
FTA 통한 분야별 해외기업 성과제고 사례 분석

- 미국과 FTA체결국 기업을 중심으로 -

요 약

□ 미국과 FTA체결국은 협정발효국을 포함 18개국, 현재도 우리나라, 태국, 말레이시아 등 45개 국가가 미국과 FTA 협상중임.

□ 미국과 FTA체결 5개국(캐나다, 멕시코, 칠레, 호주, 싱가포르) 기업의 분야별 성공사례 조사 결과, FTA체결 영향은 산업별, 품목별로 상이할 뿐 아니라 동종업종의 기업간에도 상이하게 나타났음.

* 발효시점 : NAFTA('94.1), 미-칠레('04.1), 미-싱가포르('04.1), 미-호주('05.1)

- 분석대상 사례 : 5개국 환경·제약·섬유·기계·전기전자·디자인·소프트웨어·포장·기타 등 15개 사례
- 조사방법 : 기초 문헌조사 및 관계자 현장 인터뷰
- 조사내용 : 기업별 FTA에 따른 성과, 성과에 영향을 미친 FTA로 인한 주요 변화요인, 기업 대응 및 마케팅 전략

□ 미국과 FTA에 따른 성과제고기업의 특징은 제품 및 서비스 경쟁력 우수기업, FTA에 대비해 사전준비를 철저히 한 기업, FTA 전후 자신감을 바탕으로 적극적 마케팅을 추진한 기업으로 요약됨.

□ 조사대상 기업의 FTA에 따른 성과는 대미 수출 확대, 미국진출을 바탕으로 한 제3국 진출 증가, 유력기업과 제휴 통한 기업경쟁력 강화로 나타나 한미 FTA 효과가 단순히 대미 수출증가 효과만 가져오는 것이 아님을 보여줌.

□ 성과 제고에 영향을 미친 FTA로 인한 주요 변화는 관세인하, 지적재산권 보호 강화 통한 신뢰 제고, 인적교류 확대, 통관절차 간소화, 정부조달시장 참여 문호 확대, 상대기업간 신뢰 및

인지도 향상 등으로 나타났으며, 이들 요인은 각 요소가 개별적으로 작용하는 것이 아니라 기업 성과제고에 복합적으로 작용한 것으로 나타났음.

□ 사례에 소개된 기업들이 FTA체결 전후 성과제고를 위해 펼친 마케팅 전략은 다음과 같음.

- 기술개발 및 틈새시장 공략 통한 차별화
- 현지 사무소 설치
- 현지 유력기업과 판매 및 기술 제휴
- 전문전시회 참가 등 적극적 마케팅 전개
- 환경 등 현지 법규에 적합한 제품 개발
- 특허 및 필요 인증 획득
- 현지실사 등 철저한 사전 시장조사
- 필요시 생산시설 확충

□ 사례별 FTA 활용성과, 활용요인, 기업 마케팅 전략 요약
: p. 10, 11 요약표 참조

□ 한편, 5개국의 미국과 FTA 체결 전후 교역량 분석결과

- FTA와 대미 수출입 통계간 상관관계 분석결과, 체결 첫해와 이듬해 대미 수출입이 크게 증가했으나, 때로는 FTA 효과가 미국의 경기변동, 제3국 수출에 묻히는 경우가 있음.
- 캐나다, 멕시코의 경우 NAFTA 체결 후 대미 무역수지 흑자가 대폭 증가해 증가세가 이어지고 있으며, 발효 2~3년차를 맞고 있는 칠레, 싱가포르, 호주의 경우 아직까지 FTA가 대미 무역수지 변화에 미친 영향은 크지 않음.

목 차

I. 미국과 FTA 체결국가의 대미 교역변화 4

1. 미국과 FTA체결국 현황 4

2. 미국과 FTA체결 5개국의 협정발효 전후 교역변화 6

II. 분야별 대미 FTA 체결국 기업성과 제고사례 10

1. 사례분석 통한 FTA성과, 성과에 미친 요인, 마케팅전략 ... 10

2. 분야별 기업성과 실질 제고사례 11

III. 시사점 80

【부록】 미국과 FTA 체결국의 체결전후 대미 교역량 변화

I. 미국과 FTA 체결국가의 대미 교역변화

1. 미국과 FTA 체결국 현황

□ 미국과 FTA 체결국가 현황 (2006년 9월말 기준)

기발효(발효시점)	체결 (발효예정)	협상중	검토중
이스라엘(1985.8) 캐나다/멕시코(1994.1) 요르단(2001.12) 칠레(2004.1) 싱가포르(2004.1) 호주(2005.1) 모로코(2006.1) CAFTA-DR(2006.3~7) 바레인(2006.8)	페루 콜롬비아 도미니카공화국 코스타리카 오만(美상하원 비준 완료)	한국 태국 말레이시아 UAE 파나마 SACU FTAA 에콰도르	대만, 파키스탄 등
13개국	5개국	45개국	-

주1) CAFTA-DR : 과테말라, 온두라스, 엘살바도르, 니카라과, 도미니카공화국(이중 엘살바도르, 과테말라, 온두라스, 니카라과는 2006년 3~7월중 발효, 도미니카 공화국은 협상 타결후 양국 의회 비준 기다리는 상태임.)

주2) SACU(South African Custom Union) : 보츠와나, 레소토, 나미비아, 남아공, 스와질랜드

주3) FTAA(Free Trade of the Americas) : 미주 34개국

□ 미국의 FTA 정책

- 미국은 2000년대 초까지 다자체제를 통한 교역자유화에 역점을 뒀으나, 최근 지역주의 확산 추세에 따라 지역 및 쌍무간 무역협정 체결을 병행 추진중임.

- 2001년까지 미국과 FTA를 체결한 국가는 이스라엘, 캐나다, 멕시코, 요르단 등 4개국에 불과했으나 2003년부터 미국 행정부는 FTA 협상을 적극 추진
- 부시행정부는 FTA를 자유무역 확산위한 핵심수단으로 인식하고 있음을 표명한 바 있음.
- 2006년 9월말 기준, 최근 발효된 바레인을 포함 미국과 FTA 체결국은 협상발효국 13개국, 협상 타결국 5개국 등 총 18개국이며, 현재도 우리나라, 태국, 말레이시아 등 45개국과 협상을 진행중임.
- 특히 2006년 7월 미국, EU, 개도국들간 농업부문에 대한 이견 등으로 인해 WTO의 DDA 협상 잠정중단이 선언됨에 따라 미국은 FTA 협상에 더 큰 비중을 둘 것임.
- 미 행정부는 불필요한 정치적 논쟁을 방지하기 위해 ‘다자체제 확산 지연에 따른 FTA 추진 강화’ 등의 논평은 자제하고 있으나 미 의회 및 미국 통상관계자들에 따르면 향후 FTA 협상에 더욱 비중이 실릴 전망이다.
- 미국은 상대국과 FTA체결시 상품뿐 아니라 서비스, 투자, 지적재산권 등을 아우르는 포괄적 FTA 협정 체결을 지양하고 있으며, 정치·경제적인 목적을 고려해 아시아·중동·중남미지역 국가와 FTA 체결에 높은 관심을 기울이고 있음.

2. 미국과 FTA 체결 5개국의 협정발효 전후 교역변화

□ FTA 전후 수출입 규모 변화

- 미국과 FTA를 체결한 주요 5개국의 FTA 체결 전후 교역량을 단순 비교한 결과는 아래와 같음.

체결 대상국	발효일	대미 수출 변화		대미 수입 변화	
		체결전	체결후	체결전	체결후
캐나다	1994.1	-83~93, 10년간 연평균 8.1% 증가	-체결후 1, 2년 16,13% 증가 -94~2005년, 11년간 연평균 7.5% 증가	-83~93, 10년간 연평균 10.4% 증가	-체결후 1, 2년 15,10% 증가 -94~2005, 11년간 연평균 5.8% 증가
멕시코	1994.1	-83~93, 10년간 연평균 9.1% 증가	-체결후 1, 2년 24,25% 증가 -94~2005년, 11년간 연평균 11.8% 증가	-83~93, 10년간 연평균 16.4% 증가	-체결후 1, 2년 22,-9% 증가 -94~2005, 11년간 연평균 8.1% 증가
칠레	2004.1	-93~2003, 10년간 연평균 10.0% 증가	-체결후 1, 2년 25,36% 증가	-93~2003, 10년간 연평균 0.4% 증가	-체결후 1, 2년 33,43% 증가
싱가포르	2004.1	-93~2003, 10년간 연평균 1.8% 증가	-체결후 1, 2년 1%,-1% 증가	-93~2003, 10년간 연평균 5.3% 증가	-체결후 1, 2년 18, 5% 증가
호 주	2005.1	-93~2003, 10년간 연평균 6.7% 증가	-체결 첫째 -1% 증가 (2004:17%, 2005: -1%)	-93~2003, 10년간 연평균 4.7% 증가	-체결 첫째 11% 증가 (2004:8%, 2005:11% 증가)

자료원 : UN Comtrade 통계 분석

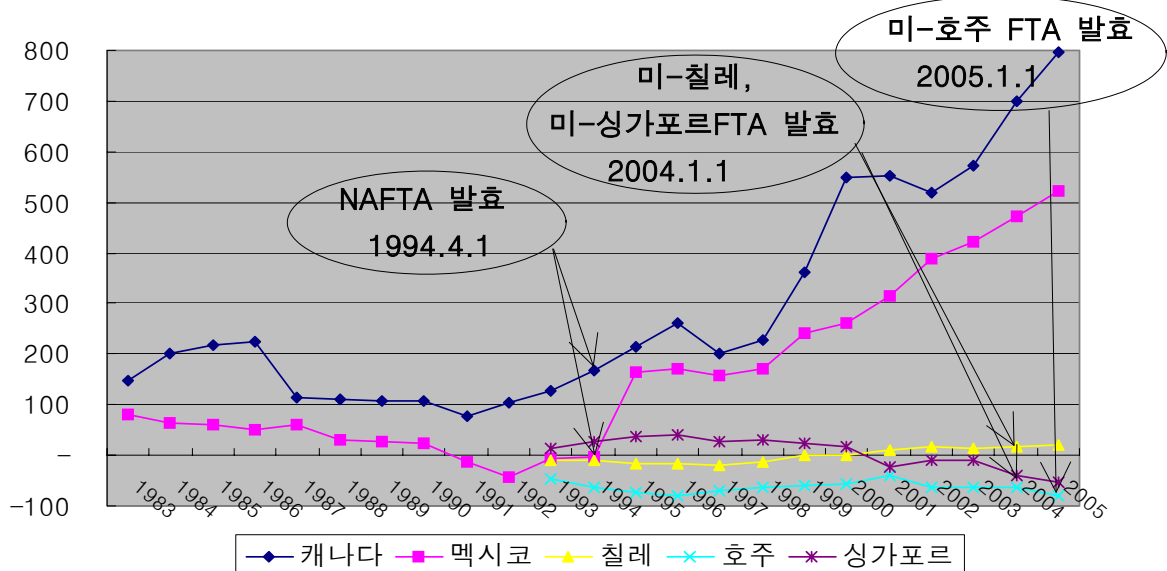
- 멕시코는 분석 대상 5개국 중 미국과 FTA 체결 후 가장 많은 대미 수출증대를 기록했음.

- 1994년 FTA 체결 첫해와 둘째 해 대미수출은 각각 전년대비 16%, 13% 증가, 수입은 15%, 10% 증가
- 체결 전 10년간(1993~2003년) 연평균 대미 수출 증가율은 9.1%에서 체결 후 11년간 11.8%로 증가. 한편, 대미 수입의 경우 체결 전 10년간 연평균 증가율은 16.4%에서 체결 후 11년간은 8.1%로 감소
- 캐나다의 경우 1994년 미국과 NAFTA 체결 이후 체결 첫해와 둘째해 대미 수출이 각각 16%, 13% 증가
- 체결 전 10년간(1993~2003년) 연평균 대미 수출증가율은 8.1%에서 체결 후 11년간 7.5%로 다소 감소. 이는 2001~02년 미국 경기침체에 대미 수출이 연속 감소한데 기인한 측면이 크며, 2004년과 2005년 대미 수출은 전년대비 14%, 13%의 큰 폭 증가 실현
- 2004년 1월 미국과 FTA를 발효시켜 발효 3년째를 맞고 있는 칠레의 경우, 체결전 10년간(1993~2003년) 연평균 대미 수출증가율 10.0%, 수입증가율 0.4%에서 체결 첫해와 다음해 전년대비 수출증가율은 25%, 36%, 수입증가율은 33%, 43%를 기록, 미국과의 교역규모가 급증하고 있음.
- 역시 2004년 1월 미국과 FTA를 발효시킨 싱가포르의 경우 체결 전 10년간(1993~2003년) 연평균 대미 수출증가율 1.8%, 발효 첫해와 다음해 대미 수출 증가율 1%, -1%로 큰 변화가 없었음. 단 대미 수입의 경우 최근 10년간 증가율이 5.3%였으나 2004년 18%를 기록한 후 2005년에는 다시 5%로 증가율 둔화
- 작년(2005년 1월) 미국과 FTA를 발효시킨 호주의 경우 체결 전 10년간(1993~2003년) 연평균 대미 수출증가율은 6.7%, 체결 첫해는 -1%를 기록했으나 이는 직전 해인 2004년의 대미 수출이 17%로 대폭 증가했던 것에 기인. 수입은 체결 첫해 11% 증가

- 전체적으로 캐나다·멕시코·칠레의 경우 체결 전에 비해 협정 발효 후 첫해와 다음해 대미 수출입이 모두 큰 폭의 증가세를 실현했고, 싱가포르·호주의 경우 체결 전후 수출은 큰 변화가 없었으며, 수입은 체결전보다 높은 증가율 기록
- 캐나다, 멕시코는 NAFTA 발효 후 3년차인 1996~98년간 다소간의 조정기를 거쳤으며, 미국 경기침체기인 2001~03년간 대미 수출입이 감소하거나 보합세를 보이다가 2004, 2005년에 다시 높은 대미 수출증가율을 기록중임.
- 싱가포르·호주의 경우 미국과 FTA 체결 후 수출에 비해 수입이 다소 높은 증가를 기록했으며, 이는 미국시장에서 중국 제품의 점유율이 급격히 증가하면서 이들 국가의 대미 수출증가폭이 크지 못했던데 기인함. 실제 2004, 2005년 중국의 대미수출 증가율은 29%, 24%에 달했음.
- 결론적으로 FTA와 수출입 통계간 상관관계를 보면, 체결 첫해와 이듬해 수출입이 크게 증가하는 것이 일반적이나, 때로는 FTA효과가 미국의 경기변동, 제3국 수출점유율 변화에 따른 영향에 묻히는 경우가 있어, FTA와 교역량만의 상관관계를 정확히 분석하는 데는 어려움이 있음.

□ 5개국의 대미 무역수지 변화

【미국과 FTA 체결 5개국의 대미 무역수지 변화】



- 멕시코의 경우 1983~94년까지 79억달러에서 △45억달러까지 감소 하던 대미 무역흑자가 NAFTA 발효 이듬해인 1995년부터 흑자기 록후 흑자폭이 큰 폭으로 지속 증가중

- 1985(60억달러) → 1990(25억달러) → 1992(△45억달러) → 1995 (164억달러) → 2000 (261억달러) → 2005 (523억달러)

- 캐나다의 경우도 1983~94년까지 77억~225억달러대에서 등락을 거듭 하던 대미 무역흑자폭이 NAFTA 체결후 지속 증가세

- 1990(77억달러) → 1995(213억달러) → 2000(550억달러) → 2005 (795억달러)

- 미국과 FTA 발효 2~3년차를 맞고 있는 칠레, 싱가포르, 호주의 경우 아직까지 대미 무역수지에서 주목할만한 변화는 없으며, 미국과 FTA가 대미 무역수지에 미친 영향을 판단하기는 이른 시점 임.

Ⅱ. 분야별 대미 FTA체결국 기업성과 제고사례

1. 사례분석 통한 FTA 성과, 성과에 미친 주요인, 마케팅전략

☐ FTA 체결시 기대효과

- 수출 및 해외시장 진출확대
- 상대국 및 제3국 기업과 제휴 통한 기업 마케팅·기술 경쟁력 강화
- 미국시장 진출 바탕으로 여타시장 진출 확대

☐ 성과 제고에 영향을 미친 FTA로 인한 주요 변화

- 관세인하
- 지적재산권 보호 강화 통한 신뢰 제고
- 인적교류 확대
- 통관절차 간소화
- 정부조달시장 참여 문호 확대
- 상대기업간 신뢰 및 인지도 향상

* 이들 요인은 개별적이 아닌 복합적으로 경영환경 변화에 작용

☐ FTA 성공기업 요건

- 제품·서비스 경쟁력
- 수요 분석을 바탕으로 한 철저한 사전 준비
- FTA 체결 전후 자신감을 가지고 적극적 마케팅

☐ 성과제고 기업의 FTA 활용 전략

- 기술개발 및 틈새시장 공략통한 차별화
- 현지 사무소 설치
- 현지 유력기업과 판매 및 기술제휴
- 전문전시회 참가 등 적극적 마케팅 전개
- 환경 등 현지 법규에 적합한 제품 개발
- 특허 및 필요 인증 획득
- 현지실사 등 철저한 사전 시장 조사
- 필요시 생산시설 확충

* 특히 다양한 형태의 현지화전략 중요 (Ⅲ. 시사점 참조)

2. 분야별 기업성과 실질 제고사례

□ 기업성과 제고사례 요약

분 야 (기업명/소재국)	주요 성과	관련, FTA체결 효과	기업 마케팅전략
환경정화 - ETI - 캐나다	-미국내 96개 하수정화 용 투과성 반응벽 프로 젝트 수주 -자사고객 3/4 미국 정부기관 및 글로벌 기업으로 확보 -미국진출 바탕으로 유럽 17개, 일본 11개 등 프로젝트 수주	-인력이동 자율성 확대 -관세폐지 -통관절차 간소화	-미국환경법에 맞는 제품설계 -미국 특허취득 -미국내 동종기업과 제휴마케팅 전개
환경 측정 시스템 - FTS - 캐나다	-미국, 멕시코 정부조달 시장 진출 -미국진출 바탕으로 호주, 뉴질랜드, 일본, 멕시코 시장 확대	-관세폐지(원자재 수입가 절감, 완제품 가격경쟁력 제고) -정부시장 진출기회 확대	-정부기관 타깃마케팅 -현지 지사설치 -신규 비즈니스 파트너 발굴
제약 원료제조 - BioVectra - 캐나다	-대미수출 및 전체 매출에서 대미 수출비중 증가	-관세인하(원자재 수입가 절감, 완제품 가격경쟁력 제고) -공정경쟁체제 강화에 따른 글로벌경쟁력 제고	-생산시설 확충 -R&D 투자 확대 -현지지사 활용 -FDA, ISO인증 취득
제약 R&D 전문기업 - Novotech - 호주	-호주기업 최초 미국 제약사로부터 R&D 프로젝트 수주	-지재권 보호강화에 따른 신뢰 제고 -체결국간 마케팅에 우호적 비즈니스 환경 조성	-현지지사 개설 -미국 전문전시회 참가
섬유직물(데님) - CISPA - 멕시코	-대미수출 지속증가 -미국시장 점유율 확대 (6%) -미국 유명 의류브랜드 고객 확보	-관세폐지 (20~25%→무세화) -미국 유력기업과 제휴 계기 마련	-미국 유력업체와 제휴(생산, 마케팅) -생산공장 증설 -틈새 차별화제품 개발(내열성 데님)
섬유의류 (남성정장) - Pollak - 칠레	-대미수출 증가 (체결 첫째 46%)	-관세폐지 (17~24%→무세화) -얀포워드원산지규정 :수직계열화로 대응	-현지 경쟁상황에 맞춘 제품 포지셔닝 -생산의 수직계열화 -고품질제품 생산
기계 및 부품 - VMAC - 캐나다	-대미수출 증가 (현재 전체생산의 70% 대미 수출) -미국내 수백개, 호주에 수십개 딜러망 확보	-관세폐지(원자재 수입가 절감, 완제품 가격경쟁력 제고) -정부조달시장 진출 기회 확대	-틈새·고기술 제품 개발 -현지기업과 네트 워킹 확대

해상용 특수 조명장비 - Sealite - 호주	-대미수출 개시 및 미국 정부시장 최초 진출	-미국정부시장 진출 참여기회 확대 (호주는 WTO 정부 조달협정 미양허국)	-미조달청 벤더등록 (GSA Schedule) -틈새·고기술 제품 개발 -현지 전문전시회 참가
백색가전 - Mabe - 멕시코	-대미 수출 증가 (매년 50만대 양문형 냉장고 대미 수출)	-관세폐지 (2.9~3.6%→무세화)	-캐나다 전자기업 인수 -GE와 제휴 (기술, 판매채널, 제품 구성) -브랜드차별화 전략
선박디자인 (서비스) - Geona Design - 캐나다	-미국 정부조달 프로젝트 수주 -지리적 한계 극복 통한 대미 매출 증가	-인력이동 자유화 확대 -미국정부시장 진출 참여 기회 확대	-지리적 한계 극복 위한 정보시스템 구축 -정부지원 프로그램 활용 -관련기업과 네트워킹 확대
소프트웨어 (비디오편집용) - Muvee Tech - 싱가포르	-라이선싱 판매 등 매출 증가	-지적재산권 보호 강화 통한 라이선싱 수익 증가 및 거래선 신뢰 제고	-투자집중 통한 특허 취득(2004) -현지 사무소 오픈 (2004) -현지 전문전시회 참가
전자,반도체기기 포장 - Dou Yee - 싱가포르	-대미수출 40%신장	-관세인하에 따른 가격경쟁력 제고 (3%→무세화) -통관비용 절감 및 절차 간소화	-현지 전문전시회 참가 -고품질제품 개발 -현지 지사 운영
시멘트 생산 - GCC - 멕시코	-반덤핑 규제 위기 벗어나 미국내 매출 증가(전체 매출의 48% 미국내 생산제품으로 충당)	-투자 자유화 강화에 따라 현지진출 기회 확대	-미국내 생산·유통 기지 건설 통해 현지 내수시장 공략 -국내 경쟁기업과 제휴 통해 해외시장 공략
육류 - AASA - 칠레	-대미 수출기회 확보	-쇠고기 수입관세 (26.4%) 폐지 -육류검역 투명성 제고로 미당국의 수출 승인 기업 증가	-미국 보건당국 승인 추진 -현지 시장 실사 -현지 수요맞춤형 생산설비 구축
유제품(치즈) - Bega - 호주	-설립 100년만에 대미 수출 최초 달성	-관세 폐지 (8~20%→무세화)	-미국기업과 제휴 계약 체결 -생산시설 증대

◆ 기업명 : EnviroMetal Technologies Inc.(ETI)

- 본사 소재지 : 캐나다 온타리오주 Waterloo
- 설립연도 : 1992년
- 업종 : PRB 디자인 · 컨설팅 서비스, 친환경 토양정화제품 제조
- 종업원수 : 5명
- 연간 매출액 : C\$ 100만~500만(US\$ 83만~413만)
- 연간 수출액 : C\$ 100만~500만(US\$ 83만~413만)
- 홈페이지 : www.eti.ca

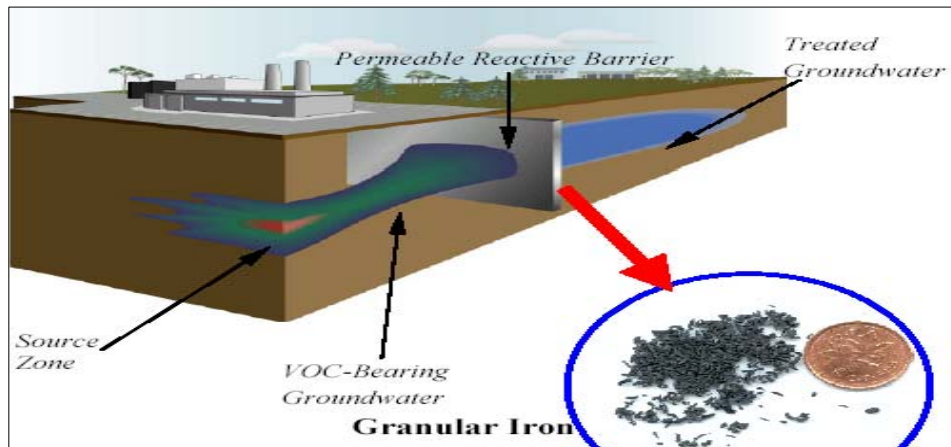
◆ 면담자 : Mr. John Vohan / President

① FTA 활용 성과

□ 환경정화 신기술 벤처기업

- 캐나다 외교통상부에 의해 NAFTA Success Story로 소개
- ETI사는 환경정화 전문 중소기업으로 오염된 지하수를 정화하는 ‘투과성 반응벽(PRB : Permeable Reactive Barrier)’ 설계 및 관련 서비스 제공과 ‘무독성 토양정화제’ 제조를 주 비즈니스로 하고 있음.
- 이 회사는 공과대학으로 유명한 워터루대가 개발한 기술을 상용화하는 것으로부터 출발했으며, PRB 기술은 1999년 미국 환경청에 의해 오염된 지하수 정화분야의 가장 주목할만한 기술로 선정된 바 있음.

< PRB 개념도 >



□ 미국내 프로젝트 다수 수주, 미정부 및 글로벌기업 고객 확보

- 1992년 설립된 후 1994년까지 PRB 사이트 건설 수주실적은 캐나다내 2개에 그쳤으나 NAFTA 체결 후 미국시장을 본격 공략한 결과, 지금까지 미국에서만 96개 PRB 사이트 프로젝트를 수주했고 현재는 자사 고객의 3/4이 미국에서 창출되고 있음.
- 미국내 주요 고객은 미국 국방부, 에너지부 등의 정부기관과 Dupont, GE, HP, Honeywell 등 글로벌 기업들임.

□ 미국내 성공을 계기로 글로벌시장 진출 확대

- 미국 정부기관 및 글로벌 고객과 거래경험을 토대로 해외시장 진출을 추진했으며, 환경산업의 특징을 살려 유럽, 일본, 호주 등 선진국으로 시장을 확대하고 있음.
- 현재까지 PRB 수주실적은 미국에서 96개, 캐나다 2개, 유럽 17개, 일본 11개, 호주에 1개 등 총 127개에 달함.
- 특히 일본의 환경규제 강화추세에 맞춰 일본의 Kurita, Dowa사와 제휴협정을 맺고 일본시장 진출에 역량을 기울이고 있음.

② FTA 효과

□ 역내 국가간 인력이동 원활성 증가

- ETI사는 최적의 PRB 사이트 건설을 위해 프로젝트 수주시 해당 지역에 직원을 파견해 환경분석을 수행하고 발주자 면담 및 요청 사항 접수 등을 통해 제반 여건을 파악해 이를 프로젝트에 정확히 반영하는 노력을 기울이고 있음.
- 이후에도 설계부터 시공사 선정, 시공, 테스트, 운영의 전과정에 참여해야하는 업무 특성상 미국 등 현지로의 빈번한 출장이 불가피했음.
- NAFTA 체결로 아래 네 가지 경우를 포함한 기업인의 일시 입국이 더욱 자유로워짐에 따라 미국에서도 캐나다와 동일한 인적 서비스 제공이 원활해졌음.
- Business Visitors(사업방문자) : R&D, 생산, 마케팅 및 세일즈, 배송, 사후서비스, 행정인력 등
- Traders and Investors(무역, 투자가)
- Intra-Company Transferees(회사내 인력이동)
- Professionals(전문인력)
- * 미국과 캐나다는 NAFTA 체결 전에도 양국시민의 무비자 입국이 허용됐으나 NAFTA 16장(기업인의 일시귀국)에 의거, 보건·안전·국가안보 등 예외적인 경우를 제외하고는 역내국간 비즈니스맨들의 일시입국이 보장됨으로써 ETI 입장에서는 타국 기업에 비해 미국에서의 비즈니스 활동이 더 용이했다고 함.

□ 관세철폐에 따른 생산원가 절감

- ETI사의 또다른 주력제품은 Darament, EHC, ZNZ-Clay 등 토양정화제품으로 이들 제품의 주원료는 주로 미국으로부터 수입중임. (해당 원료명 공개요청은 거부)

- 현재 캐나다는 미국과의 수출입에 있어 일부 민감품목과 할당관세(TRQ) 적용품목을 제외하고는 NAFTA에 의거, 대부분 품목이 무관세로 거래중이며, ETI에서 수입하는 원료 역시 무관세를 적용받고 있어 타국으로부터의 수입을 고려하지 않고 있다고 함.

【NAFTA에 따른 관세철폐 계획】

품목구분	대상품목비중	관세유예기간
A	50%	1994.1.1 협정발효 즉시 철폐
B	15%	협정 발효후 5년간 동일비율로 인하 철폐
C	35%	협정 발효후 10년간 동일비율로 인하 철폐
C+		협정 발효후 15년간 동일비율로 인하 철폐

□ 통관 간소화에 따른 물류 효율성 증가

- NAFTA에 따라 양국국경에서 통관 편의가 제고됨으로써 물류 효율성 향상과 원료 신속 조달에 도움이 됐다고 함.
- NAFTA 5장(통관절차)에 따르면, 체약국은 아래 방안 등을 통해 통관 편의를 도모
 - 1천달러를 초과하지 않는 물품 수입시 원산지증명서 면제
 - 체약국내 수출업자 및 생산자가 수입국 세관당국에 원산지 판정 문의시 판정결과를 신속히 통보토록 하는 사전판정제도 운영
 - 무역서류 양식 통일, 교역통계 교환 등 교역촉진책 수행
 - 통관절차 자동화 및 문서화의 조화, 통관관련 정책 변경시 협의
- 캐나다의 경우 수입품 통관시, 수출국 및 품목 등에 따라 RMD(최소서류통관제도 : Release on Minimum Documentation)와 RFD(일반서류통관제도 : Release on Full Documentation) 방식을 적용하고 있으며, 미국으로부터의 제품 수출입은 빈번한 거래로 인해 대부분 RMD 방식이 적용되고 있음.

③ 기업 성과제고 전략

□ NAFTA 체결전 제조업 전반에 걸친 반대 정서

- NAFTA 체결 전 캐나다는 제조업계를 중심으로 NAFTA 체결시 제조시설의 멕시코 이전, 실업증가, 산업 전반에 걸친 미국기업의 지배력 강화 등을 우려하며 NAFTA체결에 반대하는 의견이 우세

* 1993년 NAFTA 체결직전 대국민 설문조사 결과

- Gallop사 조사, 1,012명 응답 : 찬성(30%), 반대(58%)
- Pollara사 조사, 1,100명 응답 : 찬성(23%), 반대(69%)

- 연방정부는 교역과 투자확대를 통한 기업의 해외진출 지원에 적극적인 반면, 주정부의 경우 관할주내 산업보호를 우선시하는 경향이 강했음.
- 제조업 중심지로 캐나다 경제의 40%를 차지하는 온타리오주는 연방정부를 상대로 NAFTA 위헌소송을 제기하는 등 강력 반발

□ '위기는 곧 기회', 대미 진출확대로 인식 전환

- ETI사 역시 신생기업으로 대외경쟁력을 충분히 갖추지 못한 상태였기 때문에 초기에는 다른 기업과 유사한 우려를 갖고 있었음.
- 그러나 신기술을 보유한 첨단기술의 특성을 감안, NAFTA를 통해 적극적으로 미국시장에 진출하는 방향으로 전략 전환
- 당시 ETI사 기술을 상용화한 기업이 많지 않아 국내외 기업과 경쟁에 자신이 있었으며, 환경산업의 성장세를 감안할 때 NAFTA 체결시 세계 최대시장인 미국으로 시장을 확대하기로 마케팅 전략 수립

□ 신규 비즈니스 파트너 발굴 및 합작기술 개발

- 미국내 환경정화 전문기업인 Adventus사(www.adventusgroup.com)와 협력관계를 구축했으며, 이를 통해 미국내 기존 고객 관리강화와 신규 거래선 확보에 힘썼음.
- NAFTA 체결 후 ETI사는 미국시장을 공략, 미국 정부기관 및 글로벌기업을 고객으로 확보하고 미국의 우수한 환경엔지니어링 기업들과 협력을 추진했음.
- 향상된 인지도를 바탕으로 유럽, 일본 등 해외시장 공략
- 미국 환경정화 기업과 제휴해 ETI 주력제품중 하나인 토양정화제품 공동개발
- 미국기업과 기술합작을 통해 신제품을 개발한 것 역시 NAFTA 체결 후 대미 진출을 통해 얻은 성과임.

□ 현지법규에 맞춘 제품 개발과 특허 취득

- NAFTA 체결 무렵부터 ETI사는 PRB 사이트 설계시 캐나다뿐 아니라 미국 환경기준을 동시에 충족하는 제품을 개발하고 PRB 기술관련 미국 특허를 취득하는 등 미국진출 필요사항을 준비

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 첨단기술 기반 벤처기업으로 시장확대 효과 활용
- 기업인 인력이동 원활화에 따라 신속하고 원활한 서비스 제공 가능 (설계 및 A/S 전단계)
- 미국으로부터 수입원료 무관세화, 통관편의 제고에 따른 원가 절감
- 미국기업과 교류확대 통한 기술합작 개발
- 미국 진출을 계기로 유럽, 일본 등 전세계 진출 확대

□ 신생 벤처기업의 對美 진출 확대

- ETI사는 1992년 설립된 벤처기업으로 1994년 NAFTA 체결당시 대외경쟁력을 충분히 갖추지 못한 것에 대한 불안감이 있었으나
- 자사 기술에 대한 자신감을 바탕으로 NAFTA를 미국시장 진출의 기회로 인식하고 미국특허 취득, 미국 환경기준에 부합하는 제품 개발, 미국기업과의 합작노력 등을 기울인 결과, 미국 및 기타 선진국으로 시장을 크게 확대하는 성과 거양

□ 해외시장 진출을 위한 자체 노력

- ETI사에 따르면, NAFTA 체결관련 정부기관으로부터 별도 지원은 없었으며, 실제 NAFTA 체결로 극심한 피해가 예상되는 일부 업종을 제외하고는 정부지원에 대한 기대가 크지 않았다고 함.
- 참고로 ETI사는 일본무역진흥기관인 JETRO가 매년 개최하는 방일사절단 참가를 통해 일본내 협력사를 발굴하고, 일본진출을 적극 추진하고 있음.

환경측정시스템

전문성을 바탕으로 역내국
정부조달시장 진출

◆ 기업명 : Forest Technology Systems Inc.(FTS)

- 본사 소재지 : 캐나다 Vancouver
- 설립연도 : 1980년
- 업종 : 자연재해감시 통합시스템
- 종업원수 : 35명
- 연간 매출액 : C\$ 100만~500만(US\$ 83만~413만)
- 연간 수출액 : C\$ 100만~500만(US\$ 83만~413만)
- 홈페이지 : www.ftsinc.com

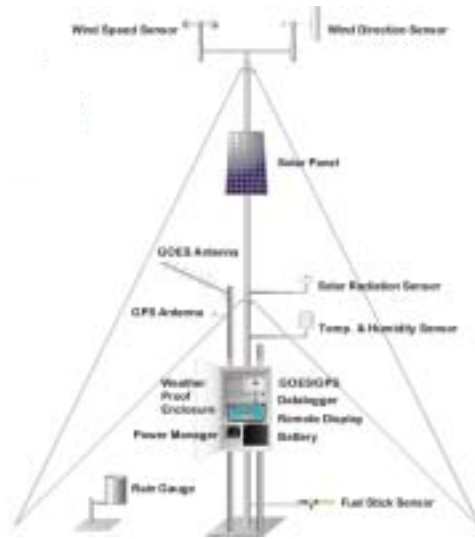
◆ 면담자 : Mr. Brian Bolton / CEO 서면 인터뷰

① FTA 활용 성과

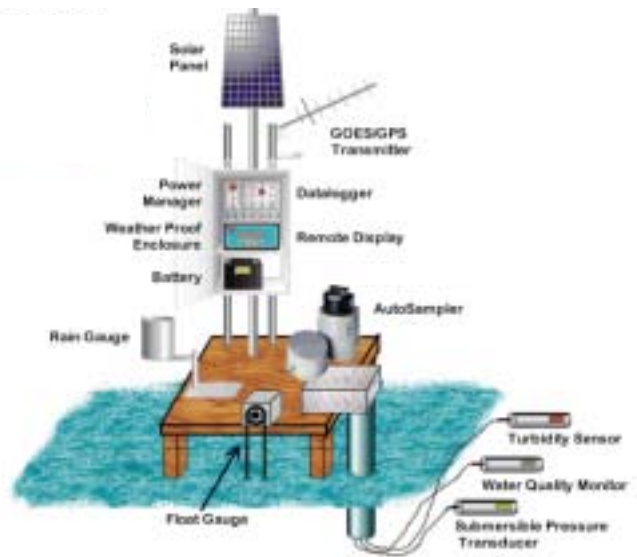
□ 환경측정시스템 전문기업

- FTS사는 1980년 산불감지기 제조사로 출발. 설립 당시 동사 제품은 캐나다 국내에서 주로 산불 예방 용도로 사용됐음.
- 이후 환경측정 분야에 집중한 결과, 현재는 다양한 자연환경(대기중 습도, 산불지수, 풍향, 수질 오염도 등) 측정 시스템 개발과 각종 환경측정 장비, 부품 제조로 사업영역을 확장

<환경측정시스템 >



<수질오염감지시스템>



□ 미국을 시작으로 해외진출 확대

- 캐나다 내수 전문기업에서 미국시장 진출을 계기로 현재는 멕시코, 호주, 일본, 뉴질랜드 등지로 제품과 서비스를 수출하는 중견기업으로 성장
- FTS사는 NAFTA 체결 전부터 미국시장에 많은 관심을 갖고 있었으며, 체결 후에는 환경측정시스템 분야의 축적된 노하우를 바탕으로 미국시장 개척을 적극 추진했음.

□ 미국·멕시코 정부조달시장 진출

- FTS사의 제품이 환경 보호 및 감시를 위한 고가장비로 주요 수요처가 정부기관임을 감안해 미국 정부기관을 대상으로 집중 마케팅을 전개한 결과, 미국 연방 및 주정부를 고객으로 확보
- 현재까지 미국, 멕시코, 캐나다의 50여 개 정부기관으로부터 프로젝트 수주

* 주요 납품처 : 미국 연방 및 주정부

- United States Forest Service
- United States Department of National Defense
- United States Geological Survey
- United States National Park Service
- United States Bureau of Indian Affairs
- United States Bureau of land management
- United States Fish and Wildlife Service
- Oregon State Government
- Wisconsin State Government
- Georgia Forestry Commission

(계약 수주내역 공개 요청은 거부)

- FTS는 미국 정부조달시장 참여 경험과 인지도를 살려 멕시코 정부시장에도 진출
- 멕시코 해군(Marina)에 C\$ 40만(US\$ 33만) 규모 제품을 납품했고, 멕시코 기상청(CNA)에 C\$ 1000만(US\$ 826만) 상당의 기상측정장비 300여 개 10년 장기 공급계약 수주

② FTA 효과

☐ 무관세 혜택을 활용한 가격경쟁력 제고 및 수출 증대

- NAFTA 체결 전에는 미국으로부터 구매하던 일부 주요 부품의 높은 수입관세로 인해 타국으로 구매선을 전환하지 않는 이상 제조원가 절감이 어려운 상태였음.
- 미국산과 품질이 대등한 유럽산은 가격이 고가이고, 아시아산은 품질 불량에 대한 우려로 부품 수입선 전환도 곤란했다고 함.

- NAFTA 체결 후 미국으로부터 수입하던 제품에 대한 관세가 폐지되면서 원가절감을 통한 가격경쟁력이 제고되고 FTS의 대미 수출도 대폭 증가
(구체적인 부품 및 관세인하 내역 공개 요청 거부)

□ 연방정부 및 공기업 입찰시 국내기업과 동등한 지위 부여

- NAFTA 10장(정부조달)은 정부 및 공공기관에서 발주하는 일정금액이상의 계약건에 대해 안보, 공중보건, 지적재산권, 장애자 단체 보호 등을 위한 예외적인 경우를 제외하고는 협정국 기업이 국내기업과 동등한 지위에서 입찰에 참여할 수 있도록 기회 보장
- 미국 정부조달시 협정별 양허 하한선

Trade Agreement	Supply Contractor (equal to or exceeding)	Service Contractor (equal to or exceeding)	Construction Contract (equal to or exceeding)
WTO GPA	\$193,000	\$193,000	\$7,407,000
FTA			
NAFTA			
- Canada	25,000	64,786	8,422,165
- Mexico	64,786	64,786	8,422,165
Chile FTA	64,786	64,786	7,407,000
Singapore FTA	64,786	64,786	7,407,000
Australia FTA	64,786	64,786	7,407,000

주) 이 금액은 USTR에 의해 물가인상 등을 감안 주기적으로 조정되며,
2006.1-2007.12까지 적용 금액임.

- 상품분야 미국 정부조달시 캐나다기업에 대한 양허하한선은 2만 5000달러로 WTO GPA 양허하한선에 비해 크게 낮아 캐나다 기업의 미국 정부시장 진출에 유리하게 작용
- 특히 멕시코 기상청으로부터 수주한 환경측정시스템 장기 납품권은 FTS사 역량을 획기적으로 제고시킨 계기로 북미뿐 아니라 전세계시장 진출의 밑거름이 됐다고 함.

<참고> FTA에 따른 캐나다의 미국 정부조달시장 진출확대

□ 캐나다의 미국 정부조달시장 진출 개요

- 캐나다는 2차 세계대전 종료후 유럽에 필요 물자를 공급하면서 해외 정부조달시장에 적극 참여 시작
- 1956년 미국-캐나다 간 'Defense Production Sharing Arrangement' 체결을 계기로 일부 명시된 품목을 제외한 양국 국방부 구매건에 대해 양국 기업의 동등한 참여가 보장되고, 1960년 NASA와도 동일계약을 체결함으로써 미국 국방 및 항공우주산업 정부조달시장에 본격 진출
- 1987년 미국과의 FTA, 1994년 NAFTA 체결을 계기로 연방정부, 공기업 등 미국 공공부문 전체에 대한 캐나다 기업의 납품기회 확대

□ 캐나다 기업의 對美 정부시장 진출확대위한 정부 지원 노력

- CCC (Canadian Commercial Corporation) 설립
- 캐나다는 1946년 공기업(Crown Company)인 CCC를 설립, 자국 기업의 해외 정부조달시장 진출을 지원중임.
- CCC의 주요 역할은 정부조달시장 정보제공, 네트워크 형성에 더해 필요시 캐나다 기업을 대리해 외국 정부기관과 협상을 수행함으로써 상대국 구매기관에 거래이행에 대한 신뢰성을 제공하고, 이를 통해 계약조건 개선 및 낙찰률을 제고시키는 효과 거양
- 2005년 CCC의 수출지원 실적은 미화 12억6000만달러, 이중 미국의 비중이 9억2000만달러, 기타 24개국의 실적이 3억4000만달러임.
- 특히 CCC의 수출지원 기업 3,575개사중 중소기업이 81% 차지
- 미국 정부조달시장 진출 지원을 위한 웹사이트 운영
- 캐나다 정부는 美 정부조달시장 진출지원을 위해 "Sell2USGOV"라는 웹사이트를 운영. 각종 법령, 계약시 유의사항, 조달정보, 지원기관 등의 정보를 제공 (www.sell2usgov.com)

③ 기업 성과제고 전략

□ 공격적 마케팅 전략 수립

- FTS사는 NAFTA 체결 전부터 전체 매출의 50% 이상을 미국에서 발생시키고 있었으나 FTA가 체결되면 미국시장의 중요성이 더욱 커질 것으로 전망
- 미국으로부터 수입하던 주요 부품류의 무관세 혜택으로 원가절감이 가능하고, 완제품의 가격경쟁력 제고도 가능해 역외국 기업에 비해 유리한 위치를 점할 것으로 예상. 체결 추진 당시부터 NAFTA를 대미시장 진출확대 기회로 인식하고 미국시장 진출 확대를 위한 공격적 마케팅 전략을 수립했음.

□ 정부기관에 대한 타겟마케팅 전개

- FTS사 환경측정시스템은 제품 특성상 주 수요처가 정부기관임을 감안, 회원국내 연방, 지방정부에 대한 집중 마케팅 전개
- 캐나다, 미국, 멕시코의 해당지역 환경에 적합하고 실사용자 요구를 반영한 맞춤형 통합시스템 판매에 주력, 이 분야 전문기업으로서 입지 확장

□ 신규 비즈니스 파트너 발굴 및 현지 지사 활용

- NAFTA 이후 대미, 대멕시코 정부시장 진출이 활발해지면서 해외 다수 관련기업과 교류가 확대됐으며, 이들과의 네트워킹을 통해 신규사업 기회 포착 및 기업성장 지속 달성
- 특히 FTS사는 90년대 초에 미국시장 진출을 위해 미국 워싱턴주 Blaine에 지사를 설치했으며, 현지 지사 보유는 NAFTA 체결 후 미국시장 진출을 확대하는데 중요한 역할을 했음.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 관세 철폐에 따른 원자재 수입단가 하락, 가격경쟁력 제고
- 역내국 정부조달시장 접근성 향상에 따른 미국·멕시코 정부기관 대상 매출 증가
- 국내기업과 활발한 교류확대, 미국 지사 활용

□ 전문기술 바탕으로 한 타깃마케팅 전개

- FTS사는 환경감시시스템 개발 전문기업으로 북미지역에서 기술력을 인정받아 왔으며, NAFTA 체결 후 자사의 기술력과 시장경험을 최대한 활용한 결과, 미국·멕시코·캐나다의 50여 개 정부기관으로부터 프로젝트를 수주하는 성과를 거두었음.
- 캐나다의 경우 대기업에 의한 기술집약형 중소형 기업의 인수합병이 확산되는 추세이나 FTS사는 튼튼한 기술력과 해외시장에서의 선전을 무기로 자체 경쟁력을 강화해나가고 있음.

□ NAFTA에 따른 해외시장 진출 확대

- FTS는 미국에서의 성공을 바탕으로 멕시코 시장에 수월하게 진출했고, 향상된 인지도를 활용해 지금은 유럽·아시아지역 진출도 적극 추진중임.

제 약

NAFTA 체결후 의약품 제조원료의 대미수출 확대

◆ 기업명 : BioVectra DCL

- 본사 소재지 : 캐나다 샬롯타운(Charlottetown)시
- 설립연도 : 1970년
- 업종 : 의약품 원료 제조
- 종업원수 : 180명
- 연간 매출액 : C\$ 1,000만~2,500만(US\$ 826만~2,066만)
- 연간 수출액 : C\$ 1,000만~2,500만(US\$ 826만~2,066만)
- 홈페이지 : www.biovectra.com

◆ 면담자 : Mr. Tony Lucas / CEO 서면 인터뷰

① FTA 활용 성과

□ 대미수출 증가

- Biovectra사는 특수 유기화합물, 의약품 첨가물, 약품원료(Active Pharmaceutical Ingredient) 제조사로서 미국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 일본 등 주요 의약품 생산국에 제품을 수출하고 있으며, 전체 매출의 90% 이상을 해외로부터 창출하고 있음.
- 특히 NAFTA 체결 후에는 관세인하효과 극대화를 위해 미국 의약품시장에 대한 마케팅을 강화하고 있으며, 이에 따라 대미 의약품 수출비중이 지속 증가중임.

(구체적 수출실적 요청은 거부)

② FTA 효과

□ 관세 감면에 따른 가격경쟁력 제고 및 수출 증대

- NAFTA 체결 전에는 미국으로부터 수입하던 일부 원료에 대해 높은 관세가 부과돼 원가 절감이 쉽지 않았으며, 대미 수출에 있어서도 미국측의 고관세 부과로 인해 가격면에서 경쟁에 어려움이 있었음.
- NAFTA 체결 후 해당 제품에 대한 관세가 인하되면서 대미 수출 여건이 대폭 개선됐고, 특히 수입 원료에 대한 관세 인하는 Biovectra사의 가격경쟁력 제고에 크게 기여함으로써 대미 수출이 크게 증가
(구체적인 품목 및 관세율 변동 내역 요청은 거부)

□ 단일시장내 경쟁을 통한 제품 경쟁력 제고

- NAFTA로 인해 체결국 소재 기업간 공정 경쟁체제가 강화되는 과정에서 더 많은 시장참여자와의 경쟁격화가 불가피했으며, Biovectra사도 주로 미국 기업들과의 직접 경쟁과정이 자사의 글로벌 경쟁력을 키우는 계기가 됐음.
- 신기술 연구, 신제품 개발을 통해 경쟁에서 우월적 위치를 확보했으며, NAFTA 시장을 넘어 글로벌 시장으로 도약하는 계기가 됐음.

③ 기업 성과제고 전략

□ 미국시장 적극 진출 전략 수립

- NAFTA 체결 전에도 Biovectra사의 대미 수출은 전체 수출의 60% 이상을 차지하고 있었으며, 향후 미국시장의 중요성이 커 더욱 증가할 것으로 전망했음.
- 일부 제조사들이 NAFTA 체결을 위기로 인식한 반면, Biovectra사는 관세인하에 따른 원자재 수입가 절감, 수출가격 경쟁력 제고를 위한 절호의 기회로 인식하고 미국시장 공략에 박차를 가했음.

□ 수요 확대에 대비한 투자확대 및 인증 취득

- 약품원료 수요 증가에 따라 2002~03년에 걸쳐 생산시설 확충에 미화 1,500만달러를 투자하고 신제품 개발을 위해 R&D 투자에 전체 매출의 10% 정도를 배정했음.
- 120여 건의 프로젝트를 수주, 고객요구에 맞춘 제품 생산체제를 확립하고, FDA, ISO 9001 인증 취득을 통해 신뢰 확보

□ 현지 지사설치 통한 역내시장 입지 강화

- 미국, 멕시코로부터의 수요 증가에 효과적으로 대처하고, 신규 거래선을 지속 발굴하기 위해 90년대 초 미국 코네티컷주와 멕시코 시티에 각각 판매, 유통 업무를 수행할 현지 지사 설립
- 특히, 미국 제약시장의 지속 성장에 대비해 설치한 미국 지사는 NAFTA 체결 후 미국시장 진출확대를 위한 전진기지로 크게 기여했음.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 관세인하에 따른 원료 수입단가 절감, 수출 가격경쟁력 제고, 미국·멕시코내 지사를 활용해 NAFTA 효과 극대화
- 공정경쟁체제 강화에 따라 미국기업 등과 직접 경쟁, 신기술 신제품 개발 통한 글로벌 경쟁력 강화 계기

□ 수요 확대에 대비한 공격적 방향 설정

- 미국은 Biovectra사에 NAFTA 체결 이전에도 최대시장이었으나 이 회사는 NAFTA 체결에 따른 관세인하효과를 최대한 활용코자 관련 인증 획득, 대미 마케팅 강화전략을 전개했음.
- 실제, NAFTA 체결 후 Biovectra사의 대미 수출비중은 더욱 증가했으나 이에 만족하지 않고 신제품 개발 위한 설비증설, R&D 투자에 집중함으로써 해당 약품원료 분야의 대표적인 기업으로 자리 잡았음.

□ 경쟁심화를 성장 동력으로 활용

- NAFTA로 인해 미국 기업들과 무한경쟁 체제가 확립됐고 Biovectra사는 글로벌 경쟁 확대를 자사 발전의 원동력으로 활용
- 루카스 사장은 ‘경쟁에 대한 두려움보다는 경쟁을 통해 자사의 강약점을 점검하고, 이를 활용하는 것이 중요하다’고 언급
Biovectra사의 주력 제품들 역시 거듭된 ‘Trial and Error’ 과정의 반복을 통해 현재 수준에 이르렀다며, 경쟁 자체를 기회로 활용할 것을 강조했다.

**제약
(R&D 전문기업)**

**AUSFTA 체결 직후 호주기업 최초
미국 제약사의 R&D 프로젝트 수주**

◆ 기업명 : Novotech (Australia) Pty Ltd.

- 본사 소재지 : NSW주, Australia
- 설립연도 : 1995년
- 산업 분야 : 바이오테크(CRO, Contract Research Research)
- 총직원수 : 40명
- 연간 매출액 : A\$ 550만(US\$ 418만)
- 홈페이지 : www.novotech-cro.com

① FTA 활용 성과

□ 호주 제약 R&D 기업 최초로 미국 제약사 프로젝트 수주

- 호주 최대의 바이오테크 R&D 전문기업(CRO)인 Novotech사는 AUSFTA 체결 이듬해인 2006년 미국 제약사인 SkyePharma로부터 미국 FTA 승인 추진중인 의약품의 R&D 프로젝트를 수주
 - 프로젝트 규모 : A\$ 400만(US\$ 304만)
 - SkyePharma가 개발중인 의약품의 미국 FDA 승인 획득을 위해 미국과 호주에서 동시에 임상실험 등 R&D를 수행할 예정이며, 2년간 25개 병원에서 200명의 환자에 대해 시험과 분석 예정임.
- 프로젝트 규모는 크지 않지만 Novotech사의 계약수주는 호주 R&D 기업이 미국 제약사로부터 미국의 FDA 승인을 위한 R&D 프로젝트를 수주한 최초의 사례라는데 의의가 있음.
- 이를 기반으로 이 회사는 Frost & Sullivan에 의해 '2006년 호주 CRO'로 선정

② FTA 효과

□ 지적재산권 보호 강화

- FTA에 체결에 따른 지적재산권 보호 강화는 호주 바이오 R&D 기업에 매우 유리한 환경 조성
- R&D 프로젝트를 의뢰하는 기업입장에서 자사의 지적재산권 보호는 가장 중요한 사항으로 바이오 R&D 시장에서 CRO 선정의 주요 요소로 작용하고 있음.
- 구미 바이오 기업들은 해외투자시에도 지적재산권 보호 정도를 가장 중요한 요소중 하나로 고려하며, 이런 면에서 지적재산권 보호강화는 해당국 기업의 신뢰제고 및 인지도 향상에 크게 기여

□ 양국기업간 신뢰, 우호분위기 형성

- Mr. Safarian은 '미-호 FTA 체결 전에도 미국·호주 기업간 의약품 프로젝트 수주에 제약은 없었지만 FTA로 인해 미국 제약사들이 호주기업을 잠재파트너로 좀더 가깝게 인식하는 계기가 됐다'고 함. 이는 향후 호주의 바이오 R&D 기업의 미국진출에 유리하게 작용할 전망이다.
- 한편, 미국기업의 호주에 대한 해외직접투자 요건 완화로 미국기업의 호주진출도 활성화될 전망이다.
- 외국기업의 호주 직접투자시 A\$ 5,000만(US\$ 3,800만) 이상 건에 대해서는 호주 당국의 허가를 받도록 의무화하고 있으나 미-호 FTA 체결 후 미국기업에 대해서는 검토 하한선이 A\$ 8억(US\$ 7억6000만)으로 완화됐음.

③ 기업 성과제고 전략

□ FTA 체결직후 미국 지사 설립

- 미국과 FTA 발효(2005년 1월) 첫해에 미국 샌디에이고에 지사를 설립하고 이를 통해 미국 제약사로부터 프로젝트를 수주하기 위한 다각적 노력을 전개
- Safarian 사장에 따르면, 자사의 연구역량, 미국 CRO에 비해 30% 이상 저렴한 임상실험 비용에 더해 현지 지사를 설치해 자사 역량에 적합한 개발 프로젝트를 보유하고 있는 제약사를 타겟팅해 집중적 마케팅을 전개한 것이 미국진출 성공의 요인이었다고 함.

□ AUSFTA 체결직후 2006년 미국 바이오 박람회 참가 통해 미국 기업의 R&D 프로젝트 최초 수주

- Novotech사는 2006년 4월, 미국 시카고에서 개최된 'Bio 2006' 박람회에 참가했으며, 여기에 참가한 미국의 SkyePharm사로부터 R&D 프로젝트를 수주

* 'Bio 2006'은 미국의 주요 도시를 순회하며 개최되는 바이오분야 세계 최대의 국제 박람회로 2006년 박람회의 경우 1,700여 개사가 부스를 설치하고 전세계 62개국에서 1만9479명의 바이오산업 종사자가 참석

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 지재권 강화에 따른 신뢰 제고, 우호적 비즈니스 환경 적극 활용
 - 현지 지사 설치, 전문박람회 참가, 타겟마케팅 전개
- 투자규제 완화에 따라 미국으로부터의 자본유치 추진

□ 호주 바이오 R&D기업의 미국 진출 계기 마련

- 호주 최대 바이오 R&D 기업인 Novotech사는 미-호주 FTA 체결 시점에 맞춰 미국 현지에 지사를 설치하고, 현지 바이오전문 전시회에 참가하는 등 적극적 마케팅을 전개한 결과, 호주기업 최초로 미국 제약사의 R&D 프로젝트 수주
- Safarian 사장은 이번 프로젝트 수주가 미국과 호주 바이오기업의 공동 연구개발을 활성화시켜 호주 CRO 산업을 한층 발전시키는 계기로 작용할 것이라고 언급
- * 호주 임상실험 비용은 미국, 유럽에 비해 30% 이상 저렴해 향후 미국 제약사로부터의 프로젝트 수주 증가 전망
- 바이오산업 특성을 감안할 때 미국 제약사 입장에서도 임상 연구 시 미국과 호주에서 각 지역에 적합한 연구를 동시에 수행하는 것이 비용과 임상데이터 확보면에서 유리
- 전세계적으로 clinic research에 투입되는 비용은 미화 90억달러에 이르며, 이중 대부분이 미국에서 발주되고 있음.
- * 호주의 CRO 산업규모는 A\$ 8,000만~1억(US\$ 6,080만~7,600만)
- Novotech는 지적재산권 보호강화와 FTA로 형성된 양국기업간 신뢰, 우호적 분위기 등 FTA의 간접효과를 활용해 성공한 경우로 FTA 효과가 기업환경에 다양하게 작용함을 보여준 사례임.

섬유 제조

관세철폐 효과 및 미국 유력기업과 제휴
통한 對美 마케팅 · 생산역량 제고

◆ 업체명 : Compañia Industrial Parras (CIPSA)

- 본사 소재지 : 멕시코 코아우일라(Coahuila)주
- 설립연도 : 1899년
- 업종 : 섬유 생산(데님)
- 종업원수 : 2,538명
- 연간 매출액('05) : MXN 18억6,500만(약 US\$ 1억6,750만)
- 홈페이지 : www.parras.com

◆ 면담자 : Mr. Rodolfo Carcia Martinez / CEO 인터뷰

① FTA 활용 성과

□ 대미 수출 증가

- CIPSA 대표인 Rodolfo Carcía Martínez에 따르면, NAFTA 체결로 인해 자사 주력제품인 데님의 미국 수입관세가 철폐되면서 대미수출이 폭발적으로 증가했다고 함.
- 전체매출 규모 1992년 7300만달러에서 2002년 2억3800만달러로 (2005년에는 섬유쿼터제 폐지에 따른 중국산 쿼터유입으로 매출 감소)로 연평균 12.5%의 증가율을 기록하는 결정적 요인으로 작용
- 자사의 매출신장과 미국 경쟁기업 쇠퇴로 2002년에는 미국 시장 점유율 6% 기록

□ 글로벌기업 거래선 확보

- 미국 시장에서 품질을 인정받아 2002년부터 미국의 대표적 의류 브랜드인 Tommy Hilpiger, Levis 등에 원단 공급 시작

* NAFTA 체결 전후 멕시코 섬유산업

- 1994년 NAFTA 체결 후 2000년까지 멕시코 섬유산업은 생산량 77.4%, 수출 147%, 고용 28% 증가 등 급격한 성장을 이루었음.
- 그러나 2001년 중국의 WTO 가입 이후 중국산 저가품이 범람하면서 멕시코 섬유산업은 마이너스 성장을 거듭하는 어려움을 겪고 있음.

【 멕시코 섬유산업 동향 】

구 분	1994~2000	2001~2003
생산량	77.4%	-19.8%
수 출	147%	-16.1%
고 용	28%	11.35%
업체수	6.75%	-11.3%

자료원 : 멕시코섬유산업협회(CANAINTEX)

② FTA 효과

□ 무관세 혜택을 통한 가격경쟁력 확보

- 섬유류 관세철폐로 미국 섬유시장 진출 증가
- CISPA사의 경우도 주력제품인 데님에 대한 미국 수입관세 (20~25%)가 폐지되면서 대미 수출 크게 증가

③ 기업 성과제고 전략

□ 미국 유력기업과 제휴 통한 마케팅 역량 및 생산능력 제고

- 1994년 NAFTA 체결과 동시에 CIPSA사는 미국의 대표적인 섬유 업체인 Cone Mills사와 전략적 제휴협정을 체결
 - 두 기업이 공동으로 2억달러를 투자, 멕시코의 푸에블라(uebla)주와 토레온(Torreón)주에 섬유 생산공장을 설립함으로써 대미 수출 확대를 위한 생산능력과 품질제고 발판 마련
- Cone Mills사와의 제휴는 세계적인 의류업체인 NAUTICA, Tommy Hilfiger 등에 제품을 납품함으로써 제품 인지도를 높이고 저가제품의 추격을 따돌리는 밑거름이 됐음.

□ 품질 및 생산성 향상 노력

- 일반 데님과 차별화된 내열성이 강한 기능성 데님 개발, 대미 마케팅에 박차를 가하고 있음.
- 일반 데님의 단가가 미터당 2.73달러인데 반해 기능성 데님의 단가는 5달러 수준으로 높은 마진을 달성 가능
- 저가의 중국산과 경쟁을 위해 CIPSA사는 2006년 현재 멕시코내 공장중 생산성이 낮은 공장을 폐쇄하고 노동비용이 싸면서 섬유기술이 양호한 중미지역으로 생산기지를 이전하는 것을 고려중임.
- 구조조정 완료시 연간 1,000만달러의 운영비 절감이 가능할 것으로 예상하고 있음.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- NAFTA 체결 이후 무관세 혜택으로 인한 대미 수출 급증
- 미국 유력기업과 제휴 통한 마케팅 및 생산능력 제고
- 중국산의 저가공세에 대비한 제품 차별화

□ 현지기업과 제휴, 제품차별화 통한 시장진출 확대

- CISPA사는 NAFTA 체결이라는 기회를 현지 유력기업과의 제휴를 통해 발빠르게 활용한 경우임.
- Cone Mills사와의 제휴해 멕시코에 공장을 설립함으로써 생산 및 품질 능력을 단기간에 향상시킬 수 있었고 NAUTICA, Tommy Hilfiger, LEVIS 등 유명브랜드 기업과 거래를 통해 자사 제품의 인지도를 향상시킬 수 있었음.
- NAFTA체결 후 급성장하던 멕시코 섬유업계는 최근 중국제품 범람으로 어려움을 겪고 있으나, CISPA사는 내열성 데님 개발 등 제품차별화와 생산비 절감노력을 통해 이에 효과적으로 대비하고 있음.

◆ 업체명 : Textiles Pollak S.A.

- 본사 소재지 : 산티아고
- 설립년도 : 1953년
- 업종 : 생사(生絲), 방직, 방적, 남성복 제조
- 종업원수 : 1,132명
- 연간 매출액 : US\$ 3,200만
- 연간 수출액 : US\$ 2,100만
- 홈페이지 : www.pollak.cl

◆ 면담자 : Roberto Seselovsky Bok / Commercial Manager

① FTA 활용 성과

□ 대미 수출 증가

- 미-칠레 FTA 체결(2004년 1월 발효) 첫해인 2004년 Pollak사의 대미 수출은 전년대비 45.6% 증가한 1,271만달러 기록

- 2000~03년, 3년간 연평균 대미 수출 증가율은 35.5%

【Pollak사의 FTA 발효 전후 대미 수출 추이】

(단위: US\$ 천)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006.1~7월
3,506	7,376	5,061	8,725	12,706	14,887	10,131

자료원 : Lexisnexis Chile

*** 칠레 전체 섬유산업의 대미 수출증가**

- '90년대 말부터 본격화된 중국산 섬유류 수입 증가로 자국산 섬유류의 내수시장 점유율이 지속 하락하던 가운데 미국, EU 등과 FTA 체결은 칠레 섬유업계에 내수 불황을 수출로 타개할 수 있는 기회를 제공했다는 평가임.
- 특히 미국과의 FTA 체결로 HS 품목코드 50~63류에 해당하는 섬유류에 부과돼온 고율의 관세(최대 32.8%)가 폐지되면서 칠레산 섬유류 가격경쟁력 회복에 크게 기여
- 미국과 FTA 체결 첫해인 2004년에는 대미 섬유류 수출이 96%, 섬유류 전체의 수출도 전년대비 25% 증가한바 있음.

【최근 3년간 칠레의 섬유류 수출 추이】

(단위: US\$ 천)

구분	2003		2004		2005	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
총수출	139,392	12.4%	174,186	25.4%	182,391	0.6%
대미수출	14,218	-	27,902	96.2%	29,539	5.9%

자료원 : Instituto Textil Chileno

② FTA 효과

□ 관세철폐에 따른 가격경쟁력 회복

- 미국과 FTA가 발효(2004.4.1)됨으로써 16.9~23.8%에 이르던 대미 주력 수출 섬유류에 대한 관세 폐지
- 미국과 FTA 체결전 미국측 구매선으로부터 지속적 가격인하 요구를 받아 오던중 관세철폐에 따라 가격인하 여지를 확보할 수 있었고 이를 활용해 대미 수출 급격히 증가

- Pollak사에 따르면, 칠레 섬유업체 입장에서 미국과 FTA 체결을 통한 즉각적 수출 증대보다는 중국, 타중남미 국가 등에 비해 열세에 있던 가격경쟁력을 어느정도 만회하는 계기로 작용했다고 함.
- 실제, 2005년 쿼터제 폐지후 미국 섬유시장은 중국 등 아시아 및 중남미 기업 제품의 저가 공세로 경쟁이 격화된 상태며, 칠레보다 가격경쟁력에서 이미 우위에 있던 멕시코, 중미 5개국(CAFTA-DR 체결국 : 과테말라, 엘살바도르, 온두라스, 니카라과, 도미니카공화국)도 미국과 FTA를 체결한 상태임.

③ 기업 성과제고 전략

□ 정확한 제품전략을 통한 FTA효과 극대화

- FTA 체결을 통한 대미 진출효과 극대화를 위해 Pollak사는 미국 섬유시장에서의 정확한 제품 포지셔닝 및 차별화 전략 구사
- Pollak사는 경쟁국에 비해 높은 인건비 등 생산비를 감안, 일반 의류보다는 기술력이 요구되는 남성용 신사 정장에 집중함으로써 중국 등과의 경쟁을 피할 수 있었음.

□ 수직계열화를 통해 까다로운 원산지 규정에 적응

- 미국은 칠레와의 FTA협정에서도 섬유류 원산지에 대해 Yarn Forward 기준 적용을 요구, 이를 관철시킨 바 있음.
- 미국 세관 당국이 2006년 7월 칠레를 직접 방문, Pollak사를 비롯한 칠레의 대미 섬유 수출업체에 대해 원산지 규정준수 여부를 현장 검증하는 등 미국은 원산지 규정을 엄격하게 적용중임.

<미-칠레 FTA 섬유류 원산지 규정>

- 미-칠레 FTA 원산지 규정은 한-미 FTA협상에서 미국측이 주장하는 것과 마찬가지로 일부 예외를 제외하고는 역내산 원사를 사용한 직물에 대해서만 역내산 혜택을 부여한다는 **Yarn Forward 기준** 적용을 채택
- 단, 면제, 합성섬유제에 대해서는 일정 쿼터(연간 100만m²)에 한해 역외산 원사사용 직물·의류에 대해서도 역내산 혜택을 부여

○ 일찍부터 수직계열화를 구축해온 Pollak사의 경우 Yarn Forward 기준 적용은 오히려 경쟁력 강화요인으로 작용

- Pollak사는 1980년대부터 이미 실 - 직물 - 의류로 이어지는 섬유 관련 제품의 수직 계열화를 구축한 상태로 섬유류 역내산 혜택을 받는데 어려움이 없었음.

- 미국으로 직물류를 수출하는 국내기업에 대한 원사 판매 증가라는 부수적 효과도 누림.

* Pollak사는 섬유류 원산지규정의 누적조항(Accumulation) 추가를 지속 요구중

누적조항(Accumulation)

국내산이 아닌 FTA 상대국산 원재료를 사용한 경우 그 원재료를 국산재료(원산지 재료)로 간주해 역내산으로 원산지를 인정, 특혜관세의 혜택을 부여하는 것

예) 한-미 FTA의 경우 미국에서 미국산 부품과 한국산 부품을 동시에 사용해 전기면도기를 조립, 한국에 수출하는 경우 한국산과 미국산 부품 모두를 원산지 재료로 합산 인정

- Pollak사는 섬유 제품중 의류에 비해 노동집약도가 낮은 직물분야에서 경쟁력을 유지하고 있으나, 미국측 거래선의 완성품 형태(의류) 수입선호 경향이 강해지고 있어 수출에 갈수록 어려움을 겪고 있음.
- 이에 Pollak사는 FTA 체결국간 섬유원산지 규정에 누적조항(Accumulation)을 추가하면 수출확대 여지가 크다고 보고 멕시코 등 미국과 FTA 체결국에 소재한 수입업체측에 자국 정부를 대상으로 이 조항의 추가를 건의할 것을 지속 요청중이라고 함.
(예를 들어 미국과 FTA 체결한 칠레 소재기업이 멕시코로부터 원자재를 수입해 제조, 미국으로 수출한 경우 칠레 및 멕시코에서 조달된 원자재 비율을 누적해 인정해 달라는 것)

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 미국시장에서 가격경쟁력 보완
- 경쟁상황을 고려한 정확한 제품 전략
- 실-직물-의류 등 연관제품 수직계열화로 FTA효과 극대화

□ 미국, EU 등 주요국과 FTA체결 통한 경쟁국 대비 선점 효과

- Pollak은 수직계열화와 수출 중심의 판매 전략, 품질 향상을 통해 가격 열위에서 오는 약점을 극복했으며, 기술력이 요구되는 남성복 시장에 주력하는 등 정확한 제품 포지셔닝 전략이 주효했던 것으로 평가됨.
- 칠레 섬유업체는 FTA 체결을 통해 경쟁국과 벌어진 가격경쟁력 차이를 어느정도 만회하는 효과를 누렸으며, 이는 우리 섬유업체에도 적용되는 사례임.

□ FTA체결효과 누리기 위한 개별기업 차원의 대응전략 수립 필요

- Pollak사의 경우 80년대 이후 꾸준히 추진해온 수출경험을 바탕으로 미국, EU 등과 FTA 체결을 자사 경쟁력 제고에 십분활용해 성공한 경우나 일부기업은 준비없이 뛰어들었다가 고전
- FTA 체결효과는 동종업계에서도 상이하게 나타나며, FTA 효과를 극대화하기 위해서는 시장조사를 바탕으로 한 마케팅 노력 필요

* FTA체결 효과만 노린 섬유류 수출 실패 사례

- 칠레의 유명 청바지 제조사인 A사는 미국과의 FTA 발효를 염두에 두고 미국 수입업체를 접촉, 유명 청바지 메이커에 대해 OEM 수출을 시작. 2004년 370만달러의 수출을 기록했으나, 미국 기업의 갑작스런 거래선 변경으로 2005년 대미수출 24만달러로 급감한 바 있음.

【S사의 FTA 발효 전후 대미 수출 추이】 (단위: US\$)

2003	2004	2005	2006.1~7월
1,140	3,718,266	244,405	989,921

자료원 : Lexisnexis Chile

- A사 수출담당자는 2005년 대미 수출 폭락의 원인으로 쿼터폐지에 따른 중국산 제품의 수입증가를 지목하며, 2006년 들어 수출이 호전되고 있다고 언급했으나, 업계 전문가는 섬유쿼터 폐지 외에도 A사 수출역량 부족이 원인으로 작용했다며, FTA 효과를 누리기 위해서는 경쟁력 강화가 동반돼야 함을 강조
- 제품·서비스 경쟁력을 수반하지 않는 가격인하효과는 일시적일 수 밖에 없음을 보여준 사례임.

**기계 및
부분품**

**관세철폐에 따른 원가절감 및 수출가격
경쟁력 제고**

◆ **기업명 : VMAC, Division of Mangonel Investment Corporation**

- 본사 소재지 : British Columbia, CANADA
- 설립연도 : 1986년
- 종업원수 : 80명
- 업종 : 차량용 펌프, 컴프레서 제조
- 연간 매출액 : C\$ 1,000만~2,500만
- 연간 수출액 : C\$ 500만~1,000만
- 주요시장 : 미국, 캐나다, 호주, 영국, 뉴질랜드
- 홈페이지 : www.vmacair.com
- 대표이사 : Leonard Pecore

① **FTA 활용 성과**

□ **차별화된 제품 경쟁력 바탕으로 NAFTA 효과 적극 활용**

- VMAC사는 주로 트럭에 장착되는 소방장비, 암반용 드릴, 포장도로 파쇄기 등 중장비에 사용되는 특수차량용 에어컴프레서 생산 전문기업임.
- 타사제품은 트럭과 분리 별도로 이동하는 방식이 일반적이거나 VMAC사 제품은 트럭과 일체형으로 이동이 용이하며, 별도의 엔진을 필요치 않는 장점을 가짐.
- 제품 경쟁력을 바탕으로 전체 판매량의 70%를 미국으로 수출중이며, 'profit Magazine'에 의해 캐나다에서 가장 빠르게 성장하는 기업중 하나로 선정된 바 있음.

<Air Compressor>



<소방차에 적용된 모습>



- VMAC사의 경우 1990년대 초부터 대미시장 진출에 많은 노력을 기울였으나 효과를 보지 못하다가 NAFTA에 따른 관세폐지 효과를 활용, 공격적 마케팅을 전개한 결과 현재는 자사제품의 70%를 미국에 수출하고 있음.

□ 미국 정부조달 시장 진출

- NAFTA 10장(정부조달)에 의거, 역내국간 상호 정부조달시장에 대한 접근이 용이해짐에 따라 미국 정부시장 참여 기회 확대
- 2003년 미국 국방부에 5만5,000달러 상당의 에어컴프레서 및 진공 펌프 납품

□ 비즈니스 신규 파트너 발굴 통한 딜러망 확충

- NAFTA로 인해 미국시장과의 동질성이 심화됨에 따라 미국 현지 신규 비즈니스 파트너 발굴이 용이해짐.
- 미국 기업과 협력을 통해 미국내에 수백개의 딜러망을 구축하고 해당 경험을 살려 호주에도 수십개의 딜러망을 구축하는데 성공

② FTA 효과

☐ 관세철폐에 따른 이중 가격경쟁력 제고 효과

- NAFTA 체결에 따라 미국에서 수입하던 부품류에 대해 무관세 혜택이 적용되면서 원가절감 통한 가격경쟁력 제고
- 완제품의 대미 수출시에도 무관세혜택으로 가격경쟁력 제고 및 대미 수출 증가
- 현재, 에어컴프레서의 미국 수입시장 관세율은 2.5%, NAFTA 회원국에 대해서는 무세 적용

☐ 미국 정부조달시장 참여기회 확대

- NAFTA 10장(정부조달)에 의거, 역내국간 상호 정부조달시장에 대한 진출이 용이해짐.

③ 기업 성과제고 전략

☐ 제품 차별화 및 틈새시장 공략

- 차량용 에어컴프레서라는 전문 틈새시장 공략과 차량일체형 개발로 경쟁사 제품과 차별화

☐ 관세폐지 효과를 활용한 적극적 마케팅 수행

- 현지기업과 제휴한 딜러망 확충

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 관세철폐에 따른 원가절감, 수출가격경쟁력 제고
- 미국 정부조달시장 진출
- 비즈니스 파트너 신규 발굴 통한 딜러망 구축

□ 제품 경쟁력

- VMAC사는 차량용 에어컴프레서라는 특수분야의 전문성을 살려 NAFTA 체결을 활용, 미국 틈새시장 공략을 통해 단기간내 큰 폭의 해외 수출신장을 달성한 경우임.
- FTA라는 시장수요 확대기회 활용의 극대화를 위해서는 특화된 기술을 바탕으로 한 제품경쟁력 확보가 전제되어야함을 의미

□ 현지 기업과 제휴 통한 시장 확대

- VMAC사의 현지기업과 제휴 통한 딜러망 확충 전략은 미국시장 진입에 효과를 발휘했으며 미 국방부에 제품을 납품하는 성과로 이어졌음.

**해상용 특수조명
장비**

**FTA 체결후 대미수출 개시 및
미국 정부조달시장 최초 진출**

◆ 기업명 : Sealite Pty Ltd.

- 본사 소재지 : Victoria주, Australia
- 설립연도 : 1982년
- 업종 : 해운 보조제품 제조
- 종업원수 : 60명
- 연간 매출액 : A\$ 3,100만(US\$ 2,356만)
- 연간 수출액 : A\$ 1,500만(US\$ 1,140만)
- 웹사이트 : www.sealite.com.au

◆ 면담자 : Chris Proctor / Director of Sales

① FTA 활용 성과

□ AUSFTA 체결후 최초로 미국 정부조달시장 진출

- 해상용 특수조명장치 등을 생산하는 Sealite사는 미-호주 FTA로 미국 정부조달시장 납품기회 제한이 해소되면서 대미 수출과 미국 정부조달시장 진출을 최초로 달성
- 주요 납품 실적
 - 플로리다주 교통부에 Sky Bridge용 조명장치 납품(2006년 1월)
 - 미 육군의 중동지역 활주로 조명장치 납품(2005년 9월)
 - 허리케인 카트리나 복구사업관련, 유전용 조명장치 2000개 납품(2005년 11월)

② FTA 효과

□ FTA에 따른 미정부기관 직접 납품기회 보장

- 연방정부 기준, 미국 정부조달 시장 규모는 3,400억달러에 달하나 호주는 WTO 정부조달협정(GPA) 미가입국으로 호주기업들은 미 정부시장 진출에 제약이 많았음.
- Sealite는 부표(buoy), 랜턴 등 해상 특수조명분야에서 우수한 기술력을 바탕으로 미국시장에 진출해 있었으나, 이와 같은 제약요인으로 인해 미국 정부시장에는 본격 진출하지 못한 상태였음.

<미국 정부조달시 외국산 제품에 대한 제약>

- 미국은 정부조달에 있어 'Buy American Act', 'Berry Amendment' 등 다양한 법률상의 조항을 통해 외국산 제품의 직구매를 제한
- * Buy American Act
 - 특정 예외를 제외하고 연방 정부기관들로 하여금 공공목적의 물품 구매시 원료나 비가공품의 경우는 미국내에서 생산된 (produced) 물품을, 공산품이나 가공품의 경우는 미국 내에서 제조된(manufactured) 물품을 우선 구매토록 하는 법령
 - 역내 부가가치 50% 이상의 공정이나 생산과정이 미국 내에서 이뤄지면 미국산으로 인정되며 공정·생산 주체는 무관
- * Berry Amendment
 - 섬유, 철강의 국방조달에 적용되며, 국내산업 보호와 안보상의 이유로 식품, 섬유·의류 및 특수철강 등의 외국산 구매를 금지
- 단, 1995년 발효된 WTO 정부조달협정 가입국(우리나라 등 38개국, 호주는 미가입) 및 미국과 FTA 체결국 기업에 대해서는 일정금액 이상 입찰건에 대해 Buy American Act 면제(국내외 기업에 균등한 입찰참가 기회 보장)

- 미-호주 FTA 정부조달 관련 협정에 따라 호주기업은 일정금액 이상 조달건의 경우 미국의 78개 연방정부기관 및 23개 주정부가 진행하는 입찰에 미국기업과 동등한 자격으로 참여가 가능해짐.

③ 기업 성과제고 전략

□ 미 조달청 벤더리스트 등록

- GSA Schedule 등록 및 현지법인을 통한 미국 연방정부기관 대상 본격 마케팅 전개
 - AUSFTA로 인해 호주 기업의 미 정부조달시장 진출 가능성이 열림에 따라 이 회사는 2005년 9월 미국 조달청(GSA, General Services Administration)의 GSA Schedule(특정 재화나 서비스를 일정 가격에 공급하기 위한 일종의 장기계약)에 자사제품 등록
 - * GSA Schedule에 등록함으로써 7만5,000달러 이하의 구매건에 대해서는 미연방정부 기관이 GSA를 통해 직접 구매가 가능해짐.
 - 뉴햄프셔에 설치한 현지법인을 통해 미 정부기관에 대한 본격 마케팅 개시

□ 틈새분야 핵심기술 개발

- 이 회사는 다양한 해상용 조명장치제품을 생산하는 중소기업으로 차별화된 핵심기술을 가지고 미국시장을 공략
 - LED 핵심기술은 태양열에너지를 전원으로 하고 있으며 수명이 10만 시간에 달해 비용측면에서 큰 이점을 가짐.

- 2003년 12월, LED 반사경에 대한 미국 특허 취득
- 빛의 손실을 막아 전달도를 높이고 360도 어느 방향으로도 정확히 균등한 양의 빛이 발사되도록 하는 기술 보유

□ 미국 현지 전문 전시회 참가

- 2006년 9월 뉴욕에서 개최된 해상안전엑스포 참가 등 현지 전문 전시회 참가를 통해 적극적 마케팅 전개

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- FTA에 따른 미국 정부조달시장 진출 기회 보장

□ 미 조달청 벤더리스트 등록, 현지법인 마케팅 통한 미국 정부시장 진출

- 미-호주 FTA 체결로 호주기업의 미정부시장 직접 진출이 가능해짐에 따라, Sealite사는 현지법인을 활용, GSA 스케줄에 등록하고 대정부기관 마케팅을 집중 전개함으로써 성공한 사례임.
- Chris Proctor 영업이사는 미-호주 FTA 이전에는 차별화된 핵심 기술에도 불구하고 미정부조달시장 진출에 제약이 있었다며, 신규시장개척 요인을 전적으로 미-호주 FTA 타결에 돌리고 있음.
- 정부 대상 프로젝트 수주 실적은 민간시장에서의 판매 확대에도 크게 기여할 것으로 전망됨.

백색가전

동종기업 인수, 전략적 제휴 확대 통한
시장 확대 및 내수시장 공략

◆ 업체명 : Mabe

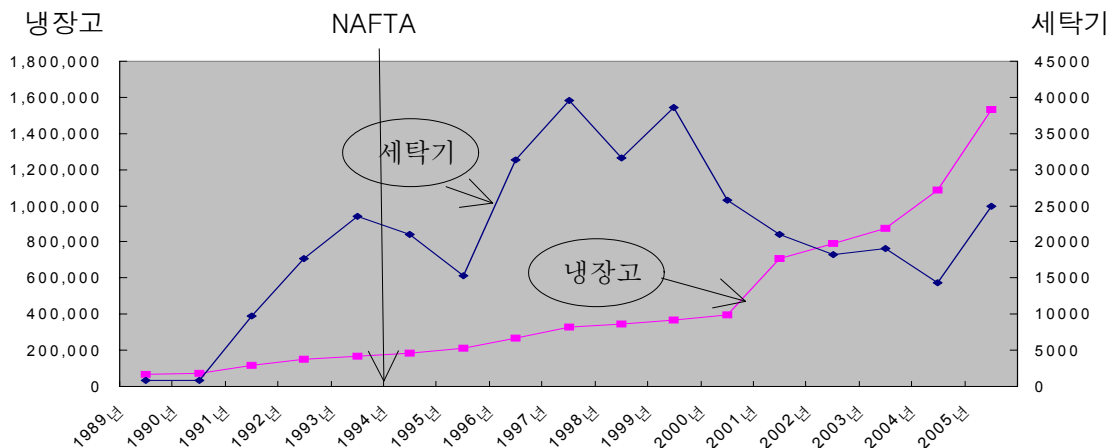
- 본사 소재지 : 멕시코시티
- 설립연도 : 1946년
- 업종 : 백색가전(냉장고, 세탁기, 전기난로 등) 제조, 판매
- 종업원수 : 1만9,753명
- 연간 매출액('05) : MXN 299억5900만(약 US\$ 27억2300만)
- 주요 수출대상국 : 미국(전체수출의 70% 차지), 멕시코, 캐나다, 콜롬비아
- 홈페이지 : www.mabe.com.mx

① FTA 활용 성과

□ 해외 수출 확대

- 주방용가구 제조사로 출발한 Mabe사는 1953년 가스난로 생산을 계기로 백색가전 전문기업으로 탈바꿈. 현재는 2만명의 직원과 미주 12개국에 생산라인을 보유한 멕시코의 대표적 가전기업으로 성장했음.

* NAFTA 체결 전후 멕시코의 대미 냉장고, 세탁기 수출추이



자료원 : 미국 상무부

② FTA 효과

□ 관세 폐지

- NAFTA 체결 이전 미국의 냉장고와 세탁기에 대한 관세는 각각 3.6%, 2.9%였으나 협정발효 후 관세가 폐지되면서 Mabe사의 대미 수출 증가 및 여타 해외시장 진출확대 계기 마련

③ 기업 성과제고 전략

□ 캐나다 현지기업 인수 통한 북미 내수시장 공략

- Mabe사는 북미 내수시장 공략을 위해 2005년 5억달러를 투자해 캐나다의 대표적 전자업체인 Camco사 인수
 - 이를 바탕으로 Mabe사의 2005년 매출은 전년대비 29% 증가한 28억1700만달러 기록
 - Camco 인수를 통해 Mabe사는 캐나다 전국 유통망 확보 효과뿐 아니라 기존에 생산하지 않던 건조기, 생산라인을 추가함으로써 매출 증가의 기반을 마련했음.

□ 무관세 혜택을 통한 수출 증대

- 냉장고와 세탁기 관세철폐로 미국시장 진출에 박차를 가함.
- 1989년 멕시코 산루이스 포토시(San Luis Potosí)에 설립된 생산공장은 NAFTA 체결과 지속적 품질향상 노력에 힘입어 대미수출 전진기지로 자리잡았음.
- 2000년 과나후아토 주의 셀라야(Celaya)시에 설립된 양문형 냉장고 공장은 매년 50만대의 냉장고를 미국으로 수출

□ 글로벌기업과 판매, 기술제휴 강화 통한 성과 제고

- Mabe사의 본격적인 해외시장 진출은 1987년 미국 GE사와 제휴를 통해 본격화됐으며, NAFTA 체결로 해외시장 진출에 탄력을 받음.
- 1986년 당시 GE는 미국 전기난로 시장을 리드하고 있었지만 가스 난로는 취급하지 않고 있었으며, Mabe측에서 미국 가스난로 수요가 지속 증가할 것을 예측, GE측에 사업제휴를 제안함으로써 양사간 제휴 성사
- 이후 GE-Mabe간 전략적 제휴는 지속 발전, GE사의 투자가 지속됐으며, 현재 MABE사의 지분구조를 보면 Mabe가 51.6%, GE가 48.4%를 보유하고 있음.
- 현재 GE의 미국 판매망을 통해 Mabe사 난로, 냉장고를 판매하고 있으며, 부품 구매시도 GE사와 같은 조건, 가격으로 부품을 구매함으로써 원가 절감
- 기술제휴 또한 활발하게 진행
- 제휴 초기 Mabe사는 생산기술의 90% 정도를 GE에 의존했으나, GE로부터 기술을 전수받고 켄터키주에 R&D센터를 세워 기술 개발에 힘쓴 결과, 현재는 기술자립도가 70%에 달함.
- 현재는 GE측에서도 Mabe가 보유한 189개의 특허기술을 자사 제품에 적용중이라고 함.
- Mabe와 GE사의 제휴는 미국시장뿐 아니라 여타 해외시장 공략에서도 효율성 발휘
- 특히 타깃시장별로 차별적 브랜드를 적용. 중남미 마케팅시 고가 시장에서는 GE브랜드를, 중산층 소비시장에서는 친숙한 MABE 브랜드를 채택하고 저소득층 대상 판매에서는 각국의 지역상표로 소비자에 접근

- Mabe는 GE의 기존 판매망을 통해 유럽시장에도 효과적으로 진출했으며, 동유럽을 중심으로 연간 7000만달러 정도의 대유럽 수출을 기록중임.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 캐나다 현지기업 인수 통한 내수시장 본격 공략
- 동종업계 다국적 기업과 기술, 마케팅 제휴 심화 통한 성과 제고

□ 해외 유력기업과 전략적제휴 통한 시장 확대

- NAFTA 체결 후 멕시코 가전산업이 단순 조립기지 형태로 발전했다는 일부 비판이 있는데 반해, Mabe사의 경우 미국 다국적기업과 제휴 및 캐나다 기업 인수를 통해 생산제품 다양화, 기술개발, 글로벌 판매채널 확보효과를 거두고 있음.
- 특히, GE로부터 기술 전수와 함께 자체 R&D에 힘쓴 결과, 현재는 Mabe사의 특허기술을 GE사가 활용하는 상호보완적 협력관계로 발전
- Mabe와 GE사는 백색가전분야의 경쟁업체였음에도 불구하고 MABE는 GE를 경쟁상대로만 인식하지 않고, GE가 생산하지 않던 가스난로 부문에 대한 제휴를 제안하고, 기술, 판매에 있어 제휴관계를 지속 발전시킴으로써 북미는 물론, 중남미, 유럽으로 시장을 확대시켜 왔음.
- Mabe사의 캐나다 Camco 인수, GE와의 제휴 확대는 NAFTA라는 기회를 활용 현지기업과의 제휴, 인수를 통해 상대국 내수시장 진출을 효과적으로 이뤄낸 사례로 평가됨.

**선박디자인
(서비스)**

**FTA체결시점에 맞춰 정부지원프로그램 활용,
온라인시스템 구축통해 시장 확대**

◆ **기업명 : Genoa Design International Ltd.**

- 본사 소재지 : 캐나다 Newfoundland and Labrador
- 설립년도 : 1995년
- 업종 : 선박 및 선박 구조물 디자인
- 연간 매출액 : C\$ 70만~150만(US\$ 57만~124만)
- 종업원수 : 15~20명
- 홈페이지 : www.genoadesign.com
- 대표자 : Leonard Pecore

◆ **면담자 : Mr. Leonard Pecore / CEO**

① **FTA 활용 성과**

□ **NAFTA 체결을 계기로 미국시장 진출 확대**

- Genoa Design International사는 선박 및 선박 구조물 디자인 전문기업으로 캐나다 및 미국을 주시장으로 하고 있음.
- NAFTA 체결직후인 1995년 설립된 이 회사는 시장의 지리적 한계를 극복하고 미국시장에 대한 마케팅을 강화한 결과, 비교적 단기간에 선박용 구조물 디자인분야에서 북미 중견기업으로 성장
- 1995년 설립당시 1인 회사로 출발, 2006년 현재는 20여 명의 전문 디자인 인력을 보유한 연매출 80만달러대의 기업으로 성장했음.

- 미국 정부기관 프로젝트의 디자인계약 수주실적
 - 미국방부 해안경비대의 쇄빙선
 - 미 육군, 1980 HP Towboat
 - 뉴욕시 새튼(Satten) 섬의 페리 등
- 미국 정부조달 프로젝트 수주는 회사 인지도와 신뢰도를 크게 향상시켜 성장의 원동력이 됐다는 평가임.

□ 신규 비즈니스 파트너 발굴 및 네트워크 확대

- NAFTA 체결 후 미국과의 사업기회가 확대되면서 관련업계 협력사와 네트워킹 기회 확대
- 신규 사업기회 포착 및 매출 증가로 연결

② FTA 효과

□ 국내시장에서 벗어나 미국 진출확대 계기 마련

- 선박 구조물 디자인은 업무 특성상 발주처인 조선업체와 긴밀한 협의가 중요하기 때문에, 과거에는 조선소와 원거리에 소재한 디자인 기업의 참여가 현실적으로 어려웠으나
- NAFTA 체결로 비즈니스 목적의 서비스 인력 이동이 보장되고 (NAFTA 16장 :기업인의 일시귀국) 무선통신 발달로 원격지 서비스 제공이 용이해지면서 국내에서 벗어나 미국시장에 진출하는 계기 마련

□ 미국 정부조달시장 진출

- NAFTA 10장(정부조달)에 의거, 역내국간 상호 정부조달시장에 대한 접근이 용이해지면서 미국 정부 프로젝트 다수 수주

③ 기업 성과제고 전략

□ 첨단 정보화기술과 전문성을 바탕으로 시장의 지리적 한계 극복

- 동사는 미국, 캐나다 주요 조선단지와 원거리에 위치한 Newfoundland and Labrador주의 소도시에 위치. 지리적 약점 극복을 위해 NRC-IRAP(National Research Council's Industrial Research Assistance Program) 등을 활용해 정보화시스템을 적극 구축

→ 인터넷을 활용, 발주처와 24시간 커뮤니케이션 가능 시스템을 구축함으로써 원거리에 소재한 북미기업들과 작업장에 가지 않고도 업무를 추진할 수 있는 영업환경 구축

□ 정부지원 정책 활용

- * NRC-IRAP(기업연구지원 프로그램, The National Research Council's Industrial Research Assistance Program)

<IRAP> - 1940년대부터 시행

캐나다 연구위원회가 운영하는 기업연구지원 프로그램으로 중소기업에 대해 금융지원을 포함 기술, 경영자문 서비스 제공

- 자문활동은 100여 개 협력기관에 소속돼 있는 260여 명의 전문가 그룹에 의해 수행되며, 혁신적 R&D 활동의 장려와 신제품 및 서비스의 상업화에 초점을 맞추고 있음.
- 매년 1만2,000여 개 기업이 수혜를 받고 있으며, 3,300여 개 프로젝트에 대한 금융지원도 병행하고 있음.

- Mr. Pecore에 따르면, 작업장에서 원거리에 위치한 지리적 한계 극복을 위한 첨단 전산장비와 온라인시스템을 구축하는 과정에서 IRAP를 적극 활용했으며, 전문가들의 조언이 프로젝트 성공에 큰 도움이 됐다고함.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- NAFTA 체결에 맞춰 첨단 전산, 온라인 시스템을 구축함으로써 지리상의 약점을 극복하고 미국시장에 성공적으로 진출 확대
- 정부 R&D 지원 프로그램(IRAP) 등을 활용해 FTA에 맞춰 활발한 대미 마케팅 전개

☐ FTA 체결에 맞춘 자사 약점 극복 및 정부지원 프로그램의 적절한 활용

- Genoa Design International사는 NAFTA 체결에 맞춰 미국시장을 겨냥해 첨단 컴퓨터 장비 및 온라인 시스템을 구축함으로써 지리적 한계를 극복하고 새로운 비즈니스 영역을 확보할 수 있었다고 함.
- 이밖에, 첨단기술 개발 지원을 장려하는 국가지원 프로그램(IRAP)을 적절히 활용함으로써 NAFTA를 통해 성공적으로 미국 진출 확대를 이루었음.

소프트웨어

FTA통해 강화된 지적재산권 보호환경을
기반으로 국제라이선스 계약 수주 증가

◆ 기업명 : Muvee Technologies Pte Ltd.

- 본사 소재지 : 싱가포르
- 설립연도 : 2001년
- 종업원수 : 80명
- 업종 : 소프트웨어
- 연간 매출액 : 2001년 설립후 현재까지 매년 매출 3배 성장
- 주요시장 : 미국, 유럽, 일본
- 홈페이지 : www.muvee.com
- 대표이사 : Mr. Pete Kellock

◆ 면담자 : Mr. Pete Kellock / CEO

① FTA 활용 성과

□ 신개념의 기술과 제품으로 미국 및 전세계시장 진입 성공

- 싱가포르 유력지인 Business Times에 의해 미-싱가포르 FTA 성공기업으로 소개된 이 회사는 신개념의 PC용 비디오 편집 소프트웨어(Video Editing Software)인 'autoProducer' 개발업체임.
- autoProducer는 비디오 생산에 변혁을 가져온 특허제품으로 미국 및 세계시장 공략에 성공
- 일반인들이 혼자서도 편하고 쉽게 비디오 영상을 편집해 전문가 수준의 작품(Instant Personal Video)을 제작할 수 있도록 지원

- 독창적 제품 소개를 통해 2001년 설립 이후 매년 매출규모 3배 증가, 초기 종업원수 8명에서 현재 80명으로 10배 증가, 16개 언어 100여 개국 이상으로 수출실적 달성
- 국내외에서 다수의 우수제품상 수상
 - : “Best of Show” Award(Portable Media Expo, 2005), "Best of 2003" Award(PC Magazine, 2003), Four-star Award(PC Magazine, 2003), Testsieger Award(CHIP Germany, 2004), National Infocomm Award 등
- 현재까지 Nokia(2005.11), Nikon(2005.3), Sony(2004.1) HP(2003.9), ATI(2003.4) 등 대형 OEMs(original equipment manufacturers)과 라이선싱 계약을 체결했으며, 최근 한국의 LG와도 계약이 성사돼 LG전자와 함께 Muvee Studio를 개발(2006.9)하고 LG의 CDMA 최신폰인 SB610, KB6100 등에 기술을 탑재키로 함.
- 특히 미-싱 FTA가 발효된 2004년에 주요 특허를 취득하고 영업이익을 내기 시작
(구체적 매출 변화 내역 공개 요청은 거부)

② FTA 효과

□ 지적재산권 강화에 따른 싱가포르 기업 신뢰 제고

- 소프트웨어 업계에서 미-싱가포르 FTA에 따른 지적재산권 보호 강화는 싱가포르 기업에 대한 전반적 신뢰도 향상으로 연결
- 싱가포르는 이전에도 여타 동남아국가에 비해 지적재산권 보호가 강한 편이었으나 미-싱 FTA에 따라 더욱 강력한 지적재산권 보호 제도를 운영하게 됨.

- 지적재산권 보호는 특히 라이선싱을 통해 수익을 창출하는 기업에 유리한 영업환경 조성
- 소프트웨어와 같이 라이선스가 중요한 산업에서는 지적재산권 보호환경이 신뢰형성에 중대한 영향을 미침.
- 아울러 지적재산권 보호 정도가 강화되면서 미국 등 해외 IT 기업의 싱가포르 진출이 확대되면서 싱가포르 국내기업에 대한 국제 인지도에도 긍정적 효과 야기

③ 기업 성과제고 전략

□ 특허 취득에 역량 집중

- Muvee는 설립 당시부터 지적재산권의 중요성을 인지하고 회사 이익금, 투자자금의 대부분을 핵심 특허취득에 지출했으며 현재 세계 각국의 주요 기업들에 제품 라이선스를 판매중임.
- 이 회사 CEO는 최근 자사제품과 유사한 제품이 선보이고 있으나 핵심기술 특허보유와 80명의 인력이 한 가지 제품 연구에 전념하고 있어 문제될 게 없다며 자신감을 표현
- 자사 핵심기술에 대해 싱가포르, 영국 특허, PCT(Patent Cooperation Treaty)에 의한 국제특허를 취득하고 현재도 주요 국가에서 특허출원중

□ 미국 현지사무소 설립 등 활발한 북미 내수시장 공략

- 전체 매출 중 국내판매 비중이 0.1%에 불과할 정도로 해외시장에 전념하고 있으며, 특히 미국은 이 회사의 최대 시장임.
- 지역별 매출구성은 미국 50%, 일본 25%, 유럽 등 기타 국가 25%이며, 특히 온라인시장에서는 전체 고객의 2/3를 미국 고객이 차지하고 있음.
- 미국과 FTA 체결 첫해(2004년) 미국 뉴욕에 사무소를 설립하고 미국내 잠재고객 발굴 및 유통망 확보에 노력
- WSKA, Finson, Convergent Systems, SourceNext 등의 미국 기업과 제휴한 시장개척도 병행

□ 전문 전시회 참가

- CES(미국), COMDEX(미국), WPC Expo(일본), CeBIT(독일) 등 전시회에 적극 참가
- 'autoProducer 4'는 라스베이거스에서 개최된 CES 2005를 통해 제품을 최초로 공개하는 등 현지의 주요 전문 전시회를 활용한 마케팅 적극 전개

④ 시사점

FTA활용 성공 요인 요약

- 강화된 지적재산권 기반 강조로 해외 파트너 적극 물색
- 기존에 출시되지 않은 혁신적인 제품 개발 노력

□ 지적재산권 보호 강화로 인한 지식산업 경쟁력 향상 기대

- FTA 체결에 따른 지적재산권 보호 강화는 R&D, 소프트웨어, 문화산업 등 지식기반 산업의 협정국 기업간 협력을 촉진하는 효과 야기
 - 기업간 신뢰제고, R&D 등 교류협력 강화, 투자확대 효과 등
- 미-싱가포르 FTA체결 후 제약사인 Pfizer, Isis Pharmaceutical 등이 싱가포르에 제조 및 R&D 시설 증액투자 계획 발표
 - 미디어 부문에서도 Lucasfilm Animation이 영화, TV, 게임용 디지털 애니메이션 콘텐츠 제작 기지로 싱가포르를 선택
 - 소프트웨어, 온라인비즈니스에 대한 지적재산권 보호가 강화됨으로써 IBM, HP 같은 대형 IT 기업의 경우도 싱가포르를 e비즈니스 및 디지털트레이드의 전진기지로 활용한다는 계획임.

◆ 기업명 : Dou Yee Enterprises Pte Ltd.

- 본사 소재지 : 싱가포르
- 설립연도 : 1982년
- 업종 : Semiconductors, Data storage, Electronics Industries
- 연간 매출액 : N/A
- 주요시장 : 미국, 유럽, 동남아, 중국, 일본 등
- 홈페이지 : www.douyee.com.sg

◆ 면담자 : Mr. Tham Wai Mun / Oversales Manager

① FTA 활용 성과

□ 대미수출 증가

- Dou Yee는 반도체, 전자장비 부품품과 액세서리 전문기업으로 특히 미국에서는 전자기기 포장(Electronics Packaging) 시장에서 강점 보유



Static Shielding Bags



ESD / EMI Shielding Moisture Barrier Bags(Metal Foil Type)

- 미-싱가포르 FTA 체결 후 대미 수출이 40% 정도 증가하고, 2005년에는 US\$ 120만에 이르는 수출실적을 거양해 싱가포르 현지 주요 일간지에 소개됨. (Business Times)
(구체적 증감내역 공개 요청은 거부)

② FTA 효과

□ 관세폐지에 따른 가격경쟁력 확보

- Dou Yee의 경우 자사제품 대미 수출시 적용되던 3%의 수입관세가 폐지됨으로써 대미수출 경쟁력 향상에 기여
- 가격경쟁이 치열한 전자기기 포장재시장에서 3% 관세인하는 경쟁력 향상에 크게 기여
- * 미-싱가포르 FTA 발효에 따라 싱가포르 상품의 90%에 대한 미국 수입관세 4년내 폐지, 기타 품목 10%는 2014년까지 관세폐지 예정
- 미국측 발표에 따르면 미-싱FTA에 의한 관세인하로 2004년 한해 미국의 대싱가포르 수출시 4억9900만달러, 싱가포르의 대미국 수출시 2500만달러 절감효과 발생

□ 통관절차 간소화

- 미-싱 FTA체결로 양국 교역시 통관 절차가 간소해지고 통관 수수료(Merchandise Processing Fee, 수입금액의 0.21%)가 절감되면서 대미 수출 효율성 증가

③ 기업 성과제고 전략

□ 'Global Capability, Local focus' 전략 구사

- 고품질 제품 생산에 연구와 투자 집중
 - 미국내 연구소를 설치해 R&D와 정기 품질검사 실시
- 글로벌 네트워크를 활용한 대고객 서비스 제고
 - 미국, 유럽, 아시아 지역 10개국 23개 도시에 27개 지사를 운영하고 현지 웨어하우스(warehouse)망을 구축함으로써 고객 요구에 신속히 대응

□ 현지 전문전시회 참가

- Semicon West(2004년-산호세, 2005년-샌프란시스코) 등 미국내 전문 전시회 참가 통한 마케팅 전개

④ 시사점

FTA활용 성공 요인 요약

- 무관세 혜택을 통한 가격경쟁력 확보
- 제품의 지속 연구·개발로 고품질 유지
- 해외 네트워크를 활용한 판매 확대

□ 미국기업의 FTA에 대한 인지도 확산

- Dou Yee에 따르면, 최근 FTA체결 증가로 미국기업의 FTA에 대한 인식이 확산되고 있어 FTA 상대국 기업의 미국 현지 마케팅에 유리하게 작용하고 있다고 함.

◆ 업체명 : Grupo Cementos de Chihuahua(GCC)

- 본사 소재지 : 멕시코 치와와(Chihuahua)주
- 설립연도 : 1941년
- 업종 : 시멘트 제조판매
- 종업원수 : 1,882명
- 연간 매출액 : MXN 47억2200만(약 US\$ 420만)
- 홈페이지 : www.gcc.com

① FTA 활용 성과

□ 북미 생산기지 확보 및 대미 매출 증가

- GCC사는 NAFTA가 체결된 1994년부터 미국 남부를 중심으로 시멘트 생산공장과 공급기지 건설을 꾸준히 추진해 왔으며, 향후에도 북미진출을 가속화해 멕시코 치와와주에서 캐나다에 이르는 시멘트 공장지대를 설립한다는 계획임.
- 2005년 기준, 매출의 48%를 미국에서 생산한 시멘트로 충당할 정도로 미국내 영업기반 확보

【 GCC의 해외진출 동향 】

1994년	2001년	2005년
○ 미국 뉴멕시코주 띠헤라시에 시멘트 생산공장 설립	○ 사우스다코타주 시멘트 생산공장 매입	○ 콜로라도주에 시멘트공장 설립 ○ 볼리비아 시멘트공장 인수 ○ 미네소타, 오클라호마 주 시멘트 기업 인수

② FTA 효과

□ 현지진출에 유리한 환경 조성

- 미국, 캐나다와의 FTA 체결은 투자자 보호조항 등을 통해 GCC의 현지 비즈니스 수행에 유리한 환경 조성

③ 기업 성과제고 전략

□ 반덤핑 규제 타파 위해 과감한 현지투자 수행

- 1989년 미국의 남부시멘트위원회(Southern Tier Cement Committee)가 멕시코산 시멘트를 덤핑혐의로 제소. 미국 상무부와 무역위원회의 긍정 판정을 내림에 따라 반덤핑관세 부과 확정
- 이로 인해 1990~2006년 상반기까지 멕시코산 시멘트에 대한 미국의 반덤핑관세율이 37.4~109.4%에 달해 사실상 멕시코산 시멘트의 대미수출이 불가능해짐.
- 이에 대한 대책으로 GCC사는 미국 현지 공장설립을 추진
- 1994년 NAFTA 체결과 동시에 미국 최초 진출, 뉴멕시코주 띠헤라스시에 연간생산량 45만톤 규모의 시멘트 공장 설립
- 2001년 사우스다코타주에 연간 생산량 95만톤 규모 공장 설립
- 2005년에는 3억7200만달러를 투자해 콜로라도주에 GCC사 전체 생산의 30%를 담당하는 시멘트 공장을 설립하고 미네소타, 오클라호마 및 볼리비아 시멘트 공장을 인수함으로써 치와와에서 캐나다에 이르는 생산기지를 구축하고 미국 및 중남미시장 직접 공략에 나섬.

□ 포화상태인 내수시장한 대체시장으로 해외시장 적극 개척

- 멕시코는 전통적인 시멘트 생산 강국으로, 멕시코 전체 재계서열 6위인 CEMEX 등의 과잉생산 등으로 인해 90년대 초 이미 시장이 포화상태에 이름.
- 이에 GCC는 1996년 CEMEX와 전략적 제휴를 체결, CEMEX 및 타 멕시코 기업이 진출한 국내지역에 생산기지를 설립하지 않기로 하고 해외시장 확대를 위해 FTA가 체결된 미국(1994년) 및 볼리비아(2005년) 공장설립 추진
- NAFTA 체결 전부터 GCC는 미국시장에 집중해 왔으며 협정 체결 후 북미시장 진출에 박차를 가함.
- 카트리나, 율마 등 최근 미국 남부를 휩쓴 허리케인 복구사업으로 이 지역 시멘트 수요가 크게 증가하고 있으며 GCC는 현지진출을 통해 해당지역 진출에 유리한 전략적 위치를 확보한 것으로 평가됨.

④ 시사점

FTA활용 성공요인 요약

- 미국 현지 투자확대를 통한 반덤핑 규제 극복
- 포화상태인 국내시장 대신 해외진출 적극 추진

□ 현지 진출을 통한 적극적 시장 개척

- 미국의 반덤핑관세 부과로 사실상 대미 수출이 불가능해진 상태에서 적극적인 현지 진출을 통해 미국시장 공략
- 산업특성을 감안 현지 진출을 적극 추진함으로써 미국 내수시장 공략에 성공한 경우임.

육류(소고기)

**철저한 시장분석을 토대로 한 맞춤형
수출전략 수립**

◆ **업체명 : AASA Lo Valledor**

- 본사 소재지 : 산티아고
- 설립연도 : 1982년
- 업종 : 육류 가공
- 종업원수 : 1,500명
- 연간 매출액 : NA
- 연간 수출액 : US\$ 3,730만
- 웹사이트 : www.aasa.cl

◆ **면담자 : Patricio J. Rojas / Overseas Sales Manager**

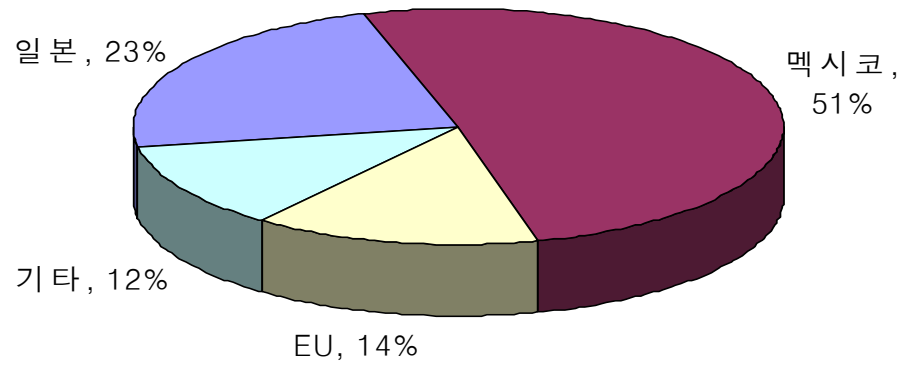
① **FTA 활용 성과**

□ **2007년 이후 대미 쇠고기 수출 개시 예정**

- AASA사는 칠레의 대표적인 육류 가공기업으로 주로 멕시코, 일본, EU 등지에 쇠고기를 수출해 왔으나 미국과 FTA 발효 후(2004년 1월) 대미 수출을 꾸준히 준비해온 결과 2007년부터 대미 수출 개시 예정

* 현재 칠레산 쇠고기의 주요 수출 대상국은 멕시코, 일본, EU 등이며, 대미 쇠고기 수출은 2006년 1월 테스트용으로 수출된 22톤 (US\$ 5만4000)이 전부임.

【칠레의 쇠고기 수출대상국 현황】 (2005년 기준)



자료원 : Odepa

② FTA 효과

□ 쇠고기 관세 인하

- 미-칠레 FTA 체결시 칠레산 쇠고기에 부과돼온 26.4%의 관세를 4년간 점진적으로 철폐, 2007년 관세 및 수입쿼터 완전 폐지에 합의

【칠레산 쇠고기에 대한 미측의 관세 · 쿼터폐지 일정】

연도	관세	쿼터
FTA 체결 이전	26.4%	-
2004	19.8%	1,000톤
2005	13.2%	1,100톤
2006	6.6%	1,210톤
2007	0.0%	쿼터 폐지

자료원 : Amcham Chile - FTA manual

- FTA 이전에는 칠레 육류 가공기업들이 미국의 까다로운 검역과 고관세로 인해 대미수출에 노력을 기울이지 않았으나 FTA 체결 후 세계 최대의 육류 소비시장인 미국시장 진출 추진중
- 2004년까지는 미국의 식품안전검역청(FSIS, Food Safety and Inspection Service)의 수입 승인을 받은 칠레 육류가공기업이 전무했으나 Carnes Nuble, Frigorífico Osorno 등 2개사가 2005년 11월에 대미 수출 승인을 획득
- 관세가 전면 철폐되는 2007년을 겨냥해 미국시장 진출을 준비해 온 업체들을 중심으로 FSIS 승인업체 및 대미 수출증가 예정임.
- 비슷한 품질, 부위의 쇠고기 미국 수출단가는 일본, EU 등에 비해 낮아 수출업체 입장에서 까다로운 대미수출 위생기준을 만족하기 위한 비용과 노력을 투자할 요인이 적었음.

【칠레산 쇠고기의 국별 수출단가】

(단위: US\$/Kg)

수출 대상국	가격 (2006년 기준)
멕시코	US\$2.48
일본	US\$4.47
EU	US\$5.38
미국	US\$2.61
영국	US\$5.72

자료원 : Odepa, Revista de Carne

주 : 대멕시코 평균수출가격이 낮은 이유는 기타 국가에 비해 저렴한 부위, 하급의 육류를 수출하기 때문

- 만약 FTA 체결에 따른 관세 철폐가 없었다면 AASA사도 미국 진출을 고려하지 않았을 것이라고 함.

③ 기업 성과제고 전략

□ FTA에 따른 미국 검역 당국 승인 추진

- AASA사는 현재 대미 수출을 위한 미국 당국의 최종 승인을 추진중이며, 2005년 10월 미 정부당국과 수입업체가 이 회사 가공 공장을 방문 실사예정으로 2007년 초부터 대미 수출이 가능할 것으로 낙관하고 있음.

□ 철저한 시장조사를 바탕으로 현지 진출기반 확보

- AASA사는 틈새시장 발굴을 위해 미국을 수차례 직접 방문, 목장, 유통망, 레스토랑 등을 답사해 미국 육류 유통실태를 철저히 조사했음.
- 8개월간의 미국 현장조사를 통해 수집한 정보를 토대로 주요 거래선 확보에도 성공

□ 시장수요에 맞춘 제품 생산 노력

- 고가 틈새시장 공략 예정
- 미국 쇠고기 시장은 경쟁이 치열하고 칠레산 쇠고기의 경우 미국 내산 및 Mercosur 국가(브라질, 아르헨티나, 파라과이, 우루과이) 제품에 비해 다소 고가이나 미국이 다양한 소비층이 존재하는 거대시장인 만큼 고가품 시장을 공략해 차별화한다는 계획임.
- 특히 칠레산 쇠고기가 광우병·구제역 안전지대에서 생산된 우수한 품질의 제품임을 강조함으로써 고가시장 공략 예정임.

- AASA사는 미국 소비자 기호에 맞춘 쇠고기 생산을 위해 별도의 비육장(Fattening Plant) 건설을 추진중임.
- 칠레 등 남미국가에서는 소의 사료로 풀을 먹이는 것이 보통이나 미국 소비자들은 옥수수를 먹인 소의 육질을 선호하는 경향 고려
- 현재 1,000두의 소에 대해 옥수수 사료를 테스트중이며, 정부의 환경영향평가 통과 즉시 신규 비육장 착공 예정임.
- 이밖에도 공개하기는 어렵지만 미국 소비자에 특화하기 위한 몇 가지 프로젝트들을 추진중이라고 함.

④ 시사점

FTA활용 성공 요인 요약

- FTA에 따른 관세, 쿼터제 폐지 일정에 맞춘 체계적 진출전략 수립
- 상대국 시장수요를 적극 반영한 제품 생산 추진

□ 사전 시장분석을 토대로 한 맞춤형 쇠고기 생산

- 아직까지 대미 수출 준비단계이나, 미-칠레 FTA 체결에 따른 관세, 쿼터 폐지 일정에 맞춰 체계적으로 대미시장 진출 준비
- 미국 검역당국의 승인 획득, 미국 시장 실사 통한 쇠고기 유통시장 분석 및 고가품시장 타깃 설정, 미국 소비자 수요를 반영한 비육장 건설 추진 등 대미수출 위한 준비 체계적 수행중
- 단순히 관세인하 효과만 기대하지 않고 현지 소비자기호 조사, 맞춤형 제품 생산 노력을 통해 FTA 체결에 대비

유제품(치즈)

AUSFTA 체결직후 최초 대미수출 달성

◆ **기업명** : The Bega Co-Operative Society Ltd.

- 본사 소재지 : NSW주, Australia
- 설립년도 : 1899년
- 산업 분야 : 치즈류 제조 판매
- 종업원수 : 500명
- 연간 매출액 : A\$ 1억5000만(US\$ 1억1400만)
- 연간 수출액 : 3,500톤, A\$ 5000만(US\$ 3800만)
- 홈페이지 : www.begacheese.com.au

◆ **면담자** : Grahame Hocking / Director of Sales

① **FTA 활용 성과**

□ **AUSFTA 발효 첫해(2005년 1월), 대미 수출 최초 달성**

- 100년 이상의 역사를 자랑하는 호주 최대의 치즈 제조사인 동사는 1995년 수출을 개시, 전세계 50개국 이상에서 자사 제품을 판매해 왔으나 2004년까지 미국시장에 진출하지 못하다가 미-호주 FTA가 체결된 2005년에 처음으로 대미 수출 기록
- 2005년 대미 수출규모 : 150톤, A\$ 50만(US\$ 38만)
- Bega사에 배정된 쿼터량이 매년 5%씩 증가할 예정이어서, 동사의 대미 수출도 5% 정도 증가 기대됨.

- * 미-호주 FTA 발효 첫해인 2005년 호주의 주요 낙농제품 대미수출은 전년대비 46.8% 증가. 특히 버터류의 경우 전년대비 대미 수출증가율이 138%, 치즈류도 77%에 달함.

【미-호주 FTA 체결전후 호주의 대미 유제품 수출변화】

(단위 : US\$ 천)

품 목	2004	2005	증감률
Milk and cream	31,772	32,244	1.5%
Butter	6,799	16,188	138.1%
Cheese and curd	27,101	47,966	77.0%
합계	65,672	96,398	46.8%

자료원 : Department of Foreign Affairs and Trade

② FTA 효과

□ 유제품 관세 철폐

- 미-호주 FTA 체결에 따라 일정 쿼터내에서 호주산 유제품에 부과되던 8~20% 수준의 관세 즉시 철폐
- FTA 발효 첫해 즉시 관세 철폐 품목
 - 750만 리터의 우유, 아이스크림
 - 2,000톤의 치즈
 - 4,000톤의 전지분유 등
- 호주산 낙농제품의 대미 수출관련 비쿼터 품목에 대해서는 18년간 점진적으로 관세를 철폐기로 합의

③ 기업 성과제고 전략

□ 현지 기업과 파트너십 체결

- Bega사 국내외 매출 총괄이사인 Grahame Hocking에 따르면 미-호주 FTA 체결 전에는 가격상의 문제로 미국진출이 불가능했으나 미-호주 FTA 협상 타결 직후 현지 에이전트인 Atlanta Corp.와 계약을 체결, 마케팅 노력을 기울인 결과 2005년도에 첫 대미 수출 실적을 올릴 수 있었다고 함.

□ 생산시설 증대를 통해 대미 진출에 대비

- 1998~2003년간 A\$ 3000만(US\$ 2300만) 투입해 연간 6만톤의 치즈를 생산, 포장할 수 있는 공장 증설
- 이전에는 중간제품의 상당량이 최종 가공, 포장을 위해 Victoria 주로 운반돼야 했으나, 공장 증설 후 원재료 가공에서 포장까지 동일 공장에서의 처리가 가능해짐.
- 비용절감 및 향후 미국시장 진출에도 유리하게 작용할 전망이다.

④ 시사점

FTA활용 성공 요인 요약

- FTA협상 타결 직후 현지 에이전트와 계약 체결, 최초 대미 수출 달성

- FTA 발효와 관세인하에 따라 현지 에이전트 선정 등 발 빠르게 대응함으로써 최초의 대미 수출실적 거양
- 미국 진출에 대비한 사전 생산시설 증설이 FTA 효과를 극대화하는데 기여한 경우임.

Ⅲ. 시사점

- FTA 체결효과는 산업별, 품목별뿐 아니라 동종업종에 있는 기업간에도 상이하게 나타나는바, 한미 FTA 수혜기업 명단에 자사의 이름을 올리기 위해서는 철저한 준비가 필요함.
- 미국과 FTA를 체결한 주요 5개국(캐나다, 멕시코, 싱가포르, 칠레, 호주)의 미국과 FTA를 통해 성과를 제고시킨 기업의 특징은 크게 다음 세 가지로 이는 수혜기업이 되기 위한 요건이기도 함.
 - 제품·경쟁력 보유기업, FTA 체결에 대비한 사전준비 철저 기업, FTA 체결 후 자신감을 바탕으로 한 적극적 대미 마케팅 추진기업
- 조사결과 성과 제고기업은 환경정화, 환경측정시스템, 제약, R&D, 섬유, 소프트웨어, 기계, 조명장치, 전자, 디자인, 포장, 시멘트, 육가공, 식품류 등 다양한 분야에서 나타났으며, 특정분야에 국한되지 않음.
- 이들 기업의 성과는 대미수출 증가, 미국 수출을 바탕으로 한 여타 해외시장 진출, 미국 및 제3국 기업과 제휴 및 경쟁을 통한 마케팅·기술 경쟁력 제고 등으로 다양하게 나타남.
 - 즉 미국과 FTA 체결효과는 단순히 대미 수출 증가에 있는 것이 아니며, 미국 정부시장 진출, 미국기업과 제휴 경험을 통한 경쟁력 제고를 향상시킴으로써 기업의 해외시장 진출 확대에 중요한 역할을 한다는 것임.
- 이들 기업의 성과 제고에 영향을 미친 요인 역시 단순히 관세인하뿐 아니라, 지적재산권 보호강화에 따른 신뢰제고, 인력교류 자율성 제고, 통관절차 간소화, 정부조달시장 문호 개방, 국가 및 기업 이미지 상승 등 다양함.
 - 특히 이런 요인들은 각 요인이 개별적으로 영향을 미치는 것이 아니라 이중 몇가지 요소가 경영환경 변화에 복합적으로 작용하는 것이 일반적임.

- 아울러 관세인하 등 직접적 효과 못지않게 지적재산권보호 강화, 투자자 보호 강화, FTA에 따른 글로벌 스탠다드 채택은 우리기업의 대외 비즈니스 신뢰도, 인지도 향상에 중요한 역할을 하는 것으로 나타남.

- 특히 바이오, R&D, 소프트웨어, 디지털콘텐츠 등 지식기반 산업의 경우 국제 거래에 있어 지적재산권 보호 정도가 거래의 중요 요소로 작용하고 있어, 한미 FTA 체결시 해당분야 기업 활동에 유리한 환경이 조성될 전망이다.

- 우리나라 지식기반 산업의 경우 특히 가격, 서비스, 품질 면에서 경쟁력을 확보하고 있어 발전 여지가 큼.

□ 그러나 기업의 노력 없이는 한-미 FTA 체결로 어떠한 유리한 환경이 조성된다고 해도 성과를 거둘 수 없으며, 이는 FTA에 따른 관세인하 효과만 믿고 미국 기업에 OEM 공급을 시작했다가 미국기업의 급작스런 거래선 변경으로 낭패를 본 기업사례에서도 확인됨.

⇒ 경쟁력이 수반되지 않는 가격인하 효과는 일시적일 수밖에 없음을 의미

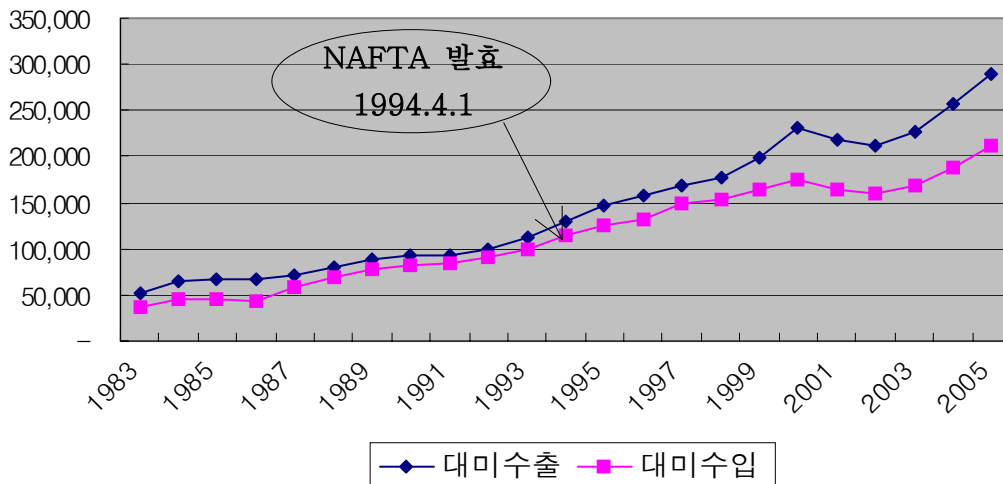
□ 발굴된 사례에서 나타난 기업들의 마케팅 노력은 기술개발 및 틈새 시장 공략 통한 차별화, 현지 사무소 설치, 현지 유력기업과 판매 및 기술제휴, 전문전시회 참가 등 적극적 마케팅 전개, 환경 등 현지 법규에 적합한 제품 개발, 특허 및 필요 인증 획득, 현지실사 등 철저한 사전 시장조사, 필요시 생산시설 확충 등임.

- 특히 미국 내수시장 공략을 위한 현지진출 또는 현지기업과 제휴, 현지 소비자 기호에 맞춘 제품 개발, 현지 시장과 유통구조에 대한 이해 등 현지화 노력은 FTA를 자사 발전의 디딤돌로 활용하기 위한 기업전략의 필수 요소임.

【부록】 미국과 FTA 체결국의 체결전후 대미 교역량 변화

캐나다

【미국과의 교역 동향】

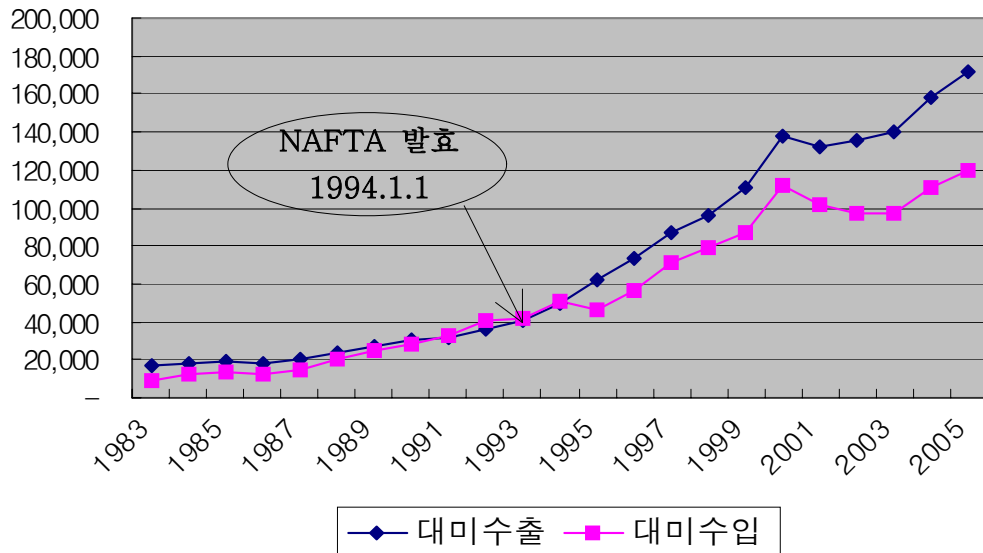


연도	대미수출		대미수입	
	금액(백만불)	전년대비 증감률	금액(백만불)	전년대비 증감률
1983	51,573		36,978	
1984	65,336	27%	45,270	22%
1985	67,869	4%	45,924	1%
1986	66,216	-2%	43,748	-5%
1987	70,644	7%	59,212	35%
1988	80,746	14%	69,652	18%
1989	88,543	10%	77,894	12%
1990	93,259	5%	82,435	6%
1991	92,432	-1%	84,708	3%
1992	99,999	8%	89,666	6%
1993	111,986	12%	99,366	11%
1994	130,405	16%	113,807	15%
1995	146,951	13%	125,618	10%
1996	158,013	8%	132,007	5%
1997	169,545	7%	149,362	13%
1998	176,161	4%	153,452	3%
1999	199,780	13%	163,478	7%
2000	231,033	16%	176,038	8%
2001	218,830	-5%	163,500	-7%
2002	212,294	-3%	160,398	-2%
2003	226,149	7%	169,007	5%
2004	258,107	14%	188,229	11%
2005	290,394	13%	210,870	12%

자료원 : UN Comtrade

멕시코

【미국과의 교역 동향】

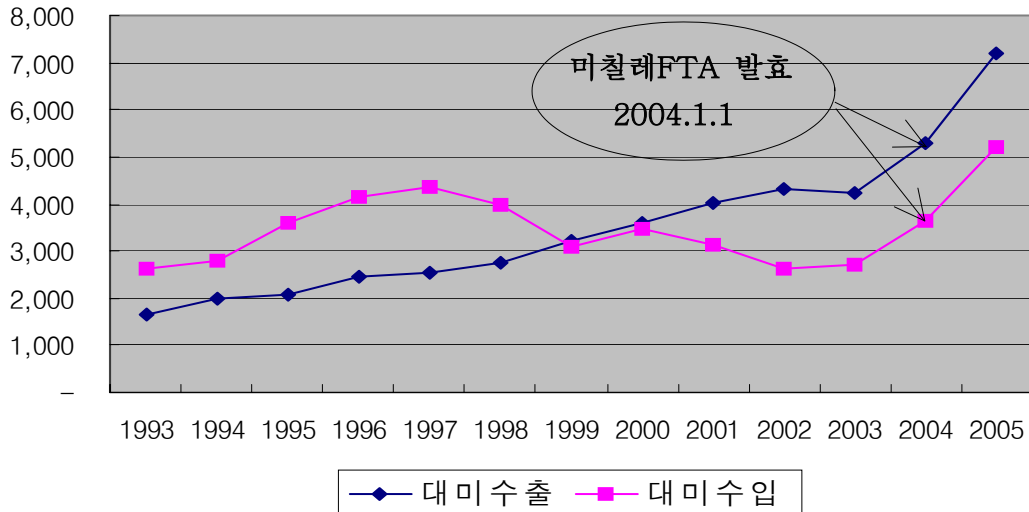


연도	대미수출		대미수입	
	금액(백만불)	전년대비 증감률	금액(백만불)	전년대비 증감률
1983	17,014		9,078	
1984	18,250	7%	11,976	32%
1985	19,352	6%	13,394	12%
1986	17,539	-9%	12,377	-8%
1987	20,511	17%	14,573	18%
1988	23,519	15%	20,622	42%
1989	27,442	17%	24,844	20%
1990	30,766	12%	28,245	14%
1991	31,767	3%	33,144	17%
1992	35,856	13%	40,329	22%
1993	40,708	14%	41,486	3%
1994	50,280	24%	50,677	22%
1995	62,648	25%	46,260	-9%
1996	73,922	18%	56,704	23%
1997	86,995	18%	71,203	26%
1998	95,963	10%	78,755	11%
1999	110,988	16%	86,767	10%
2000	137,389	24%	111,331	28%
2001	132,736	-3%	101,241	-9%
2002	136,072	3%	97,352	-4%
2003	139,558	3%	97,315	0%
2004	157,669	13%	110,617	14%
2005	172,188	9%	119,937	8%

자료원 : UN Comtrade

칠 레

【미국과의 교역 동향】

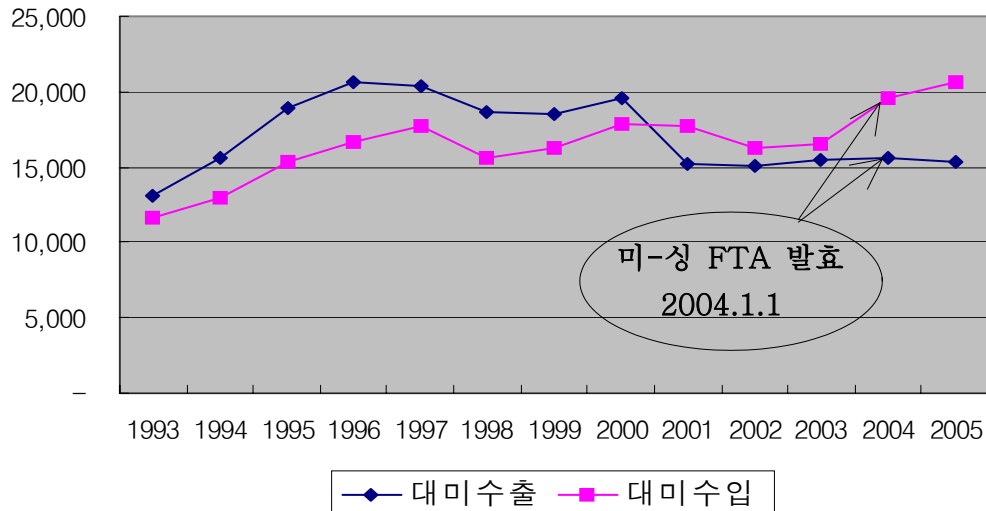


연도	대미수출		대미수입	
	금액(백만불)	전년대비 증감률	금액(백만불)	전년대비 증감률
1993	1,637		2,605	
1994	1,975	21%	2,776	7%
1995	2,074	5%	3,613	30%
1996	2,468	19%	4,132	14%
1997	2,555	4%	4,375	6%
1998	2,767	8%	3,985	-9%
1999	3,219	16%	3,079	-23%
2000	3,592	12%	3,455	12%
2001	4,020	12%	3,130	-9%
2002	4,300	7%	2,612	-17%
2003	4,251	-1%	2,719	4%
2004	5,293	25%	3,625	33%
2005	7,212	36%	5,198	43%

자료원 : UN Comtrade

싱가포르

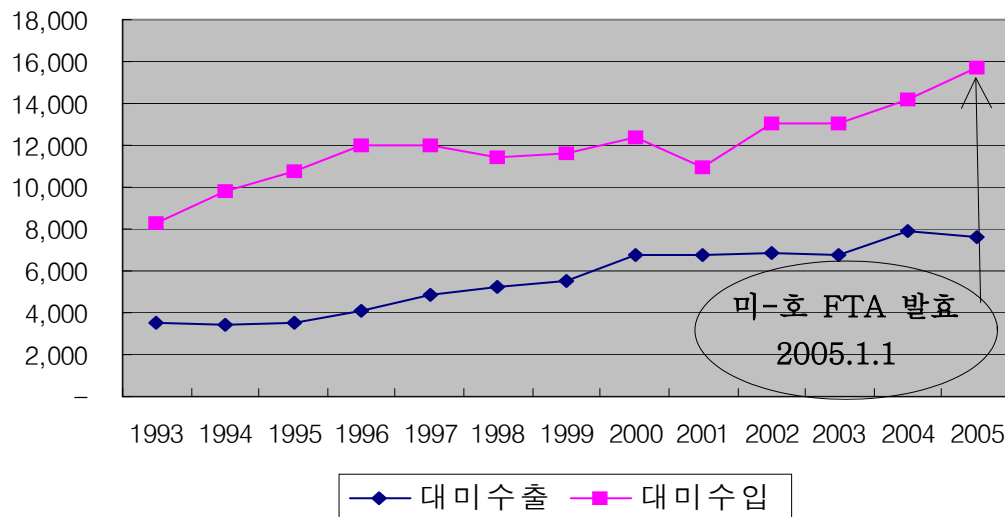
【미국과의 교역 동향】



연도	대미수출		대미수입	
	금액(백만불)	전년대비 증감률	금액(백만불)	전년대비 증감률
1993	13,044		11,657	
1994	15,651	20%	12,996	11%
1995	18,890	21%	15,298	18%
1996	20,643	9%	16,676	9%
1997	20,359	-1%	17,715	6%
1998	18,629	-8%	15,664	-12%
1999	18,529	-1%	16,225	4%
2000	19,544	5%	17,798	10%
2001	15,253	-22%	17,685	-1%
2002	15,085	-1%	16,207	-8%
2003	15,486	3%	16,564	2%
2004	15,590	1%	19,564	18%
2005	15,381	-1%	20,594	5%

자료원 : UN Comtrade

【미국과의 교역 동향】



연도	대미수출		대미수입	
	금액(백만불)	전년대비 증감률	금액(백만불)	전년대비 증감률
1993	3,508		8,271	
1994	3,423	-2%	9,780	18%
1995	3,560	4%	10,788	10%
1996	4,113	16%	11,991	11%
1997	4,885	19%	12,041	0%
1998	5,206	7%	11,469	-5%
1999	5,504	6%	11,610	1%
2000	6,788	23%	12,356	6%
2001	6,802	0%	10,945	-11%
2002	6,815	0%	13,083	20%
2003	6,730	-1%	13,092	0%
2004	7,872	17%	14,198	8%
2005	7,609	-3%	15,740	11%

자료원 : UN Comtrade

작성자

◆ 통상전략팀	임성주 과장
◆ 토론토무역관	김종현 과장
◆ 시드니무역관	최원석 과장
◆ 멕시코시티무역관	유성준 과장
◆ 싱가포르무역관	김현아 과장
◆ 산티아고무역관	최숙영 과장

FTA 통한 분야별 해외기업 성과제고 사례 분석
- 미국과 FTA체결국 기업을 중심으로 -

발행인 : 홍기화

발행처 : KOTRA

인쇄처 : 학림사 02)752-0463

발행일 : 2006년 10월

주 소 : 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)

전 화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright © 2006 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.