

# FTA 100% 활용하기

FTA를 활용한 신남방지역으로의 시장 다변화 전략

전상윤 | 어센트글로벌 대표이사



전상윤  
어센트글로벌 대표이사

# FTA를 활용한 신남방지역으로의 시장 다변화 전략

## 1. 신남방정책이란?

신남방정책이란 문재인 대통령이 지난 2017년 11월 ‘아시아태평양경제협력체 정상회의(APEC)’, ‘아세안(ASEAN)+3’ 및 ‘동아시아정상회의’의 참석을 위해 베트남, 인도네시아, 필리핀 방문시 천명한 한-아세안 미래공동체의 구상을 위한 대한민국 정부의 주요 대외 정책 중 하나이다. 아세안 10개국과 인도를 포함한 11개 국가를 신남방지역으로 정의하고 해당 국가들과의 상호 호혜적 협력을 확대하여 경제공동체를 구축한다는 것이 본 정책의 골자다.

또한, 본 정책을 통해 그동안 중국, 일본, 러시아 등 동북아 지역에 집중되어 왔던 대외 관계를 신남방 지역으로 확장함으로써 특정 국가 및 지역에 대한 의존도를 낮추고 정치, 경제, 외교적 관계의 다변화를 꾀하고자 한다. 정부는 신남방정책의 천명과 함께 기존 중화학, 제조업 중심의 협력에서 벗어나 서비스, 소비재 분야로의 확장을 동시에 추진하고 있다.

## 2. 신남방지역 내 국내 기업 동향

정부의 공식적인 신남방정책 공표 이전부터 일부 국내 민간 기업들은 신남방지역의 성장 가능성을 높게 보고 시장 개척을 적극적으로 전개하여 왔다. 현재 신남방지역은 총 인구가 약 20억 명(아세안 10개국 약 6.5억 명, 인도 약 13억 명)에 이르고, 한국과의 교역 비중에 있어서는 중국에 이어 두번째로 비중이 높은 전략적으로도 매우 중요한 시장이다.

여기서는 최근 신남방지역에서 성공 스토리를 만들어 가고 있는 S사의 사례를 통해 신남방 시장의 가능성과 잠재력에 대해 짧게 엿보고자 한다.

최근 B제품으로 해외에서 더 잘 알려져 있는 S사는 1961년에 설립되어 국내 최초로 라면을 생산한 대표적인 국내 식품기업 중 하나로, 1972년 유럽 및 미국 시장을 중심으로 미화 250만불의 수출을

달성하고 1980년 미국에 자회사를 설립하는 등 전후 한국 경제의 발전사와 함께 한 기업 중 하나이다. 다만, 1980년대 후반 우지 파동과 1997년 IMF를 겪으면서 결국 화의 절차에 들어가고, 2005년에야 화의 절차가 종결되어 경영 정상화에 나서게 된다. 그 후, 약화된 시장 점유율 제고를 위한 신제품 개발에 주력한 결과 2012년 매운 맛을 표방하는 B제품을 출시하게 된다.

아래 표에서와 같이, B제품 출시 이후 S사의 실적은 비약적인 성장세를 보이고 있다. 특히, 수출의 경우 2015년 300억 원 초반에서 2017년 2,000억 원을 넘어섰고, 금년에는 총매출 대비 수출 비중이 50%를 넘어설 것으로 예상되고 있다.

【S기업 재무정보(2015-2018)】

(단위 : 억 원)

구분	2015	2016	2017	2018
매출	2,909	3,593	4,585	4,694
영업이익	71	253	433	552
수출액	307	931	2,052	2,001
수출 비중	10.6%	25.9%	44.8%	42.6%

(출처 : 금융감독원 Dart, 회사 사업보고서)

이러한 비약적인 수출 증가에 대한 S사의 성공 비결은 다음과 같다. 첫째, 해외 시장을 타겟으로 한 제품 개발 및 기획, 둘째, 신남방지역인 동남아 국가들에 대한 적극적인 시장 발굴, 셋째, 무슬림 시장을 겨냥한 선제적인 할랄 인증, 마지막으로 한-아세안 FTA의 적극적인 활용을 들 수 있다.

첫째, S사는 신제품 개발 시 제품 기획 초기부터 성장이 정체된 내수 시장보다는 해외 시장을 타겟으로 개발을 진행함으로써 제품의 효율적인 현지화를 꾀하였다.

둘째, 동남아 국가의 시장 발굴과 관련하여 태국, 베트남, 말레이시아, 인도네시아 등 K-Food에 대한 선호도가 높은 지역을 중심으로 현지 유통망을 확보한 거래선을 발굴함으로써 수출 기반을 지속적으로 확대하여 왔다.

셋째, S사는 동남아시아 무슬림 시장을 겨냥하여 B제품의 할랄인증을 진행하고 인증 제품군을 점차 확대하여 왔다. 할랄(HALAL)이란 이슬람 율법에 따라 '허용된 것'이라는 뜻으로 할랄 인증이 주로

요구되는 분야는 식품, 의약품 및 화장품 산업이 이에 해당된다. 신남방지역 내 이슬람 국가는 인도네시아와 말레이시아가 대표적이나, 인도와 태국의 경우도 총인구의 각각 약 14%와 5%가 이슬람 교도로 알려져 있어 신남방지역 내 할랄 시장의 비중은 상당히 크다고 할 수 있다. S사는 2012년 B제품 최초 출시 이후 2014년 싱가포르 및 말레이시아에서 교차 인증이 가능한 한국이슬람 중앙회(KMF)의 할랄인증을 받은 바 있고, 2018년 가을에는 국내 라면 생산업체 최초로 인도네시아의 할랄인증기관인 MUI로부터 할랄인증을 받았다. 할랄인증을 통해 인도네시아와 말레이시아 같은 이슬람 국가에서의 적극적인 현지 유통이 가능해졌고, 신남방지역에 거주하는 다수의 무슬림 고객들도 같이 포용할 수 있게 되었다.

마지막으로 S사는 한-아세안 FTA, 한-베트남 FTA 등 신남방국가와 체결된 FTA를 활용하여 직, 간접 수출을 진행하고 있다. FTA가 체결한 국가들에 수출을 하는 경우, 원산지증명서 작성 후 현지 통관 시 관세 혜택을 향유할 수 있고 이러한 관세 혜택은 수출 제품의 가격 경쟁력 제고로 이어질 수 있다.



### 3. 신남방국가들과의 FTA 현황 및 활용전략

#### (1) 한-아세안 FTA 현황

한-아세안 FTA의 경우, 2004년 11월 협상 개시 선언 이후 2007년 6월 상품 협정, 2009년 서비스 협정 및 투자 협정이 순차적으로 발효된 바 있다.

현재 아세안 10개국의 모든 국가에서 발효되어 있는 협정은 상품 협정 뿐이며, 국가별 및 협정별로 발효 연도가 다르다는 점이 특징이다.

#### 【한-아세안 FTA 분야별 협정 현황】

국가	상품 협정	서비스 협정	투자 협정	상품 협정 제3차 개정의정서
말레이시아	2007년 6월	2009년 5월		2016년 7월
싱가포르	2007년 6월	2009년 5월	2009년 9월	2016년 4월
인도네시아	2007년 6월			2018년 12월
미얀마	2007년 6월	2009년 5월		2016년 2월
베트남	2007년 6월	2009년 5월	2009년 9월	
필리핀	2008년 1월	2009년 5월		2016년 7월
브루나이	2008년 7월	2009년 5월		2017년 8월
라오스	2008년 10월			2016년 6월
캄보디아	2008년 11월			2017년 8월
태국	2010년 1월	2010년 1월	2009년 9월	2016년 1월

(출처 : 산업통상자원부 [www.fta.go.kr](http://www.fta.go.kr))

#### (2) 개별 FTA 체결 현황

현재 한국 정부는 기존 한-아세안 FTA와 별도로 신남방지역의 국가들과 개별적인 FTA도 동시에 추진하고 있다. 이는 한-아세안 FTA에서 개별 국가들과 협의되지 못한 사안들을 개별 FTA에서 구체화함으로써 교역상 혜택을 극대화하려는 것으로

보인다. 인도 정부와 체결한 포괄적경제동반자 협정(Comprehensive Economic Partnership Agreement, CEPA)은 실질적으로는 FTA와 동일한 성격으로 알려져 있다.



## 【개별 FTA 국가별 협정 현황】

국가	경제협정	현재 상황
싱가포르	FTA	2004년 11월 타결, 2006년 3월 발효
인도	CEPA	2008년 9월 타결, 2010년 1월 발효
베트남	FTA	2014년 12월 타결, 2015년 12월 발효
인도네시아	CEPA	2019년 11월 타결
필리핀	FTA	2019년 4월 FTA 추진 합의, 2020년 1월 제5차 협상 개최
말레이시아	FTA	2019년 6월 FTA 개시 선언, 2019년 9월 제3차 협상 개최

(출처 : 산업통상자원부 [www.fta.go.kr](http://www.fta.go.kr))

**(3) 기업별 활용전략**

신남방지역의 국가들과 수출입을 고려하는 기업들은 대상 상품 또는 서비스가 한-아세안 FTA 및 개별 국가와 체결된 FTA에서 어떻게 규정되어 있는지 관세법이나 관세청 관세상담 등을 통해 확인해 볼 필요가 있으며, 관세청 외에 대한상공회의소, 무역협회의 등에서도 비슷한 서비스를 제공받을 수 있다. 한-아세안 FTA와 개별 FTA가 동시에 체결된 국가와 거래를 하는 경우에는 해당 기업에 유리한 FTA를 적용하면 된다.

상품의 경우, 거래를 고려하는 상품의 세번부호(HS Code)와 해당 세번부호의 FTA 상 관세율을 우선 확인해 봐야한다. 개별 국가들은 자국의 산업 민감도를 고려하여 상품 협정 상 일반품목, 민감품목 및 초민감품목으로 분류하여 관세율을 다르게 적용하고 있으며, 세번부호와 관세율이 확인되면 적용되는 FTA에서 요구되는 원산지증명서를 준비한다.

원산지증명서는 발급 방법에 있어 자율발급과 기관발급의 방식이 있으나, 신남방지역 국가별과 체결된 FTA의 경우 기관발급만을 허용하고 있고 한국의 경우 관세청 및 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있다. 원산지결정기준에 대해서는 본고에서 세부적으로 언급하기는 어렵지만 보통은 일반기준을 충족했다는 전제 하에서 품목별기준을 적용하게 되고, 품목별기준은 보통 농수산물에 적용되는 완전생산기준과 공산품에 적용되는 실질적변형기준으로 구분된다.

실무상으로는 실질적변형기준 중 원재료의 가공을 통해 완제품의 세번이 변경되는 세번변경기준은 쉽게 적용하고 있는 반면 부가가치기준의 경우 개별 매입 원재료의 가격 등을 확인하여 실제 부가가치 비율을 산정해야 하는 만큼 적용을 포기하는 경우가 많다. 다만, 관세 혜택을 통한 장기적인 가격 경쟁력을 얻기 위해서는 원산지결정기준을 정확히 이해하여 활용도를 높이는 것이 필요하다.

## 4. 결론

신남방지역의 국가들은 인구, 성장률 등 잠재력이 매우 높은 지역으로 한국 기업들이 적극적으로 발굴하여 개척해 볼 만한 가치가 있는 지역이다. 다만, 언어, 문화 및 종교의 다양성 등으로 인해 개별 시장으로의 진입을 위한 별도의 준비가 필요한 것도 사실이며, 이에 따라 단기간에 규모의 경제를 달성하기 어려운 부분도 있다.

신남방지역으로의 시장 다변화를 기획하고 있는 기업들의 경우, 이미 신남방지역으로의 진출하여 성과를 보이고 있는 기존 한국기업의 진출 사례에 대한 세밀한 분석과 함께 한-아세안 FTA를 포함하여 신남방지역 국가들과 체결된 FTA를 적극적으로 활용한다면 장기적인 거래 기반 확대에 큰 도움이 될 것으로 기대된다. 동시에 정부도 이와 관련된 홍보 및 교육을 보다 적극적으로 지원함으로써 기업들의 움직임에 발맞출 필요가 있을 것이다.



# FTA TRADE REPORT

