전발연 2007-R-03

전라북도 교역 경쟁력 강화 전략

-산업별 수출 경쟁우위 품목선정을 중심으로-

2007

전북발전연구원
JEONBUK DEVELOPMENT INSTITUTE

국립중앙도서관 출판시도서목록(CIP)

전라북도 교역 경쟁력 강화 전략 : 산업별 수출 경쟁우위 품목선정을 중심으로 / 전북발전연구원 [편].
-- 전주 : 전북발전연구원, 2008
p. ; cm. -- (전발연 ; 2007-R-03)

권말부록 수록
참고문헌 수록

ISBN 978-89-92471-21-3 93320 : 비매품
326.21-KDC4
382.3-DDC21 CIP2008000047

연 구 진

연 구 책 임	나 상 균	• 전북발전연구원 연 구 위 원
연 구 원	이 준 수	• 전북발전연구원 연 구 원
자 문 위 원	김 덕 수	• 군산대학교 경제통상학부 교수
	서 기 원	• KOTRA 전북무역관 차장
	전 종 찬	• 한국무역협회 전북지부 지부장
	유 현 욱	• 전라북도 투자유치국 민생경제과 BUY 전북담당
	송 락 환	• 전라북도 투자유치국 기업지원과 마케팅지원 담당

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

요약 및 정책건의

Ⅰ. 연구의 개요

1. 연구의 배경 및 목적

○ 최근 전라북도의 수출은 전국의 수출 증가세를 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있음

- 2004년과 2005년 중 51%에 가까운 급신장세를 보였으며, 2006년에도 15.7% 증가하였음
- 수출액의 지역내총생산(GRDP)에 대한 비율도 2002년 17.1%에서 2006년에는 22.1%로 상승하였음

○ 주요 수출품목을 보면 자동차의 수출비중이 42.1%(2006년 기준)로 가장 높고 이어 자동차부품(14.1%), 합성수지(9.3%), 정밀화학원료(4.2%), 종이제품(4.9%) 순으로 분석

- 자동차관련 품목(자동차 및 자동차부품)에 대한 수출의존도가 50%를 상회하는 가운데 5대 수출품목의 비중도 전국(43.1%)에 비해 크게 높은 69.3%에 달하는 등 수출품목의 편중현상이 매우 심함

○ 수출 대상국별로 보면 對중국 수출비중이 17.9%(2006년 기준)로 가장 높고 이어 미국(11.9%), 일본(5.6%), 홍콩(4.4%) 순으로 나타남

○ 전라북도의 주요 수출 품목은 자동차 관련 품목이 집중화 되어 있어, 전국에 비해 생산 및 부가가치 유발효과가 높은 품목으로 구성되어 있는 바, 수출에 의해 발생되는 생산 및 부가가치유발 효과가 역외로 유출되지 않고 지역 내로 환류될 수 있도록 산업간 연계가 필요함

○ 주요 산업별 교역현황을 살펴보면, 산업별 수출이 특정국이나 특정품목에 집중되어 있어 동 품목의 무역여건이 악화되거나 생산 차질이 발생할 경우 교역에 큰 타격을 줄 수 있음

○ 따라서 이와 관련하여 본 연구에서는 전라북도 수출에 초점을 맞추어, 전라북

도 교역경쟁력 방안 수립을 위한 기초 작업으로 전라북도 교역의 경쟁력을 분석해 보고, 이에 대한 실천 가능한 프로그램을 제공

○ 본 연구의 목적은 다음과 같음

- 전라북도 교역 추이 분석과 특징
- 전라북도 수출 지원 정책 현황 및 해외마케팅 지원실태 분석
- 전라북도 주요 산업별 교역현황 및 품목선정
- 전라북도 수출을 중심으로 교역 경쟁력의 기본방향 제안

2. 연구의 내용 및 방법

○ 연구범위는 공간적으로 전라북도의 14개 시·군을 기본대상으로 관련 내용을 비교 분석하였고, 전라북도 국내·외 교역에 관련된 내용들을 조사하여 분석

○ 교역의 개념정립과 관련 이론 및 선행연구를 종합적으로 검토하기 위하여 이론적이고 실증적인 차원에서 행해진 기존 국내·외의 선험문헌들을 검토

○ 지역적인 차원에서 전라북도의 대 교역 추이의 분석과 특징을 분석하였고, 국내 수출촉진 정책현황과 전라북도 수출업체의 해외마케팅 지원정책의 활용실태를 분석하였음

- 분석자료는 한국무역협회 전북지부에서 조사한 “해외마케팅 수요 설문조사” 자료를 이용하여 분석하였음

○ 전라북도 교역경쟁력의 실태를 파악하고, 산업별 교역현황 및 품목선정을 위하여 자동차 및 부품산업, 식품제조산업, 섬유산업 등의 수출현황을 조사하고 산업별 한국, 전북, 그리고 교역 대상국의 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석

- 자동차 및 부품산업에서는 세계시장에서 한국, 중국, 전북의 무역특화지수를 분석하였고, 전북 자동차 및 부품산업의 주요 교역 대상국인 중국에서 한국과 전북의 무역특화 지수를 분석
- 섬유산업에서는 세계시장에서 한국, 미국, 중국, 전라북도의 무역특화지수를 분석하였고, 전라북도 섬유산업의 주요 교역 대상국인 미국과 중국에서의 한국, 전라북도의 무역특화지수를 분석
- 식품제조산업에서는 세계시장에서 한국, 일본, 전라북도의 무역특화지수를

분석하고, 전라북도 식품제조산업의 주요 교역 대상국인 일본에서의 한국, 전북의 무역특화지수를 분석

○ 효율적인 연구 진행을 위해 학계와 실무 전문가를 초빙하여 다양한 시각에서 토론하고 의사를 수렴할 수 있는 자문회의를 개최하여, 전라북도의 교역경쟁력에 관한 폭넓은 의견을 수렴하였음

3. 연구결과 요약

1) 교역 현황 및 추이

○ 우리나라의 수출현황은 2007년 현재 145,349백만 달러를 기록하여 전년과 비교하여 14.4%의 증가세를 나타내고 있음. 또한 수입현황을 보면, 2007년 현재 141,406백만 달러로 전년 대비 14.7%가 증가

○ 최근 전라북도 수출은 전국의 수출 증가세를 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있음

- 특히, 2004년과 2005년 중에 53%에 가까운 급신장세를 보였으며, 2006년에도 16.1%나 증가하여 전국 수출액에서 전라북도 지역이 차지하는 비중도 2002년 1.27%에서 2006년에는 1.62%로 상승하였음. 그러나 여전히 전국 수출액 수준으로 보면 상당히 미비한 수준임
- 또한 지역내총생산(GRDP) 대비 수출 비율도 2002년 13.1%에서 2006년에는 20.0%로 상승하였음. 그러나 전국의 경우 동 비율이 37.1%(2006년 기준)에 달하고 있는 점을 감안하면 전라북도 지역의 경우 수출이 지역 경제에서 차지하는 중요도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났음

○ 아시아 지역으로의 수출비중은 2002년 44.3%에서 2004년 52.1%로 상승하였다가 이후 중동 및 중남미로 자동차 수출이 확대되면서 2006년에는 42.6%로 하락하는 현상을 보이고 있음

○ 전라북도 주요 수출품목별 수출추이를 구체적으로 살펴보면, 자동차관련 품목(자동차 및 자동차부품)은 2002년 수출액이 5.9억 달러에 불과하였으나, 2003년 말 GM의 대우자동차 인수 이후 급증하기 시작하여 2006년에는 26.5억 달러를 기록하였음

- 이에 따라 전라북도 지역 전체 수출액 중 자동차관련 품목이 차지하는 비중도 2001년 24.4%에서 2006년에는 45.7%로 상승함
- 합성수지는 주요 수출대상국인 중국의 높은 경제성장 지속, 일본 등 선진국의 경기회복 등에 따른 수요 증가로 최근 들어 연평균 32.1%에 육박하는 높은 수출증가율을 유지하고 있으며 전주공장에서 생산하는 엔지니어링(고강도) 플라스틱인 폴리카보네이트가 주요 수출품목임
- 정밀화학원료는 수출액이 2002년 1.7억 달러에서 2006년 2.4억 달러로 증가하였으나, 전북지역 전체 수출액에서 차지하는 비중은 하락하고 있음
- 종이제품은 중국산 저가제품과의 경쟁으로 최근 수출증가율이 둔화되면서 전체 수출액에서 차지하는 비중도 하락 추세를 보이고 있는 가운데 노스케스코그와 페이퍼코리아에서 생산하는 신문용지 및 인쇄용지가 거의 대부분을 차지함

○ 전체적으로 전라북도 수출품목의 추이를 보면, 자동차의 수출액은 전북도의 품목 중 수출비중 또한 꾸준하게 증가되고 있는 반면, 자동차부품은 2003년부터 증가세가 둔화되면서 2006년도에는 3.8%가 감소. 품목별 비중 또한 2003년을 정점으로 계속 감소되고 있음

○ 전라북도 수출용도에 따른 비중추이를 살펴보면, 원자재가 1,691백만 달러로 34.9%, 자본재가 1,472백만 달러로 30.3%, 소비재가 1,685백만 달러로 34.7%로 분석되어, 원자재와 소비재가 자본재 보다는 높은 비중을 차지하고 있음

○ 전라북도 내 무역업체수는 전주시 232개 업체로 23.55%, 군산시 181개 업체 18.38%, 익산시 267개 업체 27.11%로 나타나 전라북도의 해외 무역업체는 전주시와 익산시, 군산시가 많은 부분을 차지하고 있음

2) 해외마케팅 수요 조사·분석

○ 수출제조업체가 해외마케팅시 활용하는 방법으로는 해외전시회 참가가 29.2%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 개별해외출장이 25.5%, 인터넷마케팅이 12.5%, 해외사절단 참가가 10.9% 등의 순서를 보이고 있음

○ 해외마케팅에 필요한 해외정보로는 해외바이어 정보(33.3%)가 가장 높은 비율

을 보이고 있으며, 해외시장 수요공급 동향(28.3%), 국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차(12.1%), 최신기술, 디자인 동향(11.6%) 등의 순서로 나타남

○ 해외마케팅 정보의 수집방법으로는 수출지원기관(35.9%), 인터넷검색(24.5%), 지사, 해외출장(23.9%) 등의 비율로 나타나고 있음

○ 시·도와 무역협회, 중소기업지원센터가 지원하는 해외마케팅 사업에 참가할 때 지원사항의 우선순위로는 부스 임차료의 지원(29.2%)이 가장 높은 비율을 보였으며, 항공료 지원(26.1%), 부스 장치비의 지원(17.2%) 등의 순서로 나타나 부스 관련 지원에 높은 관심을 보임

○ 향후 시·도와 무역협회, 중소기업지원센터가 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항으로는 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원이 23.3%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 해외시장개척 자금지원이 19.6%, 해외바이어 초청 상담회 개최 11.9%의 순서로 나타남

3) 산업별 교역전망 및 품목선정

○ 전라북도의 자동차 수출은 2003년 이후 매년 꾸준한 증가세를 나타내어, 전국의 자동차 수출에서 차지하는 비중도 상승추세에 있음

- 전라북도의 자동차 부품 수출은 2002년 이후 성장세를 보였으나, 최근 들어 성장세가 둔화 혹은 감소추세로 반전
- 전국의 자동차 부품 수출에서 차지하는 비중도 2003년 11.0%에서 2006년에는 3.7%로 감소
- 전라북도의 자동차 수출이 2000년 이후 감소세를 보이다가 2003년 이후 폭발적인 증가세를 보인 것은 2002년 GM대우의 정상화와 2004년 타타대우의 출범에 따른 것으로 보임

○ 섬유산업의 수출은 2004년까지는 꾸준한 증가세를 나타내어, 전국의 섬유산업의 수출의 비중에서도 상승추세에 있었으나, 2005년에는 소폭 감소한 후 2006년에 다시 증가세를 보이고 있음

- 전라북도의 섬유산업의 수출이 전국의 섬유산업의 수출에서 차지하는 비중은 꾸준한 상승세

○ 전라북도의 섬유제품 수출은 특정품목에 집중되는 특징을 보임

- 인조단섬유(55), 인조장섬유(54), 메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품(61)이 3대 주요 수출품목으로 전체 섬유제품 수출의 89.9%를 차지하고 있음

○ 전라북도 식품제조업의 수출은 2003년부터 2005년까지 꾸준한 증가세를 나타내어 전국의 식품제조업 수출의 비중에서도 소폭의 상승추세에 있었으나, 2006년에는 소폭 감소

- 전국대비 비중에서도 2002년 1.3%에서 2005년 1.8%까지 소폭 상승세를 보였으나 2006년에는 1.5%로 미미한 비중을 보임
- 한국 식품제조산업 수출의 경우에도 2003년 12.6%를 정점으로 2006년 4.2%까지 하락세를 보임

○ 전라북도의 조제식품 수출은 빵・파이・케이크・비스킷과 기타 베이커리제품 22.7%, 따로 분류되지 아니한 조제식료품 20.4%, 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 10.4%의 순으로 나타나, 위 세 품목의 합이 53.5%로 전라북도 조제식품의 주요수출품목으로 나타남

○ 전라북도의 주요 수출국에 대한 전략산업별 수출 전망 및 확대방안을 모색해 보기 위해 한국과 주요 수출국 그리고 전북의 전략산업별 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석함

- TSI는 해당 국가 혹은 지역의 각 품목별 수출입 차를 해당 품목의 교역규모(수출입의 합)로 나눈 값(TSI=(X-M)/(X+M))[1]으로 -1 ~ +1 의 값을 가지며, 0을 기준으로 +1에 가까울 수록 수출특화의 정도가 높아 경쟁력을 가진 품목으로, 그리고 -1에 가까울수록 수입특화품목으로 경쟁력이 뒤지는 품목으로 해석

○ 1995년 이후 한국의 자동차 부품 TSI를 HS 6단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 자동차 부품산업 전체의 TSI는 1995년 -0.544에서 2006년 0.210으로 변화되어 수입특화산업에서 수출특화산업으로 변모하고 있으며 전체 43개 폼목군 중 수출특화품목은 26개 품목, 수입특화품목은 17개 품목으로 변화되었음

○ 전북의 자동차 부품산업 전체의 무역특화지수는 2000년 0.124에서 2006년

---

1) TSI=(X-M)/(X+M)

※ X=해당품목의 수출액, M=해당품목의 수입액

0.763으로 변화되어 수출특화의 정도가 대폭 강화되었음

- 특히 2002년 현대자동차의 중국 진출 이후 수출특화의 정도가 크게 향상되어 전체 43개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 12개 품목, 수입특화품목은 15개 품목이었지만 2006년에는 수출특화품목이 12개 품목, 수입특화품목은 20개 품목으로 수입특화품목의 증가추세

○ 전라북도의 자동차부품 기존수출유망품목을 보면 '수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품', '로드휠 및 그 부분품과 부속품', '서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함)' 등으로 편중되어 있음을 볼 수 있어, 이에 대한 대응전략 마련이 시급

○ 전라북도의 대세계 또는 대중국 수출경쟁력 우위품목에는 포함되지 않더라도 수입수요 우위품목으로 제시된 5개 품목들은 전라북도의 수출확대에 잠재적으로 기여할 수 있는 품목으로 고려될 수 있음

- 자동차부품의 대세계 수출경쟁력 고려 시 수출유망품목으로는 수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품, 로드휠 및 그 부분품과 부속품, 서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함), 기어박스 및 부분품, 차량엔진용 부분품과 부속품, 버스용 엔진포함 섀시부품 등으로 나타남

○ 한국의 섬유제품 전체의 TSI는 2000년 0.544에서 2006년 0.239로 변화되어 수출특화산업이 지속되고 있지만 경쟁력이 약화되고 있음

- 14개 품목군 중 수출특화품목은 8개 품목, 수입특화품목은 6개 품목

○ 전북의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.386에서 2006년 0.478로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화

- 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 7개 품목, 수입특화품목은 7개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 7개 품목, 수입특화품목은 7개 품목

○ 섬유제품 수출유망품목으로는 워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품, 견(기타 직물), 인조장섬유(폴리에스테르 장섬유의 강력사, 폴리에스테르 장섬유의 기타 단사, 폴리에스테르 장섬유의 단사, 기타), 메리야스편물과 뜨게질 편물(면제의 루프파칠 편물, 기타), 메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(플라스틱 고무를 침투·도포·피복한 장갑, 면제의 것,

면제의 스타킹, 기타 양말류), 의류와 그 부속품(브래지어), 기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(합성섬유제의 텐트) 등으로 나타남

○ 2000년 이후 한국의 조제식품 TSI를 HS 4단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 조제식품 전체의 TSI는 2000년 -0.329에서 2006년 -0.361로 변화되어 수입특화가 지속되면서 경쟁력이 약화되고 있음을 알 수 있음

- 55개 폼목군 중 수출특화품목은 11개 품목, 수입특화품목은 44개 품목으로 분석됨

○ 전북의 식품산업의 TSI를 HS 4단위를 기준으로 살펴보면, 전북의 식품산업 전체의 무역특화지수는 2000년 -0.604에서 2006년 -0.732로 변화되어 수입특화의 정도가 점차 강화

- 전체 49개 폼목군 중 2000년 수출특화품목은 20개 품목, 수입특화품목은 20개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 16개 품목, 수입특화품목은 28개 품목으로 변화
- 식품산업의 수출유망품목으로는 속을 채운 파스타, 파스타 기타, 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 기타, 단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계, 불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물, 맥주, 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물의 기타 제품, 냉동한 조제 또는 저장처리한 기타 채소 및 채소의 혼합물 등으로 나타남

4) 교역 경쟁력 강화 전략

○ 대·중소기업간 협력강화

- 중소기업의 수출증대를 위해서는 대기업의 종합상사 등과의 협력을 통한 해외마케팅 활성화와 수출증대를 도모할 필요성이 있음

○ 수출네트워크 구축과 지원 프로그램 마련

- 대기업과 중소기업의 수출멘토링제도나 수출클럽 제도를 통한 기존수출기업과 내수기업 간 수출경험이나 지식이전, 정보공유 등을 위한 수출네트워크 구축모델과 해외마케팅 지원 프로그램 마련 등의 지원이 필요

○ 해외시장의 수출·신규투자 전략수립에 대한 지원 프로그램

- 해외시장 수출품에 대한 전략수립

· 도내 기업은 다품종소량생산을 통한 고급·고부가가치 제품의 개발 및 이를 통한 수출, 현지화를 통한 지속적인 신제품 개발노력으로 제품의 차별화 노력을 계속적으로 시도하는 것이 필요

· 도내 기업이 공동으로 해외 수출을 위한 “전북 R&D센터”를 중국 및 수출대상국에 두고 현지인의 수요에 맞는 디자인, 브랜드 등의 비가격차별화요인을 개발할 수 있도록 하는 지원이 필요

· 전북상품의 특화와 제품의 고급화를 통하여 해외시장의 중산층 이상을 대상으로 마케팅 세분화 작업 및 각 시장별 전략 수립 필요

○ 중소기업의 차별화된 수출지원 프로그램

- 단계별 지원사업화 발굴 및 추진

· 업체들에게 해외시장 접촉경험을 제공하기 위해 업체 역량에 맞추어 2단계로 나누어 쉬운 시장으로부터 상대적으로 어려운 시장으로 단계적으로 해외시장에 접촉할 수 있도록 지원하는 프로그램인 시장탐색 프로그램은 중소기업 수출기업화사업 다단계화가 필요

- 연계지원 강화 및 수출지원의 차별화

· 수출기업화사업 참여업체에 대해 수출금융 지원제도, 기술 및 디자인개발 지원제도, 정보화 지원제도 등 다른 수출 지원기업 지원제도와 연계하여 지원

○ 전자무역 활성화의 지원강화

- 사이버무역에 대한 홍보강화

- 인터넷 중소기업의 기업관을 e-무역상사로 육성

- 사이버 수출상담소 개설

· 인터넷 중소기업관의 상설 사이버 수출상담장을 수출관련 기관의 해외지역본부(KOTRA 해외무역관 등)의 웹사이트에 설치하여, 고객의 니즈(needs)에 빨리 대응할 수 있는 수출상담소를 개설하여 운영

- 사이버무역기반 구축을 위한 정보화 지원강화

· 중소기업의 사이버무역 활성화를 위해서는 수출중소기업에 대해 기존의 웹

사이트 구축단계 이상의 정보화 지원 시스템 구축

○ 교역인력 양성

- 대학의 교역실무교육 및 인력공급기능 강화

· 수출기업이 원하는 무역실무분야 개발을 위한 정기적인 설문조사를 통하여 맞춤형 무역실무교육 실시

· 외환 및 관세분야 등 무역관련 전문가로 「무역실무교수단 Pool」을 구성, 기업에서 원하는 인재를 육성

- 수출기업 종사자에 대한 재직자교육 확대

· 세계적인 교역환경 변화에 대응하여 무역아카데미에 전자무역 등 신규 강좌를 개설하고, 강좌규모도 확대

○ 국내·외 해외마케팅 지원 포털사이트 네트워크 구축

- 현지 지원 위주의 해외마케팅 지원체계를 강화하기 위해서는 해외 현지원이 가능한 모든 전라북도 전문기관이나 업체, 그리고 개인(전문가)으로 구성된 해외 마케팅 지원 네트워크를 구축할 필요성이 있음

- 해외 마케팅 지원을 제공할 수 있는 전라북도 전문기관이나 업체 또는 개인의 데이터베이스(DB) 구축

- 수요자 접근이 용이 하도록 수출 관련 포털사이트를 만들어 등재하거나 전라북도 전략산업 및 중소기업 관련 웹사이트에 등재

- 포털사이트를 활성화 하고 중소기업에게 효과적으로 지원을 하기 위해서는 중소기업이 포털사이트에 가입하도록 권유

○ 현지 진출업체와 네트워킹 프로그램 구축

- 완성차업체와 협력하여 현지 진출 전라북도 부품업체들이 공동 정보교류 및 공동 마케팅체제를 구축하여 해외 내수시장 진출을 확대할 수 있도록 업체간 네트워킹화 사업 지원필요

- 내수시장과 전라북도 재수입을 위한 생산에 집중하고 전라북도에서는 연구개발과 핵심 고기술 부품 생산에 집중하는 분업체제 구축

- 전라북도는 핵심 제품 생산과 연구개발에 집중이 필요하고, 전라북도는 기존 자동차부품 육성정책의 연장선상에서 전라북도내 자동차부품업체의 대형화·집중화와 원천기술개발지원을 강화해야 함

○ 해외 마케팅 지원 인력 집중 육성

- 전라북도 중소기업들이 해외 마케팅에서 어려움을 겪고 있는 수출인력 부족 문제를 해소하기 위해서는 해외 마케팅 인력을 육성해야 함
- 해외현지 지원인력: 현지사정에 밝고, 전라북도 도내 중소기업과 의사소통이 원활하고, 해외마케팅 능력을 보유하고 있는 현지 마케팅 인력을 집중육성
- 중소기업 재직자: 중소기업 재직자에 대하여 중소기업의 주력 해외마케팅 개척요원으로 육성
- 청년무역인력: 도내 대졸 미취업자를 대상으로 중소기업 현장경험 및 해외시장 현장경험을 통하여 무역전문인력 양성

○ 전략산업분야별 Pilot Project 추진

- 해외파트너와 산업별 전문 산업클러스터 추진단을 구성하고, 이러한 추진단의 구성은 1) 양 지자체 전략산업의 글로벌기업 육성 필요(전북 및 해외 지역) 2) 전라북도의 핵심산업 해외시장 개척 활성화 3) 상기의 과제 실현하기 위한 공동기술개발 및 원천기술 보유 필요 4) 원천기술 보유에 따른 글로벌 기업 육성전략 추진 5) 전략산업 분야별 인재 플랫폼 구축 필요

○ 교역 지역 간 분업체계 구축 프로그램

- 전라북도 기업이 해외 진출이 불가피하다 하더라도 기업의 뿌리는 전라북도에 남겨두도록 하는 정책적 프로그램 구축
- 기업 입장에서도 기업의 가치사슬에서 총괄 기획, 핵심 R&D 등의 고부가가치과정을 전라북도에서 수행하면서 해외 현지와의 분업 체계를 형성, 양지역간 경제가 공동 발전해 갈 수 있는 전략 추진

○ 정기적 수출 기업 기술/무역상담회 개최

- 전라북도 수출기업의 경쟁력 원천을 기술개발로부터 찾을 필요가 있으며, 이를 위해 교역 지역간 특히, 도내 기업과 교역국 간 유망기업(중소형 기업)을 상호 매칭 시스템을 구축해 원천기술 보유 및 경협 활성화를 촉진할 필요가 있음
- 교역 상대지역의 유망기업을 선정해 전라북도와 현지 지방정부(지역중심)간 value chain을 구축할 수 있는 매칭시스템을 구축해 도내 기업과 직접 연결고리를 형성, 기술표준화를 통해 해외시장 개척

Ⅱ. 정책건의

1. 중소기업의 수출증대를 위해서 대·중소기업간 협력을 통한 해외마케팅 활성화와 수출증대를 도모

○ 해외마케팅의 활성화를 위해서 해외 마케팅 지원을 제공할 수 있는 전라북도 전문기관이나 업체 또는 개인의 데이터베이스(DB)가 구축되어야 함

○ 마케팅 정보를 수요자 접근이 용이 하도록 수출 관련 포털사이트를 만들어 등재하거나 전라북도 전략산업 및 중소기업관련 웹사이트에 등재

2. 정보수집 능력이 대기업에 비해 상대적으로 취약한 중소기업에서 해외시장에 적극적으로 진입할 수 있는 전략을 기획하고 추진하기 위해서는 간단한 해외 시장조사 차원이 아니라, 대상국별 해당기업에 맞는 마케팅 컨설팅이 필요함

○ 대상지역의 시장을 전략적으로 진입하기 위해서 철저한 시장조사를 통한 정확한 현지의 정보를 확보하여 제품의 차별화를 가능하게 하여야 함

3. 수출 증대와 교역역량을 강화하기 위하여 내수기업의 수출기업화를 위한 수출네트워크 구축

○ 내수기업들의 수출에 대한 인식제고와 기존 수출기업의 수출경험이나 지식의 이전과 수출관련 정보를 공유할 수 있는 수출네트워크를 구축

4. 중소기업의 교역 역량 강화를 위한 제도적 지원

○ 수출역량 증대를 위하여 차별화된 수출금융 지원제도, 기술 및 디자인개발 지원제도, 정보화 지원제도 등의 지원이 이루어져야 함

5. 전자무역 활성화의 지원강화를 위해서 수출기업에 대해 기존의 웹사이트 구축단계 이상의 정보화 지원

○ 수출기업이 사이버무역에 참여할 수 있도록 하기 위해서는 사내정보화를 위

한 ERP나 SCM 등의 경영정보시스템 구축

○ 인터넷 기반의 무역자동화시스템과 기업의 내부정보화시스템을 통합 운영하는 통합무역관리 솔루션을 해당기업 정보화 사업의 일환으로 전라북도 수출업체에게 보급해야 함

6. 맞춤형 무역실무교육 실시

○ 수출기업이 원하는 무역실무분야 개발을 위한 정기적인 설문조사를 통하여 맞춤형 무역실무교육 실시함

○ 외환 및 관세분야 등 무역관련 전문가로 「무역실무교수단 Pool」을 구성, 대학의 무역실무교육을 보완하는 방법으로 현실적이며 기업에서 원하는 인재를 육성해야 함

7. 교역환경 변화에 대응하여 무역아카데미에 전자무역 등 신규 강좌를 개설, 강좌규모 확대

○ 재교육기회가 적은 재직자 대상 온라인교육(무역아카데미)을 실시함은 물론 장기적으로는 우수 대졸인력을 대상으로 무역실무, 외환, 마케팅, 전자상거래 등 종합적·체계적 지식을 교육하는 전라북도 각 대학에 무역아카데미를 설립해야 함

8. 수출 관련 포털사이트의 활성화

○ 중소기업에게 효과적으로 지원을 하기 위해서는 중소기업이 포털사이트에 가입하도록 유도

○ 수출 기업에게 산업이 확대·개방되고 있음을 인지시켜 기업체가 해외시장 진출을 적극적으로 모색하게 유도해야 함

목 차

제 1 장 서 론 ····· 3
제 1 절 연구의 목적 ····· 3
제 2 절 연구범위와 방법 ····· 5

제 2 장 교역 현황 및 추이 ····· 9
제 1 절 교역 현황 ····· 9
1. 우리나라의 수출·입 현황 ····· 9
2. 품목별 교역 현황 ····· 13
3. 기업별 수출현황 ····· 16
제 2 절 수출·입 지원 정책 현황 ····· 19
1. 국내 수출촉진 정책현황 ····· 19
2. 전라북도의 주요수출 지원정책 ····· 23
3. 전라북도 수출·입 지원정책 실태 분석 ····· 28
제 3 절 전라북도 교역 경쟁력의 시사점 ····· 42
1. 산업간 연계 부족 ····· 42
2. 특정품목의 의존도 과중 ····· 42
3. 대기업 위주의 수출 편중 심화 ····· 43

제 3 장 산업별 교역전망 및 품목선정 ····· 47
제 1 절 자동차 및 부품산업의 교역전망 및 품목선정 ····· 47
1. 전라북도의 자동차 및 부품산업 교역현황 ····· 47
2. 한국, 중국, 그리고 전북의 세계자동차부품시장에서의 무역특화 지수 변화 추이 ····· 50
3. 한국, 전북의 중국자동차부품시장에서의 무역특화지수 변화 추이 ···· 61
4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정 ····· 67
제 2 절 섬유산업의 교역전망 및 품목선정 ····· 70
1. 섬유산업의 교역현황 ····· 70
2. 한국, 중국, 그리고 전북의 세계 섬유제품시장에서의 무역특화 지수 변화 추이 ····· 75
3. 한국, 전북의 미국, 중국섬유시장에서의 무역특화지수 변화 추이 ··· 84

4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정 ····· 94
제 3 절 식품산업의 교역전망 및 품목선정 ····· 97
1. 식품산업의 교역현황 ····· 97
2. 한국, 일본, 그리고 전북의 세계 조제식품시장에서의 무역특화 지수 변화 추이 ····· 100
3. 한국, 전북의 일본 조제식품시장에서의 무역특화지수 변화 추이 ···· 110
4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정 ····· 118

제 4 장 교역 경쟁력 강화 전략 ·····125
제 1 절 기본방향 ····· 125
1. 대·중소기업간 협력강화 ····· 125
2. 수출네트워크 구축과 지원 프로그램 마련 ····· 125
3. 수출시장의 변화에 따른 수출기업지원 전략 수립 ····· 126
4. 중소기업의 차별화된 수출지원 프로그램 ····· 127
5. 전자무역 활성화의 지원강화 ····· 128
6. 교역인력 양성 ····· 129
제 2 절 세부추진 과제 ····· 130
1. 국내·외 해외마케팅 지원을 위한 포털사이트 네트워크 구축 ···· 130
2. 마케팅 컨설팅 지원 프로그램 구축 ····· 131
3. 현지 진출업체와 네트워킹 프로그램 구축 ····· 131
4. 자동차 부품·소재업체의 글로벌 마케팅 체계 구축 ····· 133
5. 해외 마케팅 지원 인력 집중 육성 ····· 134
6. 전략산업분야별 Pilot Project 추진 ····· 135
7. 교역 지역 간 분업체계 구축 프로그램 ····· 135
8. 수출 기업 기술/무역상담회 개최 ····· 136

제 5 장 결론 및 정책적 제언 ·····139
제 1 절 결론 ····· 139
제 2 절 정책적 제언 ····· 141

■ 참고문헌 ·····147
■ 부 록 ·····151

표 목 차

<표 2-1> 우리나라의 수·출입 현황 ····· 9
<표 2-2> 전라북도의 수출·입 현황 ····· 10
<표 2-3> 국가별 수출현황 ····· 12
<표 2-4> 전라북도 주요 품목별 수출 현황 ····· 14
<표 2-5> 합성수지 및 자동차관련 제품의 요인별 수출증가율 추이 ··· 14
<표 2-6> 전라북도의 용도에 따른 수출 비중추이 ····· 15
<표 2-7> 수출업체 현황 ····· 16
<표 2-8> 규모별 수출업체 현황 ····· 17
<표 2-9> 전라북도 기업규모별 수출 추이 ····· 17
<표 2-10> 전라북도 벤처기업 수출 추이 ····· 18
<표 2-11> 산업자원부의 무역정책 방향 ····· 19
<표 2-12> 수출절차별 유관기관의 수출지원 사업 ····· 20
<표 2-13> 무역관련기관의 거래선 발굴관련 지원사업 ····· 21
<표 2-14> 산업자원부의 수출지원제도 ····· 23
<표 2-15> 전라북도 해외무역투자사무소 현황 ····· 23
<표 2-16> 2007년도 해외시장개척단 파견계획(KOTRA 전북무역관) ···· 24
<표 2-17> 무역협회 전북지부 해외시장개척 지원사업 ····· 24
<표 2-18> KOTRA전북 무역관 및 무역협회 전북지부 국내외
전시/박람회 계획 ····· 25
<표 2-19> 무역상담회 개최 사업 ····· 26
<표 2-20> 해외지사화 및 기타관련사업 ····· 26
<표 2-21> 중소기업 통·번역 지원내용 ····· 27
<표 2-22> 해외인터넷 마케팅지원 및 홍보 ····· 27
<표 2-23> 지역별 조사대상 업체 분포 ····· 28
<표 2-24> 수출업체의 업종별 분포 ····· 29

<표 2-25> 전라북도 수출업체의 해외마케팅 활용방법(다중응답) …… 30
<표 2-26> 해외수출에 필요한 해외정보(다중응답) …… 31
<표 2-27> 해외마케팅 정보의 수집방법(다중응답) …… 32
<표 2-28> 해외마케팅 지원사업의 미활용 사유(다중응답) …… 33
<표 2-29> 최근 2년간 해외전시회 국가(다중응답) …… 34
<표 2-30> 국가별 해외시장 개척단 파견현황(다중응답) …… 35
<표 2-31> 해외전시회/시장개척단 참가시의 효과 …… 36
<표 2-32> 해외전시회/시장개척단 참가시 효과가 적은 이유(다중응답) …… 37
<표 2-33> 향후 해외전시회 참가 현황(다중응답) …… 38
<표 2-34> 해외시장개척단 파견시 선호하는 국가(다중응답) …… 39
<표 2-35> 수출지원기관이 지원하는 해외마케팅사업 참가시 지원 사항의 우선순위 …… 40
<표 2-36> 향후 수출지원기관이 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항(다중응답) …… 41
<표 2-37> 전북지역 제조업 규모별 고용비중 추이 …… 43
<표 3-1> 전라북도의 자동차 및 자동차 부품 수출 추이 …… 47
<표 3-2> 전라북도 자동차 수출국별 구성(2006년 기준) …… 49
<표 3-3> 전북의 중국에 대한 자동차 및 부품 수출 추이 …… 49
<표 3-4> 전북의 자동차 부품 수출국별 구성(2006년 기준) …… 50
<표 3-5> 자동차부품 품목분류 …… 51
<표 3-6> 한국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이 …… 53
<표 3-7> 한국 자동차 부품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 54
<표 3-8> 중국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이 …… 55
<표 3-9> 중국 자동차 부품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 56
<표 3-10> 전북의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이 …… 58
<표 3-11> 전북 자동차 부품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 59
<표 3-12> 전북 자동차 부품 주요 교역품목의 수출입 추이 특성 … 60
<표 3-13> 한·중 교역에서 한국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이 … 61
<표 3-14> 한·중 교역에서 한국의 자동차 부품 품목별 수출경쟁력

변화 양상 ····· 62
<표 3-15> 전북의 대중국 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이 ···· 63
<표 3-16> 전북의 대중국 자동차 부품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ··· 64
<표 3-17> 전북의 자동차 부품 주요 수출입 품목의 수출경쟁력
현황 및 전망 ····· 65
<표 3-18> 수·출입 특화 항목 ····· 66
<표 3-19> 전북지역의 2006년도 세부품목별 자동차부품 수출현황 ···· 68
<표 3-20> 전라북도의 자동차부품 수출유망품목 ····· 69
<표 3-21> 전라북도의 섬유산업의 수출 추이 ····· 70
<표 3-22> 전라북도의 섬유제품 수출국별 구성(2006년 기준) ····· 72
<표 3-23> 전북의 미국에 대한 섬유제품 수출추이 ····· 72
<표 3-24> 전북의 중국에 대한 섬유제품 수출추이 ····· 73
<표 3-25> 전라북도의 인조단섬유의 주요 수출대상국(2006년기준) ···· 74
<표 3-26> 인조단섬유의 대한 미국, 중국의 수출 추이 ····· 74
<표 3-27> 섬유제품 품목분류 ····· 75
<표 3-28> 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ····· 76
<표 3-29> 한국 섬유제품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 77
<표 3-30> 미국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ····· 78
<표 3-31> 미국의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 79
<표 3-32> 중국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ····· 80
<표 3-33> 중국의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 81
<표 3-34> 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ····· 82
<표 3-35> 전북의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 83
<표 3-36> 대미국 교역에서 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ·· 84
<표 3-37> 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 85
<표 3-38> 대중국 교역에서 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ·· 86
<표 3-39> 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 87
<표 3-40> 대미국 교역에서 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 ··· 88
<표 3-41> 품목별 수출경쟁력 변화 양상 ····· 89

<표 3-42> 대중국 교역에서 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이 … 90
<표 3-43> 대중국 교역에서 전북의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 91
<표 3-44> 전북의 섬유제품 주요 수출입 분야의 수출경쟁력 현황 및 전망 …… 92
<표 3-45> 수·출입 특화 항목 …… 93
<표 3-46> 전북지역의 2006년도 세부품목별 섬유제품 수출현황 …… 95
<표 3-47> 전라북도의 섬유제품 수출유망품목 …… 96
<표 3-48> 전라북도 식품제조업의 수출 추이 …… 97
<표 3-49> 전라북도의 식품제조업 수출국별 구성(2006년 기준) …… 98
<표 3-50> 전북의 일본에 대한 조제식품 수출추이 …… 99
<표 3-51> 주요수출품목의 주요 수출대상국(2006년 기준) …… 100
<표 3-52> 조제식품 품목분류 …… 101
<표 3-53> 한국의 조제식품 무역특화지수 변화 추이 …… 103
<표 3-54> 한국 조제식품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 105
<표 3-55> 일본의 조제식품 무역특화지수 변화 추이 …… 106
<표 3-56> 일본의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 107
<표 3-57> 전북의 조제식품 무역특화지수 변화 추이 …… 108
<표 3-58> 전북의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 109
<표 3-59> 대일본 교역에서 한국의 조제식품 무역특화지수 변화 추이 …… 111
<표 3-60> 대일본 교역에서 한국의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 …… 112
<표 3-61> 대일본 교역에서 전북의 조제식품 무역특화지수 변화 추이 …… 113
<표 3-62> 대 일본 교역에서 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상 … 114
<표 3-63> 전북의 조제식품 주요 수출입 분야의 수출경쟁력 현황 및 전망 …… 116
<표 3-64> 수·출입 특화 항목 …… 117
<표 3-65> 전북지역의 2006년도 세부품목별 조제식품 수출현황 …… 119
<표 3-66> 전라북도의 조제식품 수출유망품목 …… 120

그림목차

<그림 2-1> 전라북도 지역의 수출 추이 ····· 11
<그림 2-2> GRDP 대비 수출 비중 추이 ····· 11
<그림 3-1> 전북의 자동차 및 자동차 부품 수출이 전북의 전체 수출에서 차지하는 비중 ····· 48
<그림 3-2> 섬유제품의 수출이 전체수출에서 차지하는 비중 ····· 71
<그림 3-3> 식품제조업의 수출이 전체수출에서 차지하는 비중 ····· 98

제1장 서 론

제1절 연구의 목적

최근 전라북도 수출은 전국의 수출 증가세를 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있다. 2003년과 2004년 중 51%에 가까운 급신장세를 보였으며, 2006년에도 15.7%나 증가하였다. 수출액의 지역내총생산(GRDP)에 대한 비율도 2002년 17.1%에서 2006년에는 22.1%로 상승하였다. 이처럼 최근 전라북도 지역의 수출이 높은 신장세를 나타낸 것은 도내 최대 수출품목인 자동차의 수출물량이 급증한 데 주로 기인한다. 2001년 57,940대에 불과하였던 자동차(조립부품수출 포함)수출대수는 2003년부터 급증하기 시작하여 2006년에는 419,382대를 기록하였다.

주요 수출품목을 보면, 자동차 수출비중이 42.1%(2006년 기준)로 가장 높고 이어 자동차부품(12.2%), 합성수지(9.0%), 정밀화학원료(4.9%), 종이제품(4.9%) 순으로 분석되었다. 자동차관련 품목(자동차 및 자동차부품)에 대한 수출의존도가 50%를 상회하는 가운데 5대 수출품목의 비중도 전국(43.1%)에 비해 크게 높은 69.3%에 달하는 등 수출품목의 편중현상이 매우 심하다. 수출대상국별로 보면, 對중국 수출비중이 17.9%(2006년 기준)로 가장 높고, 이어 미국(11.9%), 일본(5.6%), 홍콩(4.4%) 순으로 나타났다. 중국의 경우 2001년까지만 해도 미국에 이어 제2의 수출국이었으나 對중국 자동차부품 수출이 급증하면서 2002년부터 최대 수출국으로 부상하고 하고 있다. 한편 최근 수출대상국이 중동 및 남미 등으로 다변화되면서 국별 수출편중도는 점차 완화되고 있는 추세이다. 기업규모별로는 GM대우 및 현대자동차의 수출 확대 등의 영향으로 중소기업 주도형에서 대기업 주도형으로 전환되었다. 2003년 64.5%에 달하던 중소기업 수출비중은 2006년에는 31.2%로 하락하였고, 전체 수출액에서 벤처기업 수출이 차지하는 비중은 2002년 1.5%에서 2006년 2.7%로 상승하였으나, 전국의 벤처기업 수출비중(2006년 기준, 3.6%)보다는 낮은 수준이다. 시·군별로는 군산시의 수출비중이 57.1%(2006년 기준)로 가장 높고 이어 전주시(17.1%), 완주군(11.3%), 익산시(10.5%) 순으로 나타났다.

또한 전라북도의 교역이 특정 제품에 제한되어 있는 점을 감안하면, 향후 전라북도

의 교역의 경쟁력은 약화될 가능성이 높다. 특히, 전라북도 수출액 중 자동차관련(자동차부품포함)품목이 차지하는 비중은 2006년에는 52.6%를 차지하고 있어 수출의 편중성을 보여주고 있으며, 전략산업별 수출에서도 각 산업의 일부 품목이 수출의 많은 비중을 차지하고 있다.

이러한 원인은 전라북도 교역에 다음과 같은 문제점이 내재되어 있기 때문이다.

첫째, 산업간 연계 강화가 부족하다. 전라북도의 주요 수출 품목은 자동차 관련 품목이 집중화 되어 있어, 전국에 비해 생산 및 부가가치 유발효과가 높은 품목으로 구성되어 있는 바, 수출에 의해 발생되는 생산 및 부가가치유발 효과가 역외로 유출되지 않고 지역 내로 환류될 수 있도록 산업간 연계를 강화할 필요가 있다. 그러나 전라북도의 교역에서 자동차관련 품목이 전체 수출의 절반이상을 차지하고 있지만, 이와 관련된 소재·부품산업 기반은 크게 취약한 점에 비추어 자동차 관련 부품·소재산업과 연계관계가 부족하다고 할 수 있다.

둘째, 수출 품목 다변화에 대한 대응이 부족하다. 전라북도 전략산업별 교역 현황을 살펴보면, 산업별 수출이 특정국이나 특정품목에 집중되어 있는 것으로 나타났다.

이는 특정품목에 대한 수출의존도가 지나치게 높아 동 품목의 무역여건이 약화되거나 생산에 차질이 발생할 경우, 교역경쟁력에 큰 타격을 줄 수 있다는 것을 의미한다. 무역특화지수로 살펴본 전라북도 자동차 부품산업의 수출경쟁력은 2000년 0.124에서 2006년 0.763으로 변화되어 수출특화의 정도가 대폭 강화되었다. 하지만 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 12개 품목에 지나지 않은 반면, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 20개 품목으로 나타났으며, 이는 전라북도의 자동차 부품 수출이 특정 품목에 집중되어 있기 때문으로 해석된다. 섬유산업의 경우에도 무역특화지수가 2000년 0.386에서 2006년 0.478로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화되고 있으나, 전체 14개 품목군 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 4개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 6개 품목으로 나타났다.

셋째, 중소기업보다 대기업 위주의 수출 구조이다. 전라북도 수출이 종전 중소기업 우위에서 대기업 우위로 전환됨에 따라 수출이 증가하고 있는 가운데서도 수출 취업유발인원은 감소하고 있다는 점에 비추어 볼 수 있다. 고용창출 효과가 큰 중소기업의 수출을 활성화할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다. 중소기업의 기술개발 시 대기업이 자금을 제공하고 성과를 공유한다든가 대기업의 해외 판매망을 중소기업에게 개방

하여 이용하게 하는 등 대기업과 중소기업간 상호 협력관계 강화 유도가 필요한 시점이다.

따라서 본 연구에서는 전라북도 수출 제조업체에 초점을 맞추어, 전라북도 교역경쟁력의 방안 수립을 위한 기초 작업으로 전라북도 교역의 경쟁력을 분석해 보고, 이에 대한 실천 가능한 프로그램을 제공하는데 그 목적이 있다.

본 연구는 다음과 같은 구체적인 목적을 가지고 있다.

첫째, 교역 추이 분석 및 특징

둘째, 수 출·입 지원 정책 분석

셋째, 산업별 수출 현황 분석

넷째, 산업별 교역 경쟁우위 품목선정

다섯째, 수출품 위주의 교역경쟁력 기본방향 제안

제2절 연구범위와 방법

연구범위는 공간적으로 전라북도의 14개 시·군을 기본대상으로 관련 내용을 비교분석하였고, 전라북도의 국내·외 교역에 관련된 내용들을 조사하여 분석하였다. 내용적으로는 전라북도의 교역환경에 대한 분석, 향후 교역 경쟁력을 위한 전략과 개선방안들을 제시하였다. 또한 교역 경쟁전략을 전략산업별로 분류하여 제시하는 것으로 연구 범위를 설정하였다. 이러한 목적을 달성하기 위해서 본 연구에서는 연구의 특성별로 문헌조사, 통계분석, 면담 및 설문조사 등 다양한 연구방법을 채택하였다. 또한 자료의 수집 방법으로는 국내·외 연구보고서, 연구논문, 한국무역협회 무역정보시스템 등의 웹 콘텐츠 등에서 각종 관련 자료와 통계자료들을 수집하여 이론적으로 고찰하였다.

전라북도 교역여건과 현황에 대한 특성을 파악하기 위해서 주변 여건과 관련된 최근 동향들을 파악하여 향후 전라북도가 지향해야 할 교역경쟁력을 위한 추진방향을 모색하였다. 분야별 연구의 방법은 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 교역의 개념정립과 관련 이론 및 선행연구를 종합적으로 검토하기 위하여 이론적이고 실증적인 차원에서 행해진 기존 국내·외의 선행문헌들을 검토하였다. 그리고 지역적인 차원에서 전라북도 교역 추이의 분석과 특징을 분석하였고, 국내 수출 촉

진 정책현황과 전라북도 수출업체의 해외마케팅 지원정책의 활용실태와 수요를 조사 및 분석하였다.

둘째, 전라북도 교역경쟁력의 실태를 파악하고, 전략산업별 교역전망 및 품목선정을 위하여 자동차 및 부품산업, 섬유산업, 식품제조산업 등의 수출현황을 조사하고 산업별 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석하였다. 무역특화지수분석은 먼저 자동차 및 부품산업에서는 세계시장에서 한국과 주요교역대상국인 중국, 전북의 무역특화지수분석을 하였고, 중국시장에서의 한국과 전북의 특화지수분석을 하였다.

섬유산업에서는 세계시장에서의 한국, 미국, 중국, 전북의 무역특화를 분석하고, 미국과 중국시장에서의 한국, 전라북도의 무역특화지수를 분석하였다. 마지막으로 식품제조산업에서는 세계시장에서 한국, 일본, 전북의 무역특화지수를 분석하고, 일본시장에서의 한국, 전북의 무역특화지수를 분석하였다.

마지막으로, 효율적인 연구의 진행을 위해 학계와 실무 전문가를 초빙하여 다양한 시각에서 토론하고 의사를 수렴할 수 있는 자문회의를 개최하여 전라북도의 교역경쟁력에 관한 폭넓은 의견을 수렴하였다.

제2장 교역 현황 및 추이

제1절 교역 현황

1. 우리나라의 수출·입 현황

1) 우리나라 수출·입 현황

우리나라의 수출현황은 2007년 현재 145,349백만 달러를 기록하여 전년과 비교하여 14.4%의 증가세를 나타내고 있다. 또한 수입현황을 보면, 2007년 현재 141,406백만 달러로 전년 대비 14.7%가 증가하였다. 2007년 5월 기준 수지는 4,304백만 달러로 나타나 과거와 비교하여 낮은 수준으로 나타났다.

<표 2-1> 우리나라의 수·출입 현황

(단위 : 백만 달러, %)

년도	수출		수입		수지
	금액	증가율	금액	증가율	
1990	65,016	4.2	69,844	13.6	-4,828
1991	71,870	10.5	81,525	16.7	-9,655
1992	76,632	6.6	81,775	0.3	-5,144
1993	82,236	7.3	83,800	2.5	-1,564
1994	96,013	16.8	102,348	22.1	-6,335
1995	125,058	30.3	135,119	32.0	-10,061
1996	129,715	3.7	150,339	11.3	-20,624
1997	136,164	5.0	144,616	-3.8	-8,452
1998	132,313	-2.8	93,282	-35.5	39,031
1999	143,685	8.6	119,752	28.4	23,933
2000	172,268	19.9	160,481	34.0	11,786
2001	150,439	-12.7	141,098	-12.1	9,341
2002	162,471	8.0	152,126	7.8	10,344
2003	193,817	19.3	178,827	17.6	14,991
2004	253,845	31.0	224,463	25.5	29,382
2005	284,419	12.0	261,238	16.4	23,180
2006	325,465	14.4	309,383	18.4	16,082
2007(01~05월)	145,710	14.4	141,406	14.7	4,304

자료 : 한국무역협회, 무역통계자료(http://www.kita.net)

2) 전라북도 수출·입 현황

최근 전라북도 지역 수출은 전국의 수출 증가세를 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있다. 특히 2003년과 2004년 중 50%에 가까운 급신장세를 보였으며, 2005년에도 14.8%나 증가하여 전국 수출액에서 전라북도 지역이 차지하는 비중도 2001년 1.48%에서 2005년에는 1.70%로 상승하였다. 그러나 여전히 전국 수출액 수준으로 보면 상당히 미비한 수준이다.

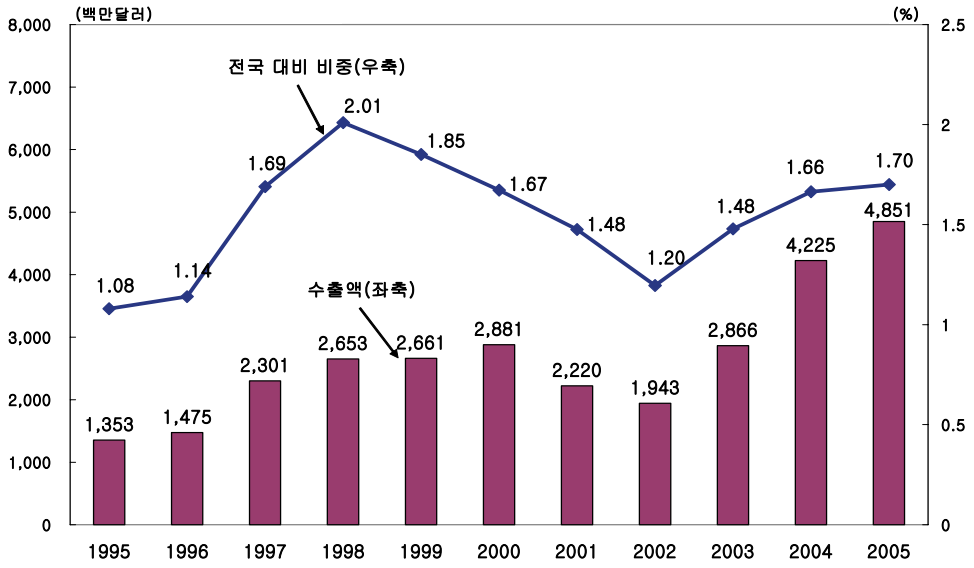
<표 2-2> 전라북도의 수출·입 현황

(단위 : 백만 달러, %)

년 도	수출		수입		수지
	금액	증가율	금액	증가율	
2000	2,881	-	1,501	-	1,380
2001	2,220	-23.0	1,503	0.1	717
2002	1,943	-12.5	1,600	6.4	343
2003	2,866	47.5	2,043	27.7	823
2004	4,225	47.4	2,522	23.5	1,702
2005	4,851	14.8	2,456	-2.6	2,395
2006	5,471	12.8	2,548	3.7	2,923
2007(01~05월)	2,546	14.9	1,235	23.1	1,311

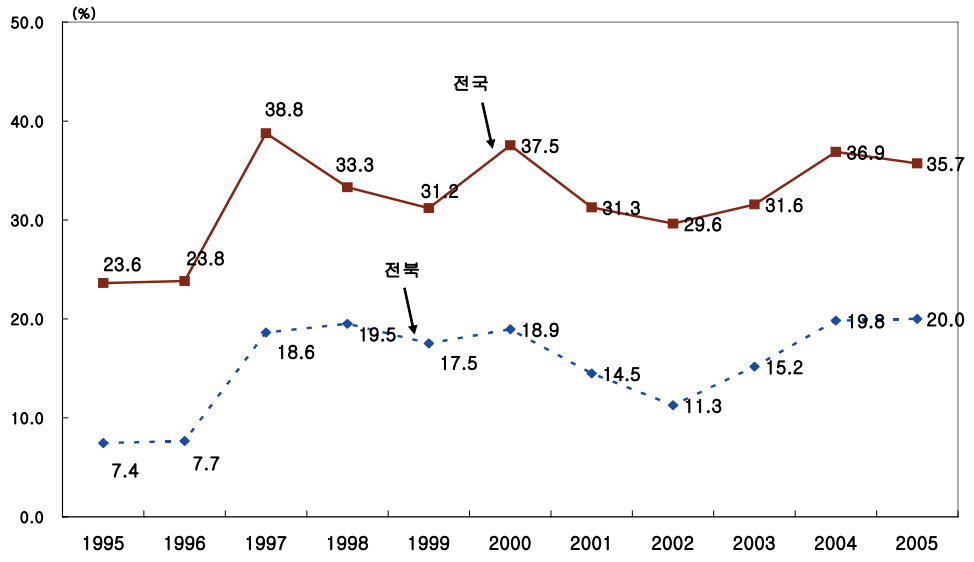
자료 : 한국무역협회, 무역통계자료(http://www.kita.net)

또한 지역내총생산(GRDP) 대비 수출 비율도 2001년 14.5%에서 2005년에는 20.0%로 상승하였다. 그러나 전국의 경우 동 비율이 35.7%(2005년 기준)에 달하고 있는 점을 감안하면, 전라북도 지역의 경우 수출이 지역 경제에서 차지하는 중요도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.



<그림 2-1> 전라북도 지역의 수출 추이

자료 : 한국무역협회 무역정보시스템(KOTIS)



<그림 2-2> GRDP 대비 수출 비중[1] 추이

주 : 1) 2005년 GRDP는 2004년 GRDP에 전국 GDP 성장률을 적용하여 추산

자료 : 한국무역협회 무역정보시스템(KOTIS), 통계청 통계정보시스템(KOSIS), 한국은행 국민계정

3) 국별 수출현황

아시아 지역으로의 수출비중은 2001년 42.4%에서 2003년 51.9%로 상승하였다가 이후 중동 및 중남미로 자동차 수출이 확대되면서 2005년에는 41.4%로 하락하는 현상을 보이고 있다. 중동지역으로의 수출은 국제유가 상승으로 산유국들의 구매력이 높아지면서 2003년 이후 자동차를 중심으로 수출이 늘어남에 따라 비중도 상승(2003년 8.5% → 2005년 12.2%)하고 있음을 알 수 있다.

한편 북미 및 유럽지역은 2003~2004년에는 수출이 크게 확대되었으나 2005년 들어 미국, 캐나다, 독일, 영국 등지로의 자동차 수출이 정체되면서 수출증가세가 둔화되고 있다. 전라북도 수출은 최근 수출대상국이 다변화되면서 수출대상국별 편중도가 하락하는 추세를 보이고 있다.

<표 2-3> 국가별 수출현황

(단위 : %)

구 분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
아시아	42.4	47.6	51.9	42.9	41.4
유 럽	16.6	17.4	17.5	21.6	20.2
북 미	18.8	11.8	15.0	17.0	15.2
중 동	11.1	10.9	8.5	11.1	12.2
중남미	7.9	8.6	3.5	4.8	6.6
대양주	1.9	2.4	2.5	1.4	2.7
아프리카	1.3	1.3	1.1	1.2	1.7
총 수출	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 한국무역협회 무역정보시스템(KOTIS)

2. 품목별 교역 현황

1) 품목별 수출 현황

전라북도의 주요 수출품목별 수출추이를 구체적으로 살펴보면, 자동차관련 품목(자동차 및 자동차부품)은 2001년 수출액이 5.7억 달러에 불과하였으나, 2002년 말 GM의 대우자동차 인수 이후 급증하기 시작하여 2005년에는 25억 달러를 기록하였다. 자동차 품목은 GM대우의 라세티, 현대자동차의 2.5톤 이상의 대형차종이 주종을 이루고 있고, 이에 따라 전라북도 지역 전체 수출액 중 자동차관련 품목이 차지하는 비중도 2001년 24.4%에서 2006년에는 45.7%로 상승한 것으로 조사되었다.

합성수지는 주요 수출대상국인 중국의 높은 경제성장 지속, 일본 등 선진국의 경기회복 등에 따른 수요 증가로 최근 들어 연평균 30%에 육박하는 높은 수출증가율을 유지하고 있으며 삼양화성 전주공장에서 생산하는 엔지니어링(고강도) 플라스틱인 폴리카보네이트가 주요 수출품목이다.

정밀화학원료는 수출액이 2001년 1.7억 달러에서 2006년 2.7억 달러로 증가하였으나 전북지역 전체 수출액에서 차지하는 비중은 하락하고 있다. 종이제품은 중국산 저가제품과의 경쟁으로 최근 수출증가율이 둔화되면서 전체 수출액에서 차지하는 비중도 하락 추세를 보이고 있는 가운데 노스케스코그와 페이퍼코리아에서 생산하는 신문용지 및 인쇄용지가 거의 대부분을 차지하고 있다.

전체적으로 전라북도 수출품목의 추이를 보면, 자동차 수출액은 전라북도의 품목 중 수출비중 또한 꾸준하게 증가되고 있는 반면, 자동차부품은 2003년부터 증가세가 둔화되면서 2006년도에는 3.8%가 감소되었다. 품목별 비중 또한 2003년을 정점으로 계속 감소하고 있다.

<표 2-4> 전라북도 주요 품목별 수출 현황

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2001년		2002년		2003년		2004년		2005년		2006년	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
자 동 차	541	24.4	412	21.2	662	23.1	1,562	37.0	1,952	40.2	2,502	45.7
	(-41.8)		(-23.9)		(60.8)		(136.1)		(24.9)		(28.2)	
자동차부품	28	1.2	53	2.7	466	16.3	536	12.7	544	11.2	377	6.9
	(1.5)		(91.0)		(785.7)		(15.0)		(1.5)		(-3.8)	
합성수지	155	7.0	187	9.6	223	7.8	296	7.0	388	8.0	404	7.4
	(-2.4)		(20.7)		(19.4)		(32.8)		(31.0)		(4.2)	
정밀화학 원료	168	7.6	154	7.9	182	6.3	200	4.7	236	4.9	193	3.5
	(0.2)		(-8.6)		(18.1)		(9.8)		(18.2)		(-18.5)	
종이제품	161	7.2	105	5.4	165	5.8	229	5.4	232	4.8	244	4.5
	(-22.7)		(-34.9)		(58.2)		(38.5)		(1.3)		(5.3)	
기 타	1,167	52.6	1,032	53.2	1,168	40.7	1,402	33.2	1,499	30.9	1751	32.0
	(-16.1)		(-11.5)		(13.0)		(20.0)		(7.0)		(16.8)	
총 계	2,220	100.0	1,943	100.0	2,866	100.0	4,225	100.0	4,851	100.0	5,471	100.0
	(-23.0)		(-12.5)		(47.5)		(47.4)		(14.8)		(12.8)	

주 : ( ) 안은 전년대비 증감률

자료 : 한국무역협회, 무역정보시스템(KOTIS)

수출금액 면에서 보더라도 2003년 이후 전북지역 전체 수출증가액의 대부분을 자동차 관련품목(자동차 및 자동차부품)이 차지하고 있고, 전라북도 지역 총수출 증가액 가운데 자동차 관련품목 수출 증가액이 차지하는 비중은 2003년 71.9%, 2004년 71.4%, 2005년 63.5%에 달한다, 한편 전라북도 지역의 두 번째 주요 수출품목인 합성수지(폴리카보네이트, 폴리스티렌 등)는 국제 원자재 가격 및 유가 상승분의 수출가격 반영에 따른 수출단가 상승과 더불어 수출액이 증가하고 있다.

<표 2-5> 합성수지 및 자동차관련 제품의 요인별 수출증가율 추이

(단위: %)

품 목	요인	2003년	2004년	2005년
합성수지	수출증가율	19.4	32.8	31.0
	물량요인	5.2	6.6	7.8
	단가요인	14.2	26.2	23.2
자동차관련 품목	수출증가율	142.9	86.1	19.0
	물량요인	117.3	70.6	14.7
	단가요인	25.6	15.5	4.3

자료 : 한국무역협회 무역정보시스템(KOTIS, MTI 3단위 분류)

2) 수출용도별 비중 추이

전라북도 수출용도에 따른 비중추이를 살펴보면, 원자재 1,691백만 달러(34.9%), 자본재 1,472백만 달러(30.3%), 소비재 1,685백만 달러(34.7%)로 분석되어, 원자재와 소비재가 자본재 보다는 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

또한 소비재 현황을 보면, 직접소비재가 59백만 달러(1.2%), 내구소비재가 1,574백만 달러(32.4%), 비내구소비재가 51백만 달러(1.1%)로 나타나 소비재중 내구소비재를 가장 많이 수출한 것으로 분석되었다. 분석결과를 보면, 부가가치가 높은 소비재가 높은 비중을 차지하고 있지만, 원자재와 자본재도 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타나 전라북도 수출의 경쟁력을 높이기 위해서는 소비재 비중을 높이는 전략이 필요하다.

<표 2-6> 전라북도의 용도에 따른 수출 비중추이

(단위: 백만 달러, %)

구 분	2001년		2002년		2003년		2004년		2005년	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
원자재	957	43.1	971	50.0	1,180	41.2	1,487	35.2	1,691	34.9
자본재	711	32.0	644	33.1	1,033	36.0	1,286	30.4	1,472	30.3
소비재	550	24.8	326	16.8	651	22.7	1,449	34.3	1,685	34.7
직접소비재	42	1.9	34	1.7	42	1.5	55	1.3	59	1.2
내구소비재	454	20.5	244	12.6	568	19.8	1,346	31.9	1,574	32.4
비내구소비재	54	2.4	48	2.5	42	1.5	49	1.2	52	1.1
기 타	1	0	2	0.1	2	0.1	2	0	4	0.1
총 계	2,220	100.0	1,943	100.0	2,866	100.0	4,225	100.0	4,851	100.0

자료 : 한국무역협회, 무역정보시스템(KOTIS)

3. 기업별 수출현황

1) 수출업체 현황

전라북도 내 무역업체수는 전주시 232개 업체로 23.55%, 군산시 181개 업체 18.38%, 익산시 267개 업체 27.11%로 나타나 전라북도 해외 무역업체는 전주시와 익산시, 군산시가 많은 부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 전라북도는 전략산업인 자동차 완성차 및 부품업체의 해외 수출업체가 많이 존재하고 있으며, 이중 자동차와 관련된 부품업체가 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 2-7> 수출업체 현황

구 분	무역업체수	비율(%)
전주시	232	23.55
군산시	181	18.38
익산시	267	27.11
김제시	73	7.41
정읍시	58	5.89
남원시	32	3.25
완주군	63	6.40
고창군	13	1.32
무주군	6	0.61
부안군	21	2.13
순창군	11	1.12
임실군	9	0.91
장수군	8	0.81
진안군	11	1.12
합 계	985	100

자료: 전라북도 투자유치국 내부자료

현재 전라북도의 수출업체 비중현황은 전체 기업체수 269개 업체 중 10만 달러 이하 81개 업체, 10~100만 달러 119개 업체, 100~1,000만 달러 58개 업체, 1,000~10,000만 달러 10개 업체, 10,000만 달러이상은 1개 업체로 대부분 대규모수출 비중을 가지고 있는 업체의 비중이 낮은 것으로 분석되었다. 따라서 대규모 수출업체의 비중을 높이기 위해서는 수출 중소기업의 육성 및 선도 기업에 대한 집중적인 육성이 필요하다.

<표 2-8> 규모별 수출업체 현황

수출액 / 기업체수	10만 달러 이하	10 ~ 100	100 ~ 1,000	1,000 ~ 10,000	10,000만 달러 이상
269	81	119	58	10	1

자료: 전라북도 투자유치국 내부자료

2) 기업규모별 수출 현황

전라북도 수출은 2004년을 기점으로 중소기업 주도형에서 대기업 주도형으로 전환되었다. 2002년에는 대기업의 비중이 55.2%로 중소기업의 44.8%보다 높았지만, 2003년도에는 중소기업이 64.5%로 높은 비중을 차지하였다. 그러나 2004년부터는 대기업의 비중이 65.7%로 높게 나타나서 전라북도 수출을 주도하고 있는 것으로 조사되었다. 이는 2003년 이후 GM대우 군산공장 및 현대자동차 전주공장 수출 확대 등이 기인한 것으로 보인다.

대기업은 전년 동기 대비 14.8% 증가한 31억 8,707만 달러를 기록하였고, 중소기업은 15.3%증가한 16억6,218만 달러를 기록하여, 중소기업과 대기업의 고른 성장세를 보이고 있다. 중소기업의 수출비중은 2004년도 34.1%에서 34.2%로 약간 증가하는데 그쳤다.

<표 2-9> 전라북도 기업규모별 수출 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2002년		2003년		2004년		2005년	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
대기업	1,073	55.2	1,018	35.5	2,777	65.7	3,187	65.7
	(43.8)		(-5.1)		(172.8)		(14.8)	
중소기업	870	44.8	1,848	64.5	1,448	34.3	1,663	34.3
	(-40.8)		(112.4)		(-21.7)		(14.9)	
총 수출	1,943	100.0	2,866	100.0	4,225	100.0	4,850	100.0
	(-12.5)		(47.5)		(47.4)		(14.8)	

주 : ( )안은 전년대비 증감률

자료 : 한국무역협회, 전북지부

3) 벤처기업의 수출현황

전라북도 지역 벤처기업 수출은 2004년 이후 전라북도 지역 전체 수출 증가율을 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있으나, 그 규모는 미미한 것으로 조사되었다.

전라북도 지역 전체 수출액 대비 벤처기업 수출 비중은 2001년 1.4%에서 2005년에는 2.5%로 상승하였다. 2005년 전국의 벤처기업 수출비중(3.6%)보다는 낮은 수준이지만 전라북도 벤처기업의 수출증가율은 전국 16개 지자체 중 3위를 차지하고 있다.

<표 2-10> 전라북도 벤처기업 수출 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	2001년		2002년		2003년		2004년		2005년	
	금액	비중[1)]	금액	비중[1)]	금액	비중[1)]	금액	비중[1)]	금액	비중[1)]
전 북	31.3	1.4	42.9	2.2	34.5	1.2	73.7	1.7	121.2	2.5
	(22.7)	-	(37.4)	-	(-19.5)	-	(113.3)	-	(64.5)	
전 국	5,553	3.7	5,961	3.7	7,079	3.7	9,018	3.6	10,325	3.6
	(14.5)		(7.3)		(18.7)		(27.4)		(14.5)	

주 : 1) 전체 수출액 대비 비중
2) ( )안은 전년대비 증감률

자료 : 한국무역협회 무역정보시스템(KOTIS)

제2절 수출·입 지원 정책 현황

1. 국내 수출촉진 정책현황

국가의 무역정책을 관장하고 있는 산업자원부에서는 중소기업의 수출 진흥을 위해 여러 정책을 펴고 있으며, 주요 수출지원 정책은 크게 무역진행정책과 무역 인프라 확충정책으로 대별된다.

<표 2-11> 산업자원부의 무역정책 방향

구분	주요 시책
무역진흥정책	▪ 세계일류상품 발굴육성
	▪ 해외마케팅 지원
	▪ 수출보험 지원
	▪ 해외플랜트 수출지원
	▪ 무역의 날 행사
무역인프라 확충정책	▪ e-Trade육성
	▪ 무역전시장의 확충
	▪ 무역 전문 인력의 양성
	▪ 무역진흥조직 운영

자료 : 김진근 등 (2003)

산업자원부외에도 KOTRA, 무역협회, 중소기업관련 유관기관, 수출금융관련 기관 등 다양한 유관기관에서 중소기업의 수출 진흥을 위한 정책 작업을 수행하고 있다. 무역 유관기관들의 수출내용별 정책은 해외시장조사, 거래선 발굴, 신용조회, 무역금융 등으로 요약할 수 있다.

<표 2-12> 수출절차별 유관기관의 수출지원 사업

절차	기관명	지원사업명
해외시장조사	KOTRA	·수출현안 조사자료 발간, 국가정보, KOTRA해외현장보고, 투자정보, 해외지역 및 상품시장동향조사, 북한경제정보
	외교통상부	·사이버기업 서비스
	중소기업진흥공단	·해외시장조사 사업
거래선발굴	KOTRA	·해외무역관 중소기업 지사화사업, 해외시장개척단 파견, 수출구매상담회 개최, 해외세일즈 출장지원, 해외박람회 참가 등
	한국무역협회	·해외오퍼정보 검색/등록, Kompass 업체리스트 제공, 홍보용 e-카달로그 제작지원
	중소기업청	·중소기업제품 홍보 지원사업, 기술개발제품 등에 대한 우선구매제도, 공공기관의 중소기업제품 구매제도, 중소기업 공동상표 세계회지원, 중소기업 전문전시회 육성·지원, 해외규격인증획득 지원사업, 수출유망 중소기업 지정 등
	중소기업진흥공단	·수출인큐베이터 운영, 수출사랑방 운영, 수출컨설팅 제공, 해외시장조사, 제품해외홍보 사업, 인터넷중소기업관 운영, B2G국제조달 등
	중소기업협동조합중앙회	·중소기업상설판매장 운영, 해외전판매장 운영, 해외전시회(박람회) 참가, 해외투자사절단 및 해외시장개척단 파견 등
	정보통신부	·해외 IT전시회 참가지원, 해외 IT협력단(시장개척단) 파견
	문화관광부	·중국전시회 참가 및 교류회 개최, 게임 해외전시회 참가지원, 해외 투자 수출상담회 개최 지원
	농림부	·유망품목 시장개척 지원, 단체참가, 개별박람회 참가 지원 등
	해양수산부	·수출품목 카탈로그 제작지원, 국제박람회 지원, 해외시장 개척단 파견
신용조회	KOTRA	·신용조사
	수출보험공사	·수출전문정보제공, 수출신용정보센터 운영
	수출입은행	·정보제공서비스(INFOS) 운영
	신용보증기금	·해외신용조사 정보제공
무역금융	한국무역협회	·중소기업 사이버 우대금융, 수출신용보증서에 의한 무역금융 및 수출환어음 매입지원, 수출마케팅 경영지원자금 무담보 대출 등
	중소기업진흥공단	·수출금융지원
	수출입은행	·포괄수출금융, 중소기업 수출 특례신용대출, 단기수출자금 대출, 중소규모자본재 수출자금대출, 공급자신용, 구매자신용, 외국환거래 지원, 수입지원금융 등
	기업은행	·수출업무, 수입업무, 국제팩토링, 무역금융, 수탁보증업무, 수출인큐베이팅 업무, 인터넷을 통한 외국환 업무 등 수출입업체 지원서비스
	외환은행	·수출환어음 인수 후 매입, 무역서류 자동작성 프로그램, 수출신용보증서 발급서비스, 조건변경부 신용장 양도 등
	수출보험공사	·개별보험, 수출신용보증, 환율변동 보험 등
	농림부	·원료수매자금 지원, 운영활성화 자금 지원, 수출시설 현대화자금 지원
	신용보증기금	·수출중소기업에 대한 특례보증조치, 무역금융보증, 수입신용장 개설보증, 수출입은행 수출자금보증
	기술신용보증기금	·수출기관관련 보증제도
기타 수출지원 제도	산업자원부	·세계일류상품 발굴육성, 해외플랜트 수출지원, 해외플랜트 타당성 조사지원
	특허청	·해외 지적재산권 보호센터 운영, 해외출원비용 지원제도
	한국무역협회	·수입규제 대응, 산업피해 구제, 수출입운임 할인센터

자료 : 각 기관 홈페이지

1) 해외시장조사

규모가 상대적으로 작은 중소기업은 해외시장을 조사하는데 어려움이 있을 수 있으며 자체해외조사에 따르는 비용에 대한 부담을 느끼는 업체도 있을 수 있다. 따라서 자체적으로 해외시장조사를 하기 어려운 중소기업을 대상으로 해외시장조사를 할 수 있도록 지원해줄 필요가 있다.

2) 거래선 발굴

거래선 발굴은 수출을 하려고하는 기업에 있어 매우 중요한 과정이다. 각 유관기관에서 앞 다투어 거래선 발굴을 위한 사업을 하고 있는 것도 바로 이처럼 중요하기 때문이다. 가장 경제적이며, 손쉬운 방법으로는 수출대상국의 상공인명부를 많이 활용하고 있으며, 또한 해외광고를 통하거나 현지에 직접출장 또는 박람회, 전시회 등 각종 행사를 이용할 수도 있다.

각 무역유관기관에서는 수출구매상담회, 수출촉진단 파견, 해외시장개척단 파견, 해외전시(박람회)회 참가, 해외전시 판매장 운영, 해외 세일즈 출장지원, 해외홍보지원 등의 지원을 통해 중소기업의 거래선 발굴을 지원하고 있다.

<표 2-13> 무역관련기관의 거래선 발굴관련 지원사업

기관명	지원사업
KOTRA	· 해외무역관 지사화 서비스 · 해외 세일즈 출장지원 · 해외시장개척단 파견 · 수출구매상담회 개최
중소기업청	· 무역 촉진단 파견 · 인터넷 『중소기업관』을 활용한 사이버 수출지원
중소기업진흥공단	· 부품수출구매상담회 개최 · Korea Buyer Guider 게재 지원 · 수출 촉진단 파견 · 인터넷 중소기업관 운영
중소기업 협동조합중앙회	· 해외시장개척단 파견 · 해외전시(박람회)참가 · 해외전시판매장 운영

3) 신용조회

신용조회업무를 담당하는 전문기관으로는 KOTRA의 고객상담부, 한국신용정보, 한국수출보험공사의 수출신용정보센터, 신용보증기금 해외업무팀 등이 있는데 이들 기관들은 세계적 조사기관들과 제휴하여 유료로 신용조사 서비스를 제공하고 있다.

4) 무역금융

수출물품을 제조·가공하는데 업체자체의 자금을 이용할 수도 있지만, 대부분의 제조업체에서는 무역금융을 이용하게 되는데 무역금융은 수출증대를 목적으로 수출물품의 선적 또는 수출대금의 입금 전에 수출상의 필요한 자금을 원화로 지원하는 단기수출 지원 자금이다.

무역금융은 용도별로 수출용원자재를 확보하여 수출품을 직접 제조·가공하는데 소요되는 생산자금, 수출용원자재를 수입하는데 소요되는 원자재수입자금, 내국신용장에 의하여 국내에서 생산된 수출용원자재를 구매하는데 소요되는 원자재구매자금 그리고 일정규모 이하의 중소기업체에게 자금용도를 구분 없이 일괄해서 지원하는 포괄금융 등이 있다.

5) 기타 수출지원제도

기타 수출 지원제도를 살펴보면, 먼저 산업자원부에서는 세계일류상품개발을 위해 '세계일류 상품 발굴 육성사업'과 플랜트업계의 수출지원 인프라 구축을 위한 '해외플랜트 수출지원 사업', 수익성 높은 플랜트의 수주기회 확대를 위해 '해외플랜트 타당성 조사 지원 사업' 등을 실시하고 있다.

<표 2-14> 산업자원부의 수출지원제도

기관명	지원사업
세계일류상품 발굴육성	·반도체, 자동차, 선박 등 소수품목에 편중된 수출구조를 개선하고 수출품목을 고급화하기 위하여 일류상품개발을 적극 육성
해외플랜트 수출지원	·플랜트 업계의 근본적인 수주 경쟁력 강화를 위한 수출지원 인프라 구축
해외플랜트 타당성 조사 지원	·비용부담과 실패위험으로 민간기업이 독자적으로 추진하기 어려운 프로젝트 타당성 조사비용을 정부가 지원함으로써 수익성 높은 플랜트의 수주 기회 확대 ·개도국 유망 프로젝트개발 초기단계에 참여를 촉진함으로써 기업의 프로젝트 개발·수주능력 배양 및 시장 다변화 촉진

2. 전라북도의 주요 수출지원정책

1) 해외무역투자사무소 운영

전라북도는 1개 지역에 해외무역투자사무소를 설치·운영하고 있다. 해외무역투자사무소의 기능은 상품홍보물 전시 및 소개(샘플, 카탈로그, 기타 홍보물 전시), 관련제품 현지 시장조사, 전시회 참가안내 및 지원, 기업 현지 출장 시 바이어 상담, 호텔예약 및 차량지원 등 편의제공, 수출거래 바이어조사(주요바이어 리스트 및 연락처 등) 등이다.

<표 2-15> 전라북도 해외무역투자사무소 현황

구 분	주관기관	지원내용
상해통상사무소 운영	전북 중소기업 종합지원센터	○기능 ·중소기업 통상활동 지원, 문화 및 관광홍보 등 ·인원 : 상주인원 3명 (공무원 1명, 현지인 2명) ○수탁업무 내용 ·사무소 설립·변경에 따른 제반절차 이행 ·사무소 설치에 따른 비용 및 운영경비의 집행, 필요시 직원의 파견

2) 해외시장 개척단파견

전라북도는 중소기업체와 무역관계자가 해외 주요무역 거점도시를 순회하며, 현지 바이어들과의 집중적인 수출 상담을 할 수 있도록 해외시장개척을 지원하고 있다. 추

진방법은 매년 말 익년도 사업계획 수립 시 중소기업종합지원센터, KOTRA, 무역협회와 협의하고, 업체의 의견을 수렴하여 시장개척단 파견지역을 결정하며, 파견 2~3개월 전 중소기업종합지원센터, 무역협회, KOTRA 등 지역경제단체를 통해 참가 희망업체를 모집하게 된다.

<표 2-16> 2007년도 해외시장개척단 파견계획(KOTRA 전북무역관)

구 분	주관기관	지원 내용
중국진출 시장조사단	전북 중소기업 종합지원센터	○조사단 운영 : 년2회 (회당 10업체 정도) - 일정 확정시 홈페이지 공고예정 ○대상지역 : 상해, 산동성(청도, 제남, 연태), 절강성(이우시장) ○참여대상 ・전라북도 소재 중소기업으로, 대 중국 판로개척을 희망하는 기업 ・비즈니스 환경 : 일반 환경, 시장성장율, 주요 정책변화 등 ○중국시장 조사내용 ・시장형성 : 시장규모, 시장가격, 시장점유, 잠재시장 등 ・수요분석 : 구매행태, 구매요인, 가격 및 브랜드 민감도 등 ・유통현황 및 경쟁사 분석 : 경쟁사의 현황, 경쟁 브랜드 등

자료 : KOTRA 전북무역관 홈페이지(http://www.kotra.or.kr)

<표 2-17> 무역협회 전북지부 해외시장개척 지원사업

사업명	주관기관	내용
해외시장개척단 참가지원	무역협회 전북지부	・무역협회 해외지부, 해외 상공회의소 등 유관기관과의 협력을 통한 시장 개척단 파견(무역/투자사절단, 구매사절단 등) ・시개단 참가비 지원(항공임, 현지 통역 등) ・해외바이어에 대한 사전 마케팅 지원

자료 : 무역협회 전북지부 홈페이지(http://jeonbuk.kita.net/)

3) 국제 전시회·박람회 참가지원

전라북도는 중소기업이 국내・외의 무역박람회에 참가하여 자사 제품전시를 통하여 현지홍보와 동시에 방문바이어와 수출 상담을 할 수 있도록 지원하고 있다. 추진방법은 매년 말 익년도 사업계획 수립 시 KOTRA, 무역협회, 중소기업종합지원센터와 협의하고, 업체의 의견을 수렴하여 전시회 및 박람회 참가지역을 결정하여 전시회 최소 4개월 전부터 전시회별 추진기관의 신청을 받는다. 이후 현지 시장성조사를 통하여 참가업체를 선정하고 업무협의회를 통해 전시품을 발송하고 전시회를 참가하게 되며 후속지원을 진행하게 된다.

<표 2-18> KOTRA전북 무역관 및 무역협회 전북지부 국내외 전시/박람회 계획

연번	전시/박람회명	개최시기	참가유망품목	참가규모	주관기관
1	중국수출입상품교역회	4.15-20	종합	6부스	KOTRA 전북 무역관
2	서울 국제 식품전시회	4.24-27	식품	55부스	KOTRA 전북 무역관
3	이라크 재건 박람회	5.7-10	종합	3부스	KOTRA 전북 무역관
4	삼양 한국식품전 및 우수중소기업전	5.25-28	종합	10부스	KOTRA 전북 무역관
5	한중일 산업교류 전시회	6.13-16	종합	10부스	KOTRA 전북 무역관
6	카자흐스탄 건축박람회	9.4-7	건축자재	5부스	KOTRA 전북 무역관
7	베트남 산업 전시회	10.18-23	산업기계류	5부스	KOTRA 전북 무역관
8	라스베가스 자동차부품박람회	10.30-11.1	자동차부품	1부스	KOTRA 전북 무역관
9	광주 국제 식품전시회	11.22-25	식품	10부스	KOTRA 전북 무역관
10	전문전시회 참가지원	-	・해외 유명(유망) 전시회 발굴 조사 선정 ・전시 참가업체 선정 및 전시회 참가방법 교육 ・전시회 참가비 지원(전시장 임차료, 부스장치비, 운송료 등) ・카탈로그 제작, 현지통역, 전시물품 통관 등 지원 ・해외바이어에 대한 사전 마케팅 지원	-	무역협회 전북지부

자료 : 해당기관 홈페이지 참조

4) 해외바이어초청 무역상담회 개최

전라북도는 해외유력 바이어를 초청하여 지역 중소기업에 수출상담기회를 제공함으로써 수출산업화 및 유망 신 시장개척의 활로를 모색하기 위해 해외바이어초청 무역상담회 개최를 지원하고 있다. 상담이 3~4개월 전에 중소기업종합지원센터, 무역협회, KOTRA 등 관련 기관・단체를 통해 희망업체를 모집하고 바이어의 구매품목과 일치하는 업체를 선정하여 해외바이어 유치, 상담준비, 통역지원 등 상담주선 등을 지원한다.

<표 2-19> 무역상담회 개최 사업

연번	사업명 (주관기관)	품 목
1	종합무역상사 초청 수출상담회 개최 (무역협회 전북지부)	・국내 종합상사, 주한 일본종합상사, 유명바이어오피스, 전문무역상사 등을 초청하여 도내 우수중소기업제품을 소개하고 수출 상담을 통한 구매오더 확보 ・초청대상업체 - 국내종합상사: 삼성물산, 코오롱, 효성, 대우 인터내셔널, 현대종합상사, 롯데, LG상사 등 - 주한일본종합상사 : 이토추, 도멘 등 - 전문 무역상사 : 비제이무역상사, 고려삼역, 업종별 e-MP 등

자료 : 해당기관 홈페이지 참조

5) KOTRA 해외지사화 사업

KOTRA 해외지사화 사업은 해외지사 설립이 어려운 중소기업들이 KOTRA 해외무역관을 지사로 활용할 수 있도록 업체별로 수출유망지역 무역관을 현지지사로 선정, 현지 무역관에서 집중적인 수출마케팅 활동을 지원하기 위한 사업이다. 이 사업은 전라북도의 해외무역소가 없는 지역에 KOTRA 해외무역관을 지사로 지역 기업들이 활용토록 지원함으로써 독자진출이 어려운 유럽, 서・남아시아, 중남미지역 등의 시장개척을 돕기 위한 사업이다.

<표 2-20> 해외지사화 및 기타관련사업

사업명	사업내용
해외 지사화사업	・해외무역관이 국내업체의 현지 지사와 같은 역할을 수행하여 바이어발굴 및 시장조사, 거래 성사 단계까지 1년간 마케팅 활동 지원
중국 시장조사	・중국에 처음 진출하는 업체와 전북의 전략품목 해당업체에 중국지역 시장성 및 바이어, 유통구조, 통관제도 등 조사를 무료 지원
국제박람회 개별참가	・한국관이나 지방관이 아닌 업체 개별적으로 국제박람회 참가시, 참가비 지원
스타기업 해외토탈 마케팅사업	・수출유망. 선도기업을 스타기업으로 발굴하여 해외마케팅 활동을 집중 지원

6) 중소기업 통·번역 지원

전라북도는 중소기업의 해외마케팅 활동 시 가장 장애가 되는 의사소통문제를 해결하기 위해 통·번역 지원 사업을 지원하고 있다.

<표 2-21> 중소기업 통·번역 지원내용

구 분	내 용
지원업무	· 외국어(중국어/영어) 통·번역 및 무역업무 · 통·번역: 한/중, 중/한, 한/영, 영/한 · 무역업무: 신용장개설, 수출입절차, 통관 등 상담 및 서류작성
지원대상	· 전라북도 소재 중소기업체
통·번역 내용	· 통 역: 바이어상담, 투자설명, 현지실사, 등 행사통역 또는 유선통화통역 등 · 번 역: 사업계획서, 회사소개서, 계약서, 제안서, 카탈로그, 약관법규, 수출입서류 등 · 제외대상 - 특정전문지식과 복잡 미묘한 법률(상거래)관계로 고도의 테크닉을 요하는 경우 - 기타 일반적인 상거래와 기업경영에 관련이 없는 사항 등
업체별 지원한도	· 통역지원: 통신통역 · 번역지원: 번역문안기준 · 무역지원: 서류작성(무역관련 상담은 제한 없음)

7) 해외인터넷 마케팅 지원

<표 2-22> 해외인터넷 마케팅지원 및 홍보

구 분	내 용
목적	· 전북소재 수출유망기업을 선정하여 국내 1위, 세계 2위인 인터넷 무역사이트 EC21의 "e-Trade Pioneer" 가입지원을 통한 해외마케팅 및 거래선 발굴지원
해외수출 마케팅 인프라시스템 구축 지원	· 회사정보, 상세 상품정보 수록, 고급형 e-Catalog형 홈페이지 제작 · 전용 홈페이지 도메인 부여 및 e-mail 제공
해외바이어 Target Marketing	· 자체 보유 바이어DB 35만개 활용 · 국가별 파트너 80만 바이어풀 소싱 · 국가제휴 Global 온라인 네트워크 30만 바이어 활용
무역전문가 상담 및 컨설팅지원 등	· 업체별 담당자가 무역관련 상담 및 컨설팅 · 바이어 리스트 e-mail 송부 · 거래제의 오퍼 "Trade OK" 마크 부여 후 상위등록 및 검색
수출업체 종문카탈로그 및 홍보CD 제작	· 대 중국 시장 진출 유력품목을 중심으로 중국어판 e-카탈로그 및 업체디렉토리 정보를 CD에 수록하여 대 중국시장 공략에 활용 · 특히 브랜드 인지도가 낮고 해외마케팅이 취약한 중소기업 수출상품에 대한 대 중국 홍보를 강화, 중국시장 개척을 통한 전북수출기업의 대중시장 진출 확대 및 수출증진을 도모 · 대상 업체 : 시장조사를 통한 대 중국시장 진출 유력사 선정

3. 전라북도 수출·입 지원정책 실태 분석

전라북도 수출업체의 해외마케팅 실태를 파악, 향후 업체의 해외마케팅 지원에 활용하기 위하여 전북의 제조업 수출업체를 대상으로 해외마케팅에 관한 주요 실태를 조사하여 분석하였다. 전라북도 내 수출제조업체 99개를 대상으로 하였으며, 빈도분석 및 교차분석으로 현재 해외마케팅 활용 현황 및 향후 지원·수요현황을 분석하였다.(본 분석은 한국무역협회 전북지부에서 조사한 설문자료를 분석하였음)

1) 조사대상업체

전라북도 수출업체의 해외마케팅 실태 조사는 전라북도 내 99개 수출제조업체를 대상으로 하였다. 지역별 분포를 살펴보면, 익산시 제조업체가 29개 업체(29.3%)로 가장 많이 조사되었으며, 전주시 21개 업체(21.2%), 김제시 11개 업체(11.1%)의 순으로 조사되었다.

<표 2-23> 지역별 조사대상 업체 분포

구분	빈도	비율
전주	21	21.2
군산	4	4.0
익산	29	29.3
김제	11	11.1
정읍	8	8.1
남원	3	3.0
완주	8	8.1
고창	3	3.0
무주	3	3.0
부안	1	1.0
순창	2	2.0
임실	1	1.0
장수	1	1.0
진안	4	4.0
합계	99	100.0

제조업종별 수출업체의 분포를 살펴보면, 조사대상 99개 업체 중 음식료업이 27개 업체(27.3%)로 가장 높은 비율로 조사되었고, 제1차 금속산업이 12개 업체(12.1%), 기타기계 및 장비업종이 9개 업체(9.1%), 화합물 및 화학제품업종이 7개 업체(7.1%) 등의 순서의 비율로 조사되었다.

<표 2-24> 수출업체의 업종별 분포

	빈도	비율
음식료업	27	27.3
섬유제품제조업	4	4.0
봉제의복 및 모피제품	1	1.0
펄프, 종이 및 종이제품	1	1.0
코크스, 석유정제품 및 핵연료	2	2.0
화합물 및 화학제품	7	7.1
고무 및 플라스틱 제품	2	2.0
비금속광물제품	6	6.1
제1차 금속산업	12	12.1
기타기계 및 장비	9	9.1
컴퓨터 및 사무용 기기	1	1.0
기타 전기기계 및 전기변환장치	4	4.0
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	5	5.1
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	2	2.0
자동차 및 트레일러	5	5.1
가구 및 기타	4	4.0
재생용 가공원료 생산업	5	5.1
목재 및 나무제품 제조업	1	1.0
조립금속제품 제조업	1	1.0
합계	99	100.0

2) 해외마케팅 활용현황 분석

(1) 전라북도 수출제조업체의 해외마케팅 활용방법

수출제조업체가 해외마케팅시 활용하는 방법으로는 해외전시회 참가가 29.2%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 개별해외출장이 25.5%, 인터넷마케팅이 12.5%, 해외사절단 참가가 10.9% 등의 순서를 보이고 있다.

제조업체별 활용현황을 살펴보면, 음식료업은 해외전시회와 개별해외출장이 높은 비율을 보이고 있으며, 제1차 금속산업 역시 해외전시회와 개별해외출장이 높은 비율을 보이고 있어 해외전시회 참가가 대부분 수출제조업체들의 해외마케팅 활용방법으로 이용되고 있음을 알 수 있다.

<표 2-25> 전라북도 수출업체의 해외마케팅 활용방법(다중응답)

구분	해외전시회 참가	해외사절단 참가	인터넷 마케팅	마케팅 에이전트 활용	카탈로그 배포	개별 해외출장	기타	합계
음식료업	20 (36.4)	4 (7.3)	6 (10.9)	5 (9.1)	7 (12.7)	10 (18.2)	3 (5.5)	55
섬유제품제조업	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	7
봉제의복 및 모피제품	-	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	2
펄프, 종이 및 종이제품	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	-	-	2
코크스, 석유정제품 및 핵연료	1 (20.0)	1 (20.0)	-	-	1 (20.0)	2 (40.0)	-	5
화합물 및 화학제품	2 (20.0)	4 (40.0)	-	1 (10.0)	-	2 (20.0)	1 (10.0)	10
고무 및 플라스틱 제품	1 (33.3)	-	-	-	-	2 (66.7)	-	3
비금속광물제품	5 (38.5)	-	1 (7.7)	1 (7.7)	2 (15.4)	4 (30.8)	-	13
제1차 금속산업	8 (33.3)	1 (4.2)	4 (16.7)	2 (8.3)	-	8 (33.3)	1 (4.2)	24
기타기계 및 장비	6 (31.6)	2 (10.5)	3 (15.8)	3 (15.8)	-	5 (26.3)	-	19
컴퓨터 및 사무용 기기	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	1
기타 전기기계 및 전기변환 장치	2 (25.0)	-	3 (37.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	-	8
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	2 (22.2)	1 (11.1)		1 (11.1)	1 (11.1)	4 (44.4)	-	9
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	1 (14.3)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	7
자동차 및 트레일러	3 (30.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	-	10
가구 및 기타	-	1 (20.0)	-	-	1 (20.0)	3 (60.0)	-	5
재생용 가공원료 생산업	2 (25.0)	2 (25.0)	1 (12.5)	-	1 (12.5)	2 (25.0)	-	8
목재 및 나무제품 제조업	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	-	3
조립금속제품 제조업	-	1 (100.0)	-	-	-	-	-	1
합계	56 (29.2)	21 (10.9)	24 (12.5)	16 (8.3)	20 (10.4)	49 (25.5)	6 (3.1)	192

(2) 수출마케팅에 필요한 해외정보

수출마케팅에 필요한 해외정보로는 해외바이어 정보(33.3%)가 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 해외시장 수요공급 동향(28.3%), 국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차(12.1%), 최신기술, 디자인 동향(11.6%) 등의 순서의 비율로 나타나고 있다. 가장 많은 응답수를 보인 음식료업과 제1차 금속산업도 비슷한 비율의 응답을 하고 있어 해외바이어 정보, 해외시장 수요공급 동향, 국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차, 최신기술, 디자인 동향 등의 정보가 해외마케팅시 필요한 정보들임을 알 수 있다.

<표 2-26> 해외수출에 필요한 해외정보(다중응답)

구분	상품정보	해외시장 수요공급 동향	경쟁기업 동향	해외바이어 정보	최신기술, 디자인 동향	국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차	합계
음식료업	4 (7.0)	16 (28.1)	4 (7.0)	17 (29.8)	5 (8.8)	11 (19.3)	57
섬유제품제조업	-	3 (42.9)	-	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	7
봉제의복 및 모피제품	-	1 (50.0)	-	1 (50.0)	-	-	2
펄프, 종이 및 종이제품	-	-	-	1 (100.0)	-	-	1
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	1 (20.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	-	1 (20.0)	5
화합물 및 화학제품	1 (8.3)	2 (16.7)	2 (16.7)	3 (25.0)	2 (16.7)	2 (16.7)	12
고무 및 플라스틱 제품	-	2 (66.7)	-	1 (33.3)	-	-	3
비금속광물제품	1 (7.1)	4 (28.6)	2 (14.3)	3 (21.4)	3 (21.4)	1 (7.1)	14
제1차 금속산업	1 (4.5)	5 (22.7)	2 (9.1)	8 (36.4)	6 (27.3)	-	22
기타기계 및 장비	-	5 (31.3)	-	8 (50.0)	-	3 (18.8)	16
컴퓨터 및 사무용 기기	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	2
기타 전기기계 및 전기변환장치	2 (25.0)	2 (25.0)	1 (12.5)	3 (37.5)	-	-	8
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	3 (37.5)	1 (12.5)	3 (37.5)	1 (12.5)	-	8
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	1 (20.0)	-	2 (40.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	5
자동차 및 트레일러	3 (21.4)	3 (21.4)	1 (7.1)	5 (35.7)	1 (7.1)	1 (7.1)	14
가구 및 기타	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	-	7
재생용 가공원료 생산업	-	3 (27.3)	-	5 (45.5)	1 (9.1)	2 (18.2)	11
목재 및 나무제품 제조업	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	2
조립금속제품 제조업	-	1 (50.0)	-	-	-	1 (50.0)	2
합계	13 (6.6)	56 (28.3)	16 (8.1)	66 (33.3)	23 (11.6)	24 (12.1)	198

(3) 해외마케팅 정보의 수집방법

해외마케팅 정보의 수집방법으로는 수출지원기관(35.9%), 인터넷검색(24.5%), 지사, 해외출장(23.9%) 등의 비율로 나타나고 있으며, 제조업종별 응답도 전체 합계의 비슷한 경향을 보이고 있다. 따라서 무역협회, 중소기업지원센터, KOTRA 등의 수출지원기관에서 정보 수집이 많이 이루어지고 있으며, 검색엔진 등의 인터넷, 지사나 해외출장 등에서 해외마케팅의 정보수집이 대부분 이루어지고 있음을 알 수 있다.

<표 2-27> 해외마케팅 정보의 수집방법(다중응답)

구분	해외전문잡지 등	인터넷 (검색엔진 등)	수출지원기관	동종업체	지사, 해외출장	기타	합계
음식료업	1 (2.2)	6 (13.3)	23 (51.1)	3 (6.7)	11 (24.4)	1 (2.2)	45
섬유제품제조업	-	2 (28.6)	2 (28.6)	2 (28.6)	-	1 (14.3)	7
봉제의복 및 모피제품	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	2
펄프, 종이 및 종이제품	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	2
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	1 (33.3)	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	3
화합물 및 화학제품	3 (25.0)	2 (16.7)	3 (25.0)	-	3 (25.0)	1 (8.3)	12
고무 및 플라스틱 제품	-	1 (33.3)	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	3
비금속광물제품	1 (7.7)	5 (38.5)	4 (30.8)	-	3 (23.1)	-	13
제1차 금속산업	3 (14.3)	5 (23.8)	3 (14.3)	1 (4.8)	9 (42.9)	-	21
기타기계 및 장비	1 (5.3)	5 (26.3)	8 (42.1)	-	5 (26.3)	-	19
컴퓨터 및 사무용 기기	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	2
기타 전기기계 및 전기변환장치	-	3 (37.5)	3 (37.5)	-	1 (12.5)	1 (12.5)	8
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	2 (16.7)	2 (16.7)	5 (41.7)	3 (25.0)	-	12
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	2 (50.0)	2 (50.0)	-	-	-	4
자동차 및 트레일러	-	3 (30.0)	4 (40.0)	-	2 (20.0)	1 (10.0)	10
가구 및 기타	-	1 (16.7)	2 (33.3)	1 (16.7)	2 (33.3)	-	6
재생용 가공원료 생산업	-	2 (22.2)	4 (44.4)	1 (11.1)	1 (11.1)	1 (11.1)	9
목재 및 나무제품 제조업	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	2
조립금속제품 제조업	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	-	1 (25.0)	-	4
합계	10 (5.4)	45 (24.5)	66 (35.9)	13 (7.1)	44 (23.9)	6 (3.3)	184

(4) 해외마케팅 지원사업의 미활용 사유

전라북도에서는 연간 30여회 이상의 해외마케팅 지원사업을 실시하고 있으나 활용하지 못하는 사례가 많다. 시·도의 해외마케팅 지원사업의 미활용 사유의 응답에서는 '우리회사와 맞지 않아서'라는 응답이 50.9%로 대부분의 수출기업이 전라북도에서 실시하고 있는 해외마케팅 지원사업과 수출기업이 추구하고 있는 해외마케팅 지원사업의 성격이 맞지 않아 활용하지 못하는 사례가 발생하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 2-28> 해외마케팅 지원사업의 미활용 사유(다중응답)

구분	지원제도를 몰라서	우리회사와 맞지 않아서	자원내용/수준이 미흡하고 성과가 없을 것 같아서	신청하였으나 업체 선정과정에서 탈락되어서	참가자금이 부족해서	기타	합계
음식료업	4 (15.4)	10 (38.5)	5 (19.2)	3 (11.5)	4 (15.4)	-	26
섬유제품제조업	-	3 (75.0)	-	1 (25.0)	-	-	4
봉제의복 및 모피제품	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	3
코크스, 석유정제품 및 핵연료	1 (50.0)	1 (50.0)	-	-	-	-	2
화합물 및 화학제품	1 (14.3)	3 (42.9)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	7
고무 및 플라스틱 제품	-	2 (100.0)	-	-	-	-	2
비금속광물제품	1 (12.5)	4 (50.0)	2 (25.0)	-	1 (12.5)	-	8
제1차 금속산업	2 (13.3)	8 (53.3)	1 (6.7)	2 (13.3)	2 (13.3)	-	15
기타기계 및 장비	1 (12.5)	4 (50.0)	1 (12.5)	-	1 (12.5)	1 (12.5)	8
컴퓨터 및 사무용 기기	-	1 (100.0)	-	-	-	-	1
기타 전기기계 및 전기변환장치	-	3 (75.0)	-	1 (25.0)	-	-	4
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	1 (11.1)	4 (44.4)	1 (11.1)	1 (11.1)	2 (22.2)	-	9
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	2 (100.0)	-	-	-	-	2
자동차 및 트레일러	-	3 (50.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	-	-	6
가구 및 기타	-	3 (60.0)	1 (20.0)	-	-	1 (20.0)	5
재생용 가공원료 생산업	-	3 (75.0)	1 (25.0)	-	-	-	4
목재 및 나무제품 제조업	-	-	-	1 (100.0)	-	-	1
조립금속제품 제조업	-	-	1 (100.0)	-	-	-	1
합계	12 (11.1)	55 (50.9)	16 (14.8)	12 (11.1)	11 (10.2)	2 (1.9)	108

(5) 해외전시회 국가

최근 2년간 해외전시회를 통한 해외마케팅 현황을 살펴보면, 중국이 38.1%로 가장 높게 나타났으며, 일본이 17.7%, 미국이 13.3% 등의 순서로 나타나고 있어 중국, 일본, 미국의 해외전시회 활용도가 매우 높은 비율을 보이고 있다.

가장 많은 응답을 한 음식료업은 일본(36.8%), 중국(12%) 등 주변 국가들에 대한 해외전시회 활용도가 높게 나타났으며, 제1차 금속산업은 중국과 중동의 해외전시회 활용이 비금속광물제품업종은 중국의 해외전시회 활용이 기타기계 및 장비업종은 유럽과 중국의 해외전시회 활용이 높게 나타나고 있으나, 대부분의 업종에서 중국의 해외전시회 활용을 가장 많이 하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 2-29> 최근 2년간 해외전시회 국가(다중응답)

구분	동남아	미국	서남아시아	유럽	일본	중국	중동	한국	CIS	합계
음식료업	4 (10.5)	4 (10.5)	-	1 (2.6)	14 (36.8)	12 (31.6)	1 (2.6)	1 (2.6)	1 (2.6)	38
섬유제품제조업	-	-	-	1 (33.3)	-	-	-	-	2 (66.7)	3
봉제의복 및 모피제품	1 (100.0)	-	-	-	-	-	-	-	-	1
펄프, 종이 및 종이제품	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	-	1
코크스, 석유 정제품 및 핵연료	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	1
화합물 및 화학제품	-	1 (12.5)	-	1 (12.5)	-	3 (37.5)	2 (25.0)	-	1 (12.5)	8
비금속광물제품	-	2 (16.7)	-	1 (8.3)	-	6 (50.0)	2 (16.7)	-	1 (8.3)	12
제1차 금속산업	-	1 (6.3)	1 (6.3)	-	3 (18.8)	7 (43.8)	2 (12.5)	2 (12.5)	-	16
기타기계 및 장비	-	3 (27.3)	-	4 (36.4)	-	4 (36.4)	-	-	-	11
기타 전기기계 및 전기변환장치	-	1 (50.0)	-	-	-	1 (50.0)	-	-	-	2
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	-	-	-	-	2 (100.0)	-	-	-	2
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	1
자동차 및 트레일러	-	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	-	-	1 (33.3)	-	3
재생용 가공원료 생산업	-	1 (20.0)	-	-	-	2 (40.0)	1 (20.0)	-	1 (20.0)	5
목재 및 나무제품 제조업	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	1
합계	5 (4.8)	14 (13.3)	1 (1.0)	9 (8.6)	18 (17.1)	40 (38.1)	8 (7.6)	4 (3.8)	6 (5.7)	105

(6) 국가별 해외시장 개척단 파견 현황

최근 2년간 해외시장 개척단을 통한 해외마케팅 현황을 살펴보면, 동남아시아(30.1%)가 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 중국이 22.9%, 서남아시아가 14.5% 등 아시아권의 시장개척단을 70%이상 활용하고 있는 것으로 나타났다.

음식료업은 중국의 시장개척단을 가장 많이 활용하고 동남아시와아 서남아시아 등의 아시아 국가들에 대한 시장개척단을 주로 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 화합물 및 화학제품제조업은 동남아시아의 시장개척단을 주로 활용하고, 기타기계 및 장비제조업은 동남아시아와 유럽의 시장개척단을 주로 활용하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 2-30> 국가별 해외시장 개척단 파견현황(다중응답)

구분	뉴질랜드	동남아	동유럽	미국	서남아시아	유럽	이집트	일본	중국	중동	CIS	합계
음식료업	1 (3.1)	7 (21.9)		2 (6.3)	7 (21.9)	-	-	2 (6.3)	10 (31.3)	-	3 (9.4)	32
펄프, 종이 및 종이제품	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	-	-	-	-	-	2
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	2 (40.0)	2 (40.0)	-	-	1 (20.0)	-	-	-	-	-	5
화합물 및 화학제품	-	7 (70.0)	-	-	-	-	-	-	2 (20.0)	1 (10.0)	-	10
비금속광물제품	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	-	-	-	-	1
제1차 금속산업	-	1 (20.0)	-	2 (40.0)	1 (20.0)	-	-	1 (20.0)	-	-	-	5
기타기계 및 장비	-	4 (44.4)	2 (22.2)	1 (11.1)	-	1 (11.1)	-	-	1 (11.1)	-	-	9
기타 전기기계 및 전기변환장치	-	-	-	-	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	-	2
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	1 (33.3)	-	-	-	-	-	-	2 (66.7)	-	-	3
자동차 및 트레일러	-	-	1 (20.0)	-	-	1 (20.0)	-	1 (20.0)	1 (20.0)	-	1 (20.0)	5
가구 및 기타	-	-	-	-	2 (100.0)	-	-	-	-	-	-	2
재생용 가공원료 생산업	-	2 (50.0)	-	-	-	-	-	-	2 (50.0)	-	-	4
조립금속제품 제조업	-	-	-	1 (33.3)	1 (33.3)	-	1 33.3)	-	-	-	-	3
합계	1 (1.2)	25 (30.1)	5 (6.0)	7 (8.4)	12 (14.5)	4 (4.8)	1 1.2)	4 (4.8)	19 (22.9)	1 (1.2)	4 (4.8)	83

(7) 해외전시회/시장개척단 참가시의 효과

과거에 참가한 해외전시회/시장개척단 사업의 효과에 대한 응답에는 '효과가 높다'라고 응답한 업체가 43.9%로 나타났으며, '효과가 낮다'라고 응답한 업체는 32.9%, '보통이다'라고 응답한 업체는 23.3%로 나타나 '효과가 높다'고 응답한 업체가 많게 나타나고 있다.

<표 2-31> 해외전시회/시장개척단 참가시의 효과

	매우 높다	높은 편이다	보통이다	낮은 편이다	매우 낮다	합계
음식료업	6 (27.3)	4 (18.2)	5 (22.7)	5 (22.7)	2 (9.1)	22
섬유제품제조업	-	-	-	2 (100.0)	-	2
펄프, 종이 및 종이제품	-	-	1 (100.0)	-	-	1
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	-	2 (100.0)	-	-	2
화합물 및 화학제품	-	2 (40.0)	-	1 (20.0)	2 (40.0)	5
고무 및 플라스틱 제품	-	1 (100.0)	-	-	-	1
비금속광물제품	1 (20.0)	3 (60.0)	-	1 (20.0)	-	5
제1차 금속산업	3 (33.3)	1 (11.1)	2 (22.2)	2 (22.2)	1 (11.1)	9
기타기계 및 장비	-	4 (57.1)	2 (28.6)	-	1 (14.3)	7
컴퓨터 및 사무용 기기	-	-	-	1 (100.0)	-	1
기타 전기기계 및 전기변환장치	-	2 (100.0)	-	-	-	2
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	-	1 (50.0)	-	1 (50.0)	2
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	1 (100.0)	-	-	-	-	1
자동차 및 트레일러	2 (50.0)	-	2 (50.0)	-	-	4
가구 및 기타	-	-	-	2 (66.7)	1 (33.3)	3
재생용 가공원료 생산업	-	1 (25.0)	1 (25.0)	-	2 (50.0)	4
목재 및 나무제품 제조업	-	-	1 (100.0)	-	-	1
조립금속제품 제조업	1 (100.0)	-	-	-	-	1
합계	14 (19.2)	18 (24.7)	17 (23.3)	14 (19.2)	10 (13.7)	73

(8) 해외전시회/시장개척단 참가시 효과가 적은 이유

과거에 참가한 해외전시회/시장개척단 사업의 '효과가 낮다'라고 응답한 업체에 대해서 효과가 적은 이유로는 구매력 있는 바이어의 부재가 66%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 참가 후 사후관리가 미흡했다는 응답이 18.9%, 당사의 사전준비가 미흡했다는 응답이 9.4%로 나타나 구매력 있는 바이어의 중요성과 참가 후 사후관리의 중요성이 부각되고 있다.

<표 2-32> 해외전시회/시장개척단 참가시 효과가 적은 이유(다중응답)

구분	당사의 사전준비 미흡	지원기관의 준비 및 진행 미흡	참가 후 사후관리 미흡	구매력있는 바이어의 부재	기타	합계
음식료업	2 (10.5)	1 (5.3)	5 (26.3)	10 (52.6)	1 (5.3)	19
섬유제품제조업	-	-	-	2 (100.0)	-	2
펄프, 종이 및 종이제품	-	-	-	1 (100.0)	-	1
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	-	-	2 (100.0)	-	2
화합물 및 화학제품	-	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60.0)	-	5
비금속광물제품	1 (50.0)	-	1 (50.0)	-	-	2
제1차 금속산업	-	-	-	4 (100.0)	-	4
기타기계 및 장비	1 (25.0)	-	1 (25.0)	2 (50.0)	-	4
컴퓨터 및 사무용 기기	-	-	1 (100.0)	-	-	1
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	-	-	2 (100.0)	-	2
자동차 및 트레일러	-	-	-	2 (100.0)	-	2
가구 및 기타	1 (25.0)	-	-	3 (75.0)	-	4
재생용 가공원료 생산업	-	-	-	3 (100.0)	-	3
목재 및 나무제품 제조업	-	-	1 (50.0)	1 (50.0)	-	2
합계	5 (9.4)	2 (3.8)	10 (18.9)	35 (66.0)	1 (1.9)	53

3) 수출업체의 해외마케팅 참가·지원 현황분석

(1) 수출업체의 향후 해외 마케팅 지원 의향 분석

수출업체의 해외마케팅 지원을 위하여 업체들의 참가요망 해외전시회, 해외시장개

척단 파견시 선호하는 국가, 해외마케팅 사업의 참가시 지원 사항 우선순위, 향후 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항 등을 분석하였다.

먼저 수출업체가 2007년 하반기와 2008년도에 참가하고 싶은 해외전시회로는 중국이 32.0%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 일본이 19.2%, 미국이 14.4% 등의 순서로 나타나고 있어 주변국과 선진국의 해외전시회에 많이 참가하고 싶은 것으로 나타났다.

<표 2-33> 향후 해외전시회 참가 현황(다중응답)

구분	동남아	미국	북미	아시아	유럽	일본	중국	중동	한국	호주	CIS	합계
음식료업	5 (14.3)	4 (11.4)	1 (2.9)	-	1 (2.9)	12 (34.3)	10 (28.6)	-	-	-	2 (5.7)	35
섬유제품제조업	-	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	-	-	-	-	-	2
봉제의복 및 모피제품	2 (50.0)	1 (25.0)	-	-	1 (25.0)	-	-	-	-	-	-	4
코크스, 석유정제품 및 핵연료	-	2 (100.0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
화합물 및 화학제품	1 (14.3)	1 (14.3)	-	-	1 (14.3)	-	3 (42.9)	-	-	-	1 (14.3)	7
고무 및 플라스틱 제품	-	-	-	-	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	3
비금속광물제품	-	1 (10.0)	-	-	2 (20.0)	1 (10.0)	4 (40.0)	1 (10.0)	-	-	1 (10.0)	10
제1차 금속산업	1 (5.6)	2 (11.1)	-	-	1 (5.6)	3 (16.7)	7 (38.9)	3 (16.7)	1 (5.6)	-	-	18
기타기계 및 장비	2 (14.3)	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	-	1 (7.1)	4 (28.6)	-	-	1 (7.1)	-	14
기타 전기기계 및 전기변환장치	1 (25.0)	-	-	-	-	1 (25.0)	2 (50.0)	-	-	-	-	4
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	-	-	-	1 (25.0)	-	-	2 (50.0)	-	-	-	1 (25.0)	4
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	-	-	-	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	-	-	-	4
자동차 및 트레일러	-	1 (16.7)	1 (16.7)	-	2 (33.3)	-	2 (33.3)	-	-	-	-	6
가구 및 기타	-	1 (33.3)	-	-	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	-	3
재생용 가공원료 생산업	-	-	-	-	-	2 (40.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	-	-	-	5
목재 및 나무제품 제조업	-	1 (33.3)	-	-	-	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	3
조립금속제품 제조업	-	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	-	1
합계	12 (9.6)	18 (14.4)	4 (3.2)	2 (1.6)	12 (9.6)	24 (19.2)	40 (32.0)	6 (4.8)	1 (0.8)	1 (0.8)	5 (4.0)	125

(2) 해외시장개척단 파견시 선호하는 국가

해외시장개척단 파견시 수출업체들이 가장 선호하는 국가로는 중국(19.3%)으로 나타났으며, 미국(17.1%), 일본(16.0%), 동남아시아(15.5%), 유럽(11.8%)등이 비교적 높은 비율을 보이고 있어, 아시아 국가들과 미국, 유럽의 국가들이 높은 비율을 차지하고 있다.

<표 2-34> 해외시장개척단 파견시 선호하는 국가(다중응답)

구분	동남아	동유럽	미국	북미	서남아	유럽	일본	중국	중동	한국	호주	CIS	합계
음식료업	8 (15.1)	-	10 (18.9)	2 (3.8)	-	4 (7.5)	12 (22.6)	13 (24.5)	1 (1.9)	-	2 (3.8)	1 (1.9)	53
섬유제품제조업	1 (14.3)	-	1 (14.3)	-	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)	-	-	-	-	7
봉제의복 및 모피제품	-	-	-	-	-	2 (66.7)	-	-	1 (33.3)	-	-	-	3
펄프, 종이 및 종이제품	-	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	-	-	1
코크스, 석유정제품 및 핵연료	2 (50.0)	-	1 (25.0)	-	-	-	-	-	-	-	1 (25.0)	-	4
화합물 및 화학제품	3 (25.0)	-	1 (8.3)	-	-	2 (16.7)	2 (16.7)	3 (25.0)	1 (8.3)	-	-	-	12
고무 및 플라스틱 제품	-	-	-	-	-	-	1 (100.0)	-	-	-	-	-	1
비금속광물제품	1 (7.1)	2 (14.3)	3 (21.4)	1 (7.1)	-	-	2 (14.3)	2 (14.3)	1 (7.1)	-	1 (7.1)	1 (7.1)	14
제1차 금속산업	1 (4.2)	-	5 (20.8)	-	1 (4.2)	4 (16.7)	3 (12.5)	4 (16.7)	5 (20.8)	1 (4.2)	-	-	24
기타기계 및 장비	3 (15.8)	-	3 (15.8)	1 (5.3)	1 (5.3)	3 (15.8)	3 (15.8)	2 (10.5)	-	-	1 (5.3)	2 (10.5)	19
기타 전기기계 및 전기변환장치	1 (12.5)	-	1 (12.5)	-	1 (12.5)	-	1 (12.5)	3 (37.5)	1 (12.5)	-	-	-	8
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	2 (33.3)	-	-	-	2 (33.3)	-	-	2 (33.3)	-	-	-	-	6
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	-	-	1 (25.0)	-	-	2 (50.0)	-	1 (25.0)	-	-	-	-	4
자동차 및 트레일러	4 (30.8)	-	1 (7.7)	1 (7.7)	2 (15.4)	2 (15.4)	-	1 (7.7)	1 (7.7)	-	-	1 (7.7)	13
가구 및 기타	-	-	2 (40.0)	-	1 (20.0)	-	2 (40.0)	-	-	-	-	-	5
재생용 가공원료 생산업	1 (12.5)	-	2 (25.0)	-	-	1 (12.5)	2 (25.0)	2 (25.0)	-	-	-	-	8
목재 및 나무제품 제조업	-	-	1 (50.0)	-	-	-	-	1 (50.0)	-	-	-	-	2
조립금속제품 제조업	2 (66.7)	-	-	-	-	-	-	1 (33.3)	-	-	-	-	3
합계	29 (15.5)	2 (1.1)	32 (17.1)	5 (2.7)	9 (4.8)	22 (11.8)	30 (16.0)	36 (19.3)	11 (5.9)	1 (0.5)	5 (2.7)	5 (2.7)	187

주: 남미와 뉴질랜드는 1의 빈도를 가지며, 각각 북미와 호주에 합산하여 분석

(3) 수출지원기관이 지원하는 해외마케팅사업 참가시 지원사항의 우선순위

시·도와 무역협회, 중소기업지원센터가 지원하는 해외마케팅 사업에 참가할 때 지원사항의 우선순위로는 부스 임차료 지원(29.2%)이 가장 높은 비율을 보였으며, 항공료 지원(26.1%), 부스 장치비의 지원(17.2%) 등의 순서로 나타나 부스 관련 지원에 높은 관심을 보이는 것으로 나타났다.

<표 2-35> 수출지원기관이 지원하는 해외마케팅사업 참가시 지원사항(다중응답)

구분	빈도	비율
부스 임차료	83	29.2
부스 장치비	49	17.2
항공료	74	26.1
운송비	26	9.2
숙박비	30	10.6
통역비	20	7.0
전용차량비	2	0.7
합계	284	100.0

(4) 향후 수출지원기관이 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항

향후 시·도와 무역협회, 중소기업지원센터 등의 수출지원기관이 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항으로는 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원이 23.3%로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 해외시장개척 자금지원이 19.6%, 해외바이어 초청상담회 개최가 11.9%의 순서로 나타나고 있다.

음식료업에서는 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원(26.0%), 해외정보제공(품목, 국가, 바이어 등)(17.8%) 등이 높게 나타나고 있으며, 제1차 금속산업에서는 해외시장개척 자금지원(30.3%), 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원(18.2%) 등이 높게 나타나고 있고, 기타 기계 및 장비업에서는 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원(24.0%), 해외시장개척 자금지원(20.0%)등이 나타나 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원에 관련된 사항에 역점을 두어야 한다는 것을 보이고 있다.

<표 2-36> 향후 수출지원기관이 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항(다중응답)

구분	해외전시회 참가/ 시장개척단 파견지원	해외바이어 초청 상담회 개최	해외정보 제공(품목, 국가, 바이어 등)	해외시장 개척 자금지원	주요 거점지역 통상사무소 설치 확대	무역 전문인력 양성	인터넷 무역지원	수출보험 등 위험관리 지원	기타	합계
음식료업	19 (26.0)	11 (15.1)	13 (17.8)	12 (16.4)	1 (1.4)	5 (6.8)	4 (5.5)	3 (4.1)	5 (6.8)	73
섬유제품제조업	2 (20.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	3 (30.0)	-	1 (10.0)	-	-	1 (10.0)	10
봉제의복 및 모피제품	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	-	-	3
펄프, 종이 및 종이제품	1 (50.0)	-	-	1 (50.0)	-	-	-	-	-	2
코크스, 석유정제품 및 핵연료	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)	-	-	-	1 (16.7)	-	6
화합물 및 화학제품	4 (22.2)	4 (22.2)	4 (22.2)	1 (5.6)	2 (11.1)	1 (5.6)	1 (5.6)	-	1 (5.6)	18
고무 및 플라스틱 제품	-	-	1 (20.0)	2 (40.0)	-	-	1 (20.0)	1 (20.0)	-	5
비금속광물제품	4 (23.5)	-	4 (23.5)	4 (23.5)	1 (5.9)	1 (5.9)	1 (5.9)	1 (5.9)	1 (5.9)	17
제1차 금속산업	6 (18.2)	2 (6.1)	4 (12.1)	10 (30.3)	-	3 (9.1)	2 (6.1)	3 (9.1)	3 (9.1)	33
기타기계 및 장비	6 (24.0)	2 (8.0)	4 (16.0)	5 (20.0)	1 (4.0)	4 (16.0)	1 (4.0)	2 (8.0)	-	25
컴퓨터 및 사무용 기기	-	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	1 (33.3)	-	-	-	3
기타 전기기계 및 전기변환장치	3 (33.3)	1 (11.1)	1 (11.1)	1 (11.1)	-	2 (22.2)	-	1 (11.1)	-	9
전자부품, 영상, 음향 및 통신장비	2 (14.3)	1 (7.1)	5 (35.7)	1 (7.1)	-	2 (14.3)	-	1 (7.1)	2 (14.3)	14
의료, 정밀, 광학기기 및 시계	2 (33.3)	-	2 (33.3)	1 (16.7)	-	-	-	-	1 (16.7)	6
자동차 및 트레일러	4 (30.8)	2 (15.4)	2 (15.4)	2 (15.4)	1 (7.7)	-	-	-	2 (15.4)	13
가구 및 기타	2 (16.7)	3 (25.0)	-	4 (33.3)	-	-	-	2 (16.7)	1 (8.3)	12
재생용 가공원료 생산업	4 (26.7)	1 (6.7)	3 (20.0)	3 (20.0)	-	-	-	2 (13.3)	2 (13.3)	15
목재 및 나무제품 제조업	1 (33.3)	1 (33.3)	-	-	-	-	1 (33.3)	-	-	3
조립금속제품 제조업	1 (33.3)	-	-	-	1 (33.3)	-	-	-	1 (33.3)	3
합 계	63 (23.3)	32 (11.9)	47 (17.4)	53 (19.6)	7 (2.6)	20 (7.4)	11 (4.1)	17 (6.3)	20 (7.4)	270

제3절 전라북도 교역 경쟁력의 시사점

1. 산업간 연계 부족

전라북도 지역의 주요 수출 품목은 전국에 비해 생산 및 부가가치 유발효과가 높은 품목으로 구성되어 있어, 수출에 의해 발생되는 생산 및 부가가치유발 효과가 역외로 유출되지 않고 지역 내로 환류될 수 있도록 산업간 연계를 강화할 필요가 있다. 전라북도의 수출품이 생산 및 부가가치 유발 효과가 높은 품목이라 할지라도 원료 및 부품을 타 지역에서 조달하여 생산한다면 실제 수출에 의한 생산 및 부가가치 유발액은 감소 할 것이다.

따라서 기존 산업과 연관성이 높으면서도 생산, 취업 및 부가가치 유발효과가 높은 각종 기계산업, 영상·음향기기, 철강제품 등의 산업에 주목할 필요가 있다.

전라북도 지역은 자동차관련 품목이 수출의 절반이상을 차지하고 있지만, 이와 관련된 소재·부품산업 기반은 아직 취약한 점에 비추어 자동차 관련 소재·부품산업을 정책적으로 육성되어야 한다.

2. 특정품목의 의존도 과중

전라북도 주요 수출 품목은 자동차, 자동차부품, 합성수지, 정밀화학원료 및 종이제품 등이다. 자동차 수출비중이 40.2%(2005년 기준)로 가장 높고, 이어 자동차부품이(11.2%), 합성수지(8.0%), 정밀화학원료(4.9%), 종이제품(4.8%) 순이다. 품목별 수출구조를 전국과 비교해 보면, 전라북도 지역은 특정품목 편중현상이 두드러진다.

주요 수출품목별 수출추이를 구체적으로 살펴보면, 자동차관련 품목(자동차 및 자동차부품)은 2001년 수출액이 5.7억 달러에 불과하였으나 2002년말 GM의 대우자동차 인수 이후 급증하기 시작하여 2005년에는 25억 달러를 기록하였고, 자동차 품목은 GM대우의 라세티, 현대자동차의 2.5톤 이상의 대형차종이 주종을 이루고 있다. 이에 따라 전라북도 전체 수출액 중 자동차관련 품목이 차지하는 비중도 2001년 25.6%에서 2005년에는 51.4%로 상승하였다. 전라북도는 자동차 및 자동차부품에 대한 의존도가

지나치게 높아 동 품목의 무역여건이 악화되거나 생산에 차질이 발생할 경우, 지역경제에 큰 충격을 줄 수 있으므로 수출품목의 다양화를 보다 적극적으로 추진할 필요가 있다.

3. 대기업 위주의 수출 편중 심화

전라북도 지역의 수출이 종전 중소기업 우위에서 대기업 우위로 전환됨에 따라 수출이 증가하고 있는 가운데서도 수출 취업유발인원은 감소하고 있는 점에 비추어보면, 고용창출 효과가 큰 중소기업 수출을 활성화할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다.

지역의 생산 및 수출에서 대기업이 차지하는 비중은 최근 큰 폭으로 상승하고 있지만 고용면에서는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다.

<표 2-37> 전라북도 지역 제조업 규모별 고용비중 추이

(단위 : %)

구 분	2001년	2002년	2003년	2004년
대 기 업	22.0	23.1	19.9	21.0
중소기업	78.0	76.9	80.1	79.0

자료: 2006년 전북통계연보, 2005년 말 기준

중소기업의 경우, 해외시장 개척능력이 취약한 점을 감안하여 지방정부 및 금융기관은 수출 중소기업에 대한 신용보증 및 수출보험 우대, 해외전시회·박람회 참여 기회 제공 등 해외마케팅 활동을 지원할 필요가 있다. 중소기업의 기술개발 시 대기업이 자금을 제공하고 성과를 공유한다든가, 대기업의 해외 판매망을 중소기업에게 이용하도록 하는 등 대기업과 중소기업간 상호 협력관계가 강화될 수 있는 방안을 다각적으로 검토할 필요가 있다. 전라북도 지역의 수출은 2004년을 기점으로 중소기업 주도형에서 대기업 주도형으로 전환되었다. 2003년 이후 GM대우 군산공장 및 현대자동차 전주공장의 수출 확대 등에 주로 기인한다.

제3장 산업별 교역전망 및 품목선정

제1절 자동차 및 부품산업의 교역전망 및 품목선정

1. 전라북도의 자동차 및 부품산업 교역현황

전라북도의 자동차 수출은 2003년 이후 매년 꾸준한 증가세를 나타내어, 전국의 자동차 수출에서 차지하는 비중도 완연한 상승추세에 있다. 그러나 전라북도의 자동차 부품 수출은 2002년 이후 폭발적인 성장세를 보였으나, 최근 들어 성장세가 둔화 혹은 감소추세로 반전되고 있으며, 전국의 자동차 부품 수출에서 차지하는 비중도 2003년 11.0%에서 2006년에는 3.7%로 감소되었다. 전라북도의 자동차 수출이 2000년 이후 감소세를 보이다가 2003년 이후 폭발적인 증가세를 보인 것은 2002년 GM대우의 정상화와 2004년 타타대우의 출범에 따른 것으로 보인다.

<표 3-1> 전라북도의 자동차 및 자동차 부품 수출 추이

(단위 : 천 달러, %)

구 분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
자동차	한국 전체	13,220,633	13,322,031	14,778,634	19,118,714	26,576,951	29,505,684	32,922,433
	전북	928,462 (-)	540,668 (-41.8)	411,671 (-23.9)	661,821 (60.8)	1,562,304 (136.1)	1,951,837 (24.9)	2,502,234 (28.2)
	비중	7.0	4.1	2.8	3.5	5.9	6.6	7.6
부품	한국 전체	2,122,413	2,223,036	2,704,521	4,227,364	5,925,018	8,452,578	10,229,830
	전북	27,123 (-)	27,542 (1.5)	52,600 (91.0)	465,873 (785.7)	535,926 (15.0)	543,915 (1.5)	376,579 (-30.8)
	비중	1.3	1.2	1.9	11.0	9.1	6.4	3.7

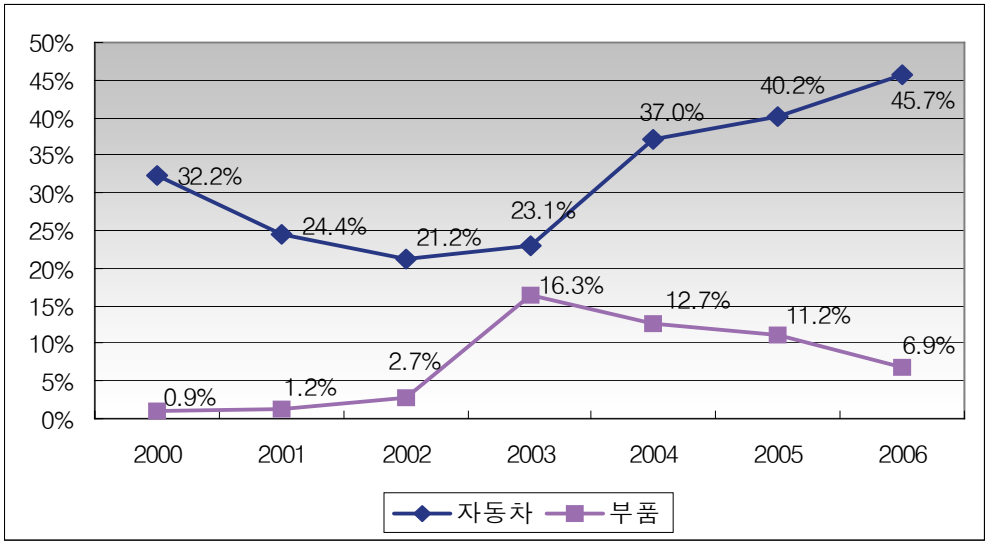
자료 : KOTIS

주 : ( ) 안은 전년 대비 증가율을 나타냄

이에 따라 2000년 이후 감소추세에 있던 전국의 자동차 수출에 대한 전북의 비중도 2002년 이후 증가하여 2006년에는 7.6%를 기록하였다. 전라북도의 자동차 부품 수출이 2002년 이후 폭발적으로 증가한 것은 국내 완성차 메이커들의 중국 현지 생산체제 확립에 따른 것이다. 그러나 최근 들어 전라북도의 자동차 부품 수출은 그 증가세가 둔화 혹은 감소추세로 반전되어, 전국의 자동차 부품 수출에서 차지하는 비중도 2003년 11.0%를 정점으로 계속 하락하여 2006년에는 3.7%를 기록하였다. 이는 전라북도의 자동차 부품 주요 수출대상국인 중국에서 국내 기업들의 부품 현지화 비율 증가와 해외 수입에 대한 규제 강화 때문이다.

자동차 및 자동차 부품 산업은 전라북도의 핵심 수출품목으로 전라북도 지역의 전체 수출에서 자동차 및 자동차 부품 수출이 차지하는 비중은 2006년 현재 52.6%를 기록하고 있다. 전라북도 자동차 수출은 2002년 이후 매년 증가하여 전체 수출에서 차지하는 비중도 2002년 21.2% 수준에서 2006년 45.7%로 대폭 확대되고 있다.

그러나 자동차 부품의 수출은 2003년 이후 감소세로 돌아서, 전라북도 지역의 전체 수출에서 차지하는 비중도 2003년 16.3%에서 2006년 6.9%로 축소되었다.



<그림 3-1> 전북의 자동차 및 자동차 부품 수출이 전북의 전체 수출에서 차지하는 비중

자료 : KOTIS

전라북도의 자동차 및 자동차 부품 수출을 국별로 살펴보면, 자동차의 경우는 미국, 그리고 자동차 부품의 경우는 중국이 주요 시장이다. 자동차의 경우, 미국이 전체 수출의 18.2%를 점하고 있으며, 중국의 비중은 전체의 0.2%로 미미한 실정이다.

<표 3-2> 전라북도 자동차 수출국별 구성(2006년 기준)

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	미국	러시아	콜롬비아	멕시코	리비아	호주	알제리	사우디	중국(56)	전체
금액	455.4	230.2	197.7	138.7	98.2	97.4	87.5	82.2	4.7	2,502.2
비중	18.2	9.2	7.9	5.5	3.9	3.9	3.5	3.3	0.2	100.0

자료 : KOTIS

전라북도의 중국에 대한 자동차 수출 추이를 살펴보면, 2004년 타타대우의 정상 조업 이후 단기간에 증가세를 보였으나, 전반적으로 부진한 수출실적을 나타내고 있다.

전라북도의 중국에 대한 수출이 최근 전반적으로 부진한 가운데, 전라북도의 중국에 대한 자동차 수출도 큰 폭으로 감소하고 있다. 이는 최근 중국 내 완성차 메이커들의 공급능력 확대와 수출산업으로의 전환, 그리고 국내 자동차 제조업체들의 현지 생산체제 확립에 따른 것으로 풀이된다.

이에 따라 전북의 중국에 대한 전체 수출에서 자동차 수출이 차지하는 비중도 0.7%로 하락하고 있다.

<표 3-3> 전북의 중국에 대한 자동차 및 부품 수출 추이

(단위 : 천 달러, %)

구 분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전북의 중국 수출		278,325 (-)	281,376 (1.1)	315,183 (12.0)	614,735 (95.0)	803,050 (30.6)	817,995 (1.9)	696,346 (-14.9)
자동차	금액	9,242 (-)	8,541 (-7.6)	10,727 (25.6)	3,840 (-64.2)	10,318 (168.7)	11,069 (7.3)	4,741 (-57.2)
	비중	3.3	3.0	3.4	0.6	1.3	1.4	0.7
부품	금액	15270 (-)	32986 (116.0)	30433 (-7.7)	294201 (866.7)	392173 (33.3)	382361 (-2.5)	212643 (-44.4)
	비중	5.5%	11.7%	9.7%	47.9%	48.8%	46.7%	30.5%

자료 : KOTIS
주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

전라북도의 중국에 대한 자동차 부품 수출 추이를 살펴보면, 2002년 현대자동차의 중국 진출 이후 급격한 신장세를 나타내어 자동차 부품이 전북지역의 대 중국 수출 주력품목으로 부상하였으나, 최근 들어 큰 폭의 감소세를 보이고 있다. 2002년 이후 급격한 신장세를 보이던 전북의 자동차 부품 대 중국 수출이 2005년 이후 감소세를 나타내고 있다. 이에 따라 전라북도의 중국에 대한 전체 수출에서 자동차 부품이 차지하는 비중도 2004년 48.8%에서 2006년에는 30.5%로 축소되었다.

이러한 현상은 중국 현지 완성차 제조업체들의 현지 부품 조달 확대에 기인하기는 하지만, 전라북도 지역의 경우 수출 감소세가 더욱 확연하게 나타난다는 점에 문제의 심각성이 있다.

전라북도의 자동차 부품 수출국별 구성을 보면, 자동차 부품 전체 수출에서 중국이 점하는 비중이 무려 55.9%를 기록하고 있어 중국에 대한 수출의 의존도가 매우 높다고 할 수 있다.

<표 3-4> 전북의 자동차 부품 수출국별 구성(2006년 기준)

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	중국	일본	미국	이집트	태국	인도	러시아	전체
금 액	210.6	47.2	31.3	25.2	20.0	9.9	6.9	376.6
비 중	55.9	12.5	8.3	6.7	5.3	2.6	1.8	100.0

자료 : KOTIS

2. 한국, 중국, 그리고 전북의 세계자동차부품시장에서의 무역특화지수 변화 추이

한국과 전북의 자동차 부품 산업 수출경쟁력을 살펴보고, 이를 전라북도와 최대 교역 대상국인 중국과 비교하여 살펴봄으로써, 향후 전북의 중국에 대한 자동차 부품 수출 전망 및 확대방안을 모색해 보기 위해 한국과 중국, 그리고 전북의 자동차 부품 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석하였다. 수출경쟁력을 살펴볼 수 있는 대안적 방법(예를 들어 RCA 지수 등)이 있음에도 2006년까지의 통계 자료수집

문제 등을 고려하여 TSI를 활용하였다.

TSI는 해당 국가 혹은 지역의 각 품목별 수출입 차를 해당 품목의 교역규모(수출입의 합)로 나눈 값(TSI=(X-M)/(X+M))[2]으로 -1 ~ +1 의 값을 가지며, 0을 기준으로 +1에 가까울수록 수출특화의 정도가 높아 경쟁력을 가진 품목으로, 그리고 -1에 가까울수록 수입특화품목으로 경쟁력이 뒤지는 품목으로 해석할 수 있다.

1) 품목 분류

<표 3-5> 자동차부품 품목분류

HS Code	품목명	HS Code	품목명
732010	판상스프링과 그 판	870710	승용차 차체
732020	나선용 스프링	870790	기타 자동차 차체
840999	엔진부품(디젤)	870810	완충기와 그 부분품
841330	내연기관 펌프	870821	안전벨트
842123	내연기관용 유류여과기	870829	에어백
842131	내연기관용 공기여과기	870831	장착된 브레이크 라이닝
843120	포크리프트 및 작업트럭 부품	870839	기타 제동장치와 부분품
847989	차량용 기타기계	870840	기어박스
847990	기타기계 부분품 (카 에어컨 등)	870850	구동차축
848410	가스켓 및 이와 유사한 조인트	870860	비구동차축
848590	오일 씰 등	870870	로드휠
851110	점화플러그	870880	쇽 압쇼바
851120	점화용 자석발전기	870891	방열기
851130	배전기와 점화코일	870892	소음기과 배기관
851140	시동전동기와 겸용 시동발전기	870893	클러치
851150	기타발전기	870894	핸들, 운전대, 운전박스
851180	기타 시동용 전기기기	870899	차량용 기타부품 (엔진 미부착 샤시)
851190	기타 시동용 전기기기 부분품	870990	트랙터 부분품
851230	음향신호용 기구	871690	기타 차량 부품
851240	와이퍼	910400	차량용 시계
851290	조명용 혹은 신호용 기기 부품	940120	차량용 시트
870600	엔진을 갖춘 샤시		

2) TSI=(X-M)/(X+M)
※ X=해당품목의 수출액, M=해당품목의 수입액

자동차 부품의 품목 분류는 한국자동차공업협회에서 자동차 부품의 품목 범위로 지정한 「관세·통계통합품목에 따른 분류(HS 2002)」상의 10단위 62개 품목이 대상으로 하였다. HS 10단위 기준의 품목분류가 국제간의 비교에 문제가 있음을 고려하여, 국가 간 비교가 가능하고, 상기 62개 품목이 포함되어 있는 HS 6단위 품목분류를 기준으로 분석하였다.

이에 따라 본 연구의 분석에서 사용하는 자동차 부품 무역통계는 실제 통계보다 일부 과대 계상되어 있을 수 있다.

2) 세계시장에서 한국의 무역특화지수 변화 추이

1995년 이후 한국의 자동차 부품 TSI를 HS 6단위를 기준으로 품목별로 살펴보면 한국의 자동차 부품산업 전체의 TSI는 1995년 -0.544에서 2006년 0.210으로 변화되어 수입특화산업에서 수출특화산업으로 변모하고 있으며 전체 43개 폼목군 중 수출특화품목은 26개 품목, 수입특화품목은 17개 품목으로 집계되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 시동 전동기(851440), 발전기(851150), 시동 또는 점화용 전기기기(851190), 조명 또는 신호용 기기 부품(851290), 엔진부착 샤시(870600), 승용차 차체(870710), 기타 자동차 차체(870790), 비구동 차축(870860), 로드휠(870870), 쇽압쇼바(870880), 소음기와 배기관(870892), 핸들과 운전박스(870894), 승용차 제외 기타 자동차 샤시(870899), 차량용 시계(910400) 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 판상스프링(732010), 점화플러그(851110), 안전벨트(870821), 브레이크 라이닝(870831), 기어박스(870840), 트랙터 부분품(870990) 등으로 구성되어 있다.

<표 3-6> 한국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

HS_CD	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
732010	-0.689	-0.421	-0.474	0.459	0.403	0.420	0.422	0.448	0.361	-0.160	-0.421	-0.607
732020	-0.781	-0.886	-0.711	-0.633	-0.652	-0.630	-0.566	-0.471	-0.342	-0.279	-0.273	-0.094
840999	-0.734	-0.775	-0.733	-0.502	-0.553	-0.563	-0.565	-0.591	-0.460	-0.475	-0.311	-0.251
841330	0.151	0.208	0.114	0.598	0.499	0.267	0.204	0.186	0.296	0.414	0.409	0.326
842123	0.004	0.180	0.266	0.465	0.474	0.391	0.168	0.230	0.139	-0.006	-0.159	-0.184
842131	-0.182	-0.050	0.076	0.453	0.169	0.528	0.578	0.584	0.667	0.622	0.554	0.364
843120	-0.600	-0.549	-0.287	-0.239	0.024	-0.023	0.006	-0.030	-0.112	-0.098	-0.207	-0.160
847989	-0.794	-0.743	-0.520	-0.257	-0.507	-0.565	-0.449	-0.387	-0.427	-0.378	-0.351	-0.346
847990	-0.463	-0.459	-0.237	0.044	-0.155	-0.205	-0.136	-0.127	-0.101	-0.086	-0.043	-0.035
848410	-0.678	-0.859	-0.761	-0.565	-0.588	-0.507	-0.496	-0.423	-0.291	-0.174	-0.071	-0.238
848590	-0.743	-0.344	-0.530	-0.168	-0.067	0.018	-0.050	-0.077	-0.146	0.062	-0.168	-0.107
851110	-0.940	-0.837	-0.992	-0.041	-0.982	-0.702	-0.633	-0.635	-0.625	-0.917	-0.944	-0.969
851120	0.148	0.709	0.565	0.932	0.969	0.988	0.989	0.994	0.974	0.961	0.978	0.972
851130	-0.564	-0.699	-0.498	-0.791	-0.870	-0.708	-0.269	0.077	0.252	0.461	0.067	-0.063
851140	0.107	0.135	0.193	0.654	0.771	0.808	0.822	0.846	0.896	0.903	0.818	0.674
851150	-0.422	-0.038	0.690	0.438	0.401	0.077	-0.370	-0.442	-0.400	0.045	-0.095	0.584
851180	-0.714	0.613	-0.886	na.	-0.203	0.059	-0.670	-0.774	-0.829	-0.444	-0.425	-0.098
851190	-0.621	-0.573	-0.234	0.153	0.136	0.209	0.362	0.398	0.289	0.317	0.557	0.563
851230	0.258	-0.386	-0.213	-0.732	-0.810	-0.538	-0.268	-0.248	-0.162	-0.246	0.105	0.061
851240	-0.623	-0.464	-0.494	0.151	0.763	0.833	0.820	0.761	0.460	0.258	0.408	0.135
851290	-0.449	-0.216	-0.059	0.319	-0.065	0.041	0.161	0.610	0.739	0.697	0.588	0.559
870600	0.892	0.809	0.779	0.974	0.928	0.705	0.946	0.850	0.970	0.989	0.993	0.973
870710	-0.718	-0.897	-0.840	0.860	0.197	0.947	0.979	0.988	0.909	0.982	0.810	0.938
870790	0.931	0.939	0.757	0.928	0.987	0.951	0.904	0.984	0.991	0.951	0.908	0.950
870810	-0.025	-0.072	0.177	0.613	0.580	0.464	0.437	0.290	-0.350	-0.148	0.032	0.157
870821	-0.808	-0.883	-0.942	-0.927	-0.937	-0.952	-0.962	-0.960	-0.906	-0.767	-0.545	-0.509
870829	-0.373	-0.383	0.056	0.189	0.053	0.054	0.058	0.052	-0.032	-0.040	0.021	-0.240
870831	-0.734	-0.383	0.096	0.462	0.312	-0.676	-0.956	-0.982	-0.993	-0.984	-0.112	-0.693
870839	-0.660	-0.704	-0.593	-0.301	-0.236	-0.188	-0.039	0.060	-0.032	0.255	0.150	0.145
870840	-0.978	-0.974	-0.971	-0.926	-0.967	-0.969	-0.984	-0.924	-0.881	-0.831	-0.713	-0.789
870850	-0.615	-0.459	-0.860	-0.337	0.494	0.429	0.452	0.484	0.487	0.529	0.559	0.416
870860	-0.441	-0.742	-0.946	-0.572	-0.040	0.393	0.689	0.591	0.920	0.913	0.921	0.834
870870	0.127	0.231	0.295	0.629	0.728	0.615	0.652	0.621	0.711	0.757	0.774	0.724
870880	-0.650	-0.762	-0.791	-0.190	-0.197	-0.415	-0.424	-0.208	0.316	0.433	0.575	0.575
870891	0.851	0.826	0.953	0.967	0.931	0.792	0.772	0.868	0.785	0.680	0.303	0.197
870892	0.815	0.644	0.792	0.855	0.905	0.930	0.894	0.933	0.924	0.801	0.858	0.791
870893	0.482	0.501	0.528	0.558	0.522	0.525	0.385	0.396	0.391	0.388	0.361	0.365
870894	-0.808	-0.708	-0.514	-0.181	0.184	0.343	0.032	0.141	0.314	0.453	0.590	0.568
870899	0.053	0.456	0.615	0.737	0.739	0.661	0.693	0.669	0.758	0.774	0.815	0.816
870990	-0.175	-0.896	-0.422	-0.400	0.264	0.042	-0.321	-0.493	-0.462	-0.353	-0.866	-0.782
871690	0.561	0.564	0.625	0.867	0.405	0.430	0.356	0.323	0.538	0.603	0.478	0.100
910400	-0.224	-0.816	-0.650	-0.749	-0.232	-0.243	-0.068	0.550	0.061	-0.019	0.153	0.573
940120	-0.985	-0.928	0.592	-0.467	-0.622	-0.287	-0.411	-0.601	0.478	0.663	0.537	0.452
전체	-0.544	-0.454	-0.222	0.103	-0.027	-0.177	-0.064	-0.042	0.043	0.087	0.193	0.210

앞서 제시한 한국의 자동차 부품 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 아래 표와 같이 정리할 수 있다.

동일한 기간 기준 하에 중국 및 전북지역의 수출경쟁력 변화 추이와 비교하기 위해 2000~2006년 기간으로 하였다.

전체 43개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 23개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 20개 품목으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 점화용 전기기기, 조명 또는 신호용 기기 부품, 비구동 차축 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, 경음기와 제동장치, 그리고 쇽압쇼바는 새로운 수출특화 품목으로 부상하고 있으며, 코일 스프링, 엔진부품, 배전기, 카 에어컨 등은 수입특화의 정도가 두드러지게 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 와이퍼와 범퍼, 그리고 방열기 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 두드러지게 나타나고 있고, 겹판스프링과 액체여과기 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다.

<표 3-7> 한국 자동차 부품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상

구 분		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹 (10품목)	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	841330, 851150, 851190, 851290, 870600, 870790, 870860, 870870, 870894, 870899
	Ⅱ그룹 (5품목)	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	851230, 870839, 870880, 910400, 940120
	Ⅲ그룹 (8품목)	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	732020, 840999, 847989, 847990, 848410, 851130, 870821, 870840
경쟁력 약화	Ⅰ그룹 (10품목)	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	842131, 851120, 851140, 851240, 870710, 870810, 870850, 870891, 870892, 870893, 871690
	Ⅱ그룹 (7품목)	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	732010, 842123, 848590, 851180, 870829, 870990
	Ⅲ그룹 (3품목)	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	843120, 851110, 870831

3) 중국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

<표 3-8> 중국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

HS_CD	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
732010	-0.413	-0.402	-0.373	-0.650	-0.756	-0.802	-0.666	-0.412	-0.340
732020	-0.628	-0.656	-0.732	-0.759	-0.721	-0.778	-0.728	-0.647	-0.613
840999	-0.377	-0.305	-0.169	-0.192	-0.233	-0.251	-0.027	0.102	0.313
841330	-0.710	-0.797	-0.843	-0.644	-0.729	-0.761	-0.814	-0.652	-0.439
842123	-0.248	-0.334	-0.366	-0.322	-0.307	-0.104	-0.001	0.203	0.225
842131	0.369	-0.338	-0.598	-0.539	-0.561	-0.600	-0.347	-0.098	-0.132
843120	-0.667	-0.271	-0.084	-0.011	0.028	0.099	0.182	0.215	0.392
847989	-0.919	-0.894	-0.934	-0.914	-0.911	-0.890	-0.891	-0.837	-0.847
847990	-0.921	-0.787	-0.788	-0.720	-0.761	-0.749	-0.814	-0.697	-0.606
848410	-0.395	-0.176	-0.093	-0.289	-0.263	-0.389	-0.417	-0.354	-0.399
848590	-0.285	-0.003	0.073	0.136	0.124	0.055	-0.330	-0.258	0.091
851110	0.776	0.500	0.489	0.514	0.332	0.164	0.139	0.049	-0.029
851120	-0.654	-0.752	-0.116	0.197	0.209	0.749	0.725	0.805	0.747
851130	0.731	0.485	0.504	0.188	-0.007	-0.046	0.000	0.110	0.052
851140	-0.322	-0.460	-0.209	-0.326	-0.117	-0.136	0.008	0.085	0.308
851150	-0.171	-0.365	-0.385	-0.561	-0.418	-0.448	-0.345	-0.122	0.024
851180	0.057	0.114	0.155	0.088	0.187	-0.093	-0.119	0.294	0.238
851190	-0.220	-0.234	-0.043	0.021	0.070	-0.057	-0.058	0.203	0.206
851230	0.643	0.238	0.260	0.072	0.523	0.318	0.417	0.480	0.494
851240	-0.236	-0.421	-0.439	-0.229	-0.067	0.080	-0.014	0.042	0.227
851290	-0.248	-0.260	-0.258	-0.344	-0.213	-0.311	-0.347	-0.164	-0.105
870600	-0.642	-0.780	-0.404	-0.422	0.304	-0.175	0.134	0.574	0.740
870710	-0.928	-0.987	-0.992	-0.982	-0.987	-0.999	-0.884	-0.378	0.559
870790	-0.014	-0.200	0.496	0.341	-0.438	-0.466	0.678	0.899	0.860
870810	0.358	0.109	-0.311	-0.423	-0.346	-0.554	-0.413	-0.210	-0.089
870821	0.177	0.720	0.430	-0.433	-0.008	-0.132	0.131	0.211	0.021
870829	-0.526	-0.478	-0.323	-0.490	-0.602	-0.763	-0.685	-0.535	-0.435
870831	0.863	0.688	0.710	0.717	0.714	0.643	0.557	0.599	0.568
870839	0.624	0.626	0.681	0.587	0.205	-0.162	-0.088	0.191	0.192
870840	-0.662	-0.506	-0.472	-0.808	-0.807	-0.934	-0.939	-0.925	-0.922
870850	-0.665	-0.800	-0.707	-0.599	-0.745	-0.866	-0.602	-0.393	0.072
870860	-0.138	-0.014	-0.063	-0.211	-0.314	-0.120	0.343	0.353	0.338
870870	0.854	0.792	0.793	0.821	0.873	0.728	0.768	0.823	0.885
870880	-0.760	-0.603	-0.585	-0.598	-0.352	-0.264	-0.056	0.375	0.463
870891	0.928	0.766	0.552	0.482	0.559	0.498	0.658	0.785	0.778
870892	-0.249	0.050	-0.105	-0.338	-0.484	-0.417	-0.136	0.130	0.273
870893	0.037	0.203	0.383	0.328	0.359	0.256	0.362	0.540	0.333
870894	-0.631	-0.739	-0.707	-0.797	-0.863	-0.866	-0.740	-0.492	-0.408
870899	-0.594	-0.530	-0.625	-0.576	-0.379	-0.478	-0.112	0.137	0.035
870990	0.338	0.678	0.551	0.551	0.521	0.439	-0.226	-0.191	0.159
871690	0.635	0.858	0.787	0.879	0.924	0.884	0.769	0.687	0.742
910400	0.726	0.664	0.537	0.269	0.226	0.056	-0.166	-0.050	0.029
940120	-0.697	-0.238	-0.285	-0.814	-0.804	-0.802	-0.683	-0.320	-0.269
합 계	-0.632	-0.527	-0.527	-0.517	-0.487	-0.555	-0.462	-0.259	-0.220

1998년 이후 중국의 자동차 부품 TSI를 HS 6단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 중국의 자동차 부품산업 전체의 TSI는 1998년 -0.632에서 2006년 -0.220으로 변화되어 수입특화의 정도가 점차 약화되어 전체 43개 품목군 중 1998년 수출특화품목은 15개 품목, 수입특화품목은 28개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 29개 품목, 수입특화품목은 14개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 기타 점화용 자석발전기(851120), 트랙터 샤시(엔진부착)(870600), 승용차 차체(870710), 기타 자동차 차체(870790), 브레이크라이닝(870831), 로드휠(870870), 방열기(870891), 트레일러 및 기타 비구동차량 부품(871690) 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 코일스프링(732020), 차량용 기타 기계(847989), 변속기(870840)등이 있다.

<표 3-9> 중국 자동차 부품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹 (6품목)	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)<TSI(2006)	848590, 851180, 851230, 870790, 870870, 870891
	Ⅱ그룹 (15품목)	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	840999, 842123, 843120, 851120, 851140, 851150, 851190, 851240, 870600, 870710, 870850, 870860, 870880, 870892, 870899
	Ⅲ그룹 (9품목)	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	732010, 732020, 841330, 842131, 847989, 847990, 851290, 870810, 870894
경쟁력 약화	Ⅰ그룹 (8품목)	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000)	851130, 870821, 870831, 870839, 870893, 870990, 871690, 910400
	Ⅱ그룹 (1품목)	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	851110
	Ⅲ그룹 (4품목)	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	848410, 870829, 870840, 940120

중국의 자동차 부품 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출 경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 전체 43개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 30개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 13개 품목으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 승용차를 제외한 차량의 차체 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, 엔진부품, 시동기기, 와이퍼, 샤시, 승용차 차체, 비구동차축, 쇽압소바 등은 새로운 수출특화 품목으로 부상하고 있으며, 공기여과기 등은 수입특화의 정도가 두드러지게 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 배전기와 점화코일, 제동장치, 트랙터 부품, 차량용 시계 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 두드러지게 나타나고 있고, 점화 플러그는 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되었으며, 변속기는 수입특화의 정도가 더욱 심화되고 있다.

4) 전라북도의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 전북의 자동차 부품 무역특화지수를 HS 6단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 전북의 자동차 부품산업 전체의 무역특화지수는 2000년 0.124에서 2006년 0.763으로 변화되어 수출특화의 정도가 대폭 강화되었다. 특히 2002년 현대자동차의 중국 진출 이후 수출특화의 정도가 크게 향상되어 전체 43개 폼목군 중 2000년 수출특화품목은 12개 품목, 수입특화품목은 15개 품목이었지만 2006년에는 수출특화품목이 12개 품목, 수입특화품목은 20개 품목으로 수입특화품목의 개수가 증가하였다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5, 그리고 수출액>1,000천 달러)으로는 엔진부품(840999), 엔진부착 샤시(870600), 로드휠(870870), 쇽압쇼바(870880), 승용차 제외 기타 자동차의 샤시(870899) 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5, 그리고 수입액>1,000천 달러)으로는 차량용 기타 기계(847989), 카 에어컨(847990), 제동장치(870839), 변속기(870840), 구동차축(870850) 등이 있다.

<표 3-10> 전북의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

TSI	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
732010	na.	na.	na.	-0.846	0.500	1.000	-1.000
732020	-1.000	na.	-1.000	-0.273	-0.821	-1.000	-1.000
840999	-0.546	-0.698	-0.938	-0.715	-0.826	0.752	0.886
841330	-0.629	-0.185	-0.947	-0.990	-0.869	na.	-0.988
842123	0.918	0.960	0.937	0.748	-0.801	-0.092	0.532
842131	1.000	0.993	0.845	0.083	0.882	0.865	0.136
843120	na.	-0.846	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000
847989	-0.387	0.084	-0.180	-0.466	-0.625	-0.532	-0.192
847990	-0.334	-0.465	-0.635	-0.475	-0.583	-0.639	-0.793
848410	0.199	0.776	0.136	-0.435	-0.881	-0.911	na.
848590	-1.000	-0.889	-0.538	na.	0.400	na.	-1.000
851110	na.	na.	na.	na.	0.000	-1.000	na.
851120	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
851130	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
851140	na.	na.	na.	na.	-0.300	-1.000	-1.000
851150	na.	-1.000	na.	-1.000	na.	na.	na.
851180	na.	na.	na.	na.	na.	-1.000	na.
851190	na.	na.	na.	na.	na.	1.000	1.000
851230	na.	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
851240	na.	na.	1.000	na.	na.	na.	-1.000
851290	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
870600	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.998	0.998
870710	1.000	na.	na.	1.000	na.	na.	na.
870790	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.997
870810	-0.385	1.000	-0.763	-0.992	-1.000	-1.000	-1.000
870821	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	na.	na.
870829	-0.632	1.000	-0.156	-0.922	-0.976	-0.210	0.697
870831	na.	na.	-1.000	na.	na.	na.	-1.000
870839	-1.000	-0.989	-0.966	-0.955	-0.995	-0.978	-0.757
870840	-1.000	-1.000	-0.995	-0.948	-0.836	0.036	-0.254
870850	-0.499	-0.324	0.461	0.787	0.929	-1.000	-0.802
870860	-1.000	-0.848	-0.998	1.000	-1.000	na.	0.625
870870	0.754	0.551	0.732	0.893	0.842	0.833	0.778
870880	0.980	0.971	0.999	0.951	0.939	0.989	0.991
870891	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	na.	na.
870892	0.857	0.966	0.833	0.997	0.091	0.796	0.748
870893	-1.000	-0.500	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.736
870894	-1.000	-1.000	na.	-1.000	-0.763	1.000	-0.345
870899	0.184	0.319	-0.059	0.939	0.938	0.952	0.906
870990	na.	na.	-1.000	0.887	-1.000	-1.000	-1.000
871690	1.000	-1.000	-1.000	1.000	-1.000	-1.000	-1.000
910400	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
940120	-1.000	-1.000	0.333	0.692	na.	-1.000	-1.000
합 계	0.124	0.199	0.185	0.720	0.704	0.811	0.763

전북의 자동차 부품 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출 경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 전체 43개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 12개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 20개 품목으로 나타났고, 11개 품목은 수출·입이 없거나 경쟁력의 변화가 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 승용차를 제외한 차량의 차체 등은 수출특화의 정도가 강화되어 전북의 자동차 부품 수출에서 핵심품목으로 부상하였고, 엔진부품, 에어백과 기타 차체 부품은 새로운 수출특화 품목으로 등장하였으며, 변속기는 수입특화의 정도가 두드러지게 약화되면서 새로운 주요 수출품목으로 발전될 가능성을 보여주고 있다. 경쟁력 약화 품목 중에서는 전북의 자동차 부품 주요 수입품목 중의 하나인 에어컨이 수입특화의 정도가 더욱 심화되고 있음을 알 수 있다.

<표 3-11> 전북 자동차 부품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹 (5품목)	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)<TSI(2006)	851190, 870790, 870870, 870880, 870899
	Ⅱ그룹 (3품목)	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	840999, 870829, 870860
	Ⅲ그룹 (4품목)	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화 가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	847989, 870839, 870840, 870893
경쟁력 약화	Ⅰ그룹 (5품목)	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	842123, 842131, 870600, 870891, 870892
	Ⅱ그룹 (1품목)	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	848410
	Ⅲ그룹 (14품목)	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	732010, 732020, 841330, 843120, 847990, 848590, 851110, 851140, 851230, 851240, 870810, 870831, 870850, 940120

전라북도의 자동차 부품 수출과 수입은 소수의 품목들에 의해 주도되고 있어, 2006년 기준으로 수출 혹은 수입이 1,000천 달러를 초과하고 있는 품목은 전체 43개 품목 중에서 10개 품목에 지나지 않는다. 이들 10개 주요 교역품목의 수출입 및 무역특화지수 변화 추이에서 나타나는 특징을 살펴보면 <표 3-12>와 같이 정리할 수 있다.

<표 3-12> 전북 자동차 부품 주요 교역품목의 수출입 추이 특성

HS Code	품 목 명	주요 특이사항
840999	엔진부품	· 2006년 수출 3,318천 달러로 2002년 이후 지속 증가 · 2006년 수입 200천 달러로 2000년 이후 지속 감소 · 수입특화에서 수출특화로 전환되어 새로운 전략 수출품목으로 대두할 가능성
847989	차량용 기타 기계	· 2006년 전북의 3위 수입품목 · 수출은 2001년 이후 감소하다가 2004년 이후 증가 추세로 반전 · 2004년 이후 수입특화 정도가 약화되는 추세
847990	카 에어컨	· 2000년 이후 수출은 감소추세, 수입은 2003년 이후 증가 추세 · 수입특화가 계속 심화되고 있는 추세
870600	승용차 제외 가타 자동차 샤시	· 2003년 전북의 주요 수출품목이었으나 이후 수출이 감소하는 추세 · 수입은 거의 전무하여 여전히 수출특화
870839	제동장치	· 수출은 미미한 수준이지만, 2004년 이후 수입도 감소세로 돌아섬 · 최근 들어 수입특화의 정도가 감소되는 추세
870840	변속기 (기어박스)	· 주요 수입특화품목이었으나 2004년 이후 수출은 증가, 수입은 감소추세로 반전 · 2004년 이후 수입특화의 정도가 약화
870850	구동차축	· 수출은 2002년 이후 감소세, 수입은 증가세로 반전 · 현대차 중국진출 이후 수출특화품목으로 전환되었다가 2005년부터 다시 수입특화정도가 심화
870870	로드휠	· 2006년 전북의 2대 수출품목으로 매년 수출 증가세가 계속되고 있지만, 수입도 증가 추세 · 여전히 수출특화의 정도가 강하나, 2004년 이후 약화되어 가는 추세
870880	쇽압쇼바	· 2006년 전북의 3대 수출품목으로 2001년 이후 매년 증가추세를 보이다, 2006년에 수출 감소 · 수입은 극히 미미하여 완전한 수출특화품목
870899	샤시	· 전북의 1대 수출품목으로 2002년 이후 수출이 급증세, 그러나 2006년에는 대폭 감소 · 수입은 2000년 이후 매년 소폭의 증가세 · 2000년 이후 수출특화의 정도가 대폭 강화 추세

3. 한국, 전북의 중국자동차부품시장에서의 무역특화지수 변화 추이

1) 한 · 중 자동차 부품교역에서의 한국의 무역특화지수 변화 추이

<표 3-13> 한·중 교역에서 한국의 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
732010	-0.693	-0.529	0.143	0.410	-0.004	0.273	-0.321
732020	-0.706	-0.701	-0.379	-0.732	-0.605	-0.234	0.503
840999	0.079	0.012	-0.017	0.178	0.451	0.227	-0.041
841330	0.738	0.956	0.917	0.828	0.414	-0.045	0.239
842123	0.780	0.707	0.903	0.216	0.060	-0.639	-0.528
842131	-0.301	-0.154	-0.713	0.185	0.612	0.295	0.136
843120	0.467	0.537	0.276	-0.178	-0.327	-0.643	-0.541
847989	0.958	0.812	0.919	0.931	0.939	0.887	0.767
847990	0.973	0.825	0.794	0.841	0.882	0.815	0.747
848410	0.130	-0.430	0.238	-0.031	-0.197	-0.228	0.035
848590	0.784	0.833	0.467	0.558	0.727	0.490	0.272
851110	0.010	-0.185	-0.169	-0.046	0.295	-0.227	-0.538
851120	1.000	0.946	0.998	0.945	0.072	0.692	0.255
851130	na.	0.998	0.999	0.970	0.944	0.986	0.935
851140	0.999	0.994	0.995	0.989	0.799	0.704	0.120
851150	-0.092	-0.641	0.924	-0.229	0.996	0.241	0.429
851180	-0.739	na.	1.000	-0.813	-0.228	-0.143	1.000
851190	0.956	1.000	0.967	0.958	0.873	0.740	0.365
851230	-0.778	-0.143	-0.110	-0.083	-0.143	-0.053	-0.061
851240	1.000	-0.444	na.	0.666	0.957	0.735	0.139
851290	-0.757	0.045	0.782	0.855	0.776	0.700	0.700
870600	1.000	1.000	1.000	0.985	0.984	1.000	0.991
870710	na.	na.	0.995	na.	0.905	0.929	0.895
870790	0.999	na.	1.000	0.998	0.997	na.	1.000
870810	1.000	1.000	0.981	0.993	0.631	-0.492	0.308
870821	-1.000	-0.379	-0.926	0.991	0.897	0.554	0.318
870829	0.934	0.914	0.985	0.908	0.852	0.712	0.481
870831	0.787	0.500	na.	na.	0.714	-0.640	-1.000
870839	-0.123	0.031	0.547	0.844	0.889	0.622	0.133
870840	-0.998	-0.919	0.999	0.999	0.963	0.994	0.910
870850	0.018	0.487	0.807	0.999	0.972	0.942	0.683
870860	-0.271	na.	-0.180	0.811	0.902	0.933	0.751
870870	-0.916	-0.854	-0.144	0.335	0.747	0.552	0.065
870880	0.627	0.775	0.986	0.999	1.000	0.997	0.910
870891	-1.000	-1.000	0.500	0.998	0.930	-0.703	-0.788
870892	-0.511	-0.160	0.848	0.881	0.964	0.987	0.929
870893	0.840	0.667	-0.266	0.199	0.143	0.065	-0.203
870894	0.173	0.676	0.700	0.513	-0.004	0.371	0.289
870899	0.728	0.828	0.812	0.956	0.956	0.928	0.880
870990	1.000	1.000	0.684	0.318	-0.024	-0.551	-0.846
871690	-0.624	-0.806	-0.899	-0.488	-0.509	-0.607	-0.877
910400	0.000	na.	0.162	-0.210	-0.327	-0.027	-0.667
940120	-0.973	-0.839	-0.756	-0.988	0.678	-0.943	-0.952
합 계	0.917	0.773	0.846	0.866	0.873	0.802	0.670

한국과 중국의 자동차 부품 교역에서 한국의 무역특화지수는 2000년 0.917에서 2006년 0.670으로 변화되어, 한국의 수출특화가 지속되는 가운데, 수출특화의 정도는 점차 약화되는 추세를 보이고 있다.

한·중 교역에서 한국의 자동차 부품 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 전체 43개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 20개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 23개 품목으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 조명 또는 신호용 기기는 수입특화에서 수출특화로 전환되어 전라북도의 새로운 대 중국 수출특화 품목으로 등장하였으며, 수입특화에서 수출특화로 전환된 11개 품목 중 10개 품목이 2002년 혹은 2003년에 수출특화로 전환되어 2002년 현대자동차의 중국진출과 밀접한 관계가 있는 것으로 분석되었다.

중국 자동차 부품산업의 발전에 따라 2000년에 비해 한국의 수출특화정도가 약화되고 있는 품목이 전체 43개 품목 중 14개 품목에 달하고 있고, 8개 품목은 아예 수입특화로 전환된 것으로 나타났다.

<표 3-14> 한·중 교역에서 한국의 자동차 부품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹 (5품목)	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)<TSI(2006)	870790, 870850, 870880, 870894, 870899
	Ⅱ그룹 (11품목)	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	732020, 842131, 851150, 851180, 851290, 870821, 870839, 870840, 870860, 870870, 870892
	Ⅲ그룹 (4품목)	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화 가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	732010, 851230, 870891, 940120
경쟁력 약화	Ⅰ그룹 (14품목)	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	841330, 847989, 847990, 848410, 848590, 851120, 851130, 851140, 851190, 851240, 870600, 870710, 870810, 870829
	Ⅱ그룹 (8품목)	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	840999, 842123, 843120, 851110, 870831, 870893, 870990, 910400
	Ⅲ그룹 (1품목)	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	871690

2) 대중국 자동차 부품교역에서의 전북의 무역특화지수 변화 추이

<표 3-15> 전북의 대중국 자동차 부품 무역특화지수 변화 추이

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
732010	na.	na.	na.	na.	na.	na.	1
732020	na.	na.	na.	0.103	na.	na.	na.
840999	1	-1	-1	-1	na.	-1	1
841330	1	1	na.	na.	1	na.	-1
842131	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
843120	na.	1	na.	na.	-1	-1	-1
847989	0.999	0.994	0.960	0.990	0.936	0.775	0.777
847990	0.988	0.977	1	0.988	0.901	0.987	0.866
848590	na.	1	1	1	1	1	0.926
851110	na.	na.	na.	na.	1	na.	na.
851190	na.	na.	na.	na.	na.	1	1
851230	na.	na.	na.	na.	na.	-1	-1
851240	na.	na.	1	na.	na.	na.	na.
870600	1	1	na.	1	1	1	1
870790	1	1	1	1	1	1	1
870810	na.	na.	na.	0.143	na.	na.	na.
870829	na.	na.	na.	1	na.	na.	na.
870831	na.	na.	na.	na.	na.	na.	-1
870839	na.	1	0.917	na.	-1	na.	-0.993
870840	na.	na.	na.	1	1	0.976	0.759
870850	1	1	1	1	1	na.	na.
870870	na.	na.	1	-1	0.965	0.669	0.327
870880	1	1	1	1	1	1	0.999
870891	na.	na.	na.	na.	1	na.	na.
870893	na.	na.	na.	-1	na.	-1	-0.763
870894	na.	na.	na.	na.	na.	na.	1
870899	1	1	0.938	0.961	0.999	0.995	0.974
870990	na.	na.	na.	1	na.	na.	na.
871690	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
940120	na.	na.	na.	na.	na.	-1	-1
합 계	0.999	0.996	0.989	0.965	0.998	0.983	0.924

전북과 중국의 자동차 부품 교역에서 전북의 무역특화지수는 2000년 0.999에서 2006년 0.924로 변화되어, 전북의 수출특화가 지속되는 가운데, 수출특화의 정도는 점차 약화되는 추세를 보이고 있다. 전북의 자동차 부품 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 전체 30개 교역품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 4개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 13개 품목으로 나타났고, 13개 품목은 수출·입이 없거나 경쟁력의 변

화가 없는 것으로 나타났다.

중국 자동차 부품산업의 발전에 따라 2000년에 비해 한국의 수출특화정도가 약화되고 있는 품목이 전체 30개 품목 중 8개 품목에 달하고 있고, 3개 품목은 아예 수입특화로 전환된 것으로 나타났다.

<표 3-16> 전북의 대중국 자동차 부품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹 (3품목)	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)<TSI(2006)	851190, 870600, 870790,
	Ⅱ그룹 (품목)	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	
	Ⅲ그룹 (1품목)	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화 가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	870893
경쟁력 약화	Ⅰ그룹 (8품목)	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	847989, 847990, 848950, 870840, 870850, 870870, 870880, 870899
	Ⅱ그룹 (3품목)	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	841330, 843120, 870839,
	Ⅲ그룹 (2품목)	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	851230, 940120

3) 무역특화지수를 통해 살펴본 한·중 자동차 부품산업 경쟁력 비교

이상의 분석을 기초로 전라북도의 자동차 부품 주요 수출입 품목만을 대상으로 중국과 전북(및 한국)의 수출경쟁력 변화 추이와 그 의미를 살펴보면 자동차 부품 산업에서 전북의 주력 수출품목인 7개 품목 중 중국의 경쟁력이 약화(수출특화지수 감소, 수출특화에서 수입특화로 전환, 수입특화 심화)되고 있는 품목은 기어박스(870840) 1개 품목에 지나지 않다.

이는 이들 수출 주력 품목에서 향후 중국과의 경합관계가 심화되고, 중국 내에서 수입대체가 빠르게 진행되어 한국 및 전북의 자동차 부품 수출이 둔화 혹은 감소될 수 있음을 의미한다.

<표 3-17> 전북의 자동차 부품 주요 수출입 품목의 수출경쟁력 현황 및 전망

코드	품목명	수출경쟁력 변화 추이(2000→2006)		경쟁력 판단
840999	엔진부품(디젤) (수출주력)	세계	한국(-0.563→-0.251), 중국(-0.169→0.313). 전북(-0.546→0.886)	한국, 중국, 전북 수출경쟁력 회복 미래 한국, 전북의 수출 감소 전망
		한·중	한국 TSI : 0.079→-0.041	
847989	차량용 기타 기계 (수출, 수입 주력)	세계	한국(-0.565→-0.346), 중국(-0.934→-0.847), 전북(-0.387→-0.192)	한국, 전북 수입특화 약화 중국은 여전히 강한 수입특화 일정 기간 전북의 수출 증가 전망
		한·중	한국 TSI : 0.958→0.767	
847990	카 에어컨 등 (수입 주력)	세계	한국(-0.205→-0.035), 중국(-0.788→-0.606), 전북(-0.334→-0.793)	한국, 중국 수입특화 약화 전북 수입특화 심화 일정 기간 한국의 수출증가 전망
		한·중	한국 TSI : 0.973→0.747	
870600	엔진을 갖춘 샤시 (수출 주력)	세계	한국(0.705→0.973), 중국(-0.404→0.740), 전북(1.000→0.998)	한국, 전북 수출특화 강화 및 유지 중국 수출특화 전환 향후 한국, 전북 수출감소 전망
		한·중	한국 TSI : 1.000→0.991	
870839	기타 제동장치와 부품 (수입 주력)	세계	한국(-0.188→0.145), 중국(0.681→0.192), 전북(-1.000→-0.757)	한국 수출특화 전환 중국 수출특화 약화 향후 한국의 수출증가 전망
		한·중	한국 TSI : -0.123→0.133	
870840	기어박스 (수출, 수입 주력)	세계	한국(-0.969→-0.789), 중국(-0.472→-0.922), 전북(-1.000→-0.254)	한국, 전북 수입특화 약화 중국 수입특화 심화 전북 수출 증가 전망
		한·중	한국 TSI : -0.998→0.910	
870850	구동차축 (수입 주력)	세계	한국(0.429→0.416), 중국(-0.707→0.072), 전북(-0.499→-0.802)	중국 수출특화 전환 전북 수입특화 심화 향후 한국의 수출 점차 감소 전망
		한·중	한국 TSI : 0.018→0.683	
870870	로드휠 (수출, 수입 주력)	세계	한국(0.615→0.724), 중국(0.793→0.885), 전북(0.754→0.778)	한국, 중국, 전북 수출특화 심화 향후 한국 및 전북 수출 점차 감소 전망
		한·중	한국 TSI : -0.916→0.065	
870880	쇽압쇼바 (수출 주력)	세계	한국(-0.415→0.575), 중국(-0.585→0.463), 전북(0.980→0.991)	한국, 중국 수출특화 전환 전북 수출특화 강화 향후 한국 및 전북 수출 점차 감소 전망
		한·중	한국 TSI : 0.627→0.910	
870899	엔진 미부착 샤시 (수출, 수입 주력)	세계	한국(0.661→0.816), 중국(-0.625→0.035) 전북(0.184→0.906)	한국, 전북 수출특화 강화 중국 수출특화 전환 일정 기간 한국, 전북 수출증가 전망
		한·중	한국 TSI : 0.728→0.880	

주 : 품목 명에서 수출 혹은 수입 주력은 2006년 기준 전북의 수출 및 수입액이 100만 달러 이상을 의미

보다 구체적으로 전라북도의 7대 수출 주력품목 중에서 엔진부품, 엔진부착 샤시, 로드휠, 쇽압쇼바 등 4개 품목은 향후 대 중국 수출이 둔화 혹은 감소될 것으로 예측되며, 기어박스는 향후 중국에 대한 수출이 증대할 수 있는 품목으로 예상된다. 그리고 차량용 기타 기계와 엔지 미부착 샤시는 일정 기간 동안 중국에 대한 수출이 유지 혹은 증가할 것으로 예상된다.

전북의 경우 자동차 부품 수출에서 중국에 대한 의존도가 56%에 달하고 있으며, 중국에 진출한 북경 현대자동차의 현지 부품조달비율 확대, 그리고 중국의 자동차 부품산업 발전 등으로 장기적으로는 중국에 대한 자동차 부품 수출이 지속적으로 감소할 가능성이 클 것으로 전망된다.

4) 한국 및 전북의 대 중국 진출 유망 품목

앞서 분석한 한국 및 전북과 중국의 자동차 부품 산업 수출경쟁력 변화 추이를 토대로 향후 한국과 전북의 중국 진출 유망 품목을 추론하여 보면 한국 및 전북의 입장에서 수출경쟁력(수출특화)을 갖추고 있으나 중국의 경우 수출경쟁력을 갖추지 못한(수입특화) 품목들이 유망 진출 품목이 될 것으로 보인다. 한국 및 전북의 수출특화품목은 수출특화 강화 품목, 수출특화 약화 품목, 수입특화에서 수출특화로 전환된 품목이며, 중국의 수입특화품목은 수입특화 심화 품목, 수입특화 약화 품목, 수출특화에서 수입특화로 전환된 품목이다. 이를 기초로 한국 및 전북의 기존 수출특화품목, 그리고 중국의 수입특화품목을 정리하면 <표3-18>과 같이 나타낼 수 있다.

<표 3-18> 수·출입 특화 항목

수출특화			수입특화(중국)	
형태	품목(한국)	품목(전북)	품목	형태
수출특화 강화	**841330,** 851150, 851190, **851290,** 870600, 870790, 870860, 870870, **870894**, 870899	851190, 870790, 870870, 870880, 870899	848410, 870829, 870840, 940120	수입특화 심화
수출특화 약화	842131, 851120, 851140, 851240, 870710, **870810,** 870850, 870891, 870892, 870893, 871690	842123, **842131**, 870600, 870891, 870892	732010, 732020, 841330, 842131, 847989, 847990, 851290, 870810, 870894	수입특화 약화
수입특화 → 수출특화	851230,870839, 870880,910400, **940120**	840999,**870829**, 870860	851110	수출특화 →수입특화

주 : 굵은 글씨체는 중국의 수입특화 품목이면서 한국 및 전북의 수출특화품목에 해당

한국의 대 중국 진출 유망 자동차 부품 품목으로는 내연기관 펌프(841330), 조명 또는 신호용 기기(851290), 핸들, 운전대 및 운전박스(870894), 공기여과기(842131), 범퍼와 부분품(870810), 시트(940120)등으로 나타났다. 이 품목 중 한국의 경우 수출특화가 약화되고 있는 반면, 중국은 수입특화가 약화되어 수출경쟁력을 회복할 것으로 예상되는 공기여과기(842131)와 범퍼 및 그 부분품(870810)의 경우 수출보다는 중국 현지 생산이 보다 효율적일 수 있다.

전북의 대 중국 진출 유망 자동차 부품 품목으로는 수출경쟁력 변화 추이로 보았을 때, 공기여과기(842131)와 에어백(870829)으로 제한된다. 전북의 경우 수입특화에서 수출특화로 전환되었지만 중국은 여전히 수입특화가 심화되고 있는 에어백은 수출이, 그리고 전북의 수출특화가 약화되고 있는 반면 중국의 수입특화가 개선되고 있는 공기여과기는 현지 생산이 보다 효율적일 수 있다.

그러나 이 두 품목 모두 기존에 전북의 생산 및 수출기반이 약해 자동차 부품 주요 수출품목에는 해당하지 않는다.

4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정

1) 전라북도의 수출경쟁력 우위품목

2006년도 전북지역의 자동차부품 산업의 대세계 및 대중국 수출현황은 <표 3-19>에 나타나 있다. 먼저 대세계 수출현황을 보면, 상용차 분야로 특화된 지역 자동차산업의 특성을 반영하여 '수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품'이 76.35%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

'로드휠 및 그 부분품과 부속품', '서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함)'이 그 뒤를 따르고 있다. 또한 전반적으로 전라북도 수출품목의 대세계 동향과 대중국 동향이 품목 측면에서 상호 유사한 경향을 보이고 있다. 즉, 이들 주요 대세계 수출품들은 대부분 대중국 수출품목으로서 큰 비중을 차지하고 있어 전북의 자동차부품 산업에서 중국의 비중이 매우 높음을 알 수 있다. 전라북도의 대세계 및 대중국 수입현황을 보면, '로드휠 및 그 부분품과 부속품'과 '수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품'이 가장 많은 비중을 차지하고 있으나 수출액에 비하여 작은 규모이다.

<표 3-19> 전북지역의 2006년도 세부품목별 자동차부품 수출현황

(단위 : 천 달러, %)

품목명(품목코드)	전북의 대세계 수출			전북의 대중국 수출		
	금액	비중	전년대비 증가율	금액	비중	전년대비 증가율
차량 엔진용 부분품과 부속품 (8409992000)	3,130	0.833	-13.2	0	0	0
차량용 유류 여과기 (8421231000)	34	0.009	-71.43	0	0	0
차량용 공기 여과기 (8421311000)	96	0.025	-50.26	0	0	0
기타 엔진점화/시동용 전기기기 (8511909000)	7	0.001	350	2	0.0009	0
엔진을 포함한 섀시부품 (8706001090)	17	0.004	신규	0	0	0
버스용 엔진포함 섀시부품 (8706002000)	1,917	0.510	47.01	1,917	0.910	47.01
승용/기타차량용 엔진포함 섀시부품 (8706003000)	6	0.001	신규	0	0	0
특장차용 엔진포함 섀시부품 (8706005000)	83	0.022	신규	0	0	0
버스용 차체(운전실 포함) (8707902000)	645	0.172	-27.28	645	0.306	-27.28
기어박스 및 부분품 (8708400000)	7,316	1.948	-59.34	5,077	2.411	-57.30
로드휠 및 그 부분품과 부속품 (8708700000)	51,133	13.615	31.15	8,214	3.901	-18.89
서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼비포함) (8708800000)	23,829	6.345	-9.71	8,926	4.239	-51.49
소음기와 배기관 및 그 부분품 (8708920000)	367	0.097	-18.26	0	0	0
클러치와 그 부분품 (8708930000)	64	0.017	신규	43	0.020	신규
운전대, 스티어링 칼럼 및 운전박스와 그 부분품 (8708940000)	71	0.018	115.15	8	0.003	신규
수송트랙터용 기타섀시 (8708991010)	43	0.011	신규	0	0	0
승용 및 기타 차량용 기타섀시 (8708991030)	39	0.010	3900	0	0	0
수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품(8708999000)	286,763	76.356	-36.76	185,734	88.207	-45.04
합 계	375,560	100	-	210,566	100	-

자료 : 한국무역협회, KOTIS

2) 전라북도 우위품목선정

이상과 같이<표 3-19>에서 제시된 전라북도 지역의 자동차부품 수출·입 현황과

전북의 무역특화지수를 연계, 검토하여 다음 <표 3-20>과 같이, 전라북도의 자동차부품 유망품목을 도출하였다.

전라북도의 대세계 수출경쟁력 고려 시 유망품목을 보면 '수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품', '로드휠 및 그 부분품과 부속품', '서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함)' 등으로 편중되어 있음을 볼 수 있어, 이에 대한 대응전략 마련이 시급하다. 현재 전라북도의 대세계 또는 대중국 수출경쟁력 우위품목에는 포함되지 않더라도 수입수요 우위품목으로 제시된 5개 품목들은 전라북도의 수출확대에 잠재적으로 기여할 수 있는 품목으로 고려될 수 있다.

<표 3-20> 전라북도의 자동차부품 수출유망품목

항 목		수출 유망 품목
전북의 대세계 수출경쟁력 고려 시	전북의 대세계 수출경쟁력 고려 시	·수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품 ·로드휠 및 그 부분품과 부속품 ·서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함) ·기어박스 및 부분품 ·차량엔진용 부분품과 부속품 ·버스용 엔진포함 섀시부품
	수입수요 우위품목 고려 시(Ⅰ)	·트랙터 섀시 ·승합차 섀시 ·화물차 섀시 ·특수자동차 섀시 ·버스용 엔진포함 섀시부품
대중국 수출 유망 품목	수입수요 우위 품목 고려 시(Ⅱ)	·고기능 복합소재 적용 브레이크 시스템 ·능동형 섀시시스템 및 관련 부품 ·경량화 섀시 및 차체 부품
	전북의 대중국 수출 경쟁력 우위품목 고려 시	·수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품 ·로드휠 및 그 부분품과 부속품 ·서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함)

특히, WTO 가입 이후 중국정부는 2005년 4월부터 〈완성차 특징을 구성하는 부품 수입에 관한 관리규칙〉을 시행하면서 2002년에 철폐된 자동차부품 현지조달의무(국산화 규제)를 실질적으로 부활시킬 것이다. 이 규칙은 수입부품 조립세트(CKD)와 반조립세트(SKD)의 수입을 감소시키고 현지 부품조달을 강화하여 중국 자동차부품 산업을 육성하는데 목적이 있다. 이 규칙의 적용을 받는 8대 핵심부품은 차체(CAP 포함), 엔진, 변속기, 구동용 액슬, 비구동용 액슬, 섀시, 조향시스템, 브레이크 시스템이다. 따라서 이 규칙의 적용으로 전북의 유망 자동차부품 수출품목인 차체나 섀시 분야는 타격을 받을 수밖에 없을 것이다. 또한 기존 상용 완성차 업체에서도 부품의 글로벌 소싱

과 중국 현지조달을 강화하는 추세에 있다.

결국 Low-tech 위주의 전북 자동차부품산업이 생존하기 위해서는 출혈적인 가격경쟁력확보의 노력보다는 기술경쟁력이 확보될 수 있도록 전략적으로 특화시켜 중소 부품업체들이 발전할 수 있도록 지원, 육성하는 것이 필수적 요인이다.

제2절 섬유산업의 교역전망 및 품목선정

1. 섬유산업의 교역현황

1) 전라북도 섬유산업의 수출 현황

전라북도의 섬유산업의 수출은 2004년까지는 꾸준한 증가세를 나타내어 전국의 섬유산업의 수출의 비중에서도 상승추세에 있었으나, 2005년에는 소폭 감소한 후 2006년에 다시 증가세를 보이고 있다. 전라북도의 섬유산업의 수출이 전국의 섬유산업의 수출에서 차지하는 비중은 꾸준한 상승세를 보이고 있다.

<표 3-21> 전라북도의 섬유산업의 수출 추이

(단위 : 천 달러, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
한국 전체	18,156,132 (-)	15,590,623 (-14.1)	15,319,922 (-1.7)	14,961,878 (-2.3)	14,904,324 (-0.4)	13,700,612 (-8.1)	13,010,447 (-5.0)
전북	262,410 (-)	257,022 (-2.1)	270,242 (5.1)	299,361 (10.8)	349,717 (16.8)	329626 (-5.7)	340,065 (3.2)
비중	(1.4)	(1.6)	(1.8)	(2.0)	(2.3)	(2.4)	(2.6)

주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

자료 : 한국무역협회

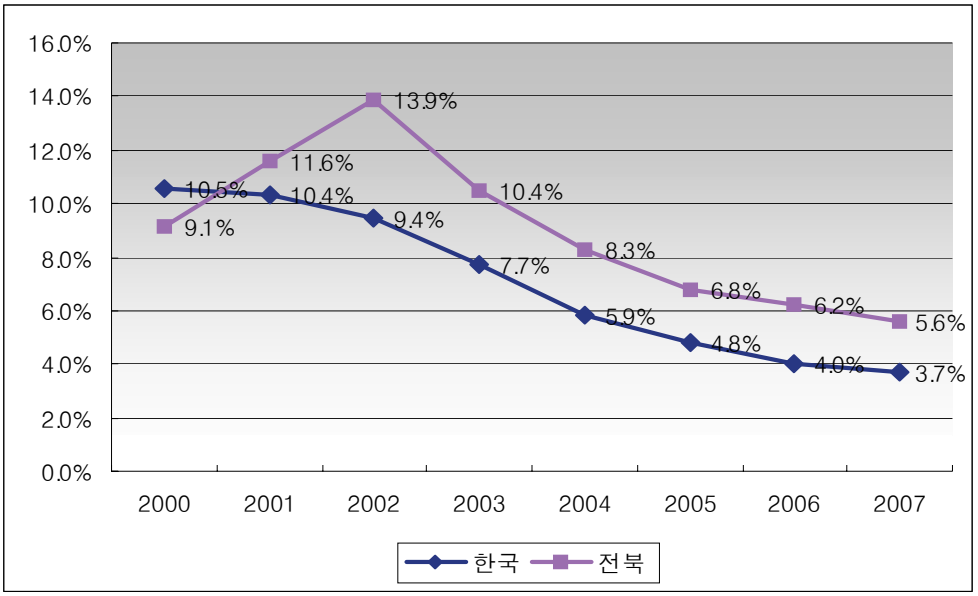
섬유제품 수출은 섬유쿼터 폐지의 영향으로 최대수출 대상국인 미국과 유럽의 국가들을 중심으로 수출 감소가 계속되는 한편, 중동이나 중남미 등 신규 시장에 대한 수출은 다소 증가할 것으로 예상된다.

전체 수출에서 섬유제품이 차지하는 비중은 전국의 경우 2000년 10.5%에서 점차적

으로 감소하여 2007년 7월 현재 3.7%로 전체 수출에 대한 비중이 낮은 현상을 보이고 있다. 전북의 섬유제품이 전북의 전체 수출에서 차지하는 비중은 2003년 까지 상승세를 보였으나, 2003년 13.9%를 정점으로 계속 하락하여 2007년 7월 현재 5.6%의 비중을 보이며 축소되는 추세를 보이고 있다.

한국의 의류수출 감소는 국산 제품의 가격경쟁력 약화 속에 미국의 3단계수입쿼터 폐지 이후 중국 등 후발 개도국들이 미국시장 잠식을 가속화한데 기인했다 볼 수 있다. 또한 한국 제품은 중국 제품과 경합관계에 있는 품목이 많은데, 중국제품의 대미 수출가격이 하락하면서 미국 시장을 더욱 잠식하고 있다. 섬유소재 수출 감소는 수출구조의 취약 및 중국, 인도 등 후발 개도국들의 미국시장 잠식이 주요인이며, 한국의 주력 수출품목인 화섬직물, 편직물 및 면직물은 미국의 수입수요 감소 등으로 수출에 어려움을 겪고 있고, 고가 제품인 견직물, 모직물, 모사 등은 경쟁력 저하로 수출이 지속적으로 감소하고 있다.

전북의 섬유제품이 전체 수출에서 차지하는 비중은 전국의 비중보다 높게 나타나고 있어 타 지역의 산업보다 비중이 높은 산업임을 알 수 있다.



<그림 3-2> 섬유제품의 수출이 전체수출에서 차지하는 비중

<표 3-22> 전라북도의 섬유제품 수출국별 구성(2006년 기준)

(단위 : 천 달러, %)

순위	나라	금액	비중	순위	나라	금액	비중
1	미국	76,285	22.4	11	캐나다	7,769	2.3
2	중국	53,442	15.7	12	일본	7,316	2.2
3	이란	22,224	6.5	13	프랑스	7,233	2.1
4	독일	14,918	4.4	14	남아프리카	7,147	2.1
5	벨기에	12,574	3.7	15	인도네시아	6,916	2.0
6	아랍에미리트 연합	11,778	3.5	16	멕시코	6,542	1.9
7	이탈리아	10,259	3.0	17	홍콩	5,998	1.8
8	브라질	9,657	2.8	18	에쿠아도르	5,862	1.7
9	영국	9,337	2.7	19	피키스탄	5,307	1.6
10	네덜란드	8,751	2.6	20	스페인	3,514	1.0
					합계	340,065	

주 : 순위는 전라북도 섬유제품의 수출국 중 수출액 상위 20위까지 나열, 합계는 총 수출액

자료 : 한국무역협회

섬유산업의 수출에서 미국이 차지하는 비중은 22.4%, 중국이 차지하는 비중은 15.7%로 미국, 중국 두 나라가 차지하는 비중이 38.1%를 기록하고 있어 미국과 중국에 대한 수출의존도가 매우 높다고 할 수 있다.

이에 따라 전북의 최대 수출국인 미국과의 FTA체결은 향후 미국에 대한 안정적인 시장접근을 확보할 수 있는 기회로 작용할 것으로 보인다.

<표 3-23> 전북의 미국에 대한 섬유제품 수출추이

(단위 : 천 달러, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전북의 미국수출	782,326 (-)	393,131 (-49.7)	219,106 (-44.3)	338,596 (54.5)	605,109 (78.7)	626,247 (3.5)	748,070 (19.5)
섬유제품	60,642 (-)	49,978 (-17.6)	63,209 (26.5)	75,499 (19.4)	77,304 (2.4)	78,898 (2.1)	76,285 (-3.3)
비중	7.8	12.7	28.8	22.3	12.8	12.6	10.2

주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

자료 : 한국무역협회

전라북도의 미국에 대한 섬유제품의 수출추이를 살펴보면, 2001년부터 꾸준한 상승세를 보이고 있으나 미국수출에 대한 섬유제품의 비중은 2002년 이후 계속 하락하고 있다. 섬유제품의 비중이 감소하고 있는 주요원인은 유가와 원화강세에 의한 생산원가 부담증가와 중국의 WTO가입 후 미국에 대한 중국의 수출증가 등이 주요 감소원인으로 작용하였을 것으로 보인다.

<표 3-24> 전북의 중국에 대한 섬유제품 수출추이

(단위 : 천 달러, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전북의 중국수출	278,325 (-)	281,376 (1.1)	315,183 (12)	614,735 (95)	803,050 (30.6)	817,995 (1.9)	696,346 (-14.9)
섬유제품	59,455 (-)	62,594 (5.3)	63,114 (0.8)	75,140 (19.1)	70,108 (-6.7)	60,602 (-13.6)	53,442 (-11.8)
비중	21.4	22.2	20.0	12.2	8.7	7.4	7.7

주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

자료 : 한국무역협회

전라북도의 중국에 대한 섬유제품 수출추이를 살펴보면, 전반적으로 부진한 수출실적을 나타내고 있으며 그에 따라 전북의 중국에 대한 전체 수출에서 섬유제품 수출이 차지하는 비중도 7.7%까지 추락하고 있다.

전라북도의 중국에 대한 수출이 최근 전반적으로 부진한 가운데, 전북의 중국에 대한 섬유제품의 수출도 점차적으로 감소하고 있다.

전라북도의 섬유제품 수출은 특정품목에 집중되는 특징을 보이고 있다. 인조단섬유(55), 인조장섬유(54), 메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품(61)이 3대 주요 수출품목으로 전체 섬유제품 수출의 89.9%를 차지하고 있다.

특히 인조단섬유의 경우 2000년 전체 섬유제품 수출에서 53%를 점한 후 2003년 이후 꾸준히 60%가 넘는 비중을 보이며 주요 수출품목으로 자리 잡고 있다.

<표 3-25> 전라북도의 인조단섬유의 주요 수출대상국(2006년기준)

(단위 : 달러, %)

순위	국가명	금액	증가율	비중
1	미국	48,503,769	-3.2	23.6
2	중국	35,027,566	-5.9	17.0
3	이란	21,604,978	130	10.5
4	독일	13,235,330	67.9	6.4
5	브라질	7,926,371	-16.2	3.9
6	이탈리아	6,737,708	-22	3.3
7	멕시코	6,300,748	56.8	3.1
8	에쿠아도르	5,862,404	22.9	2.8
9	영국	5,809,699	-34.8	2.8
합계		205,757,574	1.9	

자료 : 한국무역협회

전라북도의 주요 섬유제품 수출품목인 인조단섬유의 경우 미국과 중국의 수출에서 각각 1위를 기록하고 있는 품목이다. HS 2단위를 기준으로 살펴본 미국의 섬유제품 수출액은 48,504천 달러(63.6%)이며, 중국의 섬유제품 수출액은 35,028천 달러(65.5%)에 달한다. 전라북도의 중국에 대한 인조단섬유의 수출은 2003년 이후로 지속적인 하락세에 있다. 2004년 이후 중국에 대한 전라북도의 섬유 수출 증가세가 마이너스인 요인은 65.5%에 달하는 인조단섬유 수출의 부진이 전라북도 섬유수출에 주요 원인으로 작용한 것으로 파악된다.

<표 3-26> 인조단섬유의 대한 미국, 중국의 수출 추이

(단위 : 천 달러, %)

구분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
미국	인조단섬유(54)	35,751	32,648	40,250	53,631	52,778	50,092	48,504
	미국전체	60,642	49,978	63,209	75,499	77,304	78,898	76,285
중국	인조단섬유(54)	45,459	45,778	45,053	56,968	47,374	37,209	35,028
	중국전체	59,455	62,594	63,114	75,140	70,108	60,602	53,438

자료 : 한국무역협회

2. 한국, 중국, 그리고 전북의 세계 섬유제품시장에서의 무역특화지수 변화 추이

한국과 전라북도의 섬유 산업 수출경쟁력을 살펴보고, 이를 미국, 중국과 비교하여 살펴봄으로써, 향후 전북의 미국과 중국에 대한 섬유제품 수출 전망 및 확대방안을 모색해 보기 위해 한국과 미국, 중국 그리고 전라북도의 섬유제품 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석하였다.

1) 전라북도 섬유제품 수출 품목분류

섬유제품의 품목 분류는 섬유 산업의 분야별로 분석을 하기 위하여 HS코드 11부 '방직용 섬유와 그 제품'을 대상으로 하였다. 세밀한 분류로 HS 4단위나 6단위 품목분류가 있지만, 품목분류가 너무 광범위해짐에 따라 HS 2단위 14개 품목을 기준으로 분석하였다.

<표 3-27> 섬유제품 품목분류

HS Code	품목명
50	견
51	양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물
52	면
53	기타 식물성 방직용 섬유와 지사 및 지사의 직물
54	인조장섬유
55	인조단섬유
56	워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품
57	양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개
58	특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포
59	침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유직물, 공업용의 방직용 섬유제품
60	메리야스편물과 뜨게질 편물
61	메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품
62	의류와 그 부속품 (메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)
63	기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마

2) 세계시장에서 한국의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 한국의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 섬유제품 전체의 TSI는 2000년 0.544에서 2006년 0.239로 변화되어 수출특화산업으로의 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 분석되었다. 14개 폼목군 중 수출특화품목은 8개 품목, 수입특화품목은 6개 품목으로 집계되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '인조장섬유(54)', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포(58)', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유직물, 공업용의 방직용 섬유제품(59)', '메리야스편물과 뜨게질 편물(60)' 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 양'모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물(51'), '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)' 등으로 구성되어 있다.

<표 3-28> 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	-0.041	-0.074	-0.062	-0.040	-0.022	-0.084	-0.178
51	-0.430	-0.466	-0.581	-0.599	-0.465	-0.464	-0.572
52	-0.207	-0.272	-0.249	-0.241	-0.248	-0.238	-0.293
53	-0.419	-0.562	-0.413	-0.313	-0.200	-0.307	-0.410
54	0.719	0.721	0.725	0.719	0.693	0.659	0.595
55	0.295	0.226	0.210	0.269	0.295	0.290	0.269
56	0.547	0.511	0.465	0.426	0.440	0.429	0.413
57	0.101	-0.036	-0.212	-0.133	-0.141	-0.309	-0.295
58	0.818	0.832	0.802	0.785	0.744	0.725	0.727
59	0.825	0.792	0.764	0.760	0.735	0.681	0.658
60	0.927	0.930	0.931	0.937	0.945	0.945	0.944
61	0.706	0.571	0.402	0.337	0.295	0.232	0.055
62	0.446	0.291	0.124	0.002	-0.088	-0.315	-0.507
63	0.762	0.714	0.626	0.553	0.492	0.376	0.264
합계	0.544	0.483	0.428	0.410	0.381	0.328	0.239

한국의 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-29>와 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 2개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 11개 품목으로 나타났고 1개 품목은 경쟁력의 변화가 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '메리야스편물과 뜨게질 편물'은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '기타 식물성 방직용 섬유와 지사 및 지사의 직물'은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '인조장섬유', '인조단섬유', '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유직물, 공업용의 방직용 섬유제품', '메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)' 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. '견', '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '면' 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-29> 한국 섬유제품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	60
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	53
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	54, 55, 56, 58, 59, 61, 63
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	57, 62
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	50, 51, 52

3) 세계시장에서 미국의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 미국의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 미국의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 -0.545에서 2006년 -0.618로 변화되어 수입특화의 정도가 점차 강화되어 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 6개 품목, 수입특화품목은 8개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 4개 품목, 수입특화품목은 10개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '면(52)' 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 '견(50)', '기타 식물성 방직용 섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품 (메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있다.

<표 3-30> 미국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	-0.842	-0.798	-0.790	-0.778	-0.814	-0.805	-0.676
51	-0.512	-0.485	-0.413	-0.431	-0.522	-0.522	-0.453
52	0.283	0.381	0.337	0.483	0.535	0.562	0.619
53	-0.669	-0.649	-0.525	-0.657	-0.746	-0.832	-0.814
54	0.089	0.047	0.013	-0.021	-0.028	-0.125	-0.102
55	0.142	0.156	0.144	0.158	0.141	0.114	0.096
56	0.115	0.078	0.067	0.093	0.065	0.093	0.148
57	-0.288	-0.319	-0.367	-0.403	-0.392	-0.366	-0.357
58	0.154	0.214	0.221	0.068	0.087	0.021	-0.007
59	0.210	0.246	0.161	0.165	0.081	0.018	-0.002
60	-0.110	-0.034	0.009	0.158	0.256	0.276	0.258
61	-0.704	-0.747	-0.792	-0.815	-0.843	-0.856	-0.868
62	-0.805	-0.849	-0.857	-0.882	-0.899	-0.907	-0.912
63	-0.612	-0.664	-0.712	-0.742	-0.765	-0.765	-0.771
합계	-0.545	-0.572	-0.591	-0.595	-0.597	-0.618	-0.618

미국의 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-31>과 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 4개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 9개 품목으로 나타났고 1개 품목은 경쟁력의 변화가 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '면'은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '메리야스편물과 뜨게질 편물'은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, '견', '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물'은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '인조단섬유' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '인조장섬유', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유직물, 공업용의 방직용 섬유제품' 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. '기타 식물성 방직용 섬유와 지사 및 지사의 직물', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개', '메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품 의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-31> 미국의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	52
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	60
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	50, 51
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	55
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	54, 58, 59
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	53, 57, 61, 62, 63

4) 세계시장에서 중국의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 중국의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 중국의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.498에서 2006년 0.686으로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화되어, 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 8개 품목, 수입특화품목은 6개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 12개 품목, 수입특화품목은 2개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '견(50)', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개(57)', '메리야스 및 뜨개질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)은 나타나지 않았다.

<표 3-32> 중국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	0.742	0.762	0.777	0.764	0.768	0.815	0.836
51	-0.207	-0.273	-0.263	-0.122	-0.098	-0.075	-0.035
52	0.144	0.109	0.191	0.145	-0.022	0.025	-0.013
53	0.311	0.255	0.200	0.094	0.081	0.128	0.152
54	-0.466	-0.344	-0.157	0.021	0.151	0.219	0.269
55	-0.066	-0.048	-0.085	-0.078	0.019	0.148	0.323
56	-0.123	-0.096	-0.087	-0.056	-0.019	0.098	0.139
57	0.897	0.874	0.881	0.862	0.859	0.874	0.868
58	0.051	0.127	0.282	0.375	0.415	0.524	0.601
59	-0.498	-0.438	-0.314	-0.195	-0.043	0.095	0.152
60	-0.019	0.009	0.167	0.209	0.246	0.321	0.366
61	0.944	0.932	0.937	0.948	0.951	0.956	0.969
62	0.923	0.925	0.928	0.939	0.947	0.954	0.961
63	0.981	0.982	0.980	0.979	0.978	0.977	0.977
합계	0.498	0.508	0.546	0.584	0.589	0.642	0.686

중국의 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-33>과 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 10개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 4개 품목으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '견', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)' 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '인조장섬유', '인조단섬유', '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품', '메리야스편물과 뜨게질 편물' 등은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물'은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '기타 식물성 방직용 섬유와 지사 및 지사의 직물', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '면'은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. 수입특화가 심화되고 있는 품목은 없는 것으로 나타났다.

<표 3-33> 중국의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	50, 58, 61, 62
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	54, 55, 56, 59, 60
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	51
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	53, 57, 63
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	52
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	

5) 세계시장에서 전북의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 전북의 섬유 제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 전북의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.386에서 2006년 0.478로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화는 되었지만, 품목수 면에서는 전체 14개 폼목군 중 2000년 수출특화품목은 7개 품목, 수입특화품목은 7개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 7개 품목, 수입특화품목은 7개 품목으로 변함이 없는 것으로 분석되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5, 수출액>백만 달러 이상)으로는 '인조장섬유(54)', '인조단섬유(55)', '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품(56)', '메리야스편물과 뜨게질 편물(60)', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있으며 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5, 수입액>백만 달러 이상)으로는 '면(52)', '기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품(59)' 등이 있다.

<표 3-34> 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	-0.011	0.066	0.222	0.242	0.236	0.160	0.137
51	-0.833	-0.857	-0.951	-0.706	-0.880	-0.400	-0.117
52	-0.924	-0.875	-0.874	-0.935	-0.927	-0.900	-0.921
53	-0.993	-0.848	-0.994	-1.000	-1.000	-1.000	-0.980
54	0.941	0.878	0.797	0.713	0.751	0.833	0.591
55	0.909	0.893	0.866	0.882	0.907	0.917	0.890
56	0.512	-0.279	0.293	0.378	0.427	0.621	0.589
57	-0.778	-1.000	0.531	-0.600	-1.000	1.000	-0.429
58	-0.494	-0.287	-0.278	-0.588	-0.469	-0.479	-0.435
59	-0.222	-0.618	-0.220	-0.559	-0.455	-0.579	-0.893
60	0.827	0.838	0.040	0.217	0.584	0.557	0.509
61	0.862	0.940	0.934	0.811	0.839	0.783	0.819
62	0.440	0.313	0.071	0.008	0.142	0.167	-0.050
63	0.937	0.889	0.610	0.392	0.828	0.788	0.888
합계	0.386	0.394	0.407	0.393	0.434	0.516	0.478

전북의 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 아래의 표와 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 4개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 6개 품목으로 나타났고, 4개 품목은 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품'은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '견'은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개' 등은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '인조단섬유', '메리야스편물과 뜨게질 편물', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)'은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품' 은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-35> 전북의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	56
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	50
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	51, 57
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	54, 60, 61, 63
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	62
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	59

3. 한국, 전북의 미국, 중국섬유시장에서의 무역특화지수 변화 추이

1) 한·미 교역에서 한국 섬유제품의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 한·미 교역에서 한국의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 섬유산업 전체의 무역특화지수는 2000년 0.386에서 2006년 0.478로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화되어 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 11개 품목, 수입특화품목은 3개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 12개 품목, 수입특화품목은 2개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '견(50)', '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물(51)', '기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '인조단섬유(55)', '인조장섬유(54)', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포(58)', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품(59)', '메리야스편물과 뜨게질 편물(60)', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있으며 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품(56)'이 있다.

<표 3-36> 대미국 교역에서 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	0.977	0.973	0.968	0.979	0.980	0.979	0.978
51	0.251	0.563	0.594	0.569	0.794	0.685	0.652
52	-0.013	-0.276	-0.003	-0.180	-0.197	-0.169	-0.034
53	0.938	0.805	0.871	0.951	0.890	0.863	0.925
54	0.638	0.597	0.652	0.563	0.494	0.626	0.720
55	0.573	0.581	0.645	0.623	0.707	0.732	0.776
56	-0.325	-0.334	-0.300	-0.444	-0.273	-0.162	-0.098
57	-0.131	-0.102	-0.447	-0.623	-0.684	-0.662	0.030
58	0.897	0.912	0.888	0.902	0.925	0.925	0.885
59	0.548	0.517	0.525	0.622	0.666	0.664	0.713
60	0.929	0.941	0.930	0.929	0.929	0.919	0.942
61	0.980	0.975	0.977	0.975	0.971	0.953	0.940
62	0.986	0.982	0.969	0.953	0.949	0.865	0.747
63	0.752	0.758	0.867	0.823	0.830	0.749	0.592
합계	0.825	0.785	0.816	0.766	0.747	0.695	0.707

한·미 교역에서 한국섬유산업 무역특화지수 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 아래의 표와 같이 정리할 수 있다. 전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 6개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 3개 품목으로 나타났고, 5개 품목은 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '인조단섬유', '인조장섬유', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품' 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개'은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품'은 수입특화의 정도가 두드러지게 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고 의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있다.

<표 3-37> 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	51, 54, 55, 59
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	57
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	56
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	61, 62, 63
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	

2) 한·중 교역에서 한국 섬유제품의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 한·중 교역에서 한국의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.108에서 2006년 -0.245로 변화되어 수출특화에서 수입특화로 전환이 되는 양상을 보이고 있으며, 전체 14개 폼목군 중 2000년 수출특화품목은 6개 품목, 수입특화품목은 8개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 5개 품목, 수입특화품목은 9개 품목으로 약간의 변화가 있었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품(59)', '메리야스편물과 뜨게질 편물(60)' 등이 있으며 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 '견(50)', '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물(51)', '기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있다.

<표 3-38> 대중국 교역에서 한국의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	-0.836	-0.799	-0.802	-0.747	-0.697	-0.657	-0.697
51	-0.239	-0.257	-0.447	-0.535	-0.414	-0.397	-0.584
52	-0.452	-0.315	-0.401	-0.323	-0.240	-0.289	-0.367
53	-0.858	-0.876	-0.799	-0.788	-0.822	-0.756	-0.862
54	0.668	0.672	0.684	0.694	0.665	0.566	0.431
55	0.103	0.034	0.017	0.112	0.160	0.126	-0.034
56	0.453	0.446	0.443	0.506	0.462	0.370	0.280
57	-0.384	-0.414	-0.725	-0.266	-0.062	-0.139	-0.202
58	0.623	0.688	0.590	0.587	0.490	0.389	0.446
59	0.934	0.919	0.909	0.894	0.805	0.724	0.679
60	0.938	0.945	0.940	0.934	0.950	0.930	0.904
61	-0.881	-0.919	-0.910	-0.903	-0.874	-0.744	-0.778
62	-0.629	-0.693	-0.668	-0.702	-0.757	-0.737	-0.754
63	-0.422	-0.504	-0.610	-0.597	-0.735	-0.763	-0.797
합계	0.108	0.035	-0.071	-0.072	-0.097	-0.118	-0.245

한·중 교역에서 한국의 섬유산업 무역특화지수 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-39>와 같이 정리할 수 있다. 전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 5개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 8개 품목으로 나타났고, 1개 품목은 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '인조장섬유'는 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '견', '면', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품' 등은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품', '메리야스편물과 뜨게질 편물' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '인조단섬유'는 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-39> 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	54
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	50, 52, 57, 61
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	56, 58, 59, 60
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	55
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	51, 62, 63

3) 한·미 교역에서 전북 섬유제품의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 한·미 교역에서 전북의 섬유제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 전북의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.456에서 2006년 0.386으로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 약화되고 있으며, 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 7개 품목, 수입특화품목은 5개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 9개 품목, 수입특화품목은 3개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '견(50)', '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물(51)', '기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '인조장섬유(54)', '인조단섬유(55)', '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품(56)', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포(58)', '메리야스편물과 뜨게질 편물(60)', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(61)' 등이 있으며 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 '면(52)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(63)' 등이 있다.

<표 3-40> 대미국 교역에서 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	0.989	0.991	0.945	0.996	0.986	0.999	0.999
51	-1.000	na	-0.919	1.000	na.	1.000	1.000
52	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.994	-0.947
53	na.	na.	na.	na.	na.	na.	1.000
54	1.000	1.000	0.997	1.000	1.000	1.000	1.000
55	0.725	0.700	0.645	0.694	0.753	0.783	0.864
56	-1.000	-1.000	1.000	na.	0.957	1.000	0.941
57	-1.000	na.	0.581	na.	-1.000	na.	na.
58	1.000	0.955	0.990	0.927	0.995	1.000	1.000
59	-0.864	-1.000	-1.000	-1.000	-0.655	-0.677	na.
60	na.	na.	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
61	0.993	1.000	1.000	0.999	1.000	0.997	0.971
62	0.985	0.994	0.886	0.758	0.882	-0.204	-0.936
63	0.973	0.993	0.972	0.961	0.862	-0.407	-1.000
합계	0.456	0.260	0.472	0.433	0.448	0.276	0.386

한·미 교역의 전북 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-41>과 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 5개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 2개 품목으로 나타났고, 7개 품목은 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '견', '인조단섬유' 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품' 등은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, '면'은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다.

<표 3-41> 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	50, 55
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	51, 56
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	52
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	62, 63
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	

4) 한·중 교역에서 전북 섬유제품의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 전북의 섬유 제품 TSI를 HS 2단위를 기준으로 품목별로 살펴보면 전

북의 섬유산업 전체의 TSI는 2000년 0.411에서 2006년 0.444로 변화되어 수출특화의 정도가 점차 강화되어 전체 14개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 7개 품목, 수입특화품목은 6개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 3개 품목, 수입특화품목은 10개 품목으로 변화가 있었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 '인조장섬유(54)', '인조단섬유(55)' 등이 있으며 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 '견(50)', '기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물(53)', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개(57)', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포(58)', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(61)', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)(62)' 등이 있다.

<표 3-42> 대중국 교역에서 전북의 섬유제품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
50	-0.915	-0.909	-0.880	-0.936	-0.933	-0.982	-0.949
51	-1.000	-1.000	-1.000	-0.803	-1.000	1.000	na.
52	-0.906	-0.934	-0.886	-0.914	0.099	0.295	-0.332
53	-1.000	-0.822	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
54	0.926	0.923	0.964	0.875	0.970	0.974	0.842
55	0.985	0.979	0.970	0.973	0.935	0.910	0.895
56	0.281	-0.583	-0.057	0.487	0.484	0.256	-0.450
57	na.	na.	-1.000	0.667	na.	1.000	-1.000
58	0.573	0.282	0.678	0.132	0.737	0.658	-0.537
59	0.986	1.000	1.000	0.684	-0.009	-0.243	0.068
60	0.997	0.990	0.888	0.997	0.873	0.178	-0.392
61	-0.869	-0.731	-0.853	-0.853	-0.915	-0.853	-1.000
62	-0.216	-0.389	-0.888	-0.909	-0.899	-0.772	-0.940
63	0.722	0.400	-0.876	-0.865	0.306	0.200	-0.375
합계	0.411	0.602	0.596	0.571	0.642	0.542	0.444

중국의 섬유산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-43>과 같이 정리할 수 있다.

전체 14개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 1개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 9개 품목으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 '면'은 수입특화의 정도가 두드러지게 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 '인조장섬유', '인조단섬유', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품' 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, '워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '메리야스편물과 뜨게질 편물', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '의류와 그 부속품(메리야스 및 뜨개질 편물의 것은 제외)' 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-43> 대중국 교역에서 전북의 섬유제품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	52
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	54, 55, 59
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	56, 58, 60, 63
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	61, 62

5) 무역특화지수를 통해 살펴본 섬유산업 경쟁력 비교

이상의 분석을 기초로 전북의 섬유제품 주요 수출입 품목만을 대상으로 미국, 중국과 전북(및 한국)의 수출경쟁력 변화 추이와 그 의미를 살펴보면, 섬유산업에서 수출입이 천만 달러를 넘지 않는 분류를 제외한 5개 분류 중 미국의 경쟁력이 약화(수출특화

지수 감소, 수출특화에서 수입특화로 전환, 수입특화 심화)되고 있는 분류는 3개, 중국의 경쟁력이 약화되고 있는 분류는 1개로 나타났다.

이는 이들 수출 주력 품목에서 미국에 대한 수출의 기회는 증대될 수 있지만, 향후 중국과의 경합관계가 심화되고, 중국 내에서 수입대체가 빠르게 진행되어 한국 및 전북의 섬유제품 수출이 둔화 혹은 감소될 수 있음을 의미한다.

<표 3-44> 전북의 섬유제품 주요 수출입 분야의 수출경쟁력 현황 및 전망

코드	분야	수출경쟁력 변화 추이(2000→2006)		경쟁력 판단
50	견 (수출주력)	세계	한국(-0.041→-0.178), 미국(-0.842→-0.676), 중국(0.742→0.836), 전북(-0.011→0.137)	한국 수입특화 강화, 미국 수입특화 약화, 중국 수출특화 강화, 전북 수출특화 전환 일정 기간 전북의 수출 증가 전망
		한·미	한국(0.977→0.978), 전북(0.989→0.999)	
		한·중	한국(-0.836→-0.697), 전북(-0.915→-0.949)	
52	면 (수입주력)	세계	한국(-0.207→-0.293), 미국(0.283→0.619), 중국(0.144→-0.013), 전북(-0.924→-0.921)	한국 수출특화 전환, 미국 수출특화 강화 중국 수출특화 약화 전북은 여전히 강한 수입특화 일정 기간 한국의 수출 증가 전망
		한·미	한국(-0.013→-0.034), 전북(-1.000→-0.947)	
		한·중	한국(-0.452→-0.367), 전북(-0.906→-0.332)	
54	인조장섬유 (수출, 수입주력)	세계	한국(0.719→0.595), 미국(0.089→-0.102), 중국(-0.466→0.269), 전북(0.941→0.591)	한국, 전북 수출특화 약화 중국 수출특화 전환, 미국 수출특화 강화 향후 전북 점차적으로 수출 감소 예상
		한·미	한국(0.638→0.720), 전북(1.000→0.991)	
		한·중	한국(0.668→0.431), 전북(0.926→0.842)	
55	인조단섬유 (수출, 수입주력)	세계	한국(0.295→0.269), 미국(0.142→0.096), 중국(-0.066→0.323), 전북(0.909→0.890)	한국, 전북 수출특화 약화 및 유지 중국 수출특화 전환, 미국 수출특화 약화 향후 한국, 전북 수출 일정수준유지
		한·미	한국(0.573→0.732), 전북(0.725→0.864)	
		한·중	한국(0.103→-0.034), 전북(0.985→0.895)	
61	메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품	세계	한국(0.706→0.055), 미국(-0.704→0.868), 중국(0.944→0.969), 전북(0.862→0.819)	한국 수출특화 약화 ,전북 수출특화 유지 중국 수출특화 전환, 미국 수출특화 전환 향후 전북 수출 일정수준유지 및 감소 전망
		한·미	한국(0.980→0.940), 전북(0.993→0.971)	
		한·중	한국(-0.881→-0.778), 전북(-0.869→-1.000)	

주 : 품목 명에서 수출 혹은 수입 주력은 2006년 기준 전북의 수출 및 수입액이 천만불 이상을 의미

보다 구체적으로 전북의 수출 주력분야 중에서 '인조 장섬유', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품' 등은 향후 수출이 둔화 혹은 감소될 것으로 예측되며, 견은 향후 수출이 증대할 수 있는 품목으로 예상된다. 그리고 '인조단섬유'는 일정 기간 동안 수출이 유지 혹은 증가할 것으로 예상된다.

전북의 경우 최대 수출국인 미국과의 FTA체결은 향후 미국에 대한 안정적인 시장 접근을 확보할 수 있는 기회로 작용할 것으로 보인다. 하지만 유가와 원화강세에 의한

생산원가 부담증가와 중국의 경쟁력 증가로 인하여 중국의 수출은 감소세를 보일 것으로 예상된다.

6) 전북의 미국 및 중국의 진출 유망 품목

앞서 분석한 전북과 미국 및 중국의 섬유산업 수출경쟁력 변화 추이를 토대로 향후 한국과 전북의 중국 진출 유망 품목을 추론하여 보면, 한국 및 전북의 입장에서 수출경쟁력(수출특화)을 갖추고 있으나 미국 및 중국의 경우, 수출경쟁력을 갖추지 못한(수입특화) 품목들이 유망 진출 품목이 될 것으로 보인다. 한국 및 전북의 수출특화품목은 수출특화 강화 품목, 수출특화 약화 품목, 수입특화에서 수출특화로 전환된 품목이며, 미국 및 중국의 수입특화품목은 수입특화 심화 품목, 수입특화 약화 품목, 수출특화에서 수입특화로 전환된 품목이다. 이를 기초로 한국 및 전북의 기존 수출특화품목, 그리고 미국, 중국의 수입특화품목을 정리하면 <표3-45>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 3-45> 수·출입 특화 항목

수출특화			수입특화(미국)		수입특화(중국)	
형태	품목(한국)	품목(전북)	형태	품목	형태	품목
수출특화 강화	60	56	수입특화 심화	53, 57, 61, 62, 63	수입특화 심화	
수출특화 약화	**54**, 55, 56, **58**, **59**, **61**, **63**	**54**, 60, **61**, **63**	수입특화 약화	50, 51	수입특화 약화	51
수입특화 →수출특화		**50**	수출특화 →수입특화	54, 58, 59	수출특화 →수입특화	52

주 : 굵은 글씨체는 미국 및 중국의 수입특화 품목이면서 한국 및 전북의 수출특화품목에 해당

한국의 대 미국 진출 유망 섬유분야로는 '인조장섬유', '특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포', '침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등으로 나타났다. 그리

고 '인조단섬유', '양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개' 등은 한국의 대세계 교역에서는 수출특화로 나타나지 않았지만 대미 교역에서는 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 나타났다.

전북의 대 미국 진출 유망 섬유분야로는 수출경쟁력 변화 추이로 보았을 때, '견', '인조장섬유', '메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품', '기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마' 등으로 나타났다. 그리고 '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '면' 등은 전북의 대세계 교역에서는 수출특화로 나타나지 않았지만 대미 교역에서는 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 나타났다.

중국과의 비교에서는 중국의 수입 특화 품목에 한국 및 전북의 수출 특화 품목이 나타나지 않았다.

4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정

1) 전라북도의 수출경쟁력 우위품목

2006년도 전라북도 섬유산업의 대세계 및 대미국 수출현황은 <표 3-46>에 나타나 있다. 품목대상은 전북의 수출액이 백만 달러가 넘는 HS 6단위 품목으로 한정하였다. 먼저 대세계 수출현황을 보면, 전북의 핵심 섬유수출분야인 '인조단섬유'의 폴리에스테르의 것(550320)이 58.9%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

'플라스틱, 고무를 침투 도포 피복한 장갑(611610)', '폴리에스테르장섬유의 강력사(540220)', '폴리에스테르장섬유의 기타 단사(540243)' 등이 그 뒤를 따르고 있다. 또한 전반적으로 전라북도 수출품목의 대세계 동향과 대미국 동향이 품목 측면에서 상호 유사한 경향을 보이고 있다. 즉, 이들 주요 대세계 수출품들은 대부분 대미국 수출품목으로서 큰 비중을 차지하고 있어 전북의 섬유산업에서 미국의 비중이 매우 높음을 알 수 있다.

전라북도의 대미국 수입현황을 보면, 대세계의 것과 마찬가지로 '폴리에스테르의 것(550320)'이 차지하고 있으며 대미 수출 특화분류 중 하나인 견(50)의 '기타 직물(견 또는 견웨이스트의 함유)(500720)'이 뒤를 따르고 있다.

<표 3-46> 전북지역의 2006년도 세부품목별 섬유제품 수출현황

(단위 : 천 달러, %)

품목명(품목코드)	전북의 대세계 수출			전북의 대미국 수출		
	금액	비중	전년대비 증가율	금액	비중	전년대비 증가율
폴리에스테르의 것 550320	192,115	58.9%	1	46,683	63.4%	-3.8
프라스틱, 고무를 침투·도포·피복한 장갑 611610	29,103	8.9%	15.7	5,946	8.1%	1.8
폴리에스테르장섬유의 강력사 540220	26,854	8.2%	-9.8	5,066	6.9%	-43.9
폴리에스테르장섬유의 기타 단사 540243	15,051	4.6%	26.6	0	0	0
폴리프로필렌단섬유 550340	12,564	3.9%	23.4	1655	2.2%	24.3
기타 540249	11,047	3.4%	-16.7	0	0	0
기타 직물(견 또는 견웨이스트의 함유) 500720	10,442	3.2%	5.9	7422	10.1%	6.8
면제의 것 611120	7,463	2.3%	33.8	1134	1.5%	27.8
합성섬유제의 텐트 630622	5,158	1.6%	-	0	0	0
면제의 스타킹, 기타 양말류 611592	5,017	1.5%	27.2	4837	6.6%	33.7
폴리에스테르장섬유의 단사 540242	3,115	1.0%	57	0	0	00
브래지어 621210	2,951	0.9%	-20.7	0	0	0
면제의 루푸파일 편물 600121	2,567	0.8%	17.7	0	0	0
기타 560490	1,524	0.5%	-14.7	0	0	0
기타 600690	1,035	0.3%	11,094.70	900	1.2%	9638.7
합 계	326,006	100	-	73,643	100	-

자료 : 한국무역협회, KOTIS

2) 전라북도 우위품목선정

이상과 같이<표 3-46>에서 제시된 전라북도 지역의 섬유제품 수출 현황과 전북의 무역특화지수를 연계, 검토하여 다음 <표 3-47>과 같이, 전라북도의 섬유제품 유망품목을 도출하였다.

<표 3-47> 전라북도의 섬유제품 수출유망품목

항 목		수출 유망 품목
전북의 대세계 수출경쟁력 고려 시		· 워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품 · 견(기타 직물) · 인조장섬유(폴리에스테르 장섬유의 강력사, 폴리에스테르 장섬유의 기타 단사, 폴리에스테르 장섬유의 단사, 기타) · 메리야스편물과 뜨게질 편물(면제의 루프파칠 편물, 기타) · 메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(플라스틱 고무를 침투 도포 피복한 장갑, 면제의 것, 면제의 스타킹, 기타 양말류) · 의류와 그 부속품(브래지어) · 기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마 (합성섬유제의 텐트)
대미국 수출 유망 품목	수입수요 우위품목 고려 시	· 견(기타 직물) · 양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물 · 인조장섬유(폴리에스테르 장섬유의 강력사, 폴리에스테르 장섬유의 기타 단사, 폴리에스테르 장섬유의 단사, 기타) · 특수직물, 더후트한 섬유직물, 레이스, 태피스트리, 트리밍과 자수포 · 침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품 · 기타 식물성 방직용섬유와 지사 및 지사의 직물 · 양탄자류와 기타 방직용 섬유제 바닥깔개 · 메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(플라스틱 고무를 침투 도포 피복한 장갑, 면제의 것, 면제의 스타킹, 기타 양말류) · 의류와 그 부속품(브래지어) · 기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마 (합성섬유제의 텐트)
	전북의 대미국 수출 경쟁력 우위품목 고려 시	· 견(기타 직물) · 양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물 · 인조단섬유(폴리에스테르의 것, 폴리프로필렌단섬유) · 워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품(기타)
대중국 수출 유망 품목	수입수요 우위 품목 고려 시	· 양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물 · 면
	전북의 대중국 수출 경쟁력 우위품목 고려 시	· 인조장섬유(폴리에스테르 장섬유의 강력사, 폴리에스테르 장섬유의 기타 단사, 폴리에스테르 장섬유의 단사, 기타) · 인조단섬유(폴리에스테르의 것, 폴리프로필렌단섬유) · 침투, 도포, 피복, 적층한 방직용 섬유 직물, 공업용의 방직용 섬유제품

주: ( )안은 백만달러가 넘는 HS 6단위 품목분류

대미국 수출 유망품목으로는 수입수요 우위와 수출경쟁력 우위를 동시에 고려했을 때, '양모, 섬수모, 조수모, 마모사 및 이들의 직물', '인조단섬유(폴리에스테르의 것, 폴리프로필렌단섬유)' 등으로 나타났다.

대중국 수출 유망품목으로는 수입수요 우위와 수출경쟁력 우위를 동시에 고려했을 때의 품목은 나타나지 않았으나, 전북의 전략적 특화성을 고려했을 때 '인조단섬유(폴리에스테르의 것, 폴리프로필렌단섬유)'가 수출유망품목으로 나타났다.

제3절 식품산업의 교역전망 및 품목선정

1. 식품산업의 교역현황

1) 전라북도 식품산업의 수출 현황

전라북도 식품제조업의 수출은 2003년부터 2005년까지 꾸준한 증가세를 나타내어 전국의 식품제조업 수출의 비중에서도 소폭의 상승추세에 있었으나, 2006년에는 소폭 감소하여 전국대비 비중에서도 2002년 1.3%에서 2005년 1.8%까지 소폭 상승세를 보였으나 2006년에는 1.5%로 미미한 비중을 보이고 있다. 한국의 식품제조산업 수출은 2003년 12.6%를 정점으로 2006년 4.2%까지 하락세를 보이고 있다.

<표 3-48> 전라북도 식품제조업의 수출 추이

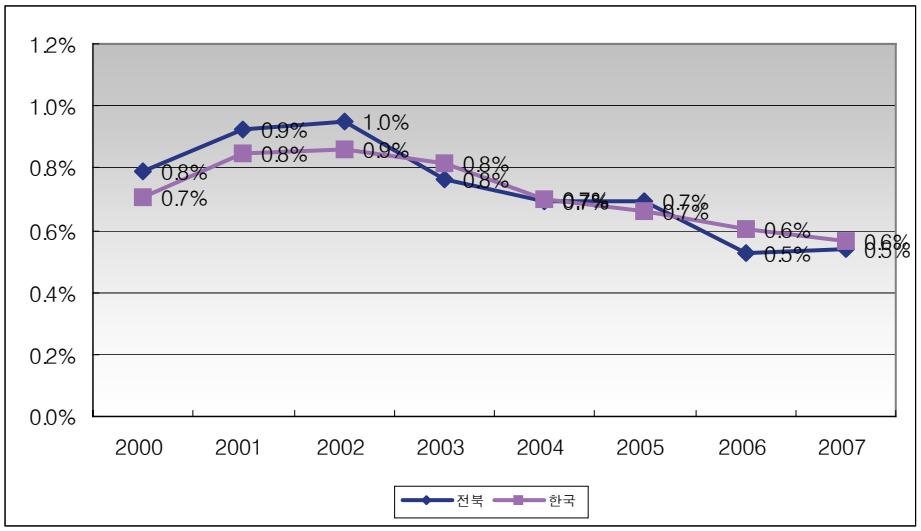
(단위 : 천 달러, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
한국 전체	1,214,790 (-)	1,272,566 (4.8)	1,398,841 (9.9)	1,575,559 (12.6)	1,774,321 (12.6)	1,881,363 (6.0)	1,959,855 (4.2)
전북	22,679 (-)	20,494 (-9.6)	18,515 (-9.7)	21,804 (17.8)	293,20 (34.5)	33,644 (14.7)	28,648 (-14.8)
비중	1.9	1.6	1.3	1.4	1.7	1.8	1.5

주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

자료 : 한국무역협회

전체 수출에서 식품제조업이 차지하는 비중은 전국의 경우, 2002년 0.9%에서 점차적으로 감소하여 2006년 0.5%로 전체 수출에 대한 비중이 매우 낮아지고 있는 현상을 보이고 있다. 전라북도의 식품제조 산업이 전라북도의 전체수출하는 비중 역시 2002년 1%를 정점으로 계속 하락하여 2006년 0.5%의 비중을 보이며 축소되는 추세를 보이고 있어 전국과 전라북도의 식품제조 산업 수출의 비중이 축소되는 현상을 보이고 있다.



<그림 3-3> 식품제조업의 수출이 전체수출에서 차지하는 비중

식품제조 산업의 수출 비중이 감소하는 이유는 원화상승으로 인한 수출의 감소와 좋은 상품을 생산해낼 수 있는 농가가 적어지고 있다는 점을 들 수 있다. 또한 2006년 5월 일본정부는 수입 농산물에 대한 농약 검사기준을 대폭 강화하여, 한 건이라도 기준을 초과하면 해당국가산 모든 상품에 대해 정밀검사를 실시토록 하였다. 수출비중이 가장 높은 일본의 높아져가는 수출장벽 또한 식품제조업의 수출 감소를 가져온 것으로 볼 수 있다.

<표 3-49> 전라북도의 식품제조업 수출국별 구성(2006년 기준)

(단위 : 천 달러, %)

순위	국가	금액	비중
1	일본	7,355	25.7
2	미국	6,027	21.0
3	홍콩	4,505	15.7
4	대만	1,639	5.7
5	호주	1,476	5.2
6	중국	1,286	4.5
7	캐나다	789	2.8
8	싱가포르	505	1.8
9	네덜란드	416	1.5
10	독일	407	1.4

자료 : 한국무역협회

전라북도 식품제조 산업의 수출을 국별로 살펴보면, 식품제조 산업의 수출에서 일본이 차지하는 비중은 25.7%, 미국이 차지하는 비중은 21.0%로 일본, 미국 두 나라가 차지하는 비중이 46.7%를 기록하고 있어 일본과 미국에 대한 수출의존도가 매우 높다고 할 수 있다.

<표 3-50> 전북의 일본에 대한 조제식품 수출추이

(단위 : 천 달러, %)

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
전북의 일본수출	237,317 (-)	241,036 (1.6)	187,622 (-22.2)	208,936 (11.4)	230,677 (10.4)	319,010 (38.3)	341,479 (7)
조제식품	6,794 (-)	6,629 (-2.4)	4,115 (-37.9)	5,577 (35.5)	9,985 (79.0)	12,968 (29.9)	7,764 (-40.1)
비중	2.9	2.8	2.2	2.7	4.3	4.1	2.3

주 : ( )안은 전년 대비 증가율을 나타냄

자료 : 한국무역협회

전라북도의 일본에 대한 조제식품의 수출추이를 살펴보면, 2001, 2002년에는 감소세를 보이고 그 후 2005년까지는 증가세를 보이고 있어, 전라북도의 일본수출 추이와 비슷한 형태를 보이고 있음을 알 수 있다. 일본수출에 대한 조제식품의 비중을 살펴보면, 2004년, 2005년에만 비중이 높았을 뿐 나머지 연도에는 약2%대의 미미한 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 전라북도의 조제식품 수출 증가율을 보면, 감소와 증가의 폭이 높은 것으로 분석되었다.

2) 식품산업의 수출현황

전라북도의 조제식품 수출은 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품 22.7%, 따로 분류되지 아니한 조제식료품 20.4%, 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 10.4%의 순으로 나타나, 위 세 품목의 합이 53.5%로 전라북도 조제식품의 주요수출품목으로 나타나고 있다.

<표 3-51> 주요수출품목의 주요 수출대상국(2006년 기준)

(단위 : 달러, %)

빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품				따로 분류되지 아니한 조제식료품			
순위	국가명	금액	증가율	순위	국가명	금액	증가율
1	홍콩	3,895,969	-27.1	1	일본	2,147,994	-7
2	대만	1,198,791	-35.7	2	미국	2,067,228	66.3
3	일본	395,492	-1.9	3	대만	294,786	47.7
4	태국	271,205	17.5	4	독일	154,071	504.8
5	사우디아라비아	208,868	-10	5	중국	110,161	2,618.70
6	중국	187,688	-10	6	호주	78,732	-50.1
7	러시아 연방	155,536	-21	7	홍콩	32,742	-38.7
9	영국	5,809,699	-34.8	9	영국	5,809,699	-34.8
합계		6,496,181	-25.3	합계		5,853,997	38.2

자료 : 한국무역협회

전라북도 식품제조업의 주요수출품목 중 하나인 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품의 경우 전체 수출대상 상위국인 일본, 미국 대상의 수출이 적은 것으로 나타났으나 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 경우 일본, 미국의 수출에서 각각 1,2위를 기록하였다. 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품의 경우 수출증가율이 전반적으로 감소세를 보이고 있으나, 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 경우 상위국에 대한 수출증가율이 높은 상승세를 보이고 있어 수출 증가가 예상된다. 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품의 수출의 부진이 전라북도 조제식품수출에 감소의 원인중 하나로 작용한 것으로 파악된다.

2. 한국, 일본, 그리고 전북의 세계 조제식품시장에서의 무역특화지수 변화 추이

한국과 전라북도 식품제조 산업의 수출경쟁력을 살펴보고, 이를 일본과 비교하여 살펴봄으로써, 향후 전라북도의 일본에 대한 조제식품 수출전망 및 확대방안을 모색해 보기 위해 한국과 일본 그리고 전북의 조제식품 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index)를 분석하였다.

1) 식품산업의 분류

조제식품의 품목 분류는 식품제조산업의 품목별로 분석을 하기 위하여 HS코드 4부 '조제식료품과 음료, 알콜, 식초, 담배, 제조한 담배대용물'을 대상으로 하였다. 세밀한 분류로 HS 6단위 품목분류가 있지만, 품목분류가 너무 광범위해짐에 따라 한국의 수출입 품목인 HS 4단위 55개 품목을 기준으로 분석하였다.

<표 3-52> 조제식품 품목분류

Code	품목명	Code	품목명
1601	소시지, 기타 유사물품과 이들의 조제품	2009	과실쥬스, 채소쥬스
1602	기타 조제 또는 저장처리한 육·설육 또는 피	2101	커피·차 또는 마태의 엑스·에센스와 농축물, 이들을 기제로 한 조제품, 커피·차·마태를 기제로 한 조제품, 볶은 치커리와 기타의 볶은 커피대용물 및 이들의 엑스·에센스와 농축물
1603	육 .어류 .갑각류 .연체동물 .기타 수생무철추동물의 엑스와 즙		
1604	조제 또는 저장처리한 어류 및 캐비아와 어란으로 조제한 캐비아 대용물	2102	효모
1605	조제 또는 저장처리한 갑각류·연체동물 및 기타 수생무적추동물	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품
1701	사탕수수당, 사탕무당 및 화학적으로 순수한 자당	2104	수프·브로드와 수프·브로드용 조제품 및 균질화한 혼합조제식료품
1702	기타의 당류		
1703	당밀	2105	아이스크림 ,기타 빙과류
1704	설탕과자	2106	따로 분류되지 아니한 조제식료품
1801	코코아두	2201	물
1802	코코아두의 각피, 기타 코코아 웨이스트	2202	설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물
1803	코코아 페이스트	2203	맥주
1804	코코아버터	2204	포도주
1805	코코아 분말 (가당한 것 제외)	2205	베르뭇과 기타 이와 유사한 포도주
1806	초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제식료품	2206	발효주
1901	맥아엑스와 분·분쇄물·조분·전분 또는 맥아엑스의 조제식료품	2207	변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이상)
		2208	변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이하)
1902	파스타	2209	식초 ,초산으로 만든 식초대용물
1903	타피오카 ,전분으로 제조한 타피오카대용물	2301	육·설육·어류·갑각류·연체동물 또는 기타 수생무척추동물의 분·조분 및 펠리트
1904	곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품		
		2302	밀기울·미강과 기타 이와 유사한 박류
1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품	2303	전분박과 이와 유사한 박류, 비트펄프, 버개스 및 기타 설탕 제조시에 생기는 웨이스트 및 양조 또는 증류시에 생기는 박과 웨이스트
2001	식초 또는 초산으로 조제 또는 저장처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부산물		
		2304	대두유 추출시 얻는 오일케이크와 유박
2002	조제 또는 저장처리한 토마토	2306	오일-케이크 및 기타 고형의 유박(분
2003	조제 또는 저장처리한 버섯과 송로	2307	포도주박과 생주석
2004	냉동한 조제 또는 저장처리한 기타 채소	2308	사료용 식물성물질 ,식물성웨이스트 ,식물성박류 및 부산물
2005	냉동하지 않은 조제 또는 저장처리한 기타 채소		
2006	설탕으로 저장처리한 과실 ,견과류 ,과피 ,식물의 기타부분	2309	사료용 조제품
		2401	잎담배 및 담배 부산물
2007	잼·과실제리·마말레이드·과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트	2402	시가·셔루트·시가릴로 및 궐련(담배
2008	기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분	2403	기타 제조담배, 제조한 담배대용물, 균질화 또는 재구성한 담배 및 담배엑기스와 에센스

2) 세계시장에서 한국의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 한국의 조제식품 TSI를 HS 4단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 한국의 조제식품 전체의 TSI는 2000년 -0.329에서 2006년 -0.361로 변화되어 수입특화가 지속되면서 경쟁력이 약화되고 있음을 알 수 있다. 55개 품목군 중 수출특화품목은 11개 품목, 수입특화품목은 44개 품목으로 분석되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5)으로는 코코아의 각피, 기타 코코아 웨이스트(1802), 타피오카, 전분으로 제조한 타피오카대용물(1903), 설탕으로 저장처리한 과실, 견과류, 과피, 식물의 기타부분(2006), 발효주 (2206), 시가·셔루트·시가릴로 및 궐련(담배)(2402) 등이 있으며, 대표적인 수입특화품목(TSI<-0.5)으로는 소시지, 기타 유사물품과 이들의 조제품(1601), 기타 조제 또는 저장처리한 육·설육 또는 피(1602), 사탕수수당, 사탕무당 및 화학적으로 순수한 자당(1701), 당밀(1703), 코아두(1801), 코코아두의 각피, 코코아 페이스트(1803), 코코아버터(1804), 코코아 분말 (가당한 것 제외)(1805), 초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제식료품(1806), 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(1905), 식초 또는 초산으로 조제 또는 저장처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부산물(2001), 조제 또는 저장처리한 토마토(2002), 조제 또는 저장처리한 버섯과 송로(2003), 냉동한 조제 또는 저장처리한 기타 채소(2004), 기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분(2008), 과실쥬스, 채소쥬스(2009), 효모(2102), 포도주(2204), 베르뭇과 기타 이와 유사한 포도주(2205), 변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이상)(2207), 밀기울·미강과 기타 이와 유사한 박류(2302), 전분박과 이와 유사한 박류, 비트펄프, 버개스 및 기타 설탕 제조시에 생기는 웨이스트 및 양조 또는 증류시에 생기는 박과 웨이스트(2303), 대두유 추출시 얻는 오일케이크와 유박(2304), 오일-케이크 및 기타 고형의 유박(2306), 포도주박과 생주석(2307), 사료용 식물성물질 ,식물성웨이스트, 식물성 박류 및 부산물(2308), 사료용 조제품(2309), 잎담배 및 담배 부산물(2401), 기타 제조담배, 제조한 담배대용물, 균질화 또는 재구성한 담배 및 담배엑기스와 에센스(2403) 등으로 구성되어 있다.

<표 3-53> 한국의 조제식품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1601	-0.782	-0.915	-0.936	-0.891	-0.774	-0.882	-0.957
1602	-0.657	-0.782	-0.420	-0.035	-0.157	-0.168	-0.777
1603	-0.624	-0.593	-0.611	-0.608	-0.535	-0.540	-0.456
1604	0.774	0.586	0.451	0.320	0.046	-0.085	-0.200
1605	0.119	0.131	0.004	-0.078	-0.138	-0.286	-0.421
1701	-0.607	-0.607	-0.580	-0.606	-0.614	-0.615	-0.627
1702	-0.352	-0.421	-0.294	-0.202	-0.386	-0.419	-0.328
1703	-0.981	-0.995	-0.967	-0.986	-0.997	-0.999	-0.999
1704	0.424	0.282	0.167	0.098	0.272	0.307	0.218
1801	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1802	-0.953	-1.000	1.000	1.000	1.000	0.878	0.904
1803	-0.732	-0.809	-1.000	-0.999	-1.000	-0.999	-1.000
1804	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1805	-0.987	-0.969	-0.994	-0.999	-0.994	-0.978	-0.996
1806	-0.542	-0.478	-0.542	-0.509	-0.560	-0.562	-0.643
1901	0.112	0.018	0.065	0.115	0.035	-0.040	-0.079
1902	0.510	0.569	0.586	0.629	0.623	0.551	0.468
1903	0.126	-1.000	-1.000	-0.961	-1.000	-1.000	0.974
1904	0.473	0.629	0.591	0.634	0.524	0.621	-1.000
1905	0.120	-0.004	-0.011	-0.013	0.034	-0.070	-0.065
2001	-0.703	-0.766	-0.786	-0.773	-0.757	-0.773	-0.773
2002	-0.993	-0.997	-0.978	-0.991	-0.959	-0.993	-0.996
2003	-0.249	0.066	-0.284	0.014	-0.924	-0.920	-0.969
2004	-0.989	-0.972	-0.974	-0.967	-0.968	-0.952	-0.930
2005	0.309	0.237	0.250	0.245	0.124	-0.048	-0.328
2006	-0.871	-0.476	-0.449	0.183	0.831	0.943	0.911
2007	-0.255	-0.356	-0.203	-0.570	-0.453	-0.252	-0.342
2008	-0.833	-0.882	-0.872	-0.920	-0.898	-0.861	-0.870
2009	-0.927	-0.927	-0.922	-0.933	-0.866	-0.788	-0.714
2101	0.041	0.056	0.170	-0.001	0.119	0.191	0.268
2102	-0.499	-0.690	-0.791	-0.763	-0.717	-0.599	-0.705
2103	-0.218	-0.269	-0.208	-0.188	-0.137	-0.082	-0.059
2104	-0.276	-0.404	-0.512	-0.496	-0.514	-0.721	-0.448
2105	-0.486	-0.573	-0.499	-0.026	-0.204	-0.054	-0.062
2106	-0.513	-0.524	-0.500	-0.418	-0.274	-0.288	-0.284
2201	0.419	0.290	0.110	-0.028	0.043	0.214	0.221
2202	0.062	0.237	0.198	0.121	0.280	0.261	0.336
2203	0.581	0.358	0.386	0.371	0.353	0.395	0.313
2204	-0.991	-0.985	-0.997	-0.998	-0.999	-0.995	-0.994
2205	-0.987	-1.000	-0.984	-0.978	-0.966	-1.000	-0.990
2206	0.943	0.734	0.701	0.781	0.802	0.769	0.686
2207	-0.950	-0.962	-0.977	-0.972	-0.977	-0.931	-0.956
2208	-0.363	-0.379	-0.441	-0.415	-0.236	-0.350	-0.336
2209	-0.220	-0.498	-0.411	-0.508	-0.102	-0.481	-0.409
2301	-0.264	-0.391	-0.373	-0.215	-0.406	-0.335	-0.472
2302	-0.966	-0.984	-0.987	-0.987	-0.996	-0.994	-0.996
2303	-0.992	-0.994	-0.994	-0.994	-0.996	-0.986	-0.985
2304	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2306	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.999
2307	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2308	-1.000	-0.999	-0.966	-0.936	-0.973	-0.979	-1.000
2309	-0.677	-0.572	-0.617	-0.691	-0.646	-0.636	-0.667
2401	-0.668	-0.669	-0.803	-0.916	-0.858	-0.748	-0.808
2402	-0.700	-0.476	-0.265	0.461	0.750	0.954	0.969
2403	0.972	0.936	-0.906	-0.959	-0.994	-0.969	-0.974
합계	-0.329	-0.369	-0.358	-0.316	-0.311	-0.320	-0.361

한국의 식품제조 산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-54>와 같이 정리할 수 있다.

전체 55개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 10개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 22개 품목으로 나타나 전반적인 한국의 식품제조 산업의 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 나타났고, 23개 품목은 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 타피오카, 전분으로 제조한 타피오카대용물(1903), 커피·차 또는 마태의 엑스·에센스와 농축물, 이들을 기제로 한 조제품, 커피·차·마태를 기제로 한 조제품, 볶은 치커리와 기타의 볶은 커피대용물 및 이들의 엑스·에센스와 농축물(2101), 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(2202) 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, 코코아두의 각피 ,기타 코코아 웨이스트(1802), 설탕으로 저장처리한 과실, 견과류, 과피, 식물의 기타부분(2006), 시가·셔루트·시가릴로 및 궐련(담배)(2402), 등은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, 과실쥬스, 채소쥬스(2009), 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품(2103), 아이스크림, 기타 빙과류(2105), 따로 분류되지 아니한 조제식료품(2106) 등은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 설탕과자(1704), 물(2201), 맥주(2203), 발효주 (2206) 등의 품목은 수출특화품목으로서 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, 조제 또는 저장처리한 어류 및 캐비아와 어란으로 조제한 캐비아 대용물(1604), 조제 또는 저장처리한 갑각류·연체동물 및 기타 수생무척추동물(1605), 맥아엑스와 분·분쇄물·조분·전분 또는 맥아엑스의 조제식료품(1901), 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품(1904), 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(1905), 냉동하지 않은 조제 또는 저장처리한 기타 채소(2005), 기타 제조담배, 제조한 담배대용물, 균질화 또는 재구성한 담배 및 담배엑기스와 에센스(2403) 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다.

소시지, 기타 유사물품과 이들의 조제품(1601), 기타 조제 또는 저장처리한 육·설육 또는 피(1602), 육 .어류 .갑각류 .연체동물 .기타 수생무철추동물의 엑스와 즙(1603), 코코아 페이스트(1803), 초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제식료품(1806), 조제 또는 저장처리한 버섯과 송로(2003), 효모(2102), 수프·브로드와 수프·브로드용 조제품 및 균질화한 혼합조제식료품(2104), 변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이상)(2207),

육・설육・어류・갑각류・연체동물 또는 기타 수생무척추동물의 분・조분 및 펠리트(2301), 잎담배 및 담배 부산물(2401) 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-54> 한국 조제식품의 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	1903, 2101, 2202
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	1802, 2006, 2402
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	2009, 2103, 2105, 2106
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	1704, 2203, 2201, 2206
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	1604, 1605, 1901, 1904, 1905, 2005, 2403
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	1601, 1602, 1603, 1803, 1806, 2003, 2102, 2104, 2207, 2301, 2401

3) 세계시장에서 일본의 무역특화지수 변화 추이

2000년 이후 일본의 조제식품 TSI를 HS 4단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 일본의 조제식품 전체의 TSI는 2000년 -0.827에서 2006년 -0.828로 여전히 강한 수입특화를 보이고 있으며, 전체 55개 품목군 중 수출특화품목은 1개 품목으로 나타났고 2000년 50개 품목이던 수입특화품목은 53개 품목으로 변화되었다.

전체 55개 품목군 중 코코아의 각피 ,기타 코코아 웨이스트(1802), 식초, 초산으로 만든 식초대용물(2209) 등 2개 품목을 제외한 나머지 53개 품목들은 모두 수입특화로 나타났으며, 수입특화품목 중 TSI>0.5인 품목은 45개 품목으로 나타났다. TSI>0.9 이상인품목도 27개 품목으로 나타나 일본의 식품제조산업의 교역은 수입특화가 높은 것으로 나타났다.

<표 3-55> 일본의 조제식품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1601	-0.999	-0.996	-0.997	-0.998	-0.999	-0.999	-0.999
1602	-0.994	-0.997	-0.996	-0.994	-0.995	-0.998	-0.999
1603	-0.567	-0.719	-0.785	-0.748	-0.716	-0.699	-0.762
1604	-0.887	-0.874	-0.881	-0.859	-0.891	-0.865	-0.871
1605	-0.714	-0.751	-0.736	-0.718	-0.708	-0.640	-0.611
1701	-0.991	-0.993	-0.991	-0.990	-0.989	-0.990	-0.993
1702	-0.806	-0.790	-0.771	-0.726	-0.751	-0.721	-0.737
1703	-0.970	-0.993	-0.993	-0.992	-0.980	-0.991	-0.994
1704	-0.177	-0.224	-0.280	-0.319	-0.325	-0.220	-0.248
1801	-0.999	-0.999	-0.999	-0.998	-0.997	-0.999	-0.996
1802	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
1803	0.257	0.018	0.291	0.089	-0.251	-0.335	-0.601
1804	-0.998	-1.000	-0.999	-0.993	-0.998	-1.000	-1.000
1805	-0.962	-0.957	-0.989	-0.962	-0.931	-0.879	-0.874
1806	-0.898	-0.894	-0.881	-0.874	-0.854	-0.830	-0.818
1901	-0.873	-0.885	-0.858	-0.861	-0.847	-0.851	-0.843
1902	-0.576	-0.610	-0.631	-0.656	-0.680	-0.669	-0.638
1903	-0.794	-0.477	-0.188	-0.349	-0.707	-0.539	-0.549
1904	-0.476	-0.520	-0.476	-0.447	-0.322	-0.390	-0.350
1905	-0.187	-0.305	-0.459	-0.481	-0.477	-0.447	-0.456
2001	-0.791	-0.861	-0.898	-0.898	-0.882	-0.866	-0.867
2002	-0.999	-0.998	-1.000	-0.997	-0.999	-0.999	-0.998
2003	-0.969	-0.973	-0.977	-0.966	-0.966	-0.974	-0.979
2004	-0.990	-0.992	-0.992	-0.991	-0.989	-0.990	-0.991
2005	-0.933	-0.938	-0.935	-0.940	-0.944	-0.944	-0.942
2006	-0.916	-0.944	-0.955	-0.949	-0.969	-0.918	-0.952
2007	-0.971	-0.965	-0.972	-0.960	-0.955	-0.941	-0.928
2008	-0.961	-0.966	-0.960	-0.959	-0.956	-0.955	-0.952
2009	-0.965	-0.972	-0.978	-0.977	-0.973	-0.972	-0.979
2101	-0.781	-0.616	-0.554	-0.692	-0.728	-0.723	-0.754
2102	-0.477	-0.526	-0.340	-0.386	-0.387	-0.399	-0.447
2103	0.154	0.124	0.104	0.065	0.045	-0.022	-0.032
2104	-0.036	-0.253	-0.237	-0.250	-0.190	-0.215	-0.222
2105	-0.863	-0.828	-0.845	-0.862	-0.867	-0.852	-0.805
2106	-0.564	-0.606	-0.605	-0.600	-0.559	-0.607	-0.561
2201	-0.988	-0.988	-0.984	-0.987	-0.986	-0.987	-0.991
2202	-0.669	-0.642	-0.528	-0.611	-0.644	-0.549	-0.519
2203	0.230	0.159	0.066	-0.266	-0.365	-0.473	-0.359
2204	-0.995	-0.993	-0.994	-0.993	-0.996	-0.997	-0.997
2205	-0.938	-0.984	-0.998	-0.999	-0.985	-0.998	-1.000
2206	-0.494	-0.431	-0.435	-0.362	-0.258	-0.118	-0.104
2207	-0.949	-0.981	-0.976	-0.988	-0.983	-0.933	-0.987
2208	-0.886	-0.932	-0.918	-0.917	-0.913	-0.892	-0.881
2209	0.082	0.003	0.054	-0.111	-0.110	-0.078	0.048
2301	-0.943	-0.956	-0.947	-0.923	-0.937	-0.938	-0.965
2302	-0.998	-0.986	-0.996	-0.988	-0.962	-0.995	-0.961
2303	-0.992	-0.988	-0.989	-0.986	-0.986	-0.992	-0.986
2304	-1.000	-1.000	-0.999	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2306	-0.957	-0.986	-0.992	-0.987	-0.790	-0.961	-0.986
2307	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2308	-0.999	-0.999	-0.988	-0.980	-0.980	-0.995	-0.988
2309	-0.828	-0.831	-0.834	-0.861	-0.878	-0.894	-0.875
2401	-1.000	-0.999	-0.998	-0.992	-0.958	-0.909	-0.939
2402	-0.868	-0.787	-0.798	-0.809	-0.813	-0.854	-0.867
2403	-0.984	-0.981	-0.988	-0.989	-0.974	-0.961	-0.971
합계	-0.827	-0.827	-0.822	-0.824	-0.825	-0.825	-0.828

일본의 조제식품산업 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-56>과 같이 정리할 수 있다.

전체 55개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 8개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 9개 품목으로 나타났으며, 나머지 품목들은 수입특화를 유지하고 있으며, 38개 품목은 수출·입이 없거나 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 조제 또는 저장처리한 갑각류·연체동물 및 기타 수생무척추동물, 코코아 분말(가당한 것 제외), 타피오카, 전분으로 제조한 타피오카대용물, 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품, 잼·과실제리·마말레이드·과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트, 발효주, 잎담배 및 담배 부산물 등은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 육·어류·갑각류·연체동물, 기타 수생무철추동물의 엑스와 즙은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, 코코아 페이스트, 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품, 맥주 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. 설탕과자, 파스타, 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품, 설탕으로 저장처리한 과실, 견과류, 과피, 식물의 기타부분, 수프·브로드와 수프·브로드용 조제품 및 균질화한 혼합조제식료품 등은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-56> 일본의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	1605, 1702, 1805, 1903, 1904, 2007 2206, 2401
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	1603
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	1803, 2103, 2203
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	1704, 1902, 1905, 2006, 2104

4) 세계시장에서 전북의 무역특화지수 변화 추이

<표 3-57> 전북의 조제식품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1601	1.000	1.000	1.000	na.	na.	1.000	1.000
1602	0.624	0.358	0.061	-0.036	0.531	-1.000	0.625
1603	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.892
1604	0.972	0.667	-0.467	0.310	-0.851	-1.000	-0.841
1605	-1.000	-0.670	0.002	0.240	-0.411	-1.000	-0.333
1701	-1.000	-0.998	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1702	-0.990	-0.949	-1.000	-0.996	-0.401	-0.259	-0.309
1703	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1704	1.000	0.884	-0.689	-0.564	-0.386	0.632	-0.313
1803	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1804	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1805	na.	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1806	0.049	1.000	-0.477	0.022	0.419	0.375	-0.002
1901	-0.059	-0.935	-1.000	-0.760	-1.000	-1.000	-0.328
1902	0.559	0.542	0.459	0.402	0.264	0.230	0.347
1903	na.	na.	na.	na.	-1.000	na.	na.
1904	1.000	0.536	-0.488	-0.930	na.	1.000	0.156
1905	1.000	1.000	0.992	1.000	1.000	1.000	0.987
2001	0.822	1.000	0.556	1.000	1.000	1.000	1.000
2002	-1.000	na.	na.	na.	-1.000	na.	na.
2003	-1.000	-1.000	-1.000	1.000	na.	na.	na.
2004	1.000	1.000	0.714	1.000	1.000	0.611	0.686
2005	0.955	0.985	0.677	-0.195	-0.389	-0.119	-0.327
2006	na.	na.	na.	-1.000	na.	1.000	-0.102
2007	na.	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2008	0.764	0.995	-0.803	-0.961	-0.916	-0.972	-0.426
2009	-0.939	-0.488	-0.600	-0.212	-0.059	-0.959	-0.658
2101	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.966	0.467	0.400
2102	0.925	0.601	0.537	0.087	-0.047	0.415	0.096
2103	0.260	0.150	0.216	0.100	0.072	0.142	-0.571
2104	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.496	-0.928
2105	na.	1.000	na.	1.000	1.000	1.000	1.000
2106	0.089	0.368	0.060	-0.387	-0.063	0.123	0.291
2201	-1.000	na.	-1.000	na.	na.	na.	na.
2202	0.792	0.285	-0.773	-0.205	0.802	0.724	0.901
2203	-0.833	0.838	1.000	1.000	0.975	0.997	0.991
2204	-1.000	-1.000	na.	na.	-1.000	na.	0.556
2206	0.998	0.999	0.991	0.998	1.000	1.000	0.977
2207	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2208	0.111	0.421	-0.337	-0.568	-0.046	-0.114	-0.190
2209	1.000	na.	na.	na.	1.000	1.000	na.
2301	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.985	-1.000	-1.000
2302	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2303	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-0.799	-0.836
2304	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2306	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2308	-1.000	-0.926	0.711	0.626	-0.172	-0.699	-0.912
2309	-0.973	0.274	-0.979	-0.963	-0.683	-0.613	-0.822
2402	na.	-1.000	na.	na.	na.	-0.176	-0.091
합계	-0.604	-0.735	-0.759	-0.735	-0.719	-0.680	-0.732

2000년 이후 전북의 조제식품 TSI를 HS 4단위를 기준으로 품목별로 살펴보면, 전북의 조제식품 전체의 무역특화지수는 2000년 -0.604에서 2006년 -0.732로 변화되어 수입특화의 정도가 점차 강화되어 전체 49개 품목군 중 2000년 수출특화품목은 20개 품목, 수입특화품목은 20개 품목이던 것이 2006년에는 수출특화품목이 16개 품목, 수입특화품목은 28개 품목으로 변화되었다.

대표적인 수출특화품목(TSI>0.5, 수출액>백만 달러 이상)으로는 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품(1905), 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(2202), 맥주(2203) 등이 있으며, 수입액이 백만 달러 이상이며 TSI<-0.5인 품목은 없는 것으로 나타났다.

<표 3-58> 전북의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	2001, 2106, 2202
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	2101, 2203, 2204
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	1603, 1605, 1702, 2009, 2303
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	1902, 1904, 2004, 2102
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	1604, 1704, 1806, 2005, 2008, 2103, 2104, 2208
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	1901

전라북도의 조제식품 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-58>과 같이 정리할 수 있다.

전체 55개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 11개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 13개 품목으로 나타났고, 31개 품목은 수출·입이 없거나 경쟁력의 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 식초 또는 초산으로 조제 또는 저장처리한 채소·과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부산물(2001), 따로 분류되지 아니한 조제식료품(2106), 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(2202) 등은 수출특화의 정도가 강화되고 있고, '커피·차 또는 마태의 엑스·에센스와 농축물, 이들을 기제로 한 조제품, 커피·차·마태를 기제로 한 조제품, 볶은 치커리와 기타의 볶은 커피대용물 및 이들의 엑스·에센스와 농축물(2101), 맥주(2203), 포도주(2204) 등은 수입특화에서 수출특화로 전환되었으며, 육·어류·갑각류·연체동물, 기타 수생무척추동물의 엑스와 즙(1603), 기타의 당류(1702), 과실쥬스, 채소쥬(2009), 전분박과 이와 유사한 박류, 비트펄프, 버개스 및 기타 설탕 제조시에 생기는 웨이스트 및 양조 또는 증류시에 생기는 박과 웨이스트(2303), 등은 수입특화의 정도가 약화되고 있다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 파스타(1902), 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품(1904), 냉동한 조제 또는 저장처리한 기타 채소(2004), 효모(2102) 등의 품목은 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있고, 조제 또는 저장처리한 어류 및 캐비아와 어란으로 조제한 캐비아 대용물(1604), 설탕과자(1704), 초콜릿과 코코아를 함유한 기타 조제식료품(1806), 냉동하지 않은 조제 또는 저장처리한 기타 채소(2005), 기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분(2008), 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품(2103), 수프·브로드와 수프·브로드용 조제품 및 균질화한 혼합조제식료품(2104), 변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이하)(2208) 등은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환되고 있다. 맥아엑스와 분·분쇄물·조분·전분 또는 맥아엑스의 조제식료품(1901)은 수입특화가 심화되고 있는 것으로 나타났다.

3. 한국, 전북의 일본 조제식품시장에서의 무역특화지수 변화 추이

1) 한·일 교역에서 한국 섬유제품의 무역특화지수 변화 추이

한국과 일본의 조제식품 교역에서 한국의 무역특화지수는 2000년 0.579에서 2006년 0.559로 변화되었으나 2005년까지는 무역특화의 정도가 강화되는 추세였고 2006년에 수출특화의 정도가 조금 약화되는 추세를 보이고 있다.

<표 3-59> 대일본 교역에서 한국의 조제식품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1601	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.825	1.000
1602	0.966	0.958	0.964	0.930	0.783	0.967	0.999
1603	0.713	0.754	0.640	0.662	0.673	0.634	0.637
1604	0.982	0.964	0.956	0.901	0.861	0.821	0.764
1605	0.983	0.971	0.974	0.964	0.939	0.919	0.844
1701	0.949	0.950	0.927	0.898	0.689	0.400	0.930
1702	0.001	-0.018	0.331	0.492	0.454	0.439	0.577
1703	0.951	-0.538	1.000	1.000	-1.000	-1.000	na.
1704	0.810	0.778	0.723	0.669	0.726	0.747	0.792
1803	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1804	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1805	-0.884	-0.630	-1.000	-1.000	-1.000	-0.972	-1.000
1806	0.919	0.893	0.885	0.860	0.831	0.835	0.565
1901	0.993	0.958	0.905	0.871	0.893	0.825	0.752
1902	0.921	0.903	0.922	0.896	0.899	0.908	0.874
1903	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1904	0.962	0.995	0.960	0.980	0.949	0.477	0.152
1905	0.411	0.300	0.442	0.328	0.445	0.412	0.347
2001	-0.830	-0.903	-0.980	-0.779	-0.892	-0.910	-0.653
2002	na.	-1.000	na.	1.000	na.	na.	na.
2003	0.994	0.981	0.993	0.996	0.054	0.476	-1.000
2004	0.538	0.668	0.602	0.769	0.801	0.687	0.549
2005	0.994	0.987	0.983	0.969	0.986	0.986	0.966
2006	0.880	0.829	0.978	0.937	0.989	0.994	0.983
2007	0.857	0.780	0.959	0.990	0.972	0.987	0.978
2008	0.907	0.890	0.610	0.553	0.475	0.586	0.440
2009	-0.085	-0.569	-0.475	-0.196	0.310	0.672	0.695
2101	-0.785	-0.409	-0.110	-0.470	-0.230	-0.386	-0.440
2102	0.070	-0.232	-0.467	-0.328	-0.404	-0.262	-0.304
2103	-0.319	-0.204	-0.378	-0.321	-0.267	-0.273	-0.426
2104	0.168	0.263	-0.377	-0.341	-0.278	-0.513	-0.732
2105	-1.000	-1.000	0.579	0.849	0.331	0.352	0.158
2106	0.030	-0.077	-0.202	-0.183	-0.092	-0.096	-0.046
2201	0.681	0.811	0.668	0.564	0.764	0.505	0.828
2202	0.962	0.943	0.880	0.734	0.728	0.759	0.640
2203	-0.785	0.205	-0.401	-0.544	-0.222	0.565	0.351
2204	-0.540	0.370	0.360	-0.403	-0.241	-0.443	0.577
2205	na.	-1.000	na.	na.	na.	na.	na.
2206	0.970	0.923	0.900	0.908	0.826	0.762	0.605
2207	-1.000	0.961	-1.000	-0.874	-1.000	-1.000	-1.000
2208	0.993	0.987	0.988	0.991	0.994	0.992	0.991
2209	-0.685	-0.597	-0.011	-0.394	-0.342	-0.352	-0.549
2301	0.751	0.875	0.977	0.870	0.879	0.974	0.927
2302	0.959	0.971	1.000	1.000	1.000	1.000	-0.576
2303	-0.357	0.178	0.755	-0.298	-0.390	0.782	1.000
2304	na.	-1.000	na.	-0.333	1.000	1.000	1.000
2306	-1.000	1.000	na.	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2308	-1.000	-1.000	0.705	0.588	-0.714	0.333	-1.000
2309	-0.321	-0.240	-0.258	-0.403	-0.354	-0.165	-0.368
2402	-1.000	-0.999	-0.990	-0.908	-0.817	0.307	0.845
2403	na.	1.000	1.000	1.000	-1.000	-1.000	-1.000
합계	0.579	0.541	0.540	0.529	0.579	0.616	0.559

한·일 교역에서 한국조제식품 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면, 전체 51개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 12개 품목, 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 16개 품목이며, 23개 품목은 경쟁력의 변화가 거의 없는 것으로 나타났다.

경쟁력 강화 품목 중 과실쥬스, 채소쥬스(2009), 아이스크림, 기타 빙과류(2105), 맥주(2203), 포도주(2204), 전분박과 이와 유사한 박류, 비트펄프, 버개스 및 기타 설탕 제조시에 생기는 웨이스트 및 양조 또는 증류시에 생기는 박과 웨이스트(2303), 시가·셔루트·시가릴로 및 궐련(담배)(2402) 등의 항목이 수입특화에서 수출특화로 전환되어 전북의 새로운 수출 특화 품목으로 등장하였다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 10개의 품목이 수출특화품목으로서의 수출경쟁력 약화가 나타나고 있으며 조제 또는 저장처리한 버섯과 송로(2003), 효모(2102), 수프·브로드와 수프·브로드용 조제품 및 균질화한 혼합조제식료품(2104), 따로 분류되지 아니한 조제식료품(2106), 밀기울·미강과 기타 이와 유사한 박류(2302) 등의 품목이 수출특화에서 수입특화로 전환되었다.

<표 3-60> 대일본 교역에서 한국의 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	1702, 2006, 2007, 2301
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	2009, 2105, 2203, 2204, 2303, 2402
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	2001, 2101
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	1603, 1604, 1605, 1806, 1901, 1902, 1904, 2008, 2202, 2206
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	2003, 2102, 2104, 2106, 2302
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	1805

2) 한·일 교역에서 전북 조제식품의 무역특화지수 변화 추이

<표 3-61> 대일본 교역에서 전북의 조제식품 무역특화지수 변화 추이

HS Code	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1601	na.	1.000	na.	na.	na.	na.	na.
1602	1.000	0.883	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
1603	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
1604	1.000	1.000	na.	na.	-1.000	na.	-1.000
1605	na.	1.000	1.000	1.000	1.000	na.	1.000
1701	na.	na.	na.	na.	na.	-1.000	na.
1702	na.	na.	na.	na.	1.000	1.000	0.778
1704	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	na.
1806	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
1901	na.	na.	na.	na.	na.	na.	1.000
1902	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	na.	na.
1905	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2001	na.	na.	1.000	1.000	na.	na.	na.
2004	1.000	1.000	0.714	1.000	1.000	1.000	1.000
2005	1.000	0.984	na.	1.000	1.000	1.000	1.000
2006	na.	na.	na.	na.	na.	na.	1.000
2007	na.	1.000	na.	na.	na.	na.	na.
2008	0.995	1.000	na.	na.	na.	1.000	na.
2009	-1.000	-1.000	na.	na.	-1.000	-1.000	1.000
2101	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000	-1.000
2102	0.976	1.000	0.985	0.992	0.996	0.945	0.983
2103	1.000	0.985	0.945	0.965	0.924	1.000	0.400
2104	1.000	1.000	1.000	1.000	na.	na.	na.
2106	0.765	0.856	0.773	-0.035	0.267	0.544	0.588
2201	na.	na.	-1.000	na.	na.	na.	na.
2202	na.	na.	-1.000	-0.772	0.421	-0.398	-0.615
2203	na.	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2204	na.	na.	na.	na.	na.	na.	na.
2206	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2207	na.	na.	na.	-1.000	na.	na.	na.
2208	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2302	na.	na.	na.	na.	-1.000	na.	-1.000
2303	na.	na.	na.	-1.000	-1.000	0.646	1.000
2306	na.	na.	na.	na.	-1.000	na.	na.
2309	-1.000	0.802	-0.897	-0.111	1.000	0.600	0.763
합계	0.860	0.902	0.793	0.472	0.689	0.819	0.718

한국과 일본의 조제식품 교역에서 전라북도의 무역특화지수는 2000년 0.860에서 2006년 0.718로 변화되어 무역특화의 정도가 약해졌지만, 2000년~2006년 사이의 무역특화 정도의 변화가 심하여 일정한 추세를 보이지는 않고 있다.

한·일 교역의 전라북도 조제식품 TSI 자료를 통하여 2000~2006년 기간 동안 품목별 수출경쟁력의 동태적 변화 양상을 살펴보면 표<3-62>와 같이 정리할 수 있다.

전체 35개 품목 중에서 동 기간 동안 경쟁력이 강화되고 있는 품목은 2개 품목, 그리고 경쟁력이 약화되고 있는 품목은 3개 품목으로 나타나고, 30개 품목은 수출·입이 없거나 경쟁력의 변화가 거의 없어 무역특화지수의 변동이 거의 나타나지 않고 있다.

경쟁력 강화 품목 중 과실쥬스, 채소쥬스(2009), 사료용 조제품(2309) 등은 수입특화에서 수출특화로 전환되었다.

경쟁력 약화 품목 중에서는 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품(2103), 따로 분류되지 아니한 조제식료품(2106) 등은 수출특화품목으로 경쟁력이 약화되었고, 조제 또는 저장처리한 어류 및 캐비아와 어란으로 조제한 캐비아 대용물(1604)은 수출특화에서 수입특화품목으로 전환 되었다.

<표 3-62> 대 일본 교역에서 조제식품 품목별 수출경쟁력 변화 양상

		경제적 의미	세부품목
경쟁력 강화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 강화 →수출주력제품군 (0<TSI(2000)≦TSI(2006)	
	Ⅱ그룹	수입특화에서 수출특화로 전환 →새로운 수출전략제품군으로 대두 (TSI(2000)<0<TSI(2006)	2009, 2309
	Ⅲ그룹	수입특화품목으로 수입특화 약화 →수입대체 진전과 수출상품화가능성 (TSI(2000)<TSI(2006)<0)	
경쟁력 약화	Ⅰ그룹	수출특화품목으로 경쟁력 약화 →경쟁력 강화방안 필요 (0<TSI(2006)<TSI(2000))	2103, 2106
	Ⅱ그룹	수출특화에서 수입특화로 전환 (TSI(2006)<0<TSI(2000))	1604
	Ⅲ그룹	수입특화 심화 →구조조정 추진 및 전략적 수입확대 (TSI(2006)<TSI(2000)<0)	

3) 무역특화지수를 통해 살펴본 조제식품 경쟁력 비교

이상의 분석을 기초로 전북의 조제식품 주요 수출입 품목만을 대상으로 일본과 전북(및 한국)의 수출경쟁력 변화 추이와 그 의미를 살펴보면 조제식품에서 수출입이 백만 달러를 넘지 않는 분류를 제외한 18개 품목 중 일본의 경쟁력이 약화(수출특화지수 감소, 수출특화에서 수입특화로 전환, 수입특화 심화)되고 있는 품목은 4개로 나타났다.

또한 4개 품목 중 전북의 수출특화 품목은 3개로 나타나 이들 수출 주력 품목에서 일본에 대한 수출의 기회는 증대될 수 있지만, 향후 대 일본 교역에 대한 중국의 경쟁력이 상승되고, 일본 내에서 수입대체가 빠르게 진행되어 한국 및 전북의 조제식품 수출이 둔화 혹은 감소될 가능성이 있다.

보다 구체적으로 전북의 수출 주력분야를 살펴보면 '효모(2102)', '파스타(1902)' 등은 향후 수출이 둔화 혹은 감소될 것으로 예측되며, '따로 분류되지 아니한 조제식료품(2106)', '설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(2202)', '맥주(2203)' 등은 일정기간 동안 수출이 증가할 것으로 예상이 된다. 그리고 '빵・파이・케이크・비스킷과 기타 베이커리제품(1905)'은 일정기간 동안 수출이 유지 혹은 증가할 것으로 예상된다.

전라북도의 조제식품 주요 수출입 품목을 살펴보면, 수출 주력품목이 4개, 수출・수입 주력품목이 2개, 수입 주요품목이 12개를 차지하고 있는 것으로 나타나 전라북도의 식품제조 산업은 수출주력이 아닌 수입주력의 산업이라 할 수 있다.

전라북도의 경우 최대 수출국인 일본의 수입특화 지속으로 인하여 일본에 대한 수출의 기회를 확보할 수 있으나, 최근 일본은 수입 농산물에 대한 농약 검사기준을 강화하여, 한 건이라도 기준을 초과하면 해당국가산 모든 상품에 대해 정밀검사를 실시토록 하였다. 이러한 일본의 높아져가는 농산물에 대한 수출장벽이 식품제조업의 수출감소에 영향을 미칠 것으로 보인다.

또한 미국과의 FTA체결은 향후 미국에 대한 안정적인 시장접근을 확보할 수 있는 기회로 작용할 것으로 보인다. 하지만 원화강세에 의한 생산원가 부담증가와 고급 농산물을 재배할 수 있는 농가의 수가 감소세에 있어 수출의 감소세에 영향을 미칠 것으로 보인다.

<표 3-63> 전북의 조제식품 주요 수출입 분야의 수출경쟁력 현황 및 전망

코드	품목	수출경쟁력 변화 추이(2000→2006)		경쟁력 판단
1604	조제 또는 저장처리한 어류 및 캐비아와 어란으로 조제한 캐비아 대용물 (수입주력)	세계	한국(0.774→0.200), 일본(-0.887→0.871) 전북(0.972→0.842)	한국 수입특화로 전환 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.982→0.764), 전북(1.000→1.000)	전북 수입특화로 전환
1701	사탕수수당 또는 사탕무당 및 화학적으로 순수한 자당 (수입주력)	세계	한국(-0.607→0.627), 일본(-0.991→0.993) 전북(-1.000→1.000)	한국 수출특화로 전환 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.949→0.930), 전북(-)	전북 수입특화 지속
1703	당밀 (수입주력)	세계	한국(-0.981→0.999), 일본(-0.970→0.994) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 강화
		한·일	한국(0.951→na.), 전북(-)	전북 수입특화 지속
1902	파스타 (수출주력)	세계	한국(0.510→0.468), 일본(-0.576→0.638) 전북(0.559→0.347)	한국 수축특화 약화 일본 수입특화 강화
		한·일	한국(0.921→0.874), 전북(1.000→na.)	전북 수출특화 약화
1905	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품 (수출주력)	세계	한국(0.120→0.065), 일본(-0.187→0.456) 전북(1.000→0.987)	한국 수입특화로 전환 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.411→0.347), 전북(1.000→1.000)	전북 수출특화지속
2008	조제 또는 저장처리한 과실·견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분 (수입주력)	세계	한국(-0.833→0.870), 일본(-0.961→0.952) 전북(0.764→0.426)	한국 수입특화로 강화 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.907→0.440), 전북(0.995→na.)	전북 수입특화로 전환
2102	효모 (수출, 수입주력)	세계	한국(-0.499→0.705), 일본(-0.477→0.447) 전북(0.925→0.096)	한국 수입특화 강화 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.070→0.304), 전북(0.976→0.983)	전북 수출특화 약화
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품 (수입주력)	세계	한국(-0.218→0.059), 일본(0.154→0.032) 전북(0.260→0.571)	한국 수입특화 약화 일본 수입특화로 전환
		한·일	한국(-0.319→0.426), 전북(0.976→0.983)	전북 수입특화로 전환
2106	따로 분류되지 아니한 조제식료품 (수출, 수입주력)	세계	한국(-0.513→0.284), 일본(-0.564→0.561) 전북(0.089→0.291)	한국 수입특화 약화 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.030→0.046), 전북(0.765→0.588)	전북 수출특화 강화
2202	설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 (수출주력)	세계	한국(0.062→0.336), 일본(-0.669→0.519) 전북(0.792→0.901)	한국 수출특화 강화 일본 수입특화 약화
		한·일	한국(0.962→0.640), 전북(na.→0.615)	전북 수출특화강화
2203	맥주 (수출주력)	세계	한국(0.581→0.313), 일본(0.230→0.359) 전북(-0.833→0.991)	한국 수출특화 약화 일본 수입특화로 전환
		한·일	한국(-0.785→0.351), 전북(na.→1.000)	전북 수출특화로 전환
2207	변성하지 아니한 에틸알코올(알코올 80% 이상) (수입주력)	세계	한국(-0.950→0.956), 일본(-0.949→0.987) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(-1.000→1.000), 전북(-)	전북 수입특화 지속
2301	육·설육·어류·갑각류·연체동물, 기타 수생무척추동물의 분·조분 및 펠리트 (수입주력)	세계	한국(-0.264→0.472), 일본(-0.943→0.965) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 강화 일본 수입특화로 지속
		한·일	한국(0.751→0.927), 전북(-)	전북 수입특화 지속
2302	밀기울·미강과 기타 이와 유사한 박류 (수입주력)	세계	한국(-0.966→0.996), 일본(-0.998→0.961) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(0.959→0.576), 전북(na.→1.000)	전북 수입특화 지속
2303	전분박, 유사한 박류, 비트펄프, 버개스 및 기타 제조시에 생기는 박과 웨이스트 (수입주력)	세계	한국(-0.992→0.985), 일본(-0.992→0.986) 전북(-1.000→0.836)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(-0.257→1.000), 전북(na.→1.000)	전북 수입특화 약화
2304	대두유 추출시얻는 오일케이크와 유박 (수입주력)	세계	한국(-1.000→1.000), 일본(-1.000→-1.000) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 지속
		한·일	한국(na.→1.000), 전북(-)	전북 수입특화 지속
2306	오일-케이크 및 기타 고형의 유박 (수입주력)	세계	한국(-1.000→0.999), 일본(-0.957→0.986) 전북(-1.000→1.000)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 강화
		한·일	한국(-1.000→1.000), 전북(-)	전북 수입특화 지속
2309	사료용 조제품 (수입주력)	세계	한국(-0.677→0.667), 일본(-0.828→-0.875) 전북(-0.973→0.822)	한국 수입특화 지속 일본 수입특화 강화
		한·일	한국(-0.321→0.368), 전북(-1.000→0.763)	전북 수입특화 약화

주 : 품목 명에서 수출 혹은 수입 주력은 2006년 기준 전북의 수출 및 수입액이 백만달러 이상을 의미

4) 전북의 일본 진출 유망 품목

앞서 분석한 전북과 일본의 조제식품 수출경쟁력 변화 추이를 토대로 향후 한국과 전북의 일본 진출 유망 품목을 추론하여 보면 한국 및 전북의 입장에서는 수출경쟁력(수출특화)을 갖추고 있으나 일본의 경우에서 수출경쟁력을 갖추지 못한(수입특화)품목들이 유망 진출 품목이 될 것으로 보인다. 한국 및 전북의 수출특화품목은 수출특화 강화 품목, 수출특화 약화 품목, 수입특화에서 수출특화로 전환된 품목이며, 일본의 수입특화품목은 수입특화 심화 품목, 수입특화 약화 품목, 수출특화에서 수입특화로 전환된 품목이다. 이를 기초로 한국 및 전북의 기존 수출특화품목, 그리고 일본의 수입특화품목을 정리하면 <표3-64>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 3-64> 수・출입 특화 항목

수출특화			수입특화(일본)	
형태	품목(한국)	품목(전북)	형태	품목
수출특화 강화	**1903**, 2101, 2202	2001, 2106, 2202	수입특화 심화	1704, 1902, 1905, 2006, 2104
수출특화 약화	**1704**, 2201, **2203**, **2206**	**1902**, **1904**, 2004, 2102	수입특화 약화	1605, 1702, 1805, 1903, 1904, 2007, 2206, 2401
수입특화 →수출특화	1802, **2006**, 2402	2101, **2203**, 2204	수출특화 →수입특화	1803, 2103, 2203

주 : 굵은 글씨체는 일본의 수입특화 품목이면서 한국 및 전북의 수출특화품목에 해당

일본의 수입특화 품목과 한국 및 전북의 수출특화 품목을 비교해보면 한국의 대일본 진출 유망 조제식품 품목으로는 타피오카 ,전분으로 제조한 타피오카대용물(1903), 설탕과자(1704), 맥주(2203), 발효주(2206), 설탕으로 저장처리 한 과실, 견과류, 과피, 식물의 기타부분(2006) 등으로 나타났다. 그리고 기타의 당류(1702), 잼・과실제리・마말레이드・과실 또는 견과류의 퓨레 및 과실 또는 견과류의 페이스트(2007) 등은 한국의 대세계 교역에서는 수출특화로 나타나지 않았지만 전북의 대일본 교역에서는 경쟁

남겨두고 어느 부문을 가져갈 것인가?', 또는 '이러한 각각의 기능을 어떻게 조화시킬 것인가?' 등에 대해 전라북도 수출기업과 해외진출 기업 간에 네트워크 관계 형성이 필요하다.

4. 중소기업의 차별화된 수출지원 프로그램

1) 단계별 지원사업화 발굴 및 추진

중소기업 수출지원정책이 소기의 성과를 달성하기 위해서는 수출업체의 역량 발전에 맞추어 차별화되면서 단계적인 지원의 패러다임이 필요하다. 또한, 수출경험이 없는 기업에 수출에 대한 관심과 교역과 관련된 지식을 습득시키는데 목적이 있다.

이와 관련하여 수출업체들에게 해외시장 접촉경험을 제공하기 위해 수출업체 역량에 맞추어 2단계로 나누어 쉬운 시장으로부터 상대적으로 어려운 시장으로 단계적으로 해외시장에 접촉할 수 있도록 지원하는 프로그램인 시장탐색 프로그램은 중소기업 수출기업화사업 다단계화가 필요하다. 따라서 수출기업화사업의 지원을 받아 수출에 성공한 기업에 대해서는 우선적으로 수출유망 중소기업으로 지정하는 등 기존 수출유망 중소기업 지원 사업을 수출기업화사업의 후속 사업화하여 중·장기적으로 경쟁력 있는 중소기업 정규수출군을 육성시켜야 한다.

2) 연계지원 강화 및 수출지원의 차별화

수출기업화의 성공을 위해서는 참여업체들의 수출성공사례가 빠른 속도로 축적되어야 한다. 이를 위해서는 수출기업화사업 참여업체에 대해 수출금융 지원제도, 기술 및 디자인개발 지원제도, 정보화 지원제도 등 다른 수출 지원기업 지원제도와 연계하여 지원할 필요가 있다.

또한 전라북도의 교역경쟁력을 강화하기 위한 수출상품구조의 고도화를 위해서는 수출유망분야의 발굴·육성과 새로운 성장분야와 연계된 수출기업화 사업, 즉 신 성장분야의 수출기업 발굴 및 육성이 우선적으로 추진되어야 한다. 전라북도의 14개 시·

력이 강화되고 있는 것으로 나타났다.

전북의 대일본 진출 유망 조제식품 품목으로는 수출경쟁력 변화 추이로 보았을 때, 파스타(1902), 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제식료품(1904), 맥주(2203) 등으로 나타났다. 그리고 과실쥬스, 채소쥬스(2009), 사료용 조제품(2309) 등은 전북의 대세계 교역에서는 수출특화로 나타나지 않았지만 전북의 대일본 교역에서는 경쟁력이 강화되고 있는 것으로 나타났다.

4. 전라북도의 수출경쟁력 우위 품목선정

1) 전라북도의 수출경쟁력 우위품목

2006년도 전북지역의 조제식품의 세부품목별 대세계 및 대일본 수출현황은 <표 3-65>에 나타나 있다. 품목대상은 전북의 수출액이 10만 달러가 넘는 HS 6단위 품목으로 한정하였다.

먼저 대세계 세부품목별 조제식품 수출현황을 보면, 전북의 핵심 조제식품 수출 분야인 빵・파이・케이크・비스킷과 기타 베이커리제품의 기타(190590)가 23.23%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 그리고 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 기타(210690)가 20.39%를 차지하였으며, 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물의 기타(220290)가 10.69%, 불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물(210220)이 9.83%로 그 뒤를 따르고 있다.

대일본 세부품목별 조제식품 수출현황을 살펴보면 대세계 수출 4위 품목이었던 불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물(210220)이 26.69%로 가장 높은 비중을 보였고 두 번째는 대세계 수출품목에서 비중이 두 번째로 높았던 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 기타(210690)가 25.96%를 나타냈으며, 기타 채소 및 채소의 혼합물(200490)이 11.59%로 그 뒤를 따르고 있다. 또한 대세계 수출 1위 품목이었던 빵・파이・케이크・비스킷과 기타 베이커리제품의 기타(190590)는 5.14%로 4위를 차지하여 대일본 수출에서는 비중이 높게 나타나지 않았다.

<표 3-65> 전북지역의 2006년도 세부품목별 조제식품 수출현황

(단위 : 천 달러, %)

품목명(품목코드)	전북의 대세계 수출			전북의 대일본 수출		
	금액	비중	전년대비 증가율	금액	비중	전년대비 증가율
기타(190590)	6,496	23.23	-25.3	395	5.14	-1.9
기타(210690)	5,701	20.39	34.5	1,995	25.96	-13.6
기타(220290)	2,990	10.69	31.3	37	0.48	-37.3
불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물(210220)	2,747	9.83	-55	2,282	29.69	-58
맥주(220300)	1,798	6.43	18	85	1.11	-23.5
속을 채운 파스타(190220)	976	3.49	82.9	-	-	-
기타의 발효주(220600)	937	3.35	-48.1	155	2.02	-63.9
기타 채소 및 채소의 혼합물(200490)	891	3.19	134.1	891	11.59	254.8
기타(210390)	832	2.98	-75.1	287	3.73	-79.4
기타(200899)	703	2.51	신규	-	-	-
기타(190219)	622	2.22	17.3	-	-	-
닭의 것(160232)	581	2.08	-35.8	391	5.09	-52.9
아이스크림과 기타 빙과류(210500)	300	1.07	48.9	-	-	-
조제, 저장처리한 기타 채소(200590)	284	1.02	-36.6	11	0.14	-86.2
기타(160590)	280	1.00	374.2	182	2.37	-
포도당과 포도당시럽지 (170230)	277	0.99	-25.1	32	0.42	-14.6
기타(220890)	261	0.93	-12.3	245	3.19	-15.6
양조박, 증류박(230330)	184	0.66	16.2	100	1.30	-36.7
다른 것으로 속을 채운 것(180631)	183	0.65	-31.9	183	2.38	-31.9
단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계(210610)	153	0.55	신규	153	1.99	-
기타(전화당 및 기타의 당류와 당시럽)(170290)	152	0.54	2,109.60	-	-	-
개 ,고양이용 사료(230910)	149	0.53	11.5	149	1.94	11.5
감귤류 과실(200830)	134	0.48	신규	-	-	-
기타 조제 또는 저장처리한 어류(160420)	120	0.43	72.6	-	-	-
속을 채우지 아니한 것(180632)	105	0.38	-63.8	105	1.37	-63.8
리큐르류 및 코디얼(220870)	102	0.36	-26.7	8	0.10	-72.4
합 계	27,958	100	-	7,686	100	-

자료 : 한국무역협회, KOTIS

2) 전라북도 우위품목선정

이상과 같이<표 3-65>에서 제시된 전라북도 지역의 조제식품 수출 현황과 전북의 무역특화지수를 연계, 검토하여 다음 <표 3-66>과 같이, 전라북도의 조제식품 유망품

목을 도출하였다.

<표 3-66> 전라북도의 조제식품 수출유망품목

항 목		수출 유망 품목
전북의 대세계 수출경쟁력 고려 시		·1902 파스타 -속을 채운 파스타(190220) -파스타 기타(190219) ·2106 따로 분류되지 아니한 조제식료품 -기타(210690) -단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계(210610) ·2102 효모 -불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물(210220) ·2203 맥주 -맥주(220300) ·2202설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물 -기타(220290) ·2004 냉동한 조제 또는 저장처리한 채소 -기타 채소 및 채소의 혼합물(200490)
대일본 수출 유망 품목	수입수요 우위품목 고려 시	·1902 파스타 -속을 채운 파스타(190220) -파스타 기타(190219) ·1702 기타의 당류 -포도당과 포도당시럽지 (170230) -기타(전화당 및 기타의 당류와 당시럽)(170290) ·1605 조제 또는 저장처리한 갑각류·연체동물 및 기타 수생무척추동물 -기타(160590) ·2103 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품 -기타(210390) ·2203 맥주 -맥주(220300) ·1905 빵·파이·케이크·비스킷과 기타 베이커리제품 -기타(190590) ·2206 발효주 -기타의 발효주(220600)
	전북의 대일본 수출 경쟁력 우위품목 고려 시	·2106 따로 분류되지 아니한 조제식료품 -기타(210690) -단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계(210610) ·2103 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품 -기타(210390) ·2309 사료용 조제품 -개, 고양이용 사료(230910)

전북의 대세계 수출경쟁력 고려했을 때의 수출 유망 품목으로는 속을 채운 파스타(190220), 파스타 기타(190219), 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 기타(210690), 단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계(210610), 불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물

(210220), 맥주(220300), 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물의 기타(220290), 기타 채소 및 채소의 혼합물(200490) 등으로 나타났다.

대일본 수출 유망품목으로는 수입수요 우위와 전북의 대일본 수출경쟁력 우위를 동시에 고려했을 때 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품의 기타(210390)로 나타났으나, 일본의 경우 대부분의 조제식품의 무역특화지수가 수입특화로 나타나 전북의 대일본 수출 경쟁력 우위품목을 고려한 품목들 모두가 대일본 수출유망품목이 될 수 있을 것으로 보인다.

제4장 교역 경쟁력 강화 전략

제1절 기본방향

1. 대·중소기업간 협력강화

전라북도 중소기업의 수출증대를 위해서는 대기업의 종합상사 등과의 협력을 통한 해외마케팅 활성화와 수출증대를 도모할 필요성이 있다. 대·중소기업간 협력방안 마련 시 과거에 종합상사가 해외바이어 관련 정보를 독점함으로써 발생한 중소기업의 정보의 비대칭성 문제점을 시정하고 바람직한 협력모델을 구축하기 위해서 중소기업과 해외바이어가 교역관련 기관의 협력을 받아 직접계약을 체계할 수 있도록 해야 한다.

이와 관련하여 이미 중소기업청이 대·중소기업간 협력 사업으로 시작한 수출대행 전문회사를 통한 수출지원사업의 참여 대기업을 연차적으로 중소기업과 연계 확대해야 한다. 또한 해외시장개척 경험이 풍부한 무역관련 기관이 전라북도 기업을 설립초기부터 발굴하여 기술·품질, 금융지원과 마케팅경험 이전 등을 통해 수출기업으로 육성하는 교역관련 기관이 전라북도 기업에 대한 수출교육기능을 강화할 필요가 있다.

2. 수출네트워크 구축과 지원 프로그램 마련

전라북도가 수출증대와 수출을 통한 혁신역량을 강화하기 위해서는 내수기업의 수출기업화가 먼저 이루어져야 하고, 이를 위해서는 내수기업들의 수출에 대한 인식제고와 기존 수출기업과의 내수기업 간 수출경험이나 지식의 이전과 수출관련 정보를 공유할 수 있는 수출네트워크를 구축할 필요성이 있다. 이와 함께 수출네트워크를 활성화하기 위해서는 수출네트워크에 대한 인센티브 부여나 이들의 실제 해외마케팅 활동에 대한 지원방안을 마련할 필요성이 있다.

이러한 측면에서 대기업과 중소기업을 “수출멘토링제도”나 “수출클럽 제도”를 통한 기존수출기업과 내수기업 간 수출경험이나 지식이전, 정보공유 등을 위한 수출네트워크 구축모델과 해외마케팅 지원 프로그램 마련 등의 지원이 필요하다.

3. 수출시장의 변화에 따른 수출기업지원 전략 수립

1) 수출시장 변화에 대한 전략수립

상품수출을 통한 해외 시장으로 진출의 경우, 시장개방이 선진국들의 경쟁력을 갖춘 산업 중심으로 재편되고 있기 때문에 전라북도내 기업의 경우 수출 확대에 미치는 영향은 기대만큼 크지 않을 것으로 예상된다. 이에 전라북도내 기업이 시장변화에 따라 대처하기 위한 전략수립이 필요하다.

이와 관련하여 전라북도 기업은 다품종소량생산을 통한 고급·고부가가치 제품의 개발 및 이를 통한 수출, 현지화를 통한 지속적인 신제품 개발노력으로 제품의 차별화 노력을 계속적으로 시도하는 것이 필요하다. 전라북도 수출기업이 공동으로 “전북 R&D센터”를 중국 및 수출대상국에 두고 현지인의 수요에 맞는 디자인, 브랜드 등의 비가격차별화요인을 개발할 수 있도록 하는 지원이 필요하다. 또한, 전라북도 상품의 특화와 제품의 고급화를 통하여 해외시장을 대상으로 마케팅 세분화 작업 및 각 지역·시장별 전략의 수립도 필요하다.

2) 해외진출기업과의 네트워크 관계 형성

전라북도내 기업의 해외투자로 인하여 생산시설이 해외로 이전되는 경우, 그 시설을 따라 해외로 이동하는 인원은 생산을 총괄·감독 및 기술을 지도하는 소수의 인력에 국한되어 해외투자에 따른 고용효과가 유발되지 못하는 요인으로 작용한다. 또한 비용절감을 목표로 하는 해외로의 생산기지 이전형 투자가 가속화 된다 하더라도 투자대상국과의 경제적, 사회문화적, 제도적 장벽 때문에 추가적인 외국비용(Liability of Foreignness: LOF)의 부담발생과 더불어 투자대상국과의 경제협력 증대가 오히려 전북 지역경제의 위축을 초래할 수 있다. 이에 해외 투자와 관련되어 도내 기업의 효과적인 투자방향과 전략을 모색하는 것이 필요하다.

이와 관련하여 전라북도 기업의 특성을 최대한 활용할 수 있는 ‘전라북도 해외진출투자기업네트워크센터(가칭)’ 등의 설립을 통해, 도내 기업의 해외투자에 관련한 법규, 절차, 전략수립 등에 대한 ‘One-Stop Service System’의 도입이 필요하다. 또한 투자의 Value Chain 개념을 도입하여, ‘해외투자와 관련해서 기업의 어느 부문을 전라북도에

군에서도 차별화된 수출 기업화군을 구분하되 업체의 수출의지, 수출능력, 수출정도 등에 따라 수출단계를 세분화하여 발전단계에 따라 차별화된 서비스를 제공할 필요가 있고, 이를 위해서는 지역별, 업종별 수출지원 프로그램 개발이 필요하다.

5. 전자무역 활성화의 지원강화

정보통신기술의 발전으로 교역환경이 전자적으로 처리될 수 있는 시스템이 반영된 바, 이러한 사이버무역을 보다 활성화하기 위해서는 사이버무역에 대한 홍보강화, e-무역상사 육성, 사이버 수출상담장 확충, 수출중소기업 정보화지원 강화 등이 이루어질 필요성이 있다.

1) 사이버무역에 대한 홍보강화

중소기업의 경우 사이버무역의 필요성에 대해서는 대다수 기업들이 인정하고 있지만 접근방법이나 관련 웹사이트 등에 대해서는 모르는 경우가 많기 때문에 우선 수출에 관심 있는 기업을 대상으로 사이버무역에 대한 홍보활동을 강화하고 사이버무역 성공사례를 발굴하여 보급 홍보할 필요가 있다.

2) 인터넷 중소기업의 기업관을 e-무역상사로 육성

인터넷을 통한 중소기업 교역 활성화를 위해서는 인터넷 상에서 거래알선, 상담계약, 해외인증 획득, 각종 수출절차 대행을 지원하고 자문서비스를 제공할 수 있는 “e-무역상사를 중소기업지원센터”에 설립하고 이를 대외무역법상 전자무역 중개기관으로 지정할 필요가 있다. 이와 관련하여 새로운 기관설립보다는 기존의 전라북도 중소기업지원센터에 e-무역상사 기능을 확충하는 것이 바람직하다.

3) 사이버 수출상담소 개설

인터넷 중소기업관의 상설 사이버 수출상담장을 수출관련 기관의 해외지역본부(KOTRA 해외무역관 등)의 웹사이트에 설치하여, 고객의 니즈(needs)에 빨리 대응할 수 있는 수출상담소를 개설하여 운영할 필요성이 있다. 이러한 수출상담소는 우선 “중소기업진흥공단 전북지역본부, 중소기업 지원센터” 등에 먼저 설치하여 시범적으로 운영한 후 다른 기관으로 점차적으로 확대할 필요성이 있다.

4) 사이버무역기반 구축을 위한 정보화 지원강화

중소기업의 사이버무역 활성화를 위해서는 수출중소기업에 대해 기존의 웹사이트 구축단계 이상의 정보화 지원이 이루어질 필요가 있다. 우선 수출중소기업이 사이버무역에 참여할 수 있도록 하기 위해서는 사내정보화 ERP나 SCM 등의 경영정보시스템이 구축되어 있거나 구축할 의사가 있어야 한다. 이와 함께 인터넷 기반의 무역자동화 시스템과 기업내부정보화시스템을 통합 운영하는 “통합무역관리 솔루션”을 해당기업 정보화 사업 일환으로 수출업체에게 보급해야 한다.

6. 교역인력 양성

1) 대학의 교역실무교육 및 인력공급기능 강화

교역인큐베이터(Trade Incubator)사업 확대 및 내실화를 기해야 한다. 이는 전라북도 자체적인 교육뿐만 아니라 중앙정부와의 밀접한 유대관계를 활용한 사업도 필요한 것으로 보인다. 또한, 청년무역인력 양성사업을 내실화를 도모함에 있어 비영어권을 중심으로 바이어 발굴, 시장조사 등 해외마케팅능력이 떨어지는 현지 통상사무소를 활용해야 한다.

수출기업이 원하는 무역실무분야 개발을 위한 정기적인 설문조사를 통하여 맞춤형 무역실무교육 실시한다. 외환 및 관세분야 등 무역관련 전문가로 “무역실무교수단 Pool”을 구성, 대학의 무역실무교육을 보완하는 방법으로 현실적이며 기업에서 원하는 인재를 육성한다.

2) 무역업 종사자에 대한 재직자교육 확대

세계적인 교역환경 변화에 대응하여 무역아카데미에 전자무역 등 신규 강좌를 개설하고, 강좌규모도 확대할 필요가 있다.

특히, 재교육기회가 적은 재직자 대상 온라인교육(무역아카데미)을 실시함은 물론 장기적으로는 우수 대졸인력을 대상으로 무역실무, 외환, 마케팅, 전자상거래 등 종합적·체계적 지식을 교육하는 "전북 무역아카데미 설립"이 필요하다.

제2절 세부추진 과제

1. 국내·외 해외마케팅 지원을 위한 포털사이트 네트워크 구축

○ 필요성

- 현지지원 위주의 해외마케팅을 지원체계를 강화하기 위해서는 해외 현지지원이 가능한 모든 전라북도 전문기관이나 업체, 그리고 개인(전문가)으로 구성된 해외 마케팅 지원 네트워크를 구축할 필요성이 있음
- 해외 한상 네트워크, 전라북도 출신 기업(무역인), 해외 마케팅 지원이 가능한 현지 기관이나 인사, 전라북도내 해외시장개척요원, 최근 해외에서 복귀한 수출관련 인사, 수출 자문 서비스 제공이 가능한 특정지역이나 업종의 수출경험을 갖춘 전문기관, 업체, 개인 등의 Pool 구성하여 업체들이 활용하는 시스템 구축

○ 추진방법

- 해외마케팅 지원을 제공할 수 있는 전라북도 전문기관이나 업체 또는 개인의 데이터베이스(DB) 구축
- 수요자 접근이 용이하도록 수출 관련 포털사이트를 만들어 등재하거나 전라북도 전략산업 및 중소기업관련 웹사이트에 등재
- 포털사이트를 활성화하고 중소기업에게 효과적으로 지원을 하기 위해서는 중소기업이 포털사이트에 가입하도록 권유

○ 기대효과

- 전략산업 및 중소기업의 효과적인 수출지원 및 수출증대

2. 마케팅 컨설팅 지원 프로그램 구축

○ 필요성

· 정보수집 능력이 대기업에 비해 상대적으로 취약한 중소기업이 해외 시장진입 및 개척에 필요한 국가·품목별 및 해외 시장에서 경쟁하고 있는 기업등에 대한 세밀한 정보를 각 교역대상국의 현지국내 사정을 잘 파악하고 있는 전문기관이나 전문가 등을 통하여 수집·분석·배포함으로써 중소기업의 해외시장 진출을 원활하게 함

· 기업에서 해외시장에 적극적으로 진입할 수 있는 전략을 기획하고 추진하기 위해서는 간단한 해외 시장조사 차원이 아니라, 대상국별 해당기업에 맞는 마케팅 컨설팅이 필요함

○ 추진방법

· 대상국의 시장조사와 분석을 병행하여 제품디자인 개선 지원

· 대상국의 시장을 전략적으로 진입하기 위해서 철저한 시장조사를 통한 정확한 현지의 정보를 확보하여 제품의 차별화를 가능케 함

· 각종 인증획득 지원 병행

○ 기대효과

· 타켓시장 및 품목정보에 대한 정확한 수요예측 및 시장분석을 지원할 경우 해외시장 진출기업은 제품의 차별화·고급화를 위한 기술개발 및 생산 등에 보다 전념할 수 있어 경쟁력 있는 제품을 생산하여 수출의 효과를 높일 수 있을 것으로 예상함

3. 현지 진출업체와 네트워킹 프로그램 구축

○ 필요성

· 전라북도의 완성차업체와 협력하여 현지진출 전라북도 부품업체들이 공동 정보교류 및 공동 마케팅체제를 구축하여 해외 내수시장 진출을 확대할 수 있도록 업체 간 네트워킹화 사업의 지원필요

· 전라북도 중소수출기업에 대한 네트워킹화 사업이 특히 필요하고, 업체 차원에

서는, 해외 자동차부품산업이 확대·개방되고 있음에도 불구하고, 업체는 동반 진출과 재수입을 위한 투자에 머물러 있음을 분명히 인식하고 해외 내수시장 진출을 적극 모색할 필요가 있음

○ 현대자동차

- 1994년 9월 '무한기차공업총공사'와 같이 총투자금액 6백만 달러 규모의 미니버스 KD조립공장 계약을 체결, 1996년 5월부터 생산 개시
- 2002년 2월 '북경기차공업공고유한책임공사'와 MOU를 체결하여 '북경현대기차유한공사'를 설립하고 신규사업권 취득
- 양측의 지분비율은 50 대 50으로 현대차는 250백만 달러를 투자하여 2002년 10월부터 소나타를 생산하기 시작하여 2003년 말부터는 '아반테XD'(현지면: 엘란트라)를 추가 생산하였으며, 2005년도에는 SUV인 '투싼'을 추가투입하고 생산규모도 20만대로 확대추진
- 현대는 2008년까지 11억 달러를 투자하여 자동차 생산량을 2005년 20만대에서 60만대까지 늘린다는 계획을 추진 중
- 이를 위하여 북경현대기차에 제2공장 증설을 추진하고, 광저우 자동차집단과 현대상용차 간 2007년 10만대의 상용차 생산을 목표로 하는 MOU를 체결하였음

○ 기아자동차

- 기아자동차는 1996년 9월 '강소열달기차유한공사'와 MOU를 체결하여 '강소열달기아기차유한공사'를 설립하여 1997년 8월부터 프라이드모델(경형객차)을 조립생산
- 2001년 11월 長風기차집단의 '강소열달기아기차유한공사'에 대한 자본제휴에 합의, 새로운 합작회사인 '동풍열달기차유한공사' 설립
- 지분비율을 현대·기아 50%, 열달 25%, 동풍 25%로 하고, 지방정부 중점관리기업에서 중앙정부 관리 기업으로 변경하여 기아차가 동풍과 자본제휴를 통해 동풍자동차의 자회사함으로써 중국현지에 진출
- 2002년 10월부터 엑센트 부분변형 모델을 생산하고 2004년부터는 카니발과 옵티마 추가생산을 실시 중
- 생산규모를 현 5만대에서 기존 프라이드 외 전 차종을 생산하여 2004년 15만대로 확대한 후 장기적으로 30만대 규모로 확대할 계획

○ GM대우 자동차

· GM대우자동차는 GM 본사를 매개로 ShanhghiGM과의 협력을 추진 중

· ShanhghiGM은 GM대우자동차의 라세티 모델을 액셀로라는 이름으로 생산중이며, 이외에도 대우차에 근간을 둔 모델을 생산(스파크와 에피카)하고 있음

· 또한 대우에서 생산하여 시보레 브랜드로 판매하는 칼로스와 아베오를 중국내에서 판매하기 위하여 150여개의 시보레딜러망을 구축할 예정

· GM대우자동차는 GM을 통하여 중국자동차 업체인 Chery 자동차의 대우 자동차 디자인 모방과 관련된 분쟁 중에 있음

· 모방시비가 걸린 Chery 자동차 모델은 올해 시판된 모델인데 Chery의 Oriental Sun 모델은 대우의 매그너스 모델을, QQ모델은 마티즈를 모방한 것으로 보여짐

○ 추진 방법

· 현지생산 확대가 피할 수 없는 현실인 상황에서, 내수시장과 국내 재수입을 위한 생산에 집중하고 국내에서는 연구개발과 핵심 고기술 부품 생산에 집중하는 분업체계구축

· 해외에서는 범용 부품 및 모듈생산에 집중하고, 국내에서는 핵심 제품 생산과 연구개발에 집중이 필요하고, 전라북도는 기존 자동차부품육성정책의 연장선상에서 전라북도내 자동차부품업체의 대형화·집중화와 원천기술개발지원을 강화해야 함

○ 기대효과

· 전라북도에서 생산하여 해외 현지공장에 수출

· 전라북도 수출업체의 기술력 향상

4. 자동차 부품·소재업체의 글로벌 마케팅 체계 구축

○ 필요성

· 중소기업 거점기술 개발사업, 모듈화 단지 조성 및 지역특화사업 추진을 통한 모듈화 기술개발을 확대하고, 이를 통해 부품업체의 대형화·전문화를 유도함으로서 국내 부품업계의 해외 글로벌 소싱을 강화할 필요가 있음

○ 추진방법

· 자동차 부품업체와의 인력 교류, 해외 동반 진출시 중소 부품업체의 현지 정착 지원, 완성차·부품업체간 매칭펀드 방식의 공동기술 개발 등 대·중소기업 상생협력 사례에 대해서는 다양한 인센티브를 제공

· 완성차업체 인력의 중소 부품업체 파견 시 인건비 지원, 완성차·부품업체의 원가절감 및 공정개선의 공동수행 시 필요자금 지원 등 다양한 재정적 지원

· 해외 수요기업에 관한 정보 제공을 통해 전라북도내 중소 부품업체의 해외시장 접근성을 향상시키고, 중소 부품업체의 해외 마케팅을 위해 “해외 연락사무소 및 공동 오피스 설치, 전문 상담서비스” 제공 등 글로벌 마케팅 환경조성

○ 기대성과

· 부품·소재업체의 기술 개발 및 수출촉진

5. 해외 마케팅 지원 인력 집중 육성

○ 필요성

· 전라북도 중소기업들이 해외 마케팅에서 어려움을 겪고 있는 수출인력 부족문제를 해소하기 위해서는 해외 마케팅 인력 육성

○ 추진방법

· 해외현지 지원인력: 현지사정에 밝고, 전라북도 도내 중소기업과 의사소통이 원활하고, 해외마케팅 능력을 보유하고 있는 현지 마케팅 인력을 집중 육성

· 중소기업 재직자: 중소기업 재직자에 대하여 중소기업의 주력 해외 마케팅 개척 요원으로 육성

· 청년무역인력: 전라북도내 대졸 미취업자를 대상으로 중소기업 현장 경험 및 해외 시장 현장 경험을 통하여 청년 무역 인력을 양성

○ 기대효과

· 중소기업 해외 마케팅 지원 인력 양성과 청년 실업 해소

6. 전략산업분야별 Pilot Project 추진

○ 필요성

· 해외파트너와 산업별 전문 산업클러스터 추진단을 구성하고, 이러한 추진단의 구성은 ① 양 지자체의 전략산업의 글로벌 기업 육성 필요(전북 및 해외 지역) ② 전라북도의 핵심산업 해외시장 개척 활성화 ③ 상기의 과제를 실현하기 위한 공동기술개발 및 원천기술 보유 필요 ④ 원천기술 보유에 따른 글로벌 기업 육성전략 추진 가능 ⑤ 전략산업 별 분야별 인재 플랫폼 구축 필요

○ 추진방법

· 1단계(도내 대학+해외 대학)로는 양국 간 전략산업분야의 인력 및 기술교류

· 2단계(대학+기업)로는 인재 플랫폼 구축을 통한 공동연구/기술개발

· 3단계(대학+기업+지자체)로는 관련 산업의 공동기술개발, 원천기술육성을 통해 글로벌기업 육성

7. 교역 지역 간 분업체계 구축 프로그램

○ 필요성

· 전라북도의 대 해외 투자 증대가 가져오는 부작용의 하나는 제조업 공동화

· 생산 시설이 해외로 이전될 경우 그 시설을 따라 해외로 이동하는 인원은 생산을 총괄·감독 및 기술 지도하는 소수의 인력에 국한하게 되어 고용 문제가 심각해지는 요인으로 작용

· 비용 절감을 목표로 하는 해외로의 생산기지이전형 투자가 가속화한다면, 이는 해외 경제협력 증대가 전라북도 지역 경제의 위축을 초래

○ 추진방법

· 해외 진출이 불가피하다 하더라도 기업의 뿌리는 전라북도에 남겨두도록 하는 정책적 프로그램 구축

· 기업 입장에서도 기업의 가치사슬에서 총괄 기획, 핵심 R&D 등의 고부가가치 과정을 전라북도에서 수행하면서 해외 현지와의 분업 체계를 형성, 지역간 경제가 공동 발전해 갈 수 있는 전략 추진

○ 기대효과

· 기술공유 및 제조업 공동화 방지

8. 수출 기업 기술/무역상담회 개최

○ 필요성

· 전라북도 수출기업의 경쟁력 원천을 기술개발로부터 찾을 필요가 있으며, 이를 위해 교역지역간 특히, 도내 기업과 교역지역간 유망기업(중소형 기업)을 상호 매칭 시스템을 구축해 원천기술 보유 및 경협 활성화를 촉진할 필요가 있음

· 이를 위해 전라북도의 핵심 사업전략을 면밀히 검토하고 교역 지역간의 유망기업을 선정해 전라북도와 교역지역간 현지 지방정부 간 value chain을 구축

○ 추진방법

· 상대국의 유망기업을 선정해 전라북도와 현지 지방정부(지역중심)간 value chain을 구축할 수 있는 매칭시스템을 구축해 전라북도 기업과 직접 연결고리를 형성, 기술표준화를 통해 해외시장 개척

· 주관기관: 전라북도+해외기업 대표처

· 참가기업: 도내 수출기업+해외 수출기업

○ 기대효과

· 기술교류·인재육성 플랫폼 형성

· 기술계 주요 대학간/기업간 공동연구를 통해 기술표준화를 이루고 이를 통해 교역기업의 기술이 세계기술 표준이 되도록 하는 단위 호환성 효과 유도 상호 매칭 시스템을 통한 원천기술의 확보

· 전라북도 기업의 경쟁력 원천을 기술개발로부터 찾을 필요가 있으며, 이를 위해 도내 기업과 교역지역의 유망기업(중소형 기업)을 상호 매칭 시스템을 구축해 원천기술 보유 및 경제협력 활성화

제5장 결론 및 정책적 제언

제1절 결론

세계경제의 급속하게 글로벌화 됨에 따라 기업 및 국가의 경쟁력 향상을 위한 교역의 중요성이 부각되고 있다.

최근 전라북도의 수출은 전국의 수출 증가세를 크게 상회하는 높은 신장세를 지속하고 있다. 하지만 전라북도는 특정제품에 대한 수출의존도가 지나치게 높아 동 품목의 무역여건이 악화되거나 생산에 차질이 발생할 경우 교역경쟁력에 큰 타격을 줄 수 있어 향후 전라북도의 교역의 경쟁력은 약화될 가능성이 높다. 또한 전라북도에는 자동차관련 품목이 전체 수출의 절반이상을 차지하고 있지만, 이와 관련된 소재·부품산업 기반은 크게 취약한 점에 비추어 자동차 관련 소재·부품산업과 연계관계가 부족하다는 약점과 대기업 위주의 수출구조라는 문제점도 내재하고 있다. 이러한 문제점과 더불어 수출제조업체들을 분석하여 수출제조업체의 마케팅 수요와 수출 유망품목을 도출해 경쟁력 강화방안을 강구하였다.

전라북도 수출 제조업체의 해외마케팅의 수요 실태 분석에서는 수출제조업체가 해외마케팅시 활용하는 방법으로 해외전시회 참가, 개별 해외출장, 인터넷마케팅, 해외사절단 참가 등으로 나타났으며, 해외마케팅에 필요한 해외정보로는 해외바이어 정보, 해외시장 수요공급 동향, 국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차, 최신기술, 디자인 동향 등의 순서로 나타났다. 또한 시·도와 무역협회, 중소기업지원센터가 지원하는 해외마케팅 사업에 참가할 때 지원사항의 우선순위로는 부스 관련 지원에 높은 관심을 보이는 것으로 나타났으며, 향후 시·도와 무역협회, 중소기업지원센터가 해외마케팅지원을 위해 역점을 두어야 할 사항으로는 해외전시회 참가/시장개척단 파견지원, 해외시장개척 자금지원, 해외바이어 초청 상담회 개최 등으로 나타났다.

전라북도의 주요산업별 수출현황으로는 자동차 수출은 2003년 이후 매년 꾸준한 증가세를 나타내어, 전국의 자동차 수출에서 차지하는 비중도 완연한 상승추세에 있다.

전라북도의 자동차 부품 수출은 2002년 이후 폭발적인 성장세를 보였으나, 최근 들어 성장세가 둔화 혹은 감소추세로 반전되고 있으며, 전국의 자동차 부품 수출에서 차

지하는 비중도 2003년 11.0%에서 2006년에는 3.7%로 감소하였다.

섬유산업의 수출은 2004년까지는 꾸준한 증가세를 나타내어 전국의 섬유산업의 수출의 비중에서도 상승추세에 있었으나, 2005년에는 소폭 감소한 후 2006년에 다시 증가세를 보이고 있다. 전라북도 섬유산업의 수출이 전국의 섬유산업의 수출에서 차지하는 비중은 꾸준한 상승세를 유지하고 있다.

전라북도의 식품제조업의 수출은 2003년부터 2005년까지 꾸준한 증가세를 나타내어 전국의 식품제조업 수출의 비중에서도 소폭의 상승추세에 있었으나, 2006년에는 소폭 감소하는 현상을 보이고 있으며, 전국대비 비중에서도 2002년 1.3%에서 2005년 1.8%까지 소폭 상승세를 보였으나, 2006년에는 1.5%로 미미한 비중을 보이고 있다.

전라북도의 주요 산업별 수출 유망품목을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 자동차부품의 대세계 수출경쟁력 고려 시 수출유망품목으로는 수송용 트랙터나 특장차용 기타 부분품 및 부속품, 로드휠 및 그 부분품과 부속품, 서스펜션 및 그 부분품(쇽업쇼바 포함), 기어박스 및 부분품, 차량엔진용 부분품과 부속품, 버스용 엔진 포함 섀시부품 등으로 나타났다.

둘째, 섬유제품 수출유망품목으로는 워딩, 펠트, 부직포, 특수사, 끈, 코오디지, 로프, 케이블과 그 제품, 견(기타 직물), 인조장섬유(폴리에스테르 장섬유의 강력사, 폴리에스테르 장섬유의 기타 단사, 폴리에스테르 장섬유의 단사, 기타), 메리야스편물과 뜨게질 편물(면제의 루프파칠 편물, 기타), 메리야스 및 뜨게질 편물의 의류와 그 부품(플라스틱 고무를 침투·도포·피복한 장갑, 면제의 것, 면제의 스타킹, 기타 양말류), 의류와 그 부속품(브래지어), 기타 방직용 섬유제품, 니트, 중고의류, 중고 방직용 섬유제품, 넝마(합성섬유제의 텐트) 등으로 나타났다.

셋째, 조제식품 수출유망품목으로는 속을 채운 파스타, 파스타 기타, 따로 분류되지 아니한 조제식료품의 기타, 단백질 농축물과 텍스처화한 단백질계, 불활성 효모와 기타 죽은 단세포 미생물, 맥주, 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물의 기타 제품, 냉동한 조제 또는 저장처리한 기타 채소 및 채소의 혼합물 등으로 나타났다.

전라북도의 교역구조에 내재한 문제점과 수출제조업체들에 대한 분석을 기준으로 교역 경쟁력강화를 위한 방향을 제시해 보면 다음과 같다.

첫째, 수출제조업체 중심의 해외마케팅 지원정책을 수립하여 그들의 니즈에 맞는 효과적인 해외마케팅 지원정책을 제공하고, 효율적인 해외마케팅을 위하여 시·도와

무역협회, 중소기업지원센터 등의 수출지원기관과 협의체를 구성하여 기업의 애로사항을 해결할 수 있는 기업지원시스템을 구축하고, 뿐만 아니라 해외마케팅에 필요한 정보를 제공하는 시스템의 운영관리가 필요하다.

둘째, 수출증대와 수출을 통한 혁신역량을 강화하기 위해서는 내수기업의 수출기업화가 먼저 이루어져야 하고, 이를 위해서는 내수기업들의 수출에 대한 인식제고와 기존 수출기업과의 내수기업 간 수출경험이나 지식의 이전과 수출관련 정보를 공유할 수 있는 수출네트워크를 구축할 필요성이 있다. 이와 함께 수출네트워크를 활성화하기 위해서는 수출네트워크에 대한 인센티브 부여나 이들의 실제 해외마케팅 활동에 대한 지원방안을 마련할 필요성이 있다.

셋째, 산업간 연계를 강화하고 특정품목에 과중하게 의도하고 있는 수출 구조를 개선하여 특정품목의 무역 여건이 약화되거나 생산력이 저하될 시에도 교역경쟁력이 약화되지 않도록 하여야한다. 전라북도의 주요 수출 품목은 전국에 비해 생산 및 부가가치 유발효과가 높은 품목으로 구성되어 있으나 원료 및 부품을 타 지역에서 조달하여 생산한다면 실제 수출에 의한 생산 및 부가가치 유발액은 분석결과에 크게 미치지 못할 것이다. 이러한 이유로 수출에 의해 발생되는 생산 및 부가가치유발 효과가 역외로 유출되지 않고 지역 내로 환류될 수 있도록 산업간 연계를 강화할 필요성이 있다.

마지막으로 주요산업별 무역특화지수(TSI : Trade Specialization Index) 분석을 통한 전라북도의 수출 우위품목에서 선정된 각 주요산업 품목의 수출을 강화하고 우위품목으로 나타나지 못한 품목에 대하여 우위품목으로 발전할 수 있도록 하는 지원정책이 필요하다.

제2절 정책적 제언

국제경제의 개방화와 국제화 추세에 따라 전라북도는 지역경제의 성장을 위해 교역경쟁력을 강화할 필요성이 있다. 그러나 전라북도의 수출은 전국 수출액 수준으로 보면 상당히 미비한 수준이며, 지역내총생산(GRDP) 대비 수출 비율도 상승하였으나 그 비율이 전국의 수준에 미치지 못하고 있어 수출이 전라북도의 지역 경제에서 차지하는 중요도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 이에 전라북도는 보다 적극적인 교역경쟁력 강화 활동과 더불어 제도개선이 필요하다 할 수 있다.

① 중소기업의 수출증대를 위해서 대·중소기업간 협력을 통한 해외마케팅 활성화와 수출증대를 도모해야 한다. 해외마케팅의 활성화를 위해서 해외 마케팅 지원을 제공할 수 있는 전라북도 전문기관이나 업체 또는 개인의 데이터베이스(DB)가 구축되어야 하며, 마케팅 정보를 수요자 접근이 용이 하도록 수출 관련 포털사이트를 만들어 등재하거나 전라북도 전략산업 및 중소기업관련 웹사이트에 등재해야 한다.

② 정보수집 능력이 대기업에 비해 상대적으로 취약한 중소기업에서 해외시장에 적극적으로 진입할 수 있는 전략을 기획하고 추진하기 위해서는 간단한 해외 시장조사 차원이 아니라, 대상국별 해당기업에 맞는 마케팅 컨설팅이 필요하다. 이에 대상국의 시장을 전략적으로 진입하기위해서 철저한 시장조사를 통한 정확한 현지의 정보를 확보하여 제품의 차별화를 가능하게 하여야 한다.

③ 전라북도의 수출 증대와 교역경쟁력을 강화하기 위하여 내수기업의 수출기업화로의 전환이 필요하고 이를 위해서 내수기업들의 수출에 대한 인식제고와 기존 수출기업의 수출경험이나 지식의 이전과 수출관련 정보를 공유할 수 있는 수출네트워크를 구축해야 한다.

④ 중소기업의 수출역량 증대를 위하여 차별화된 수출금융 지원제도, 기술 및 디자인개발 지원제도, 정보화 지원제도 등의 지원이 이루어져야 한다.

⑤ 전자무역 활성화의 지원강화를 위해서 수출기업에 대해 기존의 웹사이트 구축단계 이상의 정보화 지원이 이루어질 필요가 있다. 우선 수출기업이 사이버무역에 참여할 수 있도록 하기 위해서는 사내정보화를 위한 ERP나 SCM 등의 경영정보시스템이 구축되어 있거나 구축할 의사가 있어야 한다. 이와 함께 인터넷 기반의 무역자동화시스템과 기업의 내부정보화시스템을 통합 운영하는 통합무역관리 솔루션을 해당기업 정보화 사업의 일환으로 수출업체에게 보급해야 한다.

⑥ 수출기업이 원하는 무역실무분야 개발을 위한 정기적인 설문조사를 통하여 맞춤형 무역실무교육 실시한다. 외환 및 관세분야 등 무역관련 전문가로 「무역실무교수단 Pool」을 구성, 대학의 무역실무교육을 보완하는 방법으로 현실적이며 기업에서 원하는 인재를 육성해야 한다.

⑦ 세계적인 교역환경 변화에 대응하여 무역아카데미에 전자무역 등 신규 강좌를 개설하고, 강좌규모도 확대할 필요가 있다. 특히 재교육기회가 적은 재직자 대상 온라인교육(무역아카데미)을 실시함은 물론 장기적으로는 우수 대졸인력을 대상으로 무역

실무, 외환, 마케팅, 전자상거래 등 종합적·체계적 지식을 교육하는 무역아카데미를 설립해야 한다.

⑧ 마지막으로 수출 관련 포털사이트를 활성화하고 중소기업에게 효과적으로 지원을 하기 위해서는 중소기업이 포털사이트에 가입하도록 권유하여야 하며 중소기업에 국제적으로 산업이 확대·개방되고 있음을 인지시켜 기업체가 해외시장 진출을 적극적으로 모색하게 유도해야 한다.

참 고 문 헌

김경모, “한국·일본·중국의 대미 수출경쟁력 변화추이와 결정요인에 관한 연구”, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2003

김정권, “한국중소기업의 수출마케팅전략과 성과의 구조적 관계”, 국제통상연구, 제8권 제2호, pp. 83~109, 2003

김지용, “한·중자동차 부품산업의 수출경쟁력 비교분석 -미국 자동차부품 수입시장을 중심으로-”, 통상정보연구, 제8권 제3호, 2006

박광서, “우리나라 중소수출기업을 위한 수출지원제도의 개선방안” 국제상학 제16권 제2호, pp. 323~344, 2001

박영태, “부산지역 중소수출기업의 인터넷무역 활성화 방안에 관한 실증적 연구”, 중소기업연구, 제24권 제1호, pp. 309~329, 2002

박정동, 김경희, “한·중 간 섬유 산업의 경합도 비교 분석”, 동북아경제연구, Vol.16. No.2, pp. 135~167, 2004

손용정, “한국제조업의 대미 수출경쟁력 변화분석”, 통상정보연구, 제8권 4호, pp. 1~17, 2005

심상렬, 문희철, “한국 수출기업의 인터넷을 이용한 사이버무역 구현 및 성과에 관한 연구”, 통상정보연구, 제2권 제2호, pp. 111~133, 2000

조택희, “충북의 무역구조와 수출경쟁력 분석”, 충북개발연구, 제13권 제2호, pp. 103~122, 2002

최영섭, 『무역특화지수를 통해 본 제조업 경쟁력 추이 분석』, 산업연구원, 2001

최해범, “경남지역 수출중소기업의 국제경쟁력 환경에 관한 연구”, 관세학회지, 제4권 제 3호, pp.157~183, 2003

한응수, “한국의 식품 수출경쟁력 분석”, 한국식품유통연구, 제22권 제3호, pp. 123~154, 2005

황윤진, “주요 교역상대국간 한국 산업의 동태적 비교우위 측정: 한국 산업의 유형별 산업내 무역지수와 무역특화지수 분석 연계를 중심으로”, 국제경제연구, Vol.12 No.2, pp. 71~98, 2006
통계청, 홈페이지, KOSIS
한국무역협회, 무역정보시스템(KOTIS)

해외마케팅 수요 설문조사

본 설문조사는 전북지역 수출업체의 해외마케팅 실태를 파악, 향후 업체의 해외마케팅 지원에 활용하기 위한 조사이오며, 회신내용은 비밀이 보장되오니 성실히 답변해 주시면 감사하겠습니다.

■ **보내실곳 : Fax 063-214-6993 전화 : 063-214-6991~2**
E-mail : cheonbuk@kita.net

☐ **응답자**

회사명			
주 소	(-)		
직 위		업 종	
성 명		주요 수출품목	
전 화			

1. 귀사가 현재 해외마케팅을 위하여 가장 많이 활용하는 방법은?(복수응답 가능)

① 해외전시회 참가 ② 해외사절단 참가
③ 인터넷 마케팅 ④ 마케팅 에이전트 활용
⑤ 카탈로그 배포 ⑥ 개별 해외출장
⑦ 기 타( )

2. 귀사의 해외마케팅에 가장 필요한 해외정보는?(복수응답 가능)

① 상품정보 ② 해외시장 수요공급 동향
③ 경쟁기업 동향 ④ 해외 바이어정보
⑤ 최신기술/디자인 동향 ⑥ 국가별 무역규제 및 수출입 관련인증절차
⑦ 기 타( )

3. 상기 해외마케팅 정보의 수집방법은?(복수응답 가능)

① 해외전문잡지 등 ② 인터넷(검색엔진 등)
③ 수출지원기관(무역협회, 중소기업지원센터, KOTRA 등)
④ 동종업체 ⑤ 지사/해외출장
⑥ 기 타( )

4. 전라북도에서는 년간 30여회 이상 해외마케팅 지원사업(해외전시회, 시장개척단 파견 등)을 시행하고 있습니다. 만일 귀사가 시·도의 해외마케팅 지원사업을 활용하지 못했다면 그 사유는?

① 지원제도를 몰라서 ② 우리회사와 맞지 않아서
③ 지원내용/수준이 미흡하고 성과가 없을 것 같아서
④ 신청하였으나 업체 선정과정에서 탈락되어서
⑤ 참가 자금이 부족해서 ⑥ 기 타( )

5. 해외전시회/시장개척단 등 최근 2년간 귀사의 해외마케팅 현황은?

구 분	명 칭	국가(도시)	시 기	비 고
해외전시회	① ② ③			
해외시장 개척단	① ② ③			
기타				

※ 부족시 별지 사용

5 - 1 과거 해외전시회/시장개척단 사업에 참가한 적이 있는 경우 그 효과는?

① 매우높다 ② 높은 편이다 ③ 보통이다 ④ 낮은 편이다 ⑤ 매우 낮다

5 - 2 효과가 적었다면 그 이유는? (위 문항 ③,④,⑤를 답한 경우)

① 당사의 사전 준비 미흡 ② 지원기관의 준비 및 진행 미흡
③ 참가 후 사후관리 미흡 ④ 구매력 있는 바이어의 부재
⑤ 기 타( )

6. 귀사가 금년 하반기와 내년에 꼭 참가하고 싶은 해외전시회는?

구 분	명 칭	국가(도시)	시 기	비 고
해외전시회	① ② ③			

※ 우선순위별로 세 개까지 기재

7. 시·도의 해외시장개척단 파견 시 귀사가 가장 선호하는 국가와 도시는?

국가명	① ② ③	도시	① ② ③
이유		이유	

※ 우선순위별로 세 개까지 기재 / 부족시 별지 사용

8. 시·도와 무역협회·중소기업지원센터가 지원하는 해외마케팅 사업에 참가할 때 지원사항의 우선순위는? (우선순위를 괄호 안에 기입해 주십시오.)

① 부스임차료 ( ) ② 부스장치비 ( )
③ 항공료 ( ) ④ 운송비 ( )
⑤ 숙박비 ( ) ⑥ 통역비 ( )
⑦ 전용차량비 ( ) ⑧ 기타 ( )

9. 향후 시·도와 무역협회·중소기업지원센터가 해외마케팅지원을 위해 가장 역점을 두어야 할 사항은 ? (2~3개 복수응답 가능)

① 해외 전시회 참가/시장개척단 파견 지원 ② 해외바이어초청 상담회 개최
③ 해외 정보제공(품목, 국가, 바이어 등) ④ 해외시장개척 자금지원
⑤ 주요거점지역 통상사무소 설치 확대 ⑥ 무역 전문인력 양성
⑦ 인터넷무역지원 ⑧ 수출보험 등 위험관리 지원
⑨ 기타( )

10. 기타 해외시장개척 관련 시·도와 무역협회·중소기업지원센터에 건의하고 싶은 사항은?

귀중한 시간을 할애해 주셔서 대단히 감사합니다!!!.

전발연 2007-R-03

전라북도 교역 경쟁력 강화 전략

-산업별 수출 경쟁우위 품목선정을 중심으로-

발 행 인 | 신 기 덕

발 행 일 | 2007년 10월 31일

발 행 처 | 전북발전연구원

560-014 전북 전주시 완산구 중앙동 4가 1번지
전화:(063)286-9201 팩스:(063)286-9206

http://www.jd.re.kr

ISBN : 978-89-92471-21-3 93320

본 출판물의 판권은 전북발전연구원에 속합니다.