

기획조사 06-031

한-EU FTA 체결 영향 및 현지 업계 반응조사
- 현지 경쟁동향 및 바이어 반응을 중심으로 -

2006. 6

KOTRA 통상전략팀

<요 약>

- EU와의 FTA 체결은 한-미 FTA에 버금가는 영향을 미칠 전망
 - 우리나라 對EU 수출규모는 작년기준 437억달러로 EU는 중국에 이어 우리의 2대 수출시장이지만, 전체 수입시장 규모면에서는 미국 수입 규모의 2배를 능가하는 세계 최대의 수입시장(4조3백억 달러)
 - 우리나라 총수출에서 對EU 수출이 차지하는 비중도 12.8%('03) → 14.9%('04) → 15.4%('05)로 해마다 증가
- 한-EU FTA 체결시 자동차, TV 부품, 컴퓨터 주변기기 및 타이어 등 품목의 관세인하에 따른 수출증대 예상
 - 반도체, 선박 및 컴퓨터 부품 등의 품목은 무관세로서 상계관세 등과 같은 수입규제의 확산과 맞물려 FTA로 인한 효과는 미미
- EU 역내 16개국 바이어 150명과 EU 진출 우리기업 지상사 관계자 73명 등 총 223명을 통해 설문조사한 결과에 따르면,
 - EU 바이어의 64%가 한국산으로 수입선을 전환할 것으로 조사됨.
 - 또한, 현지 진출 우리 지상사의 63%, EU 바이어의 56%가 한-EU FTA 체결이 우리의 對EU 수출확대에 도움이 될 것으로 응답
- 유로 통화권인 15개 舊가입국 바이어의 수입 증대의사가 新EU 가입국이나 非유로권 회원국 바이어보다 더 큼.
 - FTA 수출효과에 대한 긍정적인 답변 비율이 EU-15에서 67%로 높게 나타난 반면, 2004년 신가입국과 非유로권 회원국가에서는 각각 46%와 43%로 상대적으로 낮게 나타남.
- FTA에 따른 수출 증대의 규모에 대한 체감도는 EU 바이어 보다는 현지 진출 우리업체(지상사)에서 높게 나타남.
 - FTA 수출 효과에 대해 긍정적인 바이어들 중 58%는 연간 수출 증대 규모를 5% 미만으로 예상한 반면, 우리 지상사의 경우 56%가 연간 5% 이상 수출이 확대될 것이라고 응답
- 한-미 FTA 등 현재 진행 중인 FTA 협상의 지렛대로 활용하는 전략 필요
 - EU, 캐나다, ASEAN, 미국, 인도 등 거대 경제권과의 FTA 협상을 동시에 추진하여 일부 협상과정에서 발생하는 피해를 다른 협상을 통해 보완하여 산업별 이익균형 도모 가능
 - 한-EU FTA를 한-미 FTA로 동아시아 지역 진출 교두보를 선제적으로 확보하려는 미국과 협상을 유리하게 추진하기 위한 협상카드로 활용 필요

<목 차>

I. 한·EU 교역 동향	1
II. EU의 FTA 정책 및 동향.....	4
III. FTA 체결에 따른 對EU 수출영향	10
1. 조사 개요	10
2. 품목별 수출영향 분석	11
IV. FTA 수출영향 설문분석 종합.....	26
V. 시사점.....	28

I. 한·EU 교역 동향

□ 교역 동향

- 2005년 한국의 對EU 수출액은 332억 유로로 우리나라의 제2위 수출시장이며, EU로부터의 수입액은 201억 유로로 일본, 중국, 미국에 이어 4번째 수입시장
- 한국의 對EU 수출액은 2001년 229 억 유로를 기록하였으며, 연평균 10% 내외의 꾸준한 증가율 유지
- 이에 따라 우리나라 총수출에서 對EU 수출이 차지하는 비중도 12.8%('03) → 14.9%('04) → 15.4%('05)로 상승
- 이는 EU 경제통합의 확대 및 심화에 기인한 것으로, 향후 FTA 체결에 따라 관세 및 비관세 장벽이 철폐될 경우, 우리나라의 EU 수출은 더욱 탄력을 받을 것으로 예상

<한국의 對EU 교역 통계>

(단위:십억유로, %)

구 분	2003년	2004년	2005년
수출액(증가율)	25.7(+6.1)	30.3(+17.9)	33.2(+9.6)
수액입(증가율)	16.4(-6.9)	17.8(+8.5%)	20.1(+12.9)
수 지	+9.3	+12.5	+13.1

자료 : EU 통계청

- EU의 대외교역금액 또한 수출입 모두 견조한 상승세를 지속하고 있으며, 2005년 기준 EU의 역외 수출액은 1조 696억 유로, 수입액은 1조 1,176억 유로를 기록
- 한국은 2005년 기준 미국, 중국, 러시아, 일본, 스위스, 노르웨이,

터키에 이어서 EU의 8번째 수입 대상 국가이며 전체 수입액 중 2.82% 비중을 차지

<주요국의 EU 수입시장 점유현황>

(단위: 십억유로, %)

국 가	2003		2004		2005	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
미 국	156.1	16.59	157.4	15.25	162.6	13.83
중 국	105.2	11.18	127.4	12.34	157.9	13.42
러시아	58.8	6.24	71.1	6.89	94.8	8.06
일 본	71.7	7.62	74.1	7.17	73.0	6.21
스위스	58.7	6.24	61.4	5.95	66.0	5.61
노르웨이	42.8	4.55	49.3	4.78	59.0	5.02
터 키	25.8	2.74	30.9	2.99	33.4	2.84
한 국	25.7	2.73	30.3	2.93	33.2	2.82
전 체	941.1	100.00	1,032.3	100.00	1,175.9	100.00

자료: World Trade Atlas

- 한국의 對EU 주요수출 품목은 HS CODE 4자리 기준으로 휴대전화(8525), 자동차(8703), 반도체(8542), 선박(8901), LCD/LED(8531), TV부품(8529), 컴퓨터 및 주변장치(8471), 컴퓨터 부품(8473), 타이어(4011) 및 증장비기기(8429) 순
- 상기 10대 수출품목이 우리나라의 對EU 수출 전체금액에서 차지하는 비중은 2005년 수출액을 기준으로 68%에 이르며, 특히 휴대전화(20.16%)와 자동차(18.16%)의 비중이 높음

<한국의 對EU 10대 수출품목>

(단위: 백만유로)

품목 (HS CODE)	2003년	2004년	2005년	비중(%)
휴대전화 (8525)	2,477	4,734	6,697	20.16
자동차 (8703)	3,966	5,185	6,121	18.16
반도체 (8542)	1,816	2,060	2,089	6.29
선박 (8901)	2,486	1,986	1,627	4.90
LCD 및 LED (8531)	766	1,447	1,481	4.46
TV부품 (8529)	359	584	1,435	4.32
컴퓨터, 모니터, 주변기기 (8471)	2,185	1,679	1,236	3.72
컴퓨터 부품 (8473)	1,115	1,327	1,012	3.05
타이어 (4011)	453	491	549	1.65
중장비기기 (8429)	337	371	446	1.34

자료 : World Trade Atlas, 비중은 2005년 기준

□ 투자 동향

- 2005년 EU의 對韓투자액(신고기준)은 47.8억불로서 제1위의 투자국이며 우리나라 전체 유치금액(115.6 억불)의 41.3%의 비중을 차지
- FTA 체결 및 교역확대에 따라 기간산업 및 고부가가치 산업 부문에서 EU의 對韓투자 증가효과가 발생할 것으로 기대

<EU 對韓투자통계>

(단위: 백만불, %)

구분	2003년	2004년	2005년
투자신고금액	3,064	3,009	4,780
비 중	47.3	23.5	41.3

자료: 산업자원부

II. EU의 FTA 정책 및 체결 동향

□ EU의 FTA 정책 방향

- EU의 기본적 통상정책 방향은 새로운 세계경제환경 변화에 대응하기 위해 유럽시장을 개방하고 유럽산 상품 서비스 수출을 확대하기 위한 해외시장을 확보하는 것임
- 이러한 맥락에서 EU의 통상부문 중점 추진 과제는 자유무역 및 시장개방, 해외수출시장 확대를 위한 DDA 협상에서의 균형된 결과 도출, MERCOSUR, GCC(걸프협력회의), ASEAN 등 지역협력체와의 FTA 추진 및 지재권·투자·정부조달·시장접근개선 등으로 요약될 수 있음
- FTA 추진과 관련, EU는 MERCOSUR, GCC와 같은 지역협력체와 FTA 협상을 적극 추진해 나가는 한편, ASEAN, Andean, 중미국가들과의 FTA 체결 가능성에 대해서도 검토해 나갈 방침
- 또한 러시아와 우크라이나가 WTO에 가입할 경우 관계를 심화시켜 나갈 예정이며 조달시장 개방관련 EU 기업에 조달시장을 개방하지 않는 국가에 대해서는 EU 시장접근을 허용하지 않을 방침

□ EU의 FTA 추진 현황

- GATT 24조 규정(적용영역-관세동맹 및 자유지대창설)에 따라 GATT/WTO에 통보된 협정
- 자유무역협정(FTA) 및 관세동맹(Customs Unions) 체결현황 (상품부문)

대상국	발효일	비고
EC (European Community)		
EC 회원국	58.1.1	로마협정 (EC 12)

EC 가입 -오스트리아, 핀란드, 스웨덴	95.1.1	EC 15 확대
EC 가입 - 키프러스, 체코, 에스토니아, 헝가리, 라트비아, 리투아니아, 몰타, 폴란드, 슬로바키아, 슬로 베니아	04.5.1	EC 25 확대
관세동맹 (Customs Unions)		
안도라	91.7.1	공산품(industrial product)에 국한
터키	95.12.31	공산품(industrial product)에 국한
자유무역협정 (Free Trade Agreements)		
(a) 유럽		
불가리아	93.12.31	유럽협정(Europe Agreement)
루마니아	93.5.1	유럽협정(Europe Agreement)
덴마크(페로스제도)	97.1.1	기존 자유무역협정(1991) 대체
노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈 타인	94.1.1	유럽경제지역(EEA) 협정 (3국가와의 기존 FTA의 대체)
스위스	73.1.1	리히텐슈타인지역을 포함
(전)유고슬라비아	01.6.1	잠정협정(Interim Agreement)으로 04.4.1발 효된 협정으로 대체됨
크로아티아	02.3.1	잠정협정으로, 01.10.29 조인된 협정으로 대 체예정
(b) 지중해		
알제리	76.7.1	협력협정(Co-operation Agreement)으로 02.4.22 조인된 유로-지중해협정(Euro- Mediterranean Agreement)으로 대체예정
이집트	04.6.1	유로-지중해 협정
이스라엘	00.6.1	유로-지중해 협정
요르단	02.5.1	유로-지중해 협정
레바논	03.3.1	유로-지중해 협정
모로코	00.3.1	유로-지중해 협정
팔레스타인 자치기구	97.7.1	잠정 유로-지중해 협정
시리아	77.7.1	협력협정으로 유로지중해 협정 협상중
튀니지	98.3.1	유로-지중해 협정
(c) 기타		
역외 국가 및 영토 (OCT/PTOM II)	71.1.1	로마협정 PART4 관련 국가 및 영토
칠레	03.2.1	서비스/투자 제외한 잠정협정
멕시코	00.7.1	EC-멕시코 자유무역지대
남아프리카	00.1.1	무역개발협력협정으로 완전한 FTA 발효전 임시 적용되고 있음

자료 : EU DG Trade

○ GATS(서비스무역협정) 5조 규정에 따라 WTO에 통보된 협정

- 서비스 교역을 포함하는 지역경제통합협정

대상국	발효일	비고
EC (European Community)		
EC 12	n/a	EC 12
EC 15	95.1.1	EC 15 확대
EC 25	04.5.1	EC 25 확대
유럽 (Europe)		
노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인	94.1.1	EEA
불가리아	95.2.1	유럽협정(Europe Agreement)
루마니아	95.2.1	유럽협정(Europe Agreement)
기타		
멕시코	00.10.1	97.12.8 조인된 EC-멕시코 경제파트너십, 정치협력 협정

자료 : EU DG Trade

○ WTO에 통보되지 않은 협정 (상품부문)

대상국	발효일	비고
산마리노	92.12.1	관세동맹, 잠정협정

자료 : EU DG Trade

○ WTO 의무면제 받은 협정

대상국	발효일	비고
ACP(African, Caribbean and Pacific) 국가들 (77)	00.3.1	로메협정(Lome Convention)에 이은 협력협정(Cotonou Agreement)으로 01.11.14 WTO 문서 WT/MIN(01)/15에 의거 승인

자료 : EU DG Trade

○ 협상 진행 중

대상국	유형	참고
아르헨티나, 브라질, 파라과이, 우르과이 (Mercosur)	FTA	2000년 협상개시
걸프협력회의(GCC-바레인, 쿠웨이트, 오만, 카타르, 사우디아라비아, 아랍에미리트)	협력 및 자유무역	1990년 협상개시
시리아	유료-지중해	1998년 협상개시 2004년 10월 종료. 미 조

	공동협정	인 상태
터키	서비스 및 공공조달 자유화에 관한 EC-터키 공동결의	기존 관세동맹을 서비스자유화까지 확대하 기 위해 2000년 협상개시
알바니아	안정 및 공동협정 (SAA)	2003년 3월 협상개시
CEDEAO ¹ (서아프리카)	경제협력협정 (ACP국가들)	2003년 10월 협상개시
CEMAC ² 및 Sao Tome and Principe (중앙아프리카)	경제협력협정 (ACP국가들)	2003년 10월 협상개시
COMESA 16개국 ³ (남동아프리카)	경제협력협정 (ACP국가들)	2004년 2월 협상개시
CARIFORUM 15개국 ⁴	경제협력협정 (ACP국가들)	2004년 4월 협상개시
SADC ⁵ 7개국	경제협력협정 (ACP국가들)	2004년 7월 협상개시
ACP 14개 태평양국가 ⁶	경제협력협정 (ACP국가들)	2004년 9월 협상개시

1. Benin, Burkina Faso, Capo Verde, Ivory Coast, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Senegal, Sierra Leone, Togo
 2. Cameroon, Central African Republic, Chad, Republic of Congo, Gabon, Equatorial Guinea
 3. Burundi, Comores, Djibouti, DR Congo, Eritrea, Ethiopia, Kenya, Madagascar, Malawi, Mauritius, Rwanda, Seychelles, Sudan, Uganda, Zambia and Zimbabwe
 4. Antigua and Barbuda, The Bahamas, Barbados, Belize, Commonwealth of Dominica, Dominican Republic, Grenada, Guyana, Haiti, Jamaica, St. Kitts and Nevis, Saint Lucia, St. Vincent and the Grenadines, Suriname, and Trinidad and Tobago
 5. Angola, Botswana, Lesotho, Mozambique Namibia, Swaziland, Tanzania
 6. Cook Islands, Fidji, Kiribati, Marshall Islands, Federated States of Micronesia, Nauru, Niue, Palau, Papua New Guinea, Solomon Islands, Samoa, Tonga, Tuvalu, Vanuatu
- (자료 : EU DG Trade)

□ EU의 FTA의 주요 특징

○ EU 회원국 지속 확대

- 불가리아, 루마니아의 경우 개혁에 다소 미진한 모습이 보이지만 2007년경 EU 가입이 가능할 전망
- 회원국간 많은 논란 속에서 2005년말 EU는 터키와 EU가입 협상을 시작하였으며 크로아티아, 세르비아-몬테네그로와도 EU가입

협상을 개시

- 보스니아, 마케도니아와는 EU 가입 협상이 아직 시작되지는 않았으나 협상개시가 승인된 상태

○ **대규모 경제권과의 FTA 체결에는 소극적**

- 다자교역 체제의 내실과 발전을 위해 거대 경제권간의 교역은 WTO 체제하에서 이루어지는 것이 바람직하다고 생각

○ **지중해지역과의 경제통합 가속화 : 개도국 지원 성격**

- EU는 EU 상품의 수출증대 도모 이외에 개도국의 경제발전을 지원한다는 정치 외교적인 의미를 강조
- EU는 현재 9개 지중해국가(알제리, 이집트, 이스라엘, 요르단, 레바논, 모로코, 튀니지, 팔레스타인 자치기구, 시리아)와 양자 FTA를 체결한 상태
- EU는 2010년까지 지중해 지역 국가들과 양자 FTA를 지역간 FTA(Euro- Med Agreement)로 확대하여 서비스 및 투자부문까지 자유화를 추진할 목표
- EU 집행위는 2006년 이라크와 무역협력협정(TCA)을 위한 회담개시를 2005년 말 제안한 바 있음.

○ **MERCOSUR와의 협력 강화 : 지역공동체간 FTA 선호**

- 또한 FTA를 지역단위로 체결하는 것이 상대 지역의 경제 통합도 촉진시킬 수 있으며 그 지역 국가 전체의 대EU 교역도 다변화될 수 있다는 기조 차원

- 2000년 4월 지역간 협력을 위한 첫 회담 개최 이래 2004년 10월 리스본 회의까지 그간 16차례 회담을 가짐
- 그동안 교착상태를 보인 양측의 회담이 2005년 9월2일 장관급 회의를 개최함으로써 MERCOSUR와의 정치적 경제적 협력관계를 공고히 하고자 하는 의지를 보임
- EU는 MERCOSUR에 있어서 세계 최대의 무역지대로 무역비중이 22.9%에 이름. 양 지역간 자유무역협정이 체결될 경우 인구 7억명의 세계최대 공동시장이 탄생될 전망
- EU와 MERCOSUR와의 FTA 체결은 2005년 WTO의 DDA 협상이 큰 진전을 보이지 못함에 따라 농업부문에서의 협상진전이 이루어지지 않고 있는 실정임. 세부 원칙이 타결될 2006년 4월말 경 양 지역의 장관급 회담이 재개될 전망임

○ **한-EU 기본협력협정, 신가입국에 확대 적용 의정서 체결**

- 한-EU 기본협력협정의 신규 10개국에 대한 확대 적용 의정서가 2005년 11월 16일 브뤼셀에서 오행겸 주EU대표부대사와 Landaburu EU집행위원회 총국장 및 Grant 주EU영국대사(EU의 장국)간 체결됨
- 한-EU 기본협력협정은 1996년 10월 28일 우리나라와 EU간 체결된 것으로 2001년 4월 1일부터 발효되었으며 2004년 5월 1일 EU 회원국으로 중동구 등 신규 10개국이 확대되면서 동 기본협력협정의 확대적용을 위해 동 의정서가 체결되게 된 것임

III. FTA 체결에 따른 對EU 수출영향

1. 조사개요

- 동 수출영향 분석은 2005년 기준 한국의 對EU 10대 수출 품목을 대상으로 한·EU FTA 체결이 동 주력품목의 현지시장에 미치는 영향을 예측
 - 대상 10대 품목은 휴대전화, 자동차, 반도체, 선박, LCD-LED, TV부품, 컴퓨터 및 주변장치, 컴퓨터 부품, 타이어 및 증장비기기
 - 10대 주력수출품목의 수출현황을 살펴보고 역내시장 경쟁동향, 한국산 제품 인지도 종합, 관세 및 비관세 장벽 현황 점검
 - EU 역내 주요 16개국 한국제품 수입 바이어와 현지진출 국내기업 지·상사를 대상으로 실시한 ‘한·EU FTA 수출영향 설문조사’ 결과를 분석하여 현장 체감 영향도도 보완
- FTA 수출영향 설문조사는 유로화 사용 舊가입국(EU-15) 10개국, 2004년 新가입국 3개국(체코, 폴란드, 헝가리), 그리고 비유로권 국가 3개국(영국, 스웨덴, 덴마크) 등 총 16개국을 대상으로 실시
 - 대상국가(16개국) : 프랑스, 독일, 영국, 스웨덴, 덴마크, 네덜란드, 벨기에, 이태리, 스페인, 포르투갈, 오스트리아, 그리스, 핀란드, 폴란드, 헝가리, 체코
 - 조사표본은 설문에 응답한 한국산 제품 수입 바이어 150개사와 EU 현지 진출한 한국기업 지·상사 73 개사 등 총 223개사

2. 품목별 수출영향 분석

<품목별 FTA 영향 총괄표>

품 목	EU관세(%)	수입규제현황	FTA영향
휴대전화	0	-	보통
자동차	10	-	높음
반도체	0	반덤핑 상계관세	미미
선박	0	정부보조금	미미
LCD 및 LED	0~2.2	-	보통
TV부품	2~5	반덤핑조사	높음
컴퓨터주변기기	0	-	보통
컴퓨터 부품	0	-	미미
타이어	4.5	-	높음
중장비기기	0	-	미미

가. 휴대전화

□ 경쟁동향 및 인지도

- 휴대전화는 한국산 제품이 고급 브랜드로서 크게 인기를 끌고 있는 가운데 2004년 및 2005년에 유럽전역에서 높은 판매 성장률을 기록하였으며, Nokia, Sony-Ericsson, Siemens 와 삼성, LG 등 한국산 제품 간 경쟁체제
- 한국산 휴대폰 등 이동통신제품은 '가격' 면에서는 보통, '품질' 과 '인지도' 면에서는 경쟁력이 매우 높은 것으로 분석됨
- EU 역내에서 한국산 휴대전화를 취급하는 국내기업 지상사와 바이어에 대한 설문조사 결과, '가격' 측면에서 34.8%가 경쟁력이 '높다'라고 답했으며, 30.4%는 '보통', 34.8%는 경쟁력이 '낮다' 라고 답해, 전체적으로 가격경쟁력은 보통 수준

- '품질'면에서는 설문응답자의 82.6%가 경쟁력이 '높다'라고 답했으며, 특히 30.4%는 '매우 높다'라고 응답. 한국산의 품질 경쟁력이 '낮다'라고 답한 현지법인 또는 바이어는 전무
- '브랜드 인지도' 또한 65.2%가 '높다'라고 답한 반면, '낮다'라는 응답은 8.7%에 그쳐 한국산 제품의 최근인지도 급상승 반영

□ 관세 및 비관세 장벽

- 휴대전화에 대해서는 수입관세가 없으며, 기타 비관세 장벽도 특기사항 없음

□ 한·EU FTA 체결시 영향

- 휴대전화의 경우 현재 EU의 수입 관세율이 0%로서 FTA 체결에 따른 가격경쟁력 향상 요인이 없어 가시적인 수출 증가 효과는 기대하기 어려움
- 그럼에도 한국산 휴대전화를 수출하는 국내기업의 EU 현지법인과 수입 바이어들은 설문조사 결과 상당수(69.6%)가 FTA 체결이 수출 증대효과를 가져올 것으로 답변
- 이는 관세인하효과에 대한 기대보다는 수입관행, 제도, 현지인지도 개선 등 부가효과에 대한 기대감이 반영된 것으로 해석됨
- 특히, 동 품목은 2005년도 수출증가율이 40%선에 이르는 등 최근 수년간 對EU 수출이 급상승하고 있는 품목이라는 점도 FTA 체결에 따른 수출 증가를 기대케 하는 요인으로 작용

나. 자동차

□ 경쟁동향 및 인지도

- EU 자동차 산업은 EU 총 제조업 생산의 7.5%를 차지하고 있으며, 세계생산액의 34%를 점유하는 주력산업으로서 역내 교역 비중이 매우 높은 (80%) 분야
- 2005년 한국산 자동차(승용차)의 서유럽시장 판매점유율은 3.7%에 이르렀으며 한국은 일본에 이어 제 2위의 역외 수입국
- 유럽 자동차 제조업체들이 서유럽보다 임금 수준이 훨씬 낮은 동구로 공장을 이전하여 저가형 모델을 생산하고 있으며, 이들 모델들은 한국산 제품과 세그먼트가 중복되어 경쟁 심화 추세
- 2006년부터 중국산이 유럽시장에 들어와 판매되기 시작, 현재로서는 시장 진입 초기 단계로 위협적이지는 않지만 중기적으로는 경쟁 대상이 될 것으로 예측
- 한국산 자동차는 EU 시장에서 가격 및 품질 경쟁력은 우수한 편인 반면 브랜드 인지도는 떨어지고 있는 것으로 평가됨
- 한국산 자동차를 수입하고 있는 현지법인과 딜러들 중 50%는 국산 자동차가 '가격'경쟁력이 '높다'라고 평가하고 있으며 '약간 낮다'는 반응은 22.2%
- 한국산 자동차의 품질 경쟁력에 대해서는 현지법인 및 바이어 모두 매우 높게 평가하고 있음. 설문 응답자의 72.2%가 한국 자동차의 '품질'경쟁력이 '높다'라고 답했으며, '보통'이라는 답변이 27.8%, 부정적인 답변은 하나도 없었음

- 그러나, '브랜드 인지도' 면에서는 부정적이거나 보통수준이라는 답변이 61.1% 로 높게 나타나고 있음. 특히, 아직도 역내 경쟁사와 비교해 고급 이미지가 약하다는 게 약점으로 지적됨.

□ 관세 및 비관세 장벽

- EU 수입관세는 현재 10%가 부과되고 있으며, 각종 환경 및 안전 관련 규정이 타 경제권에 비해 엄격하게 적용되고 있어 국내 자동차 제조사에 부담으로 작용하고 있음

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- EU의 자동차 수입 관세율이 10%로 비교적 높은 상황에서 FTA 체결로 무관세가 적용된다면 가격 경쟁력 면에서 현재보다 12% 이상(부가가치세 포함)의 가격 인하 효과 발생
- 현재 유럽 자동차 시장에서 가격 경쟁이 점점 치열해 지고 있는 상황을 감안할 때 FTA 체결은 시장 확대에 상당히 유리하게 작용될 것임.
- 이러한 기대감은 EU 현지법인과 바이어들에 대한 설문조사에서도 확인되고 있어, 설문응답 현지법인(지상사)의 85.7%, 바이어의 72.7%가 FTA 체결 시 한국제품 수출이 증가할 것으로 답변
- 수출증가 효과에 대한 예상에서도 응답 현지법인의 50%가 5% 이상 수출이 증가할 것으로 예상했으며 바이어들은 63%가 5% 이상의 비교적 큰 폭의 수출 증가효과를 기대한다고 답변

□ 관련시장(자동차 부품) 영향

- 현재 對 EU 한국 자동차 부품 수출은 자동차에 비해 크게 부진

한 실정으로서 EU시장에 판매되고 있는 부품의 대부분은 한국차 A/S용인데다 그나마 OEM 방식으로 역외에서 제조된 대체 부품 판매비중도 늘고 있어 시장상황은 호조될 기미를 안 보임.

- 2005년 EU 역외 자동차부품 수입현황을 보면 한국의 시장점유율은 2.44%로 일본(29.83%), 미국(16.60%), 터키(16.60%), 루마니아(10.56%), 중국(4.93%), 스위스(4.74%), 노르웨이(4.07%)에 이어 8위에 그침
- 자동차부품의 수입관세율은 품목에 따라 3~4.5 %인데 FTA 체결 시 한국산 자동차의 판매가 증가되어 A/S용 부품 수요 증가와 더불어 부품자체의 가격 경쟁력 제고 등 이중효과로 인해 수출 증가 예상
- 단, 대체부품시장에서 OEM 제품을 선호하는 경향이 지배적이어서 큰 폭 증가는 어려울 것으로 전망

다. 반도체

□ 경쟁동향 및 인지도

- 동 품목은 수입의존도가 매우 크며, 메모리가 주를 이루는 한국산제품은 말레이시아, 싱가포르, 대만 제품과의 경쟁격화 및 원화 강세 등의 영향으로 2005년 對EU 수출 18.5% 하락
- 한국의 수입 시장 점유율은 10.23%를 차지하여 말레이시아(15.74%), 미국(15.61%), 싱가포르(13.29%)에 이어 4위
- 현지 지상사 및 수입바이어 들의 한국산 반도체에 대한 경쟁력 평가는 '가격', '품질' 및 '인지도' 면에서 모두 높음

- 한국산 제품의 가격 경쟁력에 대해서 설문 응답자의 50%가 경쟁력이 높다고 답했으며, 보통이라는 답변이 35.7%, 낮다는 응답은 1.4%에 그침
- 품질 경쟁력에 대한 질문에 대해서도 71.4%가 '높다'고 답했으며, '낮다'라는 답변은 7%
- 인지도 면에서도 50%가 한국산 반도체의 EU 시장에서 브랜드 가치가 '높다'라고 답했으며, '낮다'는 응답은 21% 에 그침

□ 관세 및 비관세 장벽

- 메모리, 집적회로 등 반도체 품목의 EU 수입관세는 없으나, 국산 제품에 대해 상계관세가 부과되는 등 수입규제가 가해지고 있음

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 반도체를 포함한 대부분 전자부품의 EU 수입관세는 0%이며 다수 국가와의 경쟁이 치열한 상황이어서 FTA 체결의 수출증대효과는 미미할 것으로 예상
- 지-상사 및 바이어 중 일부가 FTA 의 수출확대효과에 긍정적인 의견을 표했으나, 이러한 반응은 FTA의 한국산 정보통신, IT, 자동차 등의 품목 수출증대의 부수효과에 대한 기대감의 반영

라. 선박

□ 경쟁동향 및 인지도

- EU 조선 산업은 주로 크루즈선, 페리선, 대형요트 및 준설용 선

박을 제조하는 수준에 머물고 있으며, 컨테이너 또는 오일 탱커 등 해운용 대형선박 자체 제조 규모는 미미한 실정

- 주요 경쟁 대상 국가는 중국과 유럽
- 현지 지-상사 및 바이어들은 국산 선박에 대해서 '가격', '품질', 및 '인지도' 등 모든 면에서 높게 평가
- 설문응답자 중 44.5%가 한국선박의 가격 경쟁력이 '높다'라고 답했으며, 보통이라는 답변이 22.2%, 낮다는 응답은 33.3%
- '품질'에 대해서는 전체 응답자가 '높다'라고 평가했으며, '매우 높다'는 답변도 77.8%에 달할 정도로 높게 나타남
- '인지도' 평가에서도 89%가 '높다'라고 답한 반면, '낮다'는 답변은 11%에 불과

□ 관세 및 비관세 장벽

- 한국 조선 산업의 주종 제품인 해운용 선박에 대한 EU 관세율은 0%이며, 최근 국가보조금 관련 한-EU 간 분쟁이 해결되어 추가 시장 확대가 기대되는 분위기

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 한국 조선 산업의 주종 제품인 해운용 선박에 대한 EU 관세율은 0%이므로 관세 측면에서는 FTA 체결의 영향을 받지 않을 것으로 예상
- 현지 법인과 바이어들도 대부분(88.9%) 수출증대 효과에 대해 부정적 반응

마. LCD / LED

□ 경쟁동향 및 인지도

- EU의 5대 역외 수입국은 중국(29.24%), 한국(26.41%), 일본(15.89%), 대만(8.78%), 미국(4.30%) 이며, 주요 경쟁대상국 또한 중국, 일본, 대만 등 동아시아 국가
- LCD를 포함하는 평판디스플레이 품목에서 한국산 제품은 2005년도에 전년대비 191.8% 증가를 기록하여 2004년에 이어 큰 폭 수출증가
- 지상사 및 바이어의 국산 제품의 경쟁력에 대한 평가는 높은 편으로서 '가격', '품질', 및 '브랜드 인지도' 등 모든 기준에서 우수한 반응을 얻고 있는 것으로 나타남
- 가격 경쟁력에 대한 질문에 대해 바이어 및 현지법인 응답자 40%가 가격 경쟁력이 '높다'고 답했으며, '낮다'는 응답은 16%
- 품질 경쟁력에 대해서도 60% 가 '높다'라고 답했으며, '낮다'는 답변은 전무
- 브랜드 인지도에 대해서는 36%의 응답자가 '높다'라고 답했으며, '낮다'는 응답은 20%에 그침

□ 관세 및 비관세 장벽

- LCD 및 LED관세는 0~2.2%

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- LCD 및 LED 에 대한 EU 수입관세는 0-2.2%로 낮아 FTA 체결의 영향은 크지 않을 것으로 보임
- 현지 반응은 60% 정도가 FTA 체결에 따라 수출이 확대될 것이라고 전망하고 있는데, 이는 2004년 및 2005년도 한국산 제품역내시장 진출확대에 따른 인지도 상승에 기인한 것으로 분석

바. TV 부품

□ 경쟁동향 및 인지도

- 동 품목은 역외수입비중이 크며 주요 경쟁 대상 국가는 중국과 일본
- 한국산 제품의 EU 역외 수입시장 점유율은 19.05% (2005년 기준)으로 중국(25.06%), 일본(22.97%)에 이어 3위 기록
- TV 등 한국산 가전제품 및 부품을 취급하는 현지법인 및 바이어들의 국산 제품에 대한 경쟁력 평가는 '품질'과 '브랜드 인지도' 면에서는 경쟁력이 높다는 반응이 많은 반면, '가격' 면에서는 경쟁력이 약간 떨어진다는 반응이 우위
 - 가격 경쟁력에 대해서 현지 바이어 및 법인 응답자의 26.3%가 '높음', 52.6%는 '보통', 그리고 31.5%는 '낮다'는 반응
 - 품질 경쟁력에 대해서는 대부분(73.7%)이 '높다'고 답했으며, 2.6%만이 '낮다'고 답함
 - 브랜드 인지도 면에서는 44.7%가 '높다'고 답했으며, 10.5%가 '낮다'고 답함

□ 관세 및 비관세 장벽

- 동 품목의 EU 수입관세율은 2~5 % 이며, 한국산 브라운관에 대한 반덤핑 조사가 계류 중

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 동 제품에 대한 EU 수입관세율이 세부 품목에 따라 2~5% 수준으로서 아주 높은 비율은 아니나 부품판매는 가격민감도가 높은 품목 특성을 가지고 있기 때문에, FTA 체결의 긍정적 효과가 기대되는 품목
- 특히 경쟁대상국가인 중국 및 일본 제품에 비해 가격 경쟁력이 제고 됨에 따라 더욱 큰 수출 확대가 기대됨. 현지법인 및 바이어의 FTA 수출 증대 효과에 대한 긍정적 답변은 57.9%
- 설문분석 결과 주목되는 것은 FTA 관세인하에 따른 수출 증가 폭이 다른 수출 품목에 비해 클 것으로 다수 지상사 및 바이어가 예측하고 있다는 점
- FTA가 수출증대 효과가 있다고 답변한 지상사의 70% 및 바이어의 50%가 5%이상의 높은 수출증대 효과 예상

사. 컴퓨터, 모니터, 주변기기

□ 경쟁동향 및 인지도

- EU 컴퓨터 완제품 시장을 장악하고 있는 브랜드는 Dell, HP, Apple, IBM(최근 중국 Lenovo사가 제조), Acer(대만), Toshiba(일본), Fujitsu Siemens, Packard Bell 등으로 한국산 제품의 진출은 외형상 부진한 상태

- 그러나, 모니터, USB 장치 등 주변기기의 對 EU 수출은 호조를 보이고 있음
- 동 품목의 주요 경쟁대상국은 중국과 대만이며, 5대 역외 수입국은 중국(41.48%), 미국(15.88%), 대만(12.08%), 싱가포르(6.26%), 일본(4.17%) 순이며, 한국은 3%의 시장점유율을 기록하여 태국, 말레이시아에 이어 8위
- 지상사와 바이어들은 한국산 제품이 '품질'과 '인지도' 면에서는 매우 경쟁력이 있다고 평가하고 있으며, '가격'면에서는 보통 수준으로 평가하고 있는 것으로 파악됨
 - 가격 경쟁력에 대해 '높다'고 답한 응답자와 '낮다'고 답한 응답자가 각각 28.9%로 같은 수준이며 보통이라고 답한 응답자가 44.5%에 이르러서 전체적으로 평균 수준
 - 품질 경쟁력에 대해서는 66.7%가 '높다'고 응답
 - 브랜드 인지도에 대해서도 42.2%가 '높다'고 답한 반면 '낮다'는 응답은 11.1%

□ 관세 및 비관세 장벽

- EU 수입관세율은 0%로 관세 부담 없음

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 소비자용 컴퓨터 제품은 구매시 브랜드 인지도와 가격이 구매의사 결정에 주요인으로 작용하는데 현재까지 한국산은 고유 브랜드로 시장 진출도 미미하고 OEM 진출도 미미한 실정

- 완제품 수출이 중국과 대만 등 아시아 경쟁국에 비해 저조한 원인은 무엇보다도 가격 경쟁력이 낮기 때문이며, 현재 관세율도 0%이기 때문에 FTA 체결에 따른 수출증가는 기대하기 어려움
- 한국은 완제품보다는 모니터, 키보드, 저장장치 등 컴퓨터 주변기기장치 및 부대장비를 주로 수출하고 있으며, 최근 LG전자의 PC가 벨기에 정부의 인터넷 보급 확대 조치와 더불어 유럽시장 진출에 박차를 가하고 있음
- 이와 같이 EU 현지법인과 바이어들은 컴퓨터용 LCD 모니터를 비롯한 주변장치의 추가 수출확대를 예상하는 분위기이며 이 점이 설문조사에도 반영되어 전체 응답자의 73.3%가 FTA 체결에 따라 한국산 제품의 對 EU 수출이 증가할 것이라고 답한 것으로 추정 됨

아. 컴퓨터 부품

□ 경쟁동향 및 인지도

- 동 품목의 EU 현지 시장동향은 전반적으로 상기 컴퓨터 및 주변기기 품목과 유사하여, 주요 경쟁 대상 국가도 중국, 일본, 대만, 싱가포르, 말레이시아 등으로 중복됨
- 지-상사와 법인들은 한국산 제품의 경쟁력에 대해 '가격'면에서는 낮게 평가한 반면 '품질'과 '인지도' 면에서는 높게 평가
 - '가격'면에서 응답자의 37.5%가 경쟁력이 '약간 낮다'고 답했으며, 62.5 %는 '보통' 수준으로 응답
 - 품질 경쟁력에 대해서 응답자의 75%가 높다고 답했으며, 인

지도에 대해서도 37.5 % 가 '높다'라고 답해 전체적으로 높은 편으로 평가 됨

□ 관세 및 비관세 장벽

- EU 수입관세율은 0% 로 관세 부담 없음

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 동 품목은 관세인하효과가 없으며, 비관세 장벽 제거를 통한 시장 접근 효과도 특별히 기대되는 쟁점이 없음에 따라 FTA 효과는 미미할 것으로 예상

자. 타이어

□ 경쟁동향 및 인지도

- EU에서 타이어 시장을 주도하고 있는 브랜드는 Michelin(프랑스), Goodyear(미국브랜드, 유럽에 생산 공장 보유), Bridgestone(일본), Continental(독일), Pirelli(이태리)등이며 한국산은 A/S용 부문에서 최근 브랜드 인지도가 상승하는 추세
- 주요 경쟁국은 일본, 중국, 터키이며 2005년 동 품목의 EU 역외 수입 순위는 일본(20.74%), 한국(14.10%), 중국(11.99%), 터키(10.51%), 미국(6.35%) 순
- 최근 중국산이 바이어(타이어 판매 전문 업체) 브랜드명 또는 무명으로 유럽 시장에 많이 진출하고 있고 한국산에 비해 우월한 가격조건 (15-30% 저렴)을 내세워 국산 제품을 위협
- 중국산 역외 수입 시장점유율을 보면 2003~2005년간 6.7%, 9.4%,

11.9%로 해마다 큰 폭으로 증가하고 있는 반면 한국산은 14.97%, 14.6%, 14%로 매년 감소하고 있어 대조적

- 가격 경쟁력에 대해서 지-상사와 바이어들 중 33.3 %는 약간 높다고 응답했으며, 나머지는 '보통' 수준이라고 답함
- 품질면에서는 대다수(83.3%)가 경쟁력이 있다는 반응이었으며, 16.7%는 '보통' 수준이라고 답함
- 인지도에서도 33.3%가 높다고 답했으며 50%는 '보통' 수준, 16.7%는 '낮다'고 답함

관세 및 비관세 장벽

- 타이어에 대한 EU 수입 관세는 4.5% 가 부과되고 있음

한-EU FTA 체결 시 영향

- 타이어 EU 수입 관세율은 4.5%인데 이 같은 상황에서 FTA가 체결되어 무관세로 수입이 가능해 질 경우 한국산 가격 경쟁력이 5% 정도 상승할 것으로 추정 됨
- 이러한 가격경쟁력 상승은 시장 유지에 기여할 수 있으나 큰 폭의 증가추세를 이어가고 있는 중국산의 EU 수출확대에 따른 상쇄효과 우려
- 현지바이어와 지상사는 대부분 동 품목이 FTA 체결에 따라 수출이 증가할 것으로 예상하고 있음. 85%의 설문응답자가 FTA 수출 증가효과를 긍정적으로 예상

차. 중장비 기기

□ 경쟁동향 및 인지도

- 유럽 중장비 산업 규모는 세계 생산의 약 30% 차지 (매출규모 170억 유로, 2004년 기준)하며, 생산의 30%는 내수용, 나머지 70%는 역외 수출됨.
- EU의 5대 역외 수입국(2005년)은 일본(63.02%), 한국(14.45%), 미국(14.20%), 브라질(2.40%), 스위스(1.24%) 순
- 국산 중장비의 EU 시장에서의 '가격', '품질' 및 '인지도' 등에서의 경쟁력은 보통 수준인 것으로 국내기업 (두산 인프라코어, 현대중공업) 현지법인 관계자들은 분석하고 있음

□ 관세 및 비관세 장벽

- 동 품목의 EU 수입관세는 0%

□ 한-EU FTA 체결시 영향

- 일본 중장비 제조업체들(Komatsu, Hitachi 등)은 유럽에 오래 전부터 진출하여 제품 인지도가 높으며 확고한 유통망을 보유하고 있으며 미국 Caterpillar는 1970년대에 유럽에 진출하여 생산 공장을 보유하고 있음
- 우리나라 기업의 경우 1990년대 대우와 현대가 유럽 시장에 진출, 경쟁국보다 진출 역사가 훨씬 짧지만 시장공략에 성공을 거두고 있음. 그러나 관세가 0%이기 때문에 FTA의 직접적인 영향은 없을 것으로 판단됨

IV. FTA 수출영향 설문분석 종합

□ FTA 수출영향 여부

- 현지 법인의 63%가 한-EU FTA 체결에 따라 수출이 증가할 것으로 예상했으며, 바이어들은 64%가 FTA 체결에 따라 한국으로 수입선을 변경할 의사가 있다고 답했으며 56%는 기존 수입을 확대할 것이라고 답함
- FTA 체결이 한국제품 수출확대에 기여할 것으로 예상한 국내기업 현지법인 중 5~10% 수출증가를 예상한 응답이 전체의 30.4%로 가장 많았으며, 3~5%와 10%이상 증가를 예상한 비율이 각각 23.9%로 동일. 한편, 3% 미만의 수출증가에 그칠 것이라는 응답은 19.6%
- FTA 체결에 따라 한국제품 수입을 확대할 것이라고 답한 현지 바이어 들 중 38%는 3~5% 증가할 것으로 답했으며, 5~10% 증가로 답한 바이어가 25%, 3%미만이라는 응답비율은 19.1%

□ FTA 체결 시 수입선 전환 계획

- FTA 체결에 따라 관세가 인하될 경우 기존 거래선을 한국으로 변경할 의사를 묻는 질문에 대해 현지 바이어 150명 중 64%인 96명이 '있다'로 답함
- 기존 거래지역별로는 북미와 일본지역 수입상의 75%가 변경의사를 가지고 있는 것으로 나타났으며, EU-25 개국 역내 거래바이어의 68.2%, 중국 등 아시아 지역 수입상의 58.7%가 긍정적인 답변을 보임.

<FTA 체결에 따른 품목별 수출증가 예상비율>

(단위: %)

수출품목	현지법인(지상사)	바이어	전체
타이어	100	50.0	83.3
자동차	85.7	72.7	77.8
컴퓨터 및 주변장치	82.4	67.9	73.3
휴대전화	75.0	63.6	69.6
LCD/LED	100	61.9	60.0
반도체	40.0	55.5	50.0
선박	14.3	0	11.1

□ FTA 효과 부정사유

- 한편, 한-EU FTA체결이 한국제품의 對EU 수출에 영향이 없을 것이라고 답변한 비율은 현지법인(지상사)가 34.3%, 바이어가 40% 기록
- FTA가 영향을 미치지 않을 사유로는 현지 지상사의 경우 51.9%가 현재 관세가 없기(0%) 때문이라고 답했으며, 판매에 가격영향이 적다는 답변과 비관세 장벽 때문이라는 답변이 각각 14.8%
- 바이어들은 FTA의 효과가 없는 이유로 판매에 가격영향이 적다고 답한 비율이 58.3%로 가장 높았으며, 다음으로 이미 관세가 없다는 답변이 33.3%, 비관세 장벽 때문이라는 답변이 8.3%

V. 요약 및 시사점

- 거대경제권과의 동시다발적 FTA 협상을 통해 전략적 이익 극대화
 - 최근 캐나다, ASEAN, 미국, 인도 등 거대 경제권과의 FTA 협상을 동시다발적으로 진행되고 있음.
 - 거대 경제권과의 FTA 협상에서 ‘협상이익 극대화’와 ‘산업별 실익의 균형도출’이라는 두 마리 토끼를 동시에 잡고자 하는 것으로 보임.
 - 특정 거대 경제권과의 FTA 체결에 따른 예상되는 피해를 다른 FTA를 통해 보완하려는 의도로 보이며, 협상 대상국이 거대 경제권인 만큼 그 필요성은 더 클 것임.
- 10대 주종 수출품목 중 자동차, TV 부품, 컴퓨터 주변기기 및 타이어 등의 품목이 EU와 FTA 체결에 따른 주된 수혜 품목으로서 수출증대 기대
 - 다만, 반도체, 선박 및 컴퓨터 부품 등의 품목은 무관세이며 상계관계와 같은 수입규제가 확산될 경우 FTA로 인한 효과는 미미할 것으로 전망됨.
- EU 역내 바이어 150명과 국내 지상사 관계자 73명 등 총 223명을 통해 설문조사한 결과에 따르면,
 - 또한 EU 바이어의 64%가 한국산으로 수입선 전환을 할 것으로 조사됨.
 - EU 바이어의 56%, 지상사의 63%가 한-EU FTA 체결이 우리의 수출확대에 도움이 될 것으로 응답

- FTA에 따른 수출증대의 정도에 대한 체감도는 EU 바이어보다는 현지 진출 우리업체에서 높게 나타남.
 - FTA 수출효과에 대해 긍정적인 바이어들 중 58%는 연간수출 증대규모를 5% 미만으로 예상한 반면, 지상사의 경우 56%가 연간 5% 이상 수출이 확대될 것이라고 응답
- 유로 통화권인 15개 舊가입국 바이어의 수입증대 의사가 EU내의 다른 지역에 비해 상대적으로 큰 것으로 조사됨.
 - FTA 수출효과에 대한 긍정적인 답변 비율이 유로 통화권인 舊가입국(EU-15)에서 67%로 높게 나타난 반면, 2004년 新가입국과 非유로 통화권 국가에서는 각각 46%와 43%로 상대적으로 낮게 나타남.
- FTA에 따른 수출증가 효과는 제품의 인지도 및 브랜드 경쟁력에도 좌우될 전망
 - FTA에 따른 수출증가 효과에 부정적인 응답자 중 45%는 그 이유로 '제품 판매에 가격영향이 적어서'라고 밝힘.
 - 역으로 EU 역내 수입관세가 0%인 IT제품에 대해서도 상당수 현지 바이어와 지상사 관계자들이 FTA 체결 시 수출이 확대될 것으로 전망하고 있음.
- 한-미 FTA 등 현재 진행 중인 FTA 협상의 지렛대로 활용하는 전략 필요
 - 한국과 EU는 농업 부문에 대해 유사한 입장에 처해 있는 바, 미국에 비해서도 협상이 빠른 속도로 진척될 가능성이 있음.
 - 이에 따라 동아시아 지역 진출을 위한 교두보 선점효과를 노리는 미국과의 FTA 협상을 유리하게 이끌 수 있는 카드로 활용 가능<끝>