

기획조사 06-004

한-인도 CEPA 체결과
우리나라의 對인도 수출유망품목

2006.1.

kotra

<목 차>

1. 한-인도 CEPA 협상 추진현황	1
2. 우리나라의 對인도 수출유망품목	5
3. 시사점	9

1. 한-인도 CEPA 협상 추진현황

□ 한-인도 CEPA 협상 주요 일지

2003.12월	공동연구그룹 설치 검토 합의
2004.10월	공동연구그룹 설치 합의
2005.1~8월	총 3차 공동연구 회의 개최
2005.11월	공동연구보고서 최종문안 실질적 합의
2006.1월	공동연구그룹, 한-인도 CEPA 협상개시 건의

※ CEPA (Comprehensive Economic Partnership Agreement; 포괄적 경제동반자 협정)

자유무역협정(FTA)의 일종으로서, 상품교역 뿐 아니라, 서비스교역, 투자, 경제협력 등을 포괄하는 내용을 강조하는 용어
인도 측은 자국 내 민감성을 우려, FTA 명칭 대신 CEPA 명칭 선호

□ 한-인도 CEPA 추진 필요성

○ 성장잠재력이 큰 인도와의 경제적 협력 확대

- 2003년부터 급속한 성장세로 세계의 이목 집중
GDP 성장률 : 8.6%(2003) → 6.9%(2004)
- 중국과 함께 “Chindia”로 불리며, 향후 세계 경제성장의 주
인공으로 각광
- 미국 등 선진국과 중국, 일본 등 경쟁국들이 인도와의 경제
협력 강화 추세
- 우리나라와 인도 양국의 경제협력 관계를 보다 긴밀히 하기
위해 FTA 등 기본틀 마련 필요

○ 우리나라의 인도시장 진출확대를 위한 포석 마련

① 우리나라의 對인도 수출

- 우리의 11위 수출대상국으로 부상 (24위('02)→11위('05))
- 우리나라 총수출 대비 對인도 수출비중은 1.6% ('05.1~11)
- 최근 3년 대인도 수출은 연평균 54.6% 급증, 우리나라 전체 수출증가율(20.9%) 상회
- 활발한 경제성장을 배경으로 산업자본재, 부품 중심의 수출지속 증가 전망

<우리나라의 연도별 對인도 수출현황>

연 도	2002	2003	2004	2005.1~11월
금액(백만불)	1,384	2,853	3,632	4,145
증가율(%)	-1.7	106.1	27.3	25.5

자료 : KOTIS

② 우리나라의 對인도 투자

- 현지투자 → 내수시장 진출 및 제3국 수출기지로 부상
- 현대자동차, LG전자, 삼성전자의 현지생산 판매액(34.2억불)은 우리 대인도 총수출('04, 36.2억불)과 동일한 규모
- 현대자동차, '04년 중 2억불 투자하여 생산규모를 15만대에서 25만대로 증설
- LG전자, 인도 중서부 뿌네에 5천만불 투자(제2공장 건립)
- 제3국 수출을 위한 생산거점으로 진전
 - 현대자동차의 제3국 수출 : 7만대('04) → 9만5천대('05)
 - LG전자/삼성전자도 서남아 등 인근국으로 수출확대

③ 우리나라의 주요 해외공사 수주시장

- 도로, 발전, 항만 등 SOC 개발, 제조 플랜트 등 인프라 전반에 막대한 개발수요 존재
- 인도의 인프라 개발 수요 (예시 : 고속도로의 경우)
 - 수년간 추진해온 총연장 6,000km의 '국가 순환고속도로' 마무리, 총연장 7,000km의 동서/남북 고속도로를 국제입찰 형태로 활발히 발주 중
- 우리나라의 2004년 對인도 공사수주 내역
 - 해저송유관(현대중공업, 6억불), 화력발전소(두산중공업, 4억불), 철교교량(울트라건설 1.2억불) 등

④ 우리의 자원확보 및 개발을 위한 협력대상국

○ 중국, 아세안, 일본 등 주변국들의 경쟁적 인도시장 공략에 대한 보완관계 시급

- 태국, 싱가포르 등은 인도와 FTA를 체결, 인도 시장 선점에 적극적 행보 시작
- 아세안, 중국, 일본 등도 인도와의 FTA 협상을 진행 중이거나 검토 중으로 인도 시장에서의 치열한 각축전 예고
- 특히 일본은 기 발효된 인도-태국 FTA와 일본-태국 FTA를 활용, 인도 자동차 내수시장 진출을 위한 장기전략에 돌입한 것으로 알려져 있음.
 - 일본-태국 FTA에서는 3000cc이상 자동차에 대한 시장개방과 3000cc이하 자동차에 대한 추후 협상 가능성을 열어둔 바 있음.

※ 한-인도 CEPA의 경제적 효과 (KIEP)

- 한-인도 CEPA가 체결되어 관세가 철폐될 경우, 23억불의 무역수지 개선 효과(對인도 수출 28억불, 수입 5억불 증가) 기대
- 우리나라 GDP는 1조3천억원, 1인당 국민소득은 3만원 증가
- 고용은 4만7600명 증대 효과
- 품목별 영향
 - 수송장비(11억불), 섬유 및 의류(4억불), 기계(3.5억불), 화학공업(3억불), 금속(2.6억불) 순으로 수출 증가 전망
 - 광물, 농수산물, 섬유 및 의류, 화학 등에서 5억불 내외의 수입 증가 예상

<한-인도CEPA의 경제적 효과 (2004년도 국내기준)>

구분		FTA 체결전 (2004년)	FTA 체결후 금액	
			금액	변동액
국내총생산(GDP)		778조4천억원	779조7천억원	↑1조3천억원 (0.17%)
1인당 국민소득		14,162불 (1,621만원)	14,186불 (1623만원)	↑24불(3만원)
가구당 평균소득		3,036만원	3,041만원	↑5만원(0.17%)
대인도 교역량		55억불	88억불	↑33억불(60%)
	대인도 수출	36억불	64억불	↑28억불(80%)
	대인도 수입	19억불	24억불	↑5억불(30%)
	무역수지	17억불	40억불	↑23억불
국내 취업자수 (제조업)		1,668만명	1,672만7600명	↑4만7600명

자료 : 외교통상부 자료에서 재인용

2. 우리나라의 對인도 수출유망품목

- 한-인도 CEPA에 따른 우리나라의 對인도 수출여건 변화는 인도와 여타국의 FTA를 동시에 고려한 동태적 관점에서 파악할 필요
- 한-인도 CEPA가 발효될 시점에는 현재 인도가 여타국과 추진 중인 FTA도 동시에 발효될 가능성이 큼.

<인도의 국가별/지역별 FTA추진 현황>

기체결	협상중	검토중
SAPTA('95.12.7), SAFTA('04.1), 스리랑카('98.12), 아프가니스탄('03.5), 태국('03.10), 싱가폴('05.6), MERCOSUR ('04.1)	ASEAN	한국, 중국, 일본, 말레이시아, GCC

- 현재 인도가 FTA를 추진 중인 주요국들의 2004년 인도 수입시장 점유율을 보면 한국은 3.1%, 중국 6.1%, 아세안 9%, 일본 3.0% 등으로, 우리나라가 이들 국가와 동시에 FTA를 추진할 경우 한-인도 FTA에 따른 우리의 수출증가 효과는 상당 부분 희석되어 효과가 제한적일 가능성이 큼

□ 인도시장 내 우리나라와 경쟁국의 주요 경합품목

- 중국 : 전기기기(무선통신기기, TV부품 등), 컴퓨터, 사무기기 부품, 섬유기계, 유기화합물, 무기화학제품, 인조 섬유 등

○ 일본 : 기계류(펌프, 에어컨, 기타기계, 섬유기계 등), 전기기기, 철강제품, 선박, 플라스틱 등

○ ASEAN : 전기전자제품 및 부품, 유기화학, 인조 섬유, 자동차부품 등

□ 한-인도 CEPA 체결 후 對인도 수출유망품목

○ 선정 시 고려사항

- IT제품(핸드폰, 컴퓨터 등) 및 부품은 ITA 협정에 따라 금년부터 이미 기본관세가 면제되어 영향 없음.

- 기계류 등 중장기적으로 우리 제품의 진출 잠재력이 높은 품목(공작기계, 포장기계, 식품가공기계, 건설기계, 섬유기계 등)과 수입 규모 및 수입의존도가 높은 산업 부품류(자동차 부품, 전자부품, 기계부품 등) 전반 포함

- 일본, 중국 등 경쟁국과 경합관계가 높으며 상대적으로 가격 탄력성이 높은 품목, 인도의 수입의존도가 높으며 관세율이 상대적으로 높은 품목 위주

○ 대상품목 및 주요 경쟁국

품목명	비고 (전망근거, 현황 등)
철강 및 철강제품	-철강은 러시아(13%), 일본(7%), 한국(7%)간 경쟁 치열, FTA로 가격 인하시 저가 러시아산과 경쟁 가능 -철강제품은 일본(13%), 중국(10%), 한국(7%)간 경쟁, FTA시 중국산 및 일본과의 격차 추격

선박	-싱가폴(19%), 일본(15%)이 주요 경쟁국이며, 한국산은 6% 시장점유율 -인도의 높은 경제성장으로 교역 및 물류 급증 -싱가폴은 '05.8월 인도와 FTA로 2009년까지 선박에 대한 관세 철폐 예정, 한-인도 FTA시 싱가포르 관세 차별 해소 및 수주 증가 예상
자동차부품	-인도의 중장기적 자동차 생산 증가로 수요증가 지속 -한국산(33%)이 가장 우세하나, 일본(17%)외에 체코(11%), 독일(8%)산도 크게 증가 -특히 2004년부터 태국산의 수입이 급증, '04년 시장 점유율이 7% 까지 증가 -한-인도 FTA시 한국차에 대한 높은 브랜드 인지도와 함께, 가격면에서 일본산과의 격차 확대 및 태국과의 격차 크게 축소
합성수지 원료/제품	-미국(11%)이 최대 수입국이며, 한국은 2위 수입국 -중국, 일본, 태국, 싱가포르가 각각 5-6%의 점유율로 5-8위 수입대상국 -인도의 플라스틱 소비재의 수요 급증으로 수요의 지속적인 증가세 및 인도내 생산 증가 예상 -한-인도 FTA시 중국과는 동일한 가격하에 높은 품질로 경쟁할 수 있고, 미국 및 일본과는 가격면에서 경쟁력을 확보할 수 있는 수준
섬유기계	-스위스, 벨지움, 이태리 등 EU 국가들의 시장 점유율이 매우 높고, 최근 일본, 중국의 시장 진출이 현저 -인도의 높은 수입의존도와 함께 쿼터폐지 이후 생산 증가로 수요 증가 지속 -한-인도 FTA시 직기에서는 유럽 및 일본산과 가격 경쟁력을 확대하고, 레이스기는 중국산과 가격격차 축소가 가능한 상황
에어컨	-최근 수년간 매년 50% 전후의 높은 수요 추세 지속 -한국(20%), 일본(18%), 중국(17%), 태국(12%)가 치열한 경쟁 상황 -벽걸이형에 대한 8% 특별소비세 부과되고 있어 한-

	인도 FTA시 가격경쟁력 제고로 시장 확대 가능성이 매우 높은 품목
건설기계	-도로 등 인도의 인프라 개발 확대정책으로 매년 수입 수요 급신장세 -일본(33%), 한국(28%)간 경쟁이 심한 중국(9%)의 시장진출 가속화 경향 -한-인도 FTA시 가격 및 품질 양면에서 일본산과 중국산과의 격차 축소로 수출이 크게 증가할 전망
공작기계	-가전, 자동차 등 인도의 산업생산 증가로 수요 및 수입 증가세 지속 확대 -일본산(28%)의 인지도가 높으나, 한국산(20%)은 고가 일본산과 저가 대만산(14%) 사이에서 중급제품으로 인지 -한-인도 FTA로 10-15% 가격경쟁력이 제고될 경우 일본산과 대만산 양쪽으로 시장진출을 크게 확대할 수 있다는 입장
발전기	-인도의 전력 수요대비 공급 부족 지속, 발전 분야의 민자유치 노력 가속화 -발전기는 고가제품은 독일(21%)과 일본(7%)이, 저가 제품은 중국산(15%)이 주류, 한국(8%)은 틈새에 진출 -발전기 부분품은 인도 업체들의 조립생산을 위해 수입되며, 독일 및 덴마크가 전체시장의 60-70%를 장악 -한-인도 FTA시 주로 중국산에 대한 대체 수요로 한국산 수입이 크게 증가할 전망
인조섬유	-중국이 필라멘트사를 중심으로 매년 시장 점유율이 급증하고 있는 가운데, 한국은 가격 경쟁에서 밀려 정체 -FTA로 한국산의 10%의 가격 경쟁력을 추가 확보할 경우 중국산 수입품을 일정부분 대체할 수 있는 상황

주 : () 안은 2004년 해당국의 인도시장 점유율

3. 시사점

- 중국, 일본, 아세안 등이 적극적으로 인도와의 FTA 협상에 나서고 있어 시장의 수성과 경쟁관계 보완 시급
- 특히 2011년 발효 전망인 인도-아세안 FTA는 우리의 對인도 수출에 미치는 파급효과가 클 것으로 예상
- 2004.11월 발효된 인도-태국 FTA는 일부 품목에서 FTA 역외국으로서의 우리나라 피해사례가 나타나기도 함.

※ 인도-태국 FTA에 따른 우리나라 수출품의 피해 사례

- 대상품목 : 컬러TV 음극선관(HS 8540.11)
- 내용 : 인도-태국간 FTA 발효 이후 82개 양허대상 품목인 컬러 TV 음극선관의 경우, 대태국 수입이 크게 증가한 반면, 우리 수출은 정체
 - 2004년 인도의 대태국 TV음극선관 수입은 2.3%의 점유율에 그쳤으나, FTA 발효 이후인 '05.1-7월 기준 15.9%로 급증
 - 반면, '05.1-7월 우리나라의 점유율은 21.6%로 전년대와 유사한 수준에 머물러, FTA 발효이후 시장 확대의 기회가 제한되는 것으로 분석
 - 또한 2007년부터 태국에 대한 관세가 철폐될 경우 태국산 수입 증가는 보다 확대될 전망

<인도의 대한국 및 대태국 컬러TV음극선관 수입통계>

(단위 : 백만불, %)

구 분	2003	2004	'05.1-7월
인도 수입 계	91.0(100%)	120(100%)	42.4(100%)
대한국 수입	23.3(25.6%)	25.5(21.3%)	9.2(21.6%)
대태국 수입	0.06(0.07%)	2.8(2.3%)	6.7(15.9%)

주 : ()안은 점유율

자료 : WTA

□ 한-인도 CEPA 협상을 통한 시장개방 극대화 필요

- 인도측은 자국산업 등을 고려하여 자동차, 섬유, 철강 등은 민감품목으로 제시하면서 시장개방에서 제외를 요구할 가능성이 높으며, 이는 인도-싱가폴 FTA 협상 결과에서도 나타난 바 있음.
- 따라서 우리는 인도가 개방을 꺼려하는 품목들을 지렛대로 활용하면서, 실질적으로 최대한 개방을 유도해야 하는 품목들은 산업용 기계류, 각종 산업 부품류(전기전자 부품, 자동차부품 등) 등이 중심이 되어야 할 것으로 보임.

□ 한-인도 CEPA 협상을 계기로 중장기적 관점의 對인도 진출 전략 수립 필요

- 협상의 타결과는 별도로 협상을 추진하는 것 자체로도 현지 시장에서 우리나라 제품의 인지도 확대에 크게 도움
- 인도 내에서 높아지는 우리나라의 국가이미지를 상품수출과 연계하기 위한 노력 필요

① 선택과 집중 : 권역별, 소비자 계층별 타게팅 전략

- 광활한 국토, 지역간 경제수준 격차 등으로 권역별 차별화된 마케팅 전략 필요
- 중산층 소득수준 향상에 따른 고급품 시장 초점

<예시 : 인도의 중산층>

- 매년 10%씩 증가하는 인도의 중산층은 소비시장의 성장을 주도
 - 인구 4,000만명, 연간 소득 4,000불~1만불 수준
 - 필수품 이외의 제품을 구매할 수 있는 능력 보유
- 이들 계층의 2004년 자가용 매출은 5년 전보다 2배 증가
- '96년 30만명에 불과하던 이동통신 가입자 수는 현재 6,500만명

② 인근지역 진출 거점으로 활용

- 인도는 최근 주변국과의 활발한 FTA 체결을 통한 지역협력전략을 구축, 지역경제블록의 중심축으로 부상
- 인도를 정점으로 서남아 지역경제블록 공략 가능 (Hub-and-Spoke 전략)

③ 유통시장 진출 ▪ A/S망 확충을 통한 지방시장 선점

- 인도는 '05년부터 단계적으로 유통시장 개방 시작
→ 광활한 국토, 낙후된 인프라로 인해 유통네트워크의 소비 영향력 막대
- A/S망 구축을 통한 중기적인 마케팅 기반 구축
- 인도 시장 내 경쟁이 치열해지면서 서비스 고급화와 차별화 차원에서 A/S망 중요성이 곧 부상할 전망

<중국 섬유기계의 인도시장 공략 사례>

- 중국의 섬유기계 메이커 CHG(국영기업)의 해외마케팅 기관인 China Texmatech Company는 10월말까지 '중국 방직기 A/S 센터' 설치 추진
- 인도의 '섬유설비 현대화 자금'이 2007년 3월까지 종료 예정에 따라, 인도 업계의 설비확대 노력이 내년 중 마무리된다는 예측 하에 중국은 A/S 기반구축 등 마케팅 활동에 박차

④ 부품 아웃소싱 수요를 활용한 수출기회 확대

- 인도 전 산업의 역동적 성장에 따른 부품수입수요 폭증

⑤ 대규모 SOC 입찰 프로젝트 적극 활용

- 정부주도의 경제개발정책으로 국책사업 잇달아 추진
- 예 : 인도 조달규모는 연간 GDP의 10% 규모
 - ※ IBRD와 ADB는 매년 50억불 전후의 차관 제공
 - ※ 일본은 전체 ODA 자금의 24%를 인도에 지원 중