

## FTA 체결에 대비한 임산물 경쟁력 수준과 수출전략품목 분석

장우환\* · 권용덕<sup>1</sup>  
경북대학교, <sup>1</sup>밀양대학교

### A Study on the Competitive Position of Korean Forest Products and Strategic Exportable Goods

Woo Whan Jang\* and Yong Duck Kwon<sup>1</sup>  
Kyungpook National University, Daegu 702-701, Korea  
<sup>1</sup>Miryang National University, Miryang 627-702, Korea

**요 약:** 이 연구는 일본·중국·아세안과의 FTA체결에 대비하여 우리나라 임산물 시장에서 경쟁력 수준을 파악하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하는데 목적이 있다. 이를 위해 1999~2003년간 수입점유율과 수출경쟁력을 이용한 경쟁위치모형을 도출하여 국가간, 품목간 경쟁력 수준을 9가지로 유형화하고 수출전략 품목을 도출하였다. 분석결과, 우리나라의 수출전략 품목은 단기임산물의 경우 송이, 밤, 감, 대추 등이며, 임산물의 경우 섬유관, 마루판, 합판 목재 등이 도출되었다.

**ABSTRACT:** This paper examines the relative competitive position of Korean forest products market over period of 1999 to 2003 and selects strategic exported goods from its position provide against concluding FTA agreement with China, Japan and ASEAN. The portfolio approach is used to develop competitiveness-market share matrix. The position of major export countries on the competitiveness-market share matrix will be in one of nine cells, with differing implications for their role in Korean forest products market. Based on the competitiveness-market share matrix, Major export countries are divided into first cell type, third cell type and ninth cell type and the items of ninth cell type are chosen as strategic exportable goods.

**Key words:** competitive position, competitiveness, strategic export, BCG matrix, GE matrix

## 서 론

### 1. 연구배경 및 목적

아시아에 대한 EU의 영향력 확대와 2005년 미주자유무역지대(FTAA) 출범으로 거대 경제블럭이 형성됨에 따라 세계 경제는 지역주의 구도가 극도로 팽창하여 장기적으로 NAFTA와 EU, 동북아시아의 3극 구도 체제로 재편될 가능성이 높을 것으로 예상된다. 특히 지역무역협정 체결의 무풍지대였던 동북아 지역에서도 FTA 체결에 따른 변화의 양상을 보여 가장 강력한 성장지역으로 급격히 부상하고 있다. 일본은 2001년에 싱가포르와 경제동반자협정(EPA)을 체결하였으며, 2004년에 멕시코와 자유무역협정을 위한 협상을 타결하였다. 또한 태국, 말레이시아, 필리핀 등 아세안 회원 국가는 우리나라와 자유무역협정 공식 협상에 착수하였다.

이러한 변화의 흐름에 맞추어 우리나라도 주요 국가 및 지역과 동시다발적인 FTA를 추진하겠다는 정책의지를 밝힌 것은 주지하는 바이다. 현재 칠레와 FTA가 발효 중이고 싱가포르와는 2004년에 협상을 맺었고 일본과는 올해 타결 목표로

협상하고 있다. 이 외에도 아세안(동남아국가연합)·유럽자유무역지대(EFTA)·멕시코 등과 공동연구를 진행 중이고 캐나다·인도 등과도 공동 연구를 추진할 계획에 있는 것으로 알려져 있다.

이와 같은 동시다발적 FTA 추진은 지역주의의 경쟁적 확산에 따른 경제적 고립화를 최소화하는 동시에 궁극적으로 보다 안정적인 거대시장을 확보하기 위한 전략적 사고에서 비롯된 것이다. 그 동안 FTA가 농업과 임업에 미치는 영향에 대한 분석은 연구에 따라 차이를 보이지만 대체적으로 긍정적인 파급효과를 가져올 것이라는 점에 대해서는 이견을 보이지 않고 있다(어명근 외, 2000; 신동천 외, 2001; 정인교, 2003; 최세균, 2004). 현재 진행중인 한·칠레 FTA를 제외하고는 아직 충분한 여건이 성숙되지 않았지만 여러 국가 및 지역과의 FTA의 필요성을 인식하고 그에 대한 충분한 대비를 하는 것은 대단히 중요한 일이 아닐 수 없다. 한·일 FTA, 한·중·일 FTA, 한·아세안 FTA 등 대부분 FTA는 농업 등 특정 분야를 배제하지 않고 모든 분야에서 포괄적으로 추진되므로 임업 분야도 이에 대비해야 할 것으로 보인다.

FTA 체결에 앞서 대비해야 할 대책에는 이것이 가져올 경

\*Corresponding author  
E-mail: wwjang@knu.ac.kr

제 전반적 이익과 함께 부문별 파급효과에 대한 다각적이고 깊이 있는 분석은 물론 상대국의 협상전략에 대한 적절한 대응전략도 함께 강구해야 할 것이다. 무엇보다도 글로벌 경쟁 체제에서 시장경쟁력을 갖춘 수출전략품목을 조속히 선정하여 이를 적극 개발하는 방안은 대응전략 중에서 그 중요성이 매우 큰 과제라 아니할 수 없을 것이다. 이를 위해서는 우선적으로 국내시장에서 주요 수출국의 경쟁력에 대한 철저한 분석이 선행되어야 한다. 특정 단일국가 비교방식에서 벗어나 주요 수출국과 수입품목을 한 테이블에 놓고 전체 차원에서 이들의 역학관계를 조망할 수 있는 전략적 접근 방법이 필요하다.

국내 임산물 수입시장처럼 수입품목과 수출국이 다수인 수입 다변화 구조하에서 특정 국가 중심의 비교분석은 세세한 수치에 집착한 나머지 자칫 협상 전략의 밑그림을 그리는데 필요한 전반적인 구도와 방향성을 놓칠 위험성이 존재하기 때문이다. FTA 체결에 대비한 각국별 양허계획서 작성에 앞서 각 품목에 대한 내부적인 양허 원칙과 기준에 따라 세분화된 품목별 이행계획서를 수립해야 할 것이다.

본 연구는 향후 한·일·한·중·일, 한·아세안 FTA 체결에 대비하여 효과적인 대응방안을 수립하고자 일본·중국·아세안 국가를 대상으로 국내 임산물 시장에서 경쟁력 수준을 파악하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하는데 목적이 있다.

2. 연구범위와 구성

본 연구에서 연구대상으로 하는 국가는 일본, 중국, 아세안이며, 시계열 범위는 1999년~2003년까지로 하였다. 분석에 사용된 자료는 각국별 수출입액(HS코드 10자리 기준, \$), 우리나라 실행관세 등을 사용하였으며, 수출경쟁력은 수출입 자료를 이용하여 추정하였다. 논문의 구성은 2장에서 수출경쟁력 계수와 수출경쟁력/시장점유율 matrix의 도출과정을 설명하였다. 3장에서는 수출경쟁력/시장점유율 matrix를 적용하여 연도별 3개국의 경쟁위치와 아울러 대응분석을 통한 동태적 경쟁위치를 도출하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하였다. 마지막으로 이러한 연구결과를 바탕으로 FTA 체결에 따른 관세의 기간내 철폐 가능성, 주요국별 경쟁력 변화 양상, 수출전략품목 분석에 대한 정책적 함의를 정리하였다.

연구방법

1. 수출경쟁력 계수

최규섭(1996)은 국별 경쟁력을 측정하는데 복잡성을 피하고 수출입 크기만으로 측정지표를 단순화시키기 위하여 다음과 같이 수출경쟁력 계수 산출식을 새로이 구성하였다. 일반적으로

표 1. 수출(또는 무역)경쟁력 계수의 크기와 그 의미

구분	요소상황	계수상태	의미
1	$KF_{ij} = FK_{ij} = 0$	해당없음	
2	$FK_{ij} > KF_{ij} = 0$	$CN_{ij} = 2$	상대국 높음
3	$FK_{ij} > KF_{ij} > 0$	$1 < CN_{ij} < 2$	↑
4	$KF_{ij} = FK_{ij} > 0$	$CN_{ij} = 1$	경쟁력 균형
5	$0 < FK_{ij} < KF_{ij}$	$0 < CN_{ij} < 1$	↓
6	$0 = FK_{ij} < KF_{ij}$	$CN_{ij} = 0$	자국 높음
범위	$KF_{ij}, FK_{ij} \geq 0$	$0 \leq CN_{ij} \leq 2$	

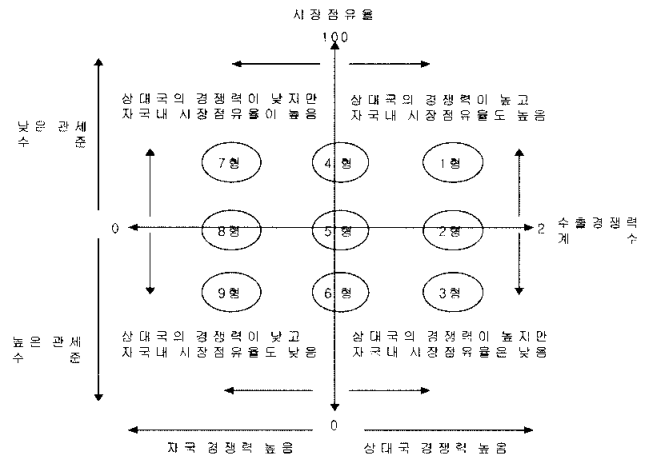


그림 1. 수출경쟁력과 시장점유율 matrix.

로 자국이 비교국에 수출한 양과 비교국이 자국에 수출한 양이 같다면 양국의 수출능력은 같다고 보며 이때 두나라 수출량에 대한 자국의 수출량은 양국 교역량의 절반수준이 된다고 하였다. 그러나, 자국의 수출량이 상대국보다 적다면 자국의 수출능력은 상대국보다 낮다고 본다. 그러므로 비교국에 대한 자국의 수출능력은 자국수출량을 두나라 수출량의 합계로 나누어준 비율이라고 보았다. 즉, 비교국에 대한 자국의 수출액을 자국과 비교국이 서로 상대방 국가에 수출한 수출액의 합으로 나누어 주면 비교국에 대한 자국의 수출경쟁력 계수를 도출하였다. 이때 2를 곱하여 준 것은 계수의 하한과 상한을 0이상에서 2까지의 범위를 주기 위한 조정치에 해당된다.

식 (1)은 자국에 대한 상대국의 수출경쟁력계수(CN<sub>ij</sub>)의 산출식을 나타낸 것이다. 여기서 KF<sub>ij</sub>는 상대국 j에 대한 자국 i의 수출액을 의미하며, FK<sub>ij</sub>는 자국 i에 대한 상대국 j의 수출액이다. CN<sub>ij</sub>는 자국 i에 대한 상대국 j의 수출 또는 무역경쟁력 계수를 나타낸다. 0에 가까울수록 자국의 경쟁력이 높아지고, 2에 가까울수록 상대국의 경쟁력이 높다는 것을 의미한다.

$$CN_{ij} = \frac{FK_{ij}}{KF_{ij} + FK_{ij}} \times 2, \quad 0 \leq CN_{ij} \leq 2 \quad (1)$$

단, i=1...n(자국), j=1...m(상대국) i≠j

2. 수출경쟁력 계수와 수입점유율 Matrix

본 연구에서는 수출경쟁력의 대리 변수로는 수출경쟁력 계수를, 수입저항력 변수로는 계량화가 가능한 (실행)관세를 사용하였다. 자국내 시장점유율은 상대국의 수출경쟁력 계수와는 양(+)의 관계, 자국의 관세수준과는 음(-)의 관계를 보인다면, 수출경쟁력 계수가 높을수록(↑) 시장점유율은 증가하고(↑), 관세 수준이 낮을수록(↓) 시장점유율은 증가(↑)할 것이다. 또한 동일한 수출경쟁력 수준이라도 관세 수준의 크기에 따라 시장점유율이 상대적으로 증가할 수도 있고 감소할 수 있다. 따라서 양국간의 수출경쟁력이 동일하더라도 자국내 시장점유율이 높다는 것은 자국의 관세수준이 상대적으로 낮다는 것을 의미한다.

수출경쟁력계수와 관세수준 및 수입점유율 변수간의 관계를 바탕으로 국내에 수입되는 임산물의 경쟁위치와 유형을 분

표 2. 시장점유율과 수출경쟁력계수 그리고 관세간 Pearson 상관관계

구 분	일본(N=93)		중국(N=128)		아세안(N=99)	
	수출경쟁력	관세	수출경쟁력	관세	수출경쟁력	관세
1999(시장점유율)	0.135	0.017	0.704***	0.252***	0.429***	-0.003
2000(시장점유율)	0.404***	-0.047	0.532***	0.301***	0.495***	0.025
2001(시장점유율)	0.384***	-0.042	0.564***	0.192**	0.478***	-0.036
2002(시장점유율)	0.405***	0.143	0.551***	0.186**	0.416***	-0.095
2003(시장점유율)	0.328***	-0.007	0.421***	0.256***	0.317***	-0.062
5년평균(시장점유율)	0.388***	0.019	0.599***	0.273***	0.441***	-0.036

주: 1) \*\*(<math>p</math><math>< 0.05</math>), \*\*\*(<math>p</math><math>< 0.01</math>).

2) 품목코드는 HS코드 6자리이며, 5년간 수입실적이 없는 품목은 제외하였음.

류하기 위한 경쟁위치모형을 도식화하면 <그림 1>과 같은 수출경쟁력 계수와 시장점유율 matrix(Competitiveness and Market share matrix)를 도출할 수 있다<sup>1)</sup>.

1형, 2형, 3형은 상대국이 자국보다 수출경쟁력이 높은 품목에 해당된다. 수입저항력(관세 수준) 수준에 따라 수입점유율의 크기는 1형>2형>3형 순이다. 4형, 5형, 6형은 자국과의 경쟁력이 동일한 품목에 해당된다. 수입저항력(관세 수준) 수준에 따라 수입점유율의 크기는 4형>5형>6형 순이다. 7형, 8형, 9형은 자국의 경쟁력이 상대적으로 높은 품목에 해당된다. 수입저항력(관세 수준) 수준에 따라 수입점유율의 크기는 7형>8형>9형 순이다.

### 연구결과

#### 1. 수출경쟁력계수와 관세의 수입점유율에 대한 상관분석

이론적인 9개 유형이 현실적으로 어떻게 반영되고 실현되는지를 살펴보기 위해 3개 변수간 상관분석을 통해 이들의 영향관계의 방향과 강도를 알아보았다. <Table 2>는 시장점유율과 수출경쟁력계수 그리고 관세의 Pearson의 상관계수를 도

출한 것이다. 1999년 일본의 경우를 제외하고 시장점유율과 수출경쟁력 계수간의 방향은 정(+의) 관계로 나타났으며 그 강도는 일본(5년간 평균)이 0.388, 중국(5년간 평균)이 0.599, 아세안(5년간 평균)이 0.441로 높게 나타났다. 한편 관세와 시장점유율의 방향을 살펴보면, 중국의 경우 양(+의) 관계를 보인 반면, 일본과 아세안은 전반적으로 음(-의) 관계를 보이고 있다. 관세 수준이 일본 및 아세안 임산물의 국내시장 잠식을 어느 정도 제어하는 요인으로 작동하고 있음을 알 수 있다.

#### 2. 국별 경쟁위치 유형화 분석

##### 1) 일본 임산물 분석결과

<표 3>은 우리나라에서 일본 임산물의 경쟁위치를 분석한 것이다. 5년간 평균을 기준하였을 때, 93개 품목중 우리나라보다 경쟁력이 높은 품목은 12개 품목에 불과한 반면 경쟁력이 유사하거나 낮은 품목이 각각 3개, 78개인 것으로 나타났다. 경쟁위치 유형별로는 1형이 2개 품목, 3형 10개 품목, 6형이 3개 품목, 9형이 78개 품목이다.

1형의 경우 관세수준(평균)은 8.0%로 낮고 시장점유율(평균)은 72.4%로 높게 나타났다. 3형은 낮은 관세 수준인 7.6%에 시장점유율은 4.1%, 6형은 6.9% 관세수준에 평균 11.6%의 시장점유율을 보이고 있다. 9형은 10.7% 관세수준에 4.9%의 시장점유율을 보이고 있다.

1999년부터 2003년까지 1형 품목의 시장점유율은 100%→68.1%→93.1%→88.5%→78.0%로, 3형 품목의 시장점유율은 4.3%→7.8%→7.3%→1.4%→2.3%로, 6형 품목의 시장점유율은 8.2%→2.5%→10.4%→6.1%→4.5%로 점점 하락하는 경향을 보이고 있다. 반면에 9형 품목의 시장점유율은 3.1%→2.7%→1.7%→3.3%→2.9%로 큰 변화를 보이지 않는다. 전반적으로 점차 9형 중심으로 품목의 비중이 증가하고 있고, 우리나라보다 상대적으로 경쟁력이 높은 품목인 1형과 3형의 시장점유율이 점차 하락하고 있어 국내시장에서 경쟁력 있는 주력 품목의 감소와 이에 대한 시장지배력 약화현상이 현저하게 드러나고 있다.

##### 2) 중국 임산물 분석결과

<표 4>는 우리나라에서 중국 임산물의 경쟁위치를 분석한 것이다. 5년간 평균을 기준하였을 때, 128개 품목중 우리나라보다 경쟁력이 높은 품목은 64개 품목이고 경쟁력이 유사하거나 낮은 것은 각각 5개, 59개 품목인 것으로 나타났다. 경쟁위치 유형별로는 1형 23개, 2형 5개, 3형 36개, 5형 3개, 6형 2개, 7형 1개, 8형 3개, 9형이 55개 품목으로 나누어지지만 1형과 3형 및 9형이 대부분을 차지하고 있다.

<sup>1)</sup>본 분석에서는 사용된 matrix는 기본적으로 BCG Matrix의 수정모형이라고 할 수 있다. 일반적으로 시장점유율과 성장률 또는 경쟁력 크기를 matrix의 형태로 이용하여 경쟁군을 분류하고 경쟁위치(competitive position)를 파악하는 방법을 포트폴리오 분석(portfolio approach)이라고 한다. 지금까지 대표적인 포트폴리오 분석방법은 BCG(Boston Consulting Group)의 성장률/시장점유율 Matrix (Growth/Share Matrix)와 GE(General Electric)의 Industry Attractiveness/Business Strength Matrix가 있다(Stern and Stalk 1998; Collis et al., 1999; Pearce and Robinson, 1994). 이외에도 Jose(1996)은 GE Matrix를 수정하여 MA(Market Attractiveness)와 EA(Environmental Attractiveness)를 바탕으로 한 9개 cell로 이루어진 ES(Environmental Strategy) Matrix를 개발하였다. 이처럼 경쟁군을 결정하는 지표는 다양하지만, 본 분석의 경우 시장법위가 국내 수입임산물이고 수입품목에 대한 정보(수입액, 수입량, 관세 등)가 명확하고 수출국 또한 식별이 가능하기 때문에 수입품목과 수출국의 경쟁위치를 결정하는 기준지표로 수출경쟁력 계수와 수입점유율의 단일지표를 사용하였다. 수출경쟁력 계수에 대한 범위는 0~2로써 0에 가까울수록 자국 경쟁력 우세, 1이면 동등, 2에 가까우면 경쟁국 우세(자국 열세)로 범주화하였다. 수입점유율은 총수입액중 특정국가 품목이 차지하는 비율로 계산하였으며, 수입점유율 60%이상을 높음, 40~60% 중간, 40%미만을 낮음으로 범주화하였다. 분석대상 국가는 일본·중국·아세안 3개국이며, 자료범위는 1999년~2003년이다.

표 3. 일본 임산물의 경쟁위치 유형화 분석 결과

연도별	$\chi^2$ 통계량	수출 경쟁력 계수	시장점유율								
			높음			중간			낮음		
			빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)
1999	2.9	자국 열세	1	8.0	100	-	-	-	13	8.6	4.3
		동등	-	-	-	-	-	-	4	5.9	8.2
2000	9.5**	자국 우세	1	13.0	100	4	10.3	48.5	70	10.8	3.1
		자국 열세	1	8.0	68.1	1	6.5	42.9	12	6.6	7.8
2001	11.5**	동등	-	-	-	1	4.7	52.8	4	7.3	2.5
		자국 우세	-	-	-	2	16.5	50.0	72	11.0	2.7
2002	26.9***	자국 열세	2	8.0	93.1	-	-	-	13	7.7	7.3
		동등	-	-	-	-	-	-	3	6.9	10.4
2003	9.5**	자국 우세	-	-	-	4	11.0	48.6	71	10.8	1.7
		자국 열세	2	5.0	88.5	1	8.0	55.4	8	6.7	1.4
5년간 평균	13.8***	동등	-	-	-	1	8.0	50.0	1	4.7	6.1
		자국 우세	-	-	-	2	50.0	45.8	78	9.8	3.3
		자국 열세	1	8.0	78.0	1	8.0	59.4	10	7.6	2.3
		동등	-	-	-	-	-	-	1	4.7	4.5
		자국 우세	1	6.5	68.2	-	-	-	79	10.7	2.9
		자국 열세	2	8.0	72.4	-	-	-	10	7.6	4.1
		동등	-	-	-	-	-	-	3	6.9	11.6
		자국 우세	-	-	-	-	-	-	78	10.7	4.9

주: \*\*( $p < 0.05$ ), \*\*\*( $p < 0.01$ ).

표 4. 중국 임산물의 경쟁위치 유형화 분석 결과

연도별	$\chi^2$ 통계량	수출경쟁력 계수	시장점유율								
			높음			중간			낮음		
			빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)
1999	59.2***	자국 열세	18	18.0	86.7	8	6.0	50.9	22	6.4	15.7
		동등	-	-	-	5	14.5	48.3	5	6.1	11.4
2000	33.8***	자국 우세	-	-	-	2	29.0	49.9	68	12.0	4.6
		자국 열세	21	16.0	82.6	14	11.6	48.9	29	6.2	15.7
2001	43.2***	동등	-	-	-	4	17.4	49.9	4	10.2	17.1
		자국 우세	4	20.3	83.0	2	35.5	49.0	50	11.1	4.8
2002	41.8***	자국 열세	20	16.6	84.5	9	5.3	45.0	31	7.5	16.6
		동등	-	-	-	4	15.4	48.9	2	6.4	15.1
2003	58.1***	자국 우세	1	8.0	97.7	4	25.6	44.4	57	12.2	7.4
		자국 열세	26	14.9	89.3	13	10.5	49.3	33	7.1	14.1
5년간 평균	43.0***	동등	-	-	-	5	13.9	48.6	4	19.7	21.4
		자국 우세	1	6.5	80.0	2	42.0	46.3	44	11.2	7.8
		자국 열세	27	14.1	82.6	10	9.1	50.7	35	7.4	14.5
		동등	-	-	-	8	23.8	49.0	1	4.7	16.8
		자국 우세	4	21.0	87.1	2	21.0	45.6	41	10.8	8.3
		자국 열세	23	15.9	77.6	5	51.3	36.0	36	6.0	20.9
		동등	-	-	-	3	19.8	48.1	2	6.4	9.8
		자국 우세	1	50.0	61.3	3	14.7	47.7	55	12.2	11.8

주: \*\*\*( $p < 0.01$ ).

1형의 경우 관세수준(평균)은 15.9%이고 시장점유율(평균)은 77.6%로 높게 나타났다. 3형은 낮은 관세 수준인 6%에 시장점유율은 20.9%, 9형은 12.2% 관세수준에 11.8%의 시장점유율을 보이고 있다.

1999년부터 2003년까지 1형 품목의 시장점유율은 86.7%→

82.6%→84.5%→89.3%→82.6%로, 3형 품목의 시장점유율은 15.7%→15.7%→16.6%→14.1%→14.5%, 9형 품목의 시장점유율은 4.6%→4.8%→7.4%→7.8%→8.3%의 변화를 보이고 있다.

1999년부터 2003년까지 1형 품목수는 18개→21개→20개→26개→27개로, 3형 품목수는 22개→29개→31개→33개→35개,

표 5. 아세안 임산물의 경쟁위치 유형화 분석 결과

연도별	통계량	수출 경쟁력 계수	시장점유율								
			높음			중간			낮음		
			빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)	빈도수	관세 (평균)	점유율 (평균)
1999	12.5**	자국 열세	9	6.1	80.6	9	8.6	48.0	24	6.7	8.2
		동등	1	0	67.7	1	5.0	46.0	6	7.8	14.8
		자국 우세	1	13.0	100	5	26.8	52.3	43	10.0	4.4
2000	16.3***	자국 열세	10	6.3	80.3	8	13.3	53.2	28	7.8	12.9
		동등	1	5.0	72.5	1	0	41.5	5	17.3	19.9
		자국 우세	1	13.0	72.2	1	34.0	48.7	44	9.0	5.6
2001	20.2***	자국 열세	7	5.1	84.7	8	8.0	49.0	32	8.4	14.7
		동등	2	2.0	64.4	-	-	-	3	6.9	23.0
		자국 우세	1	9.0	66.6	-	-	-	46	11.3	6.0
2002	8.9**	자국 열세	8	4.8	81.5	6	8.8	52.4	40	8.4	13.9
		동등	1	5.0	67.2	-	-	-	4	20.5	14.5
		자국 우세	-	-	-	2	14.5	48.7	38	9.9	5.1
2003	7.3	자국 열세	7	4.4	83.5	7	9.4	47.6	38	8.0	12.3
		동등	1	5.0	67.9	-	-	-	4	12.3	21.0
		자국 우세	2	6.5	80.5	1	8.0	42.0	39	11.5	4.5
5년간 평균	19.4***	자국 열세	6	5.1	85.2	11	7.7	48.2	31	8.4	13.5
		동등	1	5.0	64.3	-	-	-	3	6.9	11.7
		자국 우세	-	-	-	1	13.0	48.0	46	11.0	9.1

주: \*\*( $p < 0.05$ ), \*\*\*( $p < 0.01$ ).

9형 품목수는 68개→50개→57개→44개→41개의 변화를 보이고 있다. 전반적으로 우리나라보다 경쟁력이 높은 1형과 3형의 품목수와 시장점유율이 동시에 증가하고 있어 국내 임산물 시장에서 중국의 시장지배력이 점차 확대되고 있음을 알 수 있다.

3) 아세안 임산물 분석결과

<표 5>는 우리나라에서 아세안 수입 임산물의 경쟁위치를 분석한 것이다. 5년간 평균을 기준하였을 때, 99개 품목 중 우리나라보다 경쟁력이 높은 품목은 48개 품목, 경쟁력이 유사하거나 낮은 것은 각각 4개, 47개 품목인 것으로 나타났다. 경쟁위치 유형별로는 1형이 6개, 2형 11개, 3형 31개, 4형 1개, 6형이 3개, 8형 1개, 9형이 46개 품목인 것으로 나타났다.

1형의 경우 관세수준(평균)은 5.1%이고 시장점유율(평균)은 85.2%로 높게 나타났다. 3형은 8.4% 관세수준에 시장점유율은 13.5%, 4형은 5% 관세수준에 64.3%의 시장점유율을 보이고 있다. 6형은 6.9%의 관세수준에 11.7%의 시장점유율을 보이고 있고, 9형은 11% 관세수준에 9.1%의 시장점유율을 보이고 있다.

1999년부터 2003년까지 1형 품목의 시장점유율은 80.6%→80.3%→84.7%→81.5%→83.5%로, 3형 품목의 시장점유율은 8.2%→12.9%→14.7%→13.9%→12.3%, 9형 품목의 시장점유율은 4.4%→5.6%→6.0%→5.1%→4.5%의 변화를 보이고 있다. 1999년부터 2003년까지 1형 품목수는 9개→10개→7개→8개→7개로, 3형 품목수는 24개→28개→32개→40개→38개, 9형 품목수는 43개→44개→46개→38개→39개의 변화를 보이고 있다. 전반적으로 각 유형별 품목군에서 시장점유율에는 큰 변화가 없는 것으로 보인다. 주목되는 부분은 우리나라보다 경쟁력이 높은 1형의 품목수와 경쟁력이 상대적으로 낮은 9형의 품목수가 점차 감소하는 반면에 3형의 품목수가 계속 늘어나는

현상이다. 1형 품목에 대해서는 대중국과의 경쟁에서 상대적 열세를 보여 점차 영향력을 상실하는 반면 대일본과 대한민국에 대해 3형과 9형의 경쟁에서 상대적인 우위를 확보한 결과로 풀이된다.

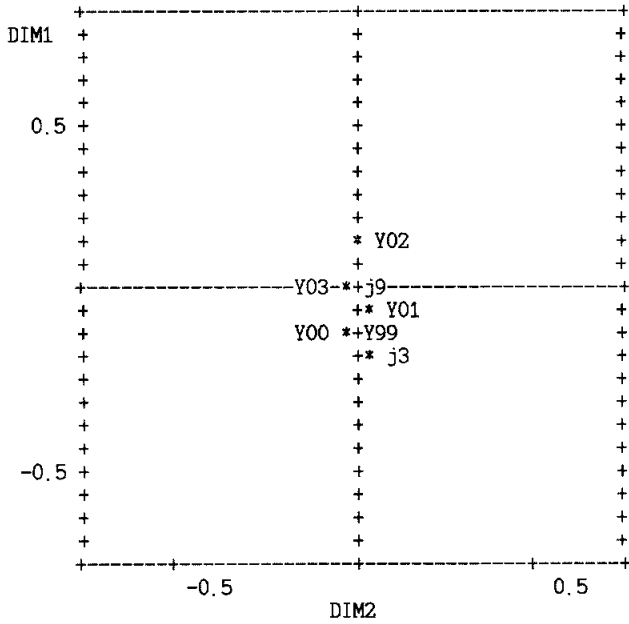
3. 국별 경쟁위치 변화 분석

각국의 경쟁위치 유형이 시간변화에 따라 어떻게 변화하고 있을지를 파악하는 문제는 우리나라 임산물 수입시장의 경쟁력 판도 변화를 도출하여 국가별로 종합적이고 다각적인 대응전략을 수립하는데 필요한 작업이라 할 수 있다. 앞 절에서 분석된 계수적인 차원의 설명으로는 우리나라 임산물 시장에서 주요 경쟁국간의 경쟁력 우위 및 열위 관계의 변화과정을 명확하게 그려낼 수 없는 단점이 있다<sup>2)</sup>.

이처럼 분할표가 제시하는 정보는 단편적이고 분산적이어서 범주들간의 입체적이고 종합적인 정보를 도출할 수 없는 한계를 내포하고 있다. 좀 더 범주들간의 대응관계를 기하적으로 보여줌으로써 정보 활용도를 높일 수 있는 대응분석(correspondence analysis)방법을 이용하여 주요국의 주요 경쟁 품목군의 변화를 살펴보았다.

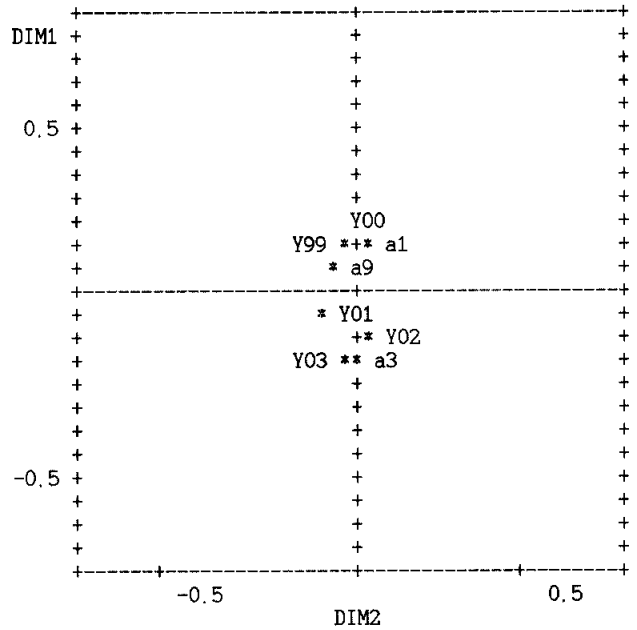
<그림 2>~<그림 4>는 각각 일본, 중국 그리고 아세안의 임산물에 대한 대응분석의 결과이다. 먼저 일본의 경우를 살펴보면, 1999년~2001년 동안 한국 수입임산물 시장에서 일본 임산물의 경쟁위치 유형은 3형으로 비록 시장점유율은 상대적

<sup>2)</sup>전술한 portfolio matrix는 특정 시점에서 경쟁위치를 판독해 주는 것으로 일종의 정태적(static) 분석에 해당된다. 정태적 portfolio matrix방법으로는 시간 변화에 따른 경쟁위치를 정확히 판독할 수 없는 문제점이 있다. 시간 변화를 고려한 경쟁위치 matrix로는 Hofer (1977)의 Life-Cycle portfolio matrix가 있는데 이것은 각 산업의 성장단계(개발-성장-성숙-정점-후퇴)와 경쟁력(높음-중간-낮음)을 차원변수로 한 9개 cell로 구성되어 있다.



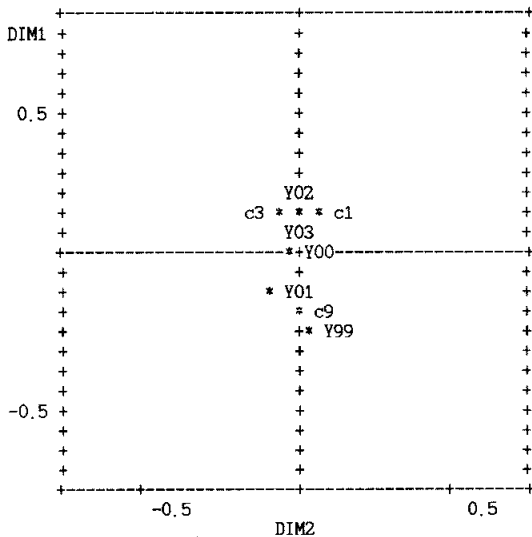
모형의 차원적합도=99%,  $\chi^2$ 통계량=3.94  
 보기: Y99= 1999년, j3=일본 3형

그림 2. 일본 임산물의 대응분석 결과.



모형의 차원적합도=99%,  $\chi^2$ 통계량=7.24  
 보기: Y99= 1999년, a3=아세안 3형

그림 4. 아세안 임산물의 대응분석 결과.



모형의 차원적합도=99%,  $\chi^2$ 통계량=16.57\*\*, \*\*(<math>p</math><math><0.05</math>)  
 보기: Y99= 1999년, c3=중국 3형

그림 3. 중국 임산물의 대응분석 결과.

4. 수출전략품목 분석

1) 경쟁우위품목 분포

앞에서 경쟁위치 1~9형중에서 1~3형에 해당하는 품목은 우리나라의 수출(무역)경쟁력이 상대적으로 열세인 품목이며, 4~6형은 상호 수출(무역)경쟁력이 비슷한 품목을 의미한다. 7~9형은 우리나라의 수출(무역)경쟁력이 상대적으로 우세인 품목군에 해당되는데, 특히 9형에 해당되는 품목은 우리나라 입장에서 수출가능품목에 해당된다고 할 수 있다.

9형을 중심으로 일본·중국·아세안에 대한 경쟁우위품목의 분포를 비교해 보면 수출가능품목 분야에 대한 정보를 파악할 수 있다. 우선 우리나라가 일본, 중국, 아세안의 각각에 대해 수출경쟁력 우위를 가지고 있는 품목수는 각각 78개(57.4%), 55개(40.4%), 46개(33.8%)로 나타났다.

한편 우리나라가 일본·중국·아세안에 모두 수출경쟁력 우위를 가지고 있는 품목수를 보면 비교대상 품목 136개 가운데 19개 품목에 불과하여 14%의 품목에 있어서 대일·대중·대아세안 경쟁력 우위에 있다. 대일·대중 수출경쟁력 우위에 있는 품목은 32개 품목으로 23.5%, 대일·대아세안 수

표 6. 일본·중국·아세안의 경쟁력 우위품목 분포(HS 6 Digit 기준)

구분	빈도수	%
대일 우위	78	57.4
대중 우위	55	40.4
대아세안 우위	46	33.8
대일, 대중, 대아세안 우위	19	14.0
대일, 대중 우위	32	23.5
대일, 대아세안 우위	30	22.1
대중, 대아세안 우위	28	20.6
계	136(100.0)	

으로 낮지만 경쟁우월적인 위치를 점하고 있었으나, 2002년~2003년도로 넘어오면서 점차 9형으로 변화하면서 점차 열세적 위치로 전환하고 있음을 확인할 수 있다.

중국의 경우, 1999년~2001년 동안 한국 수입임산물 시장에서 중국 임산물의 경쟁위치 유형은 9형이다가 2002년에 들어오면서부터 점차 1형과 3형으로 전환되고 있음을 알 수 있다.

한편 아세안의 경우는 1999년~2000년 까지 우리나라 수입 임산물 시장에서 아세안 임산물의 경쟁위치 유형은 1형과 9형이었던 것이 2001년에 들어오면서부터 점차 3형으로 전환되고 있음을 알 수 있다.

표 7. 경쟁우위유형과 MCA 및 PBT를 바탕으로 한 수출전략품목 선정

단위 : %, 천달러

HSK	품목명	경쟁위치유형			MCA <sup>1)</sup>	PBT <sup>2)</sup>	수출전략품목
		일본	중국	아세안			
060290	소나무 및 기타 산림수	9	9	.	0.5	.	
070959	송이 및 표고버섯(신선/냉장)	9	1	.	1.3	.	○
071239	송이버섯 및 송로(건조)	.	9	.	1.2	-1,944	○
080240	밤	9	7	.	17.8	9,076	○
081090	감, 대추(신선)	.	9	.	.	542	○
120999	참나무 및 기타 산림수종자	9	3	.	3.3	-2,288	
140490	조각용 종자, 저피 및 기타식물잎	9	9	9	1.9	.	
200819	밤(조제저장처리)	9	9	9	.	-4,082	
210690	도토리분	9	1	.	.	-1,358	
440200	성형 및 기타목탄	9	3	1	.	-1,410	
440690	기타(케도용 침목)	9	2	9	3.1	.	
440710	삼나무 및 기타(침엽수류 제재목)	9	9	9	.	-1,304	
440729	캐루잉 및 기타(열대산 제재목)	9	9	4	0.04	.	
440799	자단 및 기타 제재목	9	9	9	.	-3,335	
440839	화이트라왕 및 열대산 목재단판	9	9	9	.	-1,382	
440890	기타 단판	9	9	9	.	-7,760	
441111	섬유판(0.8 g/cm <sup>3</sup> 초과)	9	9	2	13.8	1,393	○
441119	마루판 및 기타	9	9	3	4.1	2,822	○
441121	섬유판(0.5-0.8 /cm <sup>3</sup> )	9	6	2	1.8	3,797	○
441129	마루판 및 기타	9	9	2	.	-1,270	
441199	기타 섬유판	9	9	3	9.4	-1,291	
441213	열대산합판	9	3	1	0.1	-2,015	
441214	활엽수합판	9	9	9	.	2,022	○
441219	침엽수합판	9	9	9	14.6	25,389	○
441510	목재케이스, 상자 및 포장용기 등	9	3	3	1.6	3,037	○
441520	패렛, 박스패렛 등	9	1	9	1.0	-923	
441830	파아컷트 패널	9	3	9	.	2,179	○
441890	기타 건축용 목재건구 및 목공품	9	9	3	3.8	-2,725	
441900	목재의 식탁용품 및 주방용품	9	1	3	0.2	-4,052	
442090	칠기제품	9	3	6	1.4	323	○
442190	보빈, 스펀, 쿵	9	2	9	0.3	3,557	○
460210	대나무 및 등나무 제품	9	1	3	7.5	.	

주: 1), 2) 추정치는 어명근외, 2004에서 재인용.

출경쟁력 우위에 있는 품목은 30개 품목으로 22.1%, 대중·대아세안 수출경쟁력 우위에 있는 품목은 28개 품목으로 20.6%에 불과한 실정이다.

우리나라의 경쟁우위품목의 분포 특성을 살펴보면 국별로 수출경쟁력이 있는 품목이 상이하며 중복되는 수출경쟁력이 있는 품목의 수가 상대적으로 적어 모든 국가에 대해 절대우위를 점할 수 있는 품목의 확보가 매우 저조한 상태임을 알 수 있다.

<sup>3)</sup>시장비교우위지수(MCA)는 현시비교우위지수(RCA: Revealed Comparative Advantage)와 유사한 개념으로 전세계 대신 특정 시장을 목표로 한다는데 차이점이 있다. 특정 국가가 특정 시장에 수출한 품목의 비중이 그 나라의 시장 평균 점유율에 대한 비중의 추이를 보아 국제경쟁력을 판단하는 지표이다. 일본시장에서 MCA가 1보다 크면 한국임산물 경쟁력이 높은 것으로 해석하면 된다.

· 산출공식 = 
$$\frac{\text{특정시장의 수출국의 특정상품 수출액 비중}}{\text{특정시장의 수출총액중 수출국의 수출액 비중}} \times 100$$

2) 수출전략품목 선정

수출가능품목은 우리나라가 비교적 경쟁력을 가지고 있다고 판단될 수 있는 9형 품목을 기본 대상으로 하고, 여기에 MCA(Market Comparative Advantage)<sup>3)</sup>를 이용한 수출시장(일본)에서 우리나라 임산물의 경쟁수준, 그리고 FTA 체결의 파급효과를 감안하여 선정하였다.

수출시장에서 우리나라 임산물의 경쟁수준을 계측하기 위해서는 수출시장별(일본, 중국, 아세안)로 경쟁수준을 계측하여 종합적인 판단을 내려야 하나 여기서는 이들 국가에 대한 자료부족으로 일본에서 우리나라 임산물의 경쟁수준만을 제시하였다. 그리고 FTA 체결에 따른 파급효과도 수출시장별로 각각 계측하여야 하나 동일한 포맷의 자료 확보가 어려워 한·일 양국간 잠재교역액(PBT: Potential Bilateral Trade)<sup>4)</sup> 만을 이용하였다.

이들 세 가지 평가지표(즉 Competitive position, MCA,

<sup>4)</sup>양국간 잠재교역액(PBT) 산출식은  $PBT = \min(\text{수출국의 } i \text{ 품목의 총수출액, 수입국의 } i \text{ 품목 총수입액}) - (\text{수출국이 수입국으로 현재 수출하는 금액})$ 이다.

PBT)를 바탕으로 수출전략품목을 도출하면 단기임산물의 경우 송이, 밤, 감, 대추 등인 것으로 나타났으며, 임산물인 경우는 섬유판, 마루판, 합판(활엽수, 침엽수), 목재케이스 등이다.

## 요약 및 결론

본 연구는 향후 한·일은 물론 한·ASEAN FTA 체결에 대비하여 효과적인 대응방안과 협상 전략을 수립하기 위한 전 단계로서 국내 임산물 시장에서 각국의 경쟁력 수준을 파악하고자 하였다. 경쟁력 측정지표로서 시장점유율과 수출 또는 무역경쟁력 matrix를 이용하여 각국의 경쟁력 수준과 이들의 변화과정을 도출하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하였다.

FTA 체결에 앞서 내부적으로 검토해야 할 사항은 첫째 무관세화로 허용해야 할 품목은 어떤 품목이며 관세의 기간내 철폐 품목은 어떤 것이 있는가? 이 물음에 접근하기 위해서는 우선적으로 국내 임산물과 수입 임산물의 경쟁력 수준을 계수적으로 구체화할 수 있어야 한다는 점이고 이를 통해 각 품목의 경쟁유형을 도출해야 한다는 점이다. 둘째, 무관세화 및 관세의 기간내 철폐수준을 결정하기 위해서는 그 동안 관세가 수입억제를 위한 요인으로 작용하였는가를 규명하는 것이다. 셋째, 자유무역확대에 따라 글로벌 경제체제에서 시장 경쟁력을 갖춘 품목들은 어떤 것이 있으며 특히 향후 한국 임산물 산업의 성장을 주도할 수출전략품목은 무엇인가 등에 대한 구체적인 대안들이 제시되어야 한다는 것이다.

이들 3가지 문제를 종합적이고 체계적으로 해결하기 위해서 수입점유율과 수출경쟁력을 이용한 경쟁위치모형(Competitive Position Model)을 도출하여 국가간, 품목간 경쟁력 수준을 유형화하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하였다. 본 연구의 분석결과를 토대로 관세의 기간내 철폐 가능성, 주요국별 경쟁력 변화 양상, 주요 수출전략품목 분석 등에 대한 경제적, 정책적 함의를 정리하면 다음과 같다.

먼저 관세의 기간내 철폐 가능성 측면에서 살펴보면, 중국 임산물은 관세와 수입점유율간에 정(+)의 관계를 보여 관세가 중국산 임산물의 국내유입을 억제하는 장치로서 역할은 미미한 것으로 나타났다. 반면 일본 및 아세안 임산물의 경우, 일부 연도를 제외하고는 통계적으로 유의성이 떨어지긴 하지만 음(-)의 관계를 보여 관세가 수입점유율을 제어하는 수입저항력으로써 역할을 보이고 있는 것으로 나타났다. 따라서 수입제한 수단으로서 관세의 기간내 철폐 효과는 중국산의 경우 그 실효성이 미미한 반면 일본산과 아세안산의 경우 단기적으로 수입을 억제하여 국내 임산물 산업을 보호할 수 있는 효과를 발휘할 것으로 보인다.

다음으로 주요국별 경쟁력 변화 양상을 살펴보면, 중국은 3형과 9형의 품목이 감소한 반면에 1형의 품목이 지속적으로 증가하는 경향을 보이고 있다. 일본은 3형 중심의 품목에서 9형 중심의 품목으로 변화되는 경향을 보인다. 아세안은 1형과 9형의 감소와 상대적으로 3형의 품목이 증가하는 양상을 보인다. 우리나라 임산물시장에서 경쟁력 구도는 품목에 차이를 보이지만 전반적으로 1형 중심의 중국, 3형 중심의 아세안, 9형 중심의 일본 구도로 중국의 영향력과 입지가 급속히 증가하고 있다.

이를 바탕으로 한 협상대응전략 방향을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 FTA는 근본적으로 관세를 낮추어 자유무역을 확대화하는데 있으므로, 기본 대응전략 방향은 크게 무관세화(즉시 철폐) 전략, 관세의 기간내 철폐 전략(장단기)으로 구분할 수 있

다. 상술한 분석결과를 토대로 분류하면, 먼저 무관세화 전략에 해당되는 품목 조건은 국내 임산물보다 월등히 높은 경쟁력 수준을 보이고 전적으로 국내 산업토대가 전무하여 수입 임산물에 전적으로 의존하는 품목으로 1형의 품목이 해당된다. 다음으로, 관세의 단기간내 철폐 전략에 해당하는 품목의 조건은 국내 임산물의 경쟁력이 높아 상대적으로 국내 시장점유율이 낮은 품목으로 9형의 품목이 해당된다. 마지막으로, 관세의 장기간내 철폐 전략에 해당되는 품목은 국내 시장점유율이 낮지만 국내 임산물보다 경쟁력은 높은 품목으로 3형의 품목이 여기에 해당된다. 관세수준을 낮출 경우 국내시장의 유입이 증가하고 국내 임산물 산업에 큰 영향을 줄 수 있는 품목이다.

경쟁위치 1~9형 중에서 1~3형에 해당하는 품목은 우리나라의 수출(무역)경쟁력이 상대적으로 열세인 품목이며, 3~6형은 상호 수출(무역)경쟁력이 비슷한 품목을 의미한다. 7~9형은 우리나라의 수출경쟁력이 상대적으로 우세인 품목군에 해당된다. 수출전략품목은 국내 임산물시장은 물론 수출시장에서 경쟁력 수준으로 바탕으로 도출되어야 하는데 국내 경쟁위치와 MCA를 이용한 수출시장(일본)에서 경쟁수준 그리고 PBT를 이용한 무역전환효과를 고려해 볼 때 수출전략품목은 단기임산물 경우는 송이, 밤, 감, 대추 등이며, 임산물로는 섬유판, 마루판, 합판, 목재 등인 것으로 분석되었다.

본 연구는 국내 임산물 시장을 중심으로 주요 수출국의 경쟁력을 관별하고 이를 통해 수출전략품목을 도출하고자 하였으나 여러 한계점을 보여주고 있다. 자료와 시간적 제약에서 연유하기 하지만 일본 및 중국 그리고 아세안 시장에서 국내 임산물의 경쟁력 분석이 이루어지지 않는 점, 현상적 분석으로 그친 주요 수출국의 경쟁유형변화에 대한 발생원인 규명의 부족 등과 같은 비판적 시각은 본 연구의 한계점이자 향후 지속적으로 규명되어야 할 과제라고 판단된다.

## 인용문헌

1. 신동철 외, 「한·일 FTA 체결의 파급효과 분석을 위한 CGE 모형 개발」 한국농촌경제연구원 정책연구보고 P46, 2001.
2. 어명근 외, 「임업분야 WTO 뉴라운드 대응방안 연구」, 한국농촌경제연구원 용역연구보고 C2000-29, 2000.
3. 정인교, 「한·일 FTA의 경제적 영향과 협상에 대한 시사점」 「한·일 FTA와 한국농업」 한국농촌경제연구원 세미나자료집, 5-42, 2004.
4. \_\_\_\_\_, 「한·일, 한·싱가포르 FTA 추진동향과 대응방안」 「나라경제」 제157호, 18-22, 2003.12.
5. 최규섭, 주요국의 요소비용경쟁력과 국제경쟁력에 관한 연구, 부산대학교 대학원 경제학박사학위논문, 1996.
6. 최세균, 「한·일 FTA의 농업부문 파급영향과 과제」 「한·일 FTA와 한국농업」 한국농촌경제연구원 세미나자료집, 43-94, 2004.
7. 최용석, SAS 대응분석의 이해와 응용, 자유아카데미, 2001.
8. Abell, D. F., and J. S. Hammond, *Market Planning*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1979.
9. Collis, D., Campbell, A., and Goold, M., *Harvard Business Review on Corporate Strategy*, Harvard Business School Press, 1999.
10. Hofer, C.W., "Conceptual Constructs for Formulating Corporate and Business Strategies", *Boston: Harvard Case Services*, 1977.
11. Hofer, C.W., and D. Schendel, *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, West Publishing, 1978.
12. Jose, P. D., "Corporate Strategy and the Environment: a Portfolio Approach", *Long Range Planning*, 29(1996): 462-472.
13. Lauenstein, M., "The Strategy Audit", *Journal of Business Strategy*, Winter(1984): 87-91.
14. Pearce II, J. A. and R. B. Robinson, JR, *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy*, IRWIN, Inc., 1994.
15. Stern, C. W., and G. Stalk Jr., *Perspectives on Strategy*, The Boston Consulting Group, 1998.