일본 수입촉진정책의 주요 내용 및 평가

金恩志

KIEP 對外經濟政策研究院

일본 수입촉진정책의 주요 내용 및 평가

金恩志

KIEP 대외경제정책연구원

국문요약

일본의 수입증가 추세는 대내외적 요인에 의해 지속됨에 따라 일본의 무역수지흑자는 축소될 것으로 전망된다. 대내적 요인은 엔고와 장기불황, 기업간의 경쟁격화 등이며, 대외적 요인은 장기불황에 따른 소비자의 저가수입품 선호 경향, 일본 기업의 해외직접투자 증가에 따른 역수입의 증가, 제조업의 가격경쟁 격화 등을 꼽을 수 있다. 이와 같이 일본에서 수입의 필요성이 확대되는 한편, 일본 기업은 동아시아와의 상호의존관계가 심화되고 있다. 이렇게 볼 때 일본의 장기불황은 동아시아 국가들에 있어 일본 시장 진출의 기회를 제공하고 있다.

하지만, 2001년 한국의 대일수출은 오히려 감소하였고, 한국상품의 일본 시장점유율도 축소하였다. 이처럼 한국은 일본시장에서의 기회를 포착하지 못하고 대부분을 중국으로 넘겨주고 있다는 데 문제가 있다. 이에 한국 기 업은 일본 수입시장의 기회를 활용하기 위해서는 무엇보다 제품의 시장경 쟁력 향상을 위해 노력하는 한편, 전략적으로 일본의 수입촉진정책과 연계 시킨 대일수출 방안을 모색하는 것도 바람직하다.

제2장에서 살펴본 수입촉진정책의 전개 과정과 일본 기업의 수입촉진정책 활용 실태를 요약하면 다음과 같다. 전후 일본에서는 수출촉진과 수입 규제를 기조로 하는 무역정책이 수립되었고, 이를 기초로 외화할당제 중심의 수입정책이 마련되었다. 하지만, 1970년대 일본의 수출이 급격히 증가하여 무역수지 불균형이 심화됨에 따라 무역마찰에 대한 대응책으로서 수입촉진정책이 마련되기 시작하였다. 1980년대 후반 플라자 합의 이후 엔화가치의 급상승은 내외가격차를 심화시키는 결과를 낳았다. 이러한 배경하에 1990년대 일본 정부는 수입촉진정책이 심각한 내외가격차를 시정함

으로써 소비자이익을 증진하고, 국내외 기업간 경쟁을 통하여 일본의 고비용구조를 개선하기 위한 전략으로서 활용하였다. 이와 같이, 수입촉진정책의 목적은 대내외적 상황의 변화에 부응하면서 변화해 왔다는 사실을 알수 있다.

일본 정부가 이처럼 수입촉진정책을 위한 일련의 노력을 기울였으며, 각각의 정책은 각종 실적과 수치를 바탕으로 성과를 거두었다고 일본 정부스스로 평가하고 있다. 그러나 MIPRO가 2000년 실시한 '중소기업의 수입의소사' 결과에 의하면, 중소기업의 수입촉진정책에 대한 인식은 아직도 매우 낮으며, 이에 따른 저조한 이용 실적이 문제점으로 지적되었다.

제3장에서는 주요 수입촉진정책인 세제 및 정책금융 지원, 수입촉진지역 정비, JETRO의 수입촉진사업, 시장개방고충처리체계, MIPRO의 제품수입촉진사업 등 각각의 목적과 전개 과정 및 특징을 정리하고 평가해 보았다. 수입촉진정책은 일본이 수입을 확대하기 위한 방안 중의 하나로서 의의가 있는 것은 확실하다. 그러나 주요 수입촉진정책의 기여도를 일률적으로 평가하기는 어렵지만, 현재의 수입촉진정책이 산업구조와 무역구조의변화에 대응하면서 상기의 목적을 달성하였는가에 대해서는 충분히 대응하지 못하였다는 의견이 우세하다. 또한, 수입촉진정책이 대외적 배려를위한 하나의 홍보체계에 불과하다는 지적과 대일 수출기업들의 비관세 장벽에 대한 불만을 해소시키지 못하고 있다는 비판이 제기되고 있다. 따라서 일본 정부는 현시점에서 수입촉진정책을 시대적 변화에 부응하는 새로운 정책으로 변화, 발전시키는 것이 바람직하다. 그 방향성은 세제 및 금융지원 차원이 아니라 수입을 활성화하기 위한 근본적인 방안으로서 수입제도의 규정 및 절차상의 투명성을 제고할 수 있는 차원으로 전개되어야할 것이다.

제4장에서는 수입촉진정책의 평가 및 활용방안을 제시하였다. 일본의 수입촉진정책 가운데 한국기업을 비롯한 해외기업이 활용할 수 있는 정책

은 그리 많지 않은 것이 사실이다. 하지만, OTO는 한국 기업이 일본의 비관세장벽을 극복하기 위한 방편으로 활용될 여지가 매우 크다. 이에 한국 정부도 일본의 수입촉진정책 활용에 대한 소극적 자세를 탈피하여 한일 FTA 체결시 최혜국대우 차원에서 OTO에 한국 전담반을 설치하거나 한국 기업의 대일 ACCESS 개선위원회를 설립할 수 있도록 요구하는 적극적인 자세가 요청된다.

차 례

| 국 문 요 약1 |
|-------------------------------|
| 제1장 서론 9 |
| 1. 연구 목적 9 |
| 2. 연구 방법 및 구성 10 |
| 제2장 일본 수입시장 구조의 변화······11 |
| 1. 수출입 추이와 수입구조 |
| 가. 수출입 추이 11 |
| 나. 수입구조의 변화 13 |
| 2. 수입구조의 특징 18 |
| 제3장 수입촉진정책의 추진 배경과 활용 실태 20 |
| 1. 배경 및 전개 과정 20 |
| 가. 폐쇄경제체제에서 개방경제체제로의 전환 20 |
| 나. 무역마찰회피를 위한 수입촉진정책 기반 형성 20 |
| 다. 수입촉진정책의 강화 22 |
| 라. 고비용구조 개선을 위한 수입촉진정책 23 |
| 2. 수입촉진정책의 체계 24 |
| 3. 일본기업의 수입촉진정책 활용 실태 26 |

| 제4장 일본 수입촉진정책의 주요 내용 30 |
|-----------------------------|
| 1. 세제 및 정책금융 지원 30 |
| 가. 수입촉진세제 |
| 나. 수입촉진을 위한 정책금융 |
| 다. 평가 및 문제점 |
| 2. 수입촉진지역(FAZ) 정비 |
| 가. 목적 및 전개 과정 37 |
| 나. FAZ의 유형별 특징 |
| 다. FAZ의 주요 지원정책 ······ 42 |
| 라. 평가 및 문제점45 |
| 3. JETRO의 수입촉진사업46 |
| 가. 목적 및 전개과정 46 |
| 나. 주요 사업 내용 47 |
| 다. 평가 및 문제점 49 |
| 4. 시장개방고충처리체계(OTO) 50 |
| 가. 목적 및 전개 과정 50 |
| 나. OTO의 운영체계 및 실적51 |
| 다. 평가 및 문제점 55 |
| 5. 제품수입촉진협회(MIPRO) ····· 58 |
| |
| 제5장 수입촉진정책의 평가 및 활용방안60 |
| 1. 수입촉진정책의 요약 및 평가60 |
| 2. 한국기업의 활용방안 64 |
| 참고문헌 66 |
| Executive Summary 67 |

표 차례

| <丑 | 2-1> | 일본의 수출입 및 무역수지 추이 12 |
|----|-------|--------------------------------|
| <翌 | 2-2> | 일본의 지역별 수입비중 추이13 |
| <翌 | 2-3> | 일본의 품목별 제품수입 추이15 |
| <班 | 2-4> | 일본 기계기기 품목의 무역특화지수 및 수입침투도의 |
| | | 변화 |
| <翌 | 2-5> | 일본의 10대 수입상품 추이 18 |
| <班 | 3-1> | 일본 정부의 시기별 주요 수입정책 및 실시 배경 23 |
| <班 | 4-1> | 세제 및 금융 지원 대상품목 32 |
| <班 | 4-2> | 수입촉진세제의 대상기업 및 공제내용 33 |
| <班 | 4-3> | 수입촉진을 위한 정책금융기관별 융자제도 34 |
| <班 | 4-4> | 수입촉진기반강화 융자제도의 대상사업 및 융자 내용 34 |
| <班 | 4-5> | FAZ의 주요 시설 및 설립 시기 41 |
| <班 | 4-6> | FAZ의 주요 지원조치 43 |
| <翌 | 4-7> | 수입국가별 접수 사항 52 |
| <翌 | 4-8> | OTO의 연도별 접수 사항 53 |
| <翌 | 4-9> | 개별고충처리 상황 54 |
| <翌 | 4-10> | › 한국의 개별고충 신청 및 처리상황······· 56 |
| | | |

그림 차례

| <그림 | 3-2> | 수입촉진정책의 체계 | 24 |
|-----|------|------------------------------|----|
| <그림 | 3-3> | 수입촉진정책에 대한 중소기업의 인식 | 27 |
| <그림 | 3-4> | 수입을 시행하는 기업 중 수입촉진정책의 이용 현황… | 28 |
| <그림 | 3-5> | 일본 정부에 요청하는 수입촉진정책 | 28 |
| <그림 | 4-1> | 22개 FAZ의 유형별 특징 | 39 |
| | | | |

제1장 서 론

1. 연구 목적

잃어버린 10년이라는 장기불황 기간 동안 일본의 수입증가율은 수출증 가율을 상회하였고, 무역수지 흑자는 1999년부터 수입시장의 확대로 인하여 3년 연속 감소추세를 나타냈다. 최근 일본의 무역수지 악화 추세는 역수입의 증가와 소비자의 저가격지향 구매패턴 등의 요인으로 수입이 증가함에 따라 앞으로도 지속될 것으로 예상된다. 하지만 일본의 수입수요가들어감에도 불구하고, 2001년 한국의 대일수출은 오히려 감소하여 한국상품의 일본시장 점유율이 축소되었다. 이는 일본의 경기부진에 따른 면도 있지만, 한국 수출상품의 경쟁력 약화와 수출상품의 구성이 경기에 민감하거나 수요가 줄어들고 있는 상품들로 구성되었기 때문인 것으로 보인다.

이에 한국기업은 변화하는 일본시장의 특징을 파악하고, 일본시장을 공략할 수 있는 적극적인 수출전략과 경쟁력 향상을 위한 노력을 강구하지 않으면 안 되는 상황에 직면해 있다. 따라서 한국기업의 대일 수출방안의하나로서 일본의 무역정책 특히 수입촉진정책을 활용한 대응전략을 수립하는 것이 필요하다.

본 보고서의 일차적 목적은 일본 수입구조의 변화와 특징을 살펴보고, 일본 수입촉진정책의 목적과 주요 내용을 분석하는 것이다. 그리고 이러한 분석을 토대로 수입촉진정책이 대내외적 상황과 경제·무역 구조의 변화 에 조응하여 변화함으로써, 수입촉진정책의 목적에 부합된 역할을 담당하 였는지를 평가해 보고자 한다. 또한 궁극적 목적은 한국기업의 대일 시장 진출 확대방안을 수립하기 위한 참고자료를 제공하는 것이다.

2. 연구 방법 및 구성

본 보고서는 일본수입시장 구조의 변화와 수입촉진정책을 분석하기 위해 일차적으로 기존 문헌을 조사하였고, 일본 재무성의 무역통계와 수입촉진정책 관련 기관의 발표 자료를 참조하였다. 또한 JETRO, MIPRO 등 수입촉진정책을 실질적으로 집행하는 기관과 수입촉진지역(FAZ), 비즈니스서포트 센터(BSC) 등을 방문하여 실무담당자와의 인터뷰를 적극 활용하였다.

보고서의 제2장에서는 최근 일본수입시장의 특징을 살펴보고, 제3장에서는 수입촉진정책의 전개 과정 및 주요 체계를 통하여 전반적 모습을 그려보는 한편, 일본기업 수입촉진정책의 활용 실태를 살펴보았다. 제4장에서는 세제 및 정책금융지원, FAZ 등 주요 수입촉진정책을 중심으로 지원내용을 점검해 보았다. 마지막으로 제5장에서는 주요 수입촉진정책의 성과를 토대로 일본의 수입촉진정책이 소기의 목적을 달성하고 있는지를 평가해 보고, 수입촉진정책을 활용한 한국기업의 대일 수출확대 방안을 모색하였다.

제2장 일본 수입시장 구조의 변화

일본 수출입 추이를 <표 2-1>에서 살펴보면, 1990~2001년 기간동안 일

1. 수출입 추이와 수입구조

가. 수출입 추이

본 수출의 연평균 증가율은 2.4%인 데 반해, 동 기간 수입의 연평균 증가 율은 3.8%로 수출에 비해 높은 증가세를 나타냈다. 수출의 경우 1993년을 제외하고는 1997년까지 계속적으로 증가세를 시현하였고, 금액 기준으로 수출은 1997년에 처음으로 50조 엔을 상회하였다. 그러나 1998~99년 동 안의 수출 증가율은 아시아의 금융위기 영향으로 마이너스로 전환되었다 가 2000년에 일시적으로 플러스로 회복되었지만, 2001년에 미국의 경기침 체에 의해 또다시 마이너스를 기록하였다. 한편, 수입 증가율은 1993~ 2000년까지 수출 증가율과 유사한 패턴을 나타내는 가운데, 증가폭은 수 입이 수출을 상회하는 것으로 나타났다. 그러나 2001년 수출 증가율이 전 년대비 -5.2%를 기록한 반면, 수입은 오히려 3.6%의 증가율을 기록하였다. 또한 일본의 무역수지 추이를 살펴보면, 1994~96년 기간동안 수입 증 가율이 수출증가율을 크게 상회한 결과. 무역수지 흑자는 축소 경향을 나 타내다가 1997년부터 다시 확대로 전환, 1998년 사상 최대 무역흑자를 기 록한 바 있다. 하지만 최근 일본의 무역흑자는 1999년 12조 2,800억 엔, 2000년 10조 7.160억 엔, 2001년 6조 5.640억 엔으로 3년 연속 감소하였다. 특히 전년대비 38.7%나 감소한 2001년 무역흑자는 1990년 이래의 가장 낮 은 수치이다. 이는 수출이 48조 9,790억 엔(전년대비 -5.2%)으로 2년만에

감소로 전환한 반면, 수입이 42조 4,160억 엔(전년대비 3.6%)으로 2년 연속으로 증가한 데 따른 결과이다.

(표 2-1) 일본의 수출입 및 무역수지의 추이

(단위: 십억 엔, %)

| | 수 | 출 | 수 | 임 | 무역수지 | |
|------|--------|------|--------|-------|--------|-------|
| | 금액 | 증감율 | 금액 | 증감율 | 금액 | 증감율 |
| 1990 | 41,457 | 9.6 | 33,855 | 16.8 | 7,602 | -14.0 |
| 1991 | 42,360 | 2.2 | 31,900 | -5.8 | 10,460 | 37.6 |
| 1992 | 43,012 | 1.5 | 29,527 | -7.4 | 13,485 | 28.9 |
| 1993 | 40,202 | -6.5 | 26,826 | -9.1 | 13,376 | -0.8 |
| 1994 | 40,498 | 0.7 | 28,104 | 4.8 | 11,672 | -12.7 |
| 1995 | 41,531 | 2.6 | 31,549 | 12.3 | 9,982 | -14.5 |
| 1996 | 44,731 | 7.7 | 37,993 | 20.4 | 6,738 | -32.5 |
| 1997 | 50,938 | 13.9 | 40,956 | 7.8 | 9,982 | 48.1 |
| 1998 | 50,645 | -0.6 | 36,654 | -10.5 | 13,391 | 40.2 |
| 1999 | 47,548 | -6.1 | 35,268 | -3.8 | 12,280 | -12.2 |
| 2000 | 51,654 | 8.6 | 40,938 | 16.1 | 10,716 | -12.7 |
| 2001 | 48,979 | -5.2 | 42,416 | 3.6 | 6,564 | -38.7 |

자료: 日本 財務省,「貿易統計」자료를 참고로 작성.

최근 일본의 무역수지 악화 추세는 일본제품의 노동생산성 저하 및 국 제경쟁력 약화에 따른 수출감소, 장기불황과 일본의 고비용 생산구조를 탈 피하기 위한 해외생산 확대에 따른 역수입의 증가, 소비자의 저가격지향 구매패턴 등의 요인으로 인해 지속될 전망이다. 일례로 일본경제연구센 터!)는 2004년 일본 무역흑자규모가 1조 2,000억 엔으로 축소, 2005년에는 2조 엔의 적자를 기록함으로써, 향후 5년간 무역흑자가 8조엔 이상 감소 할 것이라는 전망을 내놓은 바 있다. 또한 무역흑자 축소의 요인별 기여도

¹⁾ 山澤成康(2001)、「日本の貿易收支は2005年にマイナスに」、日本經濟研究センター.

는 수출이 9%, 수입이 91%를 차지함으로써, 무역흑자 규모가 축소되는 주 원인은 수입증가에 의한 것이라고 제시하고 있다.

나. 수입구조의 변화

1) 지역별 추이

일본의 지역별 수입 비중의 추이 <표 2-2>에서 주목되는 점은 미국과 EU 등 주요 선진국으로부터의 수입은 점진적으로 감소한 반면, 동아시아 국가로부터의 수입은 증가하고 있다는 사실이다. 일본의 제1위 수입상대 국 자리를 확고히 유지하였던 미국의 일본시장 점유율은 1991년 22.5%에

(표 2-2) 일본의 지역별 수입비슷의 추이

(단위: %)

| | | | | | | | (211.70) |
|------|------|------|---------|------|------|-----|----------|
| | -17 | | F.13.11 | | | | |
| | 미국 | EU | 동아시아 | 중국 | NIES | 한국 | ASEAN4 |
| 1991 | 22.5 | 14.5 | 28.9 | 6.0 | 11.5 | 5.2 | 11.3 |
| 1992 | 22.4 | 14.4 | 30.1 | 7.3 | 11.2 | 5.0 | 11.6 |
| 1993 | 23.0 | 13.6 | 31.7 | 8.5 | 11.2 | 4.9 | 12.1 |
| 1994 | 22.9 | 14.1 | 32.9 | 10.0 | 11.3 | 4.9 | 11.6 |
| 1995 | 22.4 | 14.5 | 34.4 | 10.7 | 12.3 | 5.1 | 11.4 |
| 1996 | 22.7 | 14.1 | 35.2 | 11.6 | 11.7 | 4.6 | 11.9 |
| 1997 | 22.3 | 13.3 | 34.7 | 12.4 | 10.4 | 4.3 | 12.0 |
| 1998 | 23.9 | 13.9 | 34.9 | 13.2 | 10.2 | 4.3 | 11.4 |
| 1999 | 24.2 | 13.8 | 37.6 | 13.8 | 11.6 | 5.2 | 12.1 |
| 2000 | 19.0 | 12.3 | 39.6 | 14.5 | 12.2 | 5.4 | 12.8 |
| 2001 | 17.9 | 12.8 | 42.7 | 17.2 | 10.5 | 4.9 | 15.5 |

주 : ASEAN 4개국은 말레이시아. 인도네시아. 태국, 필리핀을 포함한다.

자료: 일본 財務省,「貿易統計」자료를 참고로 작성.

서 2001년 17.9%로 축소되었고, EU의 점유율도 마찬가지로 1991년 14.5%에서 12.8%로 하락하였다. 반면에 동 기간 동아시아의 점유율은 28.9%에서 42.7%로 급격히 증가하였다. 이를 동아시아 국가별로 살펴보면 중국의점유율 증가가 두드러지게 나타났고, ASEAN은 소폭으로 증가한 반면, 한국을 포함하는 NIES는 소폭 감소하였다. 즉, 중국의 일본 시장 점유율이 1991년 6.0%에서 2001년 17.2%로 급격히 증가한 결과 동아시아 전체의수입비율이 증가한 것이다(표 2-2 참조).

또한 2002년(1~9월) 기준으로 중국의 점유율(18.0%)이 미국(17.8%)을 상회하여, 중국은 일본의 제1위 수입상대국으로 부상하게 되었다. 이처럼 일본의 대중 수입이 증가한 요인은 일본기업의 대중투자 증가에 따른 역수입 증가, 중국제품의 경쟁력 강화, 중국의 수출확대정책, 일본의 엔고 요인에 따른 일본기업의 가격 경쟁력 하락, 일본 소비자들의 저가격지향소비구조 등으로 지적되고 있다.2)

1990년대 ASEAN과 NIES의 점유율은 큰 변화를 보이지 않으면서 일진 일퇴의 움직임을 나타내는 가운데, 최근 ASEAN이 약간 상승하는 경향을 나타냈다. 한편, 일본전체의 수입 수요가 늘어가고 있음에도 불구하고 한국의 일본시장 점유율은 1991~1995년 동안 5%대를 유지하다가, 1996~1998년 동안 4.3%까지 하락한 이후 1999~2000년 다시 5%대로 회복되었다. 하지만, 2001년 한국의 대일수출은 전년대비 5.2% 감소하였으며, 일본수입시장 점유율도 2000년 5.4%에서 2001년 4.9%로 다시 축소되었다. 최근 한국의 일본시장 점유율이 축소된 배경으로는 우선 일본의 경기부진을 지목할 수 있지만, 동아시아 전체 비중이 점차 증가하고 있는 상황에서 한국 수출상품의 경쟁력이 악화되어 대일수출이 감소하고 있다는 데 심각한문제점을 던져 주고 있다.

²⁾ 今井理之(2002 가을),「樣変わり日中貿易」,『國際貿易と投資』,季刊 No 49. pp. 47~48.

2) 품목별 추이

일본의 품목별 수입 추이를 <표 2-3>에서 살펴보면, 제품수입은 1986년 527억 달러에서 1990년 1,000억 달러를 넘어섰으며, 1996년에는 2,000억 달러를 상회하였다. 전년대비 제품수입의 증가율은 총수입의 증가율보다 높게 나타난 결과, 총수입에서 차지하는 제품수입의 비율은 1990년 50%대 를 처음으로 넘어선 이후 1998년 62.1%를 기록하였다.

(표 2-3) 일본의 품목별 제품수입 추이

(단위: 10억 달러, %)

| | 刊正人の | | | · · · · · · · · · · · · · · · · · · · | | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|---------------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|------|----------|--|
| | / | 제품수입 | | | 화학제품 | | 섬유제품 | | 기계기기 | | 금속 및 동제품 | |
| | 금액 | 증가율 | 비중) | 금액 | 증가율 | 금액 | 증가율 | 금액 | 증가율 | 금액 | 증가율 | |
| 1986 | 52.7 | 31.4 | 41.8 | 9.7 | 20.6 | 5.0 | 29.3 | 14.6 | 18.8 | - | - | |
| 1990 | 118.0 | 11.2 | 50.3 | 16.0 | 0.6 | 12.8 | -3.6 | 40.8 | 26.2 | 16.2 | -1.6 | |
| 1991 | 120.3 | 2.0 | 50.3 | 17.4 | 8.5 | 13.0 | 6.7 | 42.8 | 4.9 | 17.0 | 5.4 | |
| 1992 | 116.9 | -2.8 | 50.2 | 17.3 | -0.3 | 15.3 | 12.2 | 42.8 | 0.0 | 12.7 | -25.5 | |
| 1993 | 125.2 | 7.0 | 52.0 | 17.9 | 3.5 | 16.5 | 8.1 | 46.6 | 8.8 | 12.7 | 0.0 | |
| 1994 | 151.7 | 21.2 | 55.2 | 20.2 | 12.5 | 20.3 | 23.1 | 59.5 | 27.8 | 14.4 | 12.9 | |
| 1995 | 198.6 | 30.9 | 59.1 | 24.6 | 21.9 | 24.5 | 20.3 | 84.9 | 42.6 | 19.9 | 38.5 | |
| 1996 | 208.4 | 5.0 | 59.4 | 23.4 | -5.0 | 25.7 | 4.9 | 96.5 | 13.7 | 17.2 | -13.8 | |
| 1997 | 201.8 | -3.2 | 59.3 | 23.6 | 0.9 | 22.5 | -12.4 | 95.4 | -1.2 | 17.9 | 4.4 | |
| 1998 | 173.3 | -14.1 | 62.1 | 20.7 | -12.0 | 18.7 | -16.7 | 85.1 | -10.7 | 14.2 | -20.7 | |
| 1999 | 193.3 | 11.5 | 62.4 | 23.1 | 11.3 | 20.8 | 10.9 | 96.9 | 13.8 | 14.2 | 0.4 | |
| 2000 | 232.8 | 20.4 | 61.1 | 26.5 | 14.9 | 24.6 | 18.2 | 120.2 | 24.1 | 18.1 | 27.3 | |
| 2001 | 215.7 | -7.4 | 61.4 | 25.6 | -3.4 | 23.9 | -2.8 | 109.4 | -9.0 | 15.0 | -17.2 | |

주 : 1) 비중은 총수입에서 제품수입이 차지하는 비중을 말한다.

자료 : JETRO, 『貿易統計』를 참고로 작성.

제품수입을 화학제품, 섬유제품, 기계제품, 금속 및 금속제품으로 분류하여 살펴보면, 각 부문별 제품수입에서 차지하는 비중은 2001년을 기준으로 기계기기가 50.8%, 화학제품이 11.8%, 섬유제품이 11.1%, 금속 및 금속제품이 6.9% 순서로 나타났다. 이 중 기계기기 품목은 사무용기기, 전기기기, 수송기기 등을 중심으로 수입이 증가하여 금액기준으로 1986년 146억 달러에서 2001년 1,094억 달러로 7.7배 증가하였다. 동 기간 동안 섬유제품과 화학제품도 금액기준으로 각각 4.7배, 2.6배 증가하였다.

이와 같이 수입이 급증한 주요 품목의 무역특화지수 및 수입침투도의 변화를 살펴보면, 수출특화제품의 경쟁력이 급속히 하락하면서 수입특화 제품으로 전환된 결과 수입이 증가되었다는 사실을 알 수 있다.

해당품목의 수출액과 수입액의 차이를 수출액과 수입액의 합계로 나는 무역특화지수(TSI, Trade Specification Index)는 수입 없이 수출만을 시행한다면 1.0이 되며 반대로 수출 없이 수입만을 시행한다면 -1.0이 된다. 1985년 품목별 TSI를 살펴보면, 전체 기계기기 0.8, 사무용기기 0.7, 음향영상기기 1.0, 통신·가전기기 0.9로 나타나, 일본의 기계기기 품목의 국제경쟁력이 압도적으로 우세했던 시기임을 입증해 주고 있다. 하지만, 1990년대들어 급속한 엔고의 영향으로 일본 제품의 경쟁력이 급속히 하락하자 일본기업의 해외생산이 증가하여 해외 현지법인으로부터의 역수입이 급증하였다. 그 결과, 2000년 TSI는 가전기기 -0.4, 사무용기기 0.0, 음향영상기기 0.3으로 나타났다. 이를 통하여 가전기기 등의 기계기기 품목은 수입이 급증하여 수출특화품목에서 수입특화품목으로 전환되었음을 알 수 있다.

국내수요 전체에서 수입이 차지하는 비율을 나타내는 수입침투도는 1985년 전체 기계기기 및 개별품목의 대부분이 10% 전후로 극히 낮은 수준이었다. 하지만 2000년 수입침투도는 TV, 오디오 등의 음향영상기기가 60.1%, 컴퓨터와 주변기기 등의 사무용기기가 52.0%, 반도체 등 전자부품이 40.6%를 기록하여 크게 상승하였다.

| 〈표 2-4〉일본 기계 | 기기 품목의 | 무역특화지수 | 및 | 수입침투도의 | 변화 |
|--------------|--------|--------|---|--------|----|
|--------------|--------|--------|---|--------|----|

| | | 무역특 | 화지수 | | | 수입침. | 투도(%) | |
|------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 |
| 기계기기 | 0.8 | 0.7 | 0.6 | 0.5 | 8.6 | 12.1 | 18.7 | 29.3 |
| 일반기기 | 0.7 | 0.6 | 0.6 | 0.4 | 13.1 | 15.6 | 25.7 | 39.3 |
| 사무용기기 | 0.7 | 0.6 | 0.3 | 0.0 | 14.7 | 18.0 | 35.7 | 52.0 |
| 전기기기 | 0.8 | 0.7 | 0.5 | 0.4 | 8.5 | 11.5 | 20.6 | 32.2 |
| 전기회로용품 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | 0.6 | 4.4 | 5.2 | 7.7 | 12.7 |
| 음향영상기기 | 1.0 | 0.9 | 0.6 | 0.3 | 4.4 | 19.8 | 50.0 | 60.1 |
| 통신기기 | 0.9 | 0.8 | 0.4 | 0.2 | 9.2 | 5.6 | 10.7 | 14.5 |
| 가전기기 | 0.9 | 0.4 | -0.1 | -0.4 | 1.7 | 4.4 | 7.0 | 10.5 |
| 반도체 등 전자부품 | 0.6 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | 10.9 | 15.7 | 32.8 | 40.6 |
| 전기계측기기 | 0.3 | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 30.3 | 45.7 | 63.1 | 127.6 |
| 수송기기 | 0.9 | 0.7 | 0.7 | 0.8 | 7.1 | 8.6 | 9.3 | 10.1 |

주: 무역특화지수 = 수출액 - 수입액 , 수입침투도 = 수입액 - 수울액 + 수입액 + 수입액 - 수출액 ×100

자료: 今井理之(2002),「樣変わり日中貿易」, p. 54를 재인용.

일본의 10대 수입상품의 추이를 <표 2-5>에서 살펴보면, 1985년과 2001 년 10대 수입품목의 구성이 전혀 다르다는 점을 확인할 수 있다. 1985년 에는 원유 및 정유를 비롯하여 석유제품, 석탄, 철광석 등 광물성 원료수 입과 어패류가 주요 10대 품목에 포함되었다. 하지만, 2001년 일본의 수입 구조는 크게 변모하여 의류・의류부속품, 사무용 기기, 반도체 등 전자부 품, 음향영상기기, 과학광학기기 등의 수입품을 중심으로 급속히 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

〈표 2-5〉일본의 10대 수입상품 추이

(단위: 억 엔, %)

| 순위 | 1985년 | 1990년 | 1995년 | 2001년 |
|----|-----------------------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | (310,849) | (338,552) | (315,488) | (424,155) |
| 1 | 원유 및 정유 | 원유 및 정유 | 원유 및 정유 | 원유 및 정유 |
| | 83,028(26.7) | 44,695 (13.2) | 28,201 (8.9) | 47,184 (11.1) |
| 2 | 액화천연가스 17,304(5.6) | 어패류 15,184 (4.5) | 의류·의류 부속품 17,525 (5.6) | 사무용 기기 27,640 (6.5) |
| 3 | 석유제품 | 석유제품 | 어패류 | 의류·의류부속품 |
| | 14,294(4.6) | 13,839 (4.1) | 16,313 (5.2) | 23,183 (5.5) |
| 4 | 석탄 12,510(4.0) | 의류·의류 부속품 12,592 (3.7) | 사무용기기 14,814 (4.7) | 반도체 등 전자부품 19,095 (4.5) |
| 5 | 어패류 10,964(3.5) | 목재 10,883 (3.2) | 반도체 등 전자부품 11,509 (3.6) | 어패류 16.265 (3.8) |
| 6 | 목재 | 액화천연가스 | 자동차 | 액화천연가스 |
| | 8,885(2.9) | 9,600 (2.8) | 9,585 (3.0) | 15,939 (3.8) |
| 7 | 철광석 | 자동차 | 목재 | 음향영상기기 |
| | 7,330(2.4) | 9,233 (2.7) | 9,437 (3.0) | 10,913 (2.6) |
| 8 | 액화석유가스 | 석탄 | 육류 | 과학광학기기 |
| | 6,697(2.2) | 8,969 (2.6) | 9,054 (2.9) | 10,691 (2.5) |
| 9 | 유기화합물 | 사무용기기 | 액화천연가스 | 육류 |
| | 5,778(1.9) | 7,539 (2.2) | 7,204 (2.3) | 10,202 (2.4) |
| 10 | 비철금속광 | 육류 | 유기화합물 | 유기화합물 |
| | 5,369(1.7) | 7,262 (2.1) | 6,969 (2.2) | 9,040 (2.1) |

자료: 재무성, 「무역통계」 자료를 참고로 작성.

2. 수입구조의 특징

지금까지 일본의 수출입 추이와 지역별·품목별 수입 변화를 살펴본 바에 의하면, 일본의 수입시장은 동아시아 특히 중국의 시장점유율 비중이

높아졌다는 점과 수출특화에서 수입특화로 전환된 기계기기 품목을 중심 으로 제품수입이 증가하였다는 점이 특징으로 지적되었다.

구체적으로 수입시장의 변화 요인을 살펴보면, 내부적으로는 엔고와 장 기불황, 소비자의 저가 수입품 선호 경향, 기업간 경쟁 격화 등의 요인에 의하여, 외부적으로는 (일본 기업의) 해외직접투자 증가에 따른 역수입의 증가, 동아시아 국가들의 제품수준 향상 요인에 의하여 일본의 수입시장은 확대되고 있다. 일본 수입시장의 변화 추세는 이러한 대내외적 요인이 맞 물리면서 더욱 현저해질 것으로 예상된다.

일본과 동아시아와의 상호의존관계는 일본과 아시아의 수평적 국제분업 의 진전, 특히 기업내 무역의 증대와 아시아 국가의 공업생산력 향상이라 는 구조적 요인이 있었기 때문에 가능한 일이라고 할 수 있다. 다시 말하 여, 일본은 동아시아와의 상호의존관계가 심화됨에 따라, 동아시아로부터 의 수입이 증가하고 일본의 무역수지 흑자가 감소할 것으로 예상된다.

이렇게 볼 때 일본의 장기불황은 동아시아 국가들에 있어 일본시장 진 출을 위한 기회를 제공하고 있다고 볼 수 있다. 문제는 그 기회의 대부분 이 아시아에서 한국보다는 중국에 치우쳐 있다고 하는 점이다. 따라서 한 국 기업은 이러한 일본 수입시장의 기회를 활용하기 위해서 무엇보다 제 품의 시장경쟁력 향상을 위해 노력하는 한편, 전략적으로 일본의 무역정책 가운데 특히 수입촉진정책과 연계시킨 대일수출 방안을 모색하는 것도 바 람직하다.

이에 제3장부터는 수입촉진정책의 추진배경과 활용실태 및 주요 내용을 중점적으로 살펴보고자 한다.

제3장 수입촉진정책의 추진 배경과 활용 실태

1. 배경 및 전개 과정

가. 폐쇄경제체제에서 개방경제체제로의 전환

전후 일본 정부는 부족한 외자를 집중 관리·분배하기 위해 수출 실적에 따라 수입을 할당하는 외화할당제도를 활용하여 수입을 엄격히 제한해왔다. 이후 일본 정부는 1960년 6월 '무역·외환 자유화계획 대강'을 결정하면서, 일본경제가 폐쇄경제체제에서 개방경제체제로 전환하였고, 이로써수입자유화시대를 맞이하였다고 선언하였다. 당시 상황을 고려한다면, 일본 경제가 수입통제로부터 벗어나 수입자유화로 전환되었다는 것은 그야말로 선언적 의미 수준에 불과하다고 평가할 수 있다.

1960년대 고도성장의 발판을 마련하기 시작한 일본은 1964년 OECD 가입으로 선진국 대열에 합류하였고, 1965년 전후 최초의 무역흑자를 달성하였다. 하지만 일본 정부는 계속해서 수입제한과 투자규제 방식으로 국내산업을 보호하고 수출진흥을 도모하여 경제성장을 달성하고자 하는 무역정책에 역점을 두고 있었다. 이는 미국을 위시한 선진국의 일본 시장개방에 대한 압력을 불러일으킴으로써, 일본의 무역정책 기반을 변화시키는 계기를 가져왔다.

나, 무역마찰회피를 위한 수입촉진정책 기반 형성

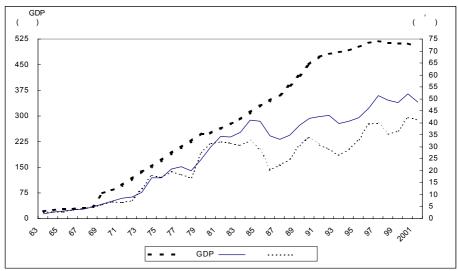
1970년대 일본경제는 안정적 성장기에 진입하여 연평균 4%대의 경제성

장률을 지속적으로 시현하였다. 또한 일본의 무역수지는 두 번의 석유 위 기시기를 제외하여 장기적인 흑자기조를 보였고, 무역수지 흑자폭은 계속 적으로 확대되었다. 이러한 과정 속에서 섬유를 비롯하여 철강 TV 등의 품목을 중심으로 미국, 유럽 국가와의 무역마찰이 발생하기 시작하였다.

1970년대 중반 이후부터 현재에 이르기까지 무역수지흑자 누증에 따른 수입시장개방은 일본의 무역정책 중 가장 주요한 현안 과제로 부상하였다. 따라서 일본 정부는 수입시장을 개방하여 수입을 촉진함으로써 무역마찰 을 완화하기 위한 수입촉진정책을 마련하기 시작하였다.

이에 일본 정부는 1971년 GATT 체결국간의 합의를 바탕으로 개발도상 국에 대한 일반특혜관세제도(GSP; Generalized System of Preference)를 실 시함과 동시에, 수입금융지원의 범위를 확대하고 수입무역의 관리사무를 개선함으로써 수입촉진을 위한 정책기반을 형성하였다. 특히, 일본정부는

〈그림 3-1〉 일본의 명목 GDP·수출입의 추이 **GDP** (525



자료: 재무성 「무역통계」, 내각부 「국민경제계산」을 참고로 작성.

원료품 등 1차 생산품 위주의 수입구조에 대한 비판이 높아지고 있던 점을 고려하여 1973년 수입촉진 사절단을 파견하기 시작하였고, 1978년 제품수입촉진협회(MIPRO; Manufactured Imports Program)를 설립하여 제품수입촉진정책을 수립하고 수입확대월간 등의 행사를 추진하기 시작하였다.

다. 수입촉진정책의 강화

1985년 플라자합의에 의해 1달러 238엔에서 169엔으로 급격한 엔고가이루어졌으나, 일본은 지속적으로 무역흑자를 기록하였다. 이에 대해 미국과 유럽을 중심으로 일본의 내수확대를 위한 일본수입시장의 개방 요구가가일층 강화되었다. 일본 정부는 이러한 외국의 비판을 반영하여 각종 시장개방 대책을 추진하였다. 1986~87년「마에카와(前川) 리포트」를 통해내수확대에 의한 일본경제의 구조적 변화와 수입확대를 위한 시장개방의기본지침을 발표하였다. 또한 대외경제대책 및 시장개방(관세, 수입제한,기준・인증, 수입절차, 정부조달, 금융・자본시장, 서비스)과 관련된 개선방안을 제시한 행동 계획(Action program)이 수차례 결정되었다. 일본 정부는 행동 계획에 입각하여 광공업제품을 중심으로 관세를 인하・철폐하기시작하였다.

구체적으로 살펴보면, 일본 정부는 1982년 외국의 비판을 받아 온 수입 검사수속을 개선하고, 시장개방문제에 대한 애로 사항을 신속하게 접수·처리할 수 있도록 시장개방고충처리체제(OTO; Office of Trade and Investment Ombudsman)를 설치하였다. 또한 금융부문의 지원을 위해 일본수출입은행의 제품수입금융제도(1983년)와 일본개발은행의 수입촉진기반강화 융자제도(1984년)가 마련되었다. 이와 같이 각종 시장개방대책이 추진됨에 따라 1980년대 후반에는 수입이 점차적으로 증가하였고, 무역흑자규모가 축소되는 경향을 나타내기도 하였다.

라. 고비용구조 개선을 위한 수입촉진정책

1990년대 버블경제가 붕괴된 후 일본의 경기침체가 장기화되는 가운데 1994년 급격한 엔고의 진행으로 무역 흑자폭이 축소되어 갔다. 따라서 일본내에서는 산업 공동화에 대한 우려와 함께 수입촉진정책을 포기해야만한다는 의견이 제기된 적도 있었다. 하지만, 1996년에 발표된 '경제구조의 변혁과 창조를 위한 행동계획'에서 수입촉진정책은 경쟁력의 강화와 국제분업의 진전을 통하여 고비용 구조를 지정하기 위한 전략으로서 새롭게 정립되었다.

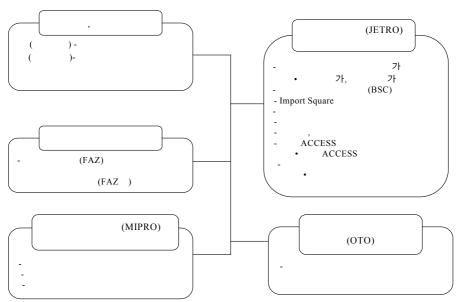
(표 3-1) 일본 정부의 시기별 주요 수입정책 및 도입 배경

| 시기 | 도입 배경 | 주요 수입정책 |
|---------------|---|--|
| 1950~ 60년대 | 戦後 1950년대 경제부흥을 위해 적극적인 '수출촉진'을 목표로 환경정비에 역점을 둠. 1965년 최초로 무역흑자를 기록 | · 수출거래법제정(1952) |
| 1970년대 | 무역수지 흑자기조 정착미국과 유럽 국가간에 무역 불균형이 심화되어 시장개방 요구가 강해짐. | |
| 1980년대 | 일본은 항상적인 무역흑자를 기록 미국은 일본시장이 불공정하 며 폐쇄적이라는 주장. 이에 일본정부는 무역 불균형 개선을 위한 조치를 강구함. | 수입검사수속 개선(1982) OTO 창설(1982) 서비스 무역 자유화(1982) 제품수입 금융제도 창설(1983) 수입촉진기반강화 융자(1984) |
| 1990년대 | 버블경제 붕괴로 경기침체의 장기화 일본의 고비용 구조 개선과 경제구조개혁의 본격적 추진 이 요구됨. | 수입협의회 설치(1990) FAZ법 시행(1992) 대일시장 ACCESS 조사 개시(1995) 수출입수속의 EDI 추진(1997) |

구체적인 시책으로서 일본 정부는 1990년 제품수입촉진세제를 창설하고, 1992년 「수입촉진 및 대내투자사업 원활화를 위한 임시조치법(FAZ 법)」을 마련하였다. 또한 일본무역진흥회(JETRO; Japan External Trade Organization)는 1995년부터 대일시장 ACCESS 조사를 실시하여 특정분야에 대해 일본과 해외 주요 국가의 공적규제, 상관행 등을 비교, 검토하는 사업을 추진해 왔다.

2. 수입촉진정책의 체계

대내외적 상황의 변화에 부응하면서 변화된 수입촉진정책은 현재 크게



〈그림 3-2〉 수입촉진정책의 체계

자료: 통상산업성(2000),「輸入擴大策の体系」를 참고로 작성.

다섯 가지 형태로 구분된다. 주요 정책으로서는 세제·금융 측면의 지원, 항만·공항 주변지역에 수입관련 시설을 정비하는 수입촉진 기반 정비사업, MIPRO의 외국제품 관련 정보 수집과 홍보사업, 세계 58개국 해외사무소 네트워크를 활용한 JETRO의 다양한 수입촉진사업, OTO의 시장개방문제 및 수입원활화 관련 고충 처리 사업이 이에 해당된다.

첫째, 세제·금융상의 지원방안으로서 세제상 특혜를 부여하는 제품수입촉진세제, 일본 정책금융기관에 의해 시행되는 융자제도가 마련되었다. 수입확대를 위한 융자제도는 일본정책투자은행의 수입촉진기반강화융자(외자계열 기업과 계약하여 수입품을 지속적으로 처리하는 사업자에 대한설비자금), 국제협력은행의 제품수입금융(제품수입에 필요한 운전 자금), 중소기업금융금고·국민생활금융금고의 수입원활화 자금대부(중소 도소매업자·중소 제조업자의 수입확대에 필요한 설비자금, 운전자금)로 구분된다.

둘째, 수입촉진지역(FAZ; Foreign Access Zone)에서는 항만·공항 및 주변지역의 수입관련 시설의 정비와 각종 수입촉진정책이 강구되었다. 이로써 수입품을 처리하는 도·소매업, 가공업 등 수입관련사업자를 수입촉진지역에 집적 시킬 수 있는 기반을 마련하게 되었다.

셋째, MIPRO는 제품수입 확대를 적극적으로 추진하기 위해 1978년 설립되었다. 주로 외국제품의 전시를 중심으로 외국의 산업과 문화를 소개하고, 외국제품 등에 관한 정보 수집·제공 등이 주요 업무에 해당된다. 또한 수입확대월간을 비롯한 대국민 수입촉진을 위한 홍보활동을 실시하고 있다.

넷째, JETRO에 의한 수입촉진사업은 매우 다양하다. 장기·단기 전문가 파견, 대일 수출·투자를 목표로 하는 외국기업에게 사업 초기단계의 지원을 목적으로 무료 임대사무실 및 컨설팅을 제공하기 위한 비즈니스 서포트 센터(BSC; Business Support Center) 설치, 무역관련 정보 수집 및 유

통, 대일수출촉진단의 파견, 특정 외국제품의 대일시장 판매확대를 지원하기 위한 시장조사 등을 추진하고 있다.

다섯째, 1982년 창설된 OTO는 수입 수속 등을 포함하는 시장개방문제 및 수입원활화에 관한 구체적 고충을 접수 처리함으로써 시장개방·시장 접근 개선을 도모하기 위해 창설되었다.

3. 일본기업의 수입촉진정책 활용 실태3)

MIPRO가 실시한 '중소기업의 수입의식조사'의 목적은 중소기업의 무역·수입에 관한 인식과 수입 실태에 관한 조사를 시행함으로써 수입촉진 정책의 필요성을 재확인하고, 향후 수입촉진정책의 방향에 대한 검토자료로서 활용하기 위한 것이다. 조사항목은 무역에 관한 인식, 수입촉진정책에 관한 인식, 중소기업의 수입 현황, 향후 수입계획, 수입촉진정책의 이용상황으로 구성되어 있다.

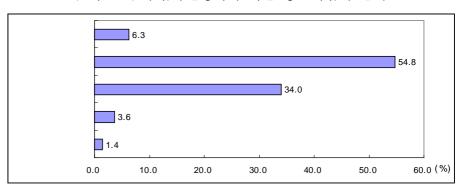
MIPRO는 조사를 위해서 MIPRO 주최의 수입관련 전시회와 세미나에 참석했던 2,009개사의 중소기업을 대상으로 설문지를 송부하였고, 이 중회수된 365개사의 설문지를 샘플로서 선정하였다. 샘플의 구성 내용을 업종별로 구분하면, 제조업이 38.4%, 도매업이 28.8%, 소매업이 8.2%, 그 외(건설업, 서비스업, 상사, 부동산업 등)가 24.7%를 차지하였다.

동 조사에서는 수입촉진정책의 문제점으로서 기업들의 수입촉진정책에 대한 낮은 인지도와 이에 따른 저조한 이용 실적이 지적되었다. 따라서 일본 정부는 수입촉진정책에 대한 기업의 활용을 도모하기 위해 이를 적극홍보하는 한편, 향후 수입촉진정책의 방향을 수입절차의 간소화 등 수입제

³⁾ MIPRO가 2000년 3월 실시한 '中小企業の輸入意識調査' 중 수입촉진정책에 대한 인식의 내용을 요약. 정리한 것이다

도 자체로 확대해야 한다는 사실이 동 조사에서 확인되었다. 수입촉진정책과 관련된 구체적인 조사 내용은 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, '일본이 수입촉진정책을 시행하고 있다'는 사실에 대한 중소기업의 인지도 조사 결과는 '잘 알고 있다'고 대답한 기업이 6.3%, '알고 있다'라고 대답한 기업이 54.8%로 나타났다. 반면에 '잘 알지 못한다'와 '전혀 모른다'라고 대답한 기업이 각각 34.0%, 3.6%에 이르렀다. 따라서 일본 정부는 보다 많은 기업들이 수입촉진정책을 활용할 수 있도록 적극적 홍보를 통해인지도를 높이는 것이 무엇보다 중요하다 할 수 있다(<그림 3-3> 참조).

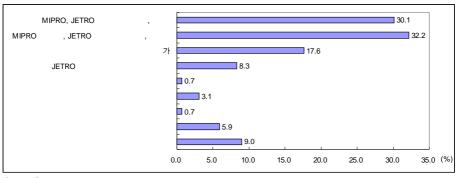


〈그림 3-3〉 수입촉진정책에 대한 중소기업의 인식

자료: MIPRO(2000), 「中小企業の輸入意識調査」를 참고로 작성.

둘째, <그림 3-4>는 실제로 수입을 시행하고 있는 기업이 각종 수입촉진정책의 이용현황을 나타낸 것이다. 결과는 MIPRO와 JETRO가 주최하는 전시회, 상담회 이용 현황이 32.2%, 정보제공·상담 부문이 30.1%를 차지함으로써, 정보제공 위주의 수입촉진정책이 가장 많이 이용되는 것으로 나타났다. 반면에 수입원활화자금 융자제도와 제품수입촉진세제 등의 이용비율은 0.7%, 3.1%에 그침으로써, 매우 저조한 실적을 나타났다.

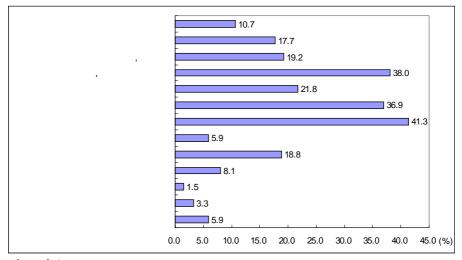
(그림 3-4) 수입을 시행하는 기업 중 수입촉진정책의 이용 현황 (복수응답)



자료: 상동

셋째, 기업이 일본 정부에 요청하는 수입촉진정책 <그림 3-5>에서는 수입절차의 간소화가 41.3%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 다음으로 해외기업・상품의 정보제공, 수입우대세제, 저리융자제도가 각각 38.0%, 36.9%,

(그림 3-5) 일본 정부에 요청하는 수입촉진정책 (복수응답)



자료: 상동

21.8%를 차지하였다. 여기서 일본 기업은 수입촉진정책이 수입절차의 간 소화 등 수입제도 자체에 역점을 두면서 계속 확충되기를 기대하고 있다 는 사실이 그대로 반영되고 있다.

제4장 일본 수입촉진정책의 주요 내용

1. 세제 및 정책금융 지원

가. 수입촉진세제

1) 목적 및 전개 과정

일본 정부는 1990년 수입촉진을 위한 방안으로 세제상 특혜를 부여하여 제품수입과정에서 발생하는 비용 부담을 보전할 수 있는 제품수입촉진세제를 마련하였다. 지원은 수입액 증가비율에 따라 제조업자에게 세금공제및 할증상각을 부여하고, 도·소매업자에게 준비금 적립을 인정하는 방식으로 이루어졌다.

1990년 수입촉진세제 대상제품의 수입액은 총 수입 증가비율에 비해 약 5% 포인트 이상 증가되었다. 또한 이러한 증가세는 1991년까지 지속되어, 수입촉진세제의 가시적 효과로서 평가되었다. 하지만, 1990년대 일본의 장기불황으로 인하여 제품수입촉진세제 혜택을 받을 수 있는 기업이 점차 감소함에 따라 시행 초기만큼의 수입촉진 효과를 거둘 수가 없다고 지적되었다.

이에 따라 일본 정부는 몇 차례의 세제개정을 통하여 수입촉진세제 대상과 내용에 대한 규제를 완화하는 노력을 강구해 왔다. 1993년 일본정부는 수입촉진세제 가운데 수입증가율에 관한 적용조건을 완화하였고, 외국제품업자의 국내판매 자회사를 세액공제 대상으로 추가하였다. 보다 많은 수입유발효과를 창출하기 위해 수입촉진세제의 적용조건이 제품 수입증가율 금액기준으로 10% 이상에서 현재 5% 이상으로 완화되었다. 이후 두차례 세제개정을 통하여 의약품, 자동차부품 및 브롬화합물이 제품수입촉

진세제 대상품목으로 추가되었다. 다른 한편, 이용 실적이 미비한 도소매 대상 준비금 제도와 할증상각 제도는 각각 1996년과 1999년에 폐지됨으로 써, 수입촉진세제 제도가 간소화되었다.

2) 대상 제품

수입촉진대상제품은 원칙적으로 표준국제무역상품분류(SITC) 제5부에서 제8부에 속하는 제품 중 관세가 제로인 품목이다. 주요 수입촉진대상제품 으로 사무용 기기 및 자동데이터 처리기, 산업용기기, 전기기기 및 부품, 가구, 화학제품, 철강, 비철제품 등이 포함된다(<표 4-1>참조). 이들 품목의 수입규모는 전체 제품수입의 50% 정도를 차지하고 있다.

또한 일본 정부는 1995년과 1997년 세제개정을 통하여 의약품과 자동차 부품, 브롬화합물을 대상품목으로 추가하였다. 구체적으로 의약품은 우루 과이라운드에서 관세가 철폐된 약 5,600 종류의 품목이며, 자동차 부품은 에어컨과 파워 스티어링 등에 사용되는 관, 호스 · 엔진 냉각용 팬에 사용 되는 벨트, 카페트와 시트에 사용되는 편물 등이다. 농약, 플라스틱, 섬유 등의 배합 재료, 공업용 약품 등의 브롬 화합물도 수입촉진대상 품목으로 추가되었다.

3) 대상기업 및 공제 내용

수입촉진세제는 제품수입금액이 기준년도(1989년도 이후부터 전년도까 지 최대 수입을 기록한 연도)보다 5%이상의 증가율을 기록한 제조업자를 대상으로 시행하고 있다. 제조업자에는 건설업, 전기업, 가스업, 광업, 전 기통신사업 및 해외에서 제조업을 경영하는 외국법인의 특정판매회사도 포함된다. 단, 특정판매회사의 기준은 해외에서 제조업을 운영하고 있는 모회사의 출자비율이 50%를 상회해야 하며, 해당 모회사의 제품을 일본 내에서 판매하는 것이다.

⟨표 4-1⟩ 세제 및 금융 지원 대상품목

제5부 화학공업의 생산품 제51류 유기화학품 제52류 무기화학품 제53류 염료 및 착색료 제54류 의약품 제55류 정유, 향료, 화장품, 세제 제56류 비료 제57류 화약 및 가공품 제58류 인조수지, 인조 플라스틱, 세르로 스 에스텔 및 세르로스 에테르 제59류 그 외의 화학공업품

제6부 워료별 제품 제61류 피혁, 피혁품 및 모피 제62류 고무제품 제63류 코르크 및 목제품 제64류 종이, 판지 및 관련 제품, 제지 용 펄프제품 제65류 방직용 섬유 실, 직물 및 섬유제품 |제0부 식료품 및 동물(식용) 제66류 그 외의 비철금속 광물제품

제67류 철강 제68류 비철금속 제69류 그 외의 금속제품

제7부 기계류 및 수송기기류 제71류 워동기 제72류 산업용기기류 제73류 금속가공기기 제74류 그외 일반가공용 기계류 및 부 분품 제75류 사무용기기, 자동데이터 처리기계 제09류 그외 제조 식료품 제76류 통신기기, 녹음 및 음성재생장치 제77류 전기기기 및 부분품 제78류 도로주행차량 제79류 그 외의 수송기기

제8부 잡제품 제81류 위생용품, 배관공사관계품, 난 방기구 및 조명기구 제82류 가구 및 부분품 제83류 여행용구, 핸드백, 유사 물품 제84류 의류 및 부속품 제85류 신발 제87류 광학기기, 의료용기기, 계측기 기 및 제품기기 제88류 사진용기기, 그 외의 과학용품 및 시계 제89류 그 외의 잡화

※ 제0부~제1부까지는 수입촉진기반강화 융자 대상으로서 금융 지원에만 포함됨.

제00류 동물(식용) 제01류 육류 및 조제품 제02류 낙농품 제03류 어류, 갑각류, 연체동물 및 조 제품 제04류 곡물 및 조제품 제05류 야채 및 과실 제06류 당류 및 당류 조제품 및 꿀 제07류 커피, 차, 코코아, 향신료 및 유사 제품 제08류 사료

제1부 음료 및 담배

제11류 음료

제12류 담배

자료: 통상산업성(2000),「輸入擴大策の概要」, p. 17를 참조로 작성.

대상기업은 수입촉진세제를 통하여 기준년도 대비 수입증가금액의 4%에 해당되는 금액을 세제에서 공제받을 수 있다. 단, 세제공제의 한도액은 해당 법인세의 10%이며, 중소기업의 경우는 15% 규모로 규정되어 있다.

구분 주요 내용

대상기업 · 기준년도(1989년도 이후부터 전년도까지 최대 수입을 기록한 연도)의 대상 제품수입금액에 대한 증가율이 5%이상의 제조업자

- 제품수입증가금액의 4%를 세제 공제함
(단, 세제공재액의 한도액은 해당 법인세의 10%, 중소기업의 경우 15% 규모임.)

〈표 4-2〉 수입촉진세제의 대상기업 및 공제내용

나, 수입촉진을 위한 정책금융

일본 정책금융기관의 융자제도는 외국제품의 수입촉진 및 외국기업의 대일 직접투자 촉진을 통하여 일본경제의 고도화·활성화, 소비자 이익증대, 우호적 대외경제관계 형성 등을 도모하기 위해 설립되었다. 수입확대를 위한 융자지원제도는 시행기관을 기준으로 일본정책투자은행의 수입촉진기반강화 융자, 국제협력은행의 제품수입금융, 중소기업금융금고 및국민생활금융금고의 수입원활화자금으로 구분된다. 이 밖에도 사전지불수입보험제도는 지속적인 수입에 대한 지원과 리스크 보전을 보장함으로써외국제품의 수입을 촉진하고 있다.

금융기관의 특징에 따라 융자대상과 지원방식에 차이가 있지만, 공통적으로 각각 최우대 금리를 적용하고 있다. 정책금융기관의 융자제도가 설립된 1983년부터 1997년까지의 누계실적은 네 기관 합계 기준으로 융자건수가 5,653건이고 융자금액이 1조 8,297억 엔에 이르렀다.

중소기업금융금고

국민생활금융금고 (수입원활화자금)

| 구 분 | 주요 내용 |
|---------------------------|--|
| 일본정책투자은행 (수입촉진기반강화 융자) | · 외자계열기업, 수입업자, 도소매업자 등의 설비자금 및 판매전시시설 등을 저리 융자 |
| 국제협력은행 (제품수입금융) | 외국제품을 구입하는 일본기업에 대한 설비자금 또는 장기운전자금을 저리융자 대일 수출제품을 생산·판매하는 해외법인에 장기자금을 저리융자. |

· 중소 도소매업자. 중소 소매업자의 설비자금과 운전

〈표 4-3〉 수입촉진을 위한 정책금융기관별 융자제도

1) 일본정책투자은행의 수입촉진기반강화 융자제도

일본정책투자은행은 1993년 수입촉진기반강화 융자제도를 설립하여 수입관련 사업자를 대상으로 설비자금에 대한 융자지원을 시행하고 있다. 前제도(수입촉진기반강화융자의 전신인 수입체제정비융자)와 비교하면 외자계열기업에 대한 융자비율이 인상되었고, 융자대상이 수입업자뿐만 아니라수입촉진효과가 크게 나타나는 설비투자부문으로 확대되었다.

(표 4-4) 수입촉진기반강화 융자제도의 대상사업 및 융자 내용

| 대 상 사업 | 금 리 | 융자비율 |
|---|-------|------|
| 수입품 취급비율이 높고, 수입품 확대에 기여한다고 인 정되는 사업 | 정책금리Ⅲ | 50% |

주 1) 수입품 취급비율이란 대상사업 완료 시점에서 해당 설비 이용 판매금액 또는 수입금 액 전체 중 해당수입품의 판매금액 또는 수입금액이 차지하는 비율(계획 기준)을 말한다.

²⁾ 금리는 2002년 10월 3일 현재 기준으로 다음과 같다.

| | 대부기간 10년 (거치 3년 포함) | 대부기간 15년 (거치 3년 포함) | 대부기간 20년 (거치 3년 포함) |
|--------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 정책금리 I | 1.70% | 2.10% | 2.40% |
| 정책금리 Ⅱ | 1.60% | 2.00% | 2.30% |
| 정책금리 Ⅲ | 1.50% | 1.90% | 2.20% |

자료: 일본정책투자은행의 홈페이지를 참고로 작성

융자 대상은 수입품 취급비율이 높은 기업과 수입확대에 기여한다고 인정받은 사업이다. 여기서 수입품이란 SITC 기준으로 <표 3-1>에서 제5부~제8부와 제0부~제1부(가공식품에 한정) 범위내의 상품이며, 수입품취급비율은 50% 이상이 기준이 된다. 단, 수입품취급비율이 50%를 충족하지 못하는 대상사업자 가운데 FAZ법이 규정하는 수입촉진지역에서 투자를 시행하는 사업자의 경우, 수입품취급비율이 30% 이상이면 공사비전체를 융자받을 수 있다. 또한 수입확대에 기여한다고 인정되는 사업에는수입품의 사전검사, 품질개선, 포장가공, 보수·검역, 전기, 판매, 서비스제공, 관리 사무 등이 해당된다.

2) 국제협력은행의 제품수입 금융제도

국제협력은행은 1984년 일본기업과 외국기업의 일본지사가 제품을 수입할 때 필요한 운전자금에 대해 저리 융자해 주는 제품수입 금융제도를 마련하였다. 이후 대일수출 제품을 생산, 판매하는 해외법인도 융자대상으로확대되었다.

제품수입 금융제도의 대상제품은 SITC 기준으로 제5부~제8부의 제품이며, 특히 미국을 비롯한 유럽국가들이 일본의 수입확대를 많이 요구하던 기계류, 의약품 부문을 중심으로 대출이 시행되었다. 또한 제품수입 금융제도의 융자기간은 1년~10년까지이며, 주로 일본기업이 대상제품을 수입하기 위한 자금과 외국법인이 대상제품을 일본에서 생산 및 판매하기 위

한 자금을 융자해 주고 있다.

3) 중소기업금융금고 및 국민생활금융금고의 수입원활화자금

중소기업금융금고 및 국민생활금융금고는 1988년부터 수입원활화자금을 통하여 중소 도소매업자와 중소 제조업자의 수입확대를 위한 설비자금· 운전자금을 저리 융자해 주고 있다. 이후 1998년 '동남아시아 경제안정화를 위한 긴급대책'이 각의에서 결정된 이후, 일본정부는 아시아 지역의 수입촉진을 위해 융자요건을 완화하였다.

융자대상별 내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 중소 소매업자는 수입품 취급·판매를 위한 설비자금과 수입품 구입·판매를 위한 장기운전자금을 융자받을 수 있다. 둘째, 직접 수입을 실시하는 중소 도매업자도 중소 소매업자와 동일한 자금을 융자받을 수 있다. 셋째, 중소 제조업자는 수입중간재 등을 사용한 제조·가공시설 관련 자금, 수입중간재 구입에 필요한 장기운전자금을 융자받을 수 있다.

융자기간은 설비자금의 경우 2년 거치기간을 포함하여 15년이며 경우에 따라 20년으로 연장이 가능하다. 장기운전자금은 1년 거치기간을 포함하여 5년이며 경우에 따라 7년으로 연장이 가능하다.

다. 평가 및 문제점

제1장 일본 수입시장 구조의 변화에서 살펴본 바와 같이, 일본의 對세계 주요 수입품목의 구조는 원재료 중심에서 의류·의류부속품, 사무용기기, 반도체 등 전자부품, 음향영상기기, 과학광학기기 등의 제품 수입을 중심으로 급속히 증가하고 있음을 확인하였다. 따라서 사무용 기기, 화학제품 등 공산품을 대상으로 하는 제품수입촉진세제와 융자지원 정책은 주요 수입품목이 원재료에서 공산품으로 변화하는 과정에서 일정의 기능을

담당하였다고 평가된다.

한편, 세제 및 정책금융 지원의 문제점으로서 두 가지를 지적할 수 있다. 하나는 대상 기업과 대상 제품이 일부로 한정되어 있기 때문에 수입확대를 위한 소기의 목적을 달성하는 데 한계가 있다는 것이다. 따라서 수입확대효과를 높이기 위해서는 우선 대상품목을 수입전체 부문으로 확대되도록 대상 범위 및 적용요건을 완화해야만 한다. 나아가 세제 및 정책금융지원은 재화뿐만 아니라 서비스 부문까지 도입을 촉진할 수 있도록 정비되어야 할 것이다.

다른 하나는 중소기업의 수입촉진정책에 대한 인지도가 낮기 때문에, 세제 및 정책금융 지원이 별로 활용되지 못한다는 데 문제점이 있다. 일본 정부는 10여 년 전에 세제상의 수입지원 조치로서 일부 품목을 대상으로 수입촉진세제를 도입하였고, 20년 가까이 제품수입금융 제도 등의 융자제도를 운영하여 왔다. 하지만, MIPRO가 2000년에 실시한 수입촉진정책에 대한 중소기업의 인식 조사결과에 의하면, 여전히 일본 내 중소기업의 경우 수입촉진세제와 정책금융기관의 융자제도에 대한 인지도가 매우 낮게 나타났다. 따라서 중소기업이 세제 및 금융 지원을 활용할 수 있도록 제도적 확충뿐만 아니라 홍보 강화를 위한 노력도 강구되어야만 한다.

2. 수입촉진지역(FAZ) 정비

가. 목적 및 전개 과정

일본 정부는 제품수입촉진세제를 도입하고 정책금융기관의 저리융자제 도를 확충함으로써 수입을 촉진하고자 하였으나, 공항과 항만 및 통관 시 설 등 수입관련 기반시설이 부족하여 수입촉진정책이 기대의 성과를 올리 지 못한다고 판단하였다. 특히 일본의 수출입 교류는 오사카, 고베, 요코하마라는 3대 항만 대도시를 중심으로 전개되었다. 이로 인하여 대도시에서는 수입 화물의 집중으로 혼잡 현상이 발생하였고, 기반시설이 부족한지방에서는 수입품과 외국기업의 진출에 의한 경제적 혜택을 향유할 수없는 양극화 현상이 야기되었다.

이에 일본 정부는 수입화물을 원활하게 유통시킬 수 있는 기반을 정비하여 수입을 촉진하고 지역 경제를 활성화한다는 목표하에 1992년 FAZ 법을 마련하였다. FAZ 법의 목적은 공항과 항만 및 그 주변지역에 물류시설과 수입관련 시설을 정비하여 수입관련 사업자를 집적시킴으로써, 수입품을 원활히 유통시키는 것이다. 이에 일본 정부는 1995년 11월 FAZ 법의 10년 연장 및 지원책을 확충한 바 있다.

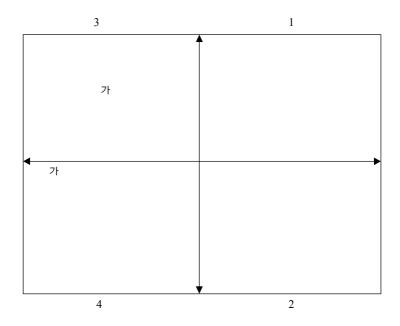
2002년 12월 현재 기준으로 총 22개 지역이 FAZ로 승인되었으며, 각각의 FAZ는 화물처리·보관·유통가공 시설을 비롯하여 수입품 상설 전시장과 사무실 등 기반시설의 구축을 마무리하였다(표 4-5 참조). 승인 지역은 대부분이 항만·공항 및 그 주변 지역으로서 현재 수입화물의 유통이활발하게 진행되고 있거나 FAZ 지정을 통하여 향후 유통증가가 예상되는 지역으로 구성되었다. 그리고 일본 정부는 수입관련 시설과 사업자를 보다효과적으로 집적시키기 위해 22개 FAZ 중 고베市, 에히메縣, 키타큐슈市등 5개 FAZ를 '특정집적지구'로 지정하였다.

나. FAZ의 유형별 특징

FAZ를 4가지 유형으로 구분하여 개별 FAZ의 특징을 간략하게 살펴보고자 한다. <그림 4-1>은 배후지역의 규모와 승인시점의 무역 진전 상황을 기준으로 22개 FAZ의 유형을 4가지로 분류한 것이다. 우선 FAZ는 배후지역 규모를 기준으로 '대도시형'과 '지방형'으로 구분된다. '대도시형'은

수도권과 관서지방으로 배후지역의 산업과 인구 집적을 바탕으로 수입 수 요가 많은 지역이고, '지방형'은 대도시형 이외의 지역으로 수입수요가 비 교적 적은 지역이다. 한편, 승인시점의 무역 진전상황을 기준으로 FAZ는 '기존 기능 지원형'과 '신규 개발형'으로 구분된다. '기존 기능 지원형'은 이 미 구축된 항만과 공항을 통해 수입실적이 높지만 향후 수입기능의 확 충ㆍ강화가 요청되는 지역이며, '신규 개발형'은 현재 수입실적이 적지만 FAZ 정비에 의해 수입 확대를 기대할 수 있는 지역이다.

〈그림 4-1〉 22개 FAZ의 유형별 특징



자료: http://www.nittsu.co.jp. 'FAZの現況と今後について'

여기서는 FAZ의 유형별 특징을 간단히 정리하고자 한다. 첫째, 제1유형으로서 일본의 대표적 무역항(고베港, 요코하마港, 오사카港 등)을 포함하고 있는 FAZ는 일본 수입촉진의 견인차 역할을 담당하고 있는 지역이다. 특히 고베港 FAZ는 수입관련 사업자의 입지가능성이 높은 지구를 특정집적지구로 지정하여, 진출기업에 대해 감세 등의 각종지원을 실시하고 있다.

둘째, 제2유형의 칸사이 空港과 카와사키港은 배후지역에 넓은 수입시장이 형성되었지만, 상업적 항만기능이 부족하다는 평가를 받고 있는 FAZ이다. 이에 카와사키港 FAZ는 수도권 배경의 입지조건을 활용하기 위해종합물류센터와 무역관련지원 시설을 설립하고 수입촉진 기능을 강화하였다. 또한 1994년에 개항한 칸사이 空港 FAZ도 증가하는 항공화물을 처리하기 위해 국제 물류 거점으로서의 기반을 새롭게 강화하고 있다.

셋째, 제3유형의 시미즈港, 니이가타港, 시모노세키港 등 6개 지역의 FAZ는 지방에 위치하고 있지만, 컨테이너 항로와 국제 정기 항공노선을 이용한 수입실적이 상당히 높은 특징을 가지고 있다. 시미즈港과 니이가타 港은 새롭게 책정된 '제9차 항만정비 5개년 계획'을 통하여 국제적 항만으로서 거듭나기 위한 노력을 강구하고 있다.

넷째, 제4유형의 수입실적이 적은 지방의 FAZ는 총 11개 지역이다. 동지역의 목표는 수입 촉진을 통하여 지역경제의 활성화 및 산업구조의 고도화를 도모하는 것이다. 국제정기 컨테이너가 전무하였던 마츠야마港의경우, FAZ로서 승인된 이후 한국, 중국, 대만을 잇는 항로가 개설되기 시작하였고 컨테이너 화물 처리량도 증가하게 된 특징을 가지고 있다.

〈표 4-5〉 FAZ의 주요 시설 및 설립 시기

| FAZ | 주요 시설및 설립 시기 |
|-------------------|--|
| 칸사이空港 (오사카府) | ·린쿠 국제물류센터(1996): 공동 화물처리·보관시설, 사무소, 전 시장 등 |
| 오사카港 (오사카市) | ・아시아・태평양 무역센터(1994): 수입품 도매점포, 유통가공시설 등 ・오사카 세계무역센터(1995): 무역관련 사업자용 사무실, 수입품 소매점포 |
| 고베港 (고베市) | ・고베 항공화물 터미널(1994): 항공 화물처리・보관시설, 사무실 등 ・냉장창고단지(1995): 냉장보관시설 ・고베港 국제유통센터(1999): 해상 화물처리・보관시설, 유통가공 시설 등 |
| 마츠야마港 (에히메縣) | ·에히메 국제물류터미널(1996): 화물처리·보관·유통가공 시설, 냉동·냉장 창고 ·에히메 국제무역센터(1996): 무역·유통용 사무실, 이벤트 Hall ·에히메 식물 훈증시설(1998):수입 식품원료의 훈증·보관시설 |
| 키타큐슈港 (키타큐슈市) | ・키타큐슈 국제물류센터(1996): 화물 처리・보관시설, 유통가공시설 등 ・아시아・태평양 Import Mart(1998): 도매 시설, 사무실, 정보제공 시설 |
| 나가사키空航 (나가사키縣) | ·나가사키 국제항공화물터미널 빌딩(1994): 화물 처리·보관시설, 사무실 |
| 카와사키港 (카와사키市) | · 카와사키 FAZ 물류센터(1998): 하역·유통가공·배송·보관 시설, 전시장, 수입식품센터, 사무실, 문화교류시설 등 |
| 요코하마港 (요코하마市) | ・요코하마港 유통센터(1996): 하역・보관・유통가공・배송 시설, 전시장, 사무소 등 ・오코하마 Import Mart(1999): 수입품상설전시장, 유통업 사무소・ 점포 등 |
| 히로시마空港 (히로시마縣) | ·국제물류센터(1996): 화물처리·냉동·냉장 시설, 대리점 사무소, 회의·연수실 등 |
| 시모노세키航 (야마구치縣) | ·국제종합물류센터(1996): 수입 도매점포, 쇼핑센터, 무역관련 단체·기업 사무소, 정보센터, 연수실, 회의실 등 |
| 오이타港 (오이타縣) | ·오이타 국제물류센터(1996): 하역·보관·배송·전시 시설 등, 정보 센터, 회의실, 연수시설, 사무소 등 |
| 코마츠港 (이시카와縣) | · 호쿠리쿠 국제공항 화물터미널(1994): 대리점 점포, 훈증 창고 등 |

(표4-5) 계속

| 센다이港・ 센다이空港 (미야기縣) | ・센다이港 국제 비즈니스 서포트 센터(1995): 수입관련 사업자 사무소, 전시장, 회의장 등 ·센다이 空港 국제화물 터미널(1995): 하역, 보관, 검역, 통관, 오피스 등 |
|--------------------------|---|
| 히타치나카港 | · 히타치나카 물류 시설 및 국제전시장(2000): 하역·보관시설, 유 |
| (이바라키縣) | 통가공 시설, 정보 화 사무소 등 |
| 마이즈루港 | ・물류시설(1997): 화물처리, 보관, 유통가공시설 |
| (교토府) | ・지원센터(1997): 수입관련업자 사무소, 정보센터, 전시장 등 |
| 코치港 (코치縣) | ·코치新港 수입물류 터미널(1998): 화물처리·보관·유통가공 시설, 물류관련업자 사무소, 회의실 등 |
| 쿠마모토港 | ・쿠마모토港 물류센터(1999): 화물처리・보관・가공 시설, 물류업 |
| (쿠마縣) | 자 사무소 |
| 사카이港 | ・물류지원시설(1998): 화물처리, 보관・유통가공시설 |
| (돗토리縣) | ・비즈니스 지원시설(1998): 수입관련 사무실, 실무지원 기능 등 |
| 하치노헤港 | · 하치노해港 국제물류센터(1998): 화물처리·보관 시설, 사무실 등 |
| (아오모리縣) | · 세계무역센터(1998): 사무실, 회의실, 전시실 등 |
| 니이가타港 (니이가타縣) | ・정온 (定溫) 훈증 시설(1998): 훈증 창고, 정온(定溫) 창고 |
| 시미즈港 (시즈오카縣) | ·오키츠 국제물류센터(1998): 화물처리·보관·유통가공 시설, 회의실, 연수실, 정보 사무실 |
| 오카야마空航 (오카야마縣) | ・오카야마空港 화물터미널(1998): 화물처리・보관 시설, 사무실 등 |

자료: JETRO. 'Foreign Access Zone'을 참고로 작성.

다. FAZ의 주요 지원정책

앞서 보았듯이 FAZ는 공항, 항만 기능을 강화하고, 주변 지역의 수입관 런 인프라를 선행적으로 정비하여 국제교류의 거점지역으로 육성하기 위 한 제도를 강구해 왔다. 이 외에도 FAZ는 지방자치단체와 민간기업이 공 동 설립한 제3섹터형 기업과 FAZ 진출 기업을 대상으로 융자 및 세제 조 치 등의 각종 인센티브를 제공하고 있다. 이러한 FAZ의 주요 지원정책은 <표 4-6>을 중심으로 정리하였다.

〈표 4-6〉 FAZ의 주요 지원조치

- (1) 수입촉진기반정비사업을 정비하는 제3섹터에 대한 지원
- 산업기반정비기금에 의한 출자 및 채무보증
- 부동산취득세, 고정자산세의 불균일 과세 관련 수익 감소의 보상조치 [FAZ 시설이 민활법(民活法)에 의해 지원을 받는 경우]
 - · 민활보조금으로서 토지취득비를 제외한 건설사업비의 5% 보조
 - •세제지원: 특별토지보유세의 비과세 및 사업소세의 감세
 - · 일본정책투자은행에 의한 출 · 융자
- 중소기업사업단에 의한 고도화융자의 융자한도금액 인상
- (2) 특정집적지구를 설정한 경우, 동 지구내의 수입화물촉진사업에 대한 지원
- 부동산취득세, 고정자산세의 불균일과세 관련 수익 감소의 보상조치
- 제조업, 도소매업 관련 건물, 기계에 대한 특별상각(상각 비율: 건물 10%, 기계 22%)
- 특별토지보유세의 비과세
- 산업기반정비기금에 의한 채무보증
- 중소기업신용보험의 특례
- (3) JETRO에 의한 지원
- 동경의 JETRO FAZ 종합지원센터와 9개 지역의 JETRO FAZ 지원센터를 설립.
- 각종 수입관련 정보 제공, 수입품 전시회 등을 실시
- (4) FAZ의 지방공공단체가 시행하는 사업비 보조금
- FAZ 내 수입품 전시상담회 개최사업, 수입촉진연수사업, 정보정비 사업 등
- 주: 민활법은 '민간사업자 능력 활용에 의한 특정시설의 정비 촉진에 관한 임시조치법'을 지칭하며, 1986년부터 시행되었다.

자료: 통상산업성(2000),「輸入擴大策の概要」를 참조로 작성.

첫째, 각 FAZ에서는 지방자치단체와 민간기업의 출자에 의한 제3섹터 기업에 의해 시설이 정비되고 있다. 따라서 수입촉진기반정비사업을 정비하는 제3섹터에 대해 출자 및 채무보증, 부동산취득세 및 고정자산세 감

세, 특별도지보유세 비과세 등의 인센티브를 부여하는 세제 우대조치를 마련하였다.

둘째, 특정집적지구에서 신규 수입 비즈니스를 시행하는 기업은 부동산 취득세 및 고정자산세 감세, 특별 상각, 특별 토지보유세 비과세 등의 세 제상우대조치의 혜택과 함께 산업기반정비기금의 채무보증제도를 활용하 여 정비취득을 위한 자금과 일반 운전자금의 채무를 보장받을 수 있다. 또 한 민간 중소기업에 대해서는 중소기업신용보험의 특례제도(수입화물유통 특례, 특정제품수입관련특례, 특정대내투자관련 특례)를 설정해 놓고 있다.

셋째, JETRO는 동경의 'JERTO FAZ 종합지원센터'를 비롯하여 전국의 FAZ내에 10개의 'JETRO FAZ 지원센터'를 설치하였다. 여기서는 FAZ의 발전을 위해 각종 수입관련 정보를 제공하는 지원 활동과 전시·상담회·세미나 등의 이벤트를 개최하고 있다.

넷째, 지방공공단체는 FAZ내에서 시행되는 수입품 전시상담회, 정보정비사업, 수입촉진 연수사업, 유통망 구축사업 등에 사업비를 보조하고 있다.

FAZ를 이용하는 기업은 세제·금융상의 우대조치를 비롯한 각종 지원 서비스를 활용함으로써 다음의 이점을 갖게 된다4).

첫째, 물류비용을 보다 저렴하게 할 수 있다. FAZ 주변의 넓은 소비시 장과 근접 항만·공항 시설을 이용하여 직접 수입화물을 들여옴으로써 일 본내 수송 과정을 단축할 수 있어 물류비용을 절약할 수 있다.

둘째, 수입화물을 효율적으로 취급할 수 있다. FAZ 내에는 물류시설이 정비되어 있을 뿐만 아니라 주변에 수입관련 비즈니스가 집중되어 있기 때문에 통관에서 하역은 물론 가공, 유통 등의 공정이 효율적으로 진행 될 수 있다. 또한 공동수입, 공동수주, 공동개발 등 기업간에 공동으로 사업 을 수행할 수 있어 효율적인 사업진행이 가능하다.

⁴⁾ 이성봉·김종근·이형근(1998), 『외국인투자유치정책: 국제적 성공사례와 시사점』, 정책 연구 98-10, p. 92, KIEP.

셋째, 수입비즈니스를 원활하게 추진할 수 있다. FAZ 내에는 국제박람회, 국제회의장, 비즈니스 지원시설 등이 정비되어 있다. 이 시설을 통해전시회, 상담회, 세미나 등을 이용함으로써 비즈니스 기회가 확대될 수 있다.

라. 평가 및 문제점

FAZ의 설립 목적은 우선 수입화물을 원활하게 유통할 수 있는 기반을 정비하는 것이며, 기반 정비를 통하여 수입품을 취급하는 도소매, 가공업등의 수입관련 사업자의 집적을 도모하여 수입품의 유통을 원활히 하는 것이다. 이에 일본 정부는 1992년부터 일본전역에 걸쳐 항만, 공항을 중심으로 22개 지역에 FAZ를 설치하여 대부분의 시설정비를 완료하였다. 따라서 FAZ 제도는 수입촉진기반시설의 정비를 적극 추진하는 1단계의 외형적 성과를 거두었다. 하지만, FAZ의 실제 운영측면과 관련하여 수입기업이 기반시설을 유용하게 활용하여 수입촉진을 실현하는 2단계로 아직 진입하지 못하였다고 평가할 수 있다.

JETRO가 조사한「對日 시장접근 실태조사 보고서」에 의하면, FAZ가 근접 항만·공항 시설 및 정비된 물류 시설을 이용하여 일본내 수송 과정을 단축할 수 있다고 하더라도, 물류비용과 수입화물의 보세처리 시간 측면에서 일본은 미국, 영국, 독일 등 5개국의 구미 유럽국가보다 뒤떨어진 수준이라고 평가되었다. 또한 동 보고서에서는 수입품의 물류비용을 인상시키는 요인으로서 물류 사업의 진입규제와 요금규제, 정보화 대응이 늦은수입수속 절차 등이 지적되었다. 따라서 FAZ는 수입촉진기반시설의 정비이외에 수입절차를 간소화할 수 있는 제도를 확충하는 것이 보다 시급하다고 할 수 있다.

대부분의 FAZ 사업은 수입촉진기반시설을 정비한 성과를 거두었다. 하

지만 주요 사업내용은 전시장을 활용한 박람회, 상담회 등의 일회성 행사 중심의 전시 행정적인 사업에 치중하고 있어, FAZ 각각의 특색 있는 수입 촉진전략을 발굴한 사례를 찾아보기 어렵다. 따라서 지방자치단체는 FAZ 를 활용한 전략적 대응을 강화해 나가는 것이 요청된다. 나아가 FAZ를 수입화물이 원활하게 유통되는 시설로 구축하기 위해서는 FAZ 상호간의 연계를 위한 노력도 요구되고 있다.

3. JETRO의 수입촉진사업

가. 목적 및 전개과정

일본 정부는 1958년 종합적으로 무역을 진흥하기 위하여 JETRO를 설립하였다. 설립이래 20여 년간 JETRO는 수출진흥에 중점을 두고 사업을 시행하여 왔지만, 1990년대부터 점차 수입진흥을 위한 사업을 확충하기 시작, 세계 58개국의 해외사무소 네트워크를 활용하여 다양한 수입촉진사업을 전개해 왔다. 그 결과 현재 JETRO는 예산의 대부분을 수입촉진과 산업협력 부문으로 사용하고 있다.

JETRO가 현재 추진하고 있는 수입촉진사업은 장단기 전문가 파견을 통한 정보수집사업, 외국인 사업자를 대상으로 하는 수출지원사업, 수입자동차, 수입주택 상설 전시장 및 각종 전시 상담회를 통한 정보제공사업으로 구분되며, 각 사업의 전개과정은 다음과 같다.

1990년대 초기 JETRO의 정보수집사업은 대일수출 유망상품을 발굴하기 위해 장단기 전문가를 해외에 파견하거나, 미국과 유럽의 민간 사업가와 상공회의소 등의 수출책임자를 일본으로 초대하는 업무가 중심을 이루었다. 1992년 8월 일본 정부는 '종합경제대책'을 발표하였고, 동 대책의 결정

에 의해 JETRO는 대일수출을 목표로 하는 외국인 사업자에게 초기단계에 사무실을 무료로 제공하는 BSC를 개설하여, 외국인 사업자를 실질적으로 지원하기 시작하였다.

JETRO는 수입품 홍보를 위한 각종 전시 상담회를 적극 전개해 왔다. 1993년 수입품 전시회를 개최하여 소비자에게 수입품을 홍보하는 Import Square를 지방에 설립한 것을 시작으로, 1994년 수입주택전시장, 1995년 수입자동차·자동차 부품 상설 전시장 등을 신설하였다.

앞서 살펴본 수입촉진사업 이외에도 1995년부터 JETRO는 일본의 규제와 상관행 중 수입을 저해하는 요인이 있는가를 살펴보기 위해 일본과 주요국의 공적규제, 상관행 등을 객관적으로 비교, 분석하는 '대일 Access 실태 조사'를 실시하고 있다.

나, 주요 사업 내용

1) 대일수출 유망상품 발굴 전문가 파견사업

JETRO는 1990년부터 외국정부·관련기관에 무역실무 경험이 풍부한 상사 등의 전문가를 3년 정도 파견하는 장기전문가 파견사업과 일본 소비자의 수요에 정통한 유통·도매업 분야의 전문가를 1개월 정도 파견하는 단기전문가 파견사업을 실시하고 있다.

장기전문가의 주요 임무는 외국에서 대일 수출에 관심이 있는 기업 및 대일 수출 유망상품의 조사・발굴, 수입업자에게 정보제공, 발굴 상품을 일본시장에 적합하도록 개량・지도하는 것이다. 단기전문가는 장기전문가와 연대하여 조사・발굴 업무를 시행하고, 일본내에서 수집한 유망상품의 상담회, 전시회를 개최하고 있다. 2002년에 장기전문가가 파견된 지역은 미국(17개 지역), 유럽(21개 지역), 캐나다(2개 지역), 호주(1개 지역) 등 선 전국을 집중 대상으로 하고 있다.

JETRO가 발표한 자료에 의하면 지금까지 장기전문가가 발굴한 수입품 건수는 9,949건(2002년 5월까지)이며, 이 중 계약으로 체결된 건수는 2,384 건이다. 또한 전문가 파견사업은 신고 기준으로 대략 7억 7,555만 달러의 수입증대 효과를 가져왔다고 나타났다.

2) BSC(Business Support Center)

1992년 '종합경제대책'에 의거하여 JETRO는 대일수출을 목표로 하는 외국 사업가를 대상으로 초기단계 지원을 위해 BSC를 설립하기로 결정하였다. 이에 BSC는 1993년 동경을 시작으로 요코하마, 나고야, 오사카, 고베, 후쿠오카까지 추가 개설됨으로써 현재 총 6개 지역에 설립되었다. 일본의 중심도시에 설립된 BSC는 일본에 활동거점을 갖고 있지 않은 외국 사업가를 대상으로 대일수출 초기단계에서 단기간(4개월 이내)동안 사무실을 무료로 임대해 주는 것과 외국 사업자에게 일본시장과 대일 수출관련 정보 및 노하우를 제공하는 것을 주요 업무로서 시행하고 있다.

대일 수출 희망 기업은 신청을 통해 BSC의 지원업무를 이용할 수 있다. 해외에서는 해당지역의 담당 JETRO 사무소를 통하여 신청할 수 있고, 일본에서는 외국공관을 통하여 BSC 사무국에 신청할 수 있다. 단, JETRO 해외사무소, 장기전문가, 일본주재 외국대사관 등의 추천을 받은 기업이우선적으로 BSC에 입주할 수 있다.

JETRO 자료에 의하면 1993년 설립이래 현재(2002년 9월)까지 BSC를 이용한 해외 기업은 총 2,568개사로 집계되었다. BSC를 이용한 국별 기업수의 실적을 살펴보면, 미국 654개사, 프랑스 241개사, 이탈리아 171개사, 호주 137개사, 영국 121개사 등 주로 미국을 비롯한 유럽 국가들이 전체사용 비율의 73%를 차지하고 있다. 하지만, 아시아 지역 기업의 BSC 이용률은 17%에 불과하며, 이 중 한국은 단 53개 기업만이 BSC를 이용한 것으로 나타났다.

3) Import Square

JETRO는 1993년 지방에서 소비자가 수입품 및 수입사업을 직접 경험할수 있는 기회를 제공하기 위해 Import Square를 설립하기 시작하였다. Import Square는 총 8개 지역(삿뽀로, 센다이, 요코하마, 나고야, 오사카, 히로시마, 코마츠, 후쿠오카)에 설립되었다.

Import Square의 주요 기능은 주로 JETRO가 해외에 파견한 전문가가 발굴한 대일시장 유망상품을 비롯하여 외국의 무역진흥기관, 관련업계가 요청한 수입품, BSC를 활용하였던 외국인 사업가의 샘플 등을 전시하는 것이다. 이외에도 수입품 판매를 위한 점포, 개인수입관련 수입품 정보 제공코너 등을 운영하고 있다.

4) 대일 ACCESS 실태조사 사업

JETRO는 1995년부터 대일 ACCESS 실태조사 사업을 개시하였다. 조사 목적은 외국으로부터 시장진입의 저해요인으로 지적되고 있는 일본의 제 도, 규제, 상관행 등의 실태를 파악하기 위한 것이다. 지금까지 JETRO는 주택, 의료 기기, 화장품, 가공식품, 화학품 등의 품목을 비롯하여 수입품 유통의 관련규제 및 비용, 전자 상거래 등 다양한 조사를 실시하였고, 조 사 내용을 매년 최종 보고서로 정리, 발표하고 있다.

다. 평가 및 문제점

이미 일본의 종합적 무역진흥기관인 JETRO가 전개하는 주요 수입촉진 사업 내용을 살펴보았다. 이 외에도 JETRO는 현재 ESJP(Export to Japan Study Program) 사업, 캠페인 지원 사업, 주택수입촉진사업 등을 전개하고 있다. 이처럼 JETRO가 다양한 형태의 수입촉진사업을 시행하고 있음에도 불구하고, 기업들은 각각의 사업에 대한 인지도가 낮기 때문에 JETRO의 수입촉진사업을 충분히 활용하지 못하고 있다.

또한 제2장의 3절 일본기업의 수입촉진정책에 대한 활용실태 조사에서는 중소기업이 JETRO의 전시회·상담회 및 정보제공 사업을 가장 많이 활용하는 것으로 나타났다. 그러나 수입품 전시회와 상담회가 지나치게 외형적이며, 일회적인 행사 성격을 갖고 있다는 문제점이 지적되고 있다. 따라서 JETRO는 전시회, 상담회 등이 수입품을 소개하는 차원에서 벗어나실질적인 수입확대로 연계될 수 있도록 노력해야 한다.

JETRO의 수입촉진사업과 수입시장의 변화 관계를 살펴보면, 최근 동아시아로부터의 수입 증대에 미치는 영향력은 크지 않았다고 할 수 있다. 이는 JETRO의 사업이 아직도 미국을 위시한 유럽국가로부터의 수입증진에 초점을 맞추고 있기 때문이다. 장기전문가 파견지역은 모두 미국, 유럽 등선진국만을 집중 대상으로 하고 있으며, BSC의 국별 사용현황도 이들이전체 사용 비율의 73%를 차지하고 있다. 따라서 서구유럽 이외 지역의 해외기업을 대상으로 하는 우대제도를 보다 강화해야 할 것으로 사료된다. 마지막으로 JETRO는 다양한 기업의 요구에 대응할 수 있도록 대상사업의범위를 제품뿐만 아니라 서비스, 경영 노하우 도입을 지원할 수 있도록 확충해야 할 것이다.

4. 시장개방고충처리체계(OTO)

가. 목적 및 전개 과정

1982년 일본 정부는 경제활성화를 위해 투명한 시장과 소비자 주권이 확립된 사업환경을 정비한다는 목적하에 관계성청으로 구성된 OTO를 설립하

였다. 이에 1983년 자문회의를 구성한 OTO는 비관세장벽으로 지적되는 수입관련 제반 사항 및 수입 원활화를 위한 조치 등에 관하여 외국기업 및 수입기업들의 구체적인 고충을 접수·처리함으로써, 외국인 사업자와 수입품이 용이하게 접근할 수 있는 시장환경을 구축하기위해 노력해 왔다.

일본정부는 1994년 2월 각의에서 OTO의 체계를 보다 강화하여 시장개 방을 촉진하기로 결정하였다. 이에 OTO의 구성원은 관방부장관(본부장)과 관계성청 사무차관에서 내각총리(본부장)와 관계성청 대신으로 변경됨으로 써 OTO의 체계가 더욱 강화되었다고 할 수 있다. 또한, OTO 자문회의가 OTO 추진회의로 개칭되었고, OTO 추진회의는 개별 고충사항과 공통 과 제를 일본 정부에 건의할 수 있는 기능을 확보하게 되었다.

나. OTO의 운영체계 및 실적

1) 운영 체계

OTO가 고충을 접수·처리하여 개선조치를 취하거나 시장에 대한 오해를 해소하는 과정은 다음과 같다.

첫 번째, 외국기업 및 수입기업은 OTO 사무국, 관계성청, 대사관, 영사관, JETRO 사무소의 창구뿐만 아니라 외국정부기관과 在日외국공관에 대리로 설치된 창구를 통하여 고충을 접수 할 수 있다. 또한 고충을 신청할 때 신청자본인의 이름을 밝히지 않고 외국정부기관과 在日외국공관을 대리인으로 신청하는 대리신청도 가능하다. 이는 과거 고충 접수 및 개선 요구 등의 해결을 위한 일련의 과정에서 소요되는 비용 및 고충 접수로 발생할 수 있는 불이익에 대한 기업의 부담을 해결하였다는 점에서 큰 의의를 갖고 있다. 또한 OTO의 고충처리가 기업차원의 개별 문제가 아니라 외국정부기관의 대일 통상전략으로서 활용될 수 있는 장으로 확대되었다고 해석할 수 있다.

두 번째, OTO 사무국은 이렇게 접수된 고충을 관계성청에 연락하고, 관계

성청은 10일 이내에 고충 신청자에게 네트워크를 통하여 현행 제도를 설명하거나, 개선 조치를 제안하는 회답을 전달한다. 이에 대해 고충신청자는 관계 성청으로부터의 회답에 대한 의견을 마찬가지로 네트워크를 통하여 회송한다.

세 번째, 만약 관계성청의 대응에 고충 신청자가 납득을 할 수 없거나 불만을 갖고 있는 경우에는, 일본의 전문가와 외국인으로 구성된 OTO 추 진회의가 그 안건을 심의하게 된다. 또한 OTO 추진회의는 관계성청이 개 선조치를 강구해야만 한다고 판단한 경우, OTO 대책본부에 이에 대한 의 견을 제출하게 된다.

네 번째, OTO 대책본부는 OTO 추진회의의 의견을 반영시킨 개선조치를 결정하도록 되어 있다.

2) 고충 접수 및 처리 상황

개별고충의 수입국가별 접수상황<표 4-7>을 살펴보면 2001년 5월 현재 기준으로 미국이 190건, EU가 186건을 접수한데 비해 한국이 12건, 중국 이 16건 대만이 5건으로 아시아 국가의 접수 상황은 미비하게 나타났다.

| - | 미국 | EU | 한국 | 중국 | 대만 |
|------|-----|-----|----|----|----|
| 신청건수 | 190 | 186 | 12 | 16 | 5 |

〈표 4-7〉 수입국가별 접수 사항

자료: http://www5.cao.go.jp/access/japan/oto status.html

이처럼 미국이나 EU에 비해 저조했던 한국의 OTO 활용을 제고하기 위해서는 지금까지 OTO를 활용하지 못한 이유를 살펴보는 것이 중요할 것이다. 첫째 한국 기업들이 일본 시장에서 당할 수 있는 불이익을 해결할수 있는 방법이 일본내에서 OTO라는 제도를 통하여 개선할 수 있다는 사실조차도 인식하지 못하는 경우가 많았기 때문이다. 둘째 한국 기업은 일

본의 수입장벽에 대해서 일본측에 집요하게 시정을 요구하여 해결하기보 다는 주어진 여건으로 받아들이고 이에 부합하여 대일 수출을 도모하는 전략을 추진해 온 점을 지적할 수 있다. 셋째 한국 정부는 그 동안 국내산 업 보호 중심의 수입규제를 실시해 왔기 때문에, 미국과 같이 떳떳하게 일 본측에 수입촉진정책을 요구하기 어려웠다.

〈표 4-8〉 OTO의 연도별 접수 사항

| 구분 | 개별고충 | OTO 추진회의의 문제제기 | | · 합계 |
|-----------|------|----------------|----------|------|
| <u>연도</u> | 접수건수 | 보고서 | 접수건수 | 1 업계 |
| 1981 | 24 | - | | 24 |
| 1982 | 82 | - | - | 82 |
| 1983 | 37 | - | - | 37 |
| 1984 | 51 | - | - | 51 |
| 1985 | 41 | - | - | 41 |
| 1986 | 31 | - | - | 31 |
| 1987 | 91 | - | - | 91 |
| 1988 | 13 | - | - | 13 |
| 1989 | 33 | - | - | 33 |
| 1990 | 42 | - | - | 42 |
| 1991 | 26 | - | - | 26 |
| 1992 | 20 | 자문회의보고서 | 31(26) | 51 |
| 1993 | 23 | 추진회의 제1회보고서 | 50(21) | 73 |
| 1994 | 18 | 추진회의 제2회보고서 | 48(19) | 66 |
| 1995 | 13 | 추진회의 제3회보고서 | 52(19) | 65 |
| 1996 | 10 | 추진회의 제4회보고서 | 59(19) | 69 |
| 1997 | 15 | 추진회의 제5회보고서 | 53(8) | 68 |
| 1998 | 22 | - | - | 22 |
| 1999 | 13 | 추진회의 제6회보고서 | 53(12) | 66 |
| 2000 | 34 | - | - | 34 |
| 2001 | 1 | - | - | 1 |
| 합계 | 639 | - | 346(124) | 985 |

주: () 안의 숫자는 안건 중 구체적 검토결과로서 정리한 것을 나타낸다.

자료: http://www5.cao.go.jp/access/japan/oto status.html

다른 한편으로, 중국과 대만의 대일수출의 경우, 일본 기업이 수평분업체제 구축을 목적으로 시행한 해외투자에 따른 역수입의 비중이 높기 때문에, 일본 시장의 비관세장벽에 대해 고충을 직접 신청할 필요성이 상대적으로 적었기 때문이라고 할 수 있다.

1982년 발족된 OTO는 1983년 OTO 자문회의를 구성한 이래로 현재 (2001년 5월 기준)까지 639건의 개별 고충 안건을 접수하고 해결하였다. 또한 OTO 추진회의(前身 OTO 자문회의)는 외국인사업자가 제기한 문제에 대해 명확히 규명하고 필요한 대응을 의견으로 정리하여 보고서로 제출하고 있다. 동 보고서에서 제기된 고충은 현재(2001년 5월 기준) 346건이 접수되었고, 이 중 124건이 정부의 대응책을 포함한 의견으로서 정리된 상황이다.

<표 4-9> 개별고충 처리 상황을 살펴보면, OTO에 접수된 개별고충 총 639건 가운데 처리가 완료된 것은 620건이다. OTO는 일단 접수된 고충을 검토하여 오해가 있는 부분에 대해서는 고충 신청자에게 소관관청의 처리 방침을 전달하여 신청자의 납득을 얻거나, 개선의 요지가 있는 부분은 OTO 추진회의 심의를 통하여 개선조치를 마련함으로써 처리를 완료하게 된다.

 성표 4-9) 개별고충 처리 상황

 처 리 부 야
 거수 2001 2 16

| 처 리 분 야 | 건수 | 2001. 2. 16 시점 이후의 처리상황 |
|----------------------|-------|-------------------------|
| A: 개선조치를 강구한 것 | 217 | 1 |
| C: 사실관계 등의 오해를 해결한 것 | 227 | 1 |
| Ca: 수입촉진 효과를 발생한 것 | (127) | (0) |
| Cc: Ca 이외의 것 | (100) | (1) |
| D: 현행 대로 유지 | 176 | 2 |
| 처리 완결 합계 | 620 | 4 |

자료: http://www5.cao.go.jp/access/japan/oto_status.html

처리 완료된 620건을 살펴보면, 개선조치를 강구한 안건은 217건, 신청 자에게 사실관계 등의 오해를 해결한 안건은 227건, 현행 그대로 유지하기로 처리한 안건은 176건으로 구분된다. 여기서 신청자에게 사실관계 등의 오해를 해결함으로써 수입촉진 효과를 발생시킨 안건은 127건으로 집계되고 있다. 하지만 현행 그대로 유지하는 안건이 176건이라는 점을 주목해 볼 때, OTO는 접수된 고충의 대부분을 새삼스럽게 개선조치를 취할필요가 없는 사항으로 분류하고 있어, 수입시장 환경 개선을 위해 적극적으로 해결 방안을 모색하고 있다고 평가하기 어렵다.

다. 평가 및 문제점

제3장에서 살펴본 대부분의 수입촉진정책과는 달리 OTO는 외국 기업이 실질적으로 일본의 수입제도를 비롯한 고충을 직접 신청하여 활용할 수 있는 제도로서 주목되는 바가 크다. 일본 정부가 시행하는 수입촉진정책의 대부분은 이용 주체가 일본의 수입판매업자나 제조업자들이기 때문에, 외국의 대일수출 기업이 활용할 수 있는 여지는 극히 한정되었다고 해도 과언이 아니다. 따라서 외국의 대일수출 기업은 일본 정부의 수입촉진정책가운데 수입관련 규제완화, 특히 기준・인증제도의 개선 조치를 활용하여수출을 촉진할 수밖에 없다는 점을 고려할 필요가 있다. 한편, OTO가 외국기업을 비롯한 일본 기업의 고충을 개선함으로써 비관세장벽을 해소한다는 목적을 이루기 위해서는 고충처리 과정에서 적극적인 개선방안을 마련하기 위해 노력하는 것이 요구된다.

여기서 OTO는 외국의 대일수출 기업이 적극 활용할 수 있는 수입촉진 정책이라는 점에서 간략하게나마 한국 기업의 OTO 활용 현황 및 활용 방안을 모색하고자 한다. 한국 기업은 일본의 비관세장벽을 극복하기 위한 방편으로 OTO를 적극 활용할 필요가 있다. 하지만, 한국 기업이 일본시장

〈표 4-10〉 한국의 개별고충 신청 및 처리상황

| OTO번호 | 사례내용 | 신청자 | 신청 년도 | 처리 분류 |
|-------|---|----------------|----------|---------------------|
| 613 | ·외국 운전면허증의 변경 발행 수속의 간소화 | 주일한국 대사관 | 2000 | 처리 중 |
| 612 | · 한국 특수차량의 일본국내에서의 운행 | 주일한국 대사관 | 2000 | 처리 중 |
| 582 | · 의장(意匠)등 지적재산권 인증에 관한 수속의 신속화 | 일본업자 | 1998 | Cc |
| 581 | · 특허사용품의 수입에 관한 수속의 간소화 | 일본업자 | 1998 | Сс |
| 469 | · 사실오해가 있는 정보를 근거로 입국할 수 없었던 경우에 대해서 1. 입국사증(상업비자) 발급정지의 근거 명확화 2. 입국사증(상업비자) 재발급의 신속화 3. 체류자격 인증거부 근거의 명확화 4. 체류자격 재인증의 신속화 | 외국업자 (대리신청) | 1992 | D Cc Ca Cc |
| 397 | ·건강식품의 캡슐포장에 대한 규제 개선 | 한국업자 | 1990 | D |
| 393 | · 철골 인증시스템 부문에서 외국기업의 수입에 관해서, 철골생산공장 인증제도의 신청 수리 및 동제도의 인증요건에서 외국자격 수용, 규정의 완화 | 한국업자 | 1990 | A |
| 382 | · 인삼차 수입에 관한여 1. SO2 취급의 명확화 2. 한국내 공적검사기관의 데이터 수용 | 한국업자 | 1990 | Ca Ca |
| 385 | · 워싱턴조약 대상제품의 제3국 경유에 의한 수입수고에 관하여 1. 수입수속의 명확화 2. 제조국 수출증명서 수용에 의한 수속의 간 소화 | 일본업자 | 1989 | D D |
| 262 | · 한국의 전기용품관련 시험기관에 관하여 1. 특정외국 검사기관으로서의 지정 2. 특정외국 시험기관으로서의 지정 | 일본업자 | 1987 | Ca Cc |
| 135 | ·분말(10g 이하)이나 캡슐의 고려인삼차를 식 품으로서 인정하는 것 | 한국업자 | 1983 | Ca |
| 81 | · 전전(電電)공사의 국제조달에 관한 작업화(作 業靴) 사양의 개정 | 일본업자 | 1982 | A |

자료: http://www5.cao.go.jp/access/japan/oto_status.html

에 대해서 갖고 있는 고충 정도와 한국의 대일 수출규모로 미루어 볼 때 OTO에 신청된 고충 건수는 불과 12건으로 극히 미비한 수준이다. 그 이유는 한국 기업이 일본 시장의 폐쇄성을 문제로 의식하지 못하거나, 한국기업 뿐만 아니라 한국 정부도 일본의 수입장벽을 주어진 여건으로 받아들이는 소극적 자세에 있기 때문이라고 앞에서 지적하였다.

하지만, 현재 한국 정부는 시장개방을 위해 수입선 다변화제도를 철폐하는 등 WTO의 규범에 부합하는 노력을 기울여 왔으며, 한・일 FTA 체결을 대비하여 일본의 교역장벽 현황을 점검해 왔다. 따라서 한국 정부는 그동안의 소극적 자세를 탈피하여 OTO 활용에 관한 적극적인 홍보와 함께 OTO에 신청할 고충을 계속적으로 조사・발굴하고, 이에 대한 개선 사항이일본의 수입정책에 반영될 수 있도록 OTO를 적극 활용할 필요성이 있다.

<표 4-10>에서 한국의 개별고충 신청 및 처리상황을 살펴보면, 전체 OTO 신청건수의 절반 가량이 일본의 수입업자에 의해서 신청되었고, 처리 완료된 고충 가운데 절반 가량이 개선조치가 마련되거나 수입촉진효과를 발생시킨 안건으로 분류되었다. 따라서 적극적인 OTO를 활용하기 위해 일본의 수입업자를 활용하는 것도 하나의 방안이 될 수 있으며, 무엇보다 수입확대 문제와 관련된 새로운 이슈를 개발하는 것이 요구된다.

일례로 현재 OTO가 처리중인 한국 특수차량(활어 운반차, 냉장차, 냉동차 등)의 일본 국내에서의 운행제한으로 인하여 농수산물 관련 대일수출 기업은 통관 절차를 마친 후에 수출품을 일본 차량으로 옮겨야만 하는 불편과 수출비용의 가중을 감수해야만 했다. 반면에 일본의 특수차량은 한국내에서 수입통관을 인정받은 경우 한국내 운행도 가능한 상황이다. 이에 대리 신청한 주일한국 대사관은 상호주의 관점에서 한국의 특수차량이 일본 국내를 운행할 수있도록 관례법령을 정비할 것을 요구하고 있다. 아직까지 OTO의 구체적인 조치가 결정되지 않은 상황이지만, 만약에 개선조치가 강구된다면 대일수출기업의수출절차를 단축하여 수출 비용을 축소하는 효과를 발생할 것으로 예상된다.

5. 제품수입촉진협회(MIPRO)

MIPRO는 수입제품의 전시시설을 설치·운영하고 제품수입에 관한 정보를 수집·제공함으로써 제품수입을 확대하여 무역의 확대균형에 이바지하기 위해 1978년에 창설되었다. MIPRO는 제품수입 확대를 통하여 무역불균형으로 인한 대외마찰을 줄임과 동시에, 소비자의 상품 선택 폭을 넓혀 소비자 이익을 증진하며, 해외에서 양질의 부품 조달을 통하여 일본기업의 고비용 생산구조를 개선하는 효과를 가져올 것으로 기대하고 있다.

MIPRO의 주요 업무는 전시 사업, 산업·문화소개 사업, 정보 사업으로 구분된다. 첫째, 전시사업에는 동경에 위치한 4,300㎡ 규모의 상용 전시장이 외국기업을 대상으로 제공되고 있다. 2001년 상용 전시장의 이용 실적을 살펴보면 총 85회 전시회 중 미국이 56회, 영국이 12회로 주로 구미선진국에 의한 전시회·세미나 등이 개최되고 있다. 하지만, 한국은 단 1회의 승용차 전시평가회를 개최한 바 있다. 또한 국별 전시장에서는 일반소비자, 사업자를 대상으로 수입제품 소개, 상담 및 판매를 시행하고 있다.

둘째, 외국제품에 대한 관계 업계, 소비자의 이해와 인식을 심화시키기 위해 각국의 문화, 산업 등과 관련된 세미나, 강연회, 소규모 전시회, 심포 지엄등을 개최하는 산업·문화 소개사업이 있다.

셋째, 정보제공사업은 제품수입 촉진과 밀접한 관련이 있는 기관, 단체, 수입업자 및 소비자에게 각종 수입정보를 제공하고 있다. 수입업자를 위해 서는 주로 국별·품목별 해외 수출업자 및 제조업자 명부, 일본내 지역 별·품목별 수입업자, 수입단체 명부 및 수입제도, 유통기구, 상관행을 포 함한 자료를 정비하고 있다.

이 외에도 수입품에 대한 소비자 실태와 의식을 파악하기 위한 조사를 비롯하여 급속한 고령화 사회 추세 속에서 의료복지용품·복지기구분야의 특정 수입상품의 정보를 제공하는 사업도 시행하고 있다. MIPRO의 수입 촉진대상 상품은 원재료가 아닌 가공도가 높은 제품으로 되어 있으며, 대 상국가는 명문화된 규정은 없지만 주로 미국, EC 등 선진국을 위주로 운 영되고 있다. 따라서 아시아 국가의 제품개발을 위한 노력이 더욱 요청된 다.

제5장 수입촉진정책의 평가 및 활용방안

1. 수입촉진정책의 요약 및 평가

본 장은 일본 수입시장 구조의 변화와 주요 수입촉진정책을 토대로 일본의 수입촉진정책이 소기의 목적을 달성하였는가를 평가하고 문제점을 지적하는 한편, 대일 수출을 확대하기 위해 수입촉진정책의 활용여지를 논의하는 것을 주요 목적으로 한다. 따라서 일본의 수입촉진정책이 현재 수입시장의 특징과 수입촉진정책의 목적의 변화에 조응하는 방향으로 전개되어 왔는지를 살펴보기로 하자.

제2장에서 현재 일본 수입시장의 특징으로서 동아시아의 시장점유율 비중이 증가한 점과 주요 수입품목이 원재료 중심에서 공산품 중심으로 급속히 증가하였다는 점이 강조되었다. 이와 같이 수입구조가 변화된 배경은 일본기업의 해외투자 증가에 따른 역수입 증가, 동아시아제품의 경쟁력 강화, 일본의 엔고 요인에 따른 일본기업의 비용 경쟁력 하락, 일본 소비자들의 저가격지향 소비구조 등으로 지적되고 있다.

하지만, 수입촉진정책과 수입시장의 변화 관계를 살펴보면 상호 영향력이 밀접하다고 평가하기는 어렵다. 왜냐하면, 일본의 수입촉진정책이 본래미국을 위시한 유럽국가들의 시장개방압력에 의해 창설됨에 따라, MIPRO와 JETRO 등의 수입 촉진사업은 동아시아 수입품보다는 미국과 유럽의수입품위주로 추진되어 왔기 때문이다. 하지만, 실제 수입품이 확대된 지역은 동아시아 지역으로서 수입촉진정책이외의 요소가 보다 많이 작용하였다고 할 수 있다. 반면에 사무용 기기, 화학제품 등 공산품을 대상으로하는 제품수입촉진세제와 융자지원 정책은 주요 수입품목이 원재료에서

공산품으로 변화하는 과정에서 일정의 기능을 담당하였다고 평가된다.

제3장에서 살펴본 수입촉진정책의 전개 과정을 요약하면 다음과 같다. 전후 일본에서는 수출촉진과 수입규제를 기조로 하는 무역정책이 수립되었고, 이를 기초로 외화할당제 중심의 수입정책이 마련되었다. 하지만, 1970년대 일본의 수출이 급격히 증가하여 무역수지 불균형이 심화됨에 따라 무역마찰에 대한 대응책으로서 수입촉진정책이 마련되기 시작하였다. 1980년대 후반 플라자 합의 이후 엔화가치의 급상승은 내외가격차를 심화시키는 결과를 낳았다. 이러한 배경 하에 1990년대 일본 정부는 수입촉진 정책을 심각한 내외가격차와 고비용구조를 개선하기 위한 전략으로서 활용하였다. 이와 같이, 수입촉진정책의 목적은 대내외적 상황의 변화에 부응하면서 변화하였다는 사실을 알 수 있다.

그러나 일본 정부가 이처럼 수입촉진정책을 위한 일련의 노력을 기울였으며, 각각의 정책은 각종 실적과 수치를 바탕으로 성과를 거두었다고 일본 정부 스스로 평가하고 있다. 하지만, MIPRO가 2000년 3월 실시한 '중소기업의 수입의식조사' 결과를 통하여 살펴본 바에 의하여 중소기업의 수입촉진정책에 대한 인식은 아직도 낮으며, 이에 따른 저조한 이용 실적이문제점으로 지적되었다. 또한 현재의 수입촉진정책이 산업구조와 무역구조의 변화에 대응하면서 상기의 목적을 달성하였는가에 대해서는 충분히 대응하지 못하였다는 의견이 우세하다. 또한, 수입촉진정책이 대외적 배려를위한 하나의 홍보 체계에 불과하다는 지적과 대일 수출기업들의 비관세장벽에 대한 불만을 해소시키지 못하는 것이 현실이다.

향후 일본 정부는 수입촉진정책을 상징적 차원이 아니라 소비자 요구의 다양성과 수입기업의 요구에 부응할 수 있도록 무역수속의 간소화 등 수 입제도 자체에 역점을 두고 추진되어야 할 것이다. 또한 현재 일본의 시급 한 과제인 구조개혁추진, 생산성 향상, 신규산업 및 고용 창출 등을 통해 경제를 활성화하기 위해서는 제화 수입뿐만 아니라 해외 서비스, 경영시스 템, 자금, 비즈니스 모델 등의 도입을 추진하는 것이 무엇보다 중요하다고 사료된다. 하지만, 수입촉진정책은 이러한 환경변화에 충분히 대응하지 못 한 채 재화수입에만 치중되어 있다고 지적한 바 있다. 따라서 향후 수입촉 진정책은 해외 자금, 기술, 경영 노하우 등을 도입하는데 인센티브를 제공 할 수 있는 방향으로 확대되어야 할 것이다.

여기서는 제4장에서 살펴본 주요 수입촉진정책에 대해 간략히 평가해 보고자 한다.

첫째, 세제 및 정책금융 지원은 대상 기업과 대상 제품을 제한하고 있기때문에 수입촉진정책의 영향력이 축소될 수밖에 없다는 점과 정책인지도부족으로 중소기업의 적극적 활용이 이루어지고 있지 않다는 점이 문제점으로 지적되었다. 따라서 수입촉진을 위해서는 세제 및 정책 금융 지원의대상 범위 및 적용요건을 완화하는 제도적 확충뿐만 아니라 지방중소기업에 대한 홍보 강화를 위한 노력이 우선적으로 강구되어야 할 것이다.

둘째, FAZ의 설립 목적은 우선 수입화물을 원활하게 유통할 수 있는 기반을 정비하는 것이며, 이러한 기반 정비를 통하여 수입품을 취급하는 도소매, 가공업 등의 수입관련 사업자의 집적을 도모하여 수입품의 유통을 원활히 하는 것이다. 이에 FAZ 제도는 수입촉진기반시설의 정비를 적극추진하는 1단계의 외형적 성과를 거두었다고 평가할 수 있지만, FAZ의 실제 운영측면과 관련하여 수입기업이 기반시설을 유용하게 활용하여 수입촉진을 실현하는 2단계로 아직 진입하지 못한 것이 사실이다. 또한 대부분의 FAZ 사업은 전시장을 활용한 박람회, 전시 상담회 등의 일회성 행사를 중심으로 전시 행정적인 사업에 치중하고 있다는 문제점이 지적되었다. 한편, FAZ가 물류비용을 절약하는 기능을 갖추고 있지만, 물류비용은 국제적 수준과 비교하면 여전히 높은 편이다. 따라서 FAZ는 수입촉진기반시설의 정비 이외에 규제완화 측면에서의 지원 확충이 보다 시급하다고 여겨진다.

셋째, JETRO는 종합적 무역진흥기관으로서 장기·단기 전문가 파견, 외국인 사업자를 대상으로 BSC, Import Square 등을 통한 수출지원사업 등을 살펴보았다. 하지만, 이처럼 JETRO가 다양한 형태의 수입촉진사업을 시행하고 있음에도 불구하고, 일본기업을 비롯한 해외기업이 각각의 사업에 대한 인지도가 낮아, 충분히 정보와 혜택을 활용하고 있지 못하고 있다는 점이 문제점으로 지적되었다.

넷째, MIPRO의 전시회를 비롯한 제품수입촉진사업도 JETRO의 전시회, 상담회에서 나타나는 동일한 문제점을 가지고 있다. 사업이 지나치게 외형적 성과에 치우치는 경향이 강하며, 일회적인 성격을 갖고 있다고 지적되었다. 따라서 MIPRO와 JETRO는 전시회, 상담회가 수입품을 단순히 소개하는 장소가 아니라, 실질적으로 수입으로 연결될 수 있는 체계로 구축할수 있는 방안을 강구해야 한다. 또한 MIPRO와 JETRO의 수입촉진사업은 아직도 미국을 위시한 유럽국가들로부터의 수입증진에 초점을 맞추고 있기 때문에 동아시아를 비롯한 해외기업을 대상으로 하는 지원체제를 강화해야 할 것으로 사료된다.

다섯째, 수입촉진정책의 이용 주체는 일본의 수입판매업자나 제조업자들이 대부분이며, 외국의 대일수출 기업이 활용할 수 있는 것은 전시회, 상담회를 제외하여 OTO에 불과한 실정이다. 그럼에도 불구하고 한국 기업은 일본의 수입장벽을 주어진 여건으로 받아들이는 소극적 자세로 인하여 불과 12건만을 OTO에 신청하였다는데 문제점이 지적되고 있다.

결론적으로 수입촉진정책은 일본이 수입을 확대하기 위한 방안 중의 하나로서 의의가 있는 것은 확실하다. 하지만, 주요 수입촉진정책의 기여도를 일률적으로 평가하기는 어렵지만, 현재 수입시장의 변화와 수입촉진정책의 목적에 부응하지 못하고 있는 형편이다. 따라서, 일본 정부는 현시점에서 수입촉진정책이 시대적 변화에 조응하도록 새로운 정책으로 변화, 발전시키는 것이 바람직하다. 그 방향성은 세제 및 금융지원 차원이 아니라

수입을 활성화하기 위한 근본적인 방안으로서 수입제도의 규정 및 절차상의 투명성을 제고할 수 있는 차원으로 전개되어야 할 것이다.

2. 한국기업의 활용방안

일본의 수입촉진정책 가운데 한국기업을 비롯한 해외기업이 활용할 수 있는 정책은 그리 많지 않은 것이 사실이다. 하지만 대일 수출을 확대하는 방안의 하나로서 수입촉진정책을 면밀히 분석하고, 활용여지를 확대시키는 것은 매우 바람직하다고 사료된다. 본 보고서의 분석 내용을 토대로 몇 가지 한국기업의 활용방안을 제시하고자 한다.

첫째, 일본기업을 대상으로 하는 수입촉진정책의 경우, 일본 중소기업들의 경우 금융·세제상의 혜택에 대한 인지도가 낮은 점을 감안하여, 한국기업은 먼저 자사의 수출품이 금융·세제상의 지원을 받을 수 있는지의여부를 확인하고, 역으로 일본 수입업자에게 활용할 수 있는 정보를 제공하는 것도 가능하다. 또한 수입촉진기반강화 융자제도 등 외자계열기업 대상의 우대조치에 대해서는 한국기업의 적극적인 활용이 요구된다.

둘째, 일본의 수입업자는 수입촉진정책 가운데 JETRO와 MIPRO의 전시 사업을 많이 활용하는 것으로 나타났다. 따라서 한국기업이 이러한 전시회 와 상담회를 수입업자와 소비자에게 수출품을 홍보할 수 있는 장소로서 전시회를 적극적으로 계획하고, 활용하는 것이 효과적일 것으로 생각된다.

셋째, 일본 정부는 균형적인 경제발전을 위한 노력으로서 동경뿐만 아니라 지방에도 FAZ를 비롯하여 JETRO의 BSC와 Import Square 등 다양한수입관련 시설을 구축하였다. 따라서 동경이외의 지방시설을 활용하여 지방의 소비자를 직접 공략할 수 있는 수출전략을 새롭게 모색하는 것도 바람직하다.

넷째, 한국 기업은 일본의 비관세장벽을 극복하기 위한 방편으로 OTO를 적극 활용해야만 할 것이다. 하지만, 한국 기업이 일본시장에 대해서 갖고 있는 고충 정도와 한국의 대일 수출규모로 미루어 볼 때 OTO에 신청된 고충 건수는 극히 미비한 수준이라고 할 수 있다. 따라서 한국 기업은 일본 시장에서 경험한 불이익을 OTO에 신고함으로써 해결할 수 있도록 노력해야 한다. 한편, 한국 정부는 일본의 수입촉진정책 활용에 대한소극적 자세를 탈피하여 한・일 FTA 체결시 최혜국대우 차원에서 OTO에한국 전담반을 설치하거나 한국기업의 대일 ACCESS 개선위원회를 설립할 수 있도록 요구하는 적극적인 자세가 요청된다.

마지막으로 지금까지 일본 정부는 미국과 유럽 국가의 시장개방압력에 의해 자신들의 수입시장을 마지못해 개선하고자 하는 차원의 수입촉진정책을 추진해 왔다. 현재는 장기불황에 따른 소비자의 저가 수입품 선호 경향, 일본 기업의 엔고 대응전략으로서 해외직접투자 증가에 따른 역수입의증가, 제조업의 가격경쟁 격화 등으로 일본 내부적으로 수입의 필요성이 대두되고 있다. 따라서 한국기업은 이러한 일본 수입시장의 기회를 활용하기 위해서는 무엇보다 제품의 시장경쟁력 향상을 위해 노력하는 한편, 일본시장의 특징과 일본 소비자의 욕구를 정확히 파악하고 전략적으로 일본의 무역정책 가운데 특히 수입촉진정책과 연계시킨 대일수출 방안을 모색하는 것이 바람직하다.

참고문헌

〈국내 문헌〉

김기승. 2002. 「수출부진 요인 분석과 시사점」. 서울: LG 경제연구원.

대한무역투자진흥공사. 1997. 『세계 주요시장 중장기 진출 전략』. 서울.

대한무역진흥공사. 1992. 『일본의 무역제도·법령 해설』. 서울.

산업자원부. 2000. 『세계시장을 여는 키워드 일본시장 진출의 길』. 서울.

산업자원부. 1998. 『외국의 무역·투자장벽 사례집』. 서울.

산업연구원, 1996. 『일본의 규제완화』. 정책연구자료 96-42. 서울.

이성봉·김종근·이형근. 1998. 『외국인투자유지정책: 국제적 성공사례와 시사점』. 정책연구 98-10. 서울: 대외경제정책연구원.

이상식·사공목. 1990. 『일본의 수입확대정책과 유통장벽』. 서울: 산업연구원.

조병택·이영준. 1992. 『일본의 수입품유통과 유통장벽』. 서울: 대외경제정책연 구원(KIEP).

〈동양문헌〉

公正取引委員會事務總局. 2000. 『經濟の構造的變化と競爭政策』. 東京.

經濟產業省. 2001. 『通商白書 2001』. 東京.

土志田征一. 2001. 『戦後日本經濟の歩み』. 東京.

利光 强. 2000. 『現代貿易政策の經濟分析』. 東京.

MIPRO. 2000. 『中小企業における輸入意識調査』. 東京.

製品輸入促進稅制研究會. 1996. 『新製品輸入促進稅制 Q&A』. 東京.

石井一生. 2000. 『日本の貿易 55年』. 東京. JETRO.

JETRO. 1999. 「對日アクセス實態調査報告書-輸入品流通にかかわる諸規制・國 內コスト-」. 東京.

通商產業省. 2000. 「輸入擴大策の概要」. 東京.

通商産業省. 1999. 『今後の貿易促進政策のあり方について』. 東京.

通商產業調査會. 1996. 『FAZ法の解説』. 東京.

諸上茂登・杉田俊明. 1999. 『アジアからの輸入と調達』. 東京.

Executive Summary

An Assessment of Japan's Import Promotion Polices

Fun-Ji Kim

Japan has been experiencing a rise in imports recently and the trend is likely to continue unless there are change in Japan's current internal and external conditions. Internal factors include a high yen, the prolonged sluggishness of theeconomy and deepening competition among domestic corporations. The following are among the external factors: cheaper imports, which are preferred by Japanese consumers in light of the extended recession; reverse imports stemming from th foreign direct investment of Japanese corporations and intensifying price wars among manufactures manufacturers. In addition to such growing demand for imports, Japanese corporations increasingly forming interdependent relations with countries in East Asia. Considering these points, Japan's economic recession provides East Asian countries with the opportunity to make inroads into Japan.

However, in the case of Korea, exports to Japan recorded a drop in 2001, and Korean corporations' market share in Japan also decreased. Likewise, Korea has failed to seize its chance in the Japanese market, passing the chance to China. To take advantage of the current favorable import market resulting from Japan's import promotion policies, Korea should make an effort to enhance the market competitiveness of Korean products and devise strategic export plan.

Chapter 2 examines Japan's import promotion policies and focuses on how Japanese corporations have used such policies. After the end of the World War II, the Japanese government formulated trade policies on the dollar-allotment system. However, Japan experienced a drastic rise in exports in the 1970's, which affected its trade balance. In an effort to solve the resulting trade friction, the Japanese government devised a number of import promotin polices. In the late 1980's, after the Plaza Accord, the value of the yen drastically increased, aggravating the gap between domestic and overseas prices. Against this backdrop, the Japanese government actively used its import promotion policies in the 1990s to correct the deepening price gap for the benefit of consumers, while improving the high-cost structure of Japanese markets by encouraging competition between domestic and foreign corporations. As such, the purpose of Japan's import promotion policies have constantly changed adjusting to the internal and external economic situations.

Regarding such import promotion policies, the Japanese government has claimed that it has always maintained suitable import promotion policies andobtained excellent results. However, a survey on mid-and small-sized corporations' on their perception of import promotion policies by MIPRO in 2000 shows that these corporations' level of awareness of the import promotion policies remained very low, indicating that the Japanese government did not make the best use of those policies.

Chapter 3 summarizes the major import promotion policies such as taxation and financial support, improvement of import-related facilities in area of import promotion, import promotion activities carried out by JETRO and MIPRO and the system of ironing out difficulties arising from market openness. The chapter also delves into the policy objectives, how they

actually came into being and their distinctive features. It is clear that Japan's import promotion policies were a part of government' measures aimed at increasing imports to Japan. Although it is difficult to evaluate the contributions of such policies', many think that the Japanese government has failed to achieve the goals of its import promotion policies while adjusting them to the changing industrial and trade structures. In addition, there have been some concerns that the import promotion policies were merely diplomatic gestures to placate foreign cities. In fact, foreign corporations have complained about Japan's non-tariff barriers, for which the government provide a satisfactory answer. Therefore, the has failed government needs to change its current import promotion policies to correspond with structural changes. In order to do this, the government should come up with radical solutions to activate imports, rather than simply providing more support in terms of taxation and finance. For instance, the government needs to improve transparency in its current policies and the import procedures.

Chapter 4 evaluates Japan's import promotion policies and provides alternative ways of making use of them. Among Japan's wide range of import promotion policies, only a small portion can be used by Korean and other foreign corporations. However, Korean corporations can take advantage of OTO as an instrument for overcoming Japan's non-tariff barriers. Meanwhile, the Korean government should break from its passive attitude towards Japan's import expansion policies. In establishing a free trade agreement with Japan the Korean governmen should call for the establishment of an OTO team dedicated to Korea or a committee to improve Korean corporations' access to the Japanese market. under the most-favored-nation principle.

金恩志

한국외국어대학교 일본어과 졸업(1998) 한양대학교 지역학 석사(2000) 대외경제정책연구원 연구원(現, E-mail: eunji@kiep.go.kr)

著書 및 論文

『체제전환국의 경제개발비용 조달』(공저, 2000)

『일본 구조개혁의 현황과 전망: 재정개혁을 중심으로』(2001) 외

지역리포트 02-02

일본 수입촉진정책의 주요 내용 및 평가

2002년 12월 20일 인쇄 2002년 12월 30일 발행

| 발 행 인 | 安 忠 榮 |
|-------|---|
| 발 행 처 | 對外經濟政策研究院 137-747 서울특별시 서초구 염곡동 300-4 TEL: 3460-1178FAX: 3460-1144 |
| 인 쇄 | 한라인쇄(02)503-3011대표: 박노부 |
| 등 록 | 1990년 11월 7일 제16-375호 |

【本書 內容의 無斷 轉載・複製를 금함】

ISBN 89-322-6053-2 94320 89-322-6017-6(서目트)

정가 5,000원

An Assessment of Japan's Import

Promotion Polices

Eun-Ji Kim

일본에서는 엔고와 장기불황, 소비자의 저가 수입품 선호 경향, 기업의 경쟁 격화, 해외직접투자에 따른 역수입 증가 등의 배경으로 인하여 수입의 필요성이 확대되고 있다. 한편, 일본 기업은 동아시아와의 상호의존관계를 심화시킨 결과, 일본의 장기불황은 동아시아 국가들에 있어 일본시장 진출의 기회를 제공하고 있다. 그러나한국 기업은 일본시장에서의 기회를 포착하지 못한 채, 대부분을 중국으로 넘겨주고 있는 실정이다. 이에 한국 기업은 일본 수입시장의 기회를 활용하기 위해서 무엇보다 제품의 시장경쟁력 향상을위해 노력하는 것은 물론, 전략적으로 일본의 수입촉진정책과 연계시킨 대일수출 방안을 모색하는 것이 바람직하다고 사료된다.

對外經濟政策研究院

137-747 서울시 서초구 염곡동 300-4 TEL: 3460-1178 FAX: 3460-1144

