래를 시작하는 데 큰 장애가 되고 있음. ▪ 제품 및 회사 소개에 대한 철저한 준비는 글로벌 비즈니스의 기본인 바, 이에 투자를 아끼지 않는 자세가 필요함.

기업명	ECIB
취급품목	방음벽, 방음장치
연매출/ 對韓 수입액	685만 유로/ 50만 유로
담당자/직위	Emmanuel Herber / 상품기획
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA를 계기로 한국 시장과 제품에 대해서 관심을 갖게 되었고 한국의 여러 기업들을 만나보게 되었음. ▪ 한국제품은 품질이 우수할 뿐 아니라 관세인하로 인해 가격 경쟁력도 갖추게 되어 거래를 결정하게 되었음. ▪ 제품 특성상 가격보다는 기술 수준이 더 중요한데, 한국제품은 기술 수준이 매우 높아 만족스러움. FTA로 관세가 철폐되어 비용 절감 효과까지 얻을 수 있어 한국과의 거래를 더욱 확대할 전망이다.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 프랑스 시장 수출을 위한 선결조건은 인증획득으로, 한국의 중소기업들이 많은 비용과 긴 시간이 소요되는 인증 획득에 어려움을 겪고 있는 것에 대해 인지하고 있음. FTA를 통해 인증 통일화가 시행된다면 수출 확대에 큰 도움이 될 것으로 생각함. ▪ 일부 한국기업의 경우, 충분한 검토 없이 성급하게 계약을 성사시키려 하거나, '한방'에 크게 이익을 보고 이후 거래 관계에는 관심을 갖지 않는 등 프랑스 비즈니스 문화와는 상이한 행동을 보여 어려움이 있었음. 유럽 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 현지의 비즈니스 문화를 숙지하여 이를 고려한 시장 접근전략을 구축해야 함.

□ 시사점 및 진출방안

- FTA는 관세철폐 이외에도 수치상으로 측정되지 않는 효과가 존재
 - 우리기업이나 현지 바이어 대부분이 FTA를 통해 한국과 한국제품에 대한 인지도가 높아졌음을 언급
 - 개별적으로 마케팅 여력이 많지 않은 중소기업의 경우 FTA를 계기로 향상된 한국과 한국제품의 인지도는 현지시장 진출 및 사업영역 확대에 큰 도움이 된 것으로 나타남.

- 바이어들은 FTA 효과에 대해 인정하면서도 관세인하로 인한 가격 절감 효과 및 인지도 제고 이외에도 바이어들을 사로잡기 위해서는 보다 철저한 진출 준비가 필요함을 지적함.
 - 다수의 중소기업의 경우 현지 시장 진출을 위해 필수적인 영문 혹은 현지어로 된 회사, 제품 소개자료조차 준비되지 않은 상황으로 초기 커뮤니케이션에 큰 어려움이 있는 것으로 나타남.
 - 또한 시장에서 제품을 유통하기 위해 필수적인 인증에 대해서도 준비가 철저하지 않은 것으로 나타나 개선이 필요한 것으로 분석됨.
- 성공적인 유럽시장 진출을 위해서는 FTA 등 제도적인 장치를 현명하게 이용하는 전략도 필요하지만 결국 바이어들의 마음을 사로잡는 것은 제품 자체의 매력
 - 품질이나 기능, 디자인, 가격 등 바이어의 관심을 끌 수 있는 요소가 구비된 제품을 준비하는 것이 관건이며, 제품의 매력을 효과적으로 나타낼 수 있도록 커뮤니케이션 수단을 활용해야 할 것임.

영국

1. 한-영국 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對英수출은 한-EU FTA 발효 이후 꾸준한 증가세
 - 발효 1년차에는 17.9% 증가를 나타냈으며, 2년차 이후 증가폭은 다소 줄었으나 연평균 10.1%로 양호한 실적을 기록
 - 2012년 런던올림픽을 계기로 영국의 산업생산 증가와 경기활성화로 인해 양국 간 교역이 증가하여 발효 2년차에 교역량이 가장 많았음.
- 對英수입도 증가 추세를 이어가고 있음.
 - 1년차에 83.5% 급증하는 등 연평균 29.6%의 증가세를 나타냄.
 - 특히 영국산 자동차가 한국에서 가격대비 고급제품으로 인식되면서 발효 1년차에 9%의 판매 증가율을 기록

<한-영국 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균)
對英 수출	3,153	17.9	3,414	8.3	2,552	10.1	10.1
對英 수입	4,500	83.5	5,253	16.7	4,071	8.3	29.6

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 對英수출 100대 품목 중 수혜품목의 경우 한-EU FTA 발효 후 수출이 꾸준히 증가함.
 - 수혜품목 수출 증가율은 발효 1년차에 59.3%를 기록해 단기간에 급등하였으며, 2년차에는 15.2%, 3년차에는 11.0%를 기록함.

- 이는 발효 첫 해에 FTA 관세인하 효과에 대한 관심 덕분에 對英수출이 크게 증가했으며, 이후 관심이 다소 저하된 것으로 풀이됨.
- 비수혜품목의 경우 1년차에 -1.6%로 감소세를 보이다가 2년차에는 15.8%, 3년차에 18.6%로 오히려 증가세를 보이고 있음.
- 굴삭기(3년차 +51.5%), 평판압연제품(+74.7%) 등 산업재 수출 확대가 최근 비수혜품목 對英수출 증가를 견인한 것으로 분석됨.
- 발효 1년차에는 철강, 중장비, 기계류 등 관련 품목의 對英수출 증가
 - 정부의 강력한 긴축정책으로 소비가 정체된 시기였으나, 2012년 런던 올림픽을 앞두고 대규모 토목공사가 진행되면서 산업재 수요 급증
 - 탱커선(244.3%), 1,500cc 미만 자동차(177.8%), 2,500cc 미만 자동차(77.7%) 등 대기업 중심의 산업용 품목 위주로 수출이 크게 증가한 반면, 식품, 의류, 가전 등의 일반소비재는 발효 이후 정체
- 2년차에도 산업재의 수출 증가가 현지 소매시장 수요 감소를 상쇄
 - 건설업과 에너지 등 영국의 경기회복을 이끄는 산업재 부문의 수요 증가로 인해 對英수출 증가세를 유지
- 3년차에는 경기가 서서히 회복세에 접어들어 내수가 살아나고 있으나, 승용차, 선박 등 주력품목의 對英수출은 감소세를 보였음.
 - 그러나 선박의 경우 2~3년 주기로 구매가 이루어지는 제품 특성상 신규주문이 다수 발생했던 2년차 대비 수출 감소는 불가피한 현상으로 볼 수 있음.

<對영국 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동 대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,760	29.2	2,623	15.4	2,045	13.8	64.2
수혜품목	68	890	59.3	1,633	15.2	1,239	11.0	94.5
비수혜품목	32	870	-1.6	991	15.8	807	18.6	30.4

자료원: Eurostat

<對英국 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對英수출						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	85042300	변압기	3.7	0	1,965	2,529.4	40,897	1,981.4	14,954	-11.9	301,203.6
2	85444995	절연전선 (전압 80V 초과, 1,000V 미만)	3.7	0	3,158	6,234.6	3,706	17.3	2,639	-9.9	134,899.7
3	85446090	절연전선 (기타의 도체를 갖춘 것)	3.7	0	1,570	469.7	2,224	41.7	3,821	137.6	62,124.1
4	87032110	승용차 (1,000cc 이하)	10	3.3	48,465	45,632	53,559	10.5	42,096	20.3	54,564.9
5	39204390	플라스틱판	6.5	0	2,006	2,822.1	4,877	143.1	2,932	-12.4	19,318.8
6	85269120	레이더항행용 수신기	3.7	0	308	-14.9	17,808	5,684.8	27,787	253.1	11,505.4
7	84272019	작업트럭	4.5	0	8,268	8,635.1	10,297	24.5	6,711	-6.2	6,990.9
8	87033319	승용차 (2,500cc 초과)	10	0	4,828	1,895.0	2,492	-48.4	4,928	140.3	2,150.7
9	74111090	동 파이프 (기타)	4.8	0	5,906	139.9	4,909	-16.9	3,393	36.5	2,115.7
10	74111010	동 파이프 (정제한 것)	4.8	0	3,485	827.7	6,623	90.0	5,391	25.7	1,883.3

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

- 對英수출 100대 수혜품목 중 변압기의 증가율이 가장 높으며 특히 2012년에 수출이 급증하였음.
 - 이는 전력망 확충사업 확대, 올림픽 후속사업으로 추진된 고속철도 사업 개시, 신규 주거단지 조성 등 현지 대형 건설사업 수요에 기인
- 대표적인 對英수출 품목인 승용차 역시 수출 증가
 - 런던 올림픽을 계기로 현지 수요가 확대된 가운데 2011년 후쿠시마 사태로 일본 자동차 업계의 공급사슬이 붕괴되면서 한국산 수출이 급증하였음.
 - * 일본산 자동차의 對英수출은 2012년 0.97% 감소한 반면 한국산 수출은 같은 해 136.81% 증가를 기록

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	기능성 화장품	HS Code	33049900
관세율 변화	6% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對英수출액	('11년) 138만 유로 → ('13년) 414만 유로		
선정 사유	▪ 경기침체에 따른 현지 화장품시장 재편 ▪ 관세철폐를 통한 가격경쟁력 증가		

□ 수요동향 및 전망

- 화장품 시장이 저가 및 기능성 화장품 중심으로 재편
 - 불황기에 오히려 외모 관리에 투자를 늘리는 사람들의 보상심리에 따라 영국 화장품 시장은 금융위기를 거치면서 2012년에 전년대비 소매 매출이 14.5% 증가
 - 브랜드의 인지도가 떨어지는 대신 비용 대비 만족도가 높은 기능성 화장품이 선호되면서 BB크림이 영국에 진출하는 계기가 되어 한국산 화장품의 인지도 제고에 기여함.
- 화장품 시장의 성장잠재력은 향후 더욱 높아질 것으로 예상
 - 영국 최대 화장품 유통사 Superdrugs는 2016년까지 전체 화장품 시장 규모가 2014년 대비 17% 성장한 98억 파운드에 이를 것으로 전망
 - 호황기에는 고품질 프리미엄 화장품이 선망의 대상이 될 뿐 아니라, 부가가치가 높은 유기농화장품이 유행으로 자리잡아 성장세가 더해갈 것으로 예상

□ 경쟁동향

- 영국 화장품 시장은 전형적인 구미권 기업의 텃밭
 - 2012년 기준 Unilever社(영국·네덜란드)가 시장의 약 9%를 점유, L'Oreal社(프랑스), Procter & Gamble社(미국)가 각각 5%를 점유함.

- 그 외에도 영세 브랜드들이 난립해 있는데 한국기업의 시장 영향력은 아직까지 미미한 편

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: Have&Be

- 동사의 기능성 화장품 브랜드인 Dr. Jart+가 영국 최대 약국 및 미용 제품 판매처인 Boots에 입점
- Have&Be는 2011년 이후 한-EU FTA 발효에 따른 관세철폐를 통해 가격경쟁력을 확보했고 피부과 의사가 제조한 고기능성 화장품이라는 점을 부각하면서 영국시장에 진출
- 영국시장 진출 시 관세철폐 사실을 바이어에게 적극 홍보함과 동시에 KOTRA의 시장조사 서비스를 활용해 효과적인 마케팅 실시

품목명(상세)	간이 바비큐 기계	HS Code	76151090
관세율 변화	6% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對英수출액	('11년) 3만 2,000 유로 → ('13년) 12만 4,000 유로		
선정 사유	▪ 관세철폐 효과로 인해 최초 수출 및 독점 계약 성사		

□ 수요동향 및 전망

- DIY 체인 Homebase에 따르면 바비큐 기계는 2010년 영국 내 가구당 1.3대가 보급된 것으로 나타나는 등 필수품으로 자리매김
- 정원에서 바비큐를 즐겨하는 문화 덕분에 수요는 안정적이었으나, 최근 대형 슈퍼마켓 Tesco와 Asda에서 판매 부진제품 5위권에 바비큐 도구가 꼽혀 금융위기 이후 수요가 감소했음을 시사

□ 경쟁동향

- 브랜드 충성도가 높은 시장이었으나, 최근 수년간 DIY 유통업체의 자체 브랜드들이 시장을 잠식
 - 영국에서 가장 인기 있는 바비큐 기계는 Landman, Outback, Weber 등의 브랜드이며, 2010년 기준 약 30%의 시장점유율 기록
 - 2013년 소비자전문지 Which에 따르면 대형 DIY 체인인 Homebase와 BnQ의 자체 브랜드가 시장의 54%를 차지한 것으로 나타남.
 - 브랜드보다는 가격을 중시하는 불황기 소비패턴으로 저렴하면서 유명 브랜드와 품질이 유사한 DIY 자체 브랜드 제품의 장점이 성공요인

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: 한스바인
 - 한스바인은 휴대용 바비큐 기계와 쉽게 불이 붙는 숯을 개발하였으며 영국 바비큐 시장 진출 가능성을 긍정적으로 판단, 2013년 8월 KOTRA 런던무역관 공동물류패키지 서비스를 이용
 - 현지에서는 중국 및 베트남산 알루미늄 호일 형태의 저가 휴대용 바비큐 제품이 많이 판매되고 있으나 기계형태의 휴대용 바비큐 제품은 다소 생소한 제품으로 인식됨.
 - 영국 굴지의 유통업체 P社에서 동 제품에 관심을 보이자 동사와 KOTRA 런던무역관은 한-EU FTA로 인해 수입 관세가 6%에서 0%로 낮아진 점을 강조하면서 바이어를 설득하였음.
 - P社는 관세철폐에 대해 긍정적으로 판단하고 장기거래를 위해 한스바인社와 독점계약을 체결했으며, 매년 50만 달러 이상의 판매가 예상됨.

<한스바인社 휴대용 바비큐 제품>



품목명(상세)	인쇄용 잉크	HS Code	321519
관세율 변화	6.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對英수출액	('11년) 108만 유로 → ('13년) 134만 유로		
선정 사유	▪ 기존 무관세 혜택을 받고 있던 프린터 품목과 시너지 발생		

□ 수요동향 및 전망

- 영국의 인쇄용 잉크시장은 2013년 매출 기준 약 40억 파운드 규모의 시장을 형성하고 있으며, 지난 5년간 약 4.7% 성장
 - 그러나, 시장분석기관 Ibisworld에 따르면 이러한 성장률은 2012년에 급증한 기업 및 산업인쇄 수요에 따른 것이며, 일반 소매시장을 포함한 인쇄기기 전체시장 수요는 감소세를 보이고 있음.
 - 이는 2008년 이후 스마트기기의 보급과 함께 기업 및 공공부문에서도 종이사용을 최소화하는(paperless) 움직임이 대세로 자리 잡았기 때문에 향후 시장이 축소될 것으로 예상

□ 경쟁동향

- 영국에서 인쇄기와 소모품인 잉크는 동일 브랜드를 사용하는 것이 일반적으로 프린터 제조사들이 잉크 카트리지를 시장을 지배하고 있음.
 - 2013년 기준 HP와 Kodak이 각각 12%, 10%의 시장점유율을 차지하고 Epson, Canon, Ricoh 등이 뒤를 잇고 있으며, 이러한 구조는 지난 5년간 큰 변동이 없었음.
 - 한국산 브랜드로는 삼성전자가 유일하게 시장조사 시 집계됨.

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: 잉크테크

- 2006년 영국 LFP Products Ltd社 인수 이후 꾸준한 매출 신장을 기록한 잉크테크 영국법인은 2014년부터 적극적으로 유럽 시장을 공략하기 시작
- 특히 2014년 2월 신제품 출시행사에는 데이비드 카메론 영국 총리가 참석해 한국 기업들이 고용창출과 지역발전에 기여한 점을 높이 평가하였으며, 이를 통해 현지에서 기업 신뢰도와 인지도가 향상되었음.

<잉크테크社 신제품 출시행사 현장>



*주: 좌측 사진 오른쪽에서 두 번째가 데이비드 카메론 영국 총리

- 잉크테크社 프린터는 WTO ITA¹⁶⁾ 대상품목으로 이미 무관세 혜택을 받고 있었지만 지속적인 판매가 가능한 소모품 잉크의 관세가 6.5%에서 무관세로 전환되어 가격경쟁력을 확보하면서 프린터와 시너지를 낼 수 있었음.
- 잉크테크는 현지 주요 전시회에 참가하고 2012년부터는 KOTRA 월드 챔프사업에 참여하는 등 단순히 관세인하 혜택을 누리는 데 머물지 않고 적극적인 현지 마케팅 활동을 통해 비즈니스 기회를 확보

16) ITA(Information Technology Agreement) : 컴퓨터·반도체 등 첨단산업 교역 자유화를 위해 정보기술제품을 생산, 판매하고 있는 주요 국가들이 2000년까지 교역을 완전 무관세화하는 정보기술협정

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Boots
취급품목	화장품, 약품, 생활용품
연매출/ 對韓 수입액	7억 6,160만 달러 / N/A
담당자/직위	Joe Mitchell / Beauty Innovation Buying Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 관세철폐를 통해 한국제품의 가격경쟁력이 높아짐과 동시에 수입이 증가 ▪ 수입가격이 인하되면서 비용 절감분을 마케팅 활동에 투자할 수 있는 여력이 발생함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 간결한 제품 디자인 필요 - 영국 소비자들은 본인이 필요한 제품 목록을 준비하고 쇼핑하기 때문에 상품 제작 시 간결한 디자인을 통해 제품 인식률을 높이고 상품의 브랜드 파워를 키우는 것이 중요 ▪ 제품의 고품질, 기능성, 편리성 역시 중요 - 영국에서 유행하고 있는 바티스트 드라이 샴푸(Batiste Dry Shampoo)의 경우 머릿결에 좋고 물 없이 샴푸가 가능하여 사용이 간편하다는 장점을 두루 갖추고 있다는 점이 인기의 비결이며, 이는 한국 기업이 참고하기 좋은 사례임.

기업명	Euro Car Parts Ltd
취급품목	자동차부품 전반
연매출/ 對韓 수입액	7억 달러 / 250만 달러
담당자/직위	Mr. Navdeepak Verma / Business Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국산 자동차부품은 한-EU FTA 체결 이전에는 세계적인 1차벤더 부품업체의 브랜드 파워에 밀리고 중국, 인도 등의 저가제품과는 가격경쟁력에서 현저한 열세에 있어 영국 바이어의 큰 관심을 끌지 못했음.

	▪ FTA 발효 후 EU에서 한국의 국가브랜드 가치가 현격히 상승하고, 한국산 완성차 시장점유율도 괄목할만한 성장을 보이면서 한국산 자동차부품에 관심을 갖기 시작함. ▪ 동사는 자동차 배터리 관세(3.7%) 철폐를 계기로 유수의 한국 배터리 제조업체 제품을 테스트한 결과 한국산 배터리의 품질이 높고 가격경쟁력이 우수한 것으로 판단, 자동차 배터리 수입을 시작하게 됨. ▪ 한국산 자동차 배터리의 높은 품질 수준으로 볼 때 다른 부품의 품질도 우수할 것으로 판단, 향후 한국산 부품 수입량을 늘릴 의향이 있음. - 가격과 품질 경쟁력을 일정 수준 이상 갖추고 있는 한국산 자동차부품에 대한 관심이 높아져 부품 구매 범위를 확대하는 방안을 추진 중임.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국산 수출 유망 품목은 필터(에어필터, 오일필터, 연료필터, 에어컨필터), 연료 펌프 조립품, 조향장치, 현가장치 등 - 현재 영국을 포함한 유럽 자동차 시장에서는 제품 경량화, IT 기술과 융합, 친환경 자동차 개발 등이 본격화됨에 따라 관련 부품 기술개발과 상품화가 빠르게 진행되고 있음. - 또한 환경 규제가 강화되는 만큼 전장기술의 개발, 확보가 필요하다고 생각함. ▪ 한국산 자동차부품의 강점인 품질 대비 가격경쟁력, 납기 개선 노력과 더불어 신차 개발비용 및 기간 단축을 위한 방안으로 플랫폼 통합과 주요 부품의 모듈화를 제안함.

기업명	E. P. BARRUS
취급품목	기계부품, 엔진
연매출/ 對韓 수입액	7,139만 달러 / 33만 달러
담당자/직위	Phil James / Senior Engineer
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 기계부품, 엔진분야에서 최고의 브랜드 제품을 수입하고 있고, 수입 시 단순히 가격만으로 수입 여부를 결정하지는 않음. - 동사의 구매조건은 브랜드 인지도, 품질, 가격 순이라고 할 수 있음. ▪ 한-EU FTA로 인해 한국산 제품의 가격이 하락한 효과는 있음. - 한국산 제품은 FTA 이전에 중국산 제품에 비해 품질이 좋고, 일본산에 비해 가격이 낮아 중국산과 일본산의 중간에 있었으나 FTA 발효 이후에는 품질 및 가격경쟁력이 상승하게 됨.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 꾸준한 R&D 노력을 통한 품질향상 - FTA를 통해 가격면에서 긍정적인 요인은 발생하였으나, 동사와의 거래를 위해서는 품질이 최우선이므로 지속적인 품질개선이 필요함.

기업명	Primark Stores Ltd
취급품목	의류
연매출/ 對韓 수입액	45억 2,708만 달러 / 83만 달러
담당자/직위	Peter Walsh / Director of Buying
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA 이후에 한국으로부터 수입이 늘기는 했지만 큰 변화는 아님. ▪ 주문량이 대부분 6,000 유로 미만이기 때문에 영세한 한국 업체들이 원산지 인증을 받지 않고도 FTA 관세혜택을 누리고 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국 제품의 경쟁력이 매우 뛰어나 만족함. ▪ 다만, 장기 거래관계 구축을 위해서는 꾸준한 인내심이 필요함. - 한국 업체들은 대부분 장기계약을 고집하고 일부는 초기 주문이 소량일 경우 관심을 줄이거나 제품의 사후처리를 소홀히 하는 경향이 있음.

기업명	Harvard International plc
취급품목	가전, 잡화, 애니메이션 콘텐츠 등
연매출/ 對韓 수입액	26억 8,271만 달러 / 8만 달러
담당자/직위	Danial Harris / Chief Executive
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 과거에는 한국에서 OEM 제품 일부와 가전 완제품 위주로 수입했으나, 2009년부터는 스마트기기 액세서리 등 소량/소액 위주로만 수입하고 있음. - 제품군 특성상 중국산이 워낙 저렴하기 때문에 관세인하를 감안하더라도 가격인하 효과는 제한적임. - 영국 경기가 회복세에 들어섰고 스마트폰, 태블릿 PC 등의 소비는 꾸준한 성장을 보이고 있기 때문에 향후 한국산 수입을 늘릴 가능성이 매우 높음. 그러나 가격이 매우 중요한 시장이므로 특히 원화 환율변동의 영향이 클 것으로 보임.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	- 한국에서 통하는 제품 뿐 아니라 세계시장을 염두에 두고 개발해야 할 것으로 보임. - 한국은 가전기기나 액세서리류의 경우 세계적인 기술력을 가지고 있으나, 개인적으로는 한국산이 세계 트렌드와는 상이한 독자적인 스타일이 강한 경우가 많다고 생각함. - 중국산의 경우 유럽, 미국 등 서구권의 트렌드와 수요에 빠른 대응을 하는데 반해 한국 제품은 불필요한 기능들로 무장한 경우를 많이 보게 됨.

□ 시사점 및 진출방안

○ 가격경쟁력 개선 효과는 기대만큼은 크지 않은 편

- 케이블 등 권선류 바이어는 한국산 제품 가격이 중국산의 3배에 달함을 지적하면서, FTA 발효 이후에도 가격 면에서 중국 등과 직접 경쟁하기는 어려울 것이라는 견해를 밝힘.
- FTA 수혜품목 중 對英수출 증가를 보인 제품들은 선박, 자동차 등으로, 경쟁국가가 적어 한국산의 독점력이 높거나 세계 최고 수준의 경쟁력을 보유하고 있는 제품들로 분석됨.

- 관세인하 효과 극대화를 위해서는 고부가가치 제품 위주의 마케팅 필요
 - 저가시장 보다는 제품의 기능, 품질, 브랜드 가치 등 부가가치가 높은 첨단 가전, 패션, 콘텐츠 등의 수출 확대가 필요
- 적기 공급을 위해 현지창고 등 물류기반 구축이 필요하며, 현지 에이전트 확보 혹은 지사 설립 추진
 - 제품 사후관리는 중요한 구매변수로 작용하며 특히, 기자재, 기계류 등 구입 후 고장 및 부품교체가 중요한 품목인 경우 A/S에 대한 바이어의 관심이 더욱 높음.
- 프리미엄 시장과 오프라인 매장 공략 필요
 - 컨설팅업체 Imogen Matthews Associates社는 회복기에 있는 영국시장에서 프리미엄 제품에 대한 선호가 다시 증가할 것으로 전망
 - 이들 제품의 판로는 가격경쟁이 치열한 온라인 쇼핑보다는 소비자들이 직접 제품을 체험하면서 고급스러움을 느낄 수 있는 오프라인 매장이 선호될 것이라고 조언함.

스페인

1. 한-스페인 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對스페인 수출은 발효 이후 연평균 2.3% 증가
 - 관세철폐에 따른 가격경쟁력 제고에 힘입어 합성수지 및 합성섬유, 자동차부품 등 산업재 수출은 발효 이후 꾸준히 증가함.
 - 산업재가 수출 증가를 견인하는 한편 2013년 하반기부터는 소비재 수출도 회복 조짐을 보이고 있음.
 - * 2013년 하반기 對스페인 상위 10대 수출품목 중 소비재(승용차, 무선전화기, 타이어) 수출은 전년동기 대비 35.3% 증가
- 한-EU FTA 발효 이후 對스페인 수입도 확대
 - 對스페인 수입은 윤활유, 금속광물, 의약품 등을 중심으로 발효 후 3년간 연평균 18.3% 증가
 - 이에 따라, 스페인과의 무역수지 흑자는 발효 1년차 7억 3,400만 유로에서 3년차(2013.7~2014.2)에는 1억 1,400만 유로로 감소

<한-스페인 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (연평균)
對스페인 수출	1,623	11.8	1,463	-9.9	965	9.2	2.3
對스페인 수입	889	19.1	1,041	17.2	851	13.3	18.3

자료 원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 관세철폐로 FTA 수혜품목 수출이 큰 폭으로 증가
 - 발효 3년차 기준 對스페인 수출 100대 품목 중 수혜품목은 총 73개로 자동차부품, 산업용 기계/부품, 화학용품, 합성섬유 등이 주를 이룸.
 - 극심한 경기침체로 스페인의 전반적인 대외수입이 저조했던 2년차를 제외하고 상기 품목에 대한 수출 규모가 확대됨.
 - * 발효 2년차('12.7~'13.6)에 스페인의 전체 대외수입은 전년동기 대비 4.4% 감소
 - 특히, 발효 3년차에 접어들며 수혜품목의 수출 증가율은 발효 전 대비 44.9%를 기록하며 최근 더욱 가파른 상승세를 이어가고 있음.
- 비수혜품목 수출도 2년차부터 증가했으나 수혜품목 대비 증가율은 낮은 편
 - 발효 3년차 비수혜품목 수출 증가율은 발효 전 대비 31.2%로 수혜품목의 증가율과 13.7%p의 격차를 나타냄.

<對스페인 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,074	21.8	1,047	-2.5	743	24.3	40.5
수혜품목	73	871	38.5	798	-8.3	524	19.2	44.9
비수혜품목	27	202	-19.8	248	22.7	218	38.6	31.2

자료원: Eurostat

- 자동차부품 수요 증가로 한국산 부품 수출 증가
 - Ford, Renault, Volkswagen 등 다수의 완성차 제조기업이 스페인에 자동차 생산시설을 신설하면서 각종 자동차부품의 수요 증가
 - * 스페인은 2012년 기준 EU 내 자동차 생산 2위 국가
 - 이에 따라 알루미늄휠, 핸들 및 운전박스 등 한국산 자동차부품 수출이 최근 3년간 급증함.

* 발효 3년차에 알루미늄 휠과 핸들 및 운전박스의 對스페인 수출은 발효 전 대비 각각 31,984,707%, 63,900% 증가

- 중저가 산업재 수요 확대로 합성섬유, 합성수지, 플라스틱류 수출 증가
 - 고가의 유럽산 제품을 주로 구매하던 현지 바이어들은 재정위기 이후 생산비 절감을 위해 중저가 제품 공급선을 모색하기 시작함.
 - 일부 바이어는 중국, 대만산에 비해 단가는 다소 높으나 품질이 우수한 한국제품의 수입 확대를 결정

<對스페인 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對스페인 수출						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	87087050	알루미늄 휠	4.5	0	4,600	924.1	5,637	22.5	4,477	21.5	31,984,707.1
2	85446090	절연전선·케이블	3.7	0	1,402	216,267.7	2	-99.8	2,895	127,559	1,432,198
3	39093000	아미노수지 페놀수지 및 폴리우레탄	6.5	0	17	572.3	2,037	11,561.0	2,204	20,843.4	87,675.4
4	87089499	핸들 운전대 및 운전박스	3.5	0	285	4,065.1	438	53.9	3,632	1,028.1	63,899.8
5	39205100	플라스틱 판·쉬트·필름 스트립	6.5	0	2,729	2,268.6	3,119	14.3	2,631	177.0	30,936.9
6	85071080	피스톤식 엔진	3.7	0	1,595	146.1	1,316	-17.5	3,164	256.6	2,921.5
7	39012090	폴리에틸렌	6.5	0	6,539	273.9	16,405	150.9	12,820	32.3	739.5
8	39011010	선형 폴리에틸렌	6.5	0	702	-46.4	5,667	706.7	3,106	59.0	555.4
9	59022010	폴리에스테르 섬유	5.6	0	3,226	37.5	3,250	0.7	3,415	98.1	175.2
10	87089997	자동차부품	3.5	0	13,294	28.4	19,712	48.3	15,247	40.7	152.8

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	자동차 플라스틱 사출부품	HS Code	87089997
관세율 변화	3.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對스페인 수출액	('11년) 2,270만 유로 → ('13년) 2,340만 유로		
선정 사유	▪ EU 경기침체 심화로 유럽 자동차 시장이 재편됨. ▪ 스페인은 프랑스를 제치고 유럽 자동차 2위 생산국에 등극		

□ 수요동향 및 전망

- 완성차 생산 회복에 힘입어 자동차부품 수요 증가
 - 신차 구매 시 2,000 유로의 보조금 지원 정책을 통해 스페인 내 자동차 생산은 2013년에 전년대비 9.3% 증가한 216만 대를 기록
 - 이에 따라 자동차부품 수요도 전년대비 약 10% 증가한 것으로 추정됨.
 - 완성차 제조사 대상으로 직접 납품은 어려우므로 1,2차 벤더 등 납품 업체로의 공급이 유리할 것으로 전망
- A/S용 자동차부품 공급 유망
 - 완성차 제조공장에서 사용하는 부품은 상당부분 자국기업 또는 현지 에 생산기반을 보유한 다국적 기업이 공급하고 있어 해외기업의 시장 진입은 까다로운 편
 - 또한 현지 완성차 제조공장의 부품 구매 결정권한은 해당 업체의 총 본사 혹은 지역본사가 보유하므로 구매담당자 접촉이 매우 어려움.
 - 반면, 현지 수입상이나 유통업체를 통한 A/S 시장용 부품 공급은 완성 차 제조공장 납품에 비해 수월한 것으로 파악됨.

□ 경쟁동향

- 적정가격과 우수한 품질의 한국산 자동차부품의 경쟁력 향상 예상
 - 현지 글로벌 제조사들은 적절한 가격과 높은 품질의 한국산 제품을 경쟁국 제품 대비 선호함.
 - 그러나, 중국과 인도의 기술 향상이 가속화되고 있어 현재와 같은 상황이 향후에도 계속되기는 어려울 것으로 전망됨.
- 아시아 자동차용 부품 수입상 발굴 필요
 - 현재 스페인 시장에는 다수의 공급업체가 A/S용 자동차부품을 판매하고 있어 신규 브랜드의 초기 진출이 까다로운 편임.
 - 따라서 아시아 브랜드에 우호적인 수입상을 발굴한 후 현지 소비자를 대상으로 인지도를 높일 수 있는 마케팅 방안을 마련해야 함.
 - 상당수의 스페인 수입업체는 포르투갈, 북아프리카 지역으로의 재수출도 병행하고 있어 이들과의 긴밀한 네트워크 형성을 통해 수출지역을 확대할 수 있을 것으로 보임.

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: 에나
 - 한-EU FTA 발효 이후 유럽 내 한국산 제품에 대한 인지도가 높아짐에 따라 우리기업 진출이 유리한 상황
 - 동사는 독일 등 유럽 완성차 업체의 스페인 내 생산 증가로 자동차 부품시장 진출 기회가 확대될 것으로 판단함.
 - 또한 독일 현지에 영업 사무실을 운영하며 스페인 마케팅 활동을 측면 지원하였으며, 바이어가 희망할 경우 수시로 스페인 출장 상담을 시행하는 등 순발력을 발휘함.
 - KOTRA 마드리드무역관은 글로벌 자동차기업의 스페인 진출현황, 부품 제조산업 구조, 강·약점 분석, 제조업체별 성향 및 공급처 파악 등 철저한 시장조사를 지원함.
 - 나아가 바이어 접촉 과정에서 발굴한 유력 제조사 지분 인수를 위한 협상도 진행 중으로 수출을 통한 투자진출 가능성 모색 중

품목명(상세)	폴리에스테르 섬유(염색)	HS Code	54076130
관세율 변화	8% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對스페인 수출액	('11년) 440만 유로 → ('13년) 1,160만 유로		
선정 사유	- 스페인 인조직물 제조 산업이 하향세로 접어들어 수입제품 비중 확대 - 한-EU FTA 발효 후 8% 관세 즉시 철폐 품목 - 한국산 제품의 품질대비 저렴한 가격으로 현지 바이어의 선호도 높음.		

□ 수요동향 및 전망

- 스페인 내 섬유산업 하향세로 수입 비중이 확대
 - 스페인은 유럽 주요 합성섬유 제조국으로 손꼽혔으나 개발도상국과의 가격경쟁에 뒤처지며 섬유 제조업이 다소 하향세를 맞이함.
 - 이에 따라 동 품목의 전체 수입규모는 2013년 2,905만 달러로 경기불황에도 불구하고 전년대비 10.5% 증가
 - * 2012년: 2,628만 달러(+27.9%), 2011년: 2,054만 달러(+22.9%)
 - 한국산 수입 규모는 2013년 기준 1,160만 유로로 수입대상국 중 1위를 차지했으며, 전년대비 56.7% 증가를 기록함.

<스페인의 합성섬유 수입시장 추이>

(단위: 천 유로, %)

순위	국가	2011		2012		2013	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
1	한국	4,361	38.6	7,381	69.2	11,572	56.7
2	중국	3,867	142.1	6,408	65.7	6,008	-6.3
3	터키	3,886	1.8	4,182	7.6	3,113	-25.6
4	이탈리아	2,241	25.1	1,473	-34.3	2,657	80.3
5	일본	1,918	4.1	1,994	3.9	1,327	-33.5

- 고품질 기능성 원단의 고부가가치 제품 개발 필요
 - 저가 폴리에스테르 섬유 원단의 경우 중국, 인도, 인도네시아 등에 비해 가격경쟁력이 현저히 열세이며 8% 관세철폐로도 보완이 어려움.
 - 기능성 원단에서 강세를 보이는 독일, 스위스와 경쟁하여 고품질과 합리적인 가격을 강점으로 한 진출 전략이 필요함.

□ 경쟁동향

- 합성섬유 수입시장은 저가/고가품으로 양극화된 구조
 - 전체 소비 중 현지 제조품의 비중은 절반가량이며 나머지는 수입제품으로 충당함. 고가 의류 원단은 주로 이탈리아에서 수입하며, 나머지 중저가 원단은 아시아 지역에서 구매함.
 - 다수의 현지 중소기업을 중심으로 제조산업이 발달, 대부분 중고가 제품을 생산하고 있음. 대형 의류기업의 경우 합성섬유 직물을 직접 수입하며 중소 제조기업들은 전문 수입·유통상을 통해 구매함.

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: 실리텍스
 - KOTRA 마드리드무역관은 무역사절단에 참가한 동사에 철저한 시장성 평가를 바탕으로 고품질 기능성 섬유 시장에 진출할 것을 조언
 - 더욱이 FTA로 인해 8% 관세가 즉시 철폐되어 독일, 스위스 등의 유럽 국가와의 가격경쟁에서 유리한 상황이었음.
 - 동사는 대기업 연구소, 소방서, 경찰서 등에 필요한 기능성 작업복을 제작하는 업체가 극소수에 불과해 거래 성사 시 안정적인 물량공급이 가능하다는 점에 주목
 - 한국 기업과 거래경험이 없었던 스페인 바이어를 끈질기게 설득한 결과 거래가 성사되어 안정적인 대량거래 실현
 - 바이어는 유럽산 대비 절반 가격인 한국산 제품에 매력을 느껴 필요 사양에 맞춘 제품 공급을 요청하였고, 동사는 이에 맞춰 품질을 개선하여 납품에 성공함.

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	GAMESA
취급품목	전기 케이블, 변압기
연매출/ 對韓 수입액	2조 3,000억 달러 / 200만 달러
담당자/직위	Mr. Mikel Castelruiz / 구매담당 매니저
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA로 인한 관세철폐에 따른 한국산 제품 구매증가 - 가격 요인 · 동사 취급 품목인 변압기의 경우 FTA로 인해 관세가 철폐되어 한국산 제품 가격이 인하된 반면, 경쟁국인 중국의 경우 여전히 14% 관세를 적용받고 있음. · 경쟁국인 중국산 제품이 한국산 제품에 비해 저렴하나 품질 면에서 아쉬운 점이 많았기 때문에 FTA 발효로 종전보다 가격이 하락한 한국 제품으로의 구매결정이 용이하게 됨. ☞ 관세 하락폭 이상의 가격적 메리트가 존재 - 비가격 요인 · 한국산 제품은 스페인을 비롯한 유럽에서 그동안 낮은 가격을 무기로 한 저가품 생산국으로 인식되었음. · 최근 한국산 제품은 중국이나 동남아시아국가와 비교했을 때 가격경쟁력이 약화된 것이 사실 · 한-EU FTA로 인해 한국산 제품에 대한 인식이 과거 가격 경쟁력을 내세운 저가품에서 기술과 품질을 장점으로 한 고급 제품으로 전환되고 있음. ☞ FTA 체결로 인한 한국산 제품, 한국기업에 대한 이미지 제고효과
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 품질 고급화를 통한 경쟁력 강화 - 한국산 제품은 저가로 분류되기에는 가격이 높으며, 유럽 등 선진국 제품과 비교했을 때에는 품질이 다소 떨어짐. - 한국산 제품이 경쟁력을 높이기 위해서는 품질을 고급화하여 고부가가치 제품을 생산하는 전략을 취해야 함. ▪ 한-중 FTA 체결을 통한 글로벌 생산기지 부품공급 전략 - 현재 다수의 글로벌 기업들이 중국에 생산기지를 조성 중

	- 한국은 지리적으로 중국과 가깝고, 부품 품질이 우수하여 글로벌 기업들이 부품 공급처로 고려하고 있으나, 높은 가격으로 인해 실질 구매로는 이어지지 않는 경우가 발생함. - 이에 대해, 한-중 FTA 체결로 한국산 부품의 對中 수출관세가 하락한다면 중국 생산기지로의 한국산 부품 공급이 용이해질 것으로 예상
--	---

기업명	OLMO MAZCUÑAN
취급품목	버섯
연매출/ 對韓 수입액	300만 달러 / 30만 달러
담당자/직위	Mr. Pedro Olmo / 대표
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA 관세철폐에 따른 가격경쟁력 향상 - 동사에서 취급하는 한국산 제품은 경쟁국인 중국산 대비 식감과 향을 비롯한 품질이 매우 우수함. - 한국산 버섯이 보유한 장점을 중국산이 따라올 수 없어 가격적인 측면을 배제하고 한국산 구매를 고집하고 있음. - 또한 FTA 발효로 인해 동 품목의 30% 관세가 10년 양허로 철폐되어 향후 한국산의 가격경쟁력 또한 향상될 것으로 전망 ▪ 통관 간소화로 인한 교역 원활화 - 종전에는 한국산 생버섯 수입 시 복잡한 통관 절차로 인해 경제적·시간적 손실이 발생하는 등의 문제가 있었음. - FTA 발효 이후 통관 관련절차가 간소화·표준화되어 불편함이 해결되었고, 그 결과 주문량도 증가하게 됨.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 신제품 개발을 통한 차별화 전략 필요 - 한국산 생버섯은 중국, 베트남 등 경쟁국 상품에 비해 고가이나 대체가 불가능할 정도로 높은 품질을 보유하여 구매를 결정함. - 이처럼 신제품, 가공식품 등을 개발해 경쟁국 상품과 차별화한다면 바이어들에게 가격은 더 이상 주요 고려대상이 아님. ▪ 스페인 내 한국식품 홍보 필요 - 경기침체에도 스페인 식품 매출은 안정세를 유지했으며 경기 회복에 따라 동 산업의 회복세는 가속화될 것으로 기대됨. - 과거에 비해 현지 소비자들의 아시아산 식품에 대한 거부감이 완화되었고, 이민자 증가로 인해 아시아 식품 수요도 증가 추세

	- 이러한 상황에도 한국산 식품의 현지 홍보가 충분히 이뤄지지 않아 한국식품의 인지도는 아직 낮은 편이므로 전시회 참가, 행사 개최 등을 통한 적극적인 홍보 노력이 필요함.
기업명	Quimidroga
취급품목	화학원료, 범용 플라스틱
연매출/ 對韓 수입액	7억 4,278만 달러 / 1,800만 달러
담당자/직위	Mr. Marc Mestre / 구매담당 매니저
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 관세철폐에 따른 가격경쟁력 향상 - 특히 한국제품이 품질에 비해 가격이 저렴하여 업계에서 높은 인지도를 구가하고 있음. - 고가 제품은 인근 유럽에서, 중저가 제품은 한국을 포함한 아시아 지역에서 주로 수입하고 있으며 6.5%의 관세철폐로 인한 한국산의 가격인하 효과는 무시할 수 없는 수준
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국 상품 및 한-EU FTA 홍보 필요 - 유럽에서 개최되는 주요 박람회 참가 및 참관을 통해 현지 바이어와의 대면접촉이 필요함. - 특히 한-EU FTA의 경우 관세철폐 등의 혜택이 있음에도 불구하고 이를 인지하지 못하는 바이어가 다수 존재하므로 적극적인 홍보 및 경쟁제품과의 가격비교가 요구됨. ▪ 유럽 경기가 회복세이나 아직까지 시장 상황이 안정적이지 않아 바이어들은 재고 부담을 덜기 위하여 소량 구매를 선호함. - 따라서 현지 물류창고 보유를 통해 현지 유통망에 소량으로 빠르게 납품하는 것도 적합한 전략이 될 수 있음.

□ 시사점 및 진출방안

- 고부가가치 제품 생산을 통한 경쟁력 강화 필요
 - 한-EU FTA 발효로 관세가 철폐되어 가격 면에서 유리해진 것은 사실이나 가격만을 내세운다면 FTA 효과는 미미할 것으로 예상됨.
 - 저가품보다는 고부가가치 제품 생산 위주로의 방향 설정이 필요하며 품질과 합리적 가격을 동반할 경우 시장 내 경쟁력 확보 가능
- 틈새시장 공략을 통한 신시장 개척 필요
 - 현지 바이어들은 한-EU FTA의 최대 효과로 스페인 내 한국산 제품에 대한 이미지 및 신뢰도 상승을 꼽고 있음.
 - 그러나 기존 거래선을 좀처럼 변경하지 않는 보수적인 바이어 특성상 한국기업이 기존 방식으로 시장에 접근할 경우 거래 성사가 어려움.
 - 한국 업체의 장점인 순발력과 기술 습득력을 바탕으로 철저한 시장조사를 통한 틈새시장 공략이 필요함.

이탈리아

1. 한-이탈리아 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- FTA 발효 이후 對이탈리아 수출은 연평균 12.1% 감소
 - 발효 1년차에 수출이 전년대비 21.1% 하락했으며 2년차, 3년차에도 각각 12.2%, 9.9% 감소를 기록
 - 극심한 재정위기로 인한 소비심리 악화와 전체적인 대외수입 감소가 주요 원인으로 평가됨.
 - * 2012년 이탈리아의 대외수입액은 전년대비 17.9% 감소함.
 - 다만, 최근 현지 소비가 조금씩 확대되고 2014년에는 플러스 성장을 달성할 것으로 전망되면서 향후에는 수출이 호전될 것으로 예상
- 반면 對이탈리아 수입은 발효 이후 지속적인 증가 추세
 - 발효 1년차에 수입은 25.1% 증가하였으며 2년차 이후에도 꾸준히 증가하면서 연평균 15.6% 증가세를 나타냄.
 - 가죽제품 등 패션 제품의 지속적인 수입 증가와 더불어 2013년 이후 주단강, 밸브 등 산업용 제품의 수입도 큰 폭으로 증가
 - * 2013년 가죽제 가방(+14.8%), 기타 신발(+6.5%) 수입은 증가세를 이어갔으며 특히 주단강(+312.3%), 나프타(+96.8%), 밸브(+64.2%) 등 산업재 수입이 급증

<한-이탈리아 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균)
對伊 수출	2,855	-21.1	2,506	-12.2	1,488	-9.9	-12.1
對伊 수입	3,244	25.1	3,578	10.3	2,718	16.6	15.6

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 수혜품목은 발효 전 대비 57.4%의 수출증가를 기록
 - 수혜품목 수출은 발효 1년차에 38.1% 증가했으며 2년차에는 경기침체에 따른 수입축소로 주춤했으나, 발효 이전 대비로는 증가세를 지속
 - 3년차에는 경기회복 기대감에 따른 소비심리 개선과 재정위기 이후 유보되었던 기업투자 증가로 인해 전년동기 대비 수출이 14.4% 증가

<對이탈리아 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,629	-2.0	1,513	-7.1	1,090	13.5	6.2
수혜품목	59	1,004	38.1	883	-12.0	643	14.4	57.4
비수혜품목	41	626	-33.1	630	0.7	446	12.2	-27.7

자료원: Eurostat

- 비수혜품목 수출은 발효 전 대비 27.7% 감소
 - 발효 3년차 기준 對이탈리아 수출 100대 품목 중 관세가 인하된 수혜품목이 59개, 비수혜품목은 41개로 나타남.
 - 2년차에 비수혜품목의 수출 증가율은 수혜품목보다 12.7%p 높았으나, 이는 1년차의 33.1% 감소로 인한 기저효과로 볼 수 있으며 3년차에 다시 수혜품목에 비해 낮은 증가율을 기록함.

<對이탈리아 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對이탈리아 수출						
			기존	현재	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년 동기 대비)	증감률 (발효 전 대비)
1	85442000	절연전선·케이블 및 기타 전기절연도체	3.7	0	6,884	4,596.8	21,908	218.2	18,629	12.0	30,172.3
2	84571090	금속가공용 머시닝센터	2.7	0	9,033	7,215.7	7,910	-12.4	8,729	48.6	6,969.4
3	39073000	에폭시수지	6.5	0	1,832	106.6	8,313	353.7	5,036	-4.2	5,843.4
4	39031900	스티렌 중합체	6.5	0	1,212	8.1	6,249	415.6	8,723	145.3	3,645.5
5	85352900	전기회로 기기	2.7	0	160	28.2	80	-49.8	2,884	3502.1	3,521.1
6	39011010	선형 폴리에틸렌	6.5	0	8,966	320.6	10,002	11.6	7,432	41.1	2,230.7
7	39021000	폴리프로필렌	6.5	0	8,085	4,067.7	10,541	30.4	3,682	0.3	1,797.9
8	41079210	소 가죽	5.5	0	3,684	77.8	7,492	103.4	4,905	14.6	1,740.6
9	29291000	이소시아네이트	6.5	0	7,551	334.2	12,059	59.7	9,538	17.5	949.1
10	39076080	폴리카보네이트	6.5	0	5,144	138.6	11,024	114.3	9,067	24.4	574.9

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

- 원자재 및 중간재, 특히 플라스틱 등 합성수지 수출이 크게 증가
 - FTA 발효 후 對이탈리아 수출 증가율 상위 10대 품목 중 최근 3년간 지속적인 증가추세를 보인 품목은 7개로 나타남.
 - 가장 높은 증가율을 보인 품목은 절연전선 및 케이블로 발효 전 대비 무려 30,172.3% 증가를 보임.
 - 또한 원자재 및 중간재의 수출 증가가 뚜렷하게 나타나면서 에폭시수지(+5,843%), 스티렌 중합체(+3,646%), 선형폴리에틸렌(+2,231%), 폴리프로필렌(+1,798%), 폴리에틸렌 테레프탈레이트(+491%) 등 합성수지가 상위 10개 품목 중 절반을 차지하고 있음.
 - 반면 우리의 주력수출 품목인 자동차 및 전자제품의 경우 생산설비의 동유럽 이전으로 인해 수출 증가효과가 반감됨.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	화장품 (목욕, 샤워용품)	HS Code	3307
관세율 변화	6.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對이탈리아 수출액	('11년) 1만 7,000 달러 → ('13년) 16만 5,000 달러		
선정 사유	- 이탈리아 화장품의 대외수출 활성화로 관련 생산재 공급 유망 - 경기불황으로 내수는 주춤하나 러시아, 브라질, 중국 등 신흥국 시장에서의 서구 화장품 수요 증가로 재수출 및 OEM 주문 방식의 전망이 밝음.		

□ 수요동향 및 전망

- 이탈리아 화장품 시장은 2012년 기준 94억 유로 규모
 - 이는 전년대비 약 2.4% 감소한 수치이며 장기화된 경기침체로 인한 실업률 증가, 실질 가계소득 감소가 큰 영향을 미친 것으로 보임.

<최근 이탈리아 화장품 매출규모 및 성장률>

(단위 : 백만 유로, %)

2011		2012		2013	
시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
9,600	3.7	9,630	0.3	9,400	-2.4

자료원: 이탈리아 화장품협회(Unipro)

- 한국제품 수출량은 아직 미미하나 최근 급격히 성장하여 2013년에는 전년대비 485.6% 증가
- 화장품 시장은 2014년에 0.6% 성장이 예상됨.
 - 이탈리아 정부의 10억 유로 규모의 근로소득세(Irpef) 감면으로 가계 가처분소득이 전년대비 증가할 전망
 - 또한 신흥국에서 유럽 화장품의 선호도가 높아지면서 수출이 가속화할 전망이며 이에 따라 관련 생산재 공급이 유망할 것으로 예상됨.

<이탈리아의 화장품 수입현황>

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가	금액			증감률
		2011	2012	2013	'13/'12
	총계	316,484	272,610	274,909	0.8
1	독일	56,596	53,911	60,081	11.4
2	프랑스	47,010	40,246	40,945	1.7
3	영국	63,637	42,530	37,709	-11.3
4	스페인	26,286	20,561	18,423	-10.4
5	오스트리아	13,593	12,271	16,713	36.2
26	한국	17	28	165	485.6

자료원: 이탈리아 통계청(ISTAT)

□ 경쟁동향

- 동 품목의 주요 수입대상국은 독일, 프랑스, 영국 등
 - 특히 독일의 시장점유율은 20%를 상회하며 강세를 나타냄.
 - 중국산 수입은 2013년 기준 약 1,500만 달러로 전년대비 20% 증가한 반면 일본산의 경우 31.8% 감소함.

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: J社
 - 동사는 2014년 KOTRA 볼로냐 미용박람회(Cosmoprof)에 참가하여 700만 달러가 넘는 수출성약을 달성
 - 이른바 니들링(Needling)으로 불리는 보습 에센스를 피부에 투여하는 기능성 화장품으로 인기를 얻었으며 종전에 의약품으로 분류되었던 니들(미세바늘)의 크기를 화장품에 맞게 조절한 것이 주효
 - 이탈리아 중산층의 구매력 저하로 화장품 시장이 기존 브랜드 중심에서 기능성 위주의 제품으로 재편되기 시작하면서 한국기업에게 더 좋은 경쟁 환경을 제공한 것으로 평가됨.
 - 또한 한-EU FTA 관세철폐 효과로 기존의 서구 유명 브랜드 제품에 비견하는 품질에 저렴한 가격을 갖추게 되면서 전시회를 찾는 오스트리아, 독일, 미국, 싱가포르 등의 바이어들과 수출 계약에도 성공함.

품목명(상세)	다이아몬드 공구	HS Code	82077090
관세율 변화	2.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對이탈리아 수출액	('11년) 86만 625달러 → ('13년) 105만 2,905달러		
선정 사유	▪ 2011년 유럽 재정위기로 인한 시장수요가 대폭 감소했으나 한국산 다이아몬드 공구 수요는 안정적인. ▪ 경기회복 기대와 함께 2013년 이후 수입이 증가세		

□ 수요동향 및 전망

- 동 제품의 주요 수요처인 이탈리아 석재시장은 2012년 기준 약 38억 유로의 매출 규모로 세계 시장을 선도하고 있음.
 - 2013년 상반기 원석, 가공석, 관련 기계제품의 수출 규모는 약 14억 유로에 달함.
- 향후 다이아몬드 공구 수요는 확대 예상
 - 북미지역을 중심으로 세일가스 시장이 각광받으면서 시추 시 공업용 다이아몬드 수요도 확대될 것으로 전망됨.
 - 또한 시추 및 정밀 가공용으로 사용하는 다이아몬드 소결체¹⁷⁾ 시장도 부가가치가 높은 것으로 알려짐.

□ 경쟁동향

- 주요 수입대상국은 독일, 네덜란드, 중국 등
 - 독일이 전체 수입시장의 43.8%를 차지하며 네덜란드 및 중국도 주요 수입처로 분류됨.
 - 2013년 기준 한국제품 수출은 전년대비 약 4.0% 증가하여 시장점유율 12위를 기록함.

17) 인조 다이아몬드를 고온 가루로 만들어 소결한 것으로 금속의 절삭 공구로 사용함.

<이탈리아의 다이아몬드공구 수입현황 >

(단위 : 백만 달러, %)

순위	국가	금액			증감률
		2011	2012	2013	'13/'12
	총계	530.1	484.9	494.8	2.0
1	독일	228.7	187.3	216.5	15.6
2	네덜란드	33.4	33.3	38.4	15.3
3	중국	24.6	19.7	25.3	28.7
4	벨기에	25.1	23.4	24.7	5.2
5	오스트리아	27.2	23.4	24.5	4.6
12	한국	12.9	8.0	8.3	4.0

자료원: 이탈리아 통계청(ISTAT)

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: S社

- 동사는 KOTRA 밀라노무역관 지사화서비스를 통해 지난 6년간 이탈리아 수출 거래선을 개척하여 꾸준히 사업을 진행함.
- 현지 바이어 5개사와 지속적인 수출거래를 진행하고 있으며 연간 5만 유로의 수출액 규모를 유지하는 한편, 관련 석재전시회(Marmomacc)에 매년 참가하면서 거래선 발굴 노력을 지속함.
- 독일, 미국 등의 대형 바이어와 상담을 진행한 결과 최근에는 200만 달러의 대규모 신규수출 성과를 거두고 있음.

품목명(상세)	안경클리너	HS Code	630790
관세율 변화	6.3% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對이탈리아 수출액	('11년) 55만 8,000 달러 → ('13년) 20만 6,000 달러		
선정 사유	▪ 이탈리아는 유럽 3대 광학제품 시장으로 다수의 안경업체가 소재하여 관련 납품 기회 상존 ▪ 유럽 재정위기로 안경 소비가 둔화되었으나 2014년에 경기 회복이 가시화됨에 따라 시장 활성화가 기대됨.		

□ 수요동향 및 전망

- 이탈리아는 프랑스, 독일에 이은 유럽 3대 광학제품 시장
 - 광학제품 매출 규모는 2013년 27억 유로로 전년대비 1.8% 감소하며, 감소폭은 다소 완화되었으나 지속적으로 감소

<최근 이탈리아 광학제품 매출규모 및 성장률>

(단위 : 백만 유로, %)

2011		2012		2013	
시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
2,835	N/A	2,749	-3.0	2,700	-1.8

자료원: MIDO(밀라노 국제광학전시회), GfK 연간 보고서

- 최근 한국제품 수출은 증가
 - 한국은 안경클리너 시장점유율 30위로 아직까지 규모는 크지 않으나 2013년 對이탈리아 수출은 전년동기 대비 37.8% 증가함.

<이탈리아의 안경클리너 수입현황>

(단위 : 백만 달러, %)

순위	국가	금액			증감률
		2011	2012	2013	'13/'12
	총계	239	205	224	9.3
1	중국	102	87	94	7.8
2	독일	26	22	25	13.0
3	프랑스	20	17	19	11.3
4	베트남	14	18	18	-1.6
5	영국	13	11	12	3.4
30	한국	0.56	0.15	0.21	37.8

자료원: 이탈리아 통계청(ISTAT)

□ 경쟁동향

- 동 품목의 주요 수입대상국은 중국, 독일, 프랑스 등
 - 중국의 시장점유율은 2013년 기준 42.1%로 절반에 육박하며 인근국인 독일, 프랑스가 각각 11.1%, 8.3%의 점유율로 뒤를 이음.
 - 한국은 여타 국가와 마찬가지로 재정위기 이후 2012년에 수출이 급감했으나 2013년에는 37.8%의 수출 증가로 회복세를 시현

- 라이선싱¹⁸⁾ 브랜드 취급 업체가 시장을 주도함.
- Luxottica社, Safilo社 등 안경업체들은 Armani, Gucci, Ferragamo 등 명품 브랜드와의 라이선싱 계약을 통해 제품을 생산·판매하고 있음.

<이탈리아 라이선싱 브랜드 주요 취급업체>

업체명	라이선싱 브랜드	보유 브랜드
Luxottica社	Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Coach, DKNY, Paul Smith, Prada, Versace, Vogue Eyewear 등	Oakely, Alain Makli, Arnette, Persol, Ray-Ban 등
Safilo社	Alexander McQueen, Boss, Dior, Fendi, Gucci, HUGO, Jimmy Choo, Marc Jacobs, Max Mara 등	Safilo, Carrera, Polaroid, Smith Optics, Oxydo 등

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: K社
- 동사는 다양한 디자인의 안경 클리너를 개발하여 이탈리아 라이선스 브랜드 업체를 타겟으로 2006년부터 KOTRA 지사화서비스를 이용함.
- 거래선 발굴 과정에서 해외출장지원, 전시회 참가 등 KOTRA의 다양한 서비스를 활용한 결과 현재 對이탈리아 수출규모는 연 20만 달러 이상을 유지하고 있음.
- 단가가 낮은 품목이지만 꾸준한 해외주문 수주 노력을 통해 탄탄한 수출을 이룩했다는 점에서 유사 업종의 중소기업에 시사하는 바가 큼.

18) 라이선싱(Licensing) : 상표 등록된 재산권을 가지고 있는 개인 또는 단체가 타인에게 대가를 받고 그 재산권을 사용할 수 있도록 상업적 권리를 부여하는 계약

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Miroglio Group
취급품목	식물, 의류
연매출/ 對韓 수입액	8억 2,900만 유로 / 100만 유로
담당자/직위	Daniele Negro / 구매담당 매니저
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국산은 동사 수입물량의 15%, 수입금액의 약 18%를 차지 ▪ 한-EU FTA 발효 이후 약 한국산 수입은 20% 증가 ▪ 관세철폐 효과로 한국산 제품에 대한 가격이 낮아졌기 때문 ▪ 따라서 FTA 발효 이후 현재 3년 동안 다른 국가에서 수입하는 물량도 한국산으로 대체를 하게 됨.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 무엇보다 한국산 제품에 대한 충분한 정보를 현지에서 입수하기 힘들다는 점이 수입확대에 큰 걸림돌로 작용 ▪ 한국산 제품의 품질이 일정하지 않고 바이어가 추구하는 컬렉션 기준에 미달되는 경우도 종종 발생하므로 품질 개선을 위한 노력도 필요 ▪ 유럽 현지에 대표 사무소나 물류창고를 개설하여 바이어 요청에 즉각 대응하는 시스템을 구축한다면 경쟁력 확보에 도움이 될 것으로 보임.

기업명	Arcoplex Trading
취급품목	플라스틱 수지
연매출/ 對韓 수입액	1억 유로/ N/A
담당자/직위	Mr. Mauro Vignoli / Purchasing Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국으로부터 제조업에 넓은 범위로 적용되는 플라스틱 원료인 ABS 수지(Acrylonitrile Butadiene Styrene Resin)를 수입 ▪ 한국에서 생산되어 선적되는 관계로 제품 수입 시 물류 비용 및 수입 관세(6.5%)가 그동안 크게 부담으로 작용했음. ▪ 유럽 재정위기로 인한 수요 침체에도 ABS 수지의 안정적인 공급과 한-EU FTA 이후 관세철폐로 인한 가격경쟁력 상승으로 고객층이 넓어짐.

	한-EU FTA 발효 이전부터 한국업체 1곳과 거래하였으나 발효 이후 한국 수입 거래선을 3곳으로 확대함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	동사의 한국 수입거래선은 비교적 대형업체로 유럽 현지 A/S 체계도 확보하여 현지 디스트리뷰터에게 만족할 만한 서비스를 제공하고 있다고 밝힘.

기업명	Dimensione Sport Srl
취급품목	자동차부품 및 기기
연매출/ 對韓 수입액	150만 유로 / 약 1만 유로
담당자/직위	Mr. Gabriele Masciali / Purchasing Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	對韓수입 규모가 크지 않아 한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향은 미미함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	한국제품은 품질 대비 가격이 다소 높으므로 관세 효과를 넘어선 가격경쟁력 개선이 필요할 것으로 생각함.

기업명	BTC Europe Medical Srl
취급품목	의료기기
연매출/ 對韓 수입액	연 500만 유로 / 약 5만 유로
담당자/직위	Mr.Marco Bozza / CEO
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 한-EU FTA 발효로 해당 제품의 관세가 철폐됨에 따라 가격경쟁력이 높아져 시장 진입이 용이해짐. - 특히, 가격에 민감한 입찰시장에서는 시장 요구수준에 맞는 기술과 더불어 가격경쟁력을 보유한 한국제품의 인지도가 서서히 높아지고 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	시장 점유율 수위를 차지하는 독일, 일본 제품과는 달리 아직까지 불량품이 일부 발견되는 바, 품질 관리에 더욱 신경을 쓴다면 가격경쟁력이 시장에서 메리트로 작용할 것이라 생각함.

□ 시사점 및 진출방안

○ 한-EU FTA 효과에 대한 홍보 확대

- 다수의 현지 바이어들이 FTA 효과에 대해 인지하지 못하고 있으며 수출규모가 큰 대기업이 주로 혜택을 입는다는 인식을 가지고 있음.
- 특히 다수의 현지 기업들이 한-EU FTA 인증수출자(Approved Exporter) 제도에 대한 정보를 보유하지 못한 것으로 나타나 관련 홍보 활성화가 시급한 것으로 나타남.

※ 인증수출자제도(Approved Exporter)

- 관세당국이 원산지 증명 능력을 인증한 수출자에게 원산지증명서 발급 시간 또는 서류제출 혜택을 부여하기 위한 제도
- 기업이 특혜관세를 적용 받기 위해서는 필요서류를 구비하여 관세청 또는 일선 세관에 수출자 인증을 신청하고 서면 심사를 거쳐 인증수출자(Approved Exporter)로 지정됨.
- 한-EU FTA에서는 6,000 유로 이상의 물품을 수출할 경우 인증수출자에 한하여 원산지증명서 발급 및 특혜관세 적용 가능

자료원: 관세청

○ EU 회원국별로 차별화된 수출전략 수립 필요

- EU 차원의 통상조약은 각 회원국에 동일하게 적용되나 성장률, 실업률 등의 지표가 회원국별로 상이한 바 경기상황에 맞는 전략이 요구됨.
- 이에 따라 각국의 경기상황에 대한 예측 시나리오를 수립하고 진입 전략을 구체적으로 시기별로 세우는 것이 바람직함.

<EU 회원국 경제성장률 전망치 비교>

(단위: %)

구분	EU 전체	이탈리아	독일	프랑스	스페인
2014년	1.6	0.6	1.8	1.0	1.1
2015년	2.0	1.2	2.0	1.5	2.1

자료원: EU 집행위원회(2014년 5월)

- 수출 품목의 다각화 및 중소기업 수출비중 확대 필요
 - 우리나라의 對EU 수출은 대기업 위주의 소수 품목 의존도가 높음.
 - * 2013년 對EU 수출 10대 품목 중 철강, 조선 등 경기변동에 민감한 품목이 많아 FTA 효과가 반감될 우려 존재
 - 對이탈리아 수출도 기계류, 의류 등 상위 10개 품목이 전체 수출액의 82.3%를 차지하는 등 주요 품목 의존도가 높은 편이므로 중소기업 중심의 수출품목 다각화가 시급한 것으로 보임.

벨기에

1. 한-벨기에 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對벨기에 수출은 FTA 발효 이후 연평균 7.9% 증가
 - 관세인하 혜택과 적극적인 마케팅 활동에 힘입어 발효 1년차에 2.4% 증가한 수출은 2년차 이후에도 상승곡선을 나타내고 있음.
 - 특히 자동차와 화학·플라스틱 제품이 對벨기에 수출을 주도하며 발효 3년차에는 전년동기 대비 수출이 32.3% 증가
- 對벨기에 수입도 발효 이후 연평균 3.4% 상승
 - 발효 1년차에 수입이 16.6% 증가하였으나 이후 감소세로 전환됨.
 - 비금속, 육류 등 주요품목의 수입 감소로 對벨기에 수입은 발효 3년차에 전년동기 대비 11.2% 하락

<한-벨기에 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균)
對벨기에 수출	1,646	2.4	1,761	7.0	1,407	32.3	7.9
對벨기에 수입	1,554	16.6	1,489	-4.2	941	-11.2	3.4

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 對벨기에 수출 100대 품목 수출액은 발효 3년차 기준 12억 5,900만 유로로 발효 전 대비 83.4% 증가
 - 100대 품목의 수출은 발효 1년차에 23.4% 증가하였으며 2년차, 3년차에도 각각 17.4%, 36.7%로 꾸준히 상승
- 주요품목은 승용차, 윤활유·연료유 등 석유화학 제품과 일반 화학제품
 - 승용차의 경우 기존에 10%의 고관세가 적용되었던 탓에 단계적 양허(3~5년)에도 상당한 수준의 관세인하 혜택을 입고 있음.
 - 화학제품은 대부분 관세가 즉시철폐되어 FTA 효과를 발효 직후부터 누리고 있음.

<對벨기에 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,309	23.4	1,536	17.4	1,259	36.7	83.4
수혜품목	77	844	24.6	1,127	33.5	978	46.3	116.0
비수혜품목	23	465	21.3	409	-12.0	281	11.3	20.2

자료원: Eurostat

- 수혜품목은 비수혜품목 대비 월등히 높은 수출 증가를 기록
 - 수혜품목의 수출은 발효 3년차에 전년동기 대비 46.3% 증가한 데 비해 비수혜품목은 11.3% 증가로 상대적으로 낮은 성과를 나타냄.
- 수혜품목의 수출 비중도 상승
 - 발효 1년차에 100대 품목 중 수혜품목 수출액 비중은 65%였으나 3년차에는 78%로 확대되며 수혜품목의 선전을 반영함.

<對벨기에 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對벨기에 수출						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	38123029	항산화 조제 품	6.5	0	22	6,119.7	87	294.1	1,411	3,734.2	397,363.9
2	39039090	스티렌 중합체	6.5	0	201	7,039.9	521	159	3,555	668.1	126,196.7
3	39019090	에틸렌 중합체	6.5	0	0	-100	1,335	-	2,745	5,209.9	13,885.5
4	39012090	폴리에틸렌	6.5	0	3,828	881.4	11,125	190.6	13,079	201.8	9,264
5	74111090	동제의관	4.8	0	3,517	268.4	3,924	11.6	2,422	-10.1	4,374
6	39031900	스티렌 중합체	6.5	0	1,270	1,050.3	1,212	-4.6	3,188	292.1	2,786.4
7	38099100	석유공업용 완성가공제· 염색촉진제	6.3	0	175	-13.6	633	260.8	2,981	3,681.7	2,625.9
8	39011010	선형 폴리에틸렌	6.5	0	2,396	112.1	6,898	187.8	10,991	117.1	2,418.1
9	85071020	피스톤식 엔진 시동용 연산 축전지	3.7	0	430	-57.8	527	22.6	3,794	1,115.2	1,625.1
10	87032319	승용자동차 (1,500cc 초과 3,000cc 이하)	10	0	10,956	78.7	73,836	573.9	61,336	75.4	1,382.4

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

- 수혜품목 수출 증가율 상위 10대 품목은 주로 석유화학 제품 및 자동차 관련 제품 등
- (화학·플라스틱) 에틸렌·스티렌 중합체, 폴리에틸렌, 선형 폴리에틸렌 등 화학·플라스틱 제품 수출이 대폭 증가

- 벨기에는 2011년 기준 1인당 플라스틱 생산량 EU 1위 국가로 경기침체에도 지속적인 생산량을 유지하고 있어 원재료 수출이 꾸준히 발생한 것으로 평가됨.
- (승용차) 관세인하와 공격적인 마케팅으로 수출량 급상승
 - FTA 발효 전에는 한국산 자동차*의 수출이 600만 유로에 불과했으나 발효 3년차에는 6,100만 유로를 기록, 발효 전 대비 1,382% 상승
 - * 1,500cc 초과 3,000cc 이하 승용차 기준
 - 발효 3년차에 2%로 인하된 관세(기존 10%) 절감분을 활용한 공격적인 마케팅으로 시장점유율이 크게 상승함.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	합성 필라멘트사 직물	HS Code	54076100
관세율 변화	8% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對벨기에 수출액	('11년) 17만 7,000 유로 → ('14년 1분기) 73만 6,000 유로		
선정 사유	▪ 현지 생산이 부진하여 수입수요가 높은 품목 ▪ 관세인하로 가격경쟁력이 자연스럽게 상승		

☐ 수요동향 및 전망

- 국내 섬유생산이 미미하여 대부분 수입에 의존
 - 의류의 경우, 해외산 원사를 중간가공하고 인근 아프리카에서 최종 봉제 후 재수입하는 구조로 경기회복세로 수요 증가가 예상됨.
 - 합성 원사 및 편직물 위주의 주문 역시 계속될 것으로 전망됨.

☐ 경쟁동향

- 중국, 프랑스, 터키가 2014년 1분기 기준 수입시장의 70.3%를 점유
 - 중국의 시장점유율은 32.0%이며 프랑스(19.9%), 터키(18.4%) 등이 뒤를 따르고 있음.

- 한국은 동 시장의 12.6%를 점유해 4위를 차지하였으며 전년동기 대비 수출이 50.8% 증가함.

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: S社

- 동사는 FTA 발효 전부터 벨기에 기업과 거래해왔으며 현지 바이어의 가격인하 요구를 꾸준히 받았으나 추가 인하가 어려운 상황이었음.
- 그러던 중, 한-EU FTA 발효로 인해 종전의 8% 관세가 철폐됨에 따라 가격경쟁력이 상승함.
- 이로 인해 납품단가를 유지하면서도 가격이 자연스럽게 인하되어 바이어의 요구를 충족하게 되었음. 이후로도 현지 바이어와 거래선을 지속적으로 유지하며 비즈니스 관계를 이어나가고 있음.

품목명(상세)	자동차 배터리	HS Code	85071080
관세율 변화	3.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對벨기에 수출액	('10.7~'11.6) 180만 유로 → ('13.7~'14.2) 250만 유로		
선정 사유	▪ 한-EU FTA에 따른 관세 혜택으로 수출량 증가 ▪ 중고차 시장 활성화에 따라 배터리 수요 증가		

□ 수요동향 및 전망

- 현지에서 한국산 자동차의 판매량 및 점유율이 꾸준히 상승하면서 핵심 부품인 배터리의 수요도 증가 추세
 - 경기침체로 중고차 시장이 활기를 띠고 있음.
 - 경제부에 따르면 2013년 중고차 등록 수는 73만 8,926대로(신차 등록 수 49만 369대), 전년 대비 1.6% 증가
 - 노후 자동차의 운행 증가 및 차량점검 증가*로 인해 중고차용 배터리 수요도 자연스럽게 증가
- * 벨기에는 중고차 매매 시 공공 검사소에서의 사전 점검을 의무화하고 있음.

□ 경쟁동향

- 자동차 배터리는 대부분 수입에 의존하고 있으며, 2013년 총 수입액은 4,980만 유로로 나타남.
 - 일본이 960만 유로 수출로 1위를 차지, 중국과 독일이 각각 750만 유로, 549만 유로로 2, 3위에 위치하며 한국은 554만 유로로 4위를 차지
- 동유럽으로부터의 수입이 계속 늘어나고 있다는 점도 주목할 만함.
 - 폴란드로부터 2011년에 54만 유로, 2013년에는 240만 유로를 수입하면서 동 기간 344% 증가를 기록

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: H社
 - 동사는 FTA 발효 전부터 수출을 해왔으나, 경쟁국 제품에 비해 가격 경쟁력이 낮아 수출량이 많지 않았음.
 - 특히 중국 및 동유럽 기업이 낮은 가격을 제시함에 따라 수출확대에 어려움을 겪어왔음.
 - 한-EU FTA 발효로 3.7% 관세가 철폐되면서 가격경쟁력을 확보하였고, 이후 주문량이 20% 이상 확대됨.
 - 동사 거래 바이어는 FTA를 통해 중국산과의 가격차가 대폭 축소되면서 품질이 우수한 한국산의 수입을 늘릴 수 있었음을 언급함.

품목명(상세)	자동차	HS Code	87032319 (1,500cc~3,000cc)/ 87032210 (1,000cc~1,500cc)
관세율 변화	10% → 0%/ 10% → 3.3%	관세철폐 스케줄	3년 / 5년
FTA 발효 전후 對벨기에 수출액	1,500cc 이상: ('10.7~'11.6) 600만 유로 → ('13.7~'14.2) 6,100만 유로 1,500cc 미만: ('10.7~'11.6) 1,500만 유로 → ('13.7~'14.2) 1억 7,900만 유로		
선정 사유	▪ 관세인하분을 현지 마케팅에 활용, 제품 인지도 제고로 수출 증가		

□ 수요동향 및 전망

- 벨기에는 2011년 기준 인구 1,000명당 승용차 490대를 보유, EU 평균을 상회하는 성숙 시장임.
 - * EU 평균 승용차 보유 대수는 483대(자료원: 유럽자동차공업협회 ACEA¹⁹⁾)
- 한편, 2012년 인구 100명당 신차 등록 대수가 4.4대로 룩셈부르크(9.8대), 스위스(4.4대)에 이어 유럽에서 3번째로 많은 역동적인 시장이기도 함.
 - * EU 평균 신차 등록 대수는 2.4대
- 다만, 경기침체 여파로 2013년 신차 등록은 총 48만 6,065대를 기록, 2012년 대비 0.9%, 2011년 대비 15.8% 하락함.

□ 경쟁동향

- 벨기에 완성차 시장은 Volkswagen, Volvo, PSA(Peugeot·Citroen) 등 유럽 주요기업들이 장악
 - 2013년 기준 Volkswagen이 총 5만 여대를 판매하며 10.3%의 시장점유율을 기록
 - 그밖에 Renault(9.4%), Peugeot(8.0%), Citroen(7.0%), Opel(6.9%) 등이 뒤를 따르고 있음.
- 한국산 자동차(현대·기아·쌍용)는 총 3만 2,234대를 판매, 점유율 6.6%로 6위를 차지하며 선전 중
 - 경쟁사 Toyota는 벨기에에 유럽본부와 R&D 센터를 두는 등 대대적인 투자에도 불구하고 1만 7,301대를 판매해 점유율 11위(3.56%)에 그침.
- 한편, 벨기에는 Ford, Volvo, Audi 등 세계적인 완성차 메이커의 생산공장을 보유
 - 2012년 기준 벨기에는 인구 1,000명당 49대의 자동차를 생산, 유럽 5위의 생산능력을 보유
 - 서유럽의 중심에 위치한 유리한 입지를 바탕으로 독일, 프랑스, 네덜란드 등 인근 국가로의 판매용 생산기지 역할을 하고 있음.

19) European Automobile Manufacturer's Association

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: 기아자동차

- 시장경쟁이 치열한 상황에서 관세 등 각종 비용부담으로 경쟁사 대비 마케팅 여력이 부족한 점이 주요 애로사항이었음.
- 동사는 FTA 발효에 따른 관세절감분을 이용하여 현지광고 확대, 경쟁사 대비 장기보증(Warranty), 특정 할인 프로그램 등 적극적 프로모션 활동을 전개하여 시장 내 입지를 다질 수 있었음.

<벨기에 기아자동차 현지 마케팅 전략>



KIA DIPLOMATIC SALES

Members of diplomatic organisations such as Shape, EEG, NATO... are eligible for attractive discounts with the Diplomatic Sales Department of Kia Motors Belgium.

Would you like to find more about our specific Kia conditions ? Or do you want to know whether you meet the conditions to profit from a diplomatic sales discount?

CONTACT US:
By email: fleet@kia.be
By phone: +32 2 729 69 22

자료원: 벨기에 기아자동차 홈페이지(www.kia.be)

* 주요내용: 할인 프로그램 및 장기·7년 보증

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

☐ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Belkorr Food
취급품목	식품
연매출/ 對韓 수입액	비공개 / 5만 유로
담당자/직위	Ganna PAK / Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 2011년 이후에는 한국식품만을 수입하고 있어 FTA의 영향은 특별히 느끼지 못함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 수입까지의 평균 리드타임(Lead time)이 30일 이상으로 긴 편이므로 이에 대한 대비책 강구 필요

☐ 시사점 및 진출방안

- 이동거리가 긴 유럽으로의 식품 수출 시 신선도 유지를 위해서는 보관 능력이 중요
 - 해상으로 수출하는 경우, 선적 후 통상 30일 이상 소요되는 점이 부담임. 또한 최근 비용절감을 위해 직항보다는 기항하는 선사들이 증가하고 있어 소요 기간이 최대 2주 늘어나고 있음.
 - 한류와 한식의 인지도 상승에 힘입어 한국식품에 대한 바이어의 관심이 높으나, 보관능력을 갖춘 수출자 발굴에 어려움을 겪고 있음.
- 보관능력 확보를 위해서는 현지 물류창고 및 A/S 체계 구축이 필수
 - 벨기에 안트워프는 유럽 식품 수입의 관문으로 최첨단 식품 저장시설을 보유하고 있으며 독일, 프랑스, 네덜란드 등 인근 서유럽 국가로의 내륙 연계운송도 발달되어 있음.
 - KOTRA 브뤼셀무역관에서 운영 중인 안트워프 공동물류센터를 적극 활용한다면 유럽 바이어의 신뢰 확보에 도움이 될 것으로 보임.

기업명	Yamazaki Mazak Europe
취급품목	기계부품 전반
연매출/ 對韓 수입액	6,000만 유로 / 2만 유로
담당자/직위	Mr. Ralph Breugelmans / Purchasing Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	한국에서 수입한 부품을 유럽 전역에 공급하고 있으며, FTA 발효 이후 한국산의 가격조건이 상당히 매력적임.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	- 한국제품의 가격과 품질에 전반적으로 만족하고 있으므로 수입에 특별한 문제는 없음. - 다만, 소량 주문에 난색을 표하는 등 유럽의 거래관행을 받아들이지 못하는 데서 오는 갈등을 줄이려는 노력이 필요

□ 시사점 및 진출방안

- 현지기업은 기존에 유럽기업과 거래 경험이 있는 업체를 선호함.
 - 유럽 내에서도 보수적으로 평가받는 벨기에인의 특성상, 유럽 비즈니스 관행에 익숙하지 않은 데서 나타나는 문제를 피하려고 하기 때문임.
 - 따라서 소량이라도 일단 거래를 시작하는 것이 중요하며 조속한 의사 결정 재촉을 삼가면서 벨기에를 통해 거래경험을 축적하는 것이 향후 유럽시장 진출을 위한 자산이 될 것으로 판단됨.

기업명	SMEETS
취급품목	케이블
연매출/ 對韓 수입액	700만 유로 / 300만 달러(국제거래는 달러로 진행)
담당자/직위	Mr. Jean-Francois de Vigne / Managing Director
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA로 인한 가격인하는 체감하지 못하고 있음. ▪ 한국산 품질이 경쟁국보다 월등히 높기 때문에 한국제품을 선호하며, 향후 수입물량 증가도 고려 중
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 지속적인 품질 관리가 중요함.

□ 시사점 및 진출방안

- 지속되는 경기침체와 신흥국의 저가공세로 구매력이 높은 유럽에서도 가격조건을 강조하는 바이어가 계속해서 늘어나고 있음.
- 그러나 동사의 경우 FTA 이후에 한국제품의 공급가격은 오히려 소폭 인상되었다고 밝힘.
 - 관세인하로 인한 비용 절감분을 한국업체가 이익으로 흡수한 사례로 이는 경쟁국 대비 월등히 높은 품질경쟁력에 기인
- 바이어들은 품질이 우수한 한국산 제품을 선호하므로 품질관리가 꾸준히 지속된다면 앞으로도 구매의사는 충분하다고 밝힘.
 - 최근 중국기업들이 품질향상에 주력하고 있어 우리기업은 꾸준한 품질 개선 및 신제품 개발을 통해 시장지배력을 확보해야 할 것으로 판단됨.

네덜란드

1. 한-네덜란드 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 경기침체에도 불구하고 對네덜란드 수출은 연평균 12.9% 증가
 - 유럽 재정위기로 인해 네덜란드의 전체 수입은 감소세를 나타냄.
 - * FTA 발효 2년차²⁰⁾에는 전체 수입이 5.3%, 3년차²¹⁾에는 1.5% 감소
 - * 중국으로부터의 수입은 2년차에 6.4% 증가했지만 3년차에는 3.9% 감소
 - 일본으로부터의 수입은 2년차에 6.3%, 3년차에는 12.4% 감소함.
 - 수출 증가의 주요 원인은 2012년 석유제품과 2013년 무선전화기 및 전자제품의 판매 호조로 판단됨.
- 對네덜란드 수입도 발효 이후 연평균 3.5% 증가
 - 주요 수입품목은 반도체 장비 및 고철 등으로 경기상황에 따른 우리 기업의 투자 여부에 크게 좌우됨.
 - * 반도체 제조용 장비 수출은 전체 對네덜란드 수입의 약 30%를 차지함.
 - 발효 2년차에는 국내 기업의 반도체 투자 침체로 對네덜란드 수입이 22.9% 감소했으나 2013년 하반기 반도체 투자활성화로 3년차에는 34.7% 증가
 - * 2013년 하반기에는 SSD²²⁾ 등 신규 반도체 제품 수요가 대중화되며 관련 투자가 활성화되어 발효 3년차에는 반도체 장비 수입이 306% 증가

<한-네덜란드 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (연평균)
對네덜란드 수출	2,828	15.3	2,911	2.9	2,374	21.5	12.9
對네덜란드 수입	3,877	10.5	2,991	-22.9	2,566	34.7	3.5

자료원: Eurostat

20) 2년차 수출입 증감률은 2011.7~2012.6 대비 2012.7~2013.6 증감률을 의미

21) 3년차 수출입 증감률은 2012.7~2013.1 대비 2013.7~2014.1 증감률을 의미

22) 반도체를 이용한 정보 저장장치(Solid State Disk)로 하드디스크 드라이브(HDD)에 비해 속도가 빠르고 소형화할 수 있다는 장점을 보유

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- FTA 수혜품목의 수출은 발효 전 대비 93.4% 증가
 - 발효 3년차 기준 對네덜란드 수출 100대 품목 중 FTA로 관세혜택을 받는 품목은 54개이며, 이 중 수입이 증가한 품목은 46개
 - FTA 2년차에는 유로존 재정위기로 인한 경기침체로 네덜란드의 수입 증가율이 0.8%로 둔화되었으며, 대한 수입 증가율도 2.9%로 둔화됨. 100대 품목 중 수혜품목 역시 타격을 입어 수입이 4.5% 감소
 - FTA 발효 전과 비교 시 수혜제품인 윤활유 및 제트유 등 석유제품이 수출의 큰 부분을 차지하고 있어 동 제품의 수입 증가가 전체 수혜품목군의 수출 증가로 이어짐.
- 비수혜품목도 발효 전과 대비하여 對네덜란드 수출 93.4% 증가
 - 2013년 이후 신형 휴대폰·태블릿 PC 출시와 SSD 등 메모리장치 인기 상승으로 비수혜품목인 무선전화기·기억장치 등 전자·IT 제품의 수출이 급증한 것이 수출 증가율에 큰 영향을 미친 것으로 보임.
 - 또한 2010년 이후 수출이 꾸준히 증가하고 있는 건설장비도 비수혜품목 수출 증가율을 높이는 요인

<對네덜란드 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	1,901	28.7	2,002	5.3	1,928	47.2	93.4
수혜품목	54	1,245	58.1	1,189	-4.5	1,016	24.8	93.4
비수혜품목	46	656	-5.0	814	24.0	912	84.1	93.4

자료원: Eurostat

- (석유제품) 제트연료유는 가격과 품질경쟁력에 힘입어 FTA 발효 이후 지속적인 상승세 기록

- 4.7%의 관세철폐로 가격경쟁력이 제고되어 2011년 8월부터 對네덜란드 수출을 시작
- 이후 인도, UAE, 사우디아라비아, 쿠웨이트에 이어 5대 수출국으로 성장
 - * 네덜란드는 세계 3대 오일허브인 로테르담항을 중심으로 제트연료유 등 석유제품을 수입하여 유럽 역내에 공급하고 있음.
- (화학제품) 경기침체에도 불구하고 석유화학제품의 수입 증가
 - 폴리에틸렌·에폭시수지 등 네덜란드의 석유화학제품 수입은 2013년 상반기까지 경기침체의 영향을 크게 받았으나, 한국제품의 경우 6.5% 관세인하 혜택으로 꾸준히 수출이 증가함.
- (공구) 안정적인 수요와 한국제품의 경쟁력 상승으로 수입점유율 증가
 - 주택시장 침체에 따라 전문 공사업체를 이용한 주택 개보수는 감소하였으나 전동공구는 개인이 간단한 보수를 할 수 있는 비용 대비 효율적인 수단으로 인식되어 수요가 상당히 안정적으로 유지되고 있음.
 - 네덜란드 공구시장에서의 한국제품 인지도 상승, 일본·유럽 제품과 동등한 품질경쟁력 확보, 관세혜택으로 인한 가격경쟁력 확보로 수출이 크게 증가
 - 2013년 네덜란드의 프레싱·스탬핑 또는 편칭용 공구(HS 848220) 수입 중 한국제품이 30%를 점유하며 제 1의 수입국으로 성장

<對네덜란드 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

연번	HS Code	품목명	관세		對네덜란드 수출						
			기존	현재	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	27101921	제트연료유	4.7	0	180,938	-	183,467	6.6	274,064	49.4	신규
2	84111280	터보제트· 터보 프로펠 러와 기타의 가스터빈	2.7	0	-	-	-	-	13,184	-	신규
3	84822000	원추형롤러 베어링	8	0	3,975	26,193.2	7,191	90.3	4,431	0.4	2,070,616.4
4	82073090	프레싱· 스탬핑 또는 편칭용 공구	2.7	0	51	1,157.1	0	-100.0	3,690	-	90,267.5
5	39011010	선형 폴리에틸렌	6.5	0	1,240	8,826.2	6,038	257.0	5,683	197.2	40,795.3
6	29161400	메타아크릴산 의 에스테르	6.5	0	1,873	2,902.3	3,045	-99.7	2,815	58,509.7	11,930.0
7	85177019	전화기 부품	3.6	0	631	14.4	3,029	418.4	3,044	100.5	5,175.4
8	39011090	기타 폴리에 틸렌	6.5	0	37	-81.7	33	69.1	5,002	15,275.5	3,344.4
9	39073000	에폭시수지	6.5	0	1,153	655.2	2,942	192.7	3,008	69.9	2,909.5
10	85094000	식품용 그라 인더와 믹서, 과즙 또는 채소즙추출기	2.2	0	549	84.8	1,842	550.8	4,172	288.9	2,259.8

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준,

순위는 품목별 수출 증가율을 기준으로 하되, 증가율이 무의미한 발효 이후 신규
수출품목의 경우 금액 및 중요도를 고려하여 포함함.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	향균도마	HS Code	39241000
관세율 변화	6.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對네덜란드 수출액	플라스틱제 식탁용품·주방용품·기타 가정용품(HS 3924) 수입액: (‘11년) 5만 5,000 유로 → (‘13년) 16만 7,000 유로		
선정 사유	▪ 친환경소재 향균도마를 생산하는 웰로스코리아는 뛰어난 품질과 가격 경쟁력으로 네덜란드 자체브랜드(PB, Private Brand) 시장에 진출 ▪ 6.5%의 관세인하로 경쟁국 대비 가격경쟁력 확보 가능		

□ 수요동향 및 전망

- 유럽 경기침체 장기화로 자체브랜드(PB, Private Brand) 상품의 수요 증가
 - PB상품은 같은 품질의 상품을 저렴하게 구입할 수 있고 상품 선택의 폭이 다양해 소비자 선호 확대
 - * 국제 자가브랜드 협회(PLMA International)에 따르면 네덜란드 소매 유통망에서 PB제품의 점유율은 29%로 나타남.
 - * Rabobank는 세계 유통시장에서 PB상품의 비중이 2010년 22%에서 2025년 50%로 확대될 것으로 전망
 - PB 상품 중에도 프리미엄을 포함한 여러 가격대의 상품이 출시되는 추세이며 PB 상품만을 취급하는 대형유통망도 인기를 누리고 있음.
- 내수 회복세 지연으로 PB시장의 점유율 높아질 전망
 - 전반적인 경기는 점진적 회복세를 띄고 있으나, 내수는 침체 지속
 - 가격 대비 품질을 민감하게 따지는 소비경향이 지속될 것으로 예상되며, PB 시장 역시 장기적으로 성장을 지속할 전망

□ 경쟁동향

- 플라스틱 주방용품(HS 3924) 제품은 중국산이 전체 네덜란드 수입의 34%를 차지하고 있음.
- 중국 이외에는 독일(16%), 벨기에(11%), 이탈리아(7%)등 유럽 국가로부터의 수입이 큰 비중을 차지

<네덜란드의 플라스틱제 주방용품 수입액 동향>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	2011	2012	2013		
				금액	비중	증감률 (‘13/’12)
-	총계	319,669	307,936	305,866	100	-0.7
1	중국	97,847	102,634	103,642	33.9	1.0
2	독일	50,278	46,730	48,505	15.9	3.8
3	벨기에	38,406	38,198	32,380	10.6	-15.2
4	이탈리아	19,422	17,847	20,690	6.8	15.9
5	폴란드	9,542	8,678	9,805	3.2	13.0
6	룩셈부르크	11,320	10,165	9,391	3.1	-7.6
7	영국	6,994	6,215	9,130	3.0	46.9
8	터키	6,343	6,759	7,800	2.6	15.4
9	미국	13,561	10,984	6,667	2.2	-39.3
10	태국	6,988	5,844	6,606	2.2	13.1
35	한국	55	172	167	0.1	-3.0

자료원: World Trade Atlas

- PB 상품을 취급하는 대형유통망 대상 마케팅 활동을 위해 상하이에서 PLMA 전시회를 개최
- 유럽의 대형유통망 기업들은 상하이에서 열리는 전시회를 통해 중국 공급업체 발굴에 나섬.
- * PLMA는 PB상품 제조업체와 각국의 대형유통망이 참가하는 전시회로 매년 암스테르담, 상하이, 시카고에서 개최됨.

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: (주)웰로스코리아
 - 동사가 제조하는 친환경 향균도마는 피톤치드와 TPE(Thermoplastic Elastomer)로 만들어져 친환경 소재라는 장점 보유
 - 제품 특성상 브랜드가 부각되지 않는 상황에서 동사는 대형유통망의 브랜드로 판매되는 PB시장 진출을 모색
- 네덜란드 암스테르담에서 개최된 PLMA 전시회 참가
 - KOTRA 암스테르담무역관은 PLMA 전시회에 한국관을 구성하여 참가, 부대행사로 대형유통망을 초청하여 구매전략 설명회 및 상담회를 개최
 - 설명회 연사로 참가한 네덜란드 최대의 PB전문 유통망인 HEMA社와 웰로스코리아의 상담 성사
- 관세인하로 인한 가격경쟁력 확보
 - 동사의 향균도마 제품은 FTA 발효로 6.5%의 관세가 즉시 철폐됨.
 - 중국산 제품 대비 품질은 뛰어나지만 가격경쟁력을 확보할 수 있어 대형 유통망에 어필
- 2012년 거래를 시작한 이후 현재까지 HEMA社에 계속 수출 중
 - 2013년 네덜란드의 경기침체 심화로 수출이 일시적으로 중단되었지만, 2014년에 재개됨.

품목명(상세)	녹즙기(Slow Juicer)	HS Code	85094000
관세율 변화	2.2% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對네덜란드 수출액	식품용 그라인더와 믹서, 과즙 또는 채소즙 추출기(HS 850940) 수입액: ('11년) 44만 1,000 유로→ ('13년) 553만 6,000 유로		
선정 사유	▪ 웰빙 트렌드와 FTA를 통한 가격경쟁력 강화효과가 맞물려 수출 증대		

□ 수요동향 및 전망

○ 주서기 시장은 꾸준한 성장세 유지

- 주서기(Juice Extractor) 시장은 매출액 기준 2013년 108만 유로로 2008년 91만 유로에 대비 연평균 4.4% 성장
- * Euromonitor는 외식이 줄어들고 손님을 초대하여 홈쿠킹을 즐기는 사람들이 늘어나면서 주방과 식당이 요리와 식사를 위한 공간을 넘어 사회적 공간으로 인식되고 있다고 분석. 이에 주서기나 믹서 등 고급스러운 주방 조리기구를 갖추고자하는 소비자들이 늘어나고 있어 경기침체의 영향이 크지 않았음.

○ 한국으로부터의 수입 크게 증가

- 식품용 그라인더와 믹서·주서기 전체 수입은 2012년 1억 660만 달러에서 2013년 1억 4,682만 달러로 크게 증가
- 이 중 對韓수입은 2011년 44만 달러에서 2013년 554만 달러로 증가하였으며, 전체 수입국 중 한국의 비중은 0.4%에서 3.8%로 대폭 상승

○ 네덜란드 내 슬로우 주서기(Slow Juicer) 인지도 상승

- 웰빙식품에 대한 수요가 증가하면서 일반 주서기보다 비타민과 미네랄 손실이 적은 슬로우 주서기에 대한 관심 역시 높아지고 있음.
- 이에 비해 시장 규모는 작은 상태로 발 빠른 시장 선점이 필요

□ 경쟁동향

○ 다양한 가격대의 슬로우 주서기가 경합 중

- 주서기 제조기업 Versapers社は 270유로~350유로 중간 가격대의 슬로우 주서기를 판매하고 있으며, 주방용 소형가전제품 제조업체 Pricess社は 150유로대의 저가 슬로우 주서기 시장을 공략하고 있음.
- 필립스 등 대형 가전제품 업체는 주서기 시장의 대부분을 점유하고 있지만 아직 슬로우 주서기를 출시하지는 않음.

- 아시아 기업의 진출이 확대되는 추세
 - 아시아 기업으로는 필리핀 IAJ Wellness社의 Matstone이라는 브랜드의 슬로우 주서기가 판매되고 있음.
 - 한국기업으로는 휴롬이 300~600유로 대의 고급 슬로우 주서기 시장을 공략하고 있으며, 웅진코웨이가 2013년 Juicepresso 브랜드를 출시하며 중가 시장에 진출
- 식품용 그라인더와 믹서, 과즙 추출기(HS 850940)의 2013년 수입액은 1억 4,682만 달러로 전년대비 38% 증가
 - 중국으로부터의 수입이 62%로 대부분을 차지하며 독일, 벨기에, 영국 등 유럽 국가들이 뒤를 이음.

<네덜란드의 식품용 그라인더와 믹서, 과즙 추출기 수입 동향>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	2011 금액	2012 금액	2013		
				금액	비중	증감률 (‘13/’12)
-	총계	114,514	106,605	146,816	100	37.7
1	중국	78,284	62,790	90,519	61.7	44.2
2	독일	9,146	14,165	16,759	11.4	18.3
3	벨기에	6,681	2,517	8,079	5.5	220.9
4	영국	4,081	9,473	7,274	5.0	-23.2
5	홍콩	806	1,122	6,112	4.2	444.7
6	한국	441	1,447	5,536	3.8	282.6
7	프랑스	5,565	7,205	3,609	2.5	-49.9
8	이탈리아	326	336	2,098	1.4	523.6
9	헝가리	1,386	2,098	2,020	1.4	-3.7
10	터키	386	607	1,519	1.0	150.2

자료원: World Trade Atlas

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: 휴롬
 - 휴롬은 여타 중소기업과 별다른 특징이 없는 주서기 제조업체였으나, 끝없는 연구의 결과로 시장에 Slow Juicer라는 새로운 카테고리의 제품을 출시하여 슬로우 주서기 시장의 선두주자로 등극

- * Slow juicer: 기존의 쥘서기는 빠른 모터 회전으로 칼날을 돌려 쥘스를 추출하는 시스템이지만 휴롬의 제품은 느린 회전력과 금속재질이 아닌 칼날로 영양소를 파괴하지 않고 기존 제품 대비 소음이 매우 적으며, 더 많은 즙을 추출해 내는 시스템
- 국내 마케팅의 성공으로 휴롬 브랜드의 인지도를 높임.
 - * 당시 드라마 ‘대장금’으로 폭발적인 인기를 끌고 있던 이영애씨를 광고 모델로 내세워 국내 쥘서기 시장의 프리미엄 브랜드로 소비자에게 각인
- 유럽시장 진출
 - 휴롬은 한류열풍을 활용한 중국시장 진출 성공에 힘입어 2013년 유럽 시장에 뛰어듦.
 - 2013년 유럽총판을 개설하여 현재 네덜란드 및 주요 국가에 유통 판매
 - 네덜란드 시장은 마케팅 테스트에 적합한 특징을 보유하여 여러 파일럿 프로젝트를 시험 중
 - * 현재 네덜란드의 케이블 요리채널인 24 Kitchen과 홍보 전략 협의 중
 - * 네덜란드 유통망을 통해 네덜란드 고급백화점 Bijenkorf 입점 준비중이며, 휴롬 쥘서기를 이용하는 신선쥘스 매장을 운영하는 Shop in Shop 개념의 체험 마케팅을 통해 네덜란드 시장에서의 인지도 강화 추진
 - * 기존의 쥘서기와 2배 이상의 차이가 나는 고급 프리미엄 제품으로 현지 마케팅을 KOTRA 자가브랜드 사업²³⁾을 통해 진행 예정
- 관세인하로 인한 가격경쟁력 확보
 - 휴롬 쥘서기 제품(HS 850940)은 FTA 발효로 2.2%의 관세 면제
 - 단가가 고가인 관계로 2.2%의 관세 면제도 수출에 탄력을 주고 있음.

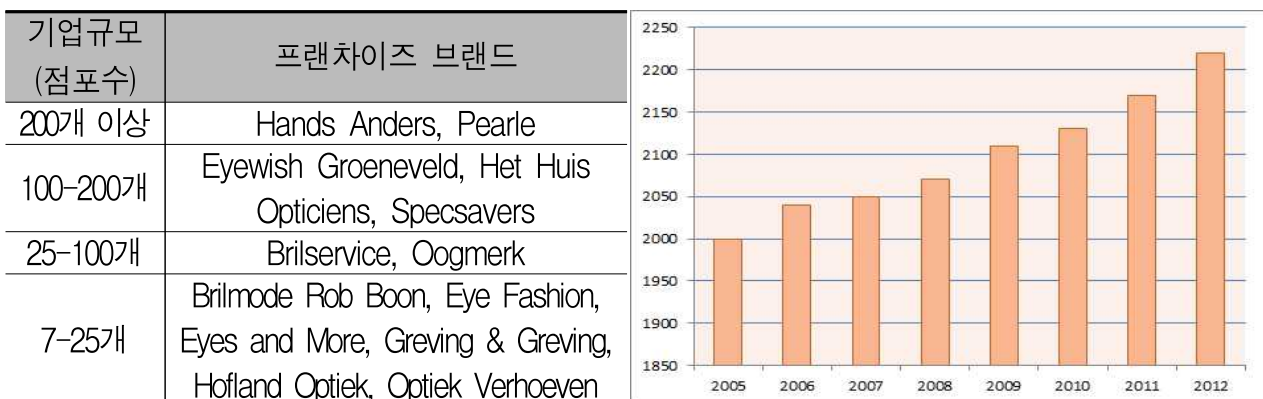
23) 국내 중소·중견기업의 자가브랜드 육성을 통한 브랜드 경쟁력 향상을 지원하는 KOTRA 유료 서비스로 주요 지원내용은 브랜드 전략 컨설팅, 광고, 온라인/SNS 마케팅, 전시회 참가 등(문의처 : KOTRA 디자인브랜드팀, 전화 02-3460-7836)

품목명(상세)	연마기 또는 광택기	HS Code	84642019
관세율 변화	2.2% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 네덜란드 수출액	연마기 또는 광택기(HS 846420) 수입액: (‘11년) 3만 4,000 유로→ (‘13년) 24만 3,000 유로		
선정 사유	- 경기침체기에도 안경시장은 꾸준히 성장하고 있음. - 한국으로부터의 연마기 또는 광택기 수입도 증가 추세		

□ 수요동향 및 전망

- 2011년 말부터 2012년까지 지속된 경기침체로 인한 소비 위축에도 안경 시장은 꾸준한 수요 유지
 - 안경의 경우 필수품으로 인식되어 경기침체로 인한 수요 감소폭이 크지 않으나, 저렴한 제품을 찾는 소비자가 늘어 고가 안경제품의 판매는 저조
- 안경점은 점진적으로 증가해 2012년 기준 2,220개 점포가 영업 중
 - 네덜란드 광학기업협회 조사 결과 소비자의 47%는 소규모 안경점에서 안경을 구입하며, 53%가 프랜차이즈 브랜드 상점에서 안경을 구입하는 것으로 나타남.
 - * 가장 점유율이 높은 브랜드는 Pearle (21%)이며 Hans Anders(9%), Specsaver(8%), Eyewish(6%) 순
 - 대형 프랜차이즈점은 대규모 물량의 경우 공급업체로부터 직접 구매하며 소규모 물량은 수입업체로부터 구매

<규모별 프랜차이즈 브랜드 및 네덜란드 내 안경점 수>



자료원: 네덜란드 광학기업협회(NUVO²⁴), 네덜란드 유통협회

□ 경쟁동향

- 네덜란드의 연마기 또는 광택기(HS 846420) 수입액은 2012년에 크게 감소한 이후 2013년 31.6% 증가
 - 이탈리아산의 수입이 약 30%를 차지하나 2011년 이후 수입액이 크게 감소하고 있음.
 - 중국은 전체 수입액의 약 23%를 차지하고 있으며, 수입 증가율 또한 매우 높음.
 - 이탈리아, 프랑스, 독일 등 EU 역내 국가로부터의 수입은 감소하는 한편 중국, 일본, 한국, 미국으로부터의 수입은 증가추세
 - 한국산 수입은 24만 달러로 2012년 대비 216% 증가, 수입 증가율이 매우 높은 국가로 꼽힘.

<네덜란드의 국가별 연마기 또는 광택기 수입 동향>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	2011 금액	2012 금액	2013		
				금액	비중	증감률 (‘13/’12)
-	총계	7,728.3	5,429.2	7,143.2	100	31.6
1	이탈리아	3,059.6	2,188.5	2,119.5	29.7	-3.2
2	중국	323.6	571.4	1,607.6	22.5	181.4
3	프랑스	2,153.3	1,552.4	1,164.8	16.3	-25.0
4	일본	914.3	253.5	424.5	5.9	67.5
5	한국	34.2	77.0	243.1	3.4	215.6
6	미국	427.4	203.3	228.3	3.2	12.3
7	스페인	25.8	202.3	156.4	2.2	-22.7
8	벨기에	234.4	21.6	113.3	1.6	423.9
9	독일	181.4	211.8	90.8	1.3	-57.1
10	아루바	-	-	22.6	0.3	-

자료원: World Trade Atlas

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: 휴비츠
 - 동사는 안과 및 안경점용 필수 진단기기인 자동 검안기, 자동렌즈미터, 디지털 리프렉터 등을 개발, 생산, 판매하는 안광학의료기 전문업체

24) Nederlandse Unie Van Optiekbedrijven(Dutch Union of Optics Companies)

- 전체 매출 중 수출비중이 85% 내외로 네덜란드 시장 내 매출은 2013년 100만 달러를 달성
 - 현재 네덜란드 거래선인 OPTIEK XL社와는 2010년 첫 거래를 시작하였으며 동사는 2013년 네덜란드 안경점 장비 시장에서 점유율 1위를 달리고 있음.
- 관세인하로 인한 가격경쟁력 확보
- FTA 발효로 2.2%의 관세가 철폐됨.
 - 가격민감도가 높은 제품은 아니지만 물량이 늘어날수록 수입업체의 이익률이 높아져 수출 물량 확대에 긍정적인 영향을 미침.
- 향후 글로벌 기업과의 협력을 통해 유럽 내 시장점유율 확대 전망
- 광학렌즈 및 안경 기구 시장의 최대 제조사중 하나인 독일 Zeiss社와 2013년에 협력 관계를 구축
 - * Zeiss社의 렌즈가 공급되는 네덜란드 내 안경점에 휴비츠社의 프레임 트레이서(Frame Trace)를 납품하게 되어 올해 수출 확대가 예상됨.
 - 일본, 독일 기업에 버금가는 기술력과 가격경쟁력을 바탕으로 유럽 시장 진출에 탄력을 받고 있음.

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Schiphol Group N.V.
취급품목	공항기자재
연매출/ 對韓 수입액	13억 8,200만 유로(2013년 순매출액) / N/A
담당자/직위	Budi A. Darmadi/Manager Procurement
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ Schiphol 그룹은 대부분 공공조달을 통해 구매하기 때문에 한-EU FTA의 직접적인 영향을 받지는 않음. ▪ 단, 동 협정 발효로 한국산 제품의 인지도가 높아진다는 면에서 간접적인 영향이 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 유럽 내 협력 파트너십 구축 ▪ 유럽 공항들과의 네트워크를 통한 입찰정보 획득 ▪ 유럽 공항기자재 전시회를 활용한 제품 홍보

□ 시사점 및 진출방안

- 스키펴 공항은 신규 프로젝트를 위한 공급업체 발굴 예정
 - 스키펴 공항은 ① 공항 내 터미널 신설 ② Lelystad 공항 증축 프로젝트를 추진 중
 - 2014년 내 사전 컨설팅 후 기자재 입찰 예정이며 입찰방식은 미정
- 신규 공급업체 발굴에 적극적
 - 구매담당자에 따르면 현재 유럽의 공항시장은 대규모 공급업체들로 구성되어 있으며 신규 공급업체가 적어 다소 정체된 양상을 나타냄.
 - 동사는 아시아 공급자 발굴을 통해 경쟁을 활성화하여 효율적이고 혁신적인 솔루션을 찾으려는 것으로 보임.
 - LED 조명, 홍채인식시스템, 시각주기유도시스템(VDGS, Visual Docking Guiding System), 탑승교(Passenger boarding bridge), 엘리베이터 등의 제품에 관심을 나타냄.

- 수출경험 축적 및 현지 파트너와의 협력 필요
 - 한국의 공항뿐만 아니라 아시아의 다른 국제공항들에 공급한 이력이 있으면 유럽 공항시장 진출에 도움이 됨.
 - 아시아 공항시장에서의 점유율이 상당히 높은 한국 대기업들도 유럽 공항시장 진출에 어려움을 느끼는 것으로 보임. 시장 진출을 위해서는 EU 규정에 대한 숙지는 물론, 유럽 내 협력 파트너를 둘 필요가 있음.
 - 입찰이 공공조달 사이트(www.tenderned.nl)에 게재되므로 이를 지속적으로 모니터링하는 것도 필요함. 나아가 공항들과 계속 접촉하며 입찰 가능성을 타진하고 네트워크를 구축하는 것이 필요함.
 - 이를 위해 공항기자재 관련 전시회를 통한 적극적인 홍보가 필요함.
 - * Passenger Terminal Expo(www.passengerterminal-expo.com): 2015.3.10.-3.12, 파리
 - * Inter Airport Europe (www.interairport.com): 2015.10.6.-10.9., 뮌헨

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Aras Security BV
취급품목	출입 컨트롤, 방범 컨트롤, CCTV 및 보안관리 시스템
연매출/ 對韓 수입액	1,500만 유로 / 100만 유로
담당자/직위	Mr. Robert Faber / 대표
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 발효 이후 한국산 관세인하를 인지하고 있으며, 한국제품 주문 결정 시에 간접적으로 긍정적인 영향을 끼쳐 왔음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 중국제품과 경쟁이 심화되고 있어 품질·가격경쟁력 강화 필요

□ 시사점 및 진출방안

- 디지털 도어락 보다는 보안카메라 분야의 진출 전망이 더 밝음.
 - 아시아 제품은 CCTV 분야 진출이 보다 용이하며, 한국과 중국산은 어느 정도 인지도를 형성한 상태

- 동사의 경우에도 기존 한국산 제품(CCTV) 품질에 만족하고 있으며, 한국으로부터의 신규 공급선 발굴에 적극적임.
- 중국제품 대비 경쟁력 강화 필요
 - FTA 발효를 통한 관세 혜택이 한국산 제품 수입에 긍정적인 영향을 미치고 있으나, 이를 감안한다 해도 중국은 여전히 높은 가격경쟁력을 보유하고 있음.
 - 또한 품질 면에서도 한국산과의 격차가 좁혀지고 있으므로 한국기업들은 가격 차이가 지나치지 않도록 가격정책에 신경을 써야 함.

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Rob Heijkoop Trading B.V.
취급품목	해상용 디젤 모터 및 디젤 모터 부품
연매출/ 對韓 수입액	900만 유로 / 40만 유로
담당자/직위	Mr. Rob Heijkoop / 대표
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 발효 이후 한국제품 수입 관세 축소 효과를 체감해 왔으며, 이러한 추이가 간접적으로 한국제품 수입 증가를 이끌었다고 평가할 수 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 가격과 품질 간 균형을 맞추어 경쟁력 있는 제품 공급 필요

□ 시사점 및 진출방안

- OEM 및 교체용 선박 모터 부품의 네덜란드 진출 전망 밝음.
 - 동사는 Deutz, Man, B&W, Wartsila 등 브랜드 모터의 OEM 부품 생산 업체나 교체용 부품 생산 업체 모두에 관심이 있음.
 - 새프트, 엔진, 실린더 블록, 연료분사장치 등에 대한 수요가 높음.
- 가격과 품질의 균형이 중요
 - 동사는 중국, 한국, 일본 등의 제품을 모두 취급하고 있으며, 이들 세 국가의 제품 간 차이가 크기 때문에 경쟁 대상으로 간주하기 어려움.

- 일본제품의 경우 가격이 높기는 하나 품질이 월등히 좋고, 한국산은 현지 시장에서 가격과 품질의 균형 면에서 높은 평가를 받고 있음.
- 중국제품은 아직 개선해야 할 문제가 많아 한국이나 일본과의 경쟁을 논할 수준이 아니라고 판단됨.

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Vertex Dental BV
취급품목	의치
연매출/ 對韓 수입액	1,000만 유로 / 50만 유로
담당자/직위	Mr. Gerrit Munnik / 구매담당
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 의료기기는 FTA 발효 이전부터 무관세였으므로, 동사로서는 FTA 발효로 인한 이렇다 할 영향이 감지된 바 없음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 영어 의사소통능력 배양 필요 - 영업담당자가 영어에 능숙하지 못해 구글 번역기를 사용해 이메일 응대를 하거나, 면담 시 통역사를 쓰는 경우가 있음. - 치의학 업계에서 사용하는 전문용어를 이해하지 못하는 번역기나 통역사를 통한 커뮤니케이션은 한국과의 거래관계 구축에 장애로 작용하고 있음.

□ 시사점 및 진출방안

○ 3D 프린터 기술 시장 주목

- 동사는 이미 1년 반 전부터 3D 프린터를 활용한 의치 생산 라인을 개발 중에 있으며, 본격 생산이 이루어지면 세계 '3D 프린팅 의치 생산' 시장을 선점할 수 있을 것으로 기대하고 있음.
- 유럽시장 3D 프린팅 의치는 향후 5년 내 전체의 5~25%의 비중을 차지할 것으로 예상함.
- 한국 3D 프린터 생산업체의 진출 가능성도 있으나, 고부가가치 시장인 만큼 의사소통능력, 즉각적인 고객 대응 능력이 뒷받침되어야 함.

- 유럽업체 대비 경쟁력 제고 노력 필요
 - 한국과 유럽업체를 비교 평가해 공급업체 선정 시, 영어 구사 능력과 1:1 미팅 가능성이 높다는 이유로 유럽업체가 유리한 경우가 많음.
 - 원활한 영어 의사소통능력을 넘어 전문적인 치의학 용어를 이해하고 구사할 수 있는 세일즈 인력을 채용하여 원거리 업체가 갖는 약점을 극복해야 함.

폴란드

1. 한-폴란드 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 對폴란드 수출은 한-EU FTA 발효 이후 연평균 6.1% 감소
 - 유럽 재정위기로 인해 폴란드의 제조업 연관 수입수요가 축소되었으며 특히 전자부품의 수출 부진이 무역수지 악화의 주요인
 - * 전자제품 관련 부품(HS 8542)은 2013년 기준 對폴란드 수출의 45%를 차지
 - 또한 최근 대기업과 중소 납품업체들이 폴란드에 동반진출하여 현지에서 부품을 조달하는 사례가 늘어난 것도 수출 감소요인으로 작용
 - * LG 디스플레이는 2006년부터 폴란드 브로츠와프 지역에 협력사들과 함께 LCD 모듈 생산단지(cluster)를 조성함.
- 對폴란드 수입은 발효 이후 연평균 28.4% 증가
 - 돼지고기 등 육류식품 및 차량용 엔진 수입이 증가하였으며, 한국에서 인기를 끌고 있는 폴란드산 그릇도 주요 품목으로 꼽힘.
 - 하지만 2014년 2월 아프리카 돼지열병²⁵⁾ 발생으로 폴란드산 돼지고기 국내 수입이 금지된 바 있어 수입 감소에 영향을 미칠 것으로 예상
 - * 2014년 5월 기준 폴란드 돼지고기 수입은 전년동기 대비 20% 감소

<한-폴란드 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (연평균)
對폴란드 수출	2,533	-0.8	2,446	-3.4	1,477	-11.7	-6.1
對폴란드 수입	351	46.4	480	36.6	357	12.1	28.4

자료원: Eurostat

25) 아프리카 돼지열병(African Swine Fever) : 바이러스에 의한 돼지 전염병으로 고열 등을 동반하며 치사율은 100%에 달함.

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 한-EU FTA로 관세가 인하된 수혜품목의 경우 협정 발효 후 수출이 46.3% 증가
 - 이는 100대 품목 전체의 對폴란드 수출이 13.9%, 특히 비수혜품목 수출이 67.0% 감소한 것과 대비되는 결과
 - 어려운 수출환경에도 FTA 수혜품목이 증가세를 기록하면서 對폴란드 수출 감소를 일정부분 상쇄하였음을 확인할 수 있음.

<對폴란드 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	2,202	1.9%	2,112	-4.1%	1,280	-11.0	-13.9
수혜품목	76	1,118	13.9%	1,646	47.1%	1,019	-8.6	46.3
비수혜품목	24	1,084	-8.1%	467	-56.9%	261	-19.1	-67.0

자료원: Eurostat

<對폴란드 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對폴란드 수출						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전 동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	84029000	보일러 부품	2.7	0	2	-88.7	-	-76.3	6,496	-	225,927.3
2	39023000	프로필렌 공중합체	6.5	0	3,227	85,221.3	6,780	110.1	5,793	19.6	153,060.9
3	85012000	교류·직류 겸용전동기	2.7	0	360	283.7	906	151.8	1,810	327.0	38,345.8
4	73181630	스테인리스 강제의 너트	3.7	0	2,212	30,168.0	3,398	53.6	1,797	-12.3	31,341.1
5	87032210	신차 (1,000cc 초과 1,500cc 이하)	10	3.3	17,821	831.3	10,815	-39.3	5,635	-15.5	28,035.0
6	85011099	직류전동기	2.7	0	375	124.7	1,474	293.0	3,266	450.9	6,775.0
7	39061000	폴리(메틸메 타크리레이트)	6.5	0	9,575	574.3	14,173	48.0	5,494	-51.5	5,721.7
8	85392130	모터사이클, 모터차량용 램프	2.7	0	2,492	480.9	4,676	87.6	5,993	133.6	5,489.6
9	39021000	폴리프로필렌	6.5	0	3,513	199.3	9,370	166.7	15,761	357.0	5,140.5
10	39079110	폴리아세탈 수지 액체	6.5	0	380	381.9	1,498	294.3	1,719	118.5	4,626.3

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

- 보일러 부분품 수출은 발효 전 대비 무려 약 2,260배 증가
 - 폴란드는 춥고 긴 겨울로 인해 보일러 수요가 높는데, FTA 발효 이후 중국 제품을 한국제품으로 대체하고 있는 것으로 해석
 - 또한 최근 건설경기가 살아나는 움직임이 보이고 있어 신축건물 내 보일러 설치 수요도 증가하고 있음.
- 프로필렌 및 폴리프로필렌 수출도 급증
 - 폴란드에 진출한 각종 제조업체에 납품하는 플라스틱 원재료의 가격 경쟁력 제고로 수출이 증가한 것으로 보임.
 - 주요 수출시장인 유로존이 오랜 침체 끝에 회복세에 접어들면서 폴란드 제조업도 점차 살아나고 있으며 그린필드형 투자가 증가하고 있어 플라스틱 원재료 수요는 향후 더욱 증가할 것으로 예상됨.

- 전동기의 경우 송배전 시설 투자 증가에 따라 한국산 부품 수출 증가
 - 현재 진행 중인 화력발전소 건설 프로젝트 규모는 200억 즈워티(약 480억 유로)로 총 발전용량도 3,700 MWe에 달함.
 - 송배전 인프라 수요도 증가하여 전력 산업이 크게 성장할 것으로 전망되며, 관련 제품은 대부분 수입에 의존할 것으로 보임.
 - * 폴란드는 2013년 한 해에 전력공급망 구축에만 14억 유로 이상을 투입함.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	산업용 장갑	HS Code	61161080
관세율 변화	8.9% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對폴란드 수출액	('11년) 7,000 유로 → ('13년) 24만 유로		
선정 사유	▪ FTA 관세철폐로 가격경쟁력을 확보하여 고품질 제품에 대한 수요에 합리적인 가격으로 대응할 수 있게 됨.		

□ 수요동향 및 전망

- 산업구조상 제품 수요는 안정적으로 증가할 전망
 - 산업용 장갑은 주로 제조업 생산라인 근로자들이 사용하는 제품이며 제조공장이 다수 위치한 폴란드에서는 수요가 높은 편
 - 또한 유로존의 경기회복세로 서유럽의 생산기지인 폴란드에 대한 외국인 직접투자도 늘고 있어 동 제품의 수요는 지속될 것으로 보임.

□ 경쟁동향

- 저렴한 중국 제품을 주로 수입하고 있으며 한국산은 가격이 다소 높으나 품질 면에서 우수하다는 인식이 일반적
 - 한-EU FTA 효과로 가격도 합리적인 수준으로 인하되면서 한국산의 시장점유율이 2011년 0.9%에서 2013년 1.1%로 증가
 - 하지만, 동 제품 수입시장은 여전히 중국이 56%를 점유(2013년 기준)하고 있으며 당분간은 이러한 상황은 지속될 것으로 보임.

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: 형제 인터네셔널

- 동사에서 수출하는 산업용장갑에 적용되었던 8~13% 관세가 FTA 발효로 즉시 철폐됨.
- 2011년 6월에 선적한 물량(3만 8,000 유로)을 운송하던 중 협정이 발효되면서 3,000 유로 상당의 관세를 감면받게 됨.
- 발효 후 한국산 수입가격이 약 10% 인하되면서 수입 규모가 10% 증가함.
- 납품 후 지속적인 품질 및 납기 관리가 필요한 제품 특성상 KOTRA 바르샤바무역관의 지사화서비스를 꾸준히 활용하고 있음.
- 향후 원재료인 원사 구매 또한 한국산으로 대체 가능할 것으로 예상되며 업계 관계자는 특히 카본 제품의 수출이 확대될 것으로 전망

품목명(상세)	플라스틱 제품 (PE, PP, PET)	HS Code	39021000
관세율 변화	6.5% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對폴란드 수출액	('11년) 250만 유로 → ('13년) 2,010만 유로		
선정 사유	▪ 제조업 중심의 폴란드 산업구조를 감안하면 향후 수요가 급증할 것으로 판단되는 품목		

□ 수요동향 및 전망

○ 가전제품 생산 증가에 따라 플라스틱 원재료 수요도 증가

- 폴란드는 저렴하고 양질의 노동력을 바탕으로 동유럽의 제조강국으로 평가받음.
- 공장건설형 외국인투자도 늘어나고 있어 향후 제조업 생산이 확대되면 동 제품에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예상

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: 롯데케미컬 폴란드

- 동사는 한-EU FTA 발효 시점에 맞춰 폴란드 사무소를 개설하는 등 시의적절한 전략으로 현지에서 적극적인 마케팅 활동을 수행함.
- 또한 KOTRA 바르샤바무역관의 지사화서비스를 통해 플라스틱 병, 병뚜껑 및 사출 업체를 지속적으로 접촉해 바이어 발굴에 성공
- FTA 발효 이후 관세철폐로 가격경쟁력이 개선되면서 동사의 연매출은 발효 전 대비 3배 이상 증가함.

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	PLANNJA Sp. z o.o.
취급품목	착색강판(Prepainted steel sheet in coils)
연매출/ 對韓 수입액	1,200만 유로
담당자/직위	Monika Kasprzak / Logistics Manager
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 착색강판은 지붕기와의 필수품이며 전량 수입에 의존 중 ▪ 단순 기술 제품이기 때문에 가격이 구매에 가장 큰 영향을 미침. ▪ 현재 시장에는 40여 개의 업체가 활동하고 있으며 경쟁이 심해 마진율이 낮은 편 ▪ 동사는 일정 수준의 품질을 지속적으로 유지할 수 있는 파트너를 찾고 있었음. ▪ 운송기간 및 운송비 부담에도 불구하고 한국제품은 품질 면에서 우위에 있고, 가격도 합리적인 수준으로 책정하고 있어 對韓수입이 지속적으로 확대될 것으로 전망
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 현재 과잉공급 상태이므로 신규 주문을 위해서는 가격경쟁력 개선이 필요할 것으로 사료됨.

□ 시사점 및 진출방안

- 지붕용으로 주로 사용하는 착색강판은 폴란드 내에서 생산되지 않아 전량 수입하고 있으며 시장 경쟁이 치열한 상황
 - 주요 수입대상국은 운송 면에서 유리한 독일, 슬로바키아 등 인근국으로 2013년 시장점유율은 각각 33%, 10.5%
 - 인도와 태국의 경우 저렴한 가격으로 수입되고 있으나 품질은 다소 떨어짐.
 - 한국제품 역시 폴란드 시장에서 선전하고 있으나 경쟁력을 유지하기 위해서는 품질을 유지하면서 가격을 낮게 책정하는 것이 중요

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	KOSTRABAU POLSKA
취급품목	다이아몬드 공구
연매출/ 對韓 수입액	N/A
담당자/직위	Mr. Bogdan Kostrzewa / Owner
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한국제품 수입규모는 2011년에 전년대비 6.8%, 2012년에는 18.6%, 2013년도에는 7.9% 증가 ▪ 2012년에 對韓수입이 급증하였는데 이는 EURO 2012 개최를 계기로 건설경기 활성화 함께 FTA 발효 이후 관세(2.7%)가 철폐되면서 한국산의 가격경쟁력이 높아졌기 때문으로 보임. ▪ 현재 거래 중인 한국기업 또한 한국과 중국으로 이원화된 제조시설을 한국에 집중하면서 원산지규정을 충족해 관세인하 혜택을 입는 제품군을 확대하기 위해 노력 중
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 품질관리 및 가격경쟁력 확보가 중요하며 무엇보다 운송관련 기한 준수는 더욱 중요함. ▪ 첫 거래의 판단기준으로 가격이 중요하나 신뢰와 거래 유지를 위해서는 지속적인 사후관리가 필요

□ 시사점 및 진출방안

- 향후 건설장비 관련 수요가 빠르게 증가할 전망
 - EURO 2012 종료 이후 주요 업체가 파산하면서 침체에 빠졌던 건설 업계는 EU 기금 인프라 건설 프로젝트 덕분에 점차 살아나고 있음.
- 독일이 수입시장의 대부분을 점유(2013년 41.7%)하는 가운데 그 뒤를 이탈리아, 중국이 따르고 있으며 최근 한국의 점유율도 상승 추세
 - 2011년에는 중국산 제품이 10% 이상을 점유한 반면 한국은 4%대에 그쳤으나, 높은 품질과 관세철폐로 인한 가격경쟁력 확보로 2013년 기준 8.2%의 점유율로 중국을 바짝 추격하고 있음.
- 운송일정 준수 및 A/S 등을 통한 신뢰 확보가 필요
 - 운송시간 및 비용의 한계를 극복하고 지속적으로 거래선을 유지하기 위해서는 현지에서의 사후관리가 중요함.

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	롯데케미컬 폴란드
취급품목	플라스틱 제품(PP, PE, PET)
연매출/ 對韓 수입액	2,100만 달러
담당자/직위	이정민 지사장
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA 발효 이전에는 한국제품의 가격이 높아 수입하기 어려운 상황이었음. ▪ 그러나 FTA 발효 이후 관세철폐로 인해 한국제품 수입 규모가 발효 전 대비 약 300% 증가함. ▪ 동사는 인도네시아에도 공장을 보유하고 있으나, 원산지규정을 충족하지 못해 유럽 수출용 제품은 한국공장에서 생산 중
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국제품의 강점인 품질을 유지하는 선에서 가격경쟁력 제고가 중요할 것으로 보임.

□ 시사점 및 진출방안

- PE, PP, PET 수요가 지속적으로 증가하여 시장 전망은 밝음.
 - 폴란드에서 생산되는 차량 내장재, 가전제품 등 제조업 제품의 상당 부분이 플라스틱을 원료로 하고 있어 수요가 안정적임.
- 현지진출 대기업과 동반진출 고려
 - 폴란드 현지에 진출한 대기업들의 플라스틱 원재료 수요가 꾸준히 발생하므로 국내 협력업체들의 경우 LG 디스플레이 생산단지 사례와 같이 현지 동반진출도 고려할 필요가 있을 것으로 보임.

헝가리

1. 한-헝가리 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 한-EU FTA 발효 이후 對헝가리 수출은 계속해서 감소
 - 평판디스플레이, 반도체, 컴퓨터 등 주력품목의 수출 감소로 對헝가리 무역흑자가 크게 축소됨.
 - * 2013년 기준 對헝가리 10대 수출품목 중 평판디스플레이(-45.9%), 반도체(-41.2%), 컴퓨터(-51.0%), 자동차(-4.1%), 무선통신기기(-2.6%)의 수출이 급감
 - 對헝가리 수출 감소는 아시아 국가에서 공통적으로 나타나는 현상이며 이는 유럽 재정위기와 함께 역내수입 증가에 따른 결과로 평가됨.
 - * 2013년 중국(-2.5%), 한국(-25.0%), 대만(-17.0%), 인도(-2.4%) 등의 對헝가리 수출이 감소한 반면 EU 역내국의 경우 6.7% 증가
- 한-EU FTA 발효 이후 對헝가리 수입도 연평균 2.9% 감소
 - 양국 간 교역규모가 축소되는 가운데 對헝가리 수입도 발효 1년차에 16.2%, 2년차에는 9.0% 감소를 나타냄.
 - 발효 3년차 들어서는 전년동기 대비 30.1%의 증가를 보였으며 이는 베어링 하우스(+34,879%), 케이블(+5,365%), 금속주조용 주형(+206%) 등 최근 산업재 수입 급증에 따른 것으로 보임.

<한-헝가리 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (연평균)
對헝가리 수출	1,006	-39.1	899	-10.6	419	-33.2	-36.1
對헝가리 수입	212	-16.2	193	-9.0	153	30.1	-2.9

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 수혜품목은 상대적으로 낮은 감소폭을 보임.
 - 對헝가리 수출 100대 품목 중 FTA 수혜품목은 83개에 달하며, 비수혜 품목은 17개
 - 발효 전 대비 100대 품목 수출은 62.9% 감소, 비수혜품목의 수출은 85.3% 줄었으나 수혜품목의 경우 45.1% 감소하면서 어려운 여건에도 비교적 나은 결과를 나타냄.

<對헝가리 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기대비)	증감률 (발효전대비)
총계	100	856	-37.4	764	-10.7	381	-26.3	-62.9
수혜품목	83	527	-27.9	612	15.9	314	-25.5	-45.1
비수혜품목	17	328	-48.4	153	-53.5	67	-29.9	-85.3

자료원: Eurostat

- 수출 증가율 상위 10대 수혜품목은 기계류 및 부품이 대부분
 - 베어링 하우징, 유금·프레임·버클, 변압기 부품 등 기계부품이 증가율 상위권을 차지함.
 - 이는 현지 대기업 생산법인(삼성전자, 한국타이어 등) 대상으로 우리 중소기업의 수출이 증가함에 따른 결과로 보임.
- 이 외에도 터보제트, 카메라 수출도 각각 7,358%, 7,248% 증가하였음.

<對형가리 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HSCode	품목명	관세		對형가리 수출						
			기 존	현 재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	84833038	베어링하우징 플레인샤프트 베어링	3.4	0	5	66.4	65	1,344.2	955	34,879.4	73,187.6
2	85051910	영구자석	2.2	0	329	5,677.3	700	113.0	845	71.3	50,652.9
3	85049018	부분품(변압기· 정지형변환기)	2.2	0	520	15,452.3	1,049	101.6	615	19.7	18,268.1
4	83089000	비(卑)금속제의 유금·프레임· 버클 등	2.7	0	47	235.2	641	1,256.5	616	6,427.1	12,138.6
5	84139100	액체펌프	1.7	0	11	-22.0	1,840	16,921.6	1,387	21.1	11,291.0
6	38101000	금속표면처리용 침지조제품, 땜질 또는 용접용 분말	6.5	0	89	441.1	2,382	2,565.2	1,804	36.8	10,859.7
7	85044082	정류기 (정지형변환기)	3.3	0	1,075	116.7	729	-32.2	847	77.4	8,957.4
8	84119900	터보제트·터보 프로펠러와 기타 가스터빈	4.1	0	27	107.8	174	535.1	943	985.7	7,358.1
9	73182200	기타 와셔	3.7	0	254	2,016.8	1,637	545.3	623	-39.7	7,339.6
10	85258091	텔레비전 카메라 및 비디오카메라 레코더	4.9	0	10	-12.4	858	8,514.3	665	185.7	7,247.6

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	전자석 클러치	HS Code	850520
관세율 변화	2.2% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對헝가리 수출액	('11년) 34만 3,000 달러 → ('13년) 57만 8,000 달러		
선정 사유	동 제품은 FTA 발효 전부터 한국이 강세를 보이던 품목이며 발효 직후 수출이 82.8% 증가		

□ 수요동향 및 전망

- 자동차산업은 헝가리의 주요 성장동력
 - 자동차산업은 헝가리 산업생산의 24.5%를 차지하는 동시에 전체 수출의 18%를 차지함.
- 2013년 자동차부품 총매출액은 회복세 선명
 - 2010년부터 꾸준한 성장세를 보였으며 서유럽으로의 수출확대와 국내 경기회복으로 2013년에는 총매출이 20.4% 증가함.
- 자동차부품 수요는 꾸준히 증가할 것으로 예상됨.
 - 2014년 자동차 생산량이 43만 대에 이를 것으로 추정됨(2013년: 31만 대)
 - 현지의 Daimler社, Audi社, Suzuki社는 헝가리에서 2013년 신모델을 출시했으며 2014년에도 매출 신장세를 기록할 것으로 기대됨.
 - Mercedes Benz社는 2013년 신규 공장을 가동하면서 전년대비 2배 이상 늘어난 10만 7,000대를 생산했으며, Audi社도 2010년에 투자한 공장건설이 완료되어 생산량이 10만 대 이상 증가할 것으로 보임.

□ 경쟁동향

- 동 제품 시장은 포르투갈의 점유율이 압도적
 - 한국도 2013년 기준 시장점유율 2위를 차지하며 특히 FTA 발효 이후 2012년에 전년대비 수출이 82.8% 증가한 바 있음.
 - 2013년에는 주요국에서 전반적인 수출량 감소 추세가 나타남.

<헝가리의 전자석 클러치 수입추이>

(단위 : 백만 달러, %)

순위	국가	2011	2012	2013	증감률('12/'11)
	총계	8,438	9,621	4,204	14.0
1	포르투갈	5,497	6,735	2,835	22.5
2	한국	343	627	578	82.8
3	독일	2,034	546	441	-73.2
4	네덜란드	8	107	92	1237.5
5	프랑스	143	713	86	398.6

자료원: World Trade Atlas

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: Y社
 - 동사는 자동차부품 제조 중소기업으로 Volkswagen의 1차 벤더인 Delfi社와 2010년 거래를 시작함.
 - 2011년부터는 KOTRA 부다페스트무역관 지사화서비스를 이용하면서 바이어 요청에 신속히 응대할 수 있었음.
 - Y社는 부다페스트무역관과 함께 바이어와 수시로 접촉하여 안정적인 관계를 구축했으며, Delfi社의 까다로운 구매요건을 충족하면서 이후 거래선 변경 없이 꾸준히 거래를 유지함.
 - 한-EU FTA 발효 이후 향상된 가격경쟁력 덕분에 2013년 Delfi社로의 수출은 약 490만 달러, 전체 수출은 1,600만 달러 규모를 달성함.
 - 또한 동사는 납기 단축과 소량주문 시 탄력적인 공급을 위해 현재 KOTRA 공동물류센터 이용을 추진 중

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Forex
취급품목	배터리, 축전지
연매출/ 對韓 수입액	470만 달러 / 25만 달러
담당자/직위	Mr. FORGO, Szilard / CEO
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 동사는 2011년부터 한국 제조업체 제품을 공급받고 있음. ▪ 한국산은 가격 면에서 중국 등 경쟁국 업체에 비해 경쟁력을 보유하나, 2.2% 관세철폐가 시장에 큰 영향을 주지는 않았음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 운송 소요기간 단축 필요 □ 장시간 소요되는 납기에 대해 유감을 표명함. 한국 공급 업체에서 물품을 받는 데까지 생산 및 운송기간을 포함해 총 4개월이 걸리므로 현지 물류센터 구축을 권장함.

기업명	Jasz-Plasztik
취급품목	축전지(자체생산 및 수입), 다이캐스팅
연매출/ 對韓 수입량	2억 7,570만 달러 / 1만 5,000~1만 7,000개
담당자/직위	Mr. SZABO, Zsolt / 배터리부서 팀장
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 동사 뿐 아니라 주요 경쟁사의 對韓수입은 FTA 발효 이후 증가함. 관세철폐는 경쟁국 제조업체 대비 가격경쟁력을 제고하는 데 기여
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 운송 소요시간 단축 필요 □ 동사는 납기 단축을 위해 유럽 물류센터 이용을 제안함. 한국에서 주문한 축전지를 받는 데 12주가 걸리며, 이는 다른 유럽 제조업체들에 비해 매우 불리한 요소라고 밝힘.

□ 시사점 및 진출방안

- 현지 바이어들은 공통적으로 FTA로 인해 가격인하 효과가 발생했다고 인지하나, 납기 단축이 필요하다고 언급하였음.
- 우리기업들이 KOTRA 공동물류센터 등을 활용하면 적기 공급생산 (Just In Time) 서비스로 물류경쟁력을 개선할 수 있을 것으로 보임.

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Masco
취급품목	CCTV 등
연매출/ 對韓 수입액	520만 달러 / 없음
담당자/직위	Attila Szentandrasi-Szabo / 기술 이사
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 체결 이후, 한국산 CCTV와 DVR²⁶⁾ 시스템 가격이 3-5% 하락함에 따라 일본 제품 대비 경쟁력이 발생함. ▪ 더 좋은 기술과 품질로 승부한다면 값싼 중국 제품에 비해서도 경쟁력이 보완될 수 있다고 생각함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국 제품은 경쟁력이 있다고 생각하지만, 한국 업체들의 시장 진입 전략에는 다소 아쉬운 면이 있음. ▪ 동사는 제품 수입 시 마케팅, 유통면에서 한국 기업의 지원을 기대하는 반면, 한국 업체는 우선적으로 큰 최소주문량(MOQ)을 원하는 경우가 보통임. ▪ 장기적인 관점에서 제품 홍보를 위한 시간이 필요하다는 점을 한국 업체가 고려한다면 헝가리 시장에서 성공할 수 있을 것이라 생각함.

□ 시사점 및 진출방안

- 바이어의 홍보전략에 적극적인 협조 필요
- 한국산 CCTV 제품의 가격경쟁력이 향상되었지만, 홍보 등 마케팅 활동 관련 시일이 필요한 점에 대한 한국기업의 이해가 부족하다고 언급함.
- 이에 따라, 바이어의 홍보 전략에 협조하여 장기적인 안목으로 관계를 맺는 것이 중요함.

26) 디지털 방식의 영상 감시 장비(Digital Video Recorder)

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Prolan
취급품목	LED 가로등 및 RF모듈(Radio Frequency Module)
연매출/ 對韓 수입량	1,030만 달러 / RF모듈 50~60만 개를 한국에서 수입
담당자/직위	Tibor Bakos / 공공 조명 프로젝트 매니저
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 동사는 FTA 발효 전부터 한국과 대만에서 RF모듈을 수입하고 있었으며 발효 후 3.7% 관세인하 덕분에 한국산 수입량을 늘리게 되었음. ▪ 한국산 제품의 수입 확대에는 높은 품질과 함께 가격경쟁력 개선이 결정적인 영향을 미침. FTA로 가격경쟁력을 갖추게 된 한국 제품이 현지 시장에서 경쟁력을 가질 것으로 생각함.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국의 고부가가치 상품과 특수한 기술이 매력적이며 이러한 장점을 더욱 발전시키는 방향이 바람직할 것으로 생각함.

□ 시사점 및 진출방안

- 지속적인 가격경쟁력 확보와 기술개발 필요
 - 바이어에 의하면, 가격경쟁력에서 미세하게 경쟁국을 앞섰으나 이러한 우세를 이어가기 위해서는 가격경쟁력 뿐 아니라 지속적인 기술개발, A/S 등 경쟁국 대비 우위를 점할 수 있는 전략이 필요함.

체코

1. 한-체코 교역 동향

□ 한국과의 수출입 동향

- 한-EU FTA 발효 이후 對체코 수출은 연평균 11.9% 증가
 - 對체코 수출은 한-EU FTA 발효 1년차에 기계류 및 자동차부품 수출 호조에 힘입어 전년대비 80.2% 증가
 - * 현지 현대자동차 공장 및 협력업체 등으로의 자동차부품 공급이 2012년 기준 對체코 수출의 52.7%를 차지함.
 - 발효 2년차부터는 수출이 감소를 보였는데 이는 2012년 하반기 현지 경기침체 심화와 함께 코로나화 평가절하의 영향으로 판단됨.
 - * 체코 중앙은행이 2013년 11월 코로나화 평가절하(1유로 당 25코루나 → 27코루나) 조치를 시행하면서 상대적으로 한국 제품의 가격경쟁력이 하락
- 對체코 수입은 연평균 21.1% 증가하며 발효 이후 상승세
 - 수입은 FTA 발효 1년차에 전년대비 51.1%, 2년차에는 14.3% 증가하였으나, 3년차에는 1.3% 감소
 - 전자응용기기, 기계부품을 중심으로 수입이 증가했으며, 3년차 들어서는 경기침체의 영향으로 전체 교역량이 줄어들면서 수입이 소폭 감소

<한-체코 수출입 추이>

(단위: 백만 유로, %)

구분	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (연평균)
對체코 수출	1,933	80.2	1,624	-16.0	1,002	-9.3	11.9
對체코 수입	383	51.1	438	14.3	283	-1.3	21.1

자료원: Eurostat

2. 주요 수출품목

□ 수혜/비수혜품목 비교분석

- 對체코 수출 100대 품목은 발효 1년차에 수출이 109.8%로 크게 증가했으나 2년차, 3년차에는 각각 16.6%, 0.5% 감소함.
- 이는 경기불황으로 인해 2012년 이후 자동차 생산이 줄어들면서 對체코 주요 수출품목인 자동차부품의 수요도 감소한 결과
 - * 체코의 2012년 자동차 생산대수는 약 118만 1,000대로 전년대비 1.6% 감소, 2013년에는 약 113만 4,000대로 전년대비 4.0% 감소
- 보수적인 체코 소비자들이 경기침체를 겪으면서 소비심리가 위축된 점도 신차 수출 감소에 영향을 미친 것으로 보임.
 - * 체코 자동차협회에 따르면, 자동차 평균 사용연수는 14.2년으로 체코 내 5년 미만의 신차비율이 약 17.5%에 불과

<對체코 수출 100대 품목 분석결과>

(단위: 백만 유로, %)

구분	품목수	1년차('11.7~'12.6)		2년차('12.7~'13.6)		3년차('13.7~'14.2)		
		금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년도 대비)	증감률 (발효전 대비)
총계	100	1,622	109.8	1,352	-16.6	884	-0.5	73.1
수혜품목	93	1,556	109.4	1,271	-18.3	847	1.1	72.6
비수혜품목	7	66	119.5	81	22.0	37	-27.4	87.2

자료원: Eurostat

- FTA 발효 이후, 100대 품목 전체 수출은 발효 전 대비 73.1% 증가
 - 발효 3년차 기준 수출 100대 품목 중 93개가 FTA 수혜품목이며 비수혜품목은 7개에 불과
 - 또한 수혜품목은 72.6%, 비수혜품목은 87.2% 증가하는 등 주요 품목 전반적으로 고른 수출 증가세를 나타냄.

<對체코 수출 수혜품목 중 증가율 상위 10대 품목>

(단위: 천 유로, %)

순위	HS Code	품목명	관세		對체코 수출						
			기존	현재*	1년차 (‘11.7~’12.6)		2년차 (‘12.7~’13.6)		3년차 (‘13.7~’14.2)		
					금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률 (전년동기 대비)	증감률 (발효전 대비)
1	84082057	차량추진용 엔진	4.2	0	142,301	214,263.3	12,713	-91.1	31,320	1,245.8	-
2	84073499	피스톤식 내연기관	4.2	0	41,155	210,089.4	39,968	-2.9	31,160	9.9	-
3	87088055	서스펜션 시스템과 부품	3.5	0	2,811	4,196,059.7	2,217	-21.2	1,594	13.7	2,379,474.6
4	87085055	형단조 단강 (차축)	4.5	0	4,516	766,602.0	2,975	-34.1	2,270	23.9	385,232.4
5	85371091	프로그래머블 메모리 컨트롤러	2.1	0	23	-91.0	1,762	7,587.2	11,169	2,721.6	106,772.2
6	87088099	서스펜션 시스템과 부품	3.5	0	2,404	22,751.5	2,122	-11.7	2,212	82.7	60,921.7
7	84248900	분무용 기기, 소화기 기타	1.7	0	59	74.7	12	-80.5	1,423	105,966.9	50,550.1
8	85011099	직류 전동기	2.7	0	1,755	26,657.5	3,058	74.3	1,782	-17.6	44,629.3
9	85011099	기타 진공펌프	1.7	0	851	4,505.3	1,720	102.2	3,574	439.4	39,339.3
10	87089499	운전대 부품 기타	3.5	0	4,027	12,532.9	7,048	75.0	3,968	-19.3	37,882.7

자료원: Eurostat

*주: 현재 관세율은 2014년 7월 기준

- 수혜품목 중 수출 증가율 상위 품목은 대부분 자동차부품
 - 수혜품목 對체코 수출 증가율 10대 품목 중 차량추진용 엔진, 피스톤식 내연기관, 차축 등 자동차부품이 6개를 차지함.
 - 2011년 현대자동차 체코공장의 생산량이 전년대비 25% 증가하고 2012년에도 20% 늘면서 관련 부품 수요 또한 상승한 것으로 보임.
 - 이는 2013년 체코 신차 판매량이 감소했음에도 현대자동차 현지 생산량 증가에 기인한 것으로 파악됨.
 - * 2013년 체코 신차 판매량은 16만 4,736대로 전년대비 5.3% 감소하였으나, 현대자동차 현지 생산량은 약 30만대로 전년대비 0.2% 상승함.

3. 수혜품목 성공사례

품목명(상세)	금형 (사출식 또는 압축식)	HS Code	84807100
관세율 변화	1.7% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對체코 수출액	('10년) 269만 유로 → ('11년) 663만 유로		
선정 사유	유럽경기 회복세에 따라 향후 자동차부품을 중심으로 금형 발주 증가가 기대됨.		

□ 수요동향 및 전망

- 對체코 사출금형 수출액은 2011년에 약 663만 유로를 기록하며 전년 동기 대비 146.5% 증가
 - 이는 관세철폐 효과와 함께 현지 자동차부품 수입수요 증가에 따른 결과로 분석됨.
 - 다만, 전년도 수출급증에 따른 기저효과로 이후 2012년 473만 유로, 2013년에는 343만 유로로 수출이 감소함.
- 최근 유럽경기가 회복세에 접어들면서 반등이 기대됨.
 - 2014년 1분기 체코 산업생산은 전년동기 대비 7.1% 증가했으며, 특히 기계분야는 11.9% 증가
 - 체코 소재 글로벌 자동차부품 1차 벤더의 금형 발주가 증가하는 등 2015년부터 자동차부품 및 완성차 생산량이 증가할 것으로 전망됨.

□ 경쟁동향

- 최대 수입대상국은 시장의 42.2%를 점유한 독일
 - 중국(10.4%), 일본(9.7%)도 주요 수입대상국이며 한국(2.3%)은 점유율 8위에 위치함.

□ 우리기업 성공사례

○ 기업명: Y社

- 플라스틱 사출금형 제조업체 Y社는 2012년 11월 KOTRA 프라하무역관 주최 상담회에 참석, 납품을 위해서는 모기업인 Volkswagen의 벤더로 등록하라는 Skoda社의 권유를 받음.
- Y社는 2013년 3월, Volkswagen 벤더 등록에 성공하였으며, 이후 현지 파트너 기업 발굴을 모색
- 2013년 9월 Y社는 체코 C社와 A/S 협약을 체결하고 이후, A社, P社와 추가 협약을 바탕으로 현지 유력 파트너 기업 3곳을 확보
- Y社는 상기 파트너십 체결을 바탕으로 2013년 12월 Audi 부품용 금형 수주에 성공, 이후 TOKAI RIKA社 물량 수주
- 특히 이는 Y社가 현지 마케팅을 통해 TOKAI RIKA 본사의 관심을 끌어내어 신규 벤더로 등록된 사례

품목명(상세)	플라스틱 또는 고무를 침투·도포 또는 피복한 장갑	HS Code	61161020
관세율 변화	8.0% → 0%	관세철폐 스케줄	즉시 철폐
FTA 발효 전후 對체코 수출액	('11년) 76만 유로 → ('12년) 77만 유로		
선정 사유	▪ 가격 경쟁이 치열한 저가품목으로 관세철폐 효과에 힘입어 한국산 수입수요 상승		

□ 수요동향 및 전망

- 2013년 기준 작업용 장갑 수입규모는 1,800만 유로이며, 수입시장의 70.4%를 중국산 제품이 차지하고 있음.
- 한국의 對체코 수출은 발효 1년차에 약 80만 유로를 기록하며 전년 동기 대비 20.5% 증가
- 2년차에는 한국산 수입이 12.5% 하락했으나, 3년차에 28.9% 증가하는 등 향후 경기호전에 힘입어 더욱 상승할 것으로 전망됨.

□ 경쟁동향

- 작업용 장갑 시장에서는 가격이 특히 중시됨.
 - 중국, 스리랑카, 파키스탄 등이 저렴한 가격을 무기로 체코시장을 장악하고 있으며 현지 바이어들은 기본적으로 저가 제품을 선호함.
 - 2013년 기준 한국은 작업용 장갑 수출순위 3위에 위치하고 있음.
 - * 작업용 장갑 對체코 수출국 1위는 중국, 2위는 스리랑카

□ 우리기업 성공사례

- 기업명: G社
 - G社는 2012년 KOTRA 무역사절단의 일원으로 프라하를 방문한 후, 체코의 시장성을 높이 평가하여 2013년 3월부터 KOTRA 지사화서비스를 이용함.
 - 동사는 제품 로고 및 장갑 내 레이블 디자인 등 바이어 요구에 맞는 제품을 준비하는 과정에서 여러 난관에 부딪혔으나, 다양한 요구를 성실히 이행하여 바이어의 신뢰를 확보
 - G社는 2013년 11월 독일 뒤셀도르프에서 개최된 “A+A 2013 DUSSELDORF” 전시회에 참가, 행사장에서 TRIO HAVEL社와 최종 구매 상담을 진행한 결과, 첫 주문 성사
 - 초도 물량은 8,838 달러로 규모가 크지는 않지만, 향후 주문 및 성약이 증가할 전망

4. 바이어 인터뷰 및 시사점

☐ 현지 주요 바이어 반응

기업명	Radka
취급품목	코팅용 화학제품, 차체, 엔진커버 제조용 고무 및 플라스틱 제품 유통
연매출/ 對韓 수입액	6,200만 달러 / 72만 달러
담당자/직위	Ivan Zelenka / 부사장
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ 한-EU FTA 발효 전에는 건축용 화학제품의 관세(7%)로 인해 한국제품의 가격경쟁력이 다소 부족했음. ▪ 그러나 FTA 발효 후 가격이 인하되면서 한국산 제품 수입량을 늘리고 있음.
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 한국기업 제품이 REACH에 등록되어 있지 않은 경우가 많아 거래에 걸림돌이 되고 있음. 따라서 동 인증의 취득이 우선적으로 필요함.

☐ 시사점 및 진출방안

- 현지에서 한국산 화학수지, 플라스틱, 고무제품의 인지도는 점차 향상되고 있음.
 - 2013년 對체코 화학제품 수출액은 약 1억 5,500만 유로로 전년대비 2.5% 증가했으며 플라스틱 제품(약 9,600만 유로)이 전체 수출의 61.9%를 차지
 - 특히 한-EU FTA 발효 이후 관세철폐로 수입가격이 하락하고 통관절차가 간소화되면서 한국산의 경쟁력 상승이 기대됨.
- 현지 진출을 희망하는 기업들은 REACH 등록이 필수
 - EU 내에서 연간 1톤 이상 제조 또는 수입되는 모든 화학물질은 유럽 화학물질청(ECHA)에 의무적으로 등록해야 함.

※ REACH(Registration, Evaluation, Authorization and restriction of CHemicals)

- EU 내 연간 1톤 이상 제조·수입되는 모든 물질에 대해 양과 위해성에 따라 등록, 평가, 허가 및 제한을 받도록 하는 화학물질관리규정으로 2007.6월 발효됨.
- 역내에서 제조되는 화학물질은 물론 이를 사용해 생산된 모든 제품과 수입품에도 포괄적으로 적용되므로 EU시장 진출에 막대한 영향을 끼침.

- 비슷한 제품군을 취급하는 기업들이 공동으로 등록하여 인증 취득에 소요되는 비용과 노력을 분담하는 전략도 고려할 필요가 있음.

○ 현지법인 설립 혹은 현지 유통업체 발굴 필요

- 체코에서 화학제품을 유통하기 위해서는 EU 회원국 내에 법인을 보유해야 함.
- 따라서 우리기업이 화학제품 유통을 희망하는 경우 체코에 화학제품 유통·생산 법인을 설립하거나 현지 업체를 통해 유럽시장에 유통해야 함에 유의

□ 현지 주요 바이어 반응

기업명	VALVE Control
취급품목	펌프 및 산업용 밸브 유통
연매출/ 對韓 수입액	500만 달러 / 30만 달러
담당자/직위	Michal Babicek / CEO
한-EU FTA가 한국산 구매에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	▪ FTA 발효 이후 한국 및 한국산 제품의 인지도가 크게 향상되었고, 기존 2.2% 관세가 철폐되면서 한국산 제품의 매입 가격 또한 하락
한국산 제품 경쟁력 보완을 위한 제언	▪ 관세철폐에도 불구하고, 아직까지 경쟁국에 비해 한국제품 가격이 높은 편이므로 가격경쟁력 향상이 필요함.

□ 시사점 및 진출방안

- 현지 기업들은 주로 독일, 이탈리아, 미국, 스위스 등의 유명 기업에서 밸브 및 밸브 작동기를 수입함.
 - 국가별로는 독일이 수입시장의 약 40%를 점유하며 이탈리아(16%), 룩셈부르크 (16%), 일본(6%) 등이 뒤를 이음.
- 밸브 수요는 2008년 이후 정체된 상황
 - 2011년부터 점차 회복되고 있으나, 당분간 뚜렷한 수요 증가가 예상되지 않아 공격적인 마케팅 전략이 필요할 것으로 판단됨.
 - 현지 시장 내 가격경쟁이 매우 치열하여 제품 품질은 높아지는 반면 가격은 계속해서 하락하는 추세
- 가격 책정에 주의, 바이어 요구에 대한 적절한 대응 필요
 - 한-EU FTA 발효 이후 한국제품의 인지도는 크게 상승했으나, 여전히 한국제품 가격이 경쟁국 대비 높은 편이므로 우리기업은 가격 설정에 각별히 유의할 필요가 있는 것으로 판단됨.
 - 품질 대비 가격이 구매 결정 시 가장 중요한 기준이며 시장 경쟁이 치열한 상황에서 바이어 요구에 대한 신속한 대응 또한 필요

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 채편에 따른 시사점 조사 - 1편 -	2014.3
14-004	유럽 신재생에너지시장 채편에 따른 시사점 조사 - 2편 -	2014.3
14-005	유럽 신재생에너지시장 채편에 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	한개 FTA 협력 유망 4대 산업	2014.6
14-022	한-EU FTA 3주년 효과분석 및 성공사례	2014.6

□ 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
14-014	2014 U턴기업 지원 종합가이드	2014.5
14-015	사우디아라비아 투자실무가이드	2014.5
14-016	러시아 에너지시스템 시장 현황	2014.5
14-017	2013년도 북한의 대외무역동향	2014.6
14-018	Global Green Hub Korea 2014 결과보고서	2014.6

□ 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



작성자

- | | |
|-------------|--------|
| ◆ 프랑크푸르트무역관 | 박소영 |
| ◆ 파리무역관 | 김희경 과장 |
| ◆ 런던무역관 | 장명철 과장 |
| ◆ 마드리드무역관 | 전수연 과장 |
| ◆ 밀라노무역관 | 최윤정 |
| ◆ 브뤼셀무역관 | 이재욱 과장 |
| ◆ 암스테르담무역관 | 임성아 과장 |
| ◆ 바르샤바무역관 | 박 민 과장 |
| ◆ 부다페스트무역관 | 양효준 과장 |
| ◆ 프라하무역관 | 최용안 |
| ◆ 선진시장팀 | 이연주 과장 |
| ◆ 선진시장팀 | 이동훈 대리 |



Global Market Report 14-022

한-EU FTA 3주년 효과분석 및 성공사례

발 행 인 □ 오 영 호
 편 집 인 □ 김 성 수
 발 행 처 □ KOTRA
 발 행 일 □ 2014년 7월
 주 소 □ 서울시 서초구 헌릉로 13
 (우 137-749)
 전 화 □ 02) 1600-7119(대표)
 홈페이지 □ www.kotra.or.kr
www.globalwindow.org

Copyright © 2014 by KOTRA. All rights reserved.
 이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
 저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
 무단전재와 무단복제를 금합니다.