



Global Market Report 14-007

2014.03.18

한-캐나다 FTA 15大 수출유망품목



kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency

CONTENTS

목 차

요 약

I. 협상 경과 및 주요내용

- | | |
|---|--------------|
| 1 | 1. 협상경과 및 의의 |
| 2 | 2. 협상 주요내용 |
| 5 | 3. 참고사항 |

II. 한-캐나다 FTA 15大 수출유망품목

- | | |
|----|------------------|
| 6 | 1. 자동차(승용차) |
| 12 | 2. 운전대 및 부속품 |
| 15 | 3. 서스펜션 시스템 및 부품 |
| 17 | 4. 브레이크 실린더 |
| 19 | 5. 냉장고 |
| 22 | 6. 식기 세척기 |
| 24 | 7. PVC 바닥타일 |
| 26 | 8. 플라스틱 포장재 및 용기 |
| 28 | 9. 편물 |
| 32 | 10. 양말류 |
| 35 | 11. 아동용 잠옷 |
| 37 | 12. 라면 |
| 40 | 13. 소스류 |
| 43 | 14. 알루미늄 자재 |
| 45 | 15. 화장품 |

요 약

□ 한-캐나다 FTA 협상 타결 : '14. 3. 11일

□ 협상 주요내용

○ 10년 이내 대다수 품목에 대한 관세 철폐

- (캐나다) 품목 수 93.2%, 수입액 95.9%에 대해 3년 내 관세 철폐, 품목 수 97.5%, 수입액 98.7%에 대해 10년 내 관세 철폐
- (한국) 품목 수 86.1%, 수입액 92.3%에 대해 3년 내 관세 철폐, 품목 수 97.5%, 수입액 98.4%에 대해 10년 내 관세 철폐

○ (캐나다 상품양허) 승용차, 섬유 등 한-미 FTA보다 유리한 조건으로 타결

- 對캐나다 최대 수출품목('13년 수출 22.3억 달러, 수출비중 42.8%) 승용차 관세(6.1%)를 3년(24개월) 내 철폐

* 한-미 FTA(2.5% 관세 유지, 협정 발효 후 5년 후 일괄 철폐)보다 유리한 조건으로 자동차 시장 개방

- 주요 수출품목인 자동차부품(6%) 즉시/3년 철폐, 타이어(7%) 5년 철폐, 냉장고·세탁기(6~8%) 등 가전은 즉시/3년 철폐 등으로 합의
- 섬유분야(평균관세율 5.9%, 최고 18%)는 대부분 3년 내 철폐, 원산지도 한-미 FTA(원사기준)보다 완화된 기준으로 타결

○ (한국 상품양허) 농산물 분야 한-미/한-EU FTA보다 보수적으로 합의

- 전체 농산물의 18.8%(품목수 282개)를 양허 제외, 10년 초과 장기 철폐 등으로 예외 취급하여, 한-미(12.3%)/한-EU(14.7%) FTA에 비해 유리
- 쇠고기(관세율 40%)는 15년 철폐, 돼지고기(22.5~25%)는 5년/13년 철폐하되, 농산물세이프가드(ASG) 설정

□ 주요 품목별 캐나다측 상품양허 내용 및 파급효과 전망

품 목	現 관세율(%)	양허스케줄	파급효과 전망
자동차	6.1	3년(24개월)	- 최대 경쟁업체인 일본 브랜드 승용차 대비 수출여건 개선 * 캐나다 수출물량 중 미국 공장 생산 제품이 차지하는 비율: 일본 브랜드 65%, 우리나라 브랜드 40%
자동차 부품 (타이어 포함)	6~7	즉시~5년	- 원가절감을 위한 글로벌 아웃소싱 확대, 한국산 자동차 판매 증가로 수출확대 기대 * 일반적으로 무관세가 적용되는 전자부품이나 기계 부품에 비해 자동차 부품에는 고관세 적용 - 저가 중국산 타이어의 물량 공세로 현 지 A/S 시장에서 고전을 지속했으나, 7% 관세 철폐로 숨통이 트일 전망, 또한 캐나다 내 OEM 제조라인에 공급되는 물량도 다수 있어 수출에 탄력 기대
기계·전자	0~8	N/A	- 냉장고, 세탁기 등 가전제품과 섬유·화학 기계 등의 품목에서 수출확대 기대 * 냉장고(6%, 3년), 세탁기(8%, 즉시), 섬유·화학 기계(6.5/8%, 즉시~5년) - 對캐나다 주요 수출품목인 무선전화기, 반도체, 철강, 석유제품은 이미 무관세
섬유분야	평균 5.9, 최고 18	3년	- 가격경쟁이 치열한 품목으로 평균 5.9%, 최고 18%의 고관세가 철폐되면 가격 경쟁력 제고 가능 - 원산지도 한-미 FTA의 원사기준보다 완화된 기준
식품	0~10	N/A	- 아시아계 이민자들을 중심으로 한국산 식품에 대한 수요가 증가하고 있어 수출에 긍정적인 효과 기대 - 유통망 경쟁심화로 수입업체의 단가 인하 압박이 심해지고 있는 상황이라 관세철폐에 따른 가격 경쟁력 제고가 수입물량 확대에 이어질 가능성 다대

□ 한-캐나다 FTA 15大 수출유망품목

	산업	품목명	관세(%)	'13 對캐나다 수출액 (백만 달러)	'13 수출증가율(%)	유망사유
1	자동차	승용차	6.0	2,231	0.4	· 관세철폐로 일본기업의 미국 생산 모델대비 가격경쟁력 제고 * 최대 경쟁브랜드인 도요타, 혼다, 닛산 등의 캐나다 승용차 판매량 중 약 80%가 미국 공장 에서 생산되어 무관세로 캐나다에 수입 판매 * 한국산 브랜드는 한국 직수출 비중이 높아(한국산 60%, 미국산 40%) 관세 부담이 컸음.
2	자동차 부품	운전대 및 부속품	6.0	45	27.9	· 원가절감을 위해 글로벌 아웃소싱 확대 · 미 달러 강세로 최대 수입국인 미국 대신 한국, 중국 등으로부터 수입 증가세 · 가격경쟁이 치열한 품목으로 관세철폐에 따른 경쟁력 제고 기대
3		서스펜션 시스템 및 부품	6.0	31	13.2	
4		브레이크 실린더	6.0	18	134.7	
5	전기 전자	냉장고 (381리터 초과)	5.0 (8.0)	65	9.0	· 고관세 철폐로 가격경쟁력 제고 · 한국산 프리미엄 모델(프렌치 도어: 양문형냉장고+ 하단 냉동고)의 인지도가 높은 상황 · 에너지 소비절감을 위한 전자제품 교체 수요 증가
6		식기 세척기	0.0 (8.0)	13	23.9	· 중국산 대비 가격 경쟁력 확보 기대 * 일반특혜관세 종료로 '14.7월부터 중국산에는 8% 관세율 부과 예정
7	석유 화학	PVC 바닥재	3.0 (6.5)	15	61.9	· 건축경기 활황, 기존의 카펫 바닥에 대한 위생문제가 자주 지적되면서 PVC 바닥재에 대한 수요 증가 · 관세철폐로 가격 경쟁력 제고
8		플라스틱 포장재 및 용기	3.0 (6.5)	13	-7.1	· 디자인이 획일화되어 있어 가격 경쟁이 치열, 관세 철폐시 경쟁력 제고 기대 · 대형 유통업체를 중심으로 원가 절감을 위한 글로벌 아웃소싱 확대

	산업	품목명	관세(%)	'13 對캐나다 수출액 (백만 달러)	'13 수출증가율(%)	유망사유
9	섬유 의류	편물	0~2	18	11.7	· 가격경쟁이 치열한 품목으로 관세 철폐시 경쟁력 제고 · 고기능성 니트 원단을 중심으로 수요가 확대
10		양말류	16.0	6	12.1	· 고관세 철폐로 가격경쟁력 제고 · 면소재보다는 혼방 양말 위주로 수출 증가 기대
11		아동용 잠옷 (면소재)	18.0	4	18.0	· 고관세 철폐로 중국산 대비 가격경쟁력 확보 기대 · 고급소재, 캐릭터 상품 위주로 진출 확대 전략 필요
12	식품	라면	0~10 (0~11)	9	9.2	· 1-2인 중심의 가구가 늘면서 조리 간편한 인스턴트 식품 수요가 증가함에 따라 아시아계 식품점 뿐 만 아니라 현지 대형 식품체인점에서도 인기리에 판매 · 관세철폐로 중국산 대비 가격 경쟁력 제고
13		소스류	5~8 (8~11)	3	8.8	· 중국 등 아시아계 이민자들을 중심으로 BBQ 소스 등 한국산 소스에 대한 수요가 증가 · 고관세 철폐로 가격 경쟁력 제고
14	기타	알루미늄 자재	5.0 (6.5)	3	72.8	· 건설경기 회복과 더불어 알루미늄 건설 자재에 대한 수요 증가 · 관세 철폐로 중국산 대비 가격 경쟁력 제고
15		화장품	3 (6.5)	5	102.7	· 중국 등 아시아계 이민자들을 중심으로 아시아산 화장품에 대한 인지도가 상승세 · 관세 철폐로 가격 경쟁력 제고

* 괄호 안은 일반특혜관세 종료이후 '14년 7월 1일부터 우리나라 제품에 적용될 MFN 관세율

* 품목선정 기준 : ① '13년 기준 캐나다의 대 세계 수입액이 1천만 달러 이상인 수입수요가 큰 품목

② 對 캐나다 수출경쟁력(시장비교우위지수 활용)

③ 주요 현지진출기업과 바이어 대상 인터뷰 결과 종합

1. 협상 경과 및 의의

□ 협상 경과

- 한-캐나다 FTA는 '05. 7월 첫 협상 이후 '08. 3월까지 13차례의 공식협상 진행
 - 2009. 4월 캐나다 측의 쇠고기 관련 WTO 제소로 협상 잠정 중단
 - 2012년 캐나다산 쇠고기 수입이 재개되면서 2013. 1월 비공식 회의개최
- 5년 8개월 만인 '13. 11월 서울에서 14차 협상 재개(11.25~29, 서울)
 - 총 24개 챕터 중 상품 시장접근 챕터를 제외한 23개 챕터 협상 타결
- '14. 3. 11일 한-캐나다 FTA 타결 선언

□ 협상 의의

- '14. 7월부터 對한국 일반특혜관세(GPT)가 종료될 예정이라 한-캐 FTA 타결 의미 각별
 - 한국산 적용관세율은 일반특혜관세(GPT)에서 최혜국관세(MFN)로 변경되어 품목별로 0.1~8.0% 수준의 관세 인상 예정
 - * 캐나다의 관세율 등급 : MFN > GPT > LDCT > FTA
 - . 최혜국관세(Most Favoured Nation Tariff: MFN)
 - . 일반특혜관세(General Preferential Tariff: GPT)
 - . 최저개발국관세(Least Developed Country Tariff: LDCT)
 - . FTA 관세(FTA 체결국 대상 관세율, 통상 MFN, GPT보다 낮음.)
- 선진국이자 중요한 자원 대국인 캐나다와의 FTA를 통한 경제관계 긴밀화는 우리 경제의 업그레이드와 자원 확보에도 크게 기여 기대
 - * 캐나다는 석유 매장량 3위/생산량 6위, 천연가스 생산량 4위, 우라늄 생산량 3위 등의 자원부국

2. 협상 주요내용

□ 10년 이내 대다수 품목에 대한 관세 철폐에 합의

- (캐나다) 품목 수 93.2%, 수입액 95.9%에 대해 3년 내 관세 철폐, 품목 수 97.5%, 수입액 98.7%에 대해 10년 내 관세 철폐
- (한국) 품목 수 86.1%, 수입액 92.3%에 대해 3년 내 관세 철폐, 품목 수 97.5%, 수입액 98.4%에 대해 10년 내 관세 철폐

< 한-캐나다 FTA 전체 상품 양허수준 >

(단위 : 백만 달러, %)

양허유형	우리 양허				캐나다 양허			
	품목수	비중	對캐나다 수입액	비중	품목수	비중	對한국 수입액	비중
즉시	9,749	81.9	4,205	87.0	6,380	76.4	4,188	64.1
무관세	1,960	16.5	3,266	67.6	5,703	68.3	3,866	59.2
유관세	7,789	65.5	938	19.4	677	8.1	323	4.9
3년	502	4.2	255	5.3	1,403	16.8	2,072	31.7
5년	722	6.1	184	3.8	363	4.3	186	2.9
6년	2	0.0	0	0.0	-	-	-	-
7년	12	0.1	76	1.6	-	-	-	-
10년	612	5.1	29	0.6	2	0.0	0	0.0
세번분리	5	0.0	4	0.1	-	-	-	-
(10년내)	11,604	97.5	4,752	98.4	8,148	97.5	6,447	98.7
10년 초과	77	0.6	52	1.1	25	0.3	84	1.3
세번분리	5	0.0	4	0.1	-	-	-	-
계절관세	1	0.0	0	0.0	-	-	-	-
현행관세	2	0.0	0	0.0	-	-	-	-
양허제외	211	1.8	22	0.5	181	2.2	0	0.0
총합계	11,900	100	4,831	100	8,354	100	6,530	100

자료원 : 산업통상자원부 보도자료(3.11일)

주 : 품목수는 HS 2011년, 수입액은 '09~'11년 수입액 평균

□ (캐나다 상품양허) 對캐나다 최대 수출품목 승용차 관세 3년 내 철폐

- 對캐나다 최대 수출품목('13년 수출 22.3억 달러, 수출비중 42.8%)인 승용차 관세(6.1%)를 3년(24개월) 내 철폐하기로 합의
 - 일본 브랜드 승용차 대비 수출여건 개선 기대
 - * 캐나다 수출물량 중 북미 공장 생산 제품이 차지하는 비율 : 일본 브랜드 65%, 우리나라 브랜드 40%
 - 한미 FTA와 비교 시, 캐나다의 자동차 관세율이 미국보다 높을 뿐만 아니라 관세철폐기간도 미국보다 유리한 조건으로 자동차 시장을 개방
 - * 미국: 2.5% 관세를 유지하다 협정 발효 후 5년(2016년) 일괄 철폐
- 주요 수출품목인 자동차부품(6%)에 대해 즉시/3년 철폐, 타이어(7%) 5년 철폐, 냉장고·세탁기(6~8%) 등 가전은 즉시/3년 철폐 등으로 합의
- 섬유 분야(평균관세율 5.9%, 최고 18%)는 대부분 3년 내 철폐로 한-미 FTA 대비 높은 수준으로 합의, 원산지도 한-미 FTA(원사기준)보다 완화된 기준으로 타결

□ (한국 상품양허) 전체 농산물 중 18.8% 양허 제외, 10년 초과 장기 철폐

- 전체 농산물 중 18.8%(품목 수 282개)를 양허 제외, 10년 초과 장기 철폐 등으로 예외 취급하여, 한-미(12.3%)/한-EU(14.7%) FTA에 비해 보수적으로 합의
- 쌀, 분유, 치즈, 감귤, 인삼 등 211개 품목은 양허 제외하고, 꿀, 대두, 맥아, 보리 등 11개 품목은 저율관세할당(TRQ) 부여
 - * 저율할당관세 : 일정 수입량은 무관세나 저율 관세, 초과하는 물량은 높은 관세 부과
- 쇠고기(관세율 40%)는 15년 철폐, 돼지고기(22.5~25%)는 5년/13년 철폐하되, 농산물세이프가드(ASG) 설정
 - * 유연탄, 펄프, 원목, 동광 등 한국의 對캐나다 수입액의 67.6%('09~'11년 평균 기준) 내외는 이미 무관세 적용

<주요 품목별 캐나다측 상품양허 내용 및 파급효과 전망>

품 목	現 관세율(%)	양허스케줄	파급효과 전망
자동차	6.1	3년(24개월)	▪ 최대 경쟁업체인 일본 브랜드 승용차 대비 수출여건 개선 * 캐나다 수출물량 중 북미 공장 생산 제품이 차지하는 비율: 일본 브랜드 65%, 우리나라 브랜드 40%
자동차 부품 (타이어 포함)	6~7	즉시~5년	▪ 원가절감을 위한 글로벌 아웃소싱 확대, 한국산 자동차 판매 증가로 수출확대 기대 * 일반적으로 무관세가 적용되는 전자부품이나 기계 부품에 비해 자동차 부품에는 고관세 적용 ▪ 저가 중국산 타이어의 물량 공세로 현지 A/S 시장에서 고전을 지속했으나, 7% 관세 철폐로 숨통이 트일 전망, 또한 캐나다 내 OEM 제조라인에 공급되는 물량도 다수 있어 수출에 탄력 기대
기계·전자	0~8	N/A	▪ 냉장고, 세탁기 등 가전제품과 섬유·화학 기계 등의 품목에서 수출확대 기대 * 냉장고(6%, 3년), 세탁기(8%, 즉시), 섬유·화학 기계(6.5/8%, 즉시~5년) ▪ 對캐나다 주요 수출품목인 무선전화기, 반도체, 철강, 석유제품은 이미 무관세
섬유분야	평균 5.9, 최고 18	3년	▪ 가격경쟁이 치열한 품목으로 평균 5.9%, 최고 18%의 고관세가 철폐되면 가격 경쟁력 제고 가능 ▪ 원산지도 한-미 FTA의 원사기준보다 완화된 기준
식품	0~10	N/A	▪ 아시아계 이민자들을 중심으로 한국산 식품에 대한 수요가 증가하고 있어 수출에 긍정적인 효과 기대 ▪ 유통망 경쟁심화로 수입업체의 단가 인하 압박이 심해지고 있는 상황이라 관세철폐에 따른 가격 경쟁력 제고가 수입물량 확대에 이어질 가능성 다대

자료원 : 산업통상자원부 보도자료 및 KOTRA 자체 분석

3. 참고사항

□ (교역 동향) 對캐나다 수입 감소로 '11년 이후 교역규모 감소세

- 양국 간 교역은 '11년 최초로 100억 달러를 돌파하였으나, 국제 원자재 가격 하락에 따른 對캐나다 수입 감소로 교역 규모가 감소세
- 우리나라의 對캐나다 수출은 '13년 들어 증가세로 반전

< 한국의 對캐나다 교역 동향 >

(단위 : 백만 달러, %)

	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13
수출	3,446 (1.9)	3,620 (5.1)	3,506 (-3.1)	4,057 (15.7)	3,440 (-15.2)	4,102 (19.3)	4,928 (20.1)	4,828 (-2.0)	5,203 (7.8)
수입	2,604 (19.0)	3,091 (18.7)	3,254 (5.3)	4,404 (35.3)	3,535 (-19.7)	4,351 (23.1)	6,612 (52.0)	5,247 (-20.6)	4,717 (-10.1)
교역	6,050	6,711	6,760	8,461	6,975	8,453	11,540	10,075	9,920
수지	842	529	252	-347	-95	-249	-1,684	-419	486

자료원 : KOTIS

주 : ()는 전년대비 증가율

□ (교역 구조) 자동차·부품, 전자제품 수출, 석탄·목재·광물 등 천연자원 수입

< 한국의 對캐나다 10대 수출입 품목 ('13년, MTI 3단위 기준) >

(단위 : 백만 달러, %)

수출품목	관세율	금액	비중	수입품목	관세율	금액	비중
승용차	6.1	2,227	42.8	유연탄	0	1,587	33.6
무선전화기	0	662	12.7	펄프	0	291	6.2
자동차부품	0-6.1	236	4.5	알루미늄괴 및 스크랩	0-3	217	4.6
섬유기계	0-8	119	2.3	칼륨비료	0-6.5	203	4.3
타이어	0-6.5	99	1.9	동광	0	184	3.9
냉장고	0-8	70	1.3	원목	0	153	3.2
합성수지	0-5	67	1.3	가축육류	3-72	91	1.9
직접회로반도체	0	60	1.2	운반하역기계	0-8	76	1.6
밸브	0	56	1.1	건설중장비	0-8	72	1.5
아연도강판	0	55	1.1	곡류	0-30	71	1.5
소 계		3,651	70.1	소 계		2,945	62.4
전 체		5,205	100	전 체		4,717	100

자료원 : KOTIS

II

한-캐나다 FTA 15大 수출유망품목

<선정기준>

- ① '13년 기준 캐나다의 對 세계 수입액이 1천만 달러 이상인 품목
(수입수요가 큰 품목)
- ② 對 캐나다 수출경쟁력(시장비교우위지수* 활용)
* MCA: 품목별로 우리나라의 對캐나다 수출 비중과 對세계 수출 비중을 비교하여,
1보다 크면 그 품목은 캐나다 시장에서 경쟁력이 있다고 판단
- ③ 주요 현지진출기업 및 바이어 대상 인터뷰 결과 종합

자동차

품목명(1)	자동차(승용차)	HS Code (6단위 이상)	870322/870323/870324
現수입관세율	6.1%	MCA	6.50
유망사유	▪ FTA 체결로 가격 경쟁력 제고, 한국제품에 대한 이미지 제고 * 한국산은 직수출 비중이 높아(60%), 관세 철폐효과가 클 것으로 예상 ▪ 다만, 관세 철폐가 최종적으로 소비자 가격에 반영되기까지는 다소 시차가 있을 전망		

□ 수입동향

- 수입 승용차는 배기량에 따라 ① 1,000~1,500cc(HS 8703.22), ② 1,500~3,000cc(HS 8703.23), ③ 3000cc 이상(HS 8703.24) 으로 분류 가능
- '13년 기준 수입 비중은 1,500~3,000cc가 56%, 3000cc 이상은 38%, 1,000~1,500cc는 6%를 차지
- 對한국, 일본 수입은 1,500~3,000cc 차량에 집중

- (배기량 1,000~1,500cc) '13년 기준, 對미국, 멕시코 수입이 주종을 이루고 있는데, '12년 들어 對중국 수입이 큰 폭으로 증가
- 對한국 수입은 폭발적인 증가세를 나타내고 있으나, 수입액이 아직까지는 미미
- 對일본 수입은 지속적으로 감소세

<배기량 1,000~1,500cc 승용차 수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		838,437	44.8	929,791	10.9	1,350,336	45.2
1	미국	455,123	227.4	404,456	-11.1	471,775	16.6
2	멕시코	139,988	12,570.2	171,378	22.4	261,056	52.3
3	중국	6,550	19,457.9	115,854	1,668.7	248,297	114.3
4	일본	227,309	-46.3	210,666	-7.3	135,247	-35.8
5	한국	27	-99.4	19,861	72,919.2	124,615	527.4

자료원 : World Trade Atlas

주 : HS 8703.22 기준으로 집계

- (배기량 1,500~3,000cc) 한국, 일본의 주력 수출 품목으로, '12년까지 양국으로 부터의 수입이 큰 폭의 증가세를 보이다 '13년 들어 한풀 꺾인 모습
- 對미국 수입은 규모가 가장 크나, 증가세가 다소 정체

<배기량 1,500 ~ 3,000cc 승용차 수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		12,527,182	0.9	13,907,358	11.0	13,346,407	-4.0
1	미국	5,579,195	8.2	5,887,275	5.5	5,825,755	-1.0
2	일본	2,042,365	-21.8	2,561,194	25.4	2,291,310	-10.5
3	한국	1,541,710	11.5	2,059,868	33.6	1,921,413	-6.7
4	독일	1,638,751	8.2	1,793,000	9.4	1,598,841	-10.8
5	멕시코	1,382,989	-0.5	1,310,823	-5.2	1,461,190	11.5

자료원 : World Trade Atlas

주 : HS 8703.23 기준으로 집계

- (배기량 3,000cc 이상) 미국으로 부터의 수입이 가장 크고, 수입규모도 증가세
- 對한국 수입은 두 자리수 성장세를 나타내고 있으나, 수입 규모가 상대적으로 낮은 수준

<배기량 3,000cc 이상 승용차 수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		8,435,516	7.2	8,877,503	5.2	9,112,678	2.7
1	미국	5,043,237	2.0	5,266,700	4.4	5,862,293	11.3
2	독일	1,207,973	11.0	1,232,842	2.1	949,080	-23.0
3	일본	840,507	30.8	935,971	11.4	707,708	-24.4
4	멕시코	573,634	21.5	558,157	-2.7	667,136	19.5
5	영국	294,762	21.9	340,971	15.7	339,988	-0.3
6	한국	118,219	30.2	141,289	19.5	184,876	30.9

자료원 : World Trade Atlas

주 : HS 8703.24 기준으로 집계

※ 참고사항 : 캐나다 자동차 시장 현황

- 미국 BIG3 시장 점유율은 하락, 일본 브랜드의 점유율은 다시 확대모드 돌입
 - 미국 Big 3 시장 점유율은 52.9%에서 44.6%로 하락, 일본 브랜드는 33.5%로 확대
 - 우리나라 브랜드 시장점유율은 '12년 12.6%로 역대 최고를 경신하였으나, '13년 들어 엔저 지속과 원화강세, 일본산 자동차들의 공세가 커지면서 성장세가 다소 주춤

<국가별 캐나다 자동차 시장 점유율>

(단위 : %)

국가/지역	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13
Korean	6.1	6.6	7.1	10.1	11.0	12.1	12.6	12.0
Big 3	52.9	51.3	47.8	43.6	45.9	46.8	44.0	44.6
Japanese	33.5	34.8	37.3	37.6	33.9	30.8	32.6	33.5
European	7.6	7.3	7.8	8.6	9.2	10.3	10.8	9.9
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* 자료원 : 한국자동차공업협회(KAMA), Desrosiers Automotive,

* 한국자동차공업협회 2012년 기준 자료 및 Desrosiers Automotive '13년 자료를 바탕으로 재구성(상기 4개 지역 이외 지역은 제외).

- 현지에서 판매되는 한국 자동차의 원산지는 크게 한국산과 북미산(미국산)으로 구분되는데, 한국 직수출 판매 비중은 약 60%, 미국산은 40%를 차지('12년 기준, 한국자동차공업협회)

<캐나다 내 한국 브랜드 자동차의 판매 현황>

(단위 : 대)

구분		'11			'12		
		승용차	SUV	계	승용차	SUV	계
현대	북미산	48,188	24,121	72,309	49,450	23,394	72,844
	한국산	41,048	15,883	56,931	47,489	15,950	63,439
	소계	89,236	40,004	129,240	96,939	39,344	136,283
기아	북미산	-	15,105	15,105	-	14,031	14,031
	한국산	34,671	15,347	50,018	48,357	15,412	63,769
	소계	34,671	30,452	65,123	48,357	29,443	77,800
총계	북미산	48,188	39,226	87,414	49,450	37,425	86,875
	한국산	75,719	31,230	106,949	95,846	31,362	127,208
	총계	123,907	70,456	194,363	145,296	68,787	214,083

* 자료원 : 한국자동차공업협회(KAMA, Ward's Automotive Yearbook)

* 상기 표는 한국자동차공업협회 '12년 기준 자료를 바탕으로 재구성

□ 주재 지상사 반응

* 자동차 시장은 한국 기업의 현지 진출 법인이 수입하여 딜러가 판매

기업명	A사	특기사항	캐나다 법인
매출규모('13)	비공개	품목	자동차
담당자	H	직책	-
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 관세 인하는 현지 마케팅에 긍정적인 역할 기대 ▪ 다만, 관세 인하가 가격에 반영되기까지는 시차가 존재하고, 환율이나 소비자 성향 등 다른 요소들도 복합적으로 작용		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 브랜드 인지도 및 품질 강화		

기업명	B사	특기사항	캐나다 법인
매출규모('13)	비공개	품목	자동차
담당자	L	직책	-
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 관세 인하는 현지 마케팅에 긍정적인 역할 기대 ▪ 다만, 관세 인하가 가격에 반영되기까지는 시차가 존재하고, 경기변동, 소비자 심리 등 다른 요소들도 복합적으로 작용		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 브랜드 인지도 및 품질 강화		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세 인하는 한국산 자동차의 수입비용 절감으로 이어져 일본 브랜드와의 시장 경쟁에서 오는 불리함을 극복하는 계기 예상

* 캐나다 수출물량 중 미국 공장 생산 제품이 차지하는 비율: 일본 브랜드 65%, 한국 브랜드 40%

- 한국산 차량에 부과되는 현행 6.1%의 관세는 소비세 등에도 가산됨을 감안하면 관세 인하는 공급가격도 대폭 낮추는 효과를 기대

- 관세 인하가 판매 증가로 이어지기까지는 다소간의 시차 존재
 - 자동차 판매가격은 수입 단가 외에도 마케팅 전략, 시장에서의 포지셔닝, 차종별 가격 책정, 인접 시장과의 가격차 관리 등 다양한 요소를 고려
 - 아울러 자동차 구매는 가격 뿐 만 아니라 사양, 디자인, 취향, 트렌드 등이 복합적으로 작용
- 장기적인 시장 확대를 위해서는 지속적인 브랜드 인지도 확대, 품질 경쟁력 개선, 라인업 다양화 등이 필요
 - 최근 경기 회복의 조짐과 함께 소비자 관심이 고연비 중소형 승용차에서 픽업트럭 등 중대형 차종으로 분산되는 추세
 - 고급 전기자동차 브랜드인 테슬라 열풍이 캐나다에서도 이어지고 있는 가운데, 기존의 중소형 차종에만 국한되던 하이브리드 모델이 준중형과 SUV 등으로 대형화
 - 경기에 관계없이 장기적인 관점에서 시장 확대를 위해서는 브랜드 이미지를 높이고 품질 경쟁력을 강화하는 것이 관건

자동차 부품

품목명(2)	운전대 및 부속품	HS Code (6단위 이상)	8708.94.9990
現수입관세율	6.0%	MCA	0.01
유망사유	▪ 원가절감을 위해 글로벌 아웃소싱 확대 ▪ 미국 달러 강세로 미국 대신 한국, 중국 등으로부터의 수입 증가세 ▪ 가격경쟁이 치열한 품목으로 관세 철폐에 따른 경쟁력 제고 기대		

□ 수입동향

- '13년 운전대 및 부속품의 수입액은 약 4.2억 달러로 전년 대비 11.7% 감소했으나, 對한국 수입은 27.9% 증가
 - 캐나다 자동차 생산량 감소(-3.4%)로 운전대 및 부속품 수입도 감소
 - 엔저에도 불구하고, 對일본 수입은 감소한 반면, 對한국은 증가
- 테이퍼링 영향으로, 미 달러가 강세를 나타냄에 따라 對미국 수입은 21.4%나 줄고, 한국, 멕시코, 중국산으로 공급선이 다변화

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		451,070	1.8	471,356	4.5	416,893	-11.6
1	미국	325,391	29.4	351,850	8.1	276,923	-21.3
2	한국	40,830	-0.1	35,305	-13.5	45,163	27.9
3	멕시코	32,925	16.0	28,490	-13.5	35,709	25.3
4	중국	17,600	255.8	20,401	15.9	25,019	22.6
5	일본	17,560	-36.9	13,688	-22.1	11,885	-13.2

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Magna International	특기사항	캐나다 1위 자동차부품업체
매출규모('13)	300억 달러	품목	자동차부품 전반
담당자	Dominique Monginet	직책	Program Buyer
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 무관세 및 저렴한 운송비로 인해 주로 캐나다 현지 생산과 미국 수입에 의존, 중국과 일본에서도 일부 아웃소싱 ▪ 관세 인하로 공급가가 낮춰지면 현재 수입 중인 미국 또는 일본 제품 대비 가격 경쟁력 향상 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 운전대 부품의 경우 현재 특정 공급업체가 시장을 장악하고 있지 않아 공급업체들의 경쟁이 치열한 상황 ▪ 가격 경쟁력 향상 외에도 품질관리 역시 높은 수준으로 유지하는 것이 중요하다고 강조		

기업명	Showa Canada	특기사항	일본계 자동차부품 업체
매출규모('13)	29억 달러	품목	조향장치 및 부속품
담당자	Rajeev Ganju	직책	Purchasing Manager
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사는 일본계 자동차 부품업체로 주로 미국 법인 및 일본 본사에서 납품받고 있으나, 한국과 중국에서도 아웃소싱 ▪ 한국산 제품을 많이 구매하지는 않지만, 한국제품의 품질 경쟁력은 검증이 된 만큼, 관세 인하로 공급가가 낮아진다면 일부 일본 제품 대비 가격 경쟁력 향상 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 운전대 부품 중 일부 제품을 제외하고는 한국산 제품은 지속적인 개선이 이루어져 품질 면에서 현재 미국 또는 일본 제품과 대동소이 ▪ 그러나 대부분의 한국 업체는 북미에 직접 진출하지 않아 주문량 변동 및 불량관리 등에 유연한 대처가 미흡한 바, 이에 대한 보완이 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세 인하로 가격 경쟁력 제고 기대
 - 중국산 제품의 가격 경쟁력이 매우 높긴 하나, 사후관리가 다소 만족스럽지 못해 아직까지는 북미 현지 생산에 가장 많이 의존
 - 한국산 제품의 가격이 인하될 경우, 무관세로 수입되고 있는 미국, 멕시코산 대비 경쟁력 향상 기대
- 우수한 품질 유지, 사후관리를 증명할 수 있는 거래 내용 증명 필요
 - 북미 부품업체 간의 경쟁이 치열한 상황에서 사소한 품질 또는 불량 문제는 공급업체뿐만 아니라 구입업체에도 치명적
 - 바이어들은 가격만큼이나 기업의 거래 내역을 중시하며, 문제 발생 시 적절한 대처가 가능한 기업을 공급업체로 선정
- 중장기적으로 연락사무소 설치 및 세일즈랩 운영이 바람직
 - 인사 교류, 제품소개, 벤더등록, 제품선정, 가격협상 등 여러 절차를 거쳐 수출계약이 성사되기 때문에 현지 사무소를 갖추지 않고는 진출에 상당한 애로 ➡ 북미에 법인이나 연락사무소를 마련할 필요성 제기
 - 현지 사무소 설치가 어려운 중소기업의 경우 사무소 설치보다는 다소 비용이 저렴한 현지 마케팅 인력을 활용해 시장 진출 시도 가능
- 캐나다 자동차 산업 관련 행사에 적극적인 참여 필요
 - 캐나다의 완성차 제조업체나 부품 공급업체들은 각종 세미나, 전시회, 네트워크 세션 등을 직접 주관하거나 후원하는 형태로 자주 개최
 - 이들 행사에 참가해 구매담당 및 엔지니어들과 직접 교류하고, 기업을 홍보하는 기회로 적극 활용할 필요

품목명(3)	서스펜션 시스템 및 부품	HS Code (6단위 이상)	8708.80.9900
現수입관세율	6.0%	MCA	0.14
유망사유	▪ 원가절감을 위해 글로벌 아웃소싱 확대 ▪ 가격경쟁이 치열한 품목으로 관세 철폐에 따른 경쟁력 제고 기대		

□ 수입동향

- '13년 기준 캐나다의 서스펜션 시스템 및 부품의 수입액은 약 11.4억 달러로 전년 대비 4.2% 감소
- 캐나다에서 생산 공장을 운영 중인 GM, 포드, 크라이슬러, 혼다, 도요타 등의 완성차 제조업체가 주요 수입 기업
 - 미국과 일본 완성차 제조업체들은 주로 미국 소재 계열사 또는 협력사로부터 제품을 공급받고 있으며, 일본과 중국에서도 아웃소싱 중
- Multimatic, Martinrea, Musashi 등의 1차 부품업체도 원가 절감 위해 글로벌 아웃소싱을 확대

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		1,052,641	17.8	1,192,160	13.3	1,142,085	-4.2
1	미국	813,849	16.5	895,125	10.0	819,373	-8.5
2	일본	67,752	6.6	89,711	32.4	84,477	-5.8
3	중국	58,627	52.7	73,893	26.0	83,204	12.6
4	멕시코	27,631	2.6	39,307	42.3	47,452	20.7
5	한국	24,834	29.2	27,392	10.3	31,012	13.2

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Multimatic	특기사항	캐나다 토종 부품업체
매출규모('13)	2억 달러	품목	자동차 부품 전반
담당자	Yvonne Guppy	직책	Senior Buyer
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 관세 인하로 공급가격 인하 시 한국산 경쟁력 향상 기대 - 비용 절감을 위해 완성차 제조업체와 달리 글로벌 소싱 정책을 보다 유연하게 유지		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 가격 경쟁력 개선 향상 - 가격과 품질 외에도 돌발 상황에 대처할 수 있는 위기관리 능력 개선 필요		

기업명	Martinrea	특기사항	캐나다 3위 부품업체
매출규모('13)	29억 달러	품목	자동차 브레이크 및 서스펜션 모듈
담당자	Carlo Pascazi	직책	Purchasing Manager
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 원가 절감을 위한 글로벌 아웃소싱을 확대하고 있으며, 과거 보수적이었던 구매성향도 경기 불황 이후 유연하게 변화 - 관세 인하로 가격 경쟁력이 향상될 경우 한국 제품 구매도 증가할 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 가격 경쟁력 향상 - 현지화를 통한 유연한 공급 관리 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세 인하로 경쟁 제품과 가격 격차를 축소하여, 납품 기회 확대 예상
 - 캐나다 현지의 완성차 제조업체*보다 글로벌 소싱에 더욱 적극적인 1,2차 부품업체에 납품할 수 있는 기회가 확대될 전망
- * 미국 본사가 부품 선택과 구입에 대한 의사결정 권한 보유
- 바이어가 지적인 위기관리 능력은 수출기업의 현지화로 개선 가능
 - 법인 설립이 어렵다면, 현지 사무소 설립 또는 현지 인력 활용 필요
 - 또한, 캐나다 현지 물류업체와의 협력을 통해 물류창고를 이용함으로써, 보다 능동적인 대처 가능

품목명(4)	브레이크 실린더	HS Code (6단위 이상)	8708.30.9910
現수입관세율	6.0%	MCA	1.71
유망사유	▪ 원가절감을 위한 글로벌 아웃소싱 확대 ▪ 가격경쟁이 치열한 품목으로 관세 철폐에 따른 경쟁력 제고 기대		

□ 수입동향

- '13년 캐나다의 브레이크 실린더 수입액은 약 7,200만 달러로 전년 대비 28.5% 감소
 - 국내 자동차 생산량 감소 및 미 달러 강세에 따른 對미국 수입 대폭 감소에 따른 결과
- 미국산 대신 한국을 비롯한 멕시코, 중국산으로 공급선이 다변화

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		97,584	-7.2	101,299	3.8	72,405	-28.5
1	미국	73,787	-7.9	86,088	16.7	41,909	-51.3
2	한국	16,338	-15.0	7,603	-53.5	17,844	134.7
3	멕시코	1,088	907.7	2,327	113.8	5,341	129.6
4	중국	2,711	0.2	2,071	-23.6	3,607	74.2
5	이탈리아	1,259	17.9	1,130	-10.3	1,590	40.7

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Martinrea	특기사항	캐나다 3위자동차부품업체
매출규모('13)	29억 달러	품목	자동차 브레이크 및 서스펜션 모듈
담당자	Carlo Pascazi	직책	Purchasing Manager
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 원가 절감을 위한 글로벌 아웃소싱을 확대, 과거 보수적이었던 구매성향도 경기 불황 이후 유연하게 변화 ▪ 관세 인하로 가격 경쟁력이 향상될 경우 한국 제품 구매 증가도 가능할 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 가격 경쟁력 향상 ▪ 현지화를 통한 유연한 공급 관리 필요		

기업명	Navistar Canada	특기사항	대형 트럭, 버스 제조업체
매출규모('13)	107억 달러	품목	트럭, 버스
담당자	Andrew Ramsz	직책	Purchasing Manager
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 직접적으로 한국 제품을 구매한 경험은 없으나 다른 기업들로부터 좋은 평가를 받고 있는 것으로 인지 ▪ 현재까지 자사에서 한국 제품을 구매할 가능성은 낮으나, 가격 경쟁력이 개선될 경우 긍정적인 검토 가능		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세 인하로 경쟁 제품과 가격 격차를 축소하여, 납품 기회 확대 예상
 - 캐나다 현지의 완성차 제조업체*보다 글로벌 소싱에 더욱 적극적인 1,2차 부품업체에 납품할 수 있는 기회가 확대될 전망
- * 미국 본사가 부품 선택과 구입에 대한 의사결정 권한 보유
- 바이어가 지적인 위기관리 능력은 수출기업의 현지화로 개선 가능
 - 법인 설립이 어렵다면, 현지 사무소 설립 또는 현지 인력 활용 필요
 - 또한, 캐나다 현지 물류업체와의 협력을 통해 물류창고를 이용함으로써, 보다 능동적인 대처 가능

전기전자

품목명(5)	냉장고 (381리터 초과)	HS Code (6단위 이상)	8418.10.9014
現수입관세율	5.0%(8.0%)*	MCA	3.80
유망사유	▪ 8.0%의 고관세 철폐로 가격 경쟁력 향상 ▪ 한국산 프리미엄 모델(프렌치 도어 : 양문형 냉장고+하단 냉 장고)의 인지도가 높은 상황 ▪ 에너지 소비 절감을 위한 구형 전자제품 교체 수요 증가		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 5.0% → 8.0%로 인상 예정

□ 수입동향

- '13년 기준 381리터 초과 대형 냉장고 수입액은 전년 대비 2.2% 증가한 1.6억 달러로 집계
- 미국과 멕시코에서의 수입이 전체 수입액의 약 80%를 차지
 - 對한국 수입은 '12년 이후 큰 폭으로 증가세를 나타내고 있으나, 미국, 멕시코 수입 규모의 1/4 수준에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		527,654	-10.8	608,891	15.4	622,436	2.2
1	미국	254,337	-16.1	260,380	2.4	251,953	3.2
2	멕시코	181,034	-11.1	241,450	33.4	241,443	0.0
3	한국	49,904	-9.0	59,366	19.0	64,691	9.0
4	중국	24,571	167.4	29,213	18.9	39,269	34.4
5	태국	7,072	-22.8	7,865	11.2	8,166	3.8

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Ingram Micro Canada	특기사항	캐나다 최대 전자유통업체
매출규모('13)	1억 달러 이상(캐나다)	품목	전자제품
담당자	Joe Graci	직책	Vendor Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 한국 냉장고의 프리미엄 제품은 북미에서 이미 Whirlpool, GE 만큼 인지도가 높은 상황 - 관세 인하로 리테일 가격 인하까지 가능할 경우, 파급효과가 클 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	프리미엄 브랜드 이미지를 강화하고 상품 차별화 유지		

기업명	Samtack	특기사항	캐나다 국내 전자유통업체
매출규모('13)	7,000만 달러	품목	전자제품
담당자	Tommy Loi	직책	Brand Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 멕시코 생산 시작 이후 한국 냉장고는 북미 시장 점유율을 높이고 있으며, 한국의 프렌치도어 모델은 (양문형 냉장고+ 하단 냉동고) 미국 뿐 만 아니라 캐나다에서도 판매 비중이 증가세 - FTA 이후 한국산 제품에 대한 관세까지 인하될 경우 이러한 추세가 가속화될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	LED 패널 부착, 디지털 컨트롤 등의 편리한 기능을 지속적으로 추가 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세 철폐 효과와 캐나다 소비자의 냉장고 교체 수요 증가가 맞물려 시장점유율 확대 기대
- '10년 이후 캐나다 연방정부와 주정부는 에너지 소비 효율 향상을 통한 전기 소비 절감을 위해 리베이트 및 세액 공제 프로그램을 실시하고 구형 냉장고, 에어컨, 식기세척기 등의 에너지 낭비를 지적

- '12년까지 대부분의 리베이트 및 세액 공제 프로그램은 종료되었으나 정부의 홍보활동 효과로 인해 교체 수요는 여전히 크며, 특히 고효율 전자 제품의 인기는 지속적으로 유지
- 특히 프렌치 도어(양문형 냉장고 + 하단 냉동고) 냉장고는 캐나다 시장 점유율이 25%에 불과해 향후 성장 잠재력이 큰 것으로 평가 받고 있고 한국 브랜드의 인지도도 높아 관세 철폐를 계기로 판매 확대 예상

품목명(6)	식기 세척기	HS Code (6단위 이상)	8422.11.9090
現수입관세율	0.0%(8.0%)*	MCA	9.05
유망사유	▪ 중국산에는 관세율이 8.0%로 인상됨에 따라 상대적인 가격 경쟁력 강화 예상		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 0.0% → 8.0%로 인상 예정

□ 수입동향

- '13년 기준 캐나다의 식기 세척기 수입액은 전년 대비 3.0% 증가한 약 2.2억 달러로 집계
- 미국산이 수입 시장을 주도('13년 기준, 65%)하고 있으며, 중국산이 14%로 수입 시장점유율을 점차 확대하는 추세
 - GE, Whirlpool 등의 미국 기업이 여전히 미국에서 생산공장을 운영 중이며, 캐나다 시장에서 인기가 높은 유럽 브랜드 Bosch도 미국에 공장 보유
 - 對한국 수입은 약 6% 수준에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		224,549	0.0	219,084	-2.4	225,584	3.0
1	미국	157,901	-4.4	149,423	-5.4	146,077	-2.2
2	중국	28,397	62.3	30,959	9.0	31,605	2.1
3	독일	13,689	1.2	15,257	11.5	22,121	45.0
4	한국	13,809	-12.1	10,460	-24.3	12,957	23.9
5	터키	3,419	-0.6	4,699	37.4	4,425	-5.8

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Ingram Micro Canada	특기사항	캐나다 최대 전자유통업체
매출규모('13)	1억 달러 이상(캐나다)	품목	전자제품
담당자	Joe Graci	직책	Vendor Manager
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ TV, 휴대전화와 달리 식기 세척기 부문에서는 미국 제품에 비해 한국 제품이 아직까지 열세 ▪ 현재 한국 제품의 가격 경쟁력이 다른 국가의 제품보다 높지는 않다고 밝히며 FTA가 한국 제품에 긍정적으로 작용 기대		

기업명	Samtack	특기사항	캐나다 국내 전자유통업체
매출규모('13)	7,000만 달러	품목	전자제품
담당자	Tommy Loi	직책	Brand Manager
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 현재 중국에서 OEM 방식으로 생산된 제품은 가격 경쟁력이 매우 높아 수입이 확대 ▪ 중국 수입 제품의 공급가격이 인상될 경우 한국 제품의 가격 경쟁력이 다소 향상 가능		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 식기 세척기는 브랜드 보다 가격에 따라 구매 여부가 결정되는데, 일반 특혜관세 종료로 한국, 중국산 등에 대한 관세율이 '14. 7월부터 8%로 인상됨에 따라 가격경쟁력 약화가 우려되던 상황
 - FTA가 발효로 현재 무관세가 유지될 전망이며, 중국산에는 8% 관세가 부과될 것으로 예상됨에 따라, 우리 제품에 상대적인 이점으로 작용 기대
- 가격과 더불어 주방 인테리어와의 조합(색, 디자인 등)이 구매 결정에 큰 영향을 미쳐, 소비자 이목을 끄는 디자인보다는 일반적인 캐나다 가정의 주방 인테리어 및 다른 전자제품과의 색상(흑색, 백색, 은색, 아이보리 등) 조화를 고려한 디자인이 필요

석유화학

품목명(7)	PVC 바닥재	HS Code (6단위 이상)	3918.10.9010
現수입관세율	3.0% (6.5%)*	MCA	2.29
유망사유	- 기존의 카펫 바닥 마감은 세척 비용 및 위생 문제가 자주 지적되면서 고가의 하드우드 외에 PVC 바닥재 수요가 확대 - 중국산에는 관세율이 6.5%로 인상되는 반면, 한국산에는 관세율이 인하될 전망이라 상대적인 가격경쟁력 강화 예상		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 3.0% → 6.5%로 인상 예정

□ 수입동향

- 저금리 정책에 따른 부동산, 건설경기 활황으로 바닥 마감재 수요가 증가
 - 금융위기 이후 캐나다 중앙은행이 1%까지 금리를 낮추고, 주택담보대출 이자율도 최저 2% 후반까지 하락해 '11~'13년 대도시 중심의 부동산, 건설 시장이 활황
 - 특히 최근 신규 콘도 건설이 증가하면서, 고가의 하드우드보다는 PVC 바닥재에 대한 수요가 확대 추세

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가*	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		107,098	1.2	127,469	19.0	152,793	19.9
1	중국	50,521	0.9	62,842	24.4	89,514	42.4
2	미국	41,665	-0.9	45,869	10.1	38,466	-16.1
3	한국	4,995	61.5	9,270	85.6	14,974	61.5
4	영국	3,449	-1.1	3,422	-0.8	3,422	0.0
5	대만	2,339	31.4	2,816	20.4	2,652	-5.8

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Olympia Tile	특기사항	캐나다 최대 타일 유통업체
매출규모('13)	미공개	품목	카펫, 매트, 바닥타일
담당자	Connie Brilliari	직책	Product Manager
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사는 가격 경쟁력이 우수한 중국 제품을 주로 수입하고 있으며, 공급가격이 구매에 가장 중요하게 작용 ▪ 관세 인하 시 한국 제품의 경쟁력 강화가 예상되며, 중국산 제품과의 가격 차이가 좁혀질 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 인지도 향상을 위해 전시회 참가 및 네트워크 활동 필요		

기업명	Buckwold Western	특기사항	바닥재 전문 유통업체
매출규모('13)	미공개	품목	카펫, 매트, 바닥타일
담당자	Dale Main	직책	Contract Division Manager
한개 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 한국산 제품을 접한 경험이 있으나 당시 가격이 높아 별다른 관심이 없었음. ▪ 관세 인하로 공급가격 조정이 될 경우 경쟁력 향상이 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 소비자 수요를 충족 가능한 세련된 디자인 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 일반특혜관세 종료로 한국, 중국산 등에 대한 관세율이 '14. 7월부터 6.5%로 인상됨에 따라 가격경쟁력 약화가 우려되던 상황
 - FTA 발효로 한국산에는 관세가 인하, 중국산에는 6.5% 관세가 부과될 것으로 예상됨에 따라, 우리 제품에 상대적인 이점으로 작용 기대
- 큰 기술격차가 나지 않는 제품의 특성상, 다양하고 우수한 디자인이 구매 결정에 중요한 요소로 작용
 - 특히, 콘도 외에 단독주택 바닥 마감재는 일반 소비자가 직접 고르는 경우가 많기 때문에 캐나다 소비자의 취향에 맞는 고급스러운 디자인 필요
- 아직 캐나다에서 한국산 바닥재에 대한 인지도는 낮은 수준으로, 건축, 건설, 인테리어 등 관련 전시회 참가를 통한 적극적인 홍보 활동이 필요

품목명(8)	플라스틱 포장재 및 용기	HS Code (6단위 이상)	3923.21.9041 3923.21.9042
現수입관세율	3.0 (6.5%)*	MCA	10.33
유망사유	- 관세 인하 이후 가격 경쟁력 향상 - 높은 수입 의존도로 인해 소비 증가와 함께 수입 시장 확대		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 3.0% → 6.5%로 인상 예정

□ 수입동향

- 캐나다의 플라스틱 식품 포장재 수입은 최근 3년간 증가세를 나타내고 있으며, '13년 수입액은 전년 대비 2.3% 증가한 1억 달러를 기록
- 플라스틱 식품 포장재 및 용기는 편리한 기능과 손쉬운 폐기 및 재활용이 가능하여 일반 가정을 중심으로 소비량이 꾸준히 증가
- 캐나다 플라스틱 제조 산업은 수입 의존도가 높고 주로 항공기 및 자동차 부품 산업에 치중되어 있어, 식품 포장재와 같은 제품은 해외 아웃소싱에 의존

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	'11		'12		'13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
	총 수입액	102,877	20.3	102,728	-0.1	105,258	2.5
1	미국	66,796	11.3	56,727	-15.1	58,558	3.2
2	중국	18,692	44.7	22,259	19.1	25,278	13.6
3	한국	9,872	64.8	14,162	43.5	13,160	-7.1
4	태국	2,278	-2.5	4,440	94.9	3,769	-15.1
5	대만	2,868	26.0	2,684	-6.4	3,031	12.9

자료원 : World Trade Atlas

주: HS Code 3923.21.9041과 HS 3923.21.9042의 수입액을 합산하여 집계

□ 주요 바이어 반응

기업명	Standa Importing	특기사항	주방용품 수입업체
매출규모('13)	비공개	품목	식기, 주방도구
담당자	Angie Ferlisi	직책	Purchasing Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 한국 제품에 대한 관세 인하 시 가격 경쟁력 향상 예상 - 한국산 제품은 브랜드 인지도가 낮기 때문에 관세 인하 효과에도 불구하고 즉각적인 수입확대로 연계되는 데는 시간차 존재		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	소규모 수입업체 및 유통업체 보다는 현지 대형 유통업체의 협력업체로서 PL(Private Label) 제품을 공급하는 방안이 시장 진출에 효과적일 것으로 예상		

기업명	Browne & Co	특기사항	주방용품
매출규모('13)	비공개	품목	식기, 주방도구
담당자	Michael Browne	직책	President
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 과거 한국산 제품을 접한 적이 있으나 단가가 높아 큰 흥미를 갖지 않았음. - 관세 인하 시 미국, 중국 제품 대비 경쟁력 향상 가능		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 한국, 중국 등을 비롯한 아시아 식품 보관 용기의 경우 디자인이 지나치게 획일화(사각형) 되어 있어, 가격이 주요 변수로 작용 - 가격 외에 디자인이나 성능으로 차별화된 제품으로 시장 진출 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 플라스틱 식품 포장재 대부분은 미국과 중국에서 수입되는데 미국산 제품은 무관세로 수입되고, 중국산 제품은 '14. 7월부터 6.5%의 관세 부과
 - 한-캐 FTA 발효로 한국 제품은 미국 제품과의 관세 불이익을 줄이고, 중국 제품 대비 가격 경쟁력 향상 예상
- 한국 중소기업이 단독 진출 시 낮은 인지도로 인해 관세 인하 이후에도 시장 확대에 진통이 우려되는 바, PL(Private Label) 제품을 늘리고 있는 대형 유통업체에 주문자 상표 부착 방식을 통한 제품 공급 검토 가능
 - 가격 경쟁 심화로 Walmart, Loblaws 등 대형 유통업체마다 자사 PL 브랜드를 부착한 제품 라인을 전 품목에 걸쳐 확대하고 있으며, 원가 절감을 위해 해외 아웃소싱을 확대 중

섬유의류

품목명(9)	편물(Knitted Fabric)	HS Code (6단위 이상)	6004.10
現수입관세율	0~2%	MCA	1.58
유망사유	▪ 현지 원단 제조업의 마진이 감소함에 따라 제조업 비율이 축소되고, 수입산 원단의 유통이 증가 ▪ 고기능성 니트 원단은 최근 수요가 확대되고 있으며 향후 성장성도 높은 편 ▪ FTA 발효로 관세절감 효과 기대		

□ 수입동향

- 니트 원단(편물)의 수입 실적은 '13년 기준 약 2,000만 달러로, 지난 3년간 꾸준히 증가
- 한국산은 우수한 품질을 바탕으로 전체 수입시장의 30%를 점유, 대만(28%), 중국(26%)과 함께 對캐나다 주요 수출국으로 자리매김
- * 한국산 섬유류 중 캐나다 시장에서 경쟁력을 보유한 품목으로는 편물, 폴리에스터, 순모직물 등이 있으며 각각 연 1,000만 달러 이상을 한국으로부터 수입

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	'11		'12		'13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
	총 수입액	54,887	-3.8	55,518	1.2	59,238	6.7
1	한국	15,732	-4.1	16,205	3.0	18,099	11.7
2	대만	13,603	4.9	15,861	16.6	16,878	6.4
3	중국	16,665	13.7	15,868	-4.8	15,666	-1.3
4	미국	4,926	-37.9	3,555	-27.9	3,941	10.9
5	이탈리아	1,914	2.1	1,761	-8.0	1,949	10.7

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Fairdeal Import & Export Ltd	특기사항	서부캐나다 대표 원단 유통업체
매출규모('13)	C\$ 300~500만	품목	원단
담당자	Mr. Akbar Bandeali	직책	대표
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 편물원단 구매 시 품질을 우선 고려 ▪ 한국산 원단은 품질이 좋은 편으로 인식되지만, 최소주문수량 및 가격 면에서 중국산이나 인도산보다 밀리는 실정 ▪ 한-미 FTA 발효 후 북미에서 한국산 원단이 각광받고 있으며, 다수의 캐나다 바이어가 미국 지사·물류창고를 통해 한국산 원단을 수입 유통 ▪ 캐나다 내 원단 수입은 저가의 중국산이 지배적이었으나, 한국산이 중국산보다 품질 면에서 앞서기 때문에 수출가격이 하락할 경우 한국산 구매 확대 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 원단은 주로 “제조업체→도매업체→소매업체” 또는 “제조업체→제조사에이전트→유통/도매업체→소매업체”의 경로를 통해 유통 ▪ 제조사 에이전트를 현지에 두면 가격이 다소 비싸지만 현지 바이어 발굴 및 네트워킹에는 효과적 ▪ 평균 250~500m의 최소구매수량을 선호, 샘플 제공은 필수 ▪ 스펙별 공급가능 가격(달러 기준)과 리드타임(lead Time)을 명시해 견적을 제시할 필요 ▪ 캐나다 시장은 야드(yard)를 사용하는 미국과는 달리 미터(meter) 단위를 사용하기 때문에 미터 단위로 가격을 제시해 야함에 유의		

기업명	Kendor Textiles	특기사항	캐나다 주요 의류용 원단 유통업체
매출규모('13)	C\$ 140만	품목	원단
담당자	Paul King	직책	대표
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 편물은 북미 중산층이 가장 선호하는 재질로, 수요가 높은 편 ▪ FTA 체결 시 한국 제품의 품질에 가격경쟁력을 보유함에 따라 대만산, 중국산 수입 바이어가 한국으로 수입국을 변경할 가능성이 다대 ▪ 향후 한국산 원단은 급격한 수입 증가보다는 견실한 성장세를 유지할 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 최근 친환경 원단에 대한 관심과 수요가 증가 - 대나무, 삼(hemp) 등의 원단 인기 - 미국의 환경감사기관인 MBDC에서 부여하는 친환경 마크인 Cradle to Cradle(C2C) 인증과, Oeko Tex Certification 인증을 보유한 친환경 원단도 각광 ▪ 현재 캐나다에서 활동 중인 섬유산업 전문 세일즈 에이전트는 약 2,500여 개로 북미 에이전트 활용 비중이 높아지는 추세 ▪ 한편, 품질이 중요시 되는 기능성 니트 원단(레깅스, 요가바지 등에 쓰임)은 한국산 및 유럽산의 선호도가 높아 시장성이 유망		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 국내 기업은 1,000m 이상의 최소구매량을 기대하지만 현지 바이어의 구매 규모는 200~300m가 일반적
 - 첫 거래는 500m의 소규모로 거래시작이 대부분이며, 거래가 지속적 으로 이뤄질 경우 최소 1,000m 이상의 거래로 확대 가능
 - * 최근에는 바이어가 원하는 최소구매수량을 맞춰주는 인도산 혹은 저가의 중국산에 대한 수요가 급증(인도산은 가격대가 중국산과 유사하나 최소구매량에 대한 요구가 없음)
 - 특히, 캐나다 섬유산업을 주도하는 퀘벡주의 섬유업체들을 대상으로 소량 오더에도 적극적으로 대응할 필요

- 해외 수입은 주로 거래관계가 있는 업체와 오랜 기간 독점적으로 거래하는 경향이 많기 때문에 주력바이어를 발굴, 동반 성장하는 모델로 진출하는 것이 가장 바람직
 - 특히, 캐나다 서부시장은 동부시장보다 시장 규모가 작고 바이어 간 경쟁이 매우 치열해 미묘한 신경전이 높은 편이라, 여러 바이어를 동시에 접촉할 경우 비즈니스 성사 가능성이 저하
- 미국시장에 재수출 목적으로 바이어가 Intertek 등의 일부 인증기관으로부터 품질 테스트 및 발화지연(fire retardant) 테스트 확인서를 요청하기도 한다는 점에 유의할 필요

품목명(10)	양말류	HS Code (6단위 이상)	6115.95.0011 6115.95.0012
現수입관세율	16.0%	MCA	7.85
유망사유	▪ 16.0%의 고관세 인하 이후 가격 경쟁력 대폭 향상 기대 ▪ 생필품으로서 구매 수요가 탄탄하며, 젊은 소비층을 겨냥한 차별화된 디자인 제품도 인기가 높은 편		

□ 수입동향

- '13년 기준 캐나다의 양말 수입액은 전년 대비 2.2% 증가한 약 8,600만 달러 기록
- 양말은 가격 경쟁이 치열한 품목으로 중국, 멕시코, 파키스탄, 캄보디아 등에서 주로 수입
- 對한국 수입은 감소세였으나, '13년 들어 증가세로 반전

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		96,059	-12.4	84,532	-12.0	86,436	2.3
1	중국	45,364	-86.1	37,059	-18.3	37,800	2.0
2	멕시코	19,966	17.2	15,956	-20.1	16,912	6.0
3	파키스탄	14,928	-2.6	15,639	4.8	15,572	-0.4
4	한국	5,811	0.0	5,086	-12.5	5,704	12.1
5	캄보디아	1,823	-18.0	3,064	68.1	2,251	-26.5
6	미국	4,386	-26.2	2,679	-38.9	2,510	-6.3

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Wertex Hoisery	특기사항	온타리오 주 주요 직물 수입업체
매출규모('13)	1,300만 달러	품목	양말, 수건, 이불, 유아용품
담당자	Padmaja Lele	직책	Purchasing Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사의 주요 수입국은 중국, 방글라데시, 캄보디아 ▪ 아시아 등지의 제품은 한국 제품에 비해 다소 품질이 뒤떨어지지만 가격 경쟁력이 매우 높은 수준 ▪ 관세 인하로 한국 제품의 수입 공급가격이 대폭 낮아질 경우 경쟁력 향상이 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 한국 제품의 경우 품질이 우수하나 가격 경쟁력이 가장 큰 단점으로, 시장 확대를 위해서는 가격 인하가 필수		

기업명	W.C. Smith Wholesale	특기사항	온타리오 주 주요 직물 수입업체
매출규모('13)	비공개	품목	침구류, 의류
담당자	William Smith	직책	President
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사는 취급 중인 양말 제품의 90% 이상을 중국에서 수입 ▪ FTA 이후 경쟁력 향상은 가능하나 관세 인하 이후에도 일반 면소재의 중국 제품과 경쟁하기에는 어려울 수도 있다고 지적		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 면소재 양말의 품질은 사실상 업체 간 차이가 크지 않은 편 ▪ 일반 면소재 양말보다는 혼방을 통해 보온효과를 높일 수 있는 겨울용 양말과 같은 제품이 더 좋은 반응을 이끌어 낼 수도 있을 것으로 전망		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한국산 양말은 경쟁국 대비 우수한 품질은 인정받고 있으나 가격이 항상 문제로 지적되어, 고관세 인하시 저가 아시아 제품 대비 경쟁력 제고 기대
- 현재 한국, 중국, 파키스탄 제품에는 16%의 관세가 부과되고 있으나, 멕시코와 캄보디아(LDCT : 최저개발국 관세 적용)에는 무관세가 적용

- FTA가 발효되어 한국산에 대한 관세가 인하되면 중국과 파키스탄산에 대해서는 가격 격차를 줄일 수 있고, 멕시코와 캄보디아 산에 대해서는 그간의 관세 불이익이 사라질 전망
- 저가 제품으로 시장 확대가 어려울 것으로 보이는 만큼, 품질과 기능을 앞세운 제품으로 시장 진출 필요
- 중국 및 아시아 국가에서 생산되는 저가 양말의 경우 품질이 다소 뒤떨어지지만 매우 높은 가격 경쟁력을 갖추고 있어 한국 제품의 관세가 낮아지더라도 수출 확대에 연계되기는 어려운 상황
- 대신, 겨울철 보온 기능을 높일 수 있도록 다른 섬유 또는 소재와 혼방한 양말은 다소 가격이 높더라도 관세 인하 효과로 저렴해진 가격에 캐나다 시장 진출 확대가 가능할 것으로 기대

품목명(11)	아동용 잠옷(면소재)	HS Code (6단위 이상)	6107.21.0020 6108.31.0020
現수입관세율	18.0%	MCA	34.05
유망사유	▪ 18.0% 고관세율 인하로 중국 및 개발도상국 제품 대비 가격 경쟁력 향상 가능 ▪ 고급소재, 캐릭터 상품 위주로 진출 확대 전략 필요		

□ 수입동향

- '13년 기준 캐나다의 아동용 잠옷 수입액은 전년 대비 14.2% 늘어난 약 2,500만 달러를 기록
- 對중국 수입이 32%로 가장 많고, 한국, 캄보디아, 인도, 방글라데시로 부터의 수입이 뒤를 이음.
- 특히, 캄보디아와 방글라데시에서 생산된 제품은 최저개발국 특혜관세(LDCT) 관세율이 적용되어 무관세로 캐나다에 수입되고 있어 가격 경쟁력이 매우 높은 상황

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		22,381	-8.6	22,195	-0.8	25,356	14.2
1	중국	10,235	-11.1	9,995	-2.3	8,074	-19.2
2	한국	2,746	-31.6	3,568	29.9	4,212	18.0
3	캄보디아	2,584	88.7	1,837	-28.9	3,523	91.8
4	인도	2,911	-12.0	2,780	-4.5	3,521	26.6
5	방글라데시	3,523	1.1	3,048	-13.5	2,677	-12.2

자료원 : World Trade Atlas

주 : HS Code 기준 6107.21.0020 및 6108.31.0020 수입 통계를 합산하여 집계

□ 주요 바이어 반응

기업명	Wertex Hoisery	특기사항	온타리오 주 주요 직물 수입업체
매출규모('13)	1,300만 달러	품목	양말, 수건, 이불, 유아용품
담당자	Padmaja Lele	직책	Purchasing Manager
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사의 주요 수입국은 중국, 방글라데시, 캄보디아 ▪ 아시아 등지의 제품은 한국 제품에 비해 다소 품질이 뒤떨어지지만 가격 경쟁력이 매우 높은 편 ▪ 관세 인하로 한국 제품의 수입 공급가격이 대폭 낮아질 경우 경쟁력 향상이 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 한국 제품의 경우 품질이 우수하나 높은 가격이 가장 큰 단점으로, 시장 확대를 위해서는 가격 인하가 필수		

기업명	Dot Line Design	특기사항	의류 중간 유통업체
매출규모('13)	비공개	품목	양말, 모자, 속옷, 잠옷
담당자	Roger Min	직책	President
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 관세 인하로 가격 경쟁력이 다소 향상 기대 ▪ 그러나 일반 면소재 저가 품목은 중국산 대비 가격차가 커, 관세가 인하된다하더라도 경쟁력 확보는 어려울 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 가격 경쟁력 향상 필수 ▪ 고급 소재 또는 인기 캐릭터를 이용, 다소 가격이 높더라도 경쟁력을 갖출 수 있는 상품 요소 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- FTA 발효시, 고관세가 대폭 인하되어 무관세로 수입되는 멕시코, 캄보디아, 방글라데시 등의 제품 대비 관세 불이익이 대폭 축소될 전망이다, 기존 가격차가 10~20% 임을 감안하면 큰 효과를 기대하기 어려운 상황
- 그러나, 고가로 판매되는 고급제품은 FTA 수혜효과가 클 것으로 기대
 - 어린이들이 좋아할 수 있는 디자인을 사용하거나 라이선스를 통해 만화 캐릭터를 차용하는 방식도 검토해 볼 필요

식품

품목명(12)	라면	HS Code (6단위 이상)	1902.30
現수입관세율	0~10.0% (0~11.0%)*	MCA	3.73
유망사유	▪ 1~2인 중심의 가구가 늘면서 조리가 간편한 인스턴트 식품 수요가 증가함에 따라 아시아계 식품점뿐만 아니라 현지 대형 식품체인점에서도 인기리에 판매 ▪ 관세 철폐로 중국산 대비 가격 경쟁력 제고		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 0~10.0% → 0~11.0%로 인상 예정

□ 수입동향

- 도시적 생활패턴과 개인생활 증가로 조리가 간편한 식품이 인기가 있는 가운데, 아시아 누들에 대한 관심 증가로 라면 수요 증가
 - 특히, 아시아계 인구 증가로 라면을 비롯한 누들의 수요가 증가
 - * '11년 총 24만 8,724명의 이민자 중 58%가 아시아에서 유입
- 캐나다의 파스타(라면류 포함) 수입은 '13년 기준 약 2억 달러 수준으로, 對미국 수입이 전체 수입의 69%('13년 기준), 對중국 수입은 14%를 차지
 - 對한국 수입은 5%에 불과하나 수입규모가 '13년 들어 큰 폭으로 증가

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	‘11		‘12		‘13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
총 수입액		187,988	9.5	192,729	2.5	182,102	-5.5
1	미국	133,827	7.6	138,471	3.5	124,898	-9.8
2	중국	23,978	15.3	24,617	2.7	25,576	3.9
3	한국	8,297	24.9	8,382	1.0	9,154	9.2
4	태국	6,619	9.3	6,204	-6.3	6,593	6.3
5	홍콩	3,596	23.9	3,612	0.4	3,431	-5.0

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Seoul Trading Corp.	특기사항	서부캐나다 주요 한국 식품 수입업체
매출규모('13)	C\$ 3,000만	품목	한국식품
담당자	Daniel Yang	직책	구매담당자
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 최근 원화 강세로 수입가격이 10% 상승하여 미국산, 중국산 대비 가격경쟁력이 하락한 상황 ▪ 4%의 관세 철폐가 가격경쟁력 회복에 도움을 줄 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 캐나다 라면 수요는 조리방법에 따라 봉지라면(60%)과 컵라면(40%)으로 나뉘는데, 아시아계 소비자는 봉지라면을 선호하며, 현지 백인은 컵라면을 선호 ▪ 또한, 현지 백인은 쇠고기, 닭고기, 새우 맛을 선호하며, 아시아계는 쇠고기, 해물 맛을 선호하는데, 이러한 차이를 반영하여 현지 시장을 타겟으로 한 제품 개발 필요 *일본은, 스프 맛을 현지인 기호에 맞게 개발하여 판매 중 ▪ 한편, 최근 늘고 있는 저칼로리, 저염분의 제품을 찾는 소비자 의견을 반영하여 제품 개발 필요		

기업명	T-Brother Food & Trading Co.	특기사항	서부 캐나다 주요 한식품 수입 도매 업체
매출규모('13)	C\$ 2,000만	품목	식품류
담당자	Jennifer Lee	직책	구매담당자
한해 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 시장 점유율 2위인 중국제품과의 가격차이가 크지 않은 상황에서 4% 관세 인하 시 가격경쟁력에서 우위를 점할 수 있을 전망 ▪ 닭고기, 돼지고기 등의 육류 수입규제도 해제되면, 보다 다양한 품목의 시장진출이 가능해질 것으로 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 최근 유기농, 저염분, 글루텐 무첨가 제품 수요가 크게 증가 ▪ 현지 유통업체는 기존의 인기 라면 외에 보다 다양한 모델의 수입 가능성을 검토 중 ▪ 한편, 북미에서는 코셔 인증 제품이 높은 품질의 안전하고 건강한 식품이라고 인식하는 까닭에, 강제 인증은 아니지만 북미와 유럽에 수출하고자 하는 다수의 기업이 인증을 신청		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 아시아계 식품을 수입하는 중소 유통업체를 공략하여 제품을 공급하는 방안이 효율적이며, 현지 식품전 및 시식행사 등에 참여 소비자 피드백을 적극 반영한 후 시장을 점차 확대해나갈 필요
 - 현지인 취향(글루텐 무첨가, 저염분, 순하고 담백한 맛 선호)을 고려한 제품 개발 시급
- 제품 수출 시 캐나다 규정에 따른 원료 및 라벨링 표기, 현지시장에 맞는 제품명과 제품 포장에 유의
 - 캐나다는 제품 포장 및 알레르기 유발물질, 영양 분석표 표기 등에 까다로운 기준을 적용하고 있어, 캐나다 보건부와 식품검역청이 규정하는 법규를 우선적으로 숙지
 - 또한, 현지인이 쉽게 이해할 수 있는 조리법 명기는 필수사항

품목명(13)	소스류	HS Code (6단위 이상)	2103.90
現수입관세율	5.0~8.0% (8.0~11.0%)*	MCA	2.47
유망사유	▪ 중국 등 아시아계 이민자들을 중심으로 BBQ 소스 등 한국산 소스에 대한 수요 증가 ▪ 관세 철폐로 가격 경쟁력 제고		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 5.0~8.0% → 8.0~11.0%로 인상 예정

□ 수입동향

- '13년 캐나다 소스류 수입은 전년대비 20% 성장한 3.8억 달러를 기록
- 미국산은 전체 수입의 80%를 차지하며 시장을 주도
- 한국산 수입은 '13년 기준 300만 달러에 불과하나 최근 몇 년간 급성장세

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	'11		'12		'13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
	총 수입액	279,011	6.6	320,241	14.8	384,584	20.1
1	미국	223,047	5.7	255,452	14.5	308,655	20.8
2	영국	6,963	6.2	9,205	32.2	12,687	37.8
3	태국	8,749	7.9	9,852	12.6	11,322	14.9
4	중국	6,883	-1.3	7,726	12.3	7,691	-0.4
5	이탈리아	3,438	16.0	3,948	14.8	5,934	50.3
8	한국	2,438	21.7	2,842	16.6	3,092	8.8

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Olympic Distributors	특기사항	캐나다 아시아 식료품 수입 도매업체
매출규모('13)	C\$ 1,000만	품목	식료품
담당자	Mr. Jonny Lai	직책	구매 담당자
한-캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 다수의 아시아산 소스류 제품이 현지 시장에 진출하고 있으며, 한국산 소스에 대한 관심이 높아지는 추세 - 한-캐 FTA 발효로 한국산 제품의 수출이 늘어날 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 고추장, 쌈장 외에 현지인의 입맛에 맞는 제품개발 필요 - 일본 기업은 사브사브 소스 등 다양한 소스를 개발하여 판매 중이며, 우리나라 기업도 바베큐 소스를 시판 - 소스류는 시식 후 시장성 평가가 가능한 품목으로 제품 검토 시 샘플 제공은 필수 - 구매 결정에는 영문, 프랑스어 포장(퀘벡 주 등) 등 가격 이외의 기본적인 조건 충족도 중요		

기업명	Central Boeki Canada Ltd.	특기사항	수입식료품 전문 유통업체
매출규모('13)	C\$ 400만	품목	식료품
담당자	Angela Chee	직책	구매담당자
한-캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	- 동사는 정기적으로 방한하여 제품을 소싱하는 업체로, 지난 몇 년간 한국산 소스류(고추장 및 바베큐 소스 등) 수입에 큰 관심 - 이미 진출한 중국 및 아시아산 소스류 제품 시장과 비교하여 규모가 작은 한국산 소스 수입은 FTA 발효 이후 늘어날 전망 - 현재 한국산 소스류 소매가는 C\$ 3.99로 9.5%의 관세 철폐 시 소비자 가격 인하로 판매량 증가 * 판매가격 구조는 CIF(도착항까지의 인도가격)가격+관세유통마진(15~30%)+마켓 마진(30~40%)		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 현지 소비자는 천연재료 무첨가제·무보존료(안식향산나트륨 등) 제품을 선호 - 현지 고연령대 소비자들은 설탕과 염분에 민감하여 다양한 저염분, 저당 제품이 유통 - 현지 소비자의 관심을 끌 수 있고 현지 문화에 맞는 포장 방식, 디자인, 중량 등도 중요한 구매결정 요인		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 아시안 소스에 대한 관심 및 수요가 증가하면서 아시아계 시장뿐만 아니라 현지 주류 시장으로 판매 영역을 확대할 수 있을 것으로 기대
- 현지시장 진출을 위해서는 영문 및 프랑스어 표기와 식품검역청(CFIA)에서 요구하는 사항에 맞는 포장을 준비해야 하는데, 캐나다 식품검역청(CFIA) 규격에 맞는 수출 포장의 가장 중요
- 경쟁 수입제품과 차별화된 포장박스 및 디자인 등을 사용해 상품을 고급화하는 전략이 효과적인데, 대형 유통망업체에 각각 다른 포장 디자인 및 규격을 제안할 경우 유통업체 간 가격경쟁 방지 가능
 - 한국산 소스는 주로 유리병에 보관되고 있으나, 소비자가 사용하기 편리한 포장(눌러 짜는 형식의 용기 등)등을 사용하는 것도 검토 가능
 - 소용량 포장으로 다양한 상품 구매를 유도하고, 라벨링에 단순 재료 설명만이 아니라 조리가능 요리 및 조리법을 설명한다면 인지도를 높일 수 있을 것으로 전망
- 최근 한국계 슈퍼마켓에서 PL(Private Labeling)로 판매되는 소스류가 점차 증가하는 추세로, 자체 브랜드가 취약한 중소기업의 경우, PL을 통한 현지 시장 진출을 적극 고려할 필요

기타

품목명(14)	알루미늄 자재	HS Code (6단위 이상)	7610.10
現수입관세율	5.0% (6.5%)*	MCA	12.60
유망사유	- 캐나다 주택 건설시장이 꾸준한 성장세를 나타냄에 따라, 건축자재/장비 시장도 동반 성장 '13년 캐나다 건축자재 및 장비 시장규모는 C\$ 320억으로 지난 5년간 연평균 2.8%의 성장을 시현		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 5.0% → 6.5%로 인상 예정

□ 수입동향

- '13년 기준 캐나다 알루미늄 자재 수입은 전년대비 28% 증가한 1.2억 달러를 기록
 - 미국(65%)과 중국산(27%)이 전체 수입의 92%를 차지하며 시장을 주도
 - 한국산 수입액은 '13년 기준 330만 달러에 불과하나 '12년부터 폭발적인 증가세를 시현

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	'11		'12		'13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
	총 수입액	72,425	4.0	90,523	25.0	115,450	27.5
1	미국	54,810	16.2	63,669	16.2	75,625	18.8
2	중국	13,487	-19.8	18,864	39.9	31,212	65.5
3	한국	426	-69.4	1,891	343.6	3,267	72.8
4	독일	1,380	21.8	666	-51.7	685	2.9
5	멕시코	456	29.8	451	-0.9	657	45.6

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Shodor Industries Ltd.	특기사항	BC주 주요 제조·유통업체로 서부 캐나다에 5개 매장 보유
매출규모('13)	C\$ 100만	품목	문틀 및 부품
담당자	Mr. Richard Waterman	직책	Sales Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 동사는 주로 미국산을 수입하고 있는데, 한국산은 그 동안 현지 시장에서 요구하는 인증이 없어 수입이 저조 - FTA 발효로 관세가 인하되고 관련 인증이 구비되면 한국산 수입이 늘 것으로 기대 ▪ 환경 친화적인 사회 트렌드 맞는 재활용 가능 알루미늄 제품이 각광		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 과거에는 저렴한 제품을 선호했으나, 최근에는 품질을 더 중요시하는 추세 - 알루미늄틀은 짧은 시간에 손쉽게 설치할 수 있어야 하며 부식되지 않아야 함. ▪ 원료 구성(material contents), 치수(dimensions)에 대한 정보 제공 필수 ▪ 알루미늄틀이 주로 쓰이는 분야는 지붕 및 홈통(duct), 차양(블라인더), 욕실샤워문 등으로, 동사는 현재 샤워 부스틀에 대한 수요가 높은 편 ▪ 한편, 캐나다 다수의 건축자재 바이어가 30일 결제기간을 두고 있으며, 리드타임(lead time)은 평균 14주 정도		

기업명	Helton Industries Ltd.	특기사항	서부 캐나다 주요 도매·시공업체
매출규모('13)	C\$ 2,500만	품목	문틀, 창문틀, 차고문틀
담당자	Mr. John Oneal	직책	Supply Chain Manager
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 지난 몇 년간 저가 중국산 제품을 취급하는 업체가 크게 증가 ▪ 동사는 현재 브랜드 인지도가 높은 미국산과 가격이 저렴한 중국산을 수입하고 있으나, 한-캐나다 FTA 발효로 5% 관세가 철폐되면 한국산 수입이 확대될 것으로 예상 ▪ 가장 수요가 높은 품목은 차고(garage) 틀 		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 제품 검토 시 CSA인증 보유 여부, ASTM기준 준수여부가 주요 고려대상 ▪ 북미지역에 납품한 경험이 있는 업체의 경우 관련 내역, 히스토리(history)를 함께 전달하면 효과적 ▪ 구매 결정 시 가격 외에도 운송비, 생산납기일(lead times) 준수여부도 중요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 실내문, 차고문 등을 제조 및 유통하는 업체와의 협력을 통한 진출이 적합
 - 현지 제조 유통업체가 온사이트(on-site) 엔지니어링과 시공 서비스를 제공하고 있으며, 이들이 구매 브랜드를 결정
- 바이어들이 캐나다 CSA 인증을 요구하는 경우가 많은 점에 유의
 - 참고로 인터텍(Intertek)을 통한 인증획득도 인정
- 유통업체는 전시회 방문을 통해 공급업체를 발굴하는 경우가 많은 편
 - * 캐나다 주요 건축자재 전시회 : Win-Door Show (www.windowdoorshow.com)

품목명(15)	화장품	HS Code (6단위 이상)	330499
現수입관세율	0~3% (6.5%)*	MCA	0.72
유망사유	- 캐나다의 화장품 시장은 연간 55억 달러 이상의 매출을 보이며, 향후 3년간 2~4%의 성장세를 보일 것으로 예상됨. - 캐나다 화장품시장은 대부분 수입에 의존하고 있으며, 특히 중국계 이민자 증가와 함께 아시아 제품이 인지도를 높여가고 있음.		

* 일반특혜관세(GPT) 종료로 '14년 7월 이후 한국산 적용 관세율은 0.0~3.0% → 6.5%로 인상 예정

□ 수입동향

- 캐나다 화장품 수입 규모는 꾸준히 증가하고 있으며, '13년 기준 수입은 8억 달러를 기록
 - 미국이 65%, 프랑스가 15%로 수입 시장을 주도
 - * 미국과 유럽산 유명 브랜드(Proctor & Gamble, L'Oreal, Estee Lauder, Avon 등)가 캐나다 시장의 약 80%를 차지
 - 한국산 수입은 미미한 수준이나 '13년 들어 수입이 두 배 가까이 증가하는 등 호조세 시현

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: 천 달러, %)

순위	국가	'11		'12		'13	
		수입액	증감률	수입액	증감률	수입액	증감률
	총 수입액	670,790	5.5	695,924	3.8	768,100	10.4
1	미국	412,599	3.7	446,127	8.1	497,764	11.6
2	프랑스	112,592	3.0	110,412	-1.9	116,707	5.7
3	영국	26,652	20.3	20,820	-21.9	21,207	1.9
4	중국	16,516	-4.2	17,202	4.2	15,342	-10.8
5	이탈리아	19,810	-8.2	17,560	-11.4	13,276	-24.4
14	한국	2,421	16.1	2,402	-0.8	4,867	102.7

자료원 : World Trade Atlas

□ 주요 바이어 반응

기업명	Kingdom Beauty Supplies	특기사항	서부 캐나다 가장 큰 규모 화장품 유통업체
매출규모('13)	C\$ 300만	품목	화장품, 스킨케어, 헤어케어 용품
담당자	Mr. Randy Chan	직책	사장
한캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 현재 한국산 미용기기(고데기 등)와 화장품(비비크림, 기초화장품, 마스크팩, 네일케어 용품 등)을 수입 ▪ 한국산 화장품은 아시아계 이민시장을 위주로 판매 - 현지 주류시장에서 판매중인 대표 한국 브랜드로 아모레가 있으며, 최근 몇 년간 높은 판매 성장률을 기록 ▪ 한국산은 품질이나 포장 등에서 시장성이 높으나, 그동안 보건부 승인 및 라벨링이 미비한 경우가 많아 수입이 저조 - FTA 발효로 관세가 인하되고 관련 라벨링 등 요건을 갖춘다면, 수입 규모가 확대될 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 글로벌 기업들이 제조하는 제품과 차별화될 수 있는 천연 화장품이나 고기능성 화장품 등 틈새시장을 공략할 필요 ▪ 캐나다 보건부 승인과 영문/프랑스어 패키지는 필수 - 캐나다 보건부의 화장품 수입 승인 없이는 현지 유통이 불가능한 바, 화장품 유통신고양식(Notification form)을 반드시 작성할 필요 - 제품 패키징에 영문 및 프랑스어로 된 성분분석표와 사용설명서 필요 ▪ 캐나다 중견규모이상의 유통업체는 미국으로의 재수출까지 고려하여, 캐나다 보건부 승인뿐 아니라 미국 FDA 승인을 받은 품목을 선호		

기업명	Breizh Salon Services Ltd.	특기사항	밴쿠버 주요 화장품 및 스파기기 유통업체
매출규모('13)	C\$ 150만	품목	화장품, 스파기기, 바디케어 용품
담당자	Ms. Corinne Riou	직책	부사장
한-캐 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향	▪ 무관세 수입으로 미국산을 선호했으나, 한-캐 FTA 발효시 한국산 수입이 늘어날 것으로 기대 ▪ 또한, 현재 중국산을 수입해 온 바이어가 고품질의 대체상품을 모색 중이나 마땅한 공급선을 찾지 못하고 있어, 한-캐 FTA 발효로 한국산 제품으로의 수입선 전환도 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	▪ 신규 화장품은 미용잡지 등을 통한 홍보가 필수 ▪ 바이어 중 상당 수가 미용 전문 전시회를 방문하여 직접 제품을 테스트해보고 관련 제품을 소싱하기 때문에, 전시회 참가는 한국 기업에게 네트워킹 확보와 현지 미용시장 진출에 발판을 마련하는 좋은 기회 ▪ 한편, 소비자 반응에 따라 언제든지 추가 주문이 가능하도록 하는 것이 중요 - 물류창고 또는 에이전트를 두어 안정적인 현지 공급 시스템을 갖춰 두는 것이 필요		

□ 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한국산 화장품은 현지 한국교민과 중국계 이민자를 중심으로 인지도가 높아지고는 있지만, 현지인에게는 유명 브랜드 제품에 비해 인지도가 매우 낮아, 고가보다는 중저가 틈새시장을 공략하는 것이 초기 시장 진출에 유리
- 캐나다 수입업체 중 상당수가 미국에서 개최되는 화장품관련 전시회에 자주 참관해 공급업체를 발굴하고 있어 적극적인 행사 참여 필요

* 관련 전시회 : The Allied Beauty Association ABA, Esthétique SPA International, COSMOPROF North America, America's Beauty Show, Beauty Expo USA

○ 캐나다의 화장품 관련 규정 준수

- The Food and Drug Act(화장품 분류와 라벨링 관리)와 The Consumer Packaging and Labeling Act(화장품 패키징 필수표기요소 관리)가 관장
- 라벨링은 하단의 사이트 참고 요망
http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/alt_formats/hecs-sesc/pdf/pubs/indust/cosmetics-cosmetiques/labelling-etiquetage-eng.pdf
- Cosmetic Notification Form(CNF) : 캐나다에서 화장품 최초 판매 후 10일 이내 캐나다 보건부 산하 Product Safety Bureau(PSB)에 CNF가 신고 되어야 하며 수입품의 경우는 수입 이전에 제출 필요
 - * 보고 내용 : 회사주소, 연락처, 화장품 기능, 화장품 타입(젤, 액체, 고체 등), 화장품 원료, 원료 구성 등
- 화장품 원료 안전 규정 : 캐나다 보건부에서는 화장품 사용되는 원료를 관리, 규제함. 금지된 재료리스트는 Cosmetic Ingredient Hotlist (www.healthcanada.gc.ca/hotlist)에서 확인 가능
- Good Manufacturing Practices(GMP) : 캐나다 보건부는 GMP 기준 관련, ISO Standard 22716: Cosmetics 규정을 만족하도록 규정



작성자

◆ 토론토무역관	김광일 차장
◆ 밴쿠버무역관	김종상 차장
◆ 선진시장팀	김현범 대리



Global Market Report 14-007

한-캐나다 FTA 15大 수출유망품목

발행인 | 오영호
발행처 | KOTRA
발행일 | 2014년 3월 18일
주 소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(우 137-749)
전화 | 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.