Global Business Report 07-042 | 2007. 11. 19

개성공단 제품의 해외 판로 : 개도국시장의 의의와 진출 방안

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

CONTENTS

목 차

요 약 / 1

Ⅰ. 개성공단 제품의 개도국시장 진출 필요성 / 3

3 1. 개성공단 제품의 해외 진출 실태
4 2. 개성공단 제품의 수출부진 원인
11 3. 개성공단 제품의 개도국시장 개척 의의

Ⅱ. 개성공단 제품의 개도국시장 진출 가능성 / 13

13 1. 중국
24 2. 러시아
39 3. 남아공
53 4. 멕시코
63 5. 사우디아라비아
70 6. 인도네시아

Ⅲ. 시사점 / 77

77 1. 개성공단 입주업체에 대한 시사점
79 2. 정부 및 KOTRA 지원방안

요 약

최근 남북정상회담을 계기로 개성공단에 대한 국민적 관심이 그 어느 때보다 높아지고 있다. 현재 개성공단은 1단계 조성사업의 분양이 성황리에 마감됨에 따라 약 200여 기업이 공장건축 또는 입주를 준비하는 등 공단으로서의 면모를 점차 갖추어 나가고 있다. 이에 따라, 2010년까지 개성공단 입주업체도 250여개 업체로 늘어나면서 안정화 단계로 접어들 전망이다. 하지만 향후 급격히 증가할 개성공단 제품을 소비해줄 해외시장 확보 또한 시급한 과제로 부상하고 있다.

현재 개성공단 제품의 해외시장 개척에는 한 가지 난제가 존재하고 있다. 그것은 북한에 대한 경제제재로 인해 세계 최대시장인 미국, 일본, EU 시장에 대한 북한산 제품의 진출이 사실상 불가능하다는 점이다. 미국은 한-미 FTA 타결에도 불구하고 개성공단제품을 한국산으로 인정하지 않고 있으며, 일본은 협정세율보다 2배가량 높은 국정세율을 적용하고 있는 중이다. 그나마 북한산에 대한 차별이 적은 EU도 개성공단의 주력제품인 섬유품목에 대한 쿼터를 운영하고 있어 그마저도 진출이 어려운 실정이다. 개성공단 제품의 개도국 시장 개척의 의의가 바로 여기에 있다.

현재 대부분의 개도국 시장은 북한산에 대해 무역제재 조치를 취하고 있지 않으며, 한국산과의 관세차별이 없다. 또한, 최근 세계경제의 호전과 더불어 개도국의 시장규모가 급격히 커지고 있을 뿐만 아니라, 이들 개도국은 의류·신발·가방 등의 주요 생산국으로 관련 원부자재 및 부분품의 지속적인 수입수요가 발생할 것으로 개성공단 제품을 소비해 줄 소비시장으로서의 역할도 충분할 것으로 전망되기 때문이다.

실제로 본 조사에 따르면 중국, 러시아, 남아공, 멕시코, 사우디는 북한산에 대한 차별 없이 남북한 모두 동일세율을 적용하고 있으며, 인도네시아는 HS 6단위 기준으로 100개 품목에 대해 한국산으로 인정을 해주고 있다. 또한, 바이어들에 대한 인터뷰 조사에 따르면 개성공단에 대해 인지하고 있지는 않으나, 품질과 가격경쟁력만 갖추었다면 적극적으로 수입할 의향이 있는 것으로 조사되었다.

이러한 개도국 시장에 대한 수출 확대 가능성은 우리에게 3가지 과제를 던지고 있다. 먼저, 해외바이어들의 개성공단과 개성공단 제품에 대한 인식제고를 위한 대대적인 해외홍보활동 강화이다. 기업들은 해외 유력전시회에 적극 참가를 하여야 하며, 정부차원에서는 개성공단 설명회 개최, 전시회 참가 지원 등 지원활동을 강화해야 할 것이다. 둘째, 기업들은 가격이 아닌 품질로 경쟁한다는 인식을 가져야 할 것이다. 현재 대부분의 개도국 시장은 중국산이 시장을 주도하고 있는 저가품 위주의 시장으로 이들 시장에서의 가격경쟁은 무의미하기 때문이다. 마지막으로 정부는 원산지 문제 해결에 총력을 기울여야 할 것이다. 이는 이들 개도국들이 북한산에 대해 차별을 두고 있지는 않지만, 북한산에 대한 이미지는 저가제품으로 인식하고 있는 상황으로 이미지 극복을 위해 한국산으로의 수출이 필요하기 때문이다.

Ⅰ. 개성공단 제품의 개도국시장 진출 필요성

1. 개성공단 제품의 해외 수출 실태

□ 늘어나지 않는 수출비중

○ '04년 6월 15개 업체에 대한 시범단지 분양 이래, 입주업체의 점진적인 증가[1]와 더불어 개성공단 제품의 한국으로 반입량도 증가

- 현재 가동 중인 26개 업체에서 생산된 제품의 '05년1월에서 '07년7월까지 한국으로 반입된 누적액은 1.73억 달러

○ 하지만 한국으로 반입된 물량 중 해외로 수출된 금액은 24.1%에 해당하는 0.41억 달러에 불과한 실정으로 개성공단에서 반입된 물량은 대부분 국내에서 소비

〈개성공단 제품의 반입 및 수출 현황〉

(단위 : 천 달러 / %)

구 분	'05 누계			'06 누계			누계('05.1~'07.7)		
	반입	수출	비중	반입	수출	비중	반입	수출	비중
섬유	6,240	-	-	26,647	-	-	74,058	-	-
화학	1,651	538	32.5	9,106	4,974	54.6	19,928	11,151	55.9
금속・기계	4,977	328	6.5	20,122	12,855	63.8	44,934	25,452	56.6
전기・전자	999	-	-	14,211	1,996	14.0	34,090	5,099	14.9
합계	13,867	866	6.2	70,086	19,825	28.2	173,010	41,702	24.1

자료 : 개성공업지구 관리위원회 통계자료 재정리

□ 전략적으로 유치한 섬유업종의 수출은 전무

○ 시범단지와 본단지 1차분양 과정에서 전략물자 및 원산지문제가 적은 섬유·봉제·의류, 가죽·가방·신발 관련 업종에 집중 분양했음에도 불구 섬유업종의 수출은 전무한 상황

- 반면, 입주업체 중 섬유관련 업체는 섬유·봉제·의류 10개사, 가죽·가방·신발 3개사가 가동 중으로 전체 가동업체의 50%에 달함

- 또한, 개성공단 제품의 전체 반입액 중 섬유류의 반입액은 0.75억 달러로 42.8%를 차지

1) '07년 7월 현재 개성공단 내 가동 중인 업체는 6개 업종 26개 업체로 섬유 13개, 화학 2개, 금속 2개, 기계 4개, 전기·전자 4개 업체임

○ 현재 개성공단 제품의 해외수출은 화학, 금속·기계, 전기·전자 업종에서 부분적으로 실현되고 있는 상황[2)]

- 업종별로 화학이 55.9%, 금속·기계가 56.6%, 전기·전자가 14.9%의 수출비중을 보임

□ 지역별로 편중된 수출구조

○ 한국의 주요 수출 대상국인 미국과 일본에 대한 수출은 거의 이루어지지 않는 실정

- 일본에 대한 수출은 일본 하타사와 합작으로 진출한 태성하타에서 부분적으로 실현

○ 유럽지역에 대한 수출은 쿼터제약이 있는 섬유제품이 아닌 화학 및 기계·금속 품목

〈개성공단 제품의 국가별 수출 현황〉

(단위 : 천 달러 / %)

구 분	중국	일본	호주	중동	러시아	유럽	기타	합계
'05년	538	-	146	-	-	-	182	866
'06년	3,905	418	2,311	4,420	3,835	4,511	425	19,825
'07. 1~7월	4,396	392	3,307	2,381	3,175	5,457	1,903	21,011
총액	8,839	810	5,764	6,801	7,010	9,968	2,510	41,702
비중	21.2	1.9	13.8	16.3	16.8	23.9	6.0	100.0

자료 : 개성공업지구 관리위원회 통계자료 재정리

2. 개성공단 제품의 수출부진 원인

가. 주요국과의 풀리지 않는 원산지문제가 主因

□ 미국은 한-미 FTA 타결에도 불구 한국산으로 인정하지 않고 있는 상황

○ 개성공단과 관련된 미국과의 FTA 합의는 결론을 짓지 못하고 built-in 방식[3)]으로 논의하기로 함

- 협정 발효후 1년 시점에 구성, 운영될 "한반도 역외가공지역위원회"에서 일정기준 충족 여부를 검토한 후 역외가공지역(Outward Processing Zone : OPZ)을 지정할 수 있다는 별도 부속서 만을 채택

2) 26개 개성공단 입주업체 중 해외 수출을 하고 있는 업체는 지에스(중국), 태성하타(일본, 유럽), 로만손(러시아, 중동, 유럽), 부천공업(로컬→유럽), 용인이엔티(로컬→동남아), 개성대화(호주), 케이엠에프(유럽) 등 7개 업체에 불과

3) 우루과이 라운드 다자협상시부터 사용된 국제통상분야 용어로 각국간 이해차이로 수년 내 다시 협의하자는 Agend만을 정해놓은 협상방식

개성공단 제품이 한국산으로 인정받은 사례

○ 한국이 체결한 4개의 FTA중 한-칠레를 제외한 3개의 FTA에서 개성공단 생산제품에 대한 특혜관세 부여를 인정받음

- 한-싱FTA('06.3월 발효) : 부속서(4B)에서 개성공단 생산 제품이 한국 영토를 거쳐 싱가포르에 수출되는 HS 6단위 4,625개 품목을 한국산으로 인정
- 한-EFTA('06.9월 발효) : 역외가공(OP)방식, HS 6단위 267개 품목
  * EFTA : 스위스, 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐스타인
- 한-ASEAN(비준 준비중) : 역외가공(OP)방식, HS 6단위 100개 품목
  * ASEAN : 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 타이, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아

○ 미국은 관련법규[4]에 따라 개성공단 제품을 아직은 한국산이 아닌 북한산으로 인정

- 북한산 제품이 제3국에서 단순 마무리공정(Grading, Testing, Checking, Shredding, Peeling등 33종 유형, 법규 참조)을 거치는 경우 원산지를 북한으로 간주
- 제3국 생산품도 북한산 자수, 바느질 제품, 레이스, 기타 이와 유사한 장식품이 첨가될 경우 원산지를 북한으로 간주

수입 물품이 복수 국가에서 조립되거나 생산되는 경우 미국의 원산지 기준

○ "Substantial Transformation" : 실질적 변형을 기준으로 함

○ 실질적 변형은 제조 과정을 통해 이전의 모양, 이름, 사용 방법 등에 변화를 가져오는 경우

○ 미 세관은 일괄적인 기준보다는 개별적인 고려를 통해 실질적 변형 유무를 판단

□ 일본도 북한산으로 인정

○ 원산지문제 대한 한-일간 별도의 논의가 없는 상황에서 개성공단 제품은 북한산으로 인정받을 밖에 없는 상황

4) 관련 법규: 31 CFR 500.204 Importation of and dealings in certain merchandise.

○ 일본의 원산지 판정기준은 완전생산기준(wholly produced criteria)[5]과 실질적 변형기준(substantial transformation criteria)[6]에 의해 원산지를 판단

- 실질적 변형기준으로는 세번(稅番)변경기준[7]을 기본으로 하고 있으나, 세번(稅番) 변경이 이루어지지 않은 경우 주요공정기준[8]을 적용

□ EU와의 FTA 협상이 진행 중이나 한국산으로 인정받기는 어려울 전망

○ 금년 5월7일 한-EU간 제1차 FTA 협상이 시작된 이래 3차에 걸친 협상이 진행 되고 있지만 개성공단의 원산지 문제에 대해서 EU는 난색을 표하고 있는 상황

○ EU의 비특혜 원산지 규정[9]에 따르면 일반상품의 경우 최종 실질적변형이 이루어진 국가를 원산지로 간주하고 있는데, HS 6단위 변경이 이루어진 것을 기준

○ 섬유류에 대한 비특혜 원산지 기준은 가공도 원칙으로 수입원재료와 완제품의 HS 4단위 변경이 이루어진 것을 기준

HS 4단위 변경된다 하더라도 원산기 기준에 불충분한 공정으로 간주되는 경우

○ 운송 및 저장기간 동안 좋은 여건에서 제품을 보존하기 위한 공정

○ 먼지 제거, 조리질(sifting), screening, sorting, 분류, matching(제품 세트 구성을 포함), 세탁, 커팅 공정을 포함한 단순 공정

○ 포장 및 breaking-up 변화, assembly of consignment

○ 포장, 케이스, 상자에 단순히 넣는 것을 포함한 단순 포장공정

○ 마크, 라벨 및 다른 유사한 구별 사인을 제품이나 포장에 부착하는 공정

○ 완제품을 만들기 위해 부품을 단순히 조립하는 것

○ 상기 공정을 조합하는 것

5) 한 제품의 생산과정이 1국에서만 일어난 경우
6) 해당 제품의 생산이 2개국 이상에 걸친 경우 실질적인 변형을 가져오고 새로운 특성을 부여하는 작업을 최후로 행한 국각를 원산지로 판정
7) HS 4단위를 기준하여 원료와 완제품의 세번(HS Code)을 비교하여 세번(稅番)이 변하는 경우, 실질적 변형으로 인정
8) 부가가치기준 적용품목에서 35% 이상의 부가가치를 부여한 국가가 없거나, 2개국 이상일 때 "주요부품"을 생산한 국가 또는 "주요공정"이 이루어진 국가를 원산지로 결정
9) EU의 원산지 규정은 특혜 원산지 규정과 비특혜 원산지규정으로 구분되는 데, 특혜원산지규정은 특혜무역에 대한 원산기 기준으로 일반무역특혜제도(GSP), Occupied Territories(가자지구, River Jordan 지역에 적용), 보스니아헤르체고비나.크로아티아.구유고연방국가에 대한 원산지기준임

나. 주요국의 경제제재에 따른 수출 제약

□ 북한에 대한 경제제재로 북한산 제품의 對美 수출은 사실상 불가능

○ 미국은 WTO 회원국에게는 정상교역국 (NTR: Normal Trade Relation)에는 관세율표의 Column 1 세율을 적용하지만, 경제 제재 대상국 및 비정상 교역국에는 Column 2 관세율 적용[10)]

- 북한은 쿠바, 라오스와 함께 Column 2의 세율을 적용 받고 있어, 사실상 북한산 제품의 對美 수출은 불가능

○ 또한, 북한에서 미국으로 수출되는 모든 물품은 재무부(Department of Treasury)의 해외자산관리실(Office of Foreign Assets Control, OFAC)의 관리를 받고 있음[11)]

〈주요 품목별 Column 1 / Column 2 관세율 비교〉

업종	HTS 코드	품목	관세율	
			Column 1	Column 2
의류 및 섬유류	420310	혁제 의류	4.7/6*	35
	610620	인조섬유제 여자용 블라우스 셔츠	14.9/32	54.5/72
	610910	면제 T 셔츠	16.5	90
	610990	방직용섬유제 T셔츠, 싱글니트 등	2.6~32**	55.5/90
	611030	인조섬유제 저지, 풀오버, 가디건 등	6~32	35~90
	611592	면제 스타킹, 양말	0~13.5	40/51/90
	620193	인조섬유제 남자용 아노락, 스키자켓	4.4~27.7	58.5~90
	621510	넥타이	7.2	65
	620530	인조섬유제 남자용 셔츠	12.2~25.9	45~76
	650590	기타 모자	1.1~7.1	35~65
신발	640299	기타 신발	3~48	35~84
	640399	기타 신발	5~10	20
	640411	스포츠화	10.5~48	35~84
	640699	신발 부분품	0 / 5.3 / 14.9	15~80
가방	420212	트렁크, 슈트케이스	5.7~20	40 / 65
	420222	핸드백	5.7~17.6	40~90
신변 장신구	711319	귀금속제 신변장식용품	5~7	80
	711719	비금속제 모조신변장식용품	0~11	45 / 80 / 110
자동차 부품	870899	자동차 부품	0~2.5	0~25
	870829	자동차 차체 부품	2.5	25

10) Column 1과 Column 2는 품목에 따라 관세율 차이가 매우 크고, 심한 경우 수십 배에 달하기도 함

11) 무기수출통제법 73조 및 74조를 근거로 연방 규정 (Federal Regulation) 31 CFR Part 500은 북한에서 직접, 또는 제3국을 경유하여 간접적으로 미국으로 들어오는 물품은 OFAC의 허가가 없는 한 미국으로 반입할 수 없도록 규정

전기 및 전자 제품	850490	변압기	0~3	35
	850910	진공청소기	0	35
	851650	마이크로웨이브 오븐	2	35
	852190	영상기록, 재생용 기기	0	35
	852313	마그네틱 테이프	0	80
	852731	라디오 수신기	0~4.9	35
	852812	컬러 TV	0~5	25 / 35
	854011	TV용 음극선관	7.5 / 15	60
	854121	트랜지스터	0	35

자료 : US International Trade Commission, Harmonized Tariff Schedule of the United States (2005), 통일부, KOTRA "개성공단 생산 제품 수출관련 주요국 무역제도"(2005)에서 재인용
주 : * : 4.7 / 6은 HTS 6단위 이하 세부품목의 관세가 4.7% 또는 6% 임을 의미
** : 4~32는 HTS 6 단위 이하 세부품목 관세가 4~32% 사이에 다수 존재함을 의미

□ 차별적 관세율을 운영하는 일본 시장에 대한 수출도 사실상 불가능

○ 일본의 관세체계는 국정세율(Statutory), 협정세율(Conventional), 특혜세율(Preferential)로 구분하여 국가별로 세율을 차등 적용

- 북한은 동티모르, 안도라와 함께 국정세율을 적용 받음

○ 따라서 북한산은 후발개도국이 적용받는 특혜세율이나, 대부분 국가가 적용받는 협정세율보다 불리해, 북한산 원산지기준을 적용받는 개성공단제품의 수출은 사실상 어려움

〈일본시장에서의 관세율 비교표〉

업 종	HS코드	품 목	관세율 (%)		
			기 본	협 정	특 혜
의 류	420310	혁제 의류	40	16	-
	610620	인조섬유제 여자용 블라우스, 셔츠	14/16.8	7.4/10.9	0
	610910	면제T셔츠, 싱글리트 등	11.2/16.8	7.4/10.9	0
	910990	방직용섬유제 T셔츠, 싱글리트등	11.2/16.8	7.4/10.9	0
	611030	인조섬유제 저지, 풀오버, 가디건등	14/16.8	9.1/10.9	0
	611592	면제 스타킹, 양말	9	7.4	0
	620193	인조섬유제 남자용아노락, 스키자켓	11.2~16	9.1~16	0
	621510	넥타이	13.4	9.2	0
	620530	인조섬유제 남자용 셔츠	9	7.4	0
	650590	기타 모자	9	5.8	0
신 발	640299	기타 신발	20	8~10	-
	640399	기타 신발	27/30	27/30	0
	640411	스포츠화	10	8	0
	640699	신발 부분품	4.2~25	3.4~25	-

가 방	420212	트렁크, 슈트케이스	5.8/10/20	4.6/8/16	12.8/0
	420222	핸드백	10/20	8/16	12.8/0
완 구	950390	기타 완구	3.4/4.6	2.8/3.9	0
	950341	stuffed toys	3.4/4.6	2.8/3.9	0
고무, 플라스틱 제품	401110	승용차용 공기타이어	0	0	-
	401120	버스, 화물차용 공기타이어	0	0	-
	392690	플라스틱제 제품	0~5.8	0~3.9	0.78/0
	392310	플라스틱제 상자,케이스	5.8	3.9	0
	391810	염화비닐제 바닥깔재, 벽피복재 등	4.6	3.1	0

자료 : KOTRA

□ 한국산과 북한산에 차별이 없는 EU에 대한 수출은 상대적으로 양호

○ EU의 관세체계는 협정세율(Conventional)과 특혜세율(Preferential)로 구분하여 국가별로 차등 적용

- 대부분의 아시아 개도국에 대해서는 특혜관세율을 적용하고 있으나, 미국이나 일본에 비해서는 차이가 크지 않음

- 북한에 대해서는 한국과 같은 일반 협정세율을 적용하고 있어, 對한국 및 對북한 관세율에 차이가 없음

○ 하지만 '05.1.1부터 섬유쿼터제가 폐지되었음에도 불구, EU는 WTO 비회원국인 북한에 대해서는 섬유쿼터제를 유지

- EU는 북한산 섬유제품에 대해 48개 카테고리에 대해서는 수입쿼터를 적용하고 있으며, 품목별로 수입업자당 수입상한선을 설정

○ 또한, 63개 카테고리의 북한산 섬유류는 정해진 절차에 따라 연간 수량한도가 설정되는 경우에 EU 지역으로 수입이 가능하다고 규정[12)]

- 그러나 63개 품목에 대해서 현재 연간 수량한도가 설정되지 않아 실질적으로 수입이 금지되는 효력을 발휘

〈수입쿼터 대상 품목 및 2005년 쿼터량〉

카테고리	품목명	단위	쿼터량
1	면사	톤	128
2	면직물	톤	150
3	합성편직물	톤	81
4	셔츠,폴로	천 piece	289

12) 관련규정 : Council Regulation No 517/94 Ariticle. KIEP, KOTRA, "개성공단 진출기업 생산제품의 해외수출 가능성 및 확대방안"에서 참고

5	저지, 풀오버	천 piece	188
6	남자용 편직바지	천 piece	218
7	여자용 셔츠, 블라우스	천 piece	97
8	남자용 셔츠(니트제외)	천 piece	302
9	테리타올	톤	71
12	스타킹, 타이즈	천 pair	1,308
13	남자용 내의	천 piece	1,509
14	남자용 오버코트, 우비	천 piece	154
15	여자용 편직 오버코트, 우비	천 piece	175
16	남자용 앙상블, 슈트(니트 제외)	천 piece	88
17	남자용 자켓	천 piece	61
18	남자용 조끼	톤	61
19	손수건	천 piece	411
20	베드린넨	톤	142
21	파카, 아노락, 방풍복	천 piece	3,416
24	남자용 나이트셔츠, 파자마	천 piece	263
26	여자용 드레스	천 piece	175
27	여자용 스커트	천 piece	288
28	바지	천 piece	286
29	여자용 앙상블, 슈트(니트 제외)	천 piece	120
31	브래지어	천 piece	293
36	편직물(artificial fibres제)	톤	95
37	편직물(artificial staples fibres)	톤	378
39	테이블린넨, 주방린넨	톤	51
59	카페트	톤	466
61	Narrow woven fabrics	톤	40
68	유아용 의류	톤	120
69	여자용 슬립, 패티코트	천 piece	184
70	스타킹(67 decitex 이하)	천 piece	270
73	편직, 크로텟직물제 트랙슈트	천 piece	149
74	여자용 니트제 슈트와 앙상블	천 piece	133
75	남자용 니트제 슈트와 앙상불	천 piece	39
76	남자용 작업복	톤	120
77	스키복	톤	14
78	Garments	톤	184
83	스키복, 오버코트	톤	54
87	장갑	톤	8
109	sunblindes 류	톤	11
117	ramie제 편직물	톤	51
118	ramie제 테이블린넨	톤	23
142	카페트(sisal제)	톤	10
151a	바닥깔개(coconut fibres)	톤	10
151b	카페트(황마)	톤	10
161	기존 Cat.에 포함되지 않는 Garments	톤	152

자료 : SIGL. 통일부, KOTRA, "개성공단 생산제품 수출관련 주요국의 무역제도"(2005)에서 재인용

3. 개성공단 제품의 개도국시장 개척 의의

가. 개성공단 활성화를 위한 선결조건

□ 해외 소비시장의 확보

○ 본 단지 2차분양이 완료되고, 2단계 개발이 본격화될 예정으로 향후 급격히 증가할 개성공단 생산물량의 소비시장 확보가 절실

- 80% 가까운 개성공단 제품이 국내에서 소비되는 상황에서 내수경기의 불안정과 수요 감소 등의 위험에 대비한 대책 마련이 필요

○ 남한으로의 반입물량이 급증할 경우 국제사회가 남북간의 무관세 거래에 대한 문제 제기 가능성을 배제하지 못하는 상황에서 이에 대비한 해외시장 개척이 필요

- 그동안 남북한은 1991년 『남북기본합의서』 및 부속합의서에 근거 남북교역을 민족내부거래로 규정함으로써 남북간 교역물품에 대해 무관세를 적용

□ 개성공단 사업에 대한 국민적 공감대 형성에도 긍정적

○ 개성공단 사업에 대한 국내의 이견이 분분한 상황

- 개성공단 사업이 아직 성공여부를 판단하기 이른 상황에서 개성공단 사업 실효성에 대한 이견이 분분

- 대북정책이 정쟁의 대상으로 전락하면서 대북지원에 대하나 비판적인 목소리들이 끊이지 않고, 이에 따른 대북경협정책의 추진력을 손상

○ 개성공단 입주업체의 해외마케팅 지원을 통한 성공사례 발굴은 개성공단 사업은 물론 남북경협에 대한 국민적 공감대 형성에 긍정적

나. 주요국 수출 제약요인 극복을 통한 해외 수출 확대

□ 단기적으로 개도국시장은 개성공단 제품 수출 확대의 대안

○ 미국, 일본 등 주요국 시장에 대한 수출이 어려운 상황에서 개성공단 제품의 수출확대를 위한 대안 시장 발굴이 시급

○ 개도국 시장은 대부분 북한에 대해 무역제제 초치를 취하고 있지 않으며, 한국산과의 관세차별 두지 않아 시장진입이 비교적 용이

○ 최근 세계경제의 호전과 더불어 중국, 멕시코 등 개도국의 시장규모가 급격히 커지고 있은 상황으로 시장잠재력이 풍부

○ 또한, 이들 개도국 시장은 의류, 신발, 가방 등의 주요 생산국으로 관련 원부자재 및 부분품의 지속적인 수입수요가 발생

□ 장기적으로 미국, EU, 일본 등 선진국시장 진출을 위한 발판

○ 개도국 시장 진출을 위한 개성공단 제품의 각종 해외 홍보활동은 선진국 바이어들의 개성공단 인지도 제고에 긍정적

○ 개도국 시장 진출 과정에서 형성되는 세계 주요 바이어들과의 협력관계는 선진국 시장 진입에 있어 큰 이점으로 작용 가능

II. 개성공단 제품의 개도국 시장 진출 가능성

1. 중국

가. 중국의 對북한 통상정책

(1) 중국의 원산지 판정기준

□ 원산지규정 현황

○ 일반원산지규정

- 중국과 무역협정을 체결하지 않은 일반국가에 적용되는 원산지 규정으로 2005년 1월 1일부로 시행된 '중국수출입화물 원산지조례'(中國進出口貨物原産地條例)를 근거[13]
- 최혜국대우, 반덤핑 및 반보조금, 세이프가드, 원산지표기관리, 국별 수량제한, 관세쿼터 등이 동 규정에 해당
- 원산지 판정기준은 완전생산기준[14]과 실질적 변형기준을 적용

중국의 일반원산지 규정 중 실질적 변형기준 개요

○ 稅番변경기준(HS4단위 변경[15])이 실질적인 변영을 반영하지 못할 경우, 종가백분율(부가가치기준) 또는 제조공정기준으로 보충

○ 종가백분율(부가가치기준)은 다른 국가에서 생산한 제품을 해당국에서 추가 가공해 증가된 부가가치비중이 해당제품 총 가치의 30%이상일 경우 해당국을 원산지로 함

○ 제조공정기준 한 국가(지역)에서 진행되고 제조 및 가공된 화물의 기본적 특징을 결정짓는 주요한 공정을 일컬음

○ 특혜 원산지 규정

- 특혜성 무역조치를 위한 수출입화물에 적용하는 것으로 중국이 체결 또는 가입한 국제조약과 협정의 관련규정에 근거

13) 종래 10여년 이상 적용되어 온《중화인민공화국 수출화물원산지규칙》(中華人民共和國出口貨物原産地規則)과《중화인민공화국 세관의 수입화물 원산지에 관한 잠정규정》(中華人民共和國海關關于進口 貨物原産地的暫行規定)은 동일 부로 폐지

14) 일반원산지규정, 특혜원산지규정 모두 교토협약의 부속서 D1 원산지규정에 관한 부속서에 규정된 완전생산기준을 적용

15) 우리나라가 HS6단위의 변경을 기준으로 하고 있는데 반하여 중국은 교토협약의 규정에 따라 HS4단위의 변경을 기준

- 중국이 최근 맺은 방콕협정, 아세안협정, CEPA협정 등의 회원국[16]에 적용하고 있으며, 원산지 판정기준은 완전생산기준과 실질적 변형기준을 적용

- 일반원산지 규정과는 달리 부가가치기준 적용시 40% 이상으로 적용

□ 섬유류에 대한 별도 원산지 규정여부

○ 중국에는 아직까지 방직품에 대한 원산지규정이 별도로 제정되어 있지 않음

○ 하지만 중국투자 한국의류기업 중 한국으로부터 원단을 수입해 중국에서 가공, 미국으로 수출하는 경우 중-미간 방직품 원산지규정의 불일치 문제가 발생해 애로를 겪고 있음

- 한국산 원단을 수입, 봉제 후 미국으로 수출될 경우 미국 원산지규정[17]에 따르면 원단과 의류의 원산지가 '중국'으로 표기되어야 하나, 중국의 원산지규정은 이를 '한국'으로 규정

(2) 對북한 진입장벽 여부

□ 對북한 관세차별 여부

○ 중국은 親北국가로서 북한에 대한 어떠한 형태의 무역제재조치도 시행하고 있지 않으며, 북한산 제품에 대해 관세 차별도 없음

○ 또한, 중국은 개도국으로서 GSP(특혜관세) 공여국이 아니므로 북한에 대한 GSP 혜택은 없으며, 북한과의 무역협정도 없으므로 북한산 제품에 대해서는 최혜국세율(MFN Tariff)을 적용

- 반면, 한국과 중국은 방콕협정 체결국으로 한국산 수입품에 대해서는 최혜국세율 대우보다 세율이 낮은 협정세율을 적용

□ 對북한 수입규제 여부

○ 對북한 쿼터 적용 현황 및 수입규제 조치는 없음

- KORTA 무역관을 통해 대북무역업체에 직접 확인한 결과, 중국에는 북한산 수입품을 대상으로 한 수입규제가 없는 것으로 파악

○ 하지만 변경무역을 통해 수입되는 북한산 제품의 경우 중국정부의 변경무역품목에 대한 수입우대혜택으로 수입관세와 증치세를 각각 50%씩 감면 받음

16) 한국은 중국과 방콕협정 체결국
17) 미국은 원단에 대해 섬유 직조국을 기준으로 원산지를 판정하고 의류에 대해서는 봉제 및 조립국을 기준으로 원산지를 판정

나. 주요 품목별 진출 여건

(1) 시장규모 및 잠재력

□ 중국의 시장규모 : 세계 4위의 경제대국

○ 지난 15년간 중국경제는 연평균 9.9%의 고도성장을 이룸

- 경기과열에 대한 우려에도 불구, 중국경제는 2007년에도 11%대의 경제성장을 이룰 전망

- 아시아개발은행(ADB)은 '2007 아시아 발전 전망'보고에서 올해 중국 경제성장률을 10.8%에서 11.2%로 대폭 상향조정했으며 2008년 예상치를 9.8%에서 10.8%로 인상했다고 발표

〈중국의 주요 경제지표〉

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007(1~8)
GDP(억元)	102,398	116,694	136,515	182,321	209,609	106,768
1인당 GDP(위앤)	7,972	9,079	10,561	13,926	15,861	-
수출(US$억)	3,256	4,383.7	5,933	7,620	9,693	7,657.4
수입(US$억)	2,952	4,128.4	5,613	6,601	7,918	6,039.8
외환보유고(US$억)	2,864	4,033	6,099	8,189	10,600	13,326.25

자료 : 중국 통계국, 중국해관, 상무부, 외환관리국

○ 중국은 2001년 WTO 가입 이후 세계 4위의 경제대국, 세계 3위의 무역대국으로 부상하는 등 비약적인 발전을 거듭

- 2006년 GDP 규모는 2.7조 달러로 미국, 일본, 독일에 이어 세계 4위의 경제대국으로 자리매김

- 대외무역도 2002년부터 5년 연속 20% 이상의 고속성장세를 달성하며 세계 3위의 무역대국으로 부상

□ 소득수준의 향상과 소비시장의 확대

○ 소득수준의 향상과 더불어 중국의 소비심리 또한 확대되는 추세

- 특히, 엥겔지수의 하락과 더불어 식품에 대한 소비는 감소하는 반면, 교통통신, 교육/문화/오락 서비스에 대한 지출은 크게 증가

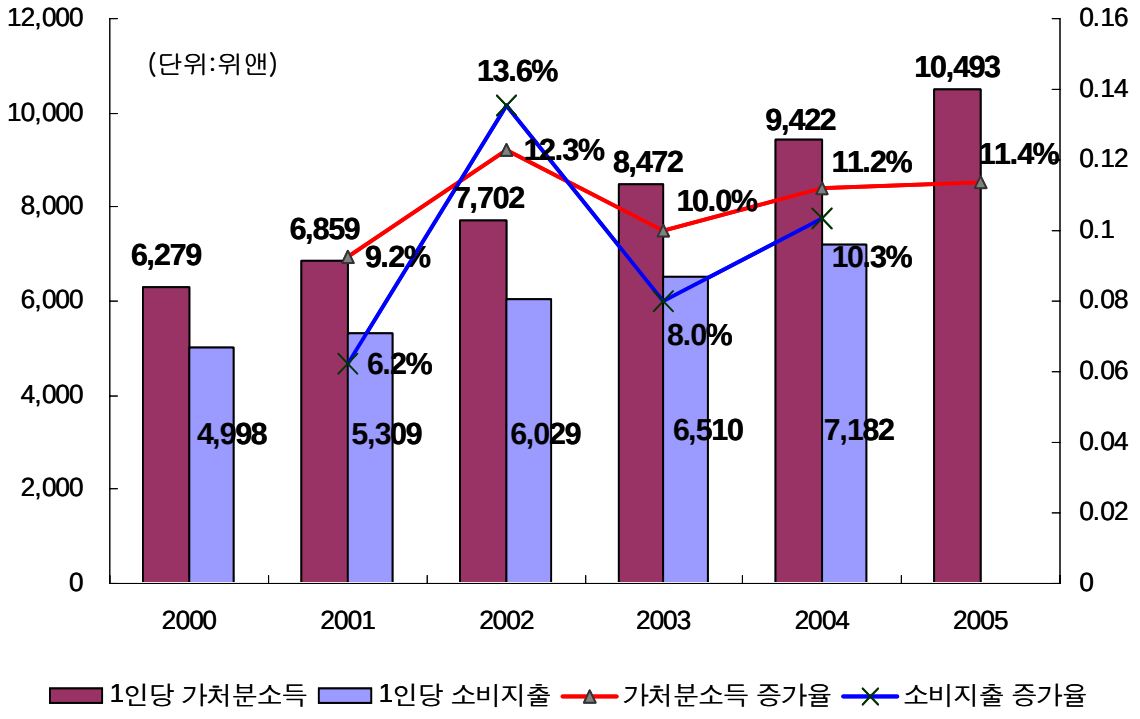
〈도시주민 소비지출 추이〉

(단위 : 위앤, %)

	1995	2001	2002	2003	2004
평균소비지출	3,537	5,309	6,029	6510	7182
식품	1,766(49.9)	2,014(37.9)	2,271(37.6)	2,416(37.1)	2,709(37.7)
의료	25(2.0)	343(6.4)	430(7.1)	475(7.3)	528(7.4)
교통통신	40(1.2)	457(8.6)	626(10.3)	721(11.0)	843(11.7)
교육/문화/오락	112(11.2)	690(13)	902(14.9)	934(14.3)	1,032(14.4)
기타	1,594	1,805	1,800	1,964	2,069

자료 : 中國統計年鑑

〈중국 도시근로자 소득 및 소비 증가 추이〉



자료 : 中國統計年鑑

○ 소득수준 향상과 더불어 중국 소비시장은 2000년 이후 지속적으로 연평균 10% 전후의 성장률을 보이면서 급격하게 확대되는 추세

- 2005년 중국의 소매 총액은 6.7조 위앤으로 전년대비 13% 성장

○ CSFB(크레디트스위스퍼스트보스톤)는 2014년 중국의 소비시장은 미국을 제치고 세계 경제성장을 선도하는 주요 동력으로 부상할 것으로 전망[18]

18) 중국의 소비시장은 2014년 미국의 37%, 세계의 11%로 증가할 것으로 전망(중국경제시보 2004.12.8)

(2) 주요품목별 수입시장 현황(의류, 가방, 신발)

□ 의류(HS 61, 62류) 수입시장 현황

○ 중국 의류 수입시장(HS 61, 62류) 규모는 점진적으로 증가하는 추세

- 2000년 11.3억 달러였던 의류 수입액은 2006년 15.8억 달러로 39.8% 증가

〈중국 의류(61,62류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 61류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	홍콩	337.6	378.7	366.7	52.6	54.47	51.16
2	마카오	63.2	72.3	81.6	9.85	10.4	11.38
3	중국	24.5	42.7	57.9	3.81	6.14	8.08
4	이탈리아	31.9	45.5	49.0	4.96	6.55	6.84
5	한국	29.8	41.8	44.7	4.64	6.01	6.24
13	북한	3.6	5.0	4.2	0.55	0.72	0.59
	총액	641.8	695.2	716.7	100	100	100

HS 62류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물 외)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	홍콩	345.4	298.4	288.3	43.6	36.55	33.22
2	일본	124.3	120.5	103.3	15.7	14.76	11.91
3	이탈리아	52.9	72.3	88.9	6.68	8.85	10.24
4	한국	47.0	54.6	64.6	5.93	6.69	7.44
5	중국	26.5	42.1	64.5	3.34	5.16	7.44
6	북한	49.1	58.3	63.3	6.2	7.14	7.3
	총액	792.2	816.2	867.9	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

○ 2006년 중국의 의류 수입시장에서 홍콩산의 수입액은 6.5억 달러로, 수입시장의 41.3%에 달하는 최대 시장점유율 차지

○ 중국산 의류제품의 역수입액도 122.4억 달러로 7.7%에 달함

- 이러한 중국산 의류제품의 역수입은 증치세 환급 및 수출기업에 대한 혜택을 목적으로 보세구 혹은 홍콩으로 서류상 수출되었다가 재수입되는 것으로 판단

○ 한편, 중국은 북한산 의류제품의 최대 수출대상국으로 북한은 2006년 0.67억 달러를 수출

- 특히, HS 62류의 경우 0.63억 달러를 수출하여, HS 62류 수입시장에서 7.3%의 시장점유율을 보임

○ 한국산 수입액은 1.0억 달러로 전체 수입시장의 7.7%를 차지

□ 섬유 및 의류 제품 바이어 특징

○ 섬유 수입 바이어는 크게 대형 의류제조업체와 중소규모 수입대리판매업체로 구분

- 대규모 의류제조기업 중 약 50%는 수입섬유를 사용하고 있으며, 업체별 년 평균 수입액은 200-400만 달러로 대부분 직접 수입하는데, 주요 수입국은 일본, 한국, 대만임
- 중소 규모 수입대리업체들은 직원수 50명 정도로 운영되고 있으며, 년 평균 매출액은 RBM 800만~2,000만 위앤 정도
- 섬유바이어의 집중지역은 주로 광동성, 강소성, 산동성, 복건성, 절강성 등이며, 광동성 수입량이 전체 수입량의 40% 이상을 차지

○ 의류 바이어는 대규모 수입상보다는 민영기업이 대부분

- 이들의 년 평균 매출액은 RBM 1,000만~5,000만 위앤 정도이며, 직원수는 40명-100명 수준
- 의류바이어는 광동성, 상해, 북경, 강소성, 산동성에 분산

□ 개성공단 제품의 중국 의류시장 진입전망

○ 중국은 의류 제품에 대한 소비와 생산규모가 매년 증가하는 추세

- 중국의 의류산업은 개방이후 연평균 14.5%의 속도로 성장하였으며, 2010년까지 연평균 10%대의 성장을 기록할 것을 전망

○ WTO 섬유의류협정(ATC)에 따라 2005년 1월 1일부로 섬유 수입쿼터 폐지에 따라 중국의 의류업체가 증가하고 있는 추세로 중국 내수시장에서의 업체간 경쟁은 더욱 심화될 전망

○ 하지만 가격우위가 아닌 품질과 브랜드 우위를 바탕으로 충분히 공략이 가능하다고 판단

□ 가방(HS 4202류) 수입시장 현황

○ 중국의 가방 수입시장은 중국산의 역수입이 급증하면서 급격히 증가하는 추세

- 2006년 가방 수입액은 2.35억 달러로 2000년 0.32억 달러 대비 634%의 폭발적인 증가 추세를 보임

〈중국 가방(4202류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 4202류 - 가방							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	35.8	58.1	89.5	31.54	35.57	38.08
2	프랑스	24.2	36.3	55.7	21.3	22.22	23.69
3	이탈리아	23.6	30.1	46.3	20.81	18.42	19.68
4	홍콩	7.4	8.2	8.3	6.56	5.03	3.52
5	독일	1.6	2.7	4.1	1.38	1.66	1.75
14	한국	2.8	2.9	1.4	2.49	1.75	0.6
	총액	113.6	163.4	235.0	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

○ 2006년 중국산의 역수입액은 0.89억 달러로 38.08%의 시장점유율을 차지

- 중국산은 2001년부터 6년 연속 시장점유율 1위를 유지

○ 2006년 한국산 수입액은 1.4백만 달러로 시장점유율은 0.6%에 불과

□ 가방 제품 바이어 특징

○ 중국의 가방 바이어는 광동성, 상해, 북경, 요녕성, 강소성에 집중

○ 이들의 년 평균 매출액 RMB 2,000~5,000만 위앤으로 가방 뿐 아니라 기타 피혁제품(신발, 복장 등)도 함께 취급하는 경우가 대부분

□ 개성공단 제품의 중국 가방시장 진입전망

○ 중국의 가방생산은 대부분 중저급 상품이며, 고부가가치 상품은 비교적 적음

- 대부분 기업은 지적재산권에 대한 의식이 낮아, 모방 제품이 많음

○ 가방은 몇 년 전만 하더라도 일반인의 관심을 끌지 못하였으나, 지금은 중요한 패션의 요소가 되어가고 있는 추세

- 중국 소비자들은 점점 유행에 민감해지고 있으며, 디자인의 중요성도 이에 비례해 커지고 있는 상황

○ 저가의 생산품이 대량으로 생산되고 있어 개성공단 제품의 가격경쟁력은 없을 것으로 예상되며, 의류와는 달리 가방은 브랜드 육성이 되지 않아 시장진입이 더욱 어려울 것으로 판단

□ 신발(HS 64류) 수입시장 현황

○ 중국의 신발시장은 중국의 신발생산량이 급속하게 증가하면서 신발생산을 위한 부분품 위주로 수입량이 증가하는 추세

- 실제로 2006년 HS 64류 전체 수입액 6.0억 달러 중, 신발류 부분품인 HS 6406의 수입액이 3.3억 달러로 전체 수입의 55%를 차지

○ 한국산에 대한 수입은 2006년 1.1억 달러로 전체시장의 18.11%를 점유하면서 시장점유율 1위를 차지

- 하지만 한국산 신발류의 수입은 완제품이 아닌 대부분 신발류 부분품(HS 6406)의 수입으로 1.07억 달러를 수입

○ 2004년 이후 증치세 환급 및 수출기업에 대한 혜택을 목적으로 한 역수입 증가로 인해 중국산 제품의 전체 수입시장의 2위를 차지

〈중국 신발(64류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 64류 - 신발							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	한국	128.2	118.3	110.2	26.98	21.84	18.11
2	중국	71.5	82.8	104.3	15.06	15.29	17.14
3	미국	64.1	76.3	94.3	13.49	14.08	15.5
4	이탈리아	40.0	52.7	66.4	8.42	9.73	10.92
5	베트남	29.8	44.7	60.8	6.28	8.26	10
28	북한	0.0	0.0	0.4	0	0	0.06
	총액	475.1	541.7	608.4	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

□ 개성공단 제품의 중국 신발시장 진입 전망

○ 2005년 중국은 70억 켤레의 신발을 생산하며, 전 세계 신발 생산량의 50% 이상을 차지

○ 2000년 이후 광고, 가격전쟁을 통한 '브랜드 수립운동'을 치열하게 벌인 결과, 현재 홍칭팅, 아오캉, 안타 등이 중국 국내 브랜드로 인정을 받고 있은 추세

○ 중국은 브랜드 소비단계로 진입한 것으로 평가되며, 실제로 유명브랜드의 시장점유율과 영향력이 확대되는 추세

○ 신발류의 중국 수입시장은 한국산이 시장점유율 1위를 차지하고 있는 상황으로 기존 거래선이 충분히 확보되어 있을 것으로 판단되는 바, 의류 및 가방류 보다는 시장진입이 용이할 전망

- 세계 생산량의 50% 이상을 차지하고 있는 중국 신발생산업체에 대한 신발 부분품 위주의 수출 전략이 필요

다. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

□ 바이어 인터뷰 개요

○ 인터뷰 기간 : 2007. 10. 8(월) ~ 12(금)

○ 인터뷰 대상업체 및 취급품목 : 5개 업체

- 상해역동화방직품유한공사 : 섬유
- 항주은아무역유한공사 : 가방
- 상해웅윤복식유한공사 : 의류
- 강소복사특가방유한공사 : 섬유
- 요녕화의복장유한공사 : 의류원단

○ 인터뷰 내용

- 개성공단 및 남북정상회담 인지 여부
- 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지
- 개성공단 제품이 Made by KOREA in DPRK 일 때, 수입가능 여부
- 중국산 등 경쟁국 제품 대비 수입가능 평균 수입단가
- 한국 및 개성공단 방문 및 개성공단 업체와의 상담가능 여부

□ 바이어 인터뷰 결과 개요

○ 개성공단 및 남북정상회담에 대한 인지도 : 높음

- 개성공단과 남북정상회담에 대한 중국 바이어의 비교적 높은 편으로 남북정상회담에 대해서는 4개 업체가 인지하고 있었으며, 개성공단에 대해서도 3개 업체가 인지

○ 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지 : 높음

- 디자인에 대해서는 4개 업체가 우수하다고 평가를 하였고, 품질에 대해서는 3개 업체가 우수하다고 평가

- 이는 중국내 한류의 확산과 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)의 브랜드화 구축으로 인해 이미지가 높이 평가된 것으로 분석

○ 개성공단 제품의 중국 시장 진출 가능성 : 긍정적 의견이 다수

- 개성공단 제품의 수입의향에 대한 질문에 대해서는 4개 업체가 수입의사가 있다고 밝힘

- 수입가능 평균단가에 대해서는 3개 업체는 중국제품보다 낮은 가격을, 2개 업체는 한국제품과 중국제품의 중간가격이라고 답변

○ 개성공단 방문 및 입주업체와 상담 가능 여부 : 강력히 희망

- 개성공단 방문 및 상담 의향에 대해서는 향후 기회가 되면 꼭 한번 방문해 보고 싶고, 수입타당성이 있다면 입주업체와 구체적인 상담도 해보고 싶다고 답변

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	상해역동화방직품유한공사 (업종: 섬유, 담당: 리우쥔)	항주은아무역유한공사 (업종: 가방, 담당: 샤징징)	상해웅윤복식유한공사 (업종: 의류, 리우쇵)	강소복사특가방유한공사 (업종: 섬유, 盛小姐)	요녕화의복장유한공사 (의류원단)
개성공단 인지	들어본 적 있음	모름	알고 있음	모름	알고 있음
남북정상 회담	알고 있음	모름	알고 있음	들어 본 적 있음	매우 잘 알고 있음
한국 제품에 대한 인상 (섬유, 의류, 가방)	(가격) 보통 (품질) 우수 (디자인) 매우 우수	(가격) 보통 (품질) 우수 (디자인) 우수	(가격) 저렴 (품질) 보통 (디자인) 보통	(가격) 높음 (품질) 보통 (디자인) 우수	(가격) 높음 (품질) 우수 (디자인) 우수
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	없음	있음	있음	있음	있음
수입시 가격 수준	중국제품 가격의 66%수준 * 한국제품은 중국제품 가격의 125%수준이라 답변	중국제품 가격의 75%수준 * 한국제품은 중국제품 가격의 175%수준이라 답변	중국제품 가격의 66%수준 * 한국제품은 중국제품 가격의 125%수준이라 답변	중국제품 가격의 120%수준 * 한국제품은 중국제품 가격의 150%수준이라 답변	중국제품 가격보다 높고 한국제품 가격보다 낮은 수준
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	가능	가능	가능	가능	가능

2. 러시아

가. 對북한 통상정책

□ 원산지규정 현황

○ 러시아의 원산지 판정 기준은 러시아 관세법(#61-FZ, 2003.5.28)에 의해 결정

○ 완전생산기준 혹은 실질적 변형기준을 따름(동 법률 30조)

○ 완전생산기준에 관한 정의(동 법률 31조)

- 1항 : 해당 국가의 영토, 영해에서 생산된 지하자원
- 2항 : 해당 국가에서 파종되거나 재배된 식물
- 3항 : 해당 국가에서 출생하거나 사육된 동물
- 4항 : 해당 국가에서 사육된 동물을 가공한 제품
- 5항 : 해당 국가에서 수렵 채취한 동물을 가공한 제품
- 6항 : 해당 국가의 선박에 의해 취득된 어류 및 기타 해산물
- 7항 : 해당 국가의 선박에 의해 취득되고 동 선박에서 가공된 제품
- 8항 : 해당 국가의 영토, 영해는 아니지만, 동 지역에 대한 독점적인 개발권을 가지고 있는 국가에서 생산한 제품
- 9항 : 해당 국가에서 생산하거나 가공하는 과정에서 생산되는 폐기물, 부산물이 해당 국가에서 사용하였고, 원자재로만 가공이 가능한 중고물품
- 10항 : 해당 국가가 소유한 우주상의 우주선에서 취득한 첨단 제품
- 11항 : 상기 열거된 항목에 해당하는 제품으로 해당 국가에서 생산한 제품

○ 실질적 변형기준에 대한 정의 (동 법률 32조)

- 1항 : 2개 이상의 국가에서 생산된 제품의 경우 제품의 최종 마무리를 한 국가가 원산지
- 2항 : HS 코드의 상위 4단위 코드상에 변화가 생기게 되는 경우
- 3항 : 다음과 같은 경우에는 실질적 변형으로 인정되지 않음
  - · 제품의 보관 혹은 운송과정의 보호와 안전을 위한 작업
  - · 제품의 판매와 운송을 위한 작업(재포장, 등급부여, 분할, 단순 선적 등)
  - · 단순 조립, 마감 등 경우 해당 작업이 러시아 연방이 정한 기준에 따라 판단할 때, 제품의 상태에 중요한 변화를 준 것에 해당하지 않는 경우

· 각각 다른 나라에서 생산된 개별 물질로 구성된 혼합물이 혼합 이후에 개별 물질과 본질적 차이가 없을 경우

- 4항 : 러시아 연방에서는 다음과 같은 별도 원산지 기준을 정함
  · 해당 작업과 기술적 처리를 통해서 해당 국가를 원산지로 규정하기에 충분하다고 판단되는 경우
  · 최종 제품의 가격에서 원재료의 가격이나 부가가치의 비중이 별도 규정에서 정한 비율에 도달하는 경우

- 5항 : 러시아 정부에서 특혜 관세 대상 국가로 지정한 국가에서 수입되는 경우 원산지를 증명받기 위해서 해당 국가로부터 직접 구매와 직접 운송 지정 가능

○ 섬유류(섬유, 의류, 신발, 가방)에 대한 별도의 원산지 규정은 없음

나. 대북 진입장벽 여부

□ 러시아 정부에서 북한에 대한 수입 규제를 하고 있는 분야는 없으며, 모든 수입 규제는 HS Code 기준으로 이루어짐

※ 러시아 정부에서 취하는 주요 비관세 장벽은 수입쿼터제도, 보복관세부과, 육류에 대한 세이프가드 등 일반적인 규제와 수입허가제도, 연방정부승인제도, 강제인증제도 등 정부 승인을 통한 직접적 규제 등을 통해서 이루어짐

□ 한편, 러시아의 특혜 관세 시스템은 아래와 같이 분류

○ 북한은 최혜국세율(MFN) 적용국가로서 기본 관세율을 부과하고 있으며, 일부 품목의 경우 일반세율보다 낮은 개도국 세율을 적용

- 한국도 최혜국세율(MFN) 적용국가임

〈러시아 관세 대상 국가 현황표〉

구 분	관세율	비 고
CIS 국가	면 세	-
MFN 대상 국가	기본관세율	EU회원국 포함
개도국	기본관세율의 75%	103개국
최빈개도국	면세	51개국
MFN 비대상 국가	기본관세율의 200%	-

관련 법률 : 정부령 제1057호(1994.9.13), 제413호(1996.4.11)와 정부령 제414호(2000.5.25), 관세청 훈령 제1539호(2003.12.25)

□ 러시아 정부에서 고지한 최혜국세율(MFN) 대상국은 아래와 같음

〈러시아 최혜국세율(MFN) 대상 국가 목록〉

1. Australia	46. Malta	91. Congo
2. Austria	47. Morocco	92. North Korea
3. Albania	48. Mexico	93. South Korea
4. Angola	49. Mozambique	94. Costa Rica
5. Argentina	50. Mongolia	95. Cuba
6. Afghanistan	51. Myanmar	96. Kuwait
7. Bangladesh	52. Nepal	97. Laos
8. Belgium	53. Nigeria	98. Latvia
9. Benin	54. Netherlands	99. Lebanon
10. Bulgaria	55. Nicaragua	100. Slovenia
11. Bolivia	56. New Zealand	101. Somali
12. Bosnia & Herzegovina	57. Norway	102. Serbia and Montenegro
13. Botswana	58. Oman	103. Sudan
14. Brazil	59. Pakistan	104. USA
15. Burkina Faso	60. Panama	105. Sierra Leone
16. Burundi	61. Peru	106. Thailand
17. United Kingdom	62. Poland	107. Tunisia
18. Hungary	63. Portugal	108. Tanzania
19. Venezuela	64. Rwanda	109. Turkey
20. Vietnam	65. Romania	110. Uganda
21. Gabon	66. Salvador	111. Uruguay
22. Guyana	67. S. Tome & Principe	112. Philippines
23. Gambia	68 Singapore	113. Finland
24. Ghana	69. Syria	114. France
25. Guinea	70. Slovakia	115. Germany
26. Guinea-Bissau	71. Israel	116. Croatia
27. Honduras	72. India	117. Chad
28. Grenada	73. Indonesia	118. Czech Republic
29. Greece	74. Jordan	119. Chile
30. Denmark	75. Iraq	120. Switzerland
31. Djibouti	76. Iran	121. Sweden
32. Egypt	77. Ireland	122. Sri-Lanka
33. Zaire	78. Iceland	123. Ecuador
34. Zimbabwe	79. Spain	124. Equatorial Guinea
35. Zambia	80. Italy	125. Ethiopia
36. Libya	81. Yemen	126. South Africa
37. Liberia	82. Cape Verde	127. Jamaica
38. Lithuania	83. Cambodia	128. Japan
39. Luxembourg	84. Cameroon	129. Ce & European Atomic Energy Community
40. Mauritius	85. Canada	130. Estonia

41. Mauritania	86. Qatar	131. Namibia
42. Madagascar	87. Kenya	132. Saudi Arabia
43. Macedonia	88. Cyprus	133. Guatemala
44. Malaysia	89. China	
45. Mali	90. Colombia	

자료 : 러시아 관세청

□ 또한, 러시아 정부에서는 개도국에 대하여, 일반관세율의 75%를 부과하는 특혜 관세 제도를 두고 있는데, 북한은 동 개도국에 포함이 되며, 대상국은 아래와 같음

〈러시아 개도국 대상 국가 목록〉

1. Albania	52. Macedonia
2. Algeria	53. Malaysia
3. Antigua and Barbuda	54. Morocco
4. Anguilla	55. Republic of the Marshall Islands
5. Argentina	56. Mexico
6. Aruba	57. Micronesia Federated States
7. Bahamas	58. Mongolia
8. Barbados	60. Montserrat
9. Bahrain	61. Namibia
10. Belize	62. Republic of Nauru
11. Bermuda	63. Nigeria
12. Bolivia	64. Netherland Antilles
13. Botswana	65. Nicaragua
14. Brazil	66. Niue
15. British Virgin Islands	67. United Arab Emirates
16. Brunei	68. the Sultanate of Oman
17. Venezuela	69. St Helena Islands
18. Vietnam	70. Turks and Caicos Islands
19. Gabon	71. Pakistan
20. Guyana	72. Panama
21. Ghana	73. Papua New Guinea independent State
22. Guatemala	74. Paraguay
23. Honduras	75. Peru
24. Hong Kong	76. Salvador
25. Grenada	77. Saudi Arabia
26. Dominica	78. Swaziland
27. Dominican Republic	79. Republic of Seychelles
28. Egypt	80. St Vincent and Grenadines
29. Zimbabwe	81. St Kitts and Nevis
30. India	82. St Lucia
31. Indonesia	83. Serbia
32. Jordan	84. Singapore
33. Republic of Iraq	85. Syria

34. Iran	86. Surinam
35. Cayman Islands	87. Thailand
36. Cameroon	88. Tokelau
37. Qatar	89. Kingdom of Tonga
38. Kenya	90. Trinidad and Tobago
39. China	91. Tunisia
40. North Korea	92. Turkey
41. Colombia	93. Uruguay
42. Congo	94. Sovereign Democratic Republic of Fiji
43. Republic of Korea	96. Philippines
44. Costa Rica	97. Croatia
45. Cote d'Ivoire	98. Chile
46. Cuba	99. Democratic Socialist Republic of Sri Lanka
47. Kuwait	100. Ecuador
48. Cook Islands	101. Republic of South Africa
49. Lebanon	102. Jamaica
50. Libya	103. Montenegro
51. Mauritius	

자료 : 러시아 관세청

□ 북한은 MFN 대상국가와 개도국 대상국가에 모두 포함되고 있으나, 러시아는 親北국가임에도 불구 최빈국(무관세 부과 대상국)혜택은 주지 않고 있음

○ 북한산 제품이 개도국 관세의 적용을 받기 위해서는 러시아 정부가 정하고 있는 개도국 인정 품목에 부합할 경우에만 특혜세율(개도국 적용세율)을 적용받을 수 있음

○ 러시아 시장에서의 잠재적인 경쟁상대국인 중국 및 동남아 국가도 대부분 최혜국세율(MFN)과 특혜세율을 적용 받음

□ 러시아 정부가 정하고 있는 개도국 인정 품목 중 섬유 관련 품목은 아래와 같음[19)]

○ 섬유 부분 외에 의류, 가방, 신발에 대한 개도국 특혜 관세 없음

〈러시아 정부의 개도국 인정 품목 중 섬유 관련 품목 〉

HS 코드	품목설명
50	견, 견사, 견직물
5101	양모(카드 또는 코움한 것을 제외한다)
5201	면(카드 또는 코움한 것을 제외한다)
53	마류의사와 직물
56	워딩, 부직포

19) 관련 법령 : 러시아 관세법 훈령 1378호, 2006.12.28

5701	양탄자류와 기타 방직용 섬유제의 바닥깔개(결절한 것에 한하며, 제품으로 된 것인지의 여부를 불문한다)
570210	양탄자류와 기타 방직용 섬유제의 바닥깔개(결절한 것에 한하며, 제품으로 된 것인지의 여부를 불문한다)중 켈럼·슈맥·카라마니와 이와 유사한 수직으로 된 러그
570500	기타 양탄자류와 기타 방직용 섬유제의 바닥깔개(제품으로 된 것인지의 여부를 불문한다)
5805	고우벌린직·플란더스직·오버션직·뷰바이스직 및 이와 유사한 수직의 태피스트리(예:퍼티포인트·십자수) 및 이와 유사한 자수의 태피스트리(제품으로 된 것인지의 여부를 불문한다)

자료 : 러시아 연방 관세청, 한국 관세청

다. 주요품목별 진출 여건(섬유, 의류, 가방)

(1) 시장규모 및 잠재력

□ 경제 현황 및 전망

○ 러시아는 1998년의 금융위기 이후 2004년 말까지 연평균 6.5%의 성장률을 기록하면서 6년째 고속성장을 지속

- 러시아의 고성장은 국제 원유가격의 상승과 그에따른 원유수출로 얻은 수입 기인하고 있는 것으로 분석

- 특히, 2000년부터는 외국인 투자와 소비활동이 주도적 역할을 하면서 국내 경제활동이 눈에 띄게 호전

〈2000년 이후 러시아의 GDP 성장율〉

(단위 : %)

연 도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
성장률	10.0	5.1	4.7	7.3	7.1	6.4	6.8

자료 : 러시아 경제발전통상부

○ 실질 고정자본 투자로 인한 수익은 지난 5년 간 평균 10% 이상을 유지하여 왔으며, 실질개인소득은 평균 12%이상 상승

○ 또한, 1998년 금융위기 이후 해외부채가 GDP의 90%에서 28%로 감소하는 등 국제사회에서의 경제적 위상도 향상

○ 러시아 외환 보유고(금포함)는 2004년 말에 1,200억 달러에서 2007년 6월 4,066억 달러(세계 3위 수준)로 크게 증가

○ 국제신용기관의 평가에서도 긍정적인 변화를 보이고 있는데, S&P에서 2006년 9월 발표된 외환 신용도에서 BBB+를 기록

〈최근 5년간 러시아의 주요 경제 지표〉

지 표	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
인구(백만명)	145.6	145.0	144.2	143.5	142.2
GDP(백만$)	346,562.9	432,883.7	582,300.0	766,088	979,400
GDP성장율(%)	4.3	7.3	7.1	6.4	6.8
1인당 GDP($)	2,418	3,000	4,060	5,361	6,873
물가상승율(%)	15.1	12	11.7	10.9	9.0
실업율(%)	7.1	8.9	6.1	7.7	6.7
수출($백만)	106,936	134,400	182,000	243,600	302,000
수입($백만)	60,520	74,800	94,800	125,300	164,500
경상수지($백만)	29,116	35,410	58,592	83,558	94,467
외채($억)	1,497	1,654	2,114	2,585	3,097
외국인투자($억)	197.8	297.0	405.1	537	551
외환보유고($억)	477	769.4	1245.4	1,822	3,037
평균환율(루블/$)	30.96	30.69	28.81	28.28	27.18

자료 : 1.러시아통계위원회, 2.러시아경제통상발전부, 3.러시아중앙은행, 4.러시아재무부

〈주요 신용평가기관별 러시아 금융부문 평가 등급 채택 현황〉

신용평가기관	평가일	외환부문	자국환부문
S&P	2006년 9월	BBB+	A-
Fitch	2006년 7월	BBB	BBB+
Moody's	2005년 10월	Baa 2	Baa 2

○ 하지만 러시아는 전반적으로 제조기반이 노후화되었기 때문에, 제조업 기반을 일으키는 것이 향후 경제 성장에 관건으로 지적

(2) 주요 품목별 수입시장 현황(섬유, 의류, 가방)

□ 섬유 및 직물 분야 수입시장 현황

○ 러시아 섬유 시장의 가장 큰 부분을 차지하는 것은 면섬유 시장으로 전체 직물 시장의 70%를 차지하는 것으로 평가

- 하지만, 러시아 면섬유 시장에서 수입품(CIS 국가 제외)이 차지하는 비중은 4~5% 수준으로, 대부분의 원재료가 다른 CIS 국가에서 수입
- 린트계 섬유(조면; 繰綿)는 전체 면섬유 시장의 5% 가량을 차지하는데, 95% 이상이 러시아 국내산 제품이 점령

○ 면섬유 시장에 이어 두 번째로 큰 시장은 견류 및 합성섬유 시장으로 전체 섬유시장의 24% 가량을 차지

- 견류 및 합성섬유 시장에서 합성섬유가 차지하는 비중은 93%이며, 견류가 차지하는 비중은 7%임
- 동 시장에서 러시아 자국산이 차지하는 비중은 20% 가량이며, 수입산은 80% 가량을 차지
- 특히, 견류의 경우 대부분 수입산에 의존

○ 합성섬유(HS 540761)의 경우 85% 가량을 수입산이 차지하고 있는데, 주로 터키(33%), 중국(29%), 한국(28%)에서 수입

〈HS 540761 2006년도 주요 국가별 수입 통계〉

	물량(㎡)	금액(천불)
터키	23,669,370	11,367.0
중국	34,501,831	9,801.8
한국	30,625,591	9,487.9
태국	2,571,500	893.7
이탈리아	671,303	400.8
총계	95,407,630	33,977.6

자료 : 러시아 관세청

○ 양모계 섬유의 경우 러시아 국내산의 품질경쟁력 저하로 이탈리아산이 전체의 50%이상을 차지

○ 러시아 섬유시장 중 한국산 제품의 점유율이 높은 부문은 폴리에스테르(HS 550320) 시장으로 전체 수입 시장에서 75%(금액기준)를 한국산 제품이 차지

〈2006년도 폴리에스테르직물 주요 국가별 수입 통계〉

	물량(톤)	금액(천불)
Korea	32,160	28,568.0
China	4,689	4,593.2
Taiwan	3,249	2,436.5
Italy	1,447	2,117.5
Germany	253	474.6
총합	42,756	39,304.6

자료 : 러시아 관세청

〈폴리에스테르직물의 품목별 도매가격〉

아이템	조성	폭	도매가격 (RUR/m)
Tent and Bag Fabrics			
150D OXFORD PU 1000mm	100% Polyester	150 sm	31
150D OXFORD PU 2000mm	100% Polyester	150 sm	33
210D OXFORD PU 1000mm	100% Nylon	150 sm	47
300D OXFORD PU 1000mm, 1500mm	100% Polyester	150 sm	50
420D OXFORD PU 1500mm	100% Nylon	150 sm	76
420D OXFORD PU 1500mm	100% Polyester	150 sm	47
600D OXFORD PVC	100% Polyester	150 sm	49
600D OXFORD PU 3000mm	100% Polyester	150 sm	53
600D OXFORD R/S PU 3000mm	100% Polyester	150 sm	56
600D,1000D ÊÎÐÄÓÐÀ PU	100% Nylon	150 sm	69.5
600D,1000D,1200D OXFORD PU	100% Polyester	150 sm	53-69
190,210T TAFFETA SILVER,GOLD	100% Polyester	150 sm	22-25
185T TAFFETA PU 2000mm	100% Polyester	150 sm	39.5
185T TAFFETA PU 3000mm	100% Polyester	150 sm	39.5
190T TAFFETA PU 5000mm	100% Polyester	150 sm	43.5
185T R/STOP PU 1500mm	100% Polyester	150 sm	39.5
190T R/STOP PU 1500mm	100% Nylon	150 sm	39.5
185T R/STOP PU 3000mm	100% Polyester	150 sm	41
Camouflage Fabrics			
150D OXFORD MILKY	100% Polyester	150 sm	29.9
210D OXFORD MILKY	100% Polyester	150 sm	34
190T TAFFETA MILKY	100% Polyester	150 sm	27
210T TAFFETA MILKY, SILVER	100% Polyester	150 sm	29
P/210T R/S PD CAMO WR PU 1500mm	100% Polyester	150 sm	36
600D OXFORD PU	100% Polyester	150 sm	59
POLAR-FLEECE	100% Polyester	150 sm	196/kg
Working Clothes-Applied Fabrics			
T/Ñ 186Ò WR (110g/m2)	Cotton-Polyester(35/65)	150 sm	32,6-33,2

Ò/Ñ 208Ò WR (119g/m2)	Cotton-Polyester(35/65)	150 sm	37-39,8
Mixed (180g/m2)	Cotton-Polyester(35/65)	150 sm	28
TR "FABULA" (195g/m2)	Viscose-Polyester(35/65)	147 sm	42,7-45
"Uniform"(200g/m2)Ò/Ñ TWILL WR	Cotton-Polyester(35/65)	150 sm	48-52,3
Double Fabrics			
PRINCE BONDING	100% Polyester	150 sm	78
BONDING TRILOBAL	100% Polyester	150 sm	96
DEWSPO BONDING	100% Polyester	150 sm	53-59
JORNADAN BONDING	100% Polyester	150 sm	63-69
Jeans and Fleece	Cotton-Polyester	150 sm	95
Shirt-Applied Fabrics			
Shirt-Applied Fabrics	Cotton-Polyester	150 sm	23-42

자료 : www.unsen.ru

□ 의류(HS 61, 62류) 수입시장 현황

○ 러시아 의류 수입 시장에서 단연 큰 비중을 차지하는 것은 중국이며, 그 뒤를 터키와 이탈리아가 잇고 있음

- 중국은 러시아 의류 수입 시장에서 시장점유율 40.5% 차지하는 최대 국가로 2006년 6.0억 달러를 수입

- 터키와 이탈리아는 각각 10.5%와 9.2%의 시장점유율을 차지

○ 한국산의 시장점유율은 0.3%에 불과한 수준으로 러시아 시장에 대한 적극적인 공략이 필요한 상황

〈러시아 의류(61,62류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 61류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	89.0	121.6	257.1	33.92	34.37	39.87
2	이탈리아	35.7	46.8	72.7	13.61	13.22	11.28
3	터키	34.7	33.9	71.9	13.23	9.58	11.14
4	독일	15.3	20.8	30.2	5.85	5.89	4.68
5	폴란드	11.9	13.7	22.6	4.54	3.86	3.5
24	한국	1.7	1.7	3.3	0.64	0.48	0.51
	총계	262.4	354.0	645.0	100	100	100

HS 62류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물 외)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	160.6	152.3	347.9	43.46	33.85	41.02
2	터키	39.1	55.2	85.8	10.59	12.26	10.11
3	이탈리아	27.2	42.9	64.7	7.36	9.53	7.63
4	독일	21.4	29.7	53.5	5.8	6.6	6.31
5	카즈흐스탄	18.7	27.2	53.5	5.06	6.05	6.31
6	한국	6.1	1.4	2.3	1.64	0.3	0.27
	총계	369.5	450.0	848.1	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

□ 개성공단 제품의 러시아 섬유 및 의류시장 진입 전망

○ 최근 러시아의 경제 수준이 급격히 상승함에 따라 외국 유명 브랜드 의류의 수입이 크게 증가하고 있는 추세

- 수입의류는 시내 유명 쇼핑몰, 할인점 등을 통해서 판매하고 있으며 경쟁이 가열되고 있는 상황

- 이에 따라, 현지 투자를 통한 생산도 이루어지고 있는데, 독일계 스포츠 의류 브랜드인 ADIDAS의 경우 러시아에서 의류 생산

○ 러시아의 의류 시장은 연평균 27% 가량의 높은 성장을 하고 있으며, 이러한 성장률은 당분간 지속될 전망

- 전체 시장의 50% 가량을 차지하는 중저가 상품 군이 시장 규모 확대의 원동력

○ 러시아는 중국 등 잠재적 경쟁국과 비교하여 북한산에 대한 차별적인 관세나 무역제재를 하고 있지 않은 상황으로 품질과 가격경쟁력이 충족될 경우 진출 가능성은 클 것으로 판단

□ 가방(HS 4202류) 수입시장 현황

○ 러시아 가방 수입시장도 중국산의 점유율이 가장 높은 상황으로2006년 0.96억 달러를 수입, 전체 시장의 절반이 넘는 58.02%의 점유율을 기록

- 중국은 동 시장에서 지난 10여 년간 50%가 넘은 시장점유율을 보이며, 부동의 1위를 유지

○ 하지만 고가시장의 경우 이탈리아, 프랑스, 독일 등 유럽산 제품이 점령

〈중국 가방(4202류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 4202류 - 가방							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	55.3	58.4	96.5	64.57	59.68	58.02
2	이탈리아	6.2	10.7	23.9	7.23	10.88	14.37
3	프랑스	5.0	6.1	8.7	5.8	6.23	5.24
4	독일	2.6	3.9	7.5	3.02	3.96	4.48
5	터키	1.6	2.2	4.9	1.88	2.21	2.95
10	한국	2.1	0.8	1.4	2.43	0.87	0.82
	총계	85.6	97.9	166.4	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

○ 한국산의 수입액은 1.4백만 달러에 그치고 있으며, 시장점유율도 1%에 미치지 못하고 있는 상황

□ 개성공단 제품의 러시아 가방시장 진입 전망

○ 러시아 가방 시장은 크게 저가시장, 중가시장, 고가시장으로 구분이 되는데, 가장 경쟁이 치열한 시장은 저가시장으로 중국산 제품이 주도

- 실제 시장에서는 중국산의 시장점유율을 90% 가량으로 보고 있는 데, 이는 중국으로부터 '회색통관'되는 비율이 높기 때문에 실제 통계치와 시장점유율 간에 차이를 보이고 있는 것으로 판단

○ 한편, 고가시장의 경우 이탈리아, 프랑스, 독일 등 유럽산 제품이 높은 점유율을 기록하고 있음.

〈여성용 가방(HS 420221) 수입 동향〉

	수량(개)	금액(천불)
Italy	470,952	12,998.0
China	234,723	3,344.5
France	36,133	2,304.2
Turkey	67,407	1082
Germany	49,248	807.5
총계	944,461	22,067.6

자료 : 러시아 관세청

○ 시장진입에 대한 모든 조건이 동일한 중국산이 저가시장의 대부분을 점유하고 있는 상황에서 가격경쟁은 쉽지 않은 상황

- Made By KOREA임을 강조한 중고가시장에 대한 공략이 필요

□ 신발(HS 64류) 수입시장 현황

○ 러시아 신발 수입시장도 중국산이 2006년 8.1억 달러를 수입되어 70% 가까운 점유율을 보이며, 부동의 1위를 유지

- 러시아 신발시장은 국내 생산이 지속적으로 감소중인 상황으로 수입품이 전체시장의 80% 이상을 점유하고 있는 것으로 추정

○ 이탈리아와 독일 등은 고가시장을 점유하면서 각각 8.41%, 2.35%의 시장점유율을 보임

○ 한국산에 대한 수입액은 1.8백만 달러로 점유율은 0.15%에 불과

〈중국 신발(64류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 64류 - 신발							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	184.9	394.1	813.7	60.29	68.62	69.51
2	이탈리아	21.4	31.5	99.2	6.97	5.48	8.47
3	베트남	14.1	24.9	41.7	4.59	4.34	3.57
4	독일	7.2	12.8	27.5	2.35	2.23	2.35
5	우크라이나	5.7	10.2	17.6	1.85	1.77	1.5
25	한국	0.8	0.5	1.8	0.26	0.09	0.15
	총계	306.7	574.4	1,170.7	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

라. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

□ 바이어 인터뷰 결과

○ 개성공단 및 남북정상회담에 대한 인지도 : 낮음

- 남북정상회담에 대해서는 언론을 통해 부분적으로 인지하고 있었으나 개성공단은 전혀 인지하지 못하고 있는 것으로 나타남

○ 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지 : 높음

- 한국산의 품질 및 가격에 대해서는 전반적으로 만족하고 있는 것으로 나타남

○ 개성공단 제품의 중국 시장 진출 가능성 : 가격과 품질이 중요

- 3개 업체는 가격과 품질이 보장되면 수입이 가능하다고 답변하고 있으며, 그 중 한 업체는 한국에서 품질을 보장한다는 의미가 있어 적극적으로 검토하겠다고 답변

- 수입가능 평균단가에 대해서는 시장가격보다 10% 낮은 수준을 요구

○ 개성공단 방문 및 입주업체와 상담 가능 여부 : 필요시 방문 가능

- 개성공단 방문 및 상담 의향에 대해서는 가격과 품질에서 시장성만 확보된다면 방문이 가능하다고 답변

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	Lenta(섬유) (담당: Mr. Dmitry Apetyan)	Unsen(가방) (담당: Ms. Yulia Baranova)	Sortex(의류) (담당: Ms. Rimma)	EuroImpex(섬유) (담당: Mr. Vladimir)	Gretta(의류원단) (담당: Mr. Gyulshat)
개성공단 인지	모름	모름	모름	모름	모름
남북정상 회담	알고있음	부분적으로 인지	부분적으로 인지	부분적으로 인지	거의 인지하지 못함
한국 제품에 대한 인상 (섬유, 의류, 가방)	가격대비 좋은 제품	전반적으로 좋은 품질을 가지고 있음	좋은 이미지를 가짐	좋은 이미지를 가짐	가격대비 좋은 품질을 가지고 있음
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	원산지는 중요하지 않은며, 가격과 품질이 중요	원산지에 DPRK를 표시하는 것은 좋지 않을 것으로 판단	우선은 가격과 품질이 중요 한국에서 품질을 보장한다는 의미가 담겨있어 긍정적으로 생각	원산지에 대한 중요성은 크지 않으며, 중요한 것은 품질과 가격임	북한산이라서 긍정적이지 않을 것으로 보임
수입시 가격 수준	- 시장가격보다 10% 낮게 - 벨로루시산이 2불/Kg이므로, 1.9불/KG(CIF)면 좋겠음	구체적인 조건이 주어질 경우에만 응답 가능	폴리에스터 100% 제품을 예로 들면, $0.8~$3.5/1m (FOB) 정도가 적당하다고 생각	청바지의 경우 $6 정도면 가능할 것임	구체적인 제품을 놓고서만 생각할 수 있음
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	개성공단 입주업체에서 사전에 제시하는 조건에 따라 고려 가능함	필요하다면 방문 가능	필요시 방문의사 있음	필요시 방문 가능	필요시 방문의사 있음

3. 남아공

가. 남아공의 對북한 통상정책

(1) 남아공의 원산지 판정기준

□ 원산지 규정 현황

○ 특혜 원산지 규정(Preferential Rules of Origin)[20]

- 남아공과 무역협정을 체결한 국가들에 대해 적용되는 원산지 규정으로서, 역내 교역품목에 대한 원산지 판정의 기준
- 동 규정은 무역협정 체결국과의 협상에 따라 결정되며, 역내외산 차별을 위해 원산지 판정기준을 까다롭게 규정
- 원산지 판정기준 : 완전 생산기준 및 실질적 변형기준
  - ‣ 완전생산 기준 : 제품 특성상 모든 생산과정이 역내국에서 이루어지는 경우에 적용
    → 주로 농축산물, 광물자원 등이 해당
  - ‣ 실질적변형 기준 : 역내외국에 걸쳐 생산이 이루어지는 경우, 역내국에서 창출된 부가가치의 정도에 따라 원산지를 결정하며 적용되는 부가가치율은 품목에 따라 상이하게 적용

[관련사례]

남아공-Efta FTA(2007. 1월 발효) 원산지 규정에 따르면, 자동차 안전벨트 생산에 사용된 역내산 원부자재의 가격이 최종 생산품 공장도 가격의 50% 이상이어야 역내산으로 인정

○ 일반 원산지 규정(Non-preferential Rules of Origin)

- 남아공과 무역협정을 체결하지 않은 일반 국가(Most Favored Nation : MFN)에 적용되는 원산지 규정
- 동 규정은 남아공 관세법(Customs and Excise Act 1964) 제46조에 명시되어 있으며, 2개국 이상에 걸쳐 생산되는 제품의 원산지 판정 기준을 제시

20) 남북한 모두 남아공과 체결한 무역협정이 없으므로 개성공단 제품은 특혜원산지 규정을 적용 받지 않음. 2007. 10월 현재 남아공으로부터 특혜원산지 규정을 적용받는 경제블럭은 EU, Efta, SADC(남부아프리카개발공동체)

- 원산지 판정기준은 부가가치 기준을 기초로 하고 있으며, 주요 공정기준을 보조적으로 적용

- 동 기준에 따르면, 생산원가의 25% 이상을 투입한 국가를 원산지로 판정하고 생산원가를 통한 판정이 어려운 경우에는 마지막 공정이 이루어진 국가를 원산지로 인정

남아공 일반 원산지 규정 개요

관세법(Customs and Excise Act) 제46조 : Origin of goods

(1) 남아공과 무역협정을 체결하지 않은 국가로부터 수입되는 품목에 대해서는 아래 각 호에 해당되지 않으면 해당국을 원산지로 판정
  (a) 제품 생산원가(원부자재 및 인건비)의 25% 이상이 해당국에서 투입
  (b) 생산원가를 기준으로 판정할 수 없는 경우에는 제품의 마지막 공정이 완료된 국가를 원산지로 판정하고(and 조건),
  (c) 남아공 관계당국[21]이 특정 품목에 대해 지정한 특정 공정이 반드시 해당국에서 완료 되어야 해당국을 원산지로 판정

(2) 남아공 관계당국은 특정 제품에 대해 상기 (1)항에 규정된 생산원가의 비율을 조정

○ 남아공 원산지 판정 기준 평가

- 원산지 판정 시 부가가치율을 최소 25%로 정한 것은 국제적으로 통용되는 기준(부가가치율 35%)보다 다소 완화된 것으로서 긍정적으로 평가

- 보조적으로 사용하고 있는 주요공정 기준의 경우, 최종 공정이 완료된 국가를 원산지로 판정하고 있는데, 최종 공정이 정확히 무엇을 의미하는지 모호

- 관계당국이 생산원가의 비율(부가가치율)을 조정할 수 있도록 하고 특정 공정도 지정할 수 있도록 한 것은 지나친 재량권을 부여한 것으로서 관계당국의 자의적 판단이 개입될 우려가 있음

□ 섬유류에 대한 별도 원산지 규정 여부

○ 원산지 표기법 강화 : 新라벨링 규정 시행

- 남아공 정부는 WTO 섬유쿼터 해제 이후 중국산 섬유제품 수입급증으로 인해 자국 섬유산업에 막대한 피해가 발생하자 산업보호를 위해 섬유제품의 원산지 표기법을 강화한 新라벨링 규정을 시행

21) 관계당국은 남아공 무역구제 기관인 국제통상행정위원회(International Trade Administration Commission; ITAC)

- 동 규정은 지난 2005. 4월에 초안이 발표된 이후, 몇 차례 수정을 거쳐 지난 2006. 12월에 확정되었으며 2007. 4. 14일 부로 시행

남아공 新라벨링 규정 주요 내용

관세법(Customs and Excise Act) 제46조 : Origin of goods

- 수입 원부자재를 사용해 생산된 섬유제품
  - 원산지 표기법 : Made in South Africa from imported materials
- 수입 직물을 침염, 날염 및 가공하여 생산된 직물제품
  - 원산지 표기법 : Dyed(printed or finished) in South Africa from imported fabric
- 대상제품(HS코드 기준) : 42, 43, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65류

(2) 對北 진입장벽 여부

□ 관세적용의 차별 여부

○ 對北 관세차별 없음

- 남아공은 북한에 대해 어떠한 형태의 무역 제재조치도 시행하고 있지 않으므로 북한산 제품에 대한 관세차별은 없음
- 북한은 現남아공 집권여당(African National Congress)의 과거 흑인 민주화 투쟁을 지원한 바 있어, 우리보다 남아공과 정치외교적으로 더욱 밀접한 관계를 유지

  ※ 남아공은 북한을 형제국가(Brother Country)로 지칭할 정도로 親北 성향의 국가
- 남아공은 개도국으로서 GSP(특혜관세) 공여국이 아니므로 북한에 대한 GSP 혜택은 없으며, 북한과의 무역협정도 없으므로 북한산 제품에 대해서는 최혜국관세(MFN Tariff)를 적용

  ※ 현재 남아공은 미국, EU, 스위스, 노르웨이 등으로부터 GSP 혜택를 적용받고 있음.

○ 참고자료 : 남아공의 섬유제품 수입관세 현황

- 남아공은 WTO 가입(1995.1.1) 이후 공산품 관세율을 꾸준히 인하하여 왔으나, 섬유제품에 대해서는 여전히 高관세를 적용하고 있으며, 무관세 비율도 기타 공산품에 비해 상당히 낮은 편

〈남아공의 섬유제품 관세율 현황〉

품목 \ 관세율	양허관세(Final Bound Duties)		실행관세(MFN Applied Duties)	
	평 균	무관세 비율	평 균	무관세 비율
Textile	22.2%	4.0%	18.0%	13.5%
Clothing	45.0%	0%	37.9%	2.6%
Leather, Footwear	20.9%	0%	13.7%	34.6%

주 : 관세율 현황은 2006년 기준
자료 : World Tariff Profiles 2006

□ 對北 수입규제 여부

○ 對北 수입규제 조치 없음

- 남아공은 親北국가이며 북한으로부터의 수입규모도 미미하여 북한산 제품에 대해 시행하고 있는 수입규제 조치는 없음

- 2006년 기준, 남아공의 對北 수입액은 1.33백만 달러에 불과하며 주요 수입품목은 전기기계(HS 85류) 및 일반 기계류(HS 84류)

○ 중국, ASEAN 등 주요 경쟁국에 대한 수입규제 여부

- 對中 섬유제품 수입쿼터 시행

  ‣ 남아공 정부는 중국산 섬유제품의 저가 공세로 인해 남아공 섬유산업에 막대한 피해가 발생하자, 중국산 섬유제품에 대해 수입쿼터제도를 시행하기로 중국 정부와 양해각서 체결('06.8)

  ‣ 이에 따라, 남아공 정부는 2007. 1. 1일부터 2년 동안 중국산 섬유제품 31개 품목군에 대해 수입쿼터제도(물량쿼터)를 시행 중

중국산 섬유제품 수입쿼터 대상품목

관세법(Customs and Excise Act) 제46조 : Origin of goods

■ 대상품목 : 남아공 섬유산업과 직접적인 경쟁관계에 있는 의류제품 위주

- 면(Cotton)류 : HS코드 5208, 5209, 5210류
- 인조스테이플 섬유류 : HS코드 5514류
- 메리야스 편물류 : HS코드 6005, 6006류
- 의류 및 부속품 : HS 코드 6103.4, 6104.3, 6104.5, 6104.6, 6105, 6106, 6107.1, 6108.2, 6111, 6201.9, 6202.1, 6202.9, 6203.1, 6203.3, 6203.4, 6204.3, 6204.4, 6204.5, 6204.6, 6205, 6206, 6211.3(90), 6211.4(90), 6212.1류
- 방직용 섬유 : HS코드 6303류

- 중국 및 ASEAN 국가대상 섬유제품 반덤핑 수입규제 현황

  ‣남아공은 현재 중국산 섬유제품 17개 품목에 대해 반덤핑 관세를 부과 중이며, ASEAN 섬유제품에 대한 반덤핑 조치는 없음

나. 주요 품목별 진출 여건

(1) 시장규모 및 잠재력

□ 남아공 시장규모 : 아프리카 최대 경제대국

○ 남아공은 아프리카 최대의 경제 대국이자, 아프리카 대륙의 경제성장을 주도하고 있는 성장 엔진

※ IMF 연구결과에 따르면 남아공 경제가 1% 성장하면 아프리카 경제가 0.5-0.75% 성장하는 것으로 나타났는데, 이러한 파급효과를 가진 아프리카 국가는 남아공이 유일

- 2006년 기준, 남아공의 국내총생산(GDP)은 2,551억 달러로서 아프리카 53개국 전체 GDP의 약 27%를 점유

※ 국별 비중 : 남아공(26.9%), 알제리(10.7%), 이집트(9.7%), 나이지리아(9.0%), 모로코(6.3%), 튀니지(3.6%)

- 인구 약 4,700만명, 1인당 국민소득 약 5,300 달러로서 충분한 상품 구매력을 보유한 시장 → 특히, 최근 흑인계층 소득 향상에 따라 민간소비 급증 추세

〈남아공 주요 경제지표〉

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
국내총생산(U$억)	1,107	1,654	2,131	2,419	2,551
1인당 국민소득(U$)	2,432	3,595	4,586	5,106	5,318
상품교역액(U$억)	589	775	1,011	1,133	1,261

주 : 국내총생산 및 1인당 국민소득은 경상가격 기준
자료 : IMF WEO Database, WTO Trade Statics, South Africa Revenue Service

□ 남아공 경제의 성장잠재력 : Post-BRICs 유망시장

○ 지난 '93년 인종차별정책(Aphartheid) 철폐 이후 UN의 경제제재 조치가 해제되면서 경제성장 가속화 → 신흥 유망시장으로 부상

- 美 상무부는 이미 '94년도에 세계 신흥시장(BEMs)에 남아공을 포함시킨 바 있으며, 국제기구들도 남아공을 신흥개도국으로 분류

※ 세계 신흥시장 : 한국, 남아공, 중국, 인도네시아, 인도, 남아공, 아르헨티나, 브라질, 폴란드 등

○ 풍부한 지하자원, 흑인계층의 소득향상, 정부의 경제성장 의지, 2010년 월드컵 개최 등 경제성장 잠재력 풍부

- 남아공은 금, 백금, 크롬 등 각종 광물자원 매장량이 풍부한데, 최근 국제 원자재 가격 상승에 따라 외화유입 및 외국인직접투자 증가 → 유동성 증대로 소비 및 투자 확대

- 최근 남아공 흑인 계층의 소득이 급증하면서 남아공 내 민간소비 확대 → 내수시장 확대 및 남아공 경제의 든든한 버팀목 역할

※ 남아공 흑인 중산층 인구는 약 200만 명으로 '94년 흑인정권 출범 당시 거의 전무했던 수준에서 단기간 내에 급증하였으며 현재 매년 50% 이상 증가

- 남아공 정부는 연경제성장율 6% 달성을 위해 사회인프라 확충에 약 600억 달러를 투자하는 남아공형 뉴딜정책으로 불리는 新경제정책을 추진하는 등 경제성장에 매우 적극적

- 2010년 월드컵은 60~70억 달러의 직접적인 경제효과를 창출할 전망이며, 전력·통신·도로 등 사회인프라도 대폭 개선될 것으로 보여 월드컵을 계기로 남아공 경제가 한 단계 도약할 전망

○ 아프리카 핵심시장 및 Post-BRICs 유망시장으로 부상

- 아프리카개발은행(ADB)은 남아공, 알제리, 나이지리아, 이집트로 구성된 SANEs가 향후 아프리카 경제성장을 주도할 것이라고 전망

- 남아공 Stellenbosch 대학의 Martin 박사는 BRICs 이후 성장유망 시장으로 남아공, 아르헨티나, 인도네시아, 나이지리아 등으로 구성된 SAINs를 제시

- 최근 대외경제정책연구원(KIEP)이 남아공과 Goldman Sachs가 발표한 NEXT-11 국가의 성장잠재력을 비교 평가한 결과에서도 남아공의 성장잠재력은 상위권인 것으로 나타남.

♠ 우리나라는 여전히 남아공을 낙후된 아프리카 국가 중 하나로 인식 → 남아공에 대한 인식전환 필요

(2) 주요품목별 수입시장 현황(의류, 가방, 신발)

□ 최근 섬유산업[22] 동향

○ 2003년 이후 경기 침체 지속

22) 섬유(Textile) 및 의류(Clothing)을 모두 포함, Textile(HS코드 50-60, 63류 기준) + Clothing(HS코드 61-62류)

- 섬유제품에 대한 지속적인 수입관세 인하와 중국, 인도 및 동남아산 저가 섬유제품 수입 급증으로 인해 2003년 이후 섬유산업 경기침체 지속

- 섬유산업 경기 침체로 인해 대규모 실업 발생 : 2003년 고용인구 174,404명 → 2006년 고용인구 123,763명으로 3년 동안 50,000여명 이상의 대규모 실업발생

〈남아공 섬유산업 고용인구 추이〉

(단위 : 명)

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
섬유(Textile)	64,731	70,469	61,719	52,971	54,198
의류(Clothing)	122,531	103,935	96,404	76,340	69,538
합 계	187,262	174,404	158,123	129,311	123,736

자료 : 남아공 섬유산업연합회(South African Textile Federation)

- 저가 섬유제품 수입 급증으로 인해 내수시장을 빼앗기면서 섬유제품 매출액도 품목별로는 상이하지만 전반적으로 정체상태

※ 2006년에 의류 매출액이 비교적 큰 폭으로 증가하였으나, 이는 물가상승(2006년 생산자 물가 상승률 7.6%)에 의한 가격 효과로서 실질 생산량 증가는 미미

〈남아공 섬유제품 매출액 추이〉

(단위 : 백만Rand)

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
섬유(Textile)	18,104	17,010	17,539	17,271	16,923
의류(Clothing)	11,872	12,076	12,595	12,716	18,599
합 계	29,976	29,086	30,134	29,987	35,522

주1 : 1$ = 약 6.7Rand
주2 : 경상매출액 기준
자료 : 남아공 섬유연합회(South African Textile Federation)

○ 수입시장 동향 : 중국산 저가 섬유제품 수입 급증

- 2003년 이후 중국산 저가 섬유제품 수입이 급증하면서 수입시장 규모 급격히 증가

- 남아공의 섬유제품 수입액은 2003년 1,091백만 달러 → 2006년 2,105백만 달러로 불과 3년 동안 수입시장 규모 2배 증가

- 특히, 중국산 섬유제품의 수입이 급증하였는데, 2006년 기준, 중국산 섬유제품의 남아공 섬유류 수입시장 점유율은 52.3%

〈중국의 남아공 섬유류 수입시장 점유율 추이〉

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수입액(U$백만)	174.4	327.4	610.6	806.2	1,100.4
점유율(%)	20.7	30.0	38.9	45.7	52.3

자료 : World Trade Atlas

(2) 주요 품목별 수입시장 현황

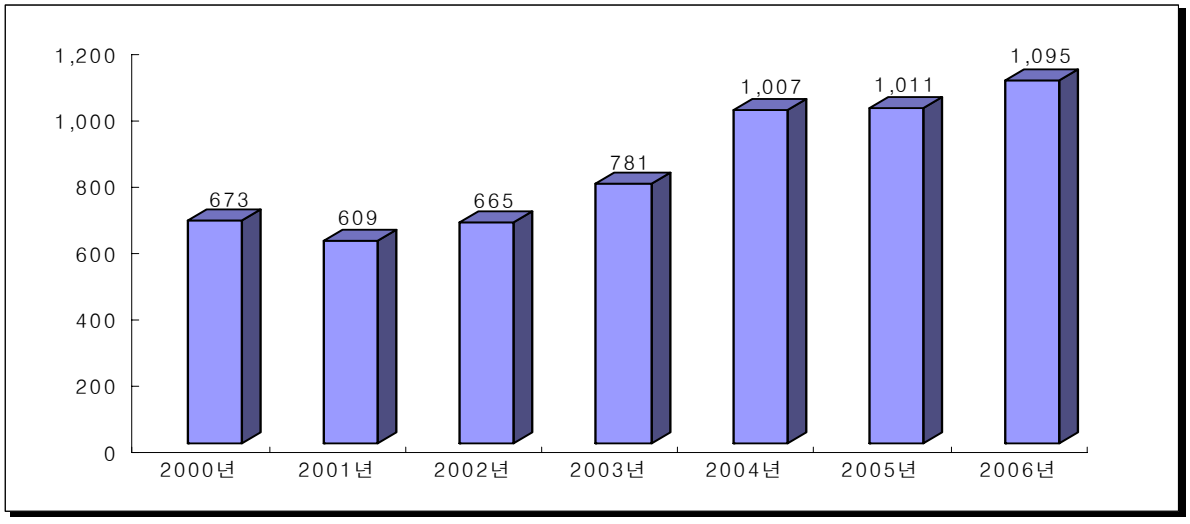
□ 섬유류(Textile, HS 50~60, 63류) 수입시장 현황

○ 2003년 이후 수입시장 규모 증가세 지속

- 2003년 이후 중국산 저가 섬유제품 수입이 증가하면서 수입시장 규모 확대 추세
- 2002년 665백만 달러에 불과하던 남아공 섬유제품 수입액은 2003년 이후 본격적으로 증가하기 시작, 2006년도 수입액은 1,095백만 달러 → 수입시장 규모 65% 증가

〈남아공 섬유류 수입시장 규모〉

(단위 : 백만 달러)



자료 : World Trade Atlas

○ 중국산 섬유제품 수입 급증

- 2002년 0.7억 달러에 불과하던 중국산 섬유제품 수입액은 2003년 이후 급증하기 시작, 2006년도에는 수입액이 3.0억 달러를 초과 → 2002년 대비 수입액 280% 증가
- 2006년 기준, 중국의 남아공 섬유 수입시장 점유율은 28.2%로 점유율 2위인 파키스탄(7.8%)과 상당히 큰 격차를 보이고 있음
- 이처럼 중국산 섬유제품이 남아공 섬유 수입시장을 장악한 원인은 남아공 인구의 약 80%를 차지하고 있는 흑인계층의 경우, 아직 소득 수준이 낮아 저가제품에 대한 수요가 매우 높기 때문

〈중국산 섬유류 수입 추이〉

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수입액(U$백만)	78.9	121.8	191.3	247.8	308.4
점유율(%)	11.9	15.6	19.0	24.5	28.2

자료 : World Trade Atlas

○ 섬유제품 바이어 특징 : 대규모 소수업체에 집중

- 과거 남아공의 섬유제품 바이어는 소규모 다수 업체에 분산되어 있었으나, 최근 들어 소수 대형 업체에서 다량의 제품을 취급
- 중국 제품이 남아공 섬유시장을 장악하면서, 섬유 바이어들도 중국산 제품에 비해 가격 경쟁력을 확보하지 못한 제품 수입에는 상당히 소극적
- 특히, 일부 고가 섬유제품을 제외한 중저가 제품의 경우, 품질 수준이 우수하더라도 중국산 대비 가격 차이가 크면 바이어들이 수입을 꺼림 → 남아공 섬유시장의 저가 추세 심화

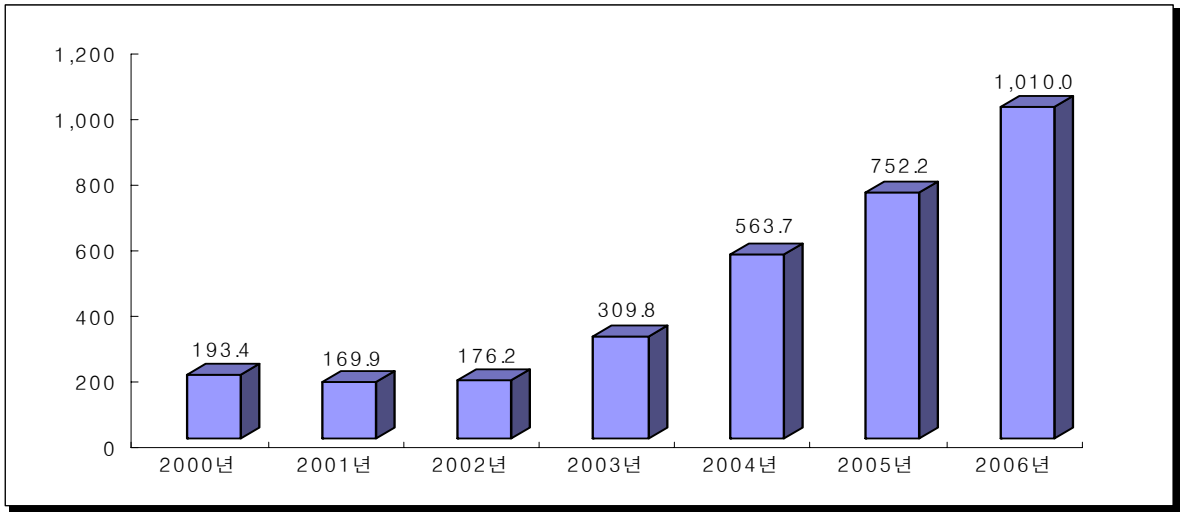
□ 의류(Clothing)[23] 수입시장 현황

○ 의류 수입시장 역시 중국산 의류제품 수입이 급증하면서 수입시장 규모 급증세

- 2002년 1.7억 달러에 불과하던 남아공 의류 수입시장 규모는 2003년부터 중국산 의류제품의 수입이 급증하면서 2006년에는 수입시장 규모가 10.1억 달러까지 확대 → 2002년 대비 6배 가까이 증가

〈남아공 의류 수입시장 규모〉

(단위 : 백만 달러)



자료 : World Trade Atlas

23) HS코드 61, 62류 기준

○ 중국산 의류제품 수입 급증

- 2002년 0.96억 달러 수준이었던 중국산 의류제품 수입액은 2003년부터 급증하기 시작, 2006년에는 7.9억 달러까지 증가 → 4년간 수입증가율 725%
- 이에 따라, 중국산 의류 제품의 수입시장 점유율은 2002년 54.2%에서 2006년에는 78.4%까지 증가하면 사실상 남아공 의류시장을 장악
- 그러나 2007년부터 중국산 섬유 및 의류제품에 대한 수입쿼터제도가 시행되면서 중국산 의류제품의 수입시장 점유율 하락 : 78.4% (2006년) → 66.2%(2007년 상반기)

※ 이는 중국산 섬유/의류제품에 대한 수입쿼터 대상품목의 대부분이 의류제품이기 때문

〈중국산 의류 수입 추이〉

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수입액(백만 달러)	95.5	205.5	419.3	558.4	792.0
점유율(%)	54.2	66.4	74.4	74.2	78.4

자료 : World Trade Atlas

○ 의류제품 바이어 특징 : 대규모 소수업체에 집중

- 과거 남아공의 의류제품 바이어는 소규모 다수 업체에 분산되어 있었으나, 최근에는 Edgars, Woolworth, Ackerman 등 소수 대형 업체에서 다량의 제품을 취급
- 중국 제품이 남아공 의류시장을 장악하면서, 의류 바이어들도 중국산 제품에 비해 가격 경쟁력을 확보하지 못한 제품 수입에는 상당히 소극적
- 특히, 일부 고가 제품을 제외한 중저가 제품의 경우, 품질 수준이 우수하더라도 중국산 대비 가격 차이가 크면 바이어들이 수입을 꺼리고 있음 → 남아공 의류시장의 저가 추세 심화

□ 가방[24] 수입시장 현황

○ 현지 가방 생산량이 미미하여 가방수요는 전적으로 수입에 의존

- 남아공 내 가방류 생산통계가 없어, 정확한 생산량은 파악이 어려우나, 현지 시장조사 결과 남아공에서 생산되는 가방은 타조가죽으로 만들어지는 핸드백 형태의 타조가방(Ostrich Bag)이 대부분
- 타조가방은 Lorenzi社 등 소수 기업에 의해 공급되고 있으며, 일부 여행용 가방이 생산되기는 하나, 생산량은 무시할 수 있을 정도로 미미한 상황

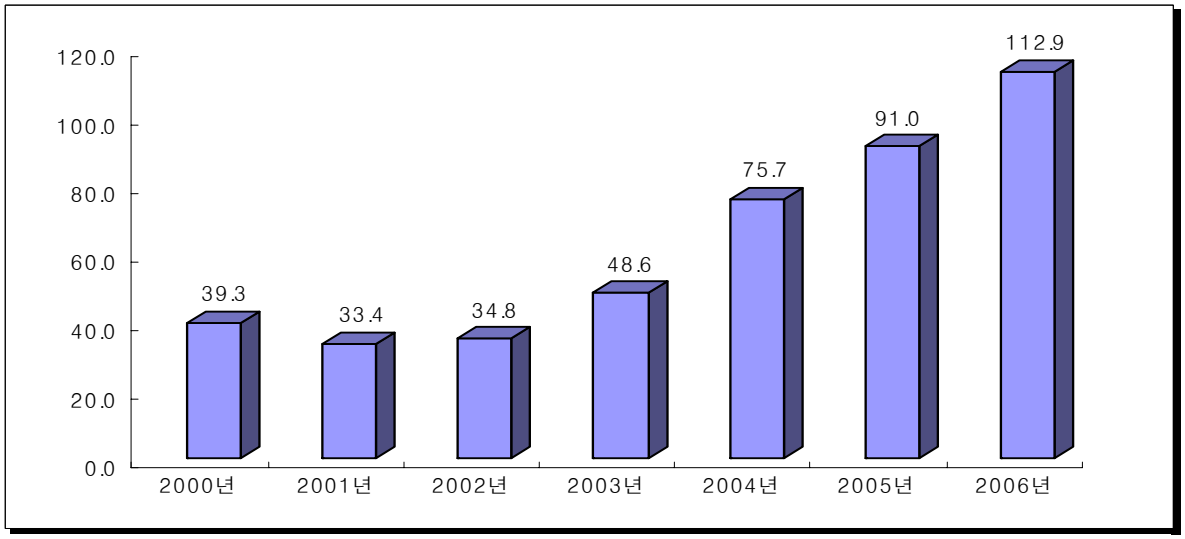
24) HS코드 4202류 기준

○ 수입시장 동향 : 2003년부터 가방 수입규모 급증

- 2003년부터 중국산 가방 수입이 크게 늘어나면서 전체 가방 수입액도 급증
- 2002년 0.34억 달러에 불과하던 가방 수입액은 2003년부터 급증하기 시작, 2006년 수입액 1.2억 달러로 2002년 대비 224% 증가

〈남아공 가방 수입시장 규모〉

(단위 : 백만 달러)



자료 : World Trade Atlas

○ 중국산 가방 수입 급증

- 2003년부터 중국산 가방 수입이 급증하기 시작하면서 중국산 가방이 남아공 가방 수입시장의 거의 대부분을 장악
- 2006년 기준 중국산 가방의 수입시장 점유율은 74%에 달하고 있으며 홍콩까지 포함할 경우, 시장 점유율은 81%
- 중국(홍콩 포함) 이외에 짐바브웨, 인도로부터의 수입도 증가하고 있으나, 시장점유율 측면에서 현격한 격차 존재

※ 주요국 시장점유율 : 중국(73.9%), 홍콩(7.0%), 인도(4.2%), 짐바브웨(2.4%)

〈중국산 가방 수입 추이〉

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
수입액(백만 달러)	20.6	31.3	50.6	65.5	83.4
점유율(%)	59.4	64.3	66.8	72.0	73.9

자료 : World Trade Atlas

○ 가방 바이어 특징 : 거대 수입에이전트가 가방 수입 독점

- 남아공 내 수입 가방은 "Busby"와 "Interbrand"라는 양대 수입 에이전트에 의해 남아공 시장에 유통
- 고가제품은 요하네스버그, 케이프타운, 더반 등 대도시의 브랜드 숍을 통해 유통되고 있으며,
- 저가제품은 "Makro", "Checkers Hyper", "PicknPay" 등과 같은 현지 대형 할인점을 통해 유통되고 있음.

다. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

□ 개성공단 관련 바이어 인터뷰 개요

○ 인터뷰 기간 : 2007. 10. 16(화) ~ 19(금)

○ 인터뷰 대상업체 및 취급 품목

- Zifferelli : 넥타이 및 와이셔츠
- United Colours of Benetton : 의류 일체
- Y.D.E : 의류 일체
- Silver Moon : 의류 및 핸드백
- Vigano : 남성정장

○ 인터뷰 내용

- 개성공단 및 남북정상회담 인지여부
- 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지
- 개성공단 제품이 Made by Korea in DPRK 일 때, 수입가능 여부
- 중국산 등 경쟁국 제품 대비 개성공단 제품의 수입가능 평균 수입단가
- 한국 및 개성공단 방문 및 개성공단 업체와의 상담가능 여부

□ 개성공단 관련 바이어 인터뷰 결과 개요

○ 개성공단 및 한국 섬유제품에 대한 낮은 인지도

- 현지 섬유관련 바이어 접촉결과, 개성공단을 인지하고 있는 바이어는 한명도 없었으며, 남북정상회담 개최사실을 알고 있는 바이어도 전무할 정도로 개성공단 및 남북한 관계에 대한 관심이 매우 저조

- 한국산 섬유제품에 대해서도 대부분의 바이어들이 잘 모른다고 응답하였는데, 이는 2001년 이후 중국, 인도, 동남아산 저가 제품에 밀려 우리나라의 섬유제품 수출이 급감했기 때문으로 분석

  ※ 對남아공 섬유류 수출액 : U$98,941천('99) → U$62,885('01) → U$43,953천('06)
  2001년까지 우리나라는 대만, 유럽 등과 함께 남아공의 주요 섬유제품 수입대상국.

○ 개성공단 제품의 남아공 시장진출 가능성 : 회의적 의견 대다수

- 개성공단 제품의 수입 의향에 대한 질문에 대다수의 바이어들이 제품에 대한 세부정보(품질 및 가격수준 등)가 없는 상태에서는 대답하기 힘들다고 응답

- 향후 개성공단 방문 및 상담 의향에 대해서도 대다수의 바이어들이 별다른 관심을 나타내지 않았음.

- 개성공단 제품의 수입가능 평균 수입단가에 대해서는 대부분의 바이어들이 무응답

- 이처럼 남아공 현지 바이어들이 향후 개성공단 제품에 대한 관심이 낮은 원인은 아직 개성공단에 대한 인지도가 낮기 때문인 것으로 분석

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	Zifferelli	United Colors of Benetton	Y.D.E	Silver Moon	Vigano
개성공단 인지	모름	모름	모름	모름	모름
남북정상 회담	모름	모름	모름	모름	모름
한국 제품에 대한 인상 (섬유, 의류, 가방)	잘 모름	잘 모름	잘 모름	잘 모름	잘 모름
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	아니오	품질 수준을 보고 결정	향후 고려	잘 모름	제품에 대한 상세 정보 필요
수입시 가격 수준	수입단가 공개 불가	중국산 제품과 비교 후 결정 가능	수입단가 공개 불가	수입단가 공개 불가	수입단가 공개 불가
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	아니오	향후 고려	아니오	아니오	예

4. 멕시코

가. 멕시코의 對북한 통상정책

(1) 멕시코의 원산지 판정기준

□ 원산지 규정현황

○ 멕시코는 국제적으로 통용되는 원산지 판정기준을 일반적으로 적용

- 완전생산 기준과 실질적변형기준에 근거하여 원산지를 판단

○ 근거법 : las Normas para la determinación del país de origen de mercancías importadas y las disposiciones para su certificación, en materia de cuotas compensatorias

○ 반면 FTA 체결국과는 품목별 원산지규정 충족을 위한 원자재 비율을 각각 협상하여 위의 원산지규정을 대신해서 우선 적용

- 북한-멕시코 간 체결된 무역협정은 없는 관계로 북한산 제품은 일반적인 원산지 규정을 따름

□ 섬유류(섬유, 의류, 신발, 가방)에 대한 별도원산지 규정

○ 멕시코는 섬유류 제품에 대한 원산지 규정을 별도로 운영하지 않음

○ 하지만 우리나라를 비롯한 아시아 15개국 및 WTO 비회원국의 신발 및 섬유류에 대해서 통상적인 원산지증명서 이외에 멕시코정부가 정한 방식 및 양식에 의한 원산지증명서 제출을 의무화

- 중국산 저가품의 범람으로 인한 멕시코 산업에 대한 피해를 막기 위한 일환으로 실시

- 신발·섬유 등이 홍콩·대만 등 주변 아시아국 제품으로 원산지가 위조되어 반입되는 사례가 발생하자 이를 막기 위한 조치

국가별 원산지증명서 제출 요령

○ 한국 등 아시아 15개 국가
- 일반품목 : 원산지설명서 제출, 한국은 종전 대한상의의 원산지증명서로 가능
- 고시품목 : 원산지증명서 발급기관 멕시코 정부에 통보 → 첨부 1의 원산지 증명서 작성 → 원산지증명서 발급
- 15개 국가 : 방글라데시, 키프로스, 한국, 필리핀, 홍콩, 인도, 인도네시아, 마카오, 말레이지아, 파키스탄, 싱가폴, 스리랑카, 태국, 중국, 대만

○ WTO 비회원국
- 일반품목: 원산지설명서로 가함
- 고시품목 : 원산지증명서 발급기관 멕시코정부에 통보 → 첨부 1의 원산지증명서 작성 → 민간검사(SGS)기관 검증 → 원산지증명서 발급 → 관할지역 멕시코 공관 확인

○ 기타 국가
- 일반품목: 원산지설명서로 가함
- 첨부2 고시품목: 첨부 3의 원산지증명서 작성 - 발급

※ 고시품목(첨부 1의 원산지 증명서 양식을 제출해야하는 품목)
- 신발 (HS Code 64류 등)
- 직물 (HS Code 30, 52, 53, 54, 55, 58, 59류 등)
- 의류 (HS Code 61, 62, 63류 등)

※ 첨부 1: 원산지 증명서 기재 내용
① 수출자 정보 ② 생산자 정보 ③ 수입자 정보 ④ HS Code (여섯 자리)
⑤ 제품 상세 설명(제품 정의, 수량 등)
⑥ 수입증명서 번호 (세금계산서 등 구입 입증서류)
⑦ 원산지변형 기준등급 표기 (A~F, 멕시코 원산지규정 분류에 따름)
⑧ 원산지 국가명 표기
⑨ 서류 기재자의 서류내용 사실여부 서약
⑩ 수입자의 서류내용 사실여부 서약
⑪ 수출지역 관련기관의 서류 사실여부 증명 서약

(2) 對북한 진입장벽 여부

□ 한국산과 북한산의 차별대우 여부

○ 멕시코는 북한에 대해 별도의 차별관세를 적용하지 않고 있음

- 멕시코는 수입관세율을 NAFTA 등 멕시코가 체결한 12개 FTA 조약 해당국가에 대한 특혜관세와 조약을 체결하지 않은 국가에 대한 일반관세 두 가지를 적용

〈멕시코 국가별 FTA 체결 현황〉

협정명	대상국가	발효일
NAFTA	미국, 캐나다	1994.1.1
G3	콜롬비아 (베네수엘라,'06.11 탈퇴)	1995.1.1
멕시코-코스타리카 FTA	코스타리카	1995.1.1
멕시코-볼리비아 FTA	볼리비아	1995.1.1
멕시코-니카라과 FTA	니카라과	1998.7.1
멕시코-칠레 FTA	칠레	1999.8.1
멕시코-유럽연합 FTA	독일, 오스트리아, 벨기에,키프로스, 덴마크, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 그리스, 네덜란드, 헝가리, 아일랜드, 이탈리아, 레토니아, 리투아니아, 룩셈부르그, 몰타, 폴란드, 포르투갈, 체코, 영국 ,스웨덴	2000.7.1
멕시코-이스라엘 FTA	이스라엘	2000.7.1
TN FTA	엘살바도르, 과테말라, 온두라스	2001.3.15(엘살바도르) 2001.6.1(온두라스)
AELC FTA	아이슬란드, 노르웨이, 리히텐슈타인, 스위스	2001.7.1
멕시코-우루과이 FTA	우루과이	2004.7.15
멕시코-일본 FTA	일본	2005.4.1

자료 : 멕시코 경제부

- 또한, 멕시코는 중남미 6개국[25]과 경제 보완협정(ACE: Acuerdos de complementación económica) 를 체결하고 있음

○ 북한에 대한 쿼터 적용 현황 : 없음

- 멕시코에서 對북한 수입쿼터 적용사례는 없으며, 전 세계 모든 국가에 적용하는 옥수수, 콩 등 일부 품목의 경우에 북한도 포함

25) 브라질(1980년), 파라과이(2000년), 우루과이(2002년), 아르헨티나(1980년), 남미 시장 공동체(Mercosur, 2001년), 칠레(1992년)

〈멕시코 수입쿼터 내역〉

No	품목명	대상국	단위	쿼터량	HS Code
1	스포츠, 레크레이션 관련 제품	전 국가	USD	29,571,345	9501 ~ 9506 류
2	귀리 (재배용제외)	전 국가	Kg	140,000,000	1004.00.99
3	밀랍	전 국가	Kg	250,000	1521.10.01
4	옥수수 (재배용 제외)	전 국가	Kg	1,300,000,000	1005.90.03 1005.90.04
5	맥아	전 국가	Kg	400,000	1107.10.01 1107.20.01
6	콩	전 국가	Kg	700,000,000	2304.00.01.
7	자동차 (자동차산업경쟁력강화계획 필요량)	전 국가	대	231,986	8702, 8703, 8704류

자료 : 멕시코 경제부

○ 또한, 멕시코의 수입규제제도는 반덤핑관세를 중심으로 운영되고 있으나 북한제품에 적용되고 있는 부분은 없음

- 2005년 반덤핑 관세 국가별 통계를 보면 총 71건 중 26건이 중국산으로, 가장 높은 비율을 차지

○ 반덤핑규제에 적용받고 있는 아시아 국가로는 중국을 비롯해 한국, 대만, 일본, 홍콩, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 파키스탄임

〈2005년 멕시코 對아시아국가 반덤핑 관세 적용 현황〉

순위	국가명	조사대상건	조사대상건수 비중	반덤핑관세 적용 건수	전체 대비 적용건수 비율
1	중국	43	16.7%	26	36.62%
2	한국	9	3.38%	2	2.82%
3	대만	6	2.26%	2	2.82%
4	일본	3	1.13%	1	1.41%
5	홍콩	2	0.75%	1	1.41%
6	인도	2	0.75%	0	0%
7	인도네시아	2	0.75%	1	1.41%
8	말레이시아	1	0.38%	0	0%
9	파키스탄	1	0.38%	0	0%
-	전 체	266	100%	71	100%

자료 : 멕시코경제부 통상조치팀 2005년 보고서(Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales Informe de Labores 2005)

나. 주요 품목별 진출 여건

(1) 시장규모 및 잠재력

□ 멕시코의 시장규모 : 중남미지역 최대 시장

○ 2006년 멕시코의 GDP는 8,400억 달러로 전년 대비 4.8% 성장

○ 1인당 국민소득은 매년 크게 증가하여 2006년 도 기준으로 7,925 달러이며, 최근 중산층의 증가로 내수 소비지출이 증가하는 추세

- 하지만 지역별 9,700 달러에서 1,900 달러까지 소득 격차 현격
- 부유층들은 매우 사치스러운 생활을 영위하면서 고가 수입품을 사용하고 있으나 대부분의 국민들은 값싼 제품을 선호

〈멕시코 주요 경제지표 2004~2006〉

구 분	2004	2005	2006
GDP(억$)	6,300	7,687	8,400
실질GDP성장율(%)	4.2	3.0	4.8
1인당 GDP($)	5,696	7,297	7,925
인구(백만명)	105.6	106.4	107.5
물가상승률(%)	5.2	3.3	4.05
상품수입(억$)	254	315	369

자료 : 멕시코중앙은행(Banco de México), 통계청(INEGI)

○ 멕시코 제조업은 외국기업이 설립한 마킬라도라(보세임가공업) 중심으로 되어있어, 공산품의 상당부분을 수입에 의존하고 있는 구조로 자국 소비재 생산비중은 낮은 편

- 최근 소비재의 수입규모는 증가세를 나타내고 있으며 2006년 소비재 상품 수입규모는 전년대비 17% 증가한 369억 달러를 기록

(2) 주요품목별 수입시장 현황(의류, 가방, 신발)

□ 의류(HS 61, 62류) 수입시장 현황

○ 섬유 및 의류는 전통적으로 멕시코가 강점을 보이던 산업이었으나 중국 및 아시아산 제품의 수입이 급증하면서 멕시코 국내 산업은 쇠퇴하고 있는 추세

- 멕시코의 섬유산업은 국내시장의 80%를 상실하고 200개의 회사가 사라지는 등 사양길을 걷고 있는 상황

- 멕시코 섬유협회(CANAINTEX)에 따르면 현재 국내 섬유시장은 중국산이 64%, 다른 수입산이 20%를 점유하고 있어 향후 노동집약적 제품의 경우 아시아산 제품에 멕시코를 점령할 것으로 전망[26]

○ 멕시코 의류(HS 61, 62류) 수입시장 규모는 23.4억 달러로 조사대상 6개국 중 가장 규모가 큼

- 미국산이 37.1%로 점유율 1위, 홍콩산이 9.2%로 그 뒤를 잇고 있으며, 한국산은 2.6%에 불과하며, 북한산은 전무

〈중국 의류(61,62류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 61류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	미국	795.9	637.4	575.3	62.44	53.98	46.55
2	홍콩	59.0	58.9	78.2	4.63	4.99	6.33
3	콜럼비아	34.8	44.2	62.1	2.73	3.74	5.02
4	인디아	25.6	29.9	39.0	2.01	2.53	3.15
5	한국	34.5	30.2	35.8	2.71	2.56	2.9
61	북한	4.4	1.6	0.2	0.34	0.14	0.02
	총계	1,274.6	1,180.8	1,235.9	100	100	100

HS 62류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물 외)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	미국	540.6	427.4	297.6	46.87	37.76	26.75
2	홍콩	79.9	103.3	140.0	6.93	9.13	12.58
3	스페인	63.9	66.6	66.7	5.54	5.88	5.99
4	콜롬비아	39.8	46.9	64.4	3.45	4.15	5.79
5	인디아	37.6	47.4	58.1	3.26	4.19	5.22
12	한국	28.7	28.9	27.6	2.49	2.55	2.48
	총계	1,153.5	1,131.8	1,112.8	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

□ 개성공단 제품의 멕시코 의류시장 진입 전망

○ 멕시코 의류시장 규모는 2004년 소매판매 기준으로 106억 불 규모인 것으로 추정되며 꾸준한 성장을 기록

26) 멕시코 섬유산업은 NAFTA 체결로 미국시장 수출증가로 한때 최고의 시대를 구가했으나 중국의 등장으로 쇠퇴하기 시작. 2년 전만 해도 미국시장에서 1위의 공급량을 자랑하였으나 현재는 3위로 밀려남

- 멕시코의 소비성향을 보면, 전체 소비 중 의류 및 신발에 대한 소비 비중은 2005년 기준 2.57% 정도

- 멕시코는 암거래 시장 규모가 비정상적으로 거대한데 2004년 그 규모는 220억 달러 정도인 것으로 추정

〈멕시코 소매 판매기준 의류시장 규모〉

(단위 : 백만 달러)

구 분	2002	2003	2004
소매점 의류 판매규모	8,723	10,099	10,618

자료 : Euromonitor

○ 멕시코 의류(HS 61, 62류) 수입시장에서 중국산 제품이 10위권 밖으로 나타나고 있는 이유는 2007년 12월 11일까지 동 품목에 적용되는 533%의 반덤핑관세에서 기인

- 하지만 CANAINTEX(멕시코섬유상공회의소), CNIV(멕시코의류상공회의소)는 사실상 많은 중국제품이 원산지 조작으로 다른 국가제품으로 수입되고 있다고 주장

○ 시장에 유통되는 중국산제품은 공식통계보다 훨씬 큰 것으로 판단되며, 반덤핑관세 적용이 해제되는 2008년 이후에는 중국산이 급격한 속도로 시장을 점령할 전망

○ 가격경쟁을 통한 동 시장 진출은 불가능 할 전망으로, 기존 거래선을 통한 품질위주의 진출 전략이 필요

□ 가방(HS 4202류) 수입시장 현황

○ 가방(HS 4202류) 수입시장 중국산이 사실상 점령

- 2006년 중국산 수입액은 2.04억 달러로 전체의 65.61%에 달함

- 미국, 스페인, 이탈리아, 프랑스 등은 각각 11.81%, 5.07%, 3.65%, 3.58%로 뒤를 잇고 있음

- 한국산에 대한 수입액은 1.3백만 달러로 0.41%에 불과하며, 북한산에 대한 수입은 전무

○ 멕시코 가방시장의 경우 대규모 소수업체에 집중되어 있으며, 한국산은 가격경쟁력이 중국산에 비해 현저하게 떨어져 한국에서 제조된 제품은 시장진입이 힘듬

- 현재 멕시코에 수출하고 있는 한국업체의 경우도 중국에서 제조해서 멕시코의 전국적인 유통망을 가진 유통체인(Wal-Mart, Soriana, Marti 등)에 납품

〈중국 가방(4202류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 4202류 - 신발							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	148.6	174.7	204.3	63.1	66.12	65.61
2	미국	40.1	36.5	36.8	17.04	13.81	11.81
3	스페인	6.7	9.2	15.8	2.83	3.48	5.07
4	이탈리아	6.3	8.3	11.4	2.68	3.13	3.65
5	프랑스	9.8	9.7	11.1	4.15	3.68	3.58
14	한국	1.9	1.1	1.3	0.8	0.43	0.41
	총계	235.5	264.3	311.3	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

□ 신발(HS 64류) 수입시장 현황

○ 멕시코의 신발(HS 64류) 수입시장 규모는 4.8억 달러로 베트남산이 35.51%의 시장점유율로 1위를 차지

- 브라질, 중국, 스페인이 각각 11.55%, 11.46%, 7.18%의 점유율로 뒤를 잇고 있음

- 한국산에 대한 수입은 2.6백만 달러로 점유율 0.53%에 불과

〈중국 신발(64류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 64류 - 신발							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	베트남	89.5	137.9	170.9	22.87	32.94	35.51
2	브라질	77.4	71.8	55.6	19.76	17.14	11.55
3	중국	34.1	41.6	55.1	8.7	9.93	11.46
4	스페인	34.8	27.9	34.5	8.89	6.67	7.18
5	인도네시아	30.8	26.7	31.1	7.87	6.38	6.47
25	한국	7.7	4.4	2.6	1.97	1.05	0.53
	총계	391.5	418.6	481.3	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

○ 멕시코 통계청 집계에 1999년 이후 국내 가방생산 통계가 전혀 나오고 있지 않은 것으로 미루어 가방제품은 전량 수입에 의존하고 있는 것으로 판단

○ 멕시코 가방 수입시장은 베트남, 브라질, 중국, 인도네시아 등에서 수입되는 저가품 위주의 시장으로 형성

○ 개성공단 제품은 중고가 시장 혹은 유명 유통매장을 겨냥한 진출 전략이 필요

다. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

□ 바이어 인터뷰 결과 개요

○ 개성공단 및 남북정상회담에 대한 인지도 : 낮음

- 5개사 중 어떤 회사도 개성공단에 대해 알지 못하고 있으며 3개사만이 남북정상회담에 대해 알고 있어 남북관계에 대한 전반적인 인식이 낮은 것으로 나타남

○ 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지 : 긍정적

- 한국제품에 대한 인식은 품질에는 대체적으로 만족하는 반면 가격은 중국 등 아시아산 제품에 비해 높다는 인식이 일반적

○ 개성공단 제품의 중국 시장 진출 가능성 : 긍정적

- 품질과 가격경쟁력을 갖춘 제품이라면 수입에 큰 문제가 없다는 의견을 보였으며 북한산 제품에 대한 수입규제를 걸림돌로 의식
- 수입가능 가격과 관련한 질문에는 현재 시장의 중국제품 정도면 가능할 것이라는 답변이 많음

○ 개성공단 방문 및 입주업체와 상담 가능 여부 : 필요시 방문 가능

- 개성공단 제품이 경쟁력을 가지고 있을 경우 방문이 가능하다는 응답과 아무 거래가 없는 현재 상태로는 방문할 이유가 없다는 답변이 비슷하게 나타남
- 개성공단 방문 역시 여타의 거래처럼 경제적인 이유로 필요한 경우 방문할 수 있으며 정치적인 이유로 방문이 꺼려지는 것은 아닌 것으로 분석

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	S사 Y씨	S사 E씨	D사	E사	ES사
개성공단 인지	모름	모름	모름	모름	모름
남북정상 회담	알고 있음	알고 있음	알고있음	모름	모름
한국 제품에 대한 인상 (섬유, 의류, 가방)	한국 가방의 품질은 좋지만 다른 아시아지역 제품보다 가격이 비쌈	가격은 높은 편이나 품질은 좋음. 브랜드인지도가 낮아 가격경쟁력으로 승부해야 함	현재 거래하는 한국업체는 품질, 가격, 배송 등 모든 조건을 만족시키고 있음	품질이 뛰어나고 시장에서 경쟁력이 있으나, 다른 아시아산 제품에 비해 비싼 것이 흠.	품질에 비해 미국산보다 가격이 저렴해 경쟁력을 가지고 있어 현재 구매중임
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	가격이 맞지 않는 한 그다지 수입할 매력이 없음.	구입의사 없음	품질이 현재 구매하는 한국산 제품에 맞고 가격경쟁력이 있는 경우 구매 가능.	가격경쟁력이 있다면 원산지에 상관없이 구매가 가능함.	개성공단 제품이 통관, 수입규제가 없고 가격경쟁력이 확보될 경우 구매를 고려할 수 있음.
수입시 가격 수준	중국산 가격수준이라면 구매 가능. 수입단가 무응답.	중국산 수준의 가격일 경우 수입고려.	중국산 가격수준이라면 구입 가능. 수입단가는 무응답	중국산 제품만큼 가격이 따라준다면 구매 가능. 수입단가는 무응답.	품질이 따라준다면 가격에 큰 구애받지 않고 구매가 가능함. 수입단가는 무응답
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	현재로써는 방문필요를 못 느낌.	현재로써는 방문 필요를 못 느낌.	방문의향 있음.	방문할 의향은 없으나 가격경쟁력이 있는 제품이 있을 경우 거래할 의향은 있음.	개성공단에 자사가 원하는 제품이 있고 방문지원 인센티브가 있을 경우 방문 가능의사 표명.

5. 사우디아라비아

가. 사우디의 대북한 통상정책

(1) 원산지 판정기준

□ 원산지 규정현황

○ 일반원산지 규정

- 사우디가 독자적으로 보유한 원산지 규정은 없으며, WTO의 원산지규정에 관한 협정(Agreement on rules of Origin)을 준용[27]
- WTO 원산지규정협정은 현재 비특혜 원산지에 관한 일반적인 규정만이 제정되어 있고, 사우디도 이를 준용[28]
- 사우디는 현재 걸프협력회의(Gulf Cooperation Council) 차원에서의 원산지규정을 준비하고 있으며, 동 규정에는 비특혜 원산지 규정 및 특혜원산지 규정이 모두 포함될 전망
- GCC도 현재 원산지규정을 보유하고 있지 않으며, GCC 회원 6개국(사우디, UAE, 카타르, 쿠웨이트, 오만, 바레인)이 모두 가입하고 있는 WTO의 원산지규정협정을 사용

○ GAFTA(범아랍자유무역지대)[29]의 원산지 규정

- GAFTA 회원국 제품의 경우 GAFTA 원산지 규정[30]을 적용
- 역내 무관세 적용되는 아랍제품으로 인정받기 위한 조건으로 최종적 가치(final Value)의 40%가 아랍국가에서 이루어져야 함
- 단, 조립품의 경우는 동 비율을 20%로 완화

□ 원산지 판정기준

○ 사우디는 원산지 판정기준으로 WTO 원산지규정 협정에 인정된 바와 같이 실질적 변형기준을 적용

27) 사우디는 비특혜원산지규정이 없음을 WTO에 공식통보하였고, 특혜원산지규정에 대해서는 통보하지 않은 상태

28) WTO의 비특혜원산지에 관한 일반적인 규정의 적용범위는 GATT제1조1항의 최혜국원칙이 적용되지 않는 특혜관세제도를 제외한 일반적인 교역에 있어서 상품의 원산지국가를 결정하는 것으로 그 범위가 한정

29) GAFTA는 아랍연맹 소속 22개국 중 사우디을 포함 17개국이 역내 교역 및 발전 촉진을 위해 1997년 2월 17일 협정문에 서명함으로써 1998년 1월 1일부터 공식 발효

30) GAFTA 협정문 제9조

- 실질적 변형의 발생여부를 판단하는 주된 기준은 稅番변경기준이며, 보조적으로 부가가치 기준과 주요 공정기준을 사용

○ 상품수입통관 시 수출국 정부 또는 상공회의소 등 권한 있는 기관이 발행한 원산지 증명서를 첨부

□ 섬유류(섬유, 의류, 신발, 가방)에 대한 별도 원산지 규정

○ 1996년부터 사우디로 수입되는 모든 고급섬유제품(Expensive textile products) 자체에 대해 지워지지 않는 인쇄 또는 스탬프로 원산지 표기를 의무화

- "고급(Expensive)" 여부의 판단은 품질, 브랜드명, 소재, 디자인 및 다른 직물과 비교한 가격과 같은 요소의 분석을 통해 결정

- 이와 같은 규정을 시행하는 이유는 종이(label) 스티커에 표기된 원산지 규정에 대한 오해로부터 소비자들을 보호하기 위함

나. 對북한 진입장벽 여부

□ 관세적용의 차별여부 : 없음

○ 관세는 국정세율(기본세율)을 적용하며, GSP 혜택을 부여치 아니함

□ 대북 수입규제여부

○ 특별한 수입규제사항 없음

2. 주요품목별 진출여권 (섬유, 의류, 가방)

가. 시장규모 및 잠재력

□ 사우디의 시장규모 : 걸프지역 최대 시장

○ 고공행진을 지속하는 고유가로 인해 지속적인 성장세를 유지

- 사우디는 걸프지역 최대 시장으로 GDP는 연간 3,519억 달러, 소비지출 규모는 800억 달러의 규모를 보임

- 1인당 GDP도 매년 크게 증가하여 2006년도 기준으로 14,893달러를 기록한 것으로 추정

〈사우디 경제성장률 현황 및 전망〉

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007주)
실질GDP성장률(%)	0.5	0.1	7.7	5.3	6.5	4.3	4.0

주 : 2007년은 전망치
자료 : EIU, SAMA

○ 연평균 인구증가율은 2~3%로 매우 높은 증가율을 기록하고 있으며, 2030년에는 4,000만 명을 초과할 것으로 전망

- 순수 사우디인의 연평균 인구증가율은 2.9%, 인구의 70%이상이 소비성향이 강한 30세 이하에 분포

○ 석유와 관련사업 외에 자체 제조시설이 미약하여 공산품의 대부분을 수입에 의존하고 있는 시장구조

- 최근 들어 수입규모도 두 자리 수 이상의 증가세를 나타내 2006년 상품수입규모는 전년대비 12% 늘어난 668억 달러에 달함

○ 인구 및 소득의 증가에 따른 소비지출 규모도 크게 늘어 2006년도에 800억 달러에 달함

〈사우디아라비아 주요경제지표〉

구 분	2002	2003	2004	2005	2006(추정)
GDP(십억$)	188.6	214.6	250.4	309.5	351.9
실질GDP성장율(%)	0.12	7.66	5.28	6.55	5.95
1인당 GDP($)	8,794	9,762	11,111	13,411	14,893
인구(백만명)	21.44	21.98	22.53	23.08	23.63
물가상승율(%)	0.2	0.6	0.3	0.4	2.3
소비지출(십억$)	n.a.	70.75	70.77	74.83	79.94
상품수입(십억$)	32.33	36.97	44.80	59.49	66.81

자료 : 사우디경제기획부,

○ 소비자 계층이 다양하여 고가품, 저가품 시장이 함께 존재하며 각각 수요 기반을 달리함

- 중류층 이상 사우디 인들은 고급 브랜드의 제품을 선호하는 반면, 전 인구의 1/3 이상인 외국인 노동자와 사우디 저소득층은 저가품을 선호

○ 이러한 현상은 사치품, 전자제품 등 일반상품뿐 아니라 기계, 공구 및 각종 산업용 자재에까지 확산되고 있는 추세

(2) 주요품목별 시장 현황

□ 섬유 및 의류 시장 현황

○ 사우디의 의류용 섬유직물시장 규모는 비교적 큰 편으로 2005년 기준으로 7.3억 달러 수준이며, 수입제품이 78%를 차지[31)]

- 가파른 인구증가와 함께 의류수요 증가에 따른 섬유직물 수요도 증가추세에 있어 잠재력이 풍부

〈사우디아라비아 의류용 섬유직물 수요동향〉

(단위 : 천 달러, %)

구 분	2003	2004	2005	증감율(%)
①생산	124,000	135,000	152,000	12.59
②수출	38,667	78,933	129,067	63.51
③수입	625,333	604,533	711,733	17.73
수요(①+③-②)	710,666	660,600	734,666	11.12

자료 : 사우디경제기획부

○ 사우디 의류시장규모는 2006년 기준으로 70억 달러에 달한 것으로 추정되며, 증가추세는 인구증가율을 약간 상회하는 연평균 3~4%로 추정

- 사우디 의류시장 규모는 인구증가율과 비슷한 수준으로 매년 3-4% 증가할 것으로 전망됨에 따라 시장잠재력 또한 풍부할 것으로 전망

○ 소득증가에 비해 의류 및 신발에 대한 소비지출이 크게 증가하지 않는 것은 사우디 의류시장에서의 가격경쟁이 치열하여 고품질 중저가 제품이 시장을 지배하고 있기 때문인 것으로 분석

〈사우디아라비아 의류·신발 수요동향〉

(단위 : 백만 달러)

구 분	1990	2000	2003	2006(추정)
의류	3,381	5,539	6,072	7,000
신발	752	1,184	1,165	1,280
계	4,133	6,723	7,237	8,280

자료 : Euromonitor
주 : 2006년 통계는 추정치

31) 수입 중 약 20%정도가 인근국가로 재수출되고 있음

〈사우디아라비아 의류·신발 1인당 연간 소비지출 동향〉

구 분	1990	2000	2003	2006(추정)
의류(US$/년)	228.6	266.3	264.7	280.0
신발(US$/년)	50.8	56.9	50.7	51.2
계	279.4	323.2	315.4	331.2

자료 : Euromonitor
주 : 2006년 통계는 무역관 추정치

○ 1인당 의류 및 신발의 소비지출 규모는 크게 변화가 없음

- 1인당 GDP가 적정 수준으로 향상되어 의류신발에 대한 지출이 확대되지 않는 것으로 판단
- 1인당 소비지출규모는 매년 비슷하거나 소폭 증가하는 추세를 보이고 있어, 향후에도 이러한 추세는 지속될 전망

□ 섬유 및 의류 바이어 특징

○ 사우디의 섬유직물 시장규모에 비해 바이어들의 대부분은 중소형 바이어로 다수업체에 분산

- 대형바이어는 대부분 두바이에 근거를 두고 중계무역을 통해 사우디 중소형 바이어와 거래관계를 형성하고 있으며, 이들이 취급하는 품목은 중국산 등 저가품목 위주
- 이태리, 일본산 등 고급섬유 취급 바이어는 처리물량이 적은 편이나 두바이를 통하지 않고 수출업자와 직접 거래하는 형태

○ 의류 바이어는 소수의 대형바이어와 다수의 중소형 바이어로 구분되며, 대형바이어는 중국산 등 저가제품을 다량 공급

- 반면, 이태리산 의류 등 고급의류를 취급하는 바이어는 브랜드별로 다수의 업체가 분산
- 전국적인 매장을 보유하고 있는 유통업체들은 전문 바이어를 통하지 않고 직접 수입하는 경우가 대부분

□ 가방 시장 현황

○ 사우디아라비아 가방시장의 연간 규모는 2005년 기준 1.3억 달러수준으로 전년대비 31%의 높은 증가세를 보임

〈사우디아라비아 가방 수요 동향〉

(단위 : 백만 달러 /%)

구 분	2003	2004	2005	증가율
시장수요(백만$)	90.0	103.0	135.0	31.1
수입액(백만$)	80.1	92.1	122.1	32.6

자료 : 사우디 경제기획부

○ 가방에 대한 수요는 소득수준 증가에 비례하여 증가

- 소득수준 증가에 따라 소비자들이 구매를 확대하는 행태를 나타내고 있는 것으로 분석

○ 가방만을 전문적으로 취급하는 바이어는 소수에 불과하며, 이들은 대부분 중국산을 취급

- 대부분 바이어들은 가방뿐만 아니라 신변잡화류를 동시에 취급하고 있으며, 리야드와 제다에 주로 소재

- 프랑스, 이태리 등 유럽산 유명 브랜드제품의 경우 소수의 바이어(독점 Agent)가 수입하여 전국 주요지역으로 유통

다. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

○ 개성공단 및 남북정상회담에 대한 인지도 : 낮음

- 개성공단에 대해서는 5개 업체 모두 인지하지 못하고 있으나, 남북정상회담에 대해서는 뉴스를 통해 인지

○ 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지 : 높음

- 5개 업체 모두 한국산 제품이 우수하다고 평가

○ 개성공단 제품의 중국 시장 진출 가능성 : 긍정적 의견이 다수

- 개성공단 제품의 수입의향에 대한 질문에 대해서는 4개 업체가 수입의사가 있다고 밝힘

- 수입가능 평균단가에 대해서는 품질과 브랜드 인지도가 있을 경우는 중국산보다 높은 가격, 그렇지 않은 경우는 중국제품보다 낮거나 비슷한 가격이어야 한다고 답변

○ 개성공단 방문 및 입주업체와 상담 가능 여부 : 필요시 방문 가능

- 사전 검토 후 가능성이 있으면 방문상담 가능하다고 답변

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	A사(섬유)	T사(섬유)	S사(의류)	K사(의류)	A사(가방, 잡화류)
개성공단 인지	모름	모름	모름	모름	모름
남북정상 회담	알고 있음	알고 있음	알고 있음	알고 있음	모름
한국 제품에 대한 이미지 (섬유, 의류, 가방)	우수한 편	우수한 편	우수한 편	우수한 편	우수한 편
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	수입가능하나 가격조건이 관건	수입 가능하나 품질뿐 아니라 가격경쟁력이 있어야 함	수입의사 없음 - 이태리산 취급	수입 가능하나 최종 결정은 검토가 필요	수입 검토가 가능하나 중국산, 인도산보다 품질, 가격경쟁력이 우수해야 함
수입시 가격 수준	중국산대비 같은 수준이거나 낮은수준 - 폴리에스터직물의 경우 1롤(38x25yard)당 10$ 내외	최근 중국산 섬유의 품질이 크게 향상되어 중국산보다 높지 않아야 경쟁력이 있음	품질 및 브랜드에 따라 다르겠으나, 브랜드 인지도가 낮고 품질수준이 중국산과 유사할 경우 중국산 또는 그 이하여야 할 것으로 판단	브랜드 인지도가 있는 제품의 경우 중국산보다 약간 높은 수준, 그렇지 않은 경우는 같은 수준 또는 그 이하	제품의 종류에 따라 다르나 일반적으로 중국산이 매우 저가이므로 같거나 약간 높은 수준이라야 수입 가능할 것으로 판단
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	가능	조건이 맞다면 방문 및 상담이 가능하나 샘플, 가격 등 사전 조사 후 결정	희망하지 않음	가능	제품에 대해 사전 검토 후 가능성이 있다고 판단될 경우 최종 결정하기 전에 방문 상담 계획

6. 인도네시아

가. 인도네시아의 對북한 통상정책

(1) 인도네시아의 원산지 판정기준

□ 원산지 규정 현황

○ 인도네시아 관세체계에 따르면 북한산에 대해 일반 관세율이 적용

○ 하지만 2007년 6월 1일부로 한·아세안FTA 상품협정이 발효됨에 따라 한국산 제품에 대해서는 특혜관세를 적용

- 한·아세안FTA 상품협정에 따르면, 원산지 결정기준은 실질적 변형기준을 적용
- 부가가치기준(역내 부가가치 40% 이상)과 세번변경기준(HS 4단위)을 충족시할 것을 기본원칙으로 하되, 예외로 품목별원산지(447개 품목) 규정을 적용
- 역내 산 재료 가격비율이 최종상품 제조에 사용된 재료 가격의 60% 이상이 되어야 하며, 원산지 증명서는 세관에서만 발급하도록 규정 (상공회의소 발급 제외)

○ 아울러 동 협정에서는 100개 품목에 대해 개성공단 생산 제품을 한국산으로 인정하고 있어 특혜관세를 부여할 수 있는 근거가 도입

- 특히 ASEAN이 선택한 빈도수 상위 5개 품목에 개성공단 생산 품목인 품목들(의류, 신발)이 포함

(2) 對북한 진입장벽 여부

□ 관세적용의 차별 여부

○ 인도네시아는 자국이 GSP의 혜택을 받고 있는 국가이므로 타국에 대해 GSP를 적용하고 있지 않으며, 아세안 역내국가와 기타 FTA체결국가에 대한 특혜관세만을 인정

□ 대북 수입규제 여부

○ 인도네시아는 북한과 우호적인 관계에 있으므로 별도의 대북한 수입규제는 없으며, 관세는 기본세율을 적용

나. 주요 품목별 진출 여건

(1) 시장규모 및 잠재력

□ 인도네시아의 시장규모 : 동남아시아 최대시장

○ 인도네시아는 2006년 기준 GDP 3,668억 달러로 동남아시아 최대시장이자, 인구 2.3억 명의 세계 4위 인구 대국

- 총 GDP는 동남아 최대 규모이지만, 1인당 GDP는 2006년 말 기준으로 1,663달러에 불과해 개별 소비수준은 상대적으로 낮은 상황

- 2.3억 명이 받치고 있는 탄탄한 내수 시장이 경제 성장의 기본 바탕이 되고 있으나, 내수 위주의 경제성장은 한계로 지적

○ 97년 외환위기 때 국가경제가 큰 홍역을 치른 후에 아직도 그 여파에서 완전히 벗어나지는 못했지만, 최근 몇 년간 5~6%대의 경제성장을 달성하면서 서서히 예전의 위상을 찾아가는 중

- 최근 유도요노 정권 출범이후 경제 활성화를 위한 다양한 정책이 추진되고, 국제 원자재 가격이 상승하면서 인도네시아 경제의 부활조짐이 보이고 있음

- 2007년 경제성장율도 6% 이상이 예상되고 있어, 동 추세가 지속되면 인도네시아가 동남아 경제의 중요 축으로 부상할 가능성이 높음

○ 97년 외환위기 이후 아직까지 상류층에서는 유명브랜드에 대한 선호는 남아 있으나, 일반적으로는 저가품이 선호되는 시장

〈인도네시아의 주요 경제지표〉

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007*
GDP 성장률 (%)	3.69	4.10	5.13	5.60	5.50	6.0
1인당GDP (U$)	810	1,116	1,207	1,305	1,663	1,762*
총수출 (U$십억)	57.2	61.1	71.6	85.6	100.6	110.0
증감률 (%)	1.6	6.8	17.2	19.5	17.6	12.2
총수입 (U$십억)	31.3	32.6	46.5	57.5	50.2	78.0
증감률 (%)	1.0	4.2	42.6	23.7	-14.5	30.0
인구 (백만 명)	210	210	215	220	225	230
인플레이션율 (%)	10.03	5.06	6.40	17.11	7.0	6.0

자료 : 인니중앙은행, 인니통계청, Data Consult, EIU, WTA 등
주 : * 2007년 1인당 GDP는 2006년 1인당 GDP에 성장률 전망치(6%) 적용한 값

(2) 주요품목별 수입시장 현황(의류, 가방, 신발)

□ 의류(HS 61, 62류) 수입시장 현황

○ 인도네시아는 의류 순수출국으로 자국내 생산이 많아 시장규모 대비 수입액은 크지 않은 상황

- 실제로, 2006년 인도네시아의 의류(HS 61, 62류) 수출은 55.3억 달러로 동기간 수입액의 81배에 달하는 상황

○ 인도네시아 의류 수입시장(HS 61, 62류)은 규모는 크지 않으나, 점진적으로 증가하는 추세

- 2004년 0.28억 달러, 2005년 0.53억 달러에 불과하였던 의류 수입시장(HS 61, 62류) 규모는 2006년 0.68억 달러로 전년대비 29.3% 증가

○ 의류 수입시장(HS 61, 62류)을 주도하고 있는 나라는 중국으로 2006년 38.9%의 비중을 차지하고 있으며, 홍콩산을 합할 경우 53.1%에 달함

○ 2006년 한국산의 수입액은 0.7백만 달러에 불과한 수준

〈인도네시아 의류(61,62류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 61류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	1.9	9.1	11.2	11.08	39.28	37.41
2	홍콩	2.5	3.7	4.6	14.89	16.07	15.26
3	포르투칼	0.0	0.7	2.1	0.04	3.23	7.14
4	터키	0.1	0.7	1.8	0.53	2.86	5.91
5	대만	0.6	0.6	1.0	3.69	2.63	3.33
18	한국	0.2	0.3	0.3	1.28	1.26	0.84
	총계	17.0	23.1	30.0	100	100	100

HS 62류 - 의류/부속품(메리야스, 뜨개질 편물 외)							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	1.3	10.6	15.6	11.78	35.16	40.23
2	홍콩	3.3	5.3	5.2	29.42	17.58	13.48
3	모로코	0.4	1.4	2.5	3.48	4.74	6.57
4	스페인	0.0	1.2	2.1	0	3.82	5.42
5	터키	0.1	1.0	2.1	1.22	3.16	5.33
15	한국	0.1	0.2	0.4	0.75	0.7	0.96
	총계	11.2	30.1	38.8	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

□ 의류 및 섬유 바이어의 특징

○ 인도네시아 의류 바이어들은 한국산 제품의 품질에 대해 호의적

- 하지만 자체적으로 유명브랜드 제품이 OEM으로 많이 생산되고, 일부 제품들이 내수로 저가 유통되고 있어 큰 관심은 없는 편

○ 하지만 인도네시아에서 생산되는 제품들이 미국 대형유통체인에 납품되는 제품들로 구성되어 있어, 재질이나 디자인이 단조롭다 보니 혁신적인 아이템을 선호

- 즉, 가죽과 화섬을 섞거나 금속류와 섬유를 혼합시키는 형식의 혼합재료에 대한 반응이 좋은 편

○ 섬유바이어들의 경우에는 수입섬유에 대해서는 가격보다는 품질에 좀 더 비중을 두는 경향이 있음

□ 가방(HS 4202류) 수입시장 현황

○ 인도네시아는 가방(HS 4202류) 또한 순수출국으로 수입액은 그리 크지 않은 상황

- 2006년 0.78억 달러를 수출한 반면, 수입은 0.37억 달러에 불과

〈인도네시아 가방(4202류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 4202류 - 가방							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	7.8	13.7	19.7	65.27	52.66	53
2	프랑스	0.0	4.2	5.8	0.25	16.33	15.69
3	홍콩	1.5	2.6	3.9	12.99	9.86	10.48
4	싱가폴	1.1	3.0	3.9	9.24	11.52	10.47
5	스페인	0.0	0.6	1.0	0.02	2.14	2.59
16	한국	0.1	0.1	0.0	1.1	0.43	0.09
	총계	11.9	26.0	37.1	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

○ 가방(HS 4202류) 수입시장도 중국산이 주도를 하고 있는 형국으로, 2006년 시장점유율은 53%에 달하고 있으며, 홍콩산의 점유율을 더할 경우 63.5%에 달함

○ 현재 인도네시아 가방 수입시장은 저가제품이 주도하고 있는 상황으로 수입가방의 평균단가는 2.26/Kg에 불과

- 특히, 가방 수입시장을 주도하고 있는 중국산의 경우 1.64/Kg에 불과한 수준으로 가격경쟁을 통한 시장진입은 불가능한 것으로 판단

〈인도네시아 가방(4202류) 수입시장 현황〉

(단위 : US 달러/Kg)

국가	중국	싱가폴	홍콩	말레이시아	프랑스	한국	전체평균
평균단가	1.64	1.69	4.91	1.02	49.13	9.33	2.26

자료 : World Trade Atlas

□ 가방 바이어의 특징

○ 인도네시아 가방 바이어나 소비자들은 품질보다도 색상이나 디자인 등 유행에 더 관심을 보임

○ 특히 유명브랜드와 유사한 디자인에 빠르게 반응하고 있는데, 이는 국민소득수준은 낮은데 비해 서구문화와 교류가 오래되면서 새로운 유행에 민감한 것으로 판단

□ 신발(HS 64류) 수입시장 현황

○ 인도네시아는 신발(HS 64류) 또한 순수출국으로 수입액은 미미

- 인도네시아의 2006년 신발(HS 64류) 수출은 16.0억 달러인 반면, 수입은 0.7억 달러에 불과

○ 신발(HS 64류) 수입시장 또한 중국산이 시장을 주도하고 있는 상황으로 2006년 중국산의 시장점유율은 63.9%에 달함

○ 인도네시아는 신발 순수출국으로 신발수입시장이 완제품보다는 신발 부분품 위주로 형성

〈인도네시아 신발(64류) 수입시장 현황〉

(단위 : 백만 달러 / %)

HS 64류 - 신발							
순위	국가	년도			점유율		
		2004	2005	2006	2004	2005	2006
1	중국	25.5	33.8	45.5	45.87	56.94	63.96
2	베트남	0.8	0.6	4.3	1.4	1.06	5.98
3	대만	5.2	4.2	4.1	9.35	7.06	5.82
4	말레이시아	1.0	2.2	2.5	1.78	3.78	3.51
5	싱가폴	1.0	2.5	2.1	1.86	4.18	2.94
28	한국	3.2	1.6	2.0	5.74	2.64	2.87
	총계	55.6	59.3	71.1	100	100	100

자료 : World Trade Atlas

- 2006년 신발부분품(HS 6406류)의 수입액은 0.3억 달러로, 전체수입액의 41%에 달함

○ 한국산 신발(HS 64류)의 수입액은 2백만 달러로 2.87%의 점유율을 보이고 있으며, 그 중 신발부분품(HS 6406류) 수입의 수입은 50%가 넘는 1.1백만 달러 수준

다. 개성공단 제품에 대한 바이어 반응

□ 바이어 인터뷰 결과 개요

○ 개성공단 및 남북정상회담에 대한 인지도 : 낮음

- 개성공단과 남북정상회담에 대한 바이어 인지도는 상당히 낮은 편으로, 개성공단에 대해서는 5개 업체 모두 인지하지 못하고 있었으며, 남북정상회담은 2개 업체만 인지

○ 한국산 제품(섬유, 의류, 가방)에 대한 이미지 : 높음

- 한국산 제품의 이미지에 대한 질문에 대해서는 가격과 품질면에서 일본제품과 경쟁할 만한 제품이라고 답변
- 중국산보다 10~30% 정도 비싸지만 품질이 우수하다고 답변

○ 개성공단 제품의 중국 시장 진출 가능성 : 긍정적 의견이 다수

- 개성공단 제품의 수입의향에 대한 질문에 대해서는 4개 업체가 수입의사가 있다고 밝힘
- 수입가능 평균단가에 대해서는 품질만 보장된다면 중국산 대비 5%~10% 차이는 무방할 것으로 답변

○ 개성공단 방문 및 입주업체와 상담 가능 여부 : 적극 검토

- 개성공단 방문 및 상담 의향에 대해서는 가격조건만 부합한다면 한국 및 개성공단을 방문 직접 상담해 보겠다는 입장

〈개성공단 생산제품에 대한 바이어 인터뷰 세부결과〉

	M.A사(가방 및 의류)	I.F사(섬유)	K.M.G사(섬유)	D.G.I사(의류)	M.P사(의류)
개성공단 인지	모름	모름	모름	모름	모름
남북정상 회담	모름	알고 있음	모름	모름	알고 있음
한국 제품에 대한 인상 (섬유, 의류, 가방)	우수한 편	일본제품에 비해 품질이 떨어지지도 않으면서 가격이 저렴해서 선호	중국산 보다 품질이 훨씬 좋고, 일본산에 비해 가격이 저렴해 좋음	중국산보다 촉감이 부드럽고, 티셔츠 원단의 품질이 훨씬 좋다고 생각함	한국산은 일본산과 경쟁이 가능할 정도로 품질이 좋다고 생각함
Made by Korea in DPRK 제품에 대한 수입의향	굳이 Made by KOREA in DPRK가 아니어도 제품과 가격이 맞으면 수입 가능	이미 한국제품을 수입하고 있는 상황으로 조건만 맞다면 개성공단 제품도 취급이 가능	가격조건만 맞다면 적극적으로 취급해 보겠음	적극적으로 취급해 보겠음	취급가능성은 있으나. 내부 검토를 해 봐야함
수입시 가격 수준	현재 상황에서 판단하기는 어려움	중국산과 비슷하면 가장 좋지만, 품질만 보장된다면 10% 내외의 차이는 무방	중국산과 비슷하면 가장 좋지만, 품질만 보장된다면 5~10% 내외의 차이는 무방	한국산이 중국산보다 10~30% 높은 상황으로 품질, 가격이 맞다면 적극적으로 고려 가능	품질과 가격면을 모두 고려했을 때 중국산보다 경쟁력이 있어야 함
개성공단 방문 및 개성공단 진출업체와의 상담 가능여부	적극 검토	적극 검토	적극 검토	적극 검토	적극 검토

III. ^I^l점

1. 개성공단 입주업체에 대한 시사점

□ 개도국의 차별 없는 진출환경

○ 앞장에서 논의된 6개국 중 한국과 상품협정을 체결한 인도네시아를 제외하고 나머지 5개국은 개성공단 제품을 북한산으로 인정

- 인도네시아를 포함한 ASEAN 10개국은 HS 6단위 기준 100개 품목에 대해 개성공단 제품을 한국산으로 인정

○ 하지만 중국, 러시아, 남아공, 멕시코, 사우디의 경우는 남북한 모두 동일 세율을 적용하고 있어 동 시장 진출에 있어 원산지는 문제되지 않는 상황

- 인도네시아의 경우 동 시장에서 최대 경쟁상대국인 중국에 대해서도 협정세율을 적용하고 있어, 한국산으로의 수출에 대한 이점은 크지 않을 전망

- 또한, 러시아의 경우 일부 섬유품목에 대해 개도국 세율을 적용해 주고 있으나, 경쟁상대국인 중국 및 ASEAN 국가도 동일한 혜택을 받고 있어, 이로 인한 이점도 미미할 전망

〈주요 개도국의 개성공단 제품에 대한 원산지 적용 현황〉

	원산지	관세적용
중국	북한산	최혜국세율
러시아	북한산	최혜국세율, 일부품목 개도국 세율
남아공	북한산	최혜국세율
멕시코	북한산	국정세율
인도네시아	한국산(100개 품목)	협정세율(100개 품목), 기본세율
사우디	북한산	국정세율(기본세율)

□ 해외마케팅 활동 강화를 통한 제품 홍보

○ 대부분의 바이어들은 개성공단은 물론 개성공단 제품이 'Made By KOREA'임을 인지하지 못하고 있는 상황으로 중국산 수준의 가격을 제시하고 있는 실정

- 총 30명의 바이어중 개성공단을 인지하고 있는 바이어는 3명에 불과하며, 그나마 개성공단 제품이 'Made By KOREA'임을 인지하지 못함

○ 개도국 바이어들의 인식전환을 위해서는 적극적인 국내외 전시회 참가를 통한 제품 홍보가 필요

- 국내외 전시회 참가는 제품 홍보를 위한 가장 효과적인 수단으로 단기적 성과보다 장기적인 수출 전략 차원의 접근이 필요

- 특히, 진입장벽이 낮은 EU시장과 한국과 산업보완성이 큰 중국시장에서 개최되는 유력전시회에는 지속적인 참가가 필요

○ 거래선 발굴조사, 시장개척단, 구매사절단 등 KOTRA가 지원하는 해외마케팅 활동에 대한 적극적인 참가는 직접적인 성과로 이어질 수 있는 가장 좋은 방안

□ 개도국시장도 가격우위가 아닌 품질우위 확보 여부가 관건

○ 6개국 모두 중국산이 시장을 주도하고 있는 저가품 위주의 시장으로 이들 시장에서의 가격경쟁은 무의미

- 인도네시아 가방(4202류) 수입시장의 경우 평균 수입단가가 2.26/Kg임에도 불구 중국산은 이보다 저렴한 1.64/Kg 수준

- 전 세계적으로 노동집약형 산업에서 초강세를 보이고 있는 중국과의 가격경쟁은 장기적으로 한계에 부닥칠 수밖에 없음

○ 'Made By KOREA'임을 강조한 품질 위주의 전략 수립이 필요

- 인터뷰를 실시하였던 30 명의 바이어중 25명이 개성공단 제품 수입의향이 있다고 밝힘

- 인터뷰에 응한 대부분의 바이어들은 중국산과 비교시 품질이 우수하면 중국산보다 다소 높은 가격도 무방하다고 답변

○ 중국산이 6개국의 시장을 선도하고 있지만, 중국의 경제정책 기조변화로 인한 지속적인 저가제품의 수출은 어려울 전망

- 중국은 '질적성장'을 지향한 경제정책으로 근로자의 임금상승은 물론 저가제품의 수출에 대한 규제가 점점 강화되고 있는 추세

○ 높은 품질을 바탕으로 한 가격경쟁력은 시장진출 초기 개성공단 제품에 대한 긍정적인 이미지를 형성

〈개도국 바이어들의 개성공단 제품 수입의향 및 판단기준〉

	수입의향	판단기준
중국	5개 업체, 있음	중국산의 66% ~120% 수준, 품질이 주요기준
러시아	4개 업체, 있음	시장가격보다 10% 싸게, 가격과 품질이 기준,
남아공	3개 업체, 있음	중국산과 비교 후 결정
멕시코	4개 업체, 있음	가격경쟁력이 있을 경우, 중국산 수준
인도네시아	5개 업체, 있음	품질이 보장되면 중국산보다 5%~10%내외는 무방
사우디	4개 업체, 있음	중국산보다 같거나 약간 높은 수준

□ 원부자재 위주의 수출 전략도 고려

○ 동 6개국은 대부분 의류, 신발, 가방의 순수출국으로 자국내 생산량이 자국 수요량을 초과하고 있어 수입수요는 크지 않은 상황

○ 따라서 품질을 기반으로 한 중고가시장 공략과 더불어 관련 품목의 원부자재 및 부분품 위주의 수출도 고려해 볼만

- 동 6개국은 향후 일정기간 동안 의류, 신발, 가방의 순수출국으로 관련 원부자재의 수입수요는 지속될 전망

○ 실제 중국 신발 수입시장 점유율 1위를 차지하고 있는 한국산의 경우 완제품이 아닌 대부분 신발류 부분품인 HS 6406에서 수출 실현

2. 정부 및 KOTRA의 지원 방안

□ 원산지 문제 해결에 총력

○ 본 조사에서 논의된 6개국은 북한산 제품에 대한 시장진입차별은 두고 있지 않지만, 북한산 제품에 대한 이미지는 저가제품으로 인식하고 있는 상황

- 인터뷰를 실시했던 대부분의 바이어들이 개성공단 제품을 중국산과 비교하여 수입을 고려해 보겠다고 답변

○ 해외 바이어들의 개성공단 제품에 대한 저가제품 이미지를 극복하기 위한 한국산으로의 수출이 필요

- 개성에서 저임금을 무기로 저가생산을 하더라도, 장기적인 측면에서 개도국시장에서의 가격경쟁은 무의미

○ 이를 위해 한-싱가포르, 한-EFTA, 한-ASEAN과의 FTA 체결시와 마찬가지로 향후 다른 국가 및 지역과의 FTA 협상시 개성공단 제품을 한국산으로 인정받을 수 있도록 최대한의 노력이 필요

- 국제기준에 맞는 개성공단 환경 및 근로기준 등을 확립하여 개성공단이 역외가공지역 지정기준을 충족할 수 있도록 노력도 병행

□ 개성공단 해외홍보활동 강화

○ 개성공단 제품의 해외 판로 확대는 개성공단 제품에 대한 해외바이어들의 인지도 제고가 선결조건

○ 아국 해외 공관 및 KOTRA 해외무역관을 통한 對해외바이어 홍보 브로셔 배포 및 개성공단 상품 설명회 개최가 필요

- 본 조사에 따르면 총 30명의 해외바이어 중 82.5% 달하는 25개 업체가 개성공단 제품에 대해 수입의향은 있으나 개성공단에 대해서는 대부분 인지하지 못하고 있는 실정

○ 해외홍보활동을 위해서는 정보의 원활한 교류를 위한 유관기관간의 유기적인 협력체제 구축이 필요

□ 해외마케팅 지원 확대

○ 개성공단 제품의 품목별, 국가별 진출가능성에 대한 보다 구제적인 조사 활동이 필요

○ 개성공단의 해외 홍보를 위해서는 해외유력전시회에 『개성공단관』 참가 지원 강화

- 특히, 진입장벽이 상대적으로 낮은 EU와 산업보완성이 큰 중국의 유력전시회에는 반드시 참가

- KOTRA가 개최하는 해외 한국 상품 전시회에 『개성공단관』 참가

○ 주요 개도국 시장에 대한 개성공단 시장개척단 및 구매사절단 파견 지원을 통한 실질적인 성과 모색

○ 또한, 해외바이어들이 자유로이 개성공단을 방문할 수 있도록 조속히 출입국 절차를 개선, 간소화에 노력

2007년 KOTRA 발간자료목록

Global Business Report

번 호	제 목	발간일자
07-001	세계 바이오에너지 개발동향	2007.2
07-002	일본 히트 상품 속에 숨은 키워드	2007.2
07-003	2010, 중국 비즈니스 이정표 : 3가지 의문과 제안	2007.2
07-004	2007년 중국의 외자기업 관련 주요 신규법규와 시사점	2007.2
07-005	대미수출 부진원인과 한미FTA 활용 방안	2007.3
07-006	중남미 신정부 출범과 시장 진출 방안	2007.3
07-007	북핵 사태 해결 이후 북-EU 경제 관계의 향방	2007.3
07-008	일본의 지적재산 강화전략 및 시사점	2007.3
07-009	엔화 동향 및 우리 기업의 대응전략	2007.3
07-010	한미 FTA체결에 따른 대미수출 유망품목 및 진출전략	2007.4
07-011	러시아의 WTO 가입에 따른 시장환경 변화	2007.4
07-012	2007년 美무역장벽보고서를 통해 본 한미 FTA 협상 평가와 시사점	2007.4
07-113	멕시코 수출. 산업 진흥제도(IMMEX/PROSEC)의 이해	2007.4
07-014	EU 가입 3주년, 신규 회원국들의 경제변화 추이	2007.4
07-015	중국기업의 한중 FTA 인식과 전망	2007.5
07-016	발칸국의 투자진출 여건 분석	2007.5
07-017	러시아 오일머니, 어디로 가고 있나	2007.5
07-018	WTO 가입 후 베트남 섬유산업 환경변화 및 우리기업의 대응전략	2007.6
07-019	대중수출 품목구조 변화와 주요 요인	2007.6
07-020	해외무역관에서 바라본 2007년 하반기 수출전망	2007.6
07-021	인도 소매유통시장 현황과 전망	2007.6
07-022	북중변경무역현황과 전망	2007.6
07-023	M&A를 통한 중국 진출 전략	2007.6
07-024	미래를 위한 준비, 중동의 탈석유화 정책	2007.6
07-025	중국 증치세 환급률 인하의 영향과 전망	2007.7
07-026	숫자로 보는 미국경제 현주소	2007.7
07-027	아세안을 잡아라1-아세안 주요시장 수출유망 품목	2007.7
07-028	중국투자기업 경영성과 평가와 전망, 그리고 한중 FTA - Grand Survey 2007	2007.7
07-029	사례로 보는 신흥시장선점 효과	2007.7
07-030	일본 통신판매 시장현황 및 한국기업 진출방안	2007.7
07-031	EU 화학물질등록승인제도(REACH)에 대한 현지 대응사례 및 시사점	2007.7
07-032	북미시장 핵심 소비계층, 어떻게 공략할 것인가	2007.7
07-033	한중수교 15주년, 중국이 평가한 한국과 한국기업 경쟁력 현황	2007.8

07-034	뉴질랜드를 통해 살펴본, 국가브랜드 전략 성공 키워드	2007.8
07-035	한-EU FTA에 대한 유럽 진출 한국기업의 반응조사	2007.9
07-036	선진국-중국 무역마찰, 그 영향과 대응	2007.9
07-037	아세안 주요국 투자여건 비교	2007.9
07-038	EU-멕시코, EU-칠레 FTA 체결 전후의 양측간 무역, 투자흐름	2007.10
07-039	블루오션전략도 안통하는 중국시장	2007.10
07-040	미지의 아프리카, 기회의 대륙으로 - 중국의 대 아프리카 진출현황과 시사점 -	2007.10
07-041	한국기업들의 해외시장 현지화 전략 사례	2007.10
07-042	개성공단 제품의 해외판로 : 개도국시장의 의의와 진출 방안	2007.11

무공자료

번 호	제 목	발간일자
07-001	2007년 지역별 진출확대 전략	2007.1
07-002	2007 미리보기	2007.1
07-003	2006년 중국 지재권 백서	2007.2
07-004	2006 외국인 투자주간 행사 결과보고서	2007.6
07-005	2006년도 북한의 대외무역동향	2007.6
07-006	유럽 완성차 기업의 미래형 자동차 개발현황 및 Tier1.2 동향 조사	2007.6
07-007	브라질 비즈니스 가이드	2007.6
07-008	중국투자실무가이드/증보판	2007.7
07-009	2007 외국인 투자기업 경영환경 애로조사 보고서	2007.7
07-010	2007 외국인 투자기업 생활환경 애로조사 보고서	2007.7
07-011	일본의 국가브랜드 육성전략	2007.7
07-012	중국 투자핵심가이드	2007.7
07-013	대만 투자핵심가이드	2007.7
07-014	일본 투자핵심가이드	2007.7
07-015	베트남 투자핵심가이드	2007.7
07-016	인도네시아 투자핵심가이드	2007.7
07-017	캄보디아 투자핵심가이드	2007.7
07-018	인도 투자핵심가이드	2007.7
07-019	태국 투자핵심가이드	2007.7
07-020	필리핀 투자핵심가이드	2007.7
07-021	방글라데시 투자핵심가이드	2007.7
07-022	말레이시아 투자핵심가이드	2007.7
07-023	미얀마 투자핵심가이드	2007.7
07-024	아랍에미리트 투자핵심가이드	2007.7

07-025	이집트 투자핵심가이드	2007.7
07-026	나이지리아 투자핵심가이드	2007.7
07-027	알제리 투자핵심가이드	2007.7
07-028	미국 투자핵심가이드	2007.7
07-029	캐나다 투자핵심가이드	2007.7
07-030	브라질 투자핵심가이드	2007.7
07-031	멕시코 투자핵심가이드	2007.7
07-032	독일 투자핵심가이드	2007.7
07-033	폴란드 투자핵심가이드	2007.7
07-034	체코 투자핵심가이드	2007.7
07-035	슬로바키아 투자핵심가이드	2007.7
07-036	헝가리 투자핵심가이드	2007.7
07-037	루마니아 투자핵심가이드	2007.7
07-038	터키 투자핵심가이드	2007.7
07-039	러시아 투자핵심가이드	2007.7
07-040	카자흐스탄 투자핵심가이드	2007.7
07-041	우즈베키스탄 투자핵심가이드	2007.7
07-042	2007 서울국제식품전, 2007 서울국제식품기술전 종합결과보고서	2007.7
07-043	주요국의 자원개발 규제현황	2007.7
07-044	중국 新노동계약법과 우리기업의 대응방안	2007.7
07-045	한눈에 보는 중국 주요도시 투자환경	2007.8
07-046	중남미 IT시장 현황 및 진출방안	2007.8
07-047	설명회 CRM 무작정 따라하기	2007.8
07-048	주요 7개국 FTA 추진전략 비교	2007.9
07-049	유럽 주요국 자동차부품 After-saler Market 진출 가이드	2007.9
07-050	사모펀드 이야기	2007.9
07-051	FTA 원산지규정 활용가이드	2007.9
07-052	2007 세계 주요도시 투자여건	2007.9
07-053	2006년도 Invest KOREA 연차보고서	2007.9
07-054	미주지역 항공산업 진출전략	2007.10
07-055	중동아프리카 플랜트기자재 시장 이렇게 공략하라	2007.10
07-056	인도 투자실무가이드	2007.10
07-057	일본 온라인 게임 시장 동향	2007.10
07-058	중동 유럽 건설 프로젝트 진출 환경	2007.10
07-059	인도네시아 투자실무 가이드	2007.10
07-060	미개척 자원부국 자원현황 및 개발동향	2007.10

설명회자료

번 호	제 목	발간일자
07-001	2007년 세계시장 진출전략설명회	2007.1
07-002	Post-China 투자진출 전략 설명회	2007.3
07-003	한미 FTA를 활용한 미국시장 진출전략 설명회	2007.4
07-004	발칸국 투자유망 프로젝트 설명회	2007.5
07-005	중국 투자환경 이렇게 바뀐다!!!	2007.5
07-006	한미 FTA 활용, 산업별 대미진출전략 설명회	2007.6
07-007	이란 투자환경 세미나 참고자료	2007.8
07-008	UAE 투자환경 세미나 참고자료	2007.9
07-009	New China New Business 설명회	2007.9
07-010	벨라루스 투자환경설명회	2007.10
07-011	아프리카 진출전략 및 주요국 투자환경 세미나	2007.10
07-012	2008 중국 경제정책 대응전략 설명회	2007.10
07-013	인도 투자진출전략 설명회	2007.11

작성자

◈ 중국팀 정영수 과장
◈ 요하네스버그무역관 고일훈 과장
◈ 멕시코시티무역관 유성준 과장
◈ 자카르타무역관 복덕규 과장
◈ 모스크바무역관 김정훈 과장
◈ 리야드무역관 윤하청 차장
◈ 상하이무역관 김윤희 과장
◈ 베이징무역관 김명신 과장
◈ 칭다오무역관 고봉숙 과장

Global Business Report 07-042

개성공단 제품의 해외판로 : 개도국시장의 의의와 개척방안

발 행 인 | 홍 기 화
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2007년 11월
주 소 | 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright ⓒ 2007 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.