

FTA 체결에 따른 디자인산업
이해와
가이드라인 연구

2012. 12. 28

명지대학교 산학협력단

< 연구진 >

연구진: 이 시욱 명지대 교수(연구총괄)

연구진 및
자문 연구진: 김 영준 상명대 교수
강 준구 KIEP 전문연구원

kidp

한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

목 차

제 I 장 서론	1
제1절 연구의 배경	1
제2절 연구의 범위 및 주요 내용	3
제 II 장 FTA의 기본 개념 및 주요 내용	6
제1절 FTA의 정의	6
제2절 FTA의 대상 범위 및 주요 내용	8
제 III 장 우리나라 FTA 추진현황과 경제적 효과	12
제1절 국내외 경제여건 변화의 주요 특징	12
제2절 FTA의 경제적 효과	18
제3절 우리나라 FTA 추진현황 및 주요 내용	23
제 IV 장 FTA가 디자인산업에 미치는 영향 및 대응방안	29
제1절 디자인 산업의 국민경제적 위상 및 현황	29
제2절 우리나라 기체결 FTA의 디자인관련 협정 내용	40
제3절 FTA가 디자인산업에 미치는 영향 및 대응방안	46
제 V 장 결론 및 정책 시사점	51

표 목차

<표 II-1> 지역무역협정(RTA)의 종류	7
<표 II-2> GATT 다자간 무역협상의 연혁 및 주요 협상 내용	9
<표 II-3> 서비스 국제거래의 유형	10
<표 II-4> FTA 서비스 협정의 Architecture 유형	11
<표 III-1> 우리나라의 FTA 체결 진행 상황	27
<표 IV-1> 세계 10대 디자인 강국들의 특성	32
<표 IV-2> 전문디자인 산업 현황 (2009년 현재)	34
<표 IV-3> 일반기업체 디자인 투자 현황 (2010년 기준, 억원)	36
<표 IV-4> 디자인학과 졸업생수 및 취업률 (2010년 기준, 명)	37
<표 IV-5> FTA에서 디자인서비스 시장개방 양허 현황	43

The logo for the Korea Institute of Design Promotion (KIDP) features the lowercase letters 'kidp' in a light red, sans-serif font. The letter 'i' has a dot, and the 'p' has a distinctive loop at the bottom.

한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

[그림 I-1] 세계 주요 경제권의 상호 FTA 추진 현황 1

[그림 III-1] OECD 국가의 무역규모 13

[그림 III-2] 세계 GDP, 수출 및 직접투자 증가 추이 15

[그림 III-3] 우리나라의 FTA 체결 현황 24

[그림 III-4] 우리나라의 FTA 추진체계 25

[그림 III-5] 우리나라의 FTA 추진절차 26

[그림 IV-1] 국가경쟁력과 디자인역량 30

[그림 IV-2] 혁신수단으로서의 디자인과 R&D투자의 상대적 중요도 31

[그림 IV-3] 전문디자인 사업체 및 종사자 수 추이 33

[그림 IV-4] 전문디자인회사 주력부문과 디자인활용기업 수요구조 비교 35

[그림 IV-5] CSS와 IP 의 이해 44

[그림 V-1] 국제 통상환경 변화의 메가트렌드 51

[그림 V-2] FTA 협상의 대상 범위 52

[그림 V-3] 서비스부문의 국제화 모드 53

제1절 연구의 배경

□ 최근 우리나라는 자유무역협정(Free Trade Agreement: 이하에서는 FTA로 통칭) 체결을 중심으로 한 능동적인 무역자유화정책을 통해 우리 경제를 업그레이드하고, 이를 지속적인 성장을 가능하게 하는 계기로 활용하려는 노력이 강구되고 있음.

○ 정부는 2003년 'FTA 추진 로드맵'을 마련한 이후, 미국, EU, 중국 등 거대경제권을 포함한 동시다발적 FTA 협상 전략을 추진해 옴.

[그림 I-1] 세계 주요 경제권의 상호 FTA 추진 현황

	한국	중국	일본	ASEAN	인도	US	EU
한국	-	●	●	●	●	●	●
중국	●	-	●	●	●		
일본	●	●	-	●	●		
ASEAN	●	●	●	●	●	●	●
인도	●	●	●	●	-		
US	●			●		-	
EU	●			●			-

● 협상 체결 혹은 기 발효 ○ 협상 진행 (중단 포함) ● 협상 직전 단계

- 2012년 현재 전 세계 44개국 대상으로 총 7개의 자유무역협정이 발효된 상태
 - 미국, EU, 인도, 아세안, 중국(협상 진행 중), 일본(협상 중단상태) 등 대부분의 세계 주요 경제권과 FTA가 기 발효되었거나 협상이 진행 중인 상황
- FTA 정책이 본래의 효과성을 발휘하기 위해서는 국내외 경제여건에 대한 정확한 상황인식과 함께 관련 제도의 정비 및 민간부문에서의 FTA 활용방안 마련이 긴요
 - 성장세 둔화, 고령화 등 인구구조의 변화, 고용의 탈공업화 및 경제의 서비스화(teritization), 중국의 부상 등 국내외 경제환경 여건 변화를 고려해 볼 때, FTA 정책은 산업구조 고도화 전략으로서 그 의의가 매우 높은 것으로 판단
 - 그러나, FTA의 기대효과는 FTA 체결과 동시에 자동적으로 달성되는 것은 결코 아니며, 이에 동반한 국내의 지속적인 정책적 노력이 필요
 - 특히, 관련 제도의 정비와 함께 민간부문이 어떻게 효과적으로 FTA를 활용할 수 있는가에 대한 대책 마련이 긴요
- 한편, 디자인 산업은 대표적인 저비용·고효율의 지식집약형 고부가가치 업종으로서 FTA 체결을 통한 지식기반경제 이행과 국제경쟁력 제고에 필수적인 전략산업
 - 산업구조가 지식기반 및 다품종 소량생산체제로 전환되면서 창의성에 기반을 둔 디자인이 기업의 핵심적인 경쟁우위요인으로 부각
 - 아울러, 소비자의 전반적인 소득수준 향상에 따라 제품의 기능에 더하여 자신의 감성과 스타일에 맞는 디자인에 대한 수요가 증가
 - 디자인은 상대적으로 적은 투자비용으로 짧은 기간 내에 제품의 차별화 및 고부가가치화를 달성할 수 있는 중요한 수단
 - 국가경쟁력과 디자인 역량 간에는 강한 비례관계가 존재

- 따라서, 디자인산업은 날로 가속화되는 세계화의 추세 속에 우리 기업의 생산·혁신능력 강화 및 국제경쟁력 제고를 위해 중점 육성해야 하는 기업지원서비스 중의 하나
 - 제조업 단순 생산기능이 개도국으로 이전되면서 경쟁우위의 핵심요소가 디자인과 같은 지식 집약적 서비스 활동으로 전환되고 있는 시점

□ 이러한 맥락에서 본 연구는 디자인 산업 내 민간기업들의 FTA 이해도를 제고하는 동시에 FTA가 디자인산업에 미치는 영향을 고찰하고, 이를 바탕으로 FTA에 대한 효과적인 대응방안을 모색

- 디자인 전문회사 등 관련 기업들의 FTA 이해도 제고를 통해 FTA의 활용률을 제고하는 기대효과
- 아울러, 우리나라의 기체결 FTA 협정에 나타난 디자인관련 사항을 체계적으로 정리·분석하여 향후 기업 및 관련 공공기관의 FTA 대응방안 수립에 기여

제2절 연구의 범위 및 주요 내용

- 우선, 제 2장에서는 FTA의 전반적인 이해도 제고를 위해 FTA의 기본개념, 대상 범위 및 관련 협상 동향을 제시
 - FTA는 회원국 간 상품, 서비스, 투자, 지적권, 정부조달 등에 관련된 국제거래에 있어 제반 관세·비관세 장벽을 완화함으로써 상호간 교역 증진을 도모하는特惠무역협정으로 정의
 - 최근의 FTA는 그 대상 범위가 통상적인 상품교역을 넘어 서비스 거래, 노동과 자본 등의 생산요소와 기술의 이동, 그리고 경제제도 및 규범의 국제화 등 경제·사회 전반에 걸친 전방위적인 협정의 성격
 - 본 연구의 대상인 디자인산업이 서비스 협상의 대상인 바, 본고에서는

FTA 서비스 협상의 내용 및 협상 동향에 초점을 두어 기술

- 다자간 무역협상에서 서비스 이슈가 제기되기 시작한 배경 및 연혁, FTA 협정에서 서비스 이슈가 다루어지는 방식 및 내용 등을 제시

□ 제 3장에서는 우리나라 국내의 경제여건 변화의 주요 특징을 간략히 살펴 보고, 이를 통해 FTA의 경제적 효과를 파악하는 동시에 우리나라 체결 FTA 현황 및 주요 내용을 제시

- 우리나라는 세계화를 매개로 상품, 자본 및 자연인의 이동 가속화, 서비스 국제거래의 확대, 신흥 개도국의 부상, WTO, FTA 등을 통한 국제규범의 확산 등 다양한 국제 경제여건 변화에 직면
 - 최근 국제간 거래가 수출입 등 상품거래 위주에서 직접투자를 매개로 한 자본, 인력 등 생산요소의 거래 비중이 급증하는 방향으로 전환 중이며, 향후에도 각국의 경쟁우위에 따라 자본, 인력 등의 생산요소가 국가 간에 자유롭게 이동하는 현상은 더욱 가속화될 것으로 예상
- (국내 경제여건의 변화) 국내적으로는 성장잠재력의 저하, 고령화 등 인구구조의 변화, 경제의 서비스화, 소득격차의 확대 등 제반 도전요인이 존재
 - 우리나라 경제는 지난 1990년대 중반 이후 급속한 성장잠재력의 하락을 경험 중이며, 저출산·고령화의 빠른 진전 등 최근의 인구구조의 변화 추이를 볼 때, 향후 경제성장세 획기적인 반전은 기대하기 어려운 상황
- (FTA의 경제적 효과) 일반적으로 나타나는 FTA의 경제적 효과로는 다음과 같음.
 - 시장개방을 통한 기업의 대외진출 확대
 - 국내시장에서의 경쟁촉진 및 생산·경영 상의 효율성 제고
 - 규제철폐, 정책투명성 제고 등 제도개선 계기 제공
 - 민간 위주의 개방형 경제체제로의 전환 촉진
- (우리나라 FTA 추진 현황) 우리나라는 오랜 기간 동안 WTO 다자간 무역협상에 초점을 두어 왔으나, 2000년대 초반 이후 WTO 협상이 교착 상태에 빠짐에 따라 FTA 추진에 박차를 가해 오고 있는 상태

- 2003년 FTA 추진로드맵을 작성하고 이후 동시다발적인 FTA를 추진해 오고 있음.

□ 제 4장에서는 FTA가 디자인산업에 미치는 영향 및 대응방안을 모색

- 디자인 산업의 국민경제적 위상 및 중요도를 파악하고, 디자인 산업 현황에 기반하여 FTA가 디자인산업에 미치는 영향을 예측
 - 협의의 디자인 서비스업은 한국표준산업분류(KSIC) 상 M 분류인 전문, 과학 및 기술서비스업(70~73) 내에 포함된 전문디자인업으로 규정될 수 있으며, 이는 우리나라 전체 GDP의 0.1% 미만의 아주 적은 규모
 - 우리나라 일반기업체들의 매출액 대비 디자인 투자 비중은 매우 낮은 구조이며, 대기업의 경우에도 연구개발비 대비 디자인 투자액 비중은 약 3.5%에 불과한 실정
 - 국내 디자인 서비스업은 과거 꾸준한 양적 확대에도 불구하고 디자인에 필요한 기반기술의 축적 미흡, 민간부문의 역할 취약, 인력수급의 불균형, 새로운 디자인 수요에 부응하는 법적·제도적 장치 미흡 등 질적인 측면에서 여러 가지 문제점을 노정
- 우리나라 기체결 FTA 내 디자인 관련 협정 내용을 정리
 - 체결 FTA 협정문에서 디자인산업과 관련해 검토되어야 할 사항은 ① 분야별 시장접근(Market Access) 양허, ② 내국민대우(National Treatment) 양허, ③ 인력이동 양허 및 ④ 디자인과 관련된 지적재산권 협정 내용 등임.
 - 우리나라는 2005년에 WTO에 제출된 DDA 수정 양허안(revised offer)에서 전문디자인서비스 부문 양허를 제시하였으며, 이후 체결된 FTA 대부분에서 동 분야의 mode 1, 2, 3에 대해 제한 없이 양허하고 있는 상태
- 마지막으로 이상의 내용을 바탕으로 FTA 체결이 우리나라 디자인 산업에 미치는 영향을 종합 평가해 보는 동시에 FTA 시대에 우리나라 디자인 산업의 경쟁력 강화방안을 논의해 보기로 함.

제II장 FTA의 기본 개념 및 주요 내용

제1절 FTA의 정의

- FTA(Free Trade Agreement)는 다수의 국가간의 합의에 의해서 결정되는 특혜무역협정으로서, 합의를 이룬 국가간에는 상호간에 배타적인 무역특혜를 부여하게 됨
 - 특혜무역협정(Preferential Trade Agreement)은 FTA에 비해 보다 광범위한 의미로 사용되는 용어로 다양한 형태의 지역무역협정(RTA), MERCUSUR, EU 등과 같은 관세동맹이나 보다 강력한 의미의 경제통합 등을 포괄하는 개념
 - 주요 합의 내용으로는 회원국간의 상품 서비스·투자·지재권·정부조달 등에 대한 관세·비관세 장벽을 완화함으로써 상호간 교역 증진을 도모하는 자유무역협정을 의미하며 특히 관세철폐에 주요 초점이 맞춰져 있음
 - 회원국 간에는 관세 및 무역장벽을 철폐하되 비회원국에 대해서는 각 각 다른 관세율 적용할 수 있음
 - FTA는 국가간 경제통합을 위한 다양한 형태의 지역무역협정(RTA, Regional Trade Agreement) 중 가장 낮은 단계에 해당하며 자유무역협정→ 관세동맹 → 공동시장 → 단일시장 등의 단계를 통해 궁극적으로는 경제통합을 지향

- 지역무역협정(RTA)은 유럽연합(EU)이나 북미자유무역협정(NAFTA) 등과 같이 일정한 지역을 중심으로 이루어진 자유무역협정으로서 궁극적으로는 마치 하나의 국가처럼 자유롭게 상품, 서비스를 교역할 수 있는 경제통합을 지향

<표 II-1> 지역무역협정(RTA)의 종류

협정 종류	주요 내용	사례
자유무역협정 (FTA)	회원국간의 무역에 대한 관세 폐지	NAFTA, EFTA 등
관세동맹 (Customs Union)	회원국간의 무역에 대한 관세 폐지 외에 비회원국간의 무역에도 공통의 관세율 적용	베네룩스 관세동맹 MERCOSUR 등
공동시장 (Common Market)	관세동맹 외에 회원국간의 자유로운 생산요소(노동, 자본 등)의 이동을 허용	EEC, CACM, CCM, ANCOM 등
경제통합 (Single Market)	회원국간에는 마치 하나의 국가에서와 같은 경제활동이 가능 (회원국간의 초국가적 경제기구 설치 및 공동의 경제정책 수행)	EU

- 이와 같이 FTA는 국가간 무역질서의 기본 정신인 최혜국대우(MFN)의 원칙에 위배되나, WTO 규범*은 아래와 같은 요건을 충족할 경우 이를 적절한 예외로 인정하고 있음
 - * 상품분야는 관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT) 제XXIV조, 서비스 분야는 서비스무역에 관한 일반협정(GATS) 제V조 참조
 - 실질적으로 모든 무역을 대상으로 하고 특정한 분야를 배제하지 않음
 - 관세 및 기타 상업적 제한 등을 포함한 FTA 추진 과정이 합리적인 기간(통상 10년 이내) 이내에 종료됨
 - FTA를 체결하지 않은 나라에 대한 관세 및 기타 상업적 제한 등의 조건이 협정 체결전보다 더욱 강화되지 않는 등 비체결국에 대한 무역장벽이 높아지지 않음

□ 2011년말 기준 WTO에 통보된 지역무역협정(RTA) 발효건수는 총 314건에

이르며 현재도 많은 수의 협정이 진행중에 있음

- 발효시기별로 살펴보면 1980년대까지는 24건에 불과하였으나, 1995년 WTO 출범 이후 급증하기 시작하여 1995년 이후에만 271건(전체의 86.3%에 해당)이 발효되었음

□ 우리나라의 경우는 2012년말까지 칠레, 싱가포르, EFTA, ASEAN, 인도, EU, 페루, 미국 등 46개국과의 FTA를 체결·발효한 바 있으며, 현재는 캐나다, 멕시코, GCC, 호주, 뉴질랜드, 터키, 콜롬비아 등과 협상을 진행 중

- 또한 수차례의 전문가 회의를 개최하는 등 주요 무역 대상국인 중국, 일본 등과의 FTA 체결을 위한 사전 준비 작업도 진행 중에 있음

제2절 FTA의 대상 범위 및 주요 내용

□ FTA의 대상 범위는 기본적으로 이를 체결한 국가들간의 합의에 따라 결정되나, 최근 들어서는 그 범위가 점차 확대되고 있는 추세

- 과거에는 주로 상품 분야의 관세인하가 주요 내용이었으나, 상품 분야의 전반적인 관세수준이 낮아지면서 최근(WTO 체제의 출범(1995년) 전후)에는 상품의 관세 폐지 이외에도 서비스 및 투자 자유화까지 포괄하는 방향으로 그 영역이 확대되고 있는 추세

- 이 외에도 지적재산권, 정부조달, 경쟁정책, 무역구제제도 등 정부 정책과 관련된 부문까지 협정의 대상범위가 점차 확대되고 있음

□ 이와 같이 최근 들어 서비스 자유화 협정이 증가하는 주요 요인을 정리하면 다음과 같음

- 국제적으로 상품 분야를 중심으로 한 관세장벽 축소에 소기의 성과가 일정 부분 달성된 상황에서, 각 국 정부는 국제거래를 제한하는 다른 유형의 장벽에 관심을 확대하고 있음

- 기술발전예 따라 국제 거래가 가능한 서비스 분야가 점차 확대되고 있음
별 생산분업체계의 확산으로 관련 서비스 인프라의 중요성이 증가하고 있음

- 많은 국가들이 인프라 서비스를 민간부문에 이양하면서 서비스분야 외 국민 투자자의 참여 기회가 확대되고 있음

□ 과거 GATT 체제를 중심으로 한 다자간 무역협상은 주로 상품 분야에 대한 관세 및 비관세 장벽의 폐지에 초점을 두어 왔으나, 제8차 협상인 우루구아이 라운드부터는 서비스 및 지적재산권 등의 이슈를 본격적으로 다루기 시작하였음

- 우루구아이 서비스협상의 기본 목표는 서비스 국제무역을 정립하기 위한 다자간 원칙 및 규범의 제정에 있었으며, 이 결과로 “서비스교역에 관한 일반협정(General Agreement on Trade in Services: GATS)”이 WTO 출범과 함께 발효되었음

- 동 협상 당시 회원국 간 서비스 양허 협상을 통해 각국의 서비스 시장 개방 계획(양허표)을 확정하고 WTO 출범 이후 이를 적용

- 이후 새로운 다자간 무역협상인 도하개발계획의 추진이 순조롭지 못한 가운데, 이의 대안으로 최근 확산되고 있는 FTA 추진 과정에서 GATS 양허 내용이 협상의 기준점으로 활용되기 시작함

<표 II-2> GATT 다자간 무역협상의 연혁 및 주요 협상 내용

회수	기간	명칭	주요 내용
1-5	1947-61	제네바 등	관세 인하
6	1964-67	케네디	관세 인하 및 반덤핑협정
7	1973-79	도쿄	관세 및 비관세장벽 제거 (정부조달협정, 보조금협정 등)
8	1986-94	우루구아이	관세 및 비관세장벽 제거에 대한 협상 서비스협정(General Agreement on Trade in Services) 지적재산권 보호조치에 관한 협정 농산물과 섬유 부문을 협상대상으로 포함 분쟁해결기구 마련, WTO 창설 등
9	2001-	도하	농업부문의 정부보조금 단계적 폐지 서비스부문의 내국민대우에 관한 제한 강축 WTO의 반덤핑 협정 개정 등 (도하개발계획; DDA)

- 상품교역은 국경 간 직접적 거래가 주류인 반면 서비스업은 그 특성상 소비자와 공급자간의 접근성(proximity)과 상호성(interaction)이 중요하며, 따라서 생산요소의 이동을 동반하는 국제거래가 주류를 이루게 됨(Mode 3)
 - * WTO(2005)에 의하면 (Mode 3) 형태가 전체 거래의 50%를, 그 외 Mode 1, 2, 4가 각각 35%, 10~15%, 1~2% 수준을 차지
 - 현재 FTA는 대부분 4가지 Mode로 구분하는 GATS 방식을 채택하고 있으나, 투자와 자연인 이동에 대한 수평적 규범을 활용하는 경우도 많음

<표 II-3> 서비스 국제거래의 유형

구분	유형	특징
Mode 1	국경 간 교역 (Cross-border trade)	공급자/소비자의 이동이 없음
Mode 2	해외 소비 (Consumption abroad)	소비자의 이동 수반
Mode 3	상업적 주재 (Commercial presence)	다국적 기업을 통한 공급
Mode 4	자연인의 이동 (Movement of natural persons)	서비스 공급자의 이동 수반

- FTA를 통한 서비스 자유화의 유형을 정리하면 다음과 같음
 - GATS는 (i) 일반적인 원칙과 의무를 담은 본문, (ii) 특정분야의 규범을 다루는 부속서, (iii) 개별 국가의 분야별 시장개방 양허표, (iv) 최혜국대우(MFN)를 일시적으로 적용하지 않는 목록 등으로 구성되어 있으며, FTA 협상에서도 이들 네 가지 요소에 대해 협상이 이루어지고 그 결과를 담아 서비스협정문이 작성됨
 - 이와 같은 무역제한조치의 완화를 지향하는 FTA 내 서비스 자유화는 크게 다음과 같은 4가지 유형으로 구분됨
 - GATS 양허의 일부 혹은 전체를 재확인하는 수준에 그치는 경우
 - GATS 수준을 넘어서는 규정을 도입하나 즉각적으로 새로운 시장개방을 추진하지 않는 경우

- 새로운 시장개방을 동반하나 관련 법령과 규제의 정비나 완화 없이 기존 방식으로 시행되어 비회원국들도 동등한 혜택을 누리게 되는 경우
- 비회원국에 대해 차별적 방식으로 법령과 규제를 적용하는 경우
- 한편, FTA 서비스 협정의 유형은 개방대상의 범위와 관련하여 Pure positive list 방식, Negative list (NAFTA-like)형 방식, Hybrid list (GATS-like)형 방식 등으로 구분되어짐
 - * 한미 FTA의 경우 Negative 방식을, 한EU FTA의 경우는 Hybrid 방식을 채택

<표 II-4> FTA 서비스 협정의 Architecture 유형

	Pure positive list형	Negative list형	Hybrid list형
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 개방대상 부문을 직접적으로 열거하는 방식 · 전반적인 일반원칙이 명시되지 않으나, 실질적으로 상당한 특혜를 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 국가들이 일반적인 의무에 대해 합의하고 동 의무가 적용되지 않는 모든 개별 조치를 열거하는 방식 · Mode 1 및 2 관련 국경 간 무역 원칙에 대한 보완적인 규정 포함 · Mode 3 관련 자본/투자 이동 및 Mode 4관련 서비스 공급자에 대한 일반적인 원칙을 포함하는 독립적인 chapter를 두는 것이 일반적 	<ul style="list-style-type: none"> · 국가가 자발적으로 자유화를 양허하는 부문, 세부부문 및 개별 공급모드를 positive 방식으로 기술 · 기타 비합치 조치에 대한 부문은 negative list 방식을 채택
주요 사례	중국·홍콩 CEPA, 중국·마카오 CEPA	한·미 FTA	한·EU FTA



제III장 우리나라 FTA 추진현황과 경제적 효과

- 우리 경제는 수출의 경제성장 기여도가 매우 큰 전형적인 소규모 개방경제라고 볼 수 있으며, 따라서 국가간의 자유무역을 통해 얻을 수 있는 경제적 이익이 여타 국가들에 비해서 상대적으로 클 수 있음
 - 우리나라는 무역을 통해 경제를 영위하는 통상국가로서 지속적인 경제발전을 위해서는 교역의 확대가 필수적
 - 특히 최근 국제통상과 관련한 여건이 FTA를 중심으로 하는 지역 간의 경제통합을 주류로 이루어지고 있다는 점도 고려할 필요
 - 도하개발어젠다(DDA) 협상이 난항을 겪고 있는 등 WTO 체제에서의 다자간 협약을 중심으로 하는 국가간 협약이 지연되고 있는 상황에서, 국가간 협약체결이 상대적으로 보다 용이한 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement)을 중심으로 한 지역주의(Regionalism)가 가속화되고 있음

- 이하에서는 최근 우리나라의 경제여건 및 국제적인 통상환경의 변화 내용을 개략적으로 살펴보고, 이를 통해 FTA의 경제적 효과를 파악해보는 한편 우리나라의 FTA 체결 현황 및 이의 주요 내용을 정리해 봄

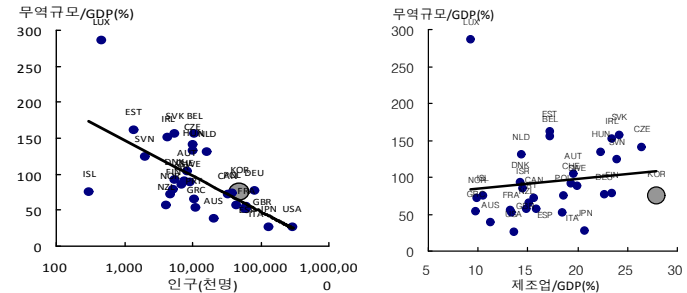
제1절 국내의 경제여건 변화의 주요 특징

- 우리나라의 현 경제여건을 고려할 때, 경제의 대외개방은 선택의 문제가 아니라 생존과 번영을 위해 불가피한 것으로 대외개방 전략의 대상은 개방

여부가 아니라 어떻게 개방을 통한 이익을 극대화시킬 것인가에 달려 있다고 볼 수 있음

- 협소한 국내시장의 한계를 극복하고 천연자원, 자본재, 선진기술 등의 수입을 위한 외화를 확보하기 위해서는 수출 역량을 지속적으로 유지·제고할 필요
 - 수출과 수입 규모가 모두 큰 폭으로 확대되면서 우리 경제의 무역의존도는 지속적인 증가 추세에 있음 (64.6%(2005) → 97.1%(2011))

[그림 III-1] OECD 국가의 무역규모



자료: World Bank, UN, OECD

- 우리나라와 경쟁 관계에 있는 대부분의 국가들이 적극적인 대외개방 전략을 추구하고 있어 대외개방이 지연될 경우 경쟁국들에게 수출시장을 잠식당할 가능성이 있음
- 지식과 정보가 경쟁력이 원천이 되는 시대를 맞아 어느 나라도 독자적으로 이를 축적할 수는 없으며 적극적인 개방을 통한 지식흡수가 중요
- 경제의 대외개방은 우리 사회의 전반적인 수준을 높이고 경쟁력을 강화하며 삶의 질을 제고하는 데 기여
 - 대외개방은 경제 및 사회 시스템을 국제화(global standard) 하고 해외

로부터의 지식확산(knowledge spillover)을 촉진하는 한편 구조조정을 통해 자원배분(resource allocation)의 효율성을 높임

- 소비자에게는 선택의 폭 확대와 가격인하 효과 등을 통해 후생을 증진
- 우리나라의 인구 및 산업구조 등을 고려할 때 현재의 무역규모가 과도하게 큰 것은 아니며, 오히려 무역을 통해 지속적인 성장을 도모해야 하는 상황임.

□ 특히 최근의 경제환경 변화는 효과적이고 적극적인 대외개방의 중요성을 더욱 증대시키고 있음

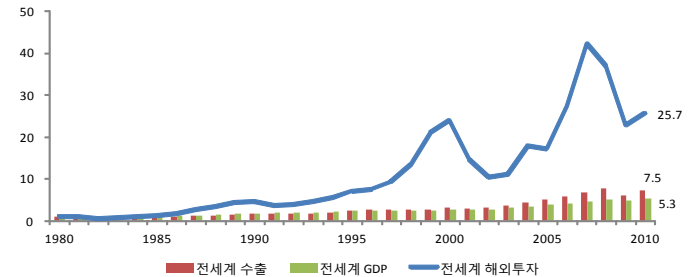
- 교통 및 정보통신 기술의 비약적인 발전으로 국가간의 경계가 모호해지고 국가간 교역·교류의 중요성이 더욱 커지고 있음
 - 교통 및 정보통신 기술의 발전으로 무역비용이 크게 감소하고 범세계적인 Network 구성이 용이해지는 등 무역기회 및 무역을 통한 이익 창출 여지가 모두 크게 확대되었음
 - 또한 다국적 기업의 발달과 영향력 증대, 부품 및 생산요소의 아웃소싱 등 생산의 국제적 분업화 확산 등도 대외개방 확대를 통한 국가간 거래비용 절감의 중요성을 더욱 증대시킨 요인으로 작용
- 특히 향후 우리 경제의 성장 엔진의 역할을 하게 될 지식기반 산업의 경우 개방의 중요성이 크다고 볼 수 있음
 - 지식기반 산업의 경쟁력은 궁극적으로 연구개발 투자의 성과에 의해 결정되는데 여기에는 Market Size Effect*가 존재

* 연구개발 투자는 fixed cost의 성격을 지니고 있어 시장의 규모가 클수록 투자 유인이 증가하며, 대외개방을 통해 충분한 규모의 시장을 확보하지 못하면 적극적인 연구개발 투자가 실행되지 못해 결국은 경쟁력을 상실하게 됨(예: Software, 의약품 등)

□ 다음과 같은 최근의 국제 통상 환경의 변화 추세도 우리나라의 보다 적극적인 대외개방 정책의 필요성을 높이는 요인으로 작용

- 국가간 분업생산의 확산에 따른 산업내 무역비중의 증가 및 대외무역특급업의 비중 증대에 따른 기업내 무역비중의 증대 등 상품의 수출입 구조 변화
- 외국인 직접투자(FDI)의 증가 및 서비스 부문의 무역 증대
 - 1990년대 이후 서비스 부문의 무역량 증가율이 상품 부문의 무역량 증가율을 지속적으로 상회하고 있으며, 투자 및 자연인의 이동도 서비스 교역에 포함시킬 경우 2020년경에는 서비스교역의 규모가 상품교역의 규모 수준에 도달할 것으로 전망됨 (Hufbauer and Stephenson, 2007)
- 최근 국제간 거래가 수출입 등 상품거래 위주에서 직접투자를 매개로 한 자본, 인력 등 생산요소의 거래 비중이 급증하는 방향으로 전환 중이며, 향후에도 각국의 경쟁우위에 따라 자본, 인력 등의 생산요소가 국가 간에 자유롭게 이동하는 현상은 더욱 가속화될 것으로 예상됨
 - 1980~2010년 기간 중 전 세계 GDP와 수출은 각각 5.3배 및 7.5배 증가한 데 반해, 연간 전세계 해외직접투자액의 규모는 동 기간 중 25.7배 증가

[그림 III-2] 세계 GDP, 수출 및 직접투자 증가 추이



주 : 1) 1980=1, 명목금액 기준.
자료: UNCTAD database

- WTO, FTA 등을 매개로 한 국제규범의 확산은 시장보호를 통한 국내기업 육성방식보다는 글로벌 경쟁력을 국내에 확보함으로써 기업들의 국제적

경쟁력 제고를 기하는 방식으로 경제정책 방향을 수정할 필요성을 높이고 있음

- 국토와 인구 면에서 규모가 크고 발전 잠재력이 있는 브라질, 러시아, 인도, 중국 등 신흥 개도국들이 최근 국제금융위기를 전후로 세계경제의 새로운 성장동력으로 부상하고 있음
 - 글로벌 불균형에 대한 국제적 시정 압력, 이들 국가들의 경제발전단계, 노동비용의 상승 추세 등을 종합적으로 고려해 볼 때 향후 신흥 개도국들의 성장 동인이 대외경제에서 점차 내수경제로 전환될 가능성

□ 한편 1995년 WTO 출범 이후 전세계적으로 지역무역협정(RTA, Regional Trade Agreement)의 대표적인 유형중 하나인 FTA 형태의 자유무역협정 체결이 확산되면서 지역주의(Regionalism)가 증대되고 있는 상황

- 지난 47년간의 GATT 시대에 GATT에 통보된 지역무역협정은 총 124건인데 반해, WTO 초기 9년간(1995-2003) 이보다 보다 많은 숫자인 총 176건의 지역무역협정이 이루어졌음
- 이에 따라 2011년의 경우 전세계 총 무역에서 지역무역협정내의 무역이 차지하는 비중이 49.2%에 이르렀으며, 이와 같은 지역무역협정의 확산 추세는 현재에도 계속되고 있음

□ 이와 같이 최근 들어 FTA 형태의 자유무역협정 체결이 확산되고 있는 이유를 정리하면 다음과 같음

- 1980년말-1990년대초 동구권 경제의 붕괴와 함께 전세계적으로 세계화(Globalization)가 빠르게 확산되었으며, 이를 지켜보면서 각 국은 경제개발을 통한 경쟁력 강화와 경제개발을 중요한 정책목표로 상정함
 - FTA는 경제개발을 통해 기업들간의 경쟁을 촉진하는데 이는 기업들의 생산성을 향상시키는 원동력이 됨
 - 경제의 세계화(Globalization)가 급속히 확산되는 가운데 과학기술의 발달로 무역에 따르는 거래비용이 크게 감소하고 자본과 노동 등 생산요소의 국간 이동이 증가하면서 경제의 지속적인 성장을 위해서는

경제개발을 통한 무역 확대와 외국인 직접투자 유치와 경제성장에 큰 도움이 된 사례가 많이 있음

* NAFTA 이후의 멕시코, MERCOSUR 이후의 남미 경제 등 FTA 체결이 외국인 직접투자 유치와 경제성장에 큰 도움이 된 사례가 많이 있음

- WTO 체제의 다자간 협상(도하라운드 등)의 경우 많은 국가들 간의 합의를 도출하기가 어려운 반면, 상대적으로 소수의 국가 간의 합의를 목표로 하는 FTA의 경우는 국가 간의 합의 도출이 상대적으로 용이하다는 장점
 - 특정국가간의 배타적 호혜조치가 회원국 간의 실익을 높일 수 있는 데다, 각 국의 관심사항 반영에 보다 유리하여 무역협상에 따른 부담이 적음
 - FTA를 통한 역내 국가간의 무역자유화 확산은 여타 국가들을 자극하여 장기적으로는 다자간의 무역자유화를 촉진할 수 있음
- 한편 이와 같은 지역주의 확산은 무역창출효과(Trade Creation Effect) 외에 무역전환효과(Trade Diversion Effect)도 증가시키게 되므로 역외 국가로서 받는 반사적 피해에 대해서도 고려할 필요가 있음
 - 무역창출효과(Trade Creation Effect): 무역자유화로 인해 종전에는 발생하지 않았던 무역이 새로이 발생하게 되는 효과
 - 무역전환효과(Trade Diversion Effect): FTA 등 역내 무역자유화로 인해 기존에 역외 국가와 이루어지던 무역이 역내 국가와의 무역으로 대체되는 효과
- 지역무역협정에 대한 WTO의 규정이 불명확·불충분하여 특정 지역무역협정이 WTO 규정에 합치하는지를 판단하는 것이 현재로서는 미흡하다는 지적도 있으나, FTA를 포함한 지역무역협정의 이익이 가시적이고 직접적인 반면 역기능을 억제하기 위한 다자적인 감시기능이 제대로 작동하기 어려운 상황임을 감안하면 현재와 같은 FTA 중심의 지역주의는 앞으로도 계속될 것으로 전망됨
 - WTO 지역무역협정위원회(CRTA: Committee on Regional Trade Agreements)를 중심으로 지역무역협정에 관한 WTO 규정을 명확히 하고 보완하기 위한 협상이 진행되고 있으나 논의속도는 부진한 실정

제2절 FTA의 경제적 효과

□ 일반적으로 나타나는 FTA의 경제적 효과는 다음과 같음

- 시장개방을 통한 기업의 대외진출 확대
 - FTA 발효로 관세가 철폐 또는 인하되면 해외 시장에서 우리 상품의 가격경쟁력이 높아지며 이는 수출증대 및 생산, 고용증대로 이어져 우리나라의 경제성장에 도움이 됨
 - 특히 EU, 미국 등 거대 경제권과의 FTA 체결은 우리 기업들에게 일본, 중국 등 우리의 경쟁국들보다 유리한 위치에서 시장을 선점할 수 있는 기회를 제공함 (무역창출효과 및 무역전환효과)
- 국내시장에서의 경쟁촉진 및 생산·경영 상의 효율성 제고
- 규제철폐, 정책투명성 제고 등 제도 개선을 촉진 (External Anchoring 전략)
- 민간 위주의 개방형 경제체제로의 전환을 촉진 (Level Playing Field 확산 유도)
- 개방경제로서 우리나라의 대외 신인도 제고에 기여
 - 세계 각국이 경제위기로 인해 보호무역주의적 움직임을 보이는 가운데 FTA 추진에 대한 강한 의지를 표명함으로써 국제사회에서 우리나라의 신인도 제고에 도움이 됨

□ 특히 FTA를 통한 서비스업 부문의 개방은 다음과 같은 경로로 우리나라 서비스산업 발전에 기여할 것으로 기대

- 서비스업 개방은 잠재적 해외수요 발굴에 도움을 주며 궁극적으로는 우리나라의 전반적인 대외 서비스 수출 및 투자를 촉진

- 제조업 부문의 수출경쟁력도 통신, 운송, ~~제조업, CGE~~ ~~지역별 경제협력~~ ~~특정 지역~~ 비용·고품질의 생산자서비스에 의해 결정된다는 점에서 서비스업 부문의 경쟁력 강화는 긴요

○ 또한 서비스업 부문의 개방은 규제완화 등 국내 서비스관련 제도 및 관행을 개선하고 경쟁 촉진을 통해 전반적인 생산성 제고를 유도하는 효과도 기대할 수 있음

- 서비스는 최종 산출물로서 뿐 만 아니라 제조업 및 여타 서비스의 중간 투입물로 활용되면서 산업 간 자원의 효율적 배분, 생산성 및 산업 연관효과 제고에 기여

○ 이와 같이 서비스 부문의 무역자유화는 상품부문 무역자유화에 비해 경제적 이득이 훨씬 클 것으로 예상됨¹⁾

○ 특히 무역자유화의 효과가 극대화되기 위해서는 제조업 상품부문의 자유화와 서비스업 부문의 자유화가 동시에 이루어질 필요가 있음에 유의

- 서비스업 부문의 자유화 없이 추진되는 무역자유화는 중간재 투입의 비효율성을 지속시켜 상품교역을 저해하는 요소로 작용할 수 있으며, 반면 상품부문 자유화 이후에 서비스자유화를 추진하는 경우 생산요소의 불필요한 이동을 동반하는 조정비용이 발생하게 됨

□ 한편 정부에서는 우리나라가 적극적으로 FTA를 추진하여야 하는 이유로 다음과 같은 두 가지를 제시하고 있음

○ 첫째는 지역주의의 확산이라는 국제통상 환경의 변화에 능동적으로 대응할 필요가 있음

- 1992년 EU의 출범과 1994년 NAFTA의 발효를 계기로 지역주의가 세계적으로 확산되면서 주요 경쟁국들이 적극적으로 FTA를 추진하고 있음을 감안하여, FTA 네트워크 역외국가로서의 피해를 최소화하고 기존 수출시장을 유지·확대하기 위해서는 우리나라도 주요 교역국들과

¹⁾ Robinson et al. (1999)의 추정에 따르면, 서비스 부문 교역장벽의 50%를 축소할 경우 발생하는 후생 증가는 비서비스부문 자유화에 비해 5배 이상의 효과가 발생할 것으로 전망됨. 한편, Rutherford, Tarr and Shepotylo (2006, 2008)는 경제 CGE 모형을 적용하여 러시아 WTO 가입 효과를 추정한 바에 따르면, 사업서비스를 중심으로 한 서비스부문의 FDI 자유화를 통한 이득만 고려해도 러시아 전체 소비액의 5.3%를 해당하고 이는 WTO 가입관련 국내제도 개선효과의 70% 이상인 것으로 나타남

의 FTA를 과감히 추진할 필요가 있음

○ 둘째는 국가 전반의 시스템을 선진화하고 경제체질을 강화하기 위해 FTA 추진이 필요함

- 전세계적으로 주요 국가들이 적극적으로 무역자유화를 추진하는 이유는 무역자유화가 경쟁축진을 통한 경제의 합리화·효율화를 통해 자국의 산업경쟁력을 강화시키는 데 크게 도움이 되기 때문임

- 따라서 우리 경제가 양적인 성장뿐만 아니라 질적인 발전을 통해 진정한 선진 경제로 거듭나기 위해서는 우리도 FTA를 통한 무역자유화를 능동적·공세적으로 활용할 필요가 있음

□ FTA 체결은 산업 전반에 영향을 미칠 것으로 예상되는데, 이 때 장점만 있는 것은 아니며 위험요인도 있음에 유의할 필요

○ FTA 체결의 장점 및 위험요인은 체결 상대국에 따라 상이할 수 있으나 한·미 FTA를 예로 들어 보면 다음과 같음 (자료: 전경련)

○ 장점

- 세계 최대인 미국 시장의 안정적 확보와 한·미간 교역확대에 따른 경제 성장 및 무역 신장

- 한국이 미국에 수출하는 규모는 전체 수출액 중 13.3%로 FTA 체결에 따른 특혜관세로 미국시장에서 중국 등에 비해 수출경쟁력을 가질 수 있게 됨

- (생산 및 고용 증대 효과) 제조업부문 생산에서 22.9조원 증가 효과, 서비스부문 고용에서 43만 5000명 증가 효과 기대

- (소비자 후생 증가 효과) 국민소득으로 보면 1인당 약 30만원이 증가하고 4인가족 기준으로는 연소득 120만원 증가 예상

- (투자 유치 및 고용창출 효과) 한·미 FTA를 체결했을 시에는 미국의 對韓 투자가 178억 달러 내지는 223억 달러로 증가할 것이라고 예측되었으며, 고용 면에서도 10만 여명의 고용창출 효과 추산 (초기에는 8만5000명이 감소하지만 중장기적으로는 10만4000명이 늘어날 것이라고 예측)

- ('제도의 선진화' 효과) 국내 시스템, 즉 제도가 선진화되고, 그동안 대

미 교역에서 겪었던 통상마찰 요인을 제체(韓)의 이익(韓)을 위한(韓)의 예상

○ 위험 요인

- 농업 등 경쟁력이 취약한 업종에서 경쟁력 약화

* FTA체결에 따라 농산물 생산 1조8천억 원 감소 예상(농촌경제연구원)

- 가격 상승으로 인한 소비자 부담 증가가 예상되는 부문도 있음

* 예를 들어 의약품에 관한 부문에서는 미국 신약에 대한 특허보장 기간 연장으로 복제약 산업이 침체되고 소비자는 비싼 오리지널 약값을 부담하게 되어 약값이 30%에서 최대 50%까지 늘어날 것으로 예상됨

- 제조업, 서비스업 등 전 산업에서 급격한 구조조정 발생

* 농업분야의 경우 관세철폐가 시작되는 10-15년의 기간 사이에 축산 등 농업 종사자들의 전업, 폐업 등 구조조정이 크게 이루어질 것으로 예상됨

* FTA 체결에 따른 산업 전반의 구조조정에 따라 실업자가 최소 16만명 이상 증가하게 될 것이라는 전망도 있음(민주노동당 한·미FTA 영향평가팀)

○ 미국 기업이 한국 정부의 협정 의무 위반으로 손해 볼 경우 우리 정부를 제소할 수 있는 '투자자-국가제소권(ISD)'이 도입되면 비록 예외 조항이 있다하더라도 정부의 공공정책 시행에 제약요인으로 작용할 수 있을 것이라는 우려도 있음

- 일부에서는 미국경제의 한국경제에 대한 영향력이 커져 주력산업을 포함한 주요 산업이 미국에 예측·통합될 우려도 제기

* 예를 들어 방송 분야의 경우, 국산 케이블 채널의 외국인 지분이 직접투자의 경우는 현행 49%로 유지되지만 간접투자는 100%까지 외국인지분이 허용되고 외국산 방송콘텐츠의 급속한 유입으로 국내 문화, 연예 산업의 침식이 우려됨

□ 한편 우리나라가 체결한 기존 FTA의 의의를 한미 FTA, 한·EU FTA 등 주요 FTA별로 개략적으로 살펴보면 다음과 같음 (자료: 전경련)

○ 한미 FTA

- 미국시장은 전 세계 GDP의 23.3%(2010년 IMF기준)를 생산하는 세계 최대시장으로서 그 중요성이 큼
- 미국은 세계의 경영 기술 트렌드 표준을 선도하는 국가로서 세계 최고 수준의 선진 제도를 갖추고 세계 정보지식화를 선도하고 있는 미국과의 경쟁과 협력은 곧 세계와의 경쟁과 협력에서 앞서나간다는 것을 의미하며 경쟁국에 앞서 지식 정보시장을 선점해 우리의 지분을 유지하고 확대할 수 있음
- 세계 최고의 신기술을 가장 많이 보유한 미국은 각국의 경쟁력이 판가름 나는 소위 최대 '테스트 마켓(Test Market)' 미국시장에서 우리 상품과 서비스의 경쟁력을 인정받는다 것은 곧 유럽, 아시아 등 여타 지역에서도 경쟁력을 확보할 수 있음을 의미

○ 한EU FTA

- EU(European Union)는 독일, 프랑스 등 27개국을 회원국으로 하는 경제연합으로서 총 인구 5억명, GDP 규모 16조달러(2010년 기준)의 전세계 GDP의 3분의 1을 차지하는 세계최대의 경제권임
- 2010년 기준 우리나라 총교역액은 8,916억달러로서 이 중 對EU 교역액은 922억달러(2위), 수출액은 535억달러로 각각 미국(총교역 902억달러, 수출 498억달러)보다 크며, 대EU 무역수지 흑자는 148억달러 규모로 우리나라의 최대 흑자처임
- 외국인 직접투자(FDI)의 경우에도 2009년 말 우리나라에 564.4억불을 투자하여 미국(418.1억달러)보다 큰 제1의 투자국임
- 수출확대, 외국인 투자 증대뿐만 아니라 선진 경제권과의 FTA로 인한 경제시스템의 선진화 등으로 한-미 FTA와 유사한 실질 GDP 증가 등의 거시경제 효과가 기대됨
- 제조업의 경우, 자동차, 섬유, 전자 등 우리나라의 주요 수출품에 대한 EU측 시장규모가 미국을 상회하고 관세율(4.2%)도 미국(3.7%)보다 높아 큰 경제적 효과가 있을 것으로 기대. 또한 우리의 주력 수출품목인 자동차에 대한 관세는 10%(미국:2.5%, 우리나라:8%)에 달함

○ 한·ASEAN FTA

- ASEAN은 동남아시아 국가연합(Association of South-East Nation: ASEAN)의 약어로 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아 등 10개국을 회원국으로 하고 있음 (총인구 약 6억명, 총면적 약 450km²)
- FTA를 통한 경제통합에서 ASEAN중심의 다차원적인 지역협력 구도가 지속적으로 제시되고 있으며, 향후 ASEAN 역내 FTA의 활성화와 CLMV(캄보디아, 라오스, 미얀마, 베트남)국가들의 경제성장을 가정한다면, 현재 ASEAN을 중심으로 한 동아시아 경제협력 구도에서의 ASEAN의 주도권은 한층 더 강화될 것으로 예상됨
- ASEAN은 주로 저임금을 기반으로 한 우회생산기지이거나 원자재 구매를 위한 시장으로 인식되었지만, 1990년대 중반부터는 고도 경제성장으로 인한 동남아시아 국가들의 구매력상승으로 현지 내수시장을 겨냥한 현지투자가 점차 확대되는 추세임

제3절 우리나라 FTA 추진 현황 및 주요 내용

□ 먼저 우리나라의 FTA 추진 방향은 다음과 같음

- 정부는 EU, 미국 등 거대경제권과 자원부국, 또한 주요 거점 경제권을 중심으로 전략적인 FTA 체결 확대 전략을 시행하여 왔음
- 우리나라 정부에서 FTA를 적극적으로 추진하기 시작한 것은 2003년으로 주요 경쟁국들에 비해 늦었으나, 현재는 동시다발적인 FTA 추진을 통해 그동안 지체된 FTA 체결 진도를 상당부분 만회하였음
- 내용면에서는 FTA 체결 효과를 극대화하기 위해 상품분야에서의 관세 철폐 뿐만 아니라, 서비스, 투자, 정부조달, 지적재산권, 기술표준 등을 포함하는 포괄적인 FTA를 지향
 - 아울러, WTO의 상품과 서비스관련 규정에 일치하는 높은 수준의

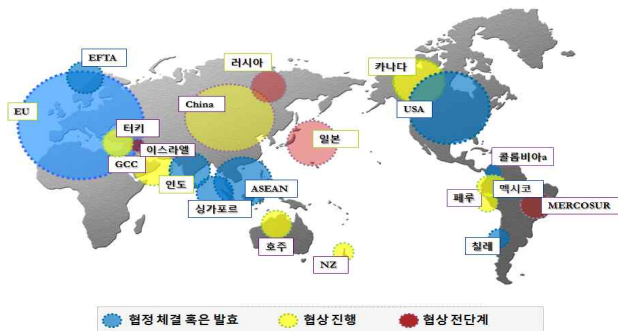
FTA 추진을 지향함으로써 다자주의를 보완하고 FTA를 통해 국내제도의 개선 및 선진화를 도모하고 있음

- 한편 정부는 FTA에 대한 전국민적인 인식을 제고하기 위한 방편으로 2004년 6월 자유무역협정체결절차규정(대통령훈령)을 제정하는 한편, 2012년에는 국회의 감시기능이 강화된 통상조약의 체결절차 및 이행에 관한 법률을 시행하는 등 FTA 추진과정의 투명성을 제고하고 이에 대한 국민적인 인식을 제고하는 한편, FTA 추진과정에 각계 전문가와 업계의 이익을 최대한 반영하고자 노력하고 있음.

□ 우리나라의 FTA 추진 현황을 살펴보면 다음과 같음

- 우리나라 정부는 오랜 기간 동안 WTO 체제의 다자간 무역협상에 초점을 두어 왔으나 2000년대 초반 이후 WTO 협상이 교착 상태에 빠짐에 따라 FTA 추진에 박차를 가해 오고 있음
 - 2003년 FTA 추진로드맵을 작성하고, 이후 동시다발적인 FTA를 추진 중에 있음
- 이에 따라 2012년 11월 현재 칠레, 싱가포르, EFTA, AWEAN, 인도, EU, 페루, 미국 등 46개국과의 FTA가 발효되었음

[그림 III-3] 우리나라의 FTA 체결 현황



- 또한 터키, 콜롬비아, 캐나다, 멕시코, GCC(중동지역의 아랍 국가들과 비아, 쿠웨이트, 아랍에미리트, 카타르, 오만, 바레인 등 6개국), 호주, 뉴질랜드 등과 협상이 현재 진행중에 있음
- 한편 주요 무역 대상국인 중국, 일본 등과의 FTA 체결을 위해서는 수차례의 전문가 회의를 개최하는 등 사전 준비 작업을 진행 중

□ 우리나라의 FTA 추진 체계 및 절차를 살펴보면 다음과 같음

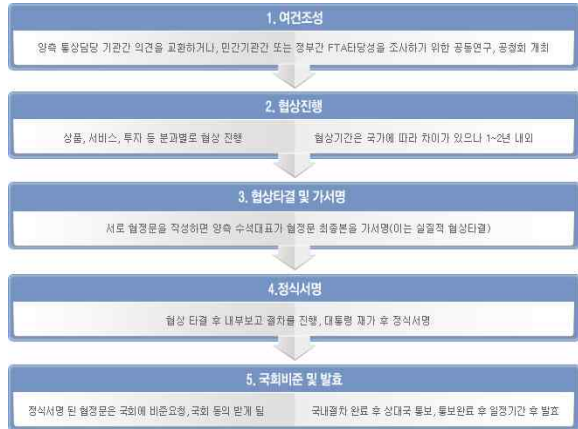
- FTA 추진 체계는 크게 교역 상대국간의 자유무역협약의 세부 내용을 조율하는 대외협상과, FTA 체결에 따른 국내 산업간의 손익 조정과 국내 산업정책의 보완 등에 대한 대내협상으로 이루어짐
 - 현재 대외협상은 외교통상부의 통상교섭본부에서, 대내협상은 기획재정부의 FTA 국내대책본부에서 담당하고 있으며, 대외경제장관회의를 통해 이들 대외협상부문과 대내협상부문을 조율하고 있음

[그림 III-4] 우리나라의 FTA 추진체계



- FTA 추진 절차는 크게 FTA의 타당성 점검 및 주요 상대국과의 사전적 의견 조율 등 여건조성, FTA 협약 상대국과의 상품·서비스·투자 등 부문별 협상 및 협상내용 결정, 협상내용에 대한 서명, 타결된 협상 내용에 대한 국회비준을 통한 발효 등으로 이루어짐

[그림 III-5] 우리나라의 FTA 추진절차



<표 III-1> 우리나라의 FTA 체결 진행 상황

진행단계	상대국	추진현황	의의
발효 (8건, 45개국)	칠레	99.12월 협상 개시, 03.2월 서명, 04.4월 발효	최초의 FTA, 중남미 시장의 교두보
	싱가포르	04.1월 협상 개시, 05.8월 서명, 06.3월 발효	ASEAN 시장의 교두보
	EFTA (4개국)	05.1월 협상 개시, 05.12월 서명, 06.9월 발효	유럽시장 교두보
	ASEAN (10개국)	05.2월 협상 개시, 06.8월 상품무역협정 서명, 07.6월 발효, 07.11월 서비스협정 서명, 09.5월 발효, 09.6월 투자협정 서명, 09.9월 발효	우리의 제2위 교역대상 (2011년 기준)
	인도	06.3월 협상 개시, 09.8월 서명, 10.1월 발효	BRICS국가, 거대시장
	EU	07.5월 협상 출범, 09.7월 협상 실질 타결, 09.10.15 가서명, 10.10.6 서명, 11.7.1 잠정발효	세계 최대 경제권 (GDP기준)
	페루	09.3월 협상 개시, 10.8월 협상 타결, 10.11.15 가서명, 11.3.21 서명, 11.8.1 발효	자원부국, 중남미 진출교두보
	미국	06.6월 협상 개시, 07.6월 협정 서명, 10.12월 추가 협상 타결, 12.3.15 발효	거대 선진경제권
타결 (2건, 2개국)	터키	08.6월~09.5월 공동연구, 총 4차례 공식협상 개최 (10.4월~12.3월), 12.8.1 기본협정 및 상품무역협정 서명, 12.11.22 비준동의안 국회 통과	유럽·중양아 진출 교두보
	콜롬비아	09.3월~8월 민간공동연구, 총 7차례 공식협상 개최(09.12월~12.6월), 12.8.31 가서명	자원부국, 중남미 신흥시장
협상진행 (6건, 16개국)	캐나다	총 13차례 공식협상 개최(05.7월~08.3월), 12년 수석대표간 협의 진행중	북미 선진 시장
	인도네시아	11.10월 공동연구보고서 완료, 12.3.28 한-인니 CEPA 협상개시 선언, 12.7월 제1차 협상 개최	ASEAN 회원국중 우리의 최대 교역국 (2011년 기준)
	중국	07.3월~10.5월 산관학 공동연구 이후 민감분야 처리를 위한 실무협의, 12.5.2 협상개시 선언, 총 4차례 협상 개최(12.5월, 7월, 8월, 10월)	우리의 제1위 교역대상(2011년 기준)
	베트남	11.11월 공동연구보고서 완료, 12.8.6 협상개시 선언, 12.9월 제1차 협상 개최	우리의 제6위 투자대상국 (2011년 기준)
	한중일	03~09년 민간공동연구, 10.5월~11.12월 산관학 공동연구, 12.5월 3국 정상회의시 "연내 협상개시 목표" 합의, 12.11.20 협상개시 선언	동북아 경제통합 기반 마련
	RCEP (15개국)	11.11월 ASEAN이 RCEP 작업계획 제시, 12.11.20 동아시아 정상회의 계기 협상개시 선언	세계 GDP의 28.4%를 차지하는 동아시아 경제권

협상재개 여건조성 (5건, 10개국)	일본	03.12월 협상개시, 04.11월 6차 협상후 중단, 08~12년 협상 재개 환경조성을 위한 실무 협의 총 9차례 개최	우리의 제4위 교역대상 (2011년 기준)
	멕시코	07.12월 기존의 SECA를 FTA로 격상하여 협상 재개, 08.6월 제2차 협상 개최후 중단	북중미 시장 교두보
	GCC (6개국)	08.7월 협상 개시, 09.7월 제3차 협상 개최 후 중단	자원부국, 아중동 국가와의 최초 FTA, 우리의 제3위 교역대상 (2011년 기준)
	호주	07.5월~08.4월 민간공동연구, 총 5차례 공식협상 개최(09.5월~10.5월)후 잠정 중단	자원 부국 및 오세아니아 주요 시장
	뉴질랜드	07.2월~08.3월 민간공동연구, 총 4차례 공식협상 개최(09.6월~10.5월)후 잠정 중단	오세아니아 주요시장
협상준비 또는 공동연구 (4건, 11개국)	MERCOSUR (4개국)	05.5월~06.12월 정부간 공동연구 완료 (07.10월 연구보고서 채택)	BRICs국가, 자원부국
	이스라엘	09.8월 민간공동연구 개시, 10.8월 완료	서부 중동지역 거점시장
	중미 (5개국)	10.10월 공동연구 개시, 11.4월 공동연구 완료 (*중미5개국: 파나마, 코스타리카, 과테말 라, 온두라스, 엘살바도르)	북미와 남미를 잇는 전략적 요충지
	말레이시아	11.5월 한-말레이시아 FTA 타당성연구 개 시, 12.4월 타당성연구 중간점검회의 개최	한-ASEAN FTA Upgrade, 자원부국

자료 : 외교통상부 자유무역협정 웹사이트

제IV장 FTA가 디자인산업에 미치는 영향 및 대응방안

제1절 디자인 산업의 국민경제적 위상 및 현황

1. 디자인 산업과 국제 경쟁력

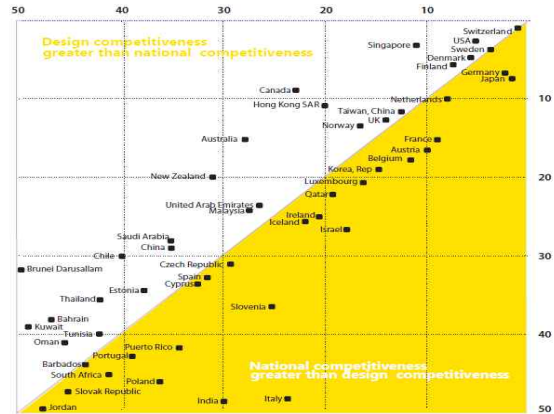
- 디자인 산업은 대표적인 저비용·고효율의 지식집약형 고부가가치 업종으로서 지식기반경제 이행과 국제경쟁력 제고에 필수적인 전략산업
 - 산업구조가 지식기반 및 다품종 소량생산체제로 전환되면서 창의성에 기반을 둔 디자인이 기업의 핵심적인 경쟁우위요인으로 부각
 - 아울러, 소비자의 전반적인 소득수준 향상에 따라 제품의 기능에 더하여 자신의 감성과 스타일에 맞는 디자인에 대한 수요가 증가²
 - 디자인은 상대적으로 적은 투자비용으로 짧은 기간 내에 제품의 차별화 및 고부가가치화를 달성할 수 있는 중요한 수단
 - [그림 IV-1]에 나타나 있는 바와 같이 국제적으로 국가경쟁력과 디자인 역량 간에는 강한 비례관계가 존재
 - 따라서, 디자인산업은 날로 가속화되는 세계화의 추세 속에 우리 기업의 생산·혁신능력 강화 및 국제경쟁력 제고를 위해 중점 육성해야 하는

² 일본의 경우, 소득 1만불 수준에 도달한 1982년부터 디자인산업의 성장률(연평균 8.6%)이 GNP 성장률(연평균 5.6%)을 초과하기 시작함.

기업지원서비스 중의 하나

- 제조업 단순 생산기능이 개도국으로 이전되면서 경쟁우위의 핵심요소
가 디자인과 같은 지식 집약적 서비스 활동으로 전환되고 있는 시점

[그림 IV-1] 국가경쟁력 vs 디자인 경쟁력



자료: Global Design Watch 2010

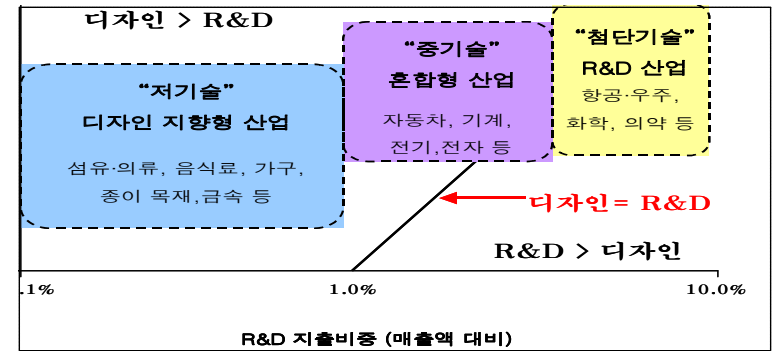
- 디자인 역량과 기술혁신 역량은 상호 보완성을 갖는 산업 경쟁력의 양대 핵심요소이며, 특히, 최근 들어 디자인 역량에 대한 관심도가 대폭 확대되는 추세
- 디자인 역량은 특히 제품혁신(product innovation)과 밀접한 관계가 있으며, 최근 '디자인을 통한 혁신(innovations by design)'의 중요성이 부각³
 - '디자인을 통한 혁신'이란 '새로운 기술의 체화도가 높지 않은 상태에서 순수히 디자인개발에 의해 이루어지는 새로운 상품이나 서비스의 창출'하는 것을 의미⁴

3 Multu and Er(2003) 참조

4 이러한 혁신의 예로 마운틴 바이크, 소니의 워크맨, 스노우보드, 애플사의 iPod 등을 들 수 있음 (Tether, 2003)

- 실제로 영국의 경우 디자인산업의 매출규모가 R&D관련 투자규모보다 훨씬 큰 것으로 나타남 (Tether, 2003)
- 대체적으로 음식료, 의류 등 저기술산업에서 총 매출 대비 디자인지출의 비중이 R&D 비중을 넘어서는 반면, 첨단기술 산업 일수록 R&D 비중이 높음.

[그림 IV-2] 혁신수단으로서의 디자인과 R&D투자의 상대적 중요도



자료: Tether(2003)

- 아울러, 최근 삼성이나 Apple의 성공 사례에서도 살펴 볼 수 있듯이 디자인을 핵심가치로 인식하는 기업들이 세계 시장에서 경쟁력을 확보
 - 삼성의 경우 2006년 디자인을 혁신한 보르도 TV 도입 이후 LCD TV 부분의 세계시장을 석권
- 우리나라의 디자인 경쟁력은 2000년 이후 급격히 향상되어 2010년 기준 전 세계 15대 디자인 강국으로 부상
- 우리나라의 디자인 경쟁력 순위(핀란드 Designium 선정)는 2002년 25위에서 2007년 9위까지 상승
- 디자인 수출도 2006년 75억원에서 2010년 현재 393억원으로 연평균 51%씩 증가

<표 IV-1> 세계 10대 디자인 강국들의 특성

	디자인 경쟁력 순위	국가 경쟁력 순위	R&D 투자	경쟁 우위 원천	부가가치 활동 의연	혁신 역량	생산기술 수준	마케팅 기법	고객 지향성
스위스	1	1	6.0	6.4	6.0	5.8	6.3	6.0	6.0
일본	2	8	5.9	6.3	6.1	5.9	6.4	5.6	6.3
독일	3	7	5.8	6.4	6.2	5.9	6.4	5.8	5.6
스웨덴	4	4	5.9	6.0	5.9	5.7	6.2	5.9	5.8
미국	5	2	5.6	5.5	5.4	5.5	5.9	6.4	5.7
덴마크	6	5	5.5	6.1	5.6	5.3	5.9	5.8	5.7
핀란드	7	6	5.3	6.1	5.5	5.6	6.0	5.0	5.2
네덜란드	8	10	4.8	5.8	5.6	4.9	6.0	5.8	5.4
프랑스	9	16	4.8	5.6	5.9	5.1	5.7	5.9	5.2
오스트리아	10	17	4.4	5.8	5.6	4.8	5.8	5.7	6.1
한국	15	19	4.9	5.4	5.4	4.7	5.1	5.1	5.5

주: 디자인 경쟁력 순위는 4~10월에 제시된 평가요소들을 종합적으로 고려하여 산출하며, 각 평가요소들은 1~7점으로 평가됨.

자료: Global Design Watch 2010

□ <표 IV-1>에 나타나 있는 바와 같이, 우리나라는 세계 10대 디자인 강국들에 비해 혁신 역량, 생산기술 수준 및 마케팅 기법 등에서 상대적으로 격차가 존재하는 것으로 평가됨.

2. 우리나라 디자인 산업의 현황

- 우리나라 디자인산업은 지난 20여년 간 경쟁국이나 개발도상 국가들의 부러움을 살 만큼 빠른 발전을 시현
 - 우리나라 디자인 산업은 1992년 공인산업디자인전문회사 등록제도가 도입되고, KDIP(당시는 한국디자인포장개발원)가 1993년 제 1차 디자인 발전 5개년 계획을 추진한 이후 비교적 산업으로서의 면모를 갖추기 시작
 - 특히, 2000년대 이후 우리나라 디자인 산업은 비약적인 발전을 시현

- 디자인 산업의 시장규모는 1998년 2조 6백억원에서 2010년 현재 7조 9백억원으로 비약적인 증가세를 시현
- 표준산업분류 상 사업서비스 내 전문디자인업에 포함된 디자인 전문회사의 수도 1998년 754개에서 04년 현재 3,032개로 증가
- 대학(전문대학 포함)을 졸업하는 디자인전공자는 연간 총 25,000여명으로서 전체 인구 규모 대비 디자인 전공 졸업자의 비중이 가장 높은 국가 중의 하나

[그림 IV-3] 디자인 전문회사 및 종사자 수 추이



자료: 통계청 KOSIS database

- 우리나라 디자인산업은 이러한 지난 20여년 간의 적지 않은 성과에도 불구하고 여전히 시장 규모나 여건 상에 다양한 취약성을 내포
 - 디자인 서비스업은 한국표준산업분류(KSIC) 상 M 분류인 전문, 과학 및 기술서비스업(70~73) 내에 포함된 전문디자인업으로 규정할 경우 시장 규모는 우리나라 전체 GDP의 0.1% 미만에 머무르고 있는 상황
 - 국내 전문 디자인기업의 대부분은 독립법인 및 소규모 형태로 운영되며, 국내그룹 기업의 계열사는 소수에 불과
 - 전문 디자인기업의 종사자수는 2010년 현재 평균 5.5명이며, 직원 4인

이하의 업체가 전체의 66.7%로 소규모업체가 다수를 차지

- 환경디자인과 제품디자인 분야 평균 고용인원수가 각각 6.1명과 5.5명으로서 시각디자인과 기타디자인보다 상대적으로 많은 것으로 나타남
- 전문 디자인기업의 평균매출액은 5억 8천만원으로 전문서비스업 전체의 업체당 평균 매출액을 하회하며 특히, 전문디자인 업체 수의 36.2%를 차지하는 시각 디자인업의 평균 매출액은 4억 4천만원에 불과
- 종사자당 매출액도 1억원 수준으로서 이에 종사자 1인당 연간 급여액은 2천만원에 불과하며, 이는 전문서비스업 전체의 평균인 3천 2백만원을 대폭 하회하는 상황

<표 IV-2> 전문디자인 산업 현황 (2009년 현재)

	업체수 (개)	종사자 수(명)	급여액 (십억원)	매출액 (십억원)	업체당 평균 매출액 (백만원)	종사자당 매출액 (백만원)	종사자당 급여액 (백만원)
전문서비스업	29,109	189,276	6,060	23,917	821.6	126.4	32.0
전문디자인업	3,117	17,316	346	1,802	578.2	104.1	20.0
인테리어 디자인	748	4,699	84	482	644.9	102.7	17.9
제품 디자인	766	4,283	87	503	656.8	117.5	20.4
시각 디자인	1,130	5,751	121	503	444.8	87.4	21.0
기타 디자인	473	2,583	54	314	664.2	121.6	20.8

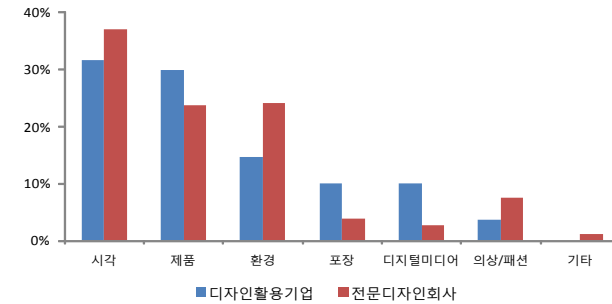
자료: 전문기술과학서비스업조사 (통계청 KOSIS database)

- o 디자인 산업규모도 경제 여건의 변화에 따라 변동성이 매우 큰 편
 - 2006~2008년 기간 중 디자인 산업 규모는 6조 9천억원에서 5조 2천억원으로 27.5%나 축소되었다가 200~2010년 기간 중 다시 7조 9백억원으로 35.5% 상승하는 등 변동성이 매우 큼.
 - 최근 디자인 산업의 특징적인 변화 중의 하나는 서울시 등 지자체를 중심으로 한 공공부문 디자인시장의 확대를 들 수 있으며,
 - 현재 많은 디자인 전문 회사들이 공공 관련 프로젝트를 수주하고 있음

나, 디자인 전문회사의 고용은 거의 늘지 않음.

- o [그림 IV-4]에 제시된 바와 같이 시장의 디자인 수요에 비해 시각디자인 및 의상·패션 디자인 업체 비중이 높은 상황

[그림 IV-4] 전문디자인회사 주력부문과 디자인활용기업 수요구조 비교



자료: 2011년 산업디자인 통계조사

- (디자인 활용기업) 한편, 일반기업체 중 디자이너를 종사자로 고용하고 있거나, 최근 2년 동안 디자인 개발 의뢰 경험이 있는 디자인 활용기업은 전체의 12.8%에 불과하며, 의 경우 사내에 디자인 인력을 보유하고 있는 기업이 전체의 14.2%를 차지하고 있으며, 이들 기업들은 평균 3.72명의 디자이너를 보유
 - o 디자인 개발 시 사내 인력을 활용하는 자체 디자인 개발 비중은 기업평균 61.7% 수준임.
 - o 사내에 디자인 인력을 보유하고 있는 기업 중 환경디자인 인력보유 비중이 가장 높고, 그 다음이 제품디자인, 시각디자인, 디지털미디어디자인 순임.
- (디자인 투자) 우리나라 일반기업체들의 매출액 대비 디자인 투자 비중은 매우 낮은 구조

- 가령, 제조업의 경우 매출액 대비 디자인 투자 비중은 2010년 현재 0.7%로서 기업들이 적절한 수준으로 판단하고 있는 14.7%나 매출액 대비 연구개발 투자 비중인 10.9%를 대폭 하회하고 있는 상황
- 대기업의 경우에도 연구개발비 대비 디자인 투자액 비중은 약 3.5%에 불과한 실정임.

<표 IV-3> 일반기업체 디자인 투자 현황 (2010년 기준, 억원)

	매출액 평균 (A)	연구 개발비 평균(B)	디자인 투자비 평균(C)	B/A	C/A	C/A 적정 비중
제조업	256.2	27.9	1.7	10.9%	0.7%	14.7%
건설업	407.6	5.6	1.9	1.4%	0.5%	20.2%
출판/영상/정보	93.5	3.6	1.4	3.8%	1.5%	19.3%
전문/과학/기술	685.6	44.0	3.2	6.4%	0.5%	21.5%
사업시설관리	42.4	1.5	1.0	3.6%	2.3%	10.7%
소기업	32.7	2.0	1.0	6.1%	2.9%	-
중기업	160.6	6.2	2.0	3.9%	1.3%	-
대기업	9,663.4	834.7	28.8	8.6%	0.3%	-

자료: 통계청 KOSIS database

- (전문 인력) 2010년 기준으로 디자인 관련 졸업생 현황을 구성비로 보면, 전문대 졸업생이 51.4%로 가장 많았으며 일반대학 39.2%, 산업대학 4.1% 순
 - 특히, 전문대학 졸업생의 거의 대부분은 예체능 계열 내 디자인 학부를 졸업
 - <표 IV-4>에 나타나 있는 바와 같이 전체 졸업생의 95.8%가 예체능계열을 통해 배출되고 있으며, 공학계열 및 사회계열의 졸업생은 2.5%와 0.8%에 불과
 - 디자인학과 졸업생의 취업률은 2010년 기준으로 44.7% 수준인데, 공학, 교육 및 사회계열 졸업생의 취업률은 상대적으로 높은 반면, 졸업의 다수를 차지하는 예체능 계열 및 자연계열의 취업률이 매우 낮은 구조임.

<표 IV-4> 디자인학과 졸업생수 및 취업률 (2010년 기준, 명)

	학사	석사과정	박사과정	계
사회계열	133 (50.1%)	71 (77.5%)	4 (75.0%)	208 (60.1%)
교육계열	-	38 (71.1%)	-	38 (71.1%)
공학계열	614 (65.5%)	22 (77.3%)	3 (-)	639 (65.6%)
자연계열	184 (31.0%)	2 (-)	-	186 (30.6%)
예체능계열	22,981 (43.4%)	1,129 (57.5%)	95 (67.4%)	24,205 (44.1%)
총계	23,912 (43.9%)	1,262 (59.3%)	102 (65.7%)	25,276 (44.7%)

자료: 2011 산업디자인 통계조사

2. 우리나라 디자인 산업의 문제점

- 국내 디자인 서비스업은 지난 20여년 간의 성장 과정에서 디자인에 필요한 기반기술의 축적 미흡, 민간부문의 역할 취약, 인력수급의 불균형, 새로운 디자인 수요에 부응하는 법적·제도적 장치 미흡 등 질적인 측면에서 여러 가지 문제점을 노정
- (기반기술의 축적 미흡) 디자인업체나 중소 제조업체는 최근까지 자체적인 디자인 기술개발에 소홀히 하고, 정부지원사업에 기대어 안주한 결과 기반기술의 축적 미약 등 자생력을 확보하지 못하고 있는 상황
 - 디자인업체의 경우 기반기술의 축적이 미흡한 상태에서의 과다 출혈 경쟁은 디자인 개발비 덩핑으로 이어지고, 국제수준 디자인기업의 출현과 디자이너의 고용안정·전문성 배양을 저해하는 등 디자인서비스의 질적 수준 저하를 초래
 - 세계적 수준의 종합 비즈니스 컨설팅 디자인 그룹이 전무한 상황
 - 한편, 대기업 위주로 성장해 온 국내 산업구조 상 기업 디자인 부서가 활

성화되는 반면, 중소기업을 중심으로 한 오랜 OEM 관행으로 디자인의 중요성에 대한 인식이나 자체 디자인 개발 능력이 매우 취약한 상황

- 중소기업들이 정부지원금으로 디자인을 개발하다 보니 디자인을 비효율인으로 여기는 기업 경영자들의 인식을 오히려 고착화시키고 독자적인 디자인 개발 의지를 저하시켜 왔다는 점이 지적되고 있음

□ (민간부문의 역할 취약) 과거 정부주도형 디자인 진흥정책은 우리나라 디자인 산업의 양적 성장에 기여한 바가 크지만, 상호 협력과 경쟁을 통해 민간부문 스스로의 자생력 구축하는 데에 장애요소로 작용

- 주요 선진국들에서는 민간부문, 진흥기관, 정부 등이 공동으로 디자인 진흥정책을 수립 혹은 집행하고 있음
- 우리나라의 경우 협회, 학회 등 디자인 관련 여러 민간단체가 조직되어 있으나, 상호 협력이 원활하지 못하고 현장성도 떨어져, 회원이 협회의 기능에 거는 기대수준도 낮은 편
 - 현재의 민간단체는 대부분의 회원이 기업이 아닌 학계 소속으로 구성되어 기업 현장의 갈등과 문제에 대한 인식은 낮음
 - 디자인기업협회가 최근 정부의 민간 카운터파트로서 자처하고 나섰으나, 협회의 회원사의 수가 전체 등록 디자인전문회사의 15% 수준에 불과한 실정을 감안할 때 그 실효성에 의문
- 디자인 산업 자체의 다양한 구성요인으로 인해 협회, 학회 간의 심도 있는 협력이 미약
 - 디자인업계의 통일된 의견이 나오기 힘들고, 정부를 상대로 영향력을 발휘할 수 있는 힘과 효율이 떨어지는 경향

□ (인력수급의 불균형) 연간 2만 5천명 이상의 신규 디자인인력이 시장에 공급되고 있으나, 미술대학 중심의 시각디자이너 양성에 치중, 업계가 필요로 하는 인력 육성이 부족

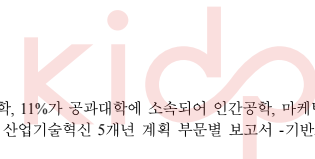
- 산업계는 자동차, 가구, 가전 등 분야별로 특화된 디자이너를 요구하나, 대학은 시각, 제품, 의류디자인 등 정형된 인력을 배출
 - 선진국에서는 디자인학과가 공대 혹은 독립적인 교육기관에 소속된 경

우가 일반적이나, 우리나라는 디자인교육이 대부분 미술대학에서 이뤄지고 있음⁵

- 결과적으로 변화하는 산업사회에 대응하면서 디자인산업을 발전시키는 데에 필요한 경영, 마케팅, 기술 등 여타 학문분야를 접할 기회를 제약

□ (법적·제도적 장치 미흡) 새로운 디자인 수요에 부응하면서 법적·제도적 장치 미흡

- 산업현장에서의 디자인은 디지털기술의 발달로 새로운 분야가 빠르게 창출되고 있는 반면, 급변하는 정책 수요에 부응하는 법적·제도적 장치의 보완이 뒤처지고 있음
- 디자인 경영, 국가브랜드 등에 대한 관심 확대로 국가 전체적인 디자인 정책은 확대되나, 정책의 운용은 부처나 기관별로 독자 시행으로 상당부분 비효율적이며 단편적인 구조를 보이고 있는 것도 사실
 - 문광부, 건교부, 지자체 등도 자체적인 디자인 진흥활동 수행 중에 있어 정책 수행에 필요한 정부의 지원과 부처 간에 분산된 업무를 조정하는 데에 어려움
 - 장기정책과제는 종종 외면되고, 단기간의 가시적인 성과위주의 사업으로 일관하는 점이 지적하며, 정책입안과정에서 시행 후 평가에 이르기까지 전반적인 과정을 검증하는 제도가 미흡하다는 비판도 제기



⁵ 유럽의 경우 디자인 관련학과는 50%가 디자인대학, 11%가 공과대학에 소속되어 인간공학, 마케팅, 엔지니어링 등 실무위주 교육 수행(산업자원부, 산업기술혁신 5개년 계획 부문별 보고서-기반조성(디자인), 2003.11)

제2절 우리나라 기체결 FTA의 디자인관련 협정 내용

1. 협정의 범위

- FTA에서 디자인산업과 관련된 것으로 (1)서비스시장 개방 약속(시장접근 및 내국민대우 양허) (2)서비스 인력이동 약속(양허) (3)지적재산권 등이 대표적
 - ※ 용어 : 양허(Commitment)란 시장개방 사항 또는 자발적 자유화 내용에 대해 국제법상 약속함으로써 법적 구속력을 갖도록 하는 것으로 철회할 경우에는 그에 따른 의무가 발생함.
- GATS에 제시되어 있는 서비스시장 개방, 즉 시장접근 및 내국민대우상의 제한을 보면
 - 시장접근(Market Access)에 대한 제한은 국적에 관계없이 서비스 공급을 제한하는 모든 조치를 의미하며
 - ①서비스 공급자 수, ②자산의 총액, ③서비스 영업의 총 수 또는 서비스 총 산출량, ④서비스 공급과 관련된 자연인의 총 수, ⑤법인체나 합작투자의 특정 형태, ⑥외국자본 참여와 관련된 제한 등이 있음
 - FTA를 체결하면서 디자인 서비스에 대해 시장접근 양허를 하는 경우 양허표상에 별도의 명시를 하지 않고 제한 없음(none)으로 양허를 하면 이 여섯 가지 제한사항과 관련된 제한을 두지 않는다는 약속을 하는 것임
 - 내국민대우(National Treatment)에 대한 제한은 국적에 따라 서비스 공급을 제한하는 조치를 포괄
 - 내국민대우에 따라 협상국 서비스 공급자에게 자국의 동종 서비스 공급자와 비교해 불리하지 않은 대우를 부여해야 함. 단 형식적으로는 동일 하더라도 자국의 서비스 또는 서비스 공급자에게 유리하도록 경쟁조건을 변경하는 경우에는 불리한 대우로 간주

<참고 I>

서비스무역에 관한 일반 협정(GATS : General Agreement on Trade in Services)

- 디자인서비스 분야의 양허 현황을 파악하기 위해 필요한 서비스 무역의 형태, 시장 접근과 내국민대우상의 제한 등에 관한 내용 제시
- GATS 제 1조(범위와 규정)에서는 서비스 무역의 형태를 ①국경간 공급(mode 1), ②해외 소비(mode 2), ③상업적 주제(mode 3), ④자연인의 이동(mode 4)의 4가지로 구분
- FTA를 체결 국가는 서비스 분야별(업종별)로 네 가지 무역 형태별 시장접근 및 내국민대우에 대한 협상을 하게 되고, 그 결과를 서비스 양허표나 서비스 유보 목록에 명시함
 - * 서비스 양허표(Services Schedules of Commitments)는 협상에 따른 서비스 시장 개방 약속(양허) 사항을 분야별(업종별)로 명시한 표
 - * 유보목록(Reservations List)은 FTA 투자 및 서비스 협정문상의 제반 구체적 의무에 합치하지 않는 국내 법령상 조치를 나열한 목록
 - 양허표의 예를 들면, 시장접근과 내국민대우상 아무런 제한을 두지 않는 경우 양허표에 '제한 없음(none)'으로 기재하고, 양허하지 않는 경우 '약속 없음(unbound)'으로 기재하거나 특정 업종 전체를 양허표에서 제외시키기도 함
 - 특정 분야, 특정 무역형태에 대해 시장접근 또는 내국민대우와 관련된 일정한 제한을 두는 경우 역시 그 내용을 양허표에 명시
- 서비스 인력이동의 경우 전반적인 양허 내용은 양허표의 수평적 조치(Horizontal Commitments) 부분에 기재
 - ※ 용어 : 수평적 조치(Horizontal Commitments)란 모든 서비스 분야에 공통적으로 적용되는 제한 조치
 - 서비스 인력이동에 대한 양허는 주로 상업적 주제와 관련된 사업방문자, 투자자-거래자, 기업내 전근(근무지 이동) 등에 대한 사항을 다루지만
 - 최근 상업적 주제와 관련되지 않는 계약서비스 공급자나(Contractual Service Suppliers) 독립전문가(Independent Professional)의 이동도 포함

되고 있는 상황⁶

2. 디자인 서비스 시장개방 관련 내용

- 디자인 서비스는 이미 UR(우루과이 라운드) 등 기존의 통상 협정 통해 그래픽디자인 서비스, 컴퓨터 그래픽, 전문디자인 서비스 등이 제한 없이 양허(mode 4는 제외)
 - 우리나라가 체결한 대부분의 FTA에서도 디자인서비스업종은 mode 1 ~ mode3 에 대해 제한 없이 양허
 - 단, 한·미 FTA와 한·페루 FTA에서는 전문디자인서비스의 시장접근을 포괄적으로 유보(시장접근 미양허)
- 또한 디자인 관련 서비스 업종은 모든 분야에서 외국인투자에 대해 '자발적 자유화'가 이루어져 있는 상태로 평가
 - 디자인 관련 서비스는 지식경제부가 매년 「외국인투자 통합공고」를 통해 발표하는 외국인 투자 금지 또는 제한 업종에 포함되어 있지 않음
- 이와 같이 국내 디자인서비스 시장이 개방이 되어 있기 때문에 외국 디자인서비스 기업의 국내 투자·진출은 사실상 별 다른 제한 없이 허용
 - 한·미 FTA에서 우리나라는 전문디자인서비스 분야의 시장접근을 미양허(포괄유보) 함으로써 시장접근 제한사항을 둘 수 있지만, 그와 같이 외국인투자의 자발적 자유화에 역행하는 조치를 두는 경우 국내 FDI 유치에 부정적인 영향이 발생
 - 이와 같은 상황 하에서는 외국 디자인기업의 국내 진출을 막는 조치는 두기 어려우며, 그보다는 국내의 중소 디자인 기업들이 공정한 경쟁 환경에

⁶ 계약서비스 공급자(CSS: Contractual Service Suppliers)는 외국 서비스 법인에 소속된 자가 외국 서비스 법인과 우리나라의 법인간의 서비스 공급계약(도급계약)에 의해 우리나라에 입국해서 서비스를 공급하는 경우를 의미함. 한편, 독립전문가(IP: Independent Professional)는 외국 법인에 소속되지 않은 개별 서비스 전문가(주로 자가 고용 형태)가 한국 법인과 서비스 공급계약(도급계약)에 의해 한국에 들어와서 해당 서비스를 공급하는 것을 의미함. 단, CSS 및 IP는 서비스 공급계약(도급계약)을 체결해야하는 경우에 한하며, 고용계약은 불허함.

서 사업을 할 수 있도록 경쟁정책을 보다 강화하는 것이 필요

<표 IV-5> FTA에서 디자인서비스 시장개방 양허 현황

분야	구분	한·Asean	한·인도	한·EU	한·페루	한·미
광고/그래픽 디자인 서비스	Mode1~ Mode3	제한 없음	제한 없음	제한 없음	유보목록 미포함 (양허)	유보목록 미포함 (양허)
	Mode 4	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허		
컴퓨터 및 관련 서비스	Mode1~ Mode3	제한 없음	제한 없음	제한 없음	유보목록 미포함 (양허)	유보목록 미포함 (양허)
	Mode 4	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허		
전문 디자인 서비스	Mode1~ Mode3	제한 없음	제한 없음	제한 없음	시장접근 미양허 (포괄유보)	시장접근 미양허 (포괄유보)
	Mode 4	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허	수평적 조치 외 미양허		

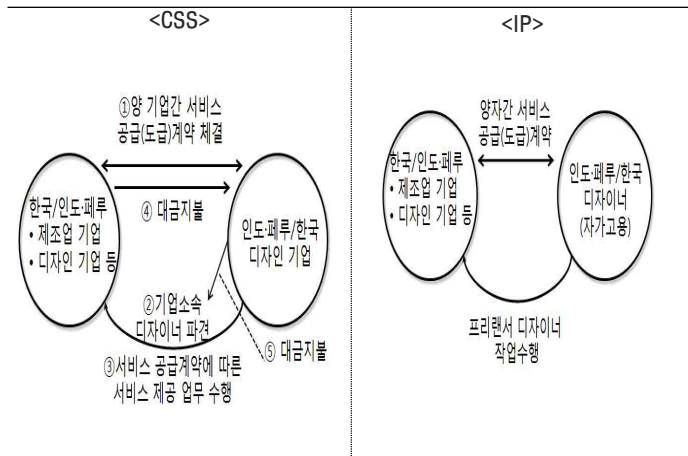
3. 디자인 인력 이동관련 내용

- 디자인서비스 인력이동의 경우 UR 이후 최근에 체결된 FTA까지 대부분 수평적 조치 외에는 양허를 하지 않고 있음
 - 이미 체결된 FTA의 인력이동 양허 내용을 살펴보면, 주로 사업방문자, 투자자 및 거래자, 기업내 전근자 등의 인력 이동을 제한적으로 허용
 - 즉, 외국 디자인 전문기업이 국내에 투자를 해서 법인을 설립(상업적 주재)한 후 외국 본사에서 한국 법인으로 디자이너를 파견(기업내 전근)하여 업무를 수행하는 것은 허용되어 있는 상태이나
 - 외국 디자이너가 개별적으로 국내에 들어 와서 고용계약을 체결하여 서비스를 제공하는 것은 허용 되지 않음
 - 최근 체결된 한·인도 CEPA와 한·페루 FTA에서는 상업적 주재(mode 3)

와 관련이 없는 계약서비스 공급자(CSS) 또는 독립 전문가(IP)와 같은 인력의 이동(mode 4)도 부분적으로 양허를 했다는 차이점이 있음

- 기체결 FTA 양허 내용을 보면 향후 외국 디자인 인력의 국내 진출은 제한적
 - 다만, 국내 디자인서비스 분야에서 인도 및 페루의 디자인 인력(CSS 및 IP 형태)을 건전하게 활용할 수 있도록 정부는 물론 협회, 관련 기업들의 노력이 필요

[그림 IV-5] CSS와 IP 의 이해



<참고>

□ 한·인도 CEPA 및 한·페루 FTA 디자인 서비스에서 CSS/IP 대상 분야

구분	한·인도 CEPA	한·페루 FTA
CSS/ IP	게임그래픽 디자이너, 자동차 디자이너 등	컴퓨터 이용 기계, 전기 및 전자장비 디자이너, 가구 디자이너, 직물 디자이너, 의상 디자이너, 액세서리 디자이너, 가방 및 신발 디자이너, 시각 디자이너 및 삽화가, 인테리어 디자이너 등

4. 지적재산권관련 내용

- 우리나라가 체결한 FTA 협정문을 보면 한·EU FTA에서만 디자인과 관련된 지적재산권 사항이 포함되어 있으나 국내 현행법 수준에서 타결
 - 한·EU FTA 협정문 중 지적재산권 챕터에서는 등록 디자인의 보호 기간을 최소 15년으로 하며, 미등록 외관에 대한 보호 기간을 최소 3년으로 하는 내용을 포함
 - 우리나라는 이미 「디자인보호법」 제40조(디자인권의 존속기간)에서 디자인권은 설정 등록이 있는 날부터 15년으로 하고 있고, 미등록디자인(미등록 외관)은 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」로 보호
 - 이 외에도 등록디자인의 권리자는 제3자가 권리자의 동의 없이 등록디자인이 적용된 품목을 제작·판매 및 판매를 위한 제공·수입·수출·사용하는 행위를 금지할 수 있게 하고
 - 미등록 외관을 복제하여 양도·대여 또는 양도나 대여를 위한 전시·수입·수출을 금지할 법적 수단을 제공
 - 또한 한·EU FTA에서는 지적재산권(등록 디자인 포함)을 침해하는 상품을 통관보류조치의 적용 대상으로 삼는 등 지적재산권의 보호와 관련된 조치의 집행이 보다 강화

- 한·미 FTA에서 디자인 관련 지적재산권은 동 협정문의 지적재산권 챕터 내에 별도로 포함하지 않고 광범위하게 다루고 있는 특징을 나타냄



제3절 FTA가 디자인산업에 미치는 영향

- FTA가 국내 디자인산업에 미치는 영향은 다음과 같은 네 가지 측면에서 발생
 - 외국 전문 디자인기업의 국내 투자가 확대될 수 있는 가능성 증가
 - 우리 디자인기업의 안정적 해외진출이 가능
 - 디자인서비스 분야에서 외국 디자인 인력의 국내 진출 가능성이 증가
 - 국내의 지적재산권 보호와 관련된 법 집행 보다 강화

- 상기의 네 가지 영향 외에 정부는 국내 디자인산업의 육성 또는 발전을 위해 제반 규제를 수립·시행할 때 반드시 FTA 협정에 위배되는지 여부를 사전 면밀히 파악해야 함
 - 특히 정부의 규제나 정책이 시장접근 및 내국민대우상 양허 내용에 위배되는지 여부를 면밀하게 확인하는 것이 요구됨

- ※ 우리나라가 칠레, ASEAN 국가들에 대해 디자인서비스를 모두 제한 없이 양허하였지만(mode 4 제외) 이들 국가의 디자인 기업들이 국내로 진출해서 국내 디자인서비스 시장에 충격을 줄 가능성은 미미한 것으로 판단됨.

1. 선진국 전문디자인 기업의 국내 진출 가능성

가. 영향도 평가

- EU와의 FTA 체결로 전문디자인서비스가 mode 1~3 모두에서 제한 없이 양허됨에 따라 EU의 전문 디자인기업들이 한국 내에 안정적으로 투자를 할 수 있고, 국경간 공급 형태의 거래도 보다 활발해질 것으로 예상
 - EU 중심의 선진국 전문 디자인기업의 국내 진출이 활발해지면 디자인 산

업은 보다 경쟁적인 환경에 노출되고 향후 국내 디자인산업에도 구조조정이 발생될 수 있음

- 다만, 디자인서비스의 기존 투자 개방 조치에도 불구하고 지금까지 외국 인합작투자가 크게 증가하지 않았다는 점을 고려하면 단기에 큰 영향이 있다는 견해는 기우(杞憂)
- 오히려 경쟁력이 높은 외국 기업이 국내에 진출하고 그들과의 경쟁 과정에서 우리 디자인기업의 전문성이 강화되고 기업 규모가 대형화 되는 등 국내 디자인산업의 경쟁력 제고에 긍정적인 효과도 발생
- 또한 디자인산업의 경쟁력 제고는 우리나라의 서비스 수지 개선과 대국 진출 활성화 등에도 일정 부분 기여 가능

나. 대응 방안

- 국내 우수 기업들의 성장·발전을 저해하는 독과점, 부당한 도급계약 관행 등 업계의 불공정 관행을 개선하고 이와 같은 행위가 방지될 수 있도록 경쟁정책을 강화
- 또한 디자인 서비스의 핵심은 '창조적 사고를 보유한 우수 인력'인 바, 기업 차원에서도 우수한 전문 디자인 인력 양성을 위한 체계적인 지원 필요

2. 우리 디자인기업의 해외진출 가능성

가. 영향도 평가

- 우리나라 디자인 기업은 FTA를 활용하여 미국, EU 등 선진국은 물론 주요 유망 개도국으로 안정적인 진출이 용이해짐
 - EU와 미국은 우리나라와의 FTA에서 디자인산업(서비스 분야) 전반에서 mode 1~3에 대해 제한 없이 양허
 - 따라서 우리나라 디자인 기업은 미국이나 EU 국가에 디자인 R&D 센터, 현지 법인 등을 안정적으로 설립할 수 있으며 이를 통해 국내 디자인 기업의 연구개발 활성화를 도모하고 현지 시장(니치시장)을 발굴할 수 있

음

나. 대응 방안

- 21세기에는 첨단기술 확보만으로는 우리 제품이 해외시장에서 경쟁력을 확보할 수 없으며 우수 디자인은 첨단기술만큼, 또는 그 이상의 경쟁우위 요소로 작용
- 따라서 미국, 이탈리아, 영국, 프랑스 등 디자인 선진국에 우리 기업들이 디자인연구개발센터를 설립하고 그곳에서 외국의 디자이너와 우리나라의 디자이너가 경쟁하며 우수 디자인 개발 역량을 강화해 나가는 환경의 조성 필요

3. 외국 디자인 인력의 국내 진출 가능성

가. 영향도 평가

- EU 전문 디자인기업의 국내 진출이 증가되면 소속 외국인 디자이너들이 한국 내 법인으로 와서 창작활동이 가능(기업 내 전근자의 이동 등)
 - 국내에 진출한 EU 전문 디자인기업이 국내의 디자이너를 고용하기 때문에 국내 전문디자인서비스 분야의 전문 인력 수급에도 영향 끼침
- 또한 인도 및 페루에 대해 디자인서비스 분야를 별다른 제한 없이 양허하여 해당국 디자인 인력의 국내 진출 가능성이 다소 증대
 - 하지만 이들 국가의 디자인서비스는 경쟁력이 높은 수준이 아니기 때문에 국내로 투자·진출할 가능성은 높지 않음
 - 이보다는 일부 디자인 분야에서 CSS와 IP 이동에 대해 양허를 함으로써 이들 분야의 인력 이동이 부분적으로 증대될 수 있음
- 디자인분야에서 인도와 페루의 CSS 및 IP 인력 이동이 이루어지면 이를 활용하는 국내 디자인기업은 이들의 새로운 아이디어를 도입·활용할 수 있음
 - 또한 단순 프로세스 등의 업무를 이들 국가의 인력에게 맡김으로 비용을 줄이면서 고부가가치 분야에 집중할 수 있는 등의 이익도 예상

- 하지만 긍정적인 효과에도 불구하고 국내 고용시장에 미치는 부정적인 영향을 고려할 때 인력이동은 제한적이며, 특히 단순 기능 인력의 이동은 더욱 제한적
- CSS의 경우 한국 기업과 외국 기업 간의 도급계약을 기반으로 외국의 디자이너가 한국에 와서 활동을 하는 것이기 때문에 고용과 관련된 문제 발생 가능성 낮음.
 - 하지만 IP의 경우 외국 프리랜서 디자이너(자가고용)가 한국 기업과 도급계약을 체결한 후 한국에 와서 서비스를 공급하기 때문에 사실상 외국 디자이너가 국내에서 고용계약을 체결하는 것과 유사한 효과가 발생
 - 따라서 국내 디자인 기업 중 저렴한 인건비를 활용하고자 합법적·불법적 방법으로 이들 인력을 많이 채용해서 사업을 하는 경우 국내 디자인산업에 가격 덩핑 등의 문제 발생 및 국내 디자인 인력의 수급 문제도 유발 예상

나. 대응 방안

- 정부가 CSS, IP 형태의 인력이동에 대해 입국 신청시 서류에 대한 엄격한 평가를 하고, CSS 및 IP를 도입한 국내 기업에 대해 수시 점검 등의 모니터링을 강화하도록 지속적 건의 실시
- 또한 문제 발생시 한·인도 CEPA 협정문과 한·페루 FTA 협정문에 명시된 CSS 및 IP 이동에 대한 보완장치를 사용하도록 건의7

4. 지적재산권 보호와 관련 변화

가. 영향도 평가

- 디자인의 지적재산권 보호에 적극적인 EU와 FTA를 체결·발효함에 따라 국

7 한·인도 CEPA 협정문과 한·페루 FTA 협정문에서는 CSS 및 IP 이동에 대한 보완장치로 필요에 따라 이들 인력에 대해 수량제한이나 노동시장 영향평가를 허용, 또한 동 협정문에서는 IP의 불법 체류 방지를 위해 협정 발효 후 2년 이내에 IP가 이민법을 위반하는 경우 IP의 계약상대방을 자연인이 아닌 법인으로 제한할 수 있도록 정함

내의 지적재산권 보호와 관련된 법 집행이 보다 강화될 수 있어 우리 기업들의 인식 변화와 대응이 필요

- 한·EU FTA에서 디자인분야의 지적재산권 보호 내용이 협정문에 포함되었으나, 대부분 국내의 현행법 수준에서 타결되어 실질적 부담은 크지 않은 상황
- 한·EU FTA로부터 유발된 디자인에 대한 지적재산권 보호 강화는 다른 한편 국내 디자인 창작물에 대한 보호를 동시에 강화하여 국내 디자인분야의 창작 활동 활성화에 기여
 - 특히 선진국 디자인을 사용하는 경우 반드시 합법적으로 로열티를 지불하는 환경의 조성을 통해 외국 디자인에 의존하는 타성에서 벗어나 국내 창작활동에 매진하는 계기 마련
 - 또한 국내에 지적재산권 보호가 강화됨으로써 전문 디자인기업과 디자이너들이 작업한 제품에 대해 보다 큰 시장가치 평가가 가능해지고, 그와 같은 변화는 국내의 창작활동에 중요한 동기부여로 작용

나. 대응 방안

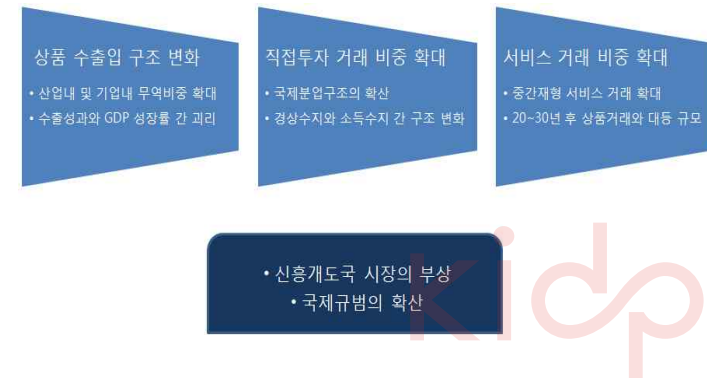
- 국내에서는 EU의 디자인을 많이 도입해서 사용하고 있어 이에 대한 보호 노력이 필요
 - EU의 등록 디자인을 불법 도용하거나 모조품을 제작, 상업적으로 이용하는 경우가 발생하면 그에 따른 책임의 증가가 예상되며 이를 사전에 차단할 수 있도록 업계와 정부의 적극적인 공동 대응이 요구
 - 아울러 국내의 기업이 다른 국내 기업 및 디자이너의 디자인을 불법적으로 사용하지 못하도록 각종 계도조치의 시행과 단속 강화 필요
 - 외국 디자인을 활용하고 있는 기업들이 전문적인 법률자문 서비스를 받아 분쟁 없이 합법적으로 사업 활동을 할 수 있도록 해야 하고 또한 보조금 등을 활용한 국내의 디자인 창작활동에 대한 지원도 유용한 대응 방안

제V장
결론 및 정책시사점

1. 기본 정책 방향

- 오늘날의 세계 경제를 규정 짓을 수 있는 가장 큰 두 가지 특징은 세계화(globalization)와 서비스화(tertiarization)임.
 - 앞서 기술한 바대로 우리나라는 세계화를 매개로 상품, 자본 및 자원의 이동 가속화, 서비스 국제거래의 확대, 신흥 개도국의 부상, WTO, FTA 등을 통한 국제규범의 확산 등 다양한 국제 경제여건 변화에 직면

[그림 V-1] 국제 통상환경 변화의 메가트렌드



- 특히, 세계화를 매개로 한 서비스 국제 거래 확대는 국가 간 교역 뿐만 아니라 인수·합병, 신규 창업 등을 통한 해외직접투자, 전략적 제휴 등 협력 네트워크를 증가시킴
- 최근의 FTA는 그 대상 범위가 통상적인 상품교역을 넘어 서비스 거래, 노동과 자본 등의 생산요소와 기술의 이동, 그리고 경제제도 및 규범의 국제화 등 경제·사회 전반에 걸친 전방위적인 협정의 성격으로 확대되고 있는 상황
 - 따라서, FTA를 통한 서비스 시장의 통합은 더욱 가속화될 전망

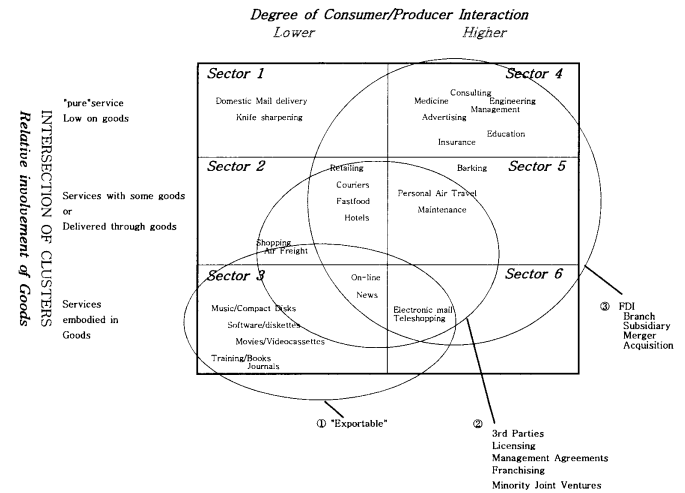
[그림 V-2] FTA 협상의 대상 범위



출처: FTA 종합지원포털

- Vandermerwe and Chadwick (1999)은 서비스 부문별 세계화 모드를 ① 제화와의 상호 관련성 및 ② 생산자와 소비자 간의 상호 접근성을 기준으로 수출모드, 라이선싱모드 및 직접투자모드 등으로 구분
- 서비스업의 경우 제조업과는 달리 공간적인 무체성, 생산과 소비의 비분리성 등의 산업적 특성에 따라 직접투자나 인력이동과 연관된 국제거래 비중이 높음.

[그림 V-3] 서비스부문의 국제화 모드



자료: Vandermerwe and Chadwick (1999)

- 일반적으로 서비스가 상품 교역에 비해 세계화 진전이 느리다고 일반적으로 판단하는 이유는 다음과 같음.
 - OECD (2000)에 따르면, ① 서비스는 저장할 수 없고, ② 고객과 공급자의 상호 접촉은 현지 주재를 요구하고, ③ 대부분의 서비스 기업은 SMEs이고, ④ 제공되는 서비스가 대단히 이질적이며, ⑤ 문화적 차이가 특히 중요하고, ⑥ 현지 서비스 활동에 무역장벽과 제한이 존재함에 따라 세계화 진전에 제약



- 디자인은 전형적인 전문직 서비스로서 서비스 품질과 능력의 신뢰성 (competence reliability)가 중요
 - 국제적으로 서비스업의 범위는 소위 WTO/GATS로 커버되는 '노동집약 서비스'와 WTO/TRIPS 협정으로 커버되는 '지식기반서비스' 등을 포괄
 - 지식기반서비스(knowledge-intensive services)는 기존의 정보통신, 엔지니어링 및 R&D, 소프트웨어, 데이터베이스, 디자인, 금융·보험, 경영컨설팅, 광고 등 사업서비스 뿐 만 아니라, 교육·의료, 법무, 회계, 방송영상, 문화산업 등 '전문직 서비스'(professional services) 분야로 범위가 확대
 - "전문직 서비스"(professional services)라 함은 그 유형에 따라 차이가 있긴 하지만 일반적으로 서비스 공급자의 경험이나 노하우, 숙련기술 등 주로 개인의 전문지식에 의존하는 서비스임.
 - 전문직 서비스는 i) 법무·회계, 교육·의료, 건축 등과 같이 일반적으로 정부로부터 특정자격의 인가(accreditation)를 받아야만 전문직으로서 활동할 수 있는 서비스, ii) 경영컨설팅, 디자인, 광고, 시장조사 서비스 등과 같이 특정자격의 인가가 필요 없거나 완화된 서비스 등 2가지로 대별
 - 각국이 서비스 시장개방 및 소비자보호와 관련하여 규제대상으로 삼는 것은 전자임.
 - 전문직 서비스의 주요 특징은 다음과 같음 (서정두, 2006)
 - 첫째, 전문직 서비스는 공급자 개인의 지식·경험이나 노하우 등 지적 가치와 노동력에 의존하는 정도가 크며, 이 때문에 고가의 서비스를 창출하는 것이 일반적
 - 둘째, 전문직 서비스는 일반적으로 공급자의 공급능력을 확인하는 자격인증제도가 마련되어 있는 경향
 - 셋째, 전문직 서비스는 복수의 공급자에 의한 공동제공 뿐 만 아니라 개인 단독으로도 완성재의 공급이 가능하며, 이 때문에 공급자 개인이 서비스의 생산과 관련한 모든 결과에 전적으로 책임과 위험을 인수
 - 넷째, 전문직 서비스는 서비스거래를 위한 공급자와 수요자간의 장소적 근접성을 요구하는 경우가 많음.

- 이상의 국내외 여건의 변화, 국내 디자인 시장 ~~예상되는~~ **예상되는** ~~개방 및 자유무역협정 체결 및 중화권~~ **개방 및 자유무역협정 체결 및 중화권**으로 FTA 시대에 있어 우리나라 디자인 산업의 가장 큰 과제는 체계적인 시장 여건의 개선 및 이를 통한 수요견인형 시장 확대에 있다고 판단
 - 특히, 지금까지의 공급자 위주의 양적 시장 확대정책 보다는 수요의 진작 및 민간의 역할을 확대하는 방향으로 정책 초점을 전환할 당위성
 - 과거와 같은 직접지원방식은 미봉책에 불과하며 디자인업계 스스로 자생력을 확보할 수 있도록 제반 여건을 조성하는 것이 정부의 역할
 - 직접지원의 확대 보다는 대국민 인식 제고, 민간의 역할 제고, 각종 저작권 및 인증제도의 확립, 디자인 경영 컨설팅 지원 등에 초점
 - 직접 주도보다는 간접유도형 정책, 선도형 정책 집행보다는 조정협의형 집행이 요구됨
- FTA의 확산, WTO 다자간 협상의 진전 등 최근의 세계화 추세를 고려해 볼 때, 과거와 같이 정부가 직접적인 산업정책의 일환으로 디자인정책을 접근하는 것이 점차 어려워질 전망
 - 디자인정책을 기술혁신정책이나 중소기업정책과 같은 여타 거시정책과 연계된 차원에서 추진·시행하는 통합형 정책(Integrated Design Policy)을 추구
- 디자인산업 발전의 성패는 정부 차원의 직접적인 지원 및 진흥사업 여부나 규모에 직접적으로 결정되는 것이 아니며, 정부가 디자인을 장기적인 경제성장 전략의 핵심적 요소로 고려하고 체계적인 정책의 수립 및 시행할 의지가 있는가에 달려 있음을 인식
 - 아울러, 정책의 실질적 집행을 통한 효율성을 높이기 위해서는 정책의 우선순위 설정이 필요
 - 현재 정부의 디자인산업 진흥정책을 보면 외국에서 현재 시행되고 있는 거의 모든 정책이 망라되어 있는 종합적인 성격을 띠고 있음
 - 예산의 활용면에서도 선택과 집중이 필요⁸⁾

⁸⁾ 중소기업 대상 디자인혁신기술개발지원사업의 경우 소액 다수 과제 지원방식으로 운영되어 왔고, 디자인기반기술 개발사업 등 기초 연구과제도 1년 미만의 단기 과제 위주로 진행되어 실효성이 미흡했다는 지적이 제기

2. 세부 정책 과제

- (요 약) 향후 디자인 산업의 육성을 위해서는 일차적으로 현행 산업디자인진흥법의 개정을 통해 디자인산업을 핵심 전략산업으로 육성하기 위한 법적 틀을 제공하는 것이 필요
 - 종합적이고 일관성 있는 디자인정책의 추진을 위해 단일화된 정책 추진체계 마련
 - 디자이너 인증 등 관련 인증제도와 디자인보호제도를 마련 혹은 강화
 - 디자인회사간 컨소시움 및 클러스터 지원을 강화하여 민간업체 스스로의 협력 및 통합을 유도
 - 현장 수요중심의 창의성과 전문성을 강조하는 방향으로 디자인교육 혁신사업 수행

가. 효과적인 정책 추진 체계의 확립

- 산업디자인진흥법의 개정
 - 과거 5차례의 개정을 거쳤지만 소극적인 부분 수정에 그쳐 디자인과 디자인산업의 역할변화와 시대적 요구를 적절하게 담아내지 못했다는 것이 디자인계의 중론
 - 종합계획 내용이 포괄적이지 현실성이 떨어져 사업시행에 한계가 있으며, 제품디자인 중심으로 치우쳐 그 외 디자인 분야의 진흥 및 지원을 체감하지 못하고 있는 실정
 - 산업디자인을 '제품디자인, 포장디자인, 환경디자인, 시각디자인' 등으로 정의하고 있어(2조) 과거 스타일링 위주의 단순 기능에서 콘텐츠, 서비스, 개발 프로세스 등을 포함하는 포괄적인 디자인 개념 변화를 반영하지 못하고 있음
 - 산업디자인진흥법 제 5조에 의거 실시하는 GD 선정, 전람회 및 벤처기업 선정 등은 디자인 기업보다 제조업체에 수혜
 - 따라서, 디자인산업을 핵심 전략산업으로 육성하기 위한 법적 틀을 제공하

- 개정 과정 상 관련 주무 부처들간의 협의 및 조정 필요

- 디자인정책에 대한 통합적 추진체계 마련
 - 디자인 담당행정조직이 독립되지 못하고 조직의 위상이 낮을뿐더러, 부처간 협력 및 업무조정이 미약하여 국가적으로 시너지 효과를 창출할 수 있는 종합 디자인정책 수립에 어려움 존재
 - 디자인정책을 담당하고 있는 부서는 최근까지 산자부 표준디자인과 한 곳 뿐이고 그나마 표준과 디자인업무를 함께 다루고 있었음
 - 디자인의 수준을 높이고 선진화를 이루기 위해서는 적정 수준의 위상을 갖춘 단일화된 정부조직에 의한 조정과 중재, 그리고 방향 제시 필요

나. 민간부문 역할 제고

- 민간부문 역할 제고
 - 정부가 주도하고 한국디자인진흥원이 시행하는 우리나라 디자인 진흥체계는 과거 우리나라 디자인산업의 비약적인 발전에 기여한 바가 큼
 - 특히, 한국디자인진흥원은 정부 부처 내 인력들의 전문성 부족이나 잦은 보직 변경에 따른 보완하는 역할을 수행한 것으로 평가
 - 그러나, 지식기반경제의 디자인 역할 변화에 적절한 대응이 필요한 현실에서는 디자인 민간단체가 스스로 발전적 문제해결을 이끌어갈 수 있도록 하는 지원정책으로 전환이 필요

다. 디자인 인증제도 확립 및 지적권 보호 강화

- 디자인관련 제반 인증제도의 법제화
 - 디자인 인증은 세부적으로 디자이너 인증, 디자인교육 인증, 디자인경영인증, 그리고 디자인품질 등으로 분류할 수 있음

- 각각의 인증이 상호연관 되도록 하여 인증의 효과를 높이고, 디자인 전반을 장려하는 순기능의 방향으로 시행되어야 함
- 디자인 인증제도는 소비의 주체는 물론, 기업 및 이해당사자에게 법규와 고객의 요구사항을 지속적으로 입증하도록 하여 신뢰성을 확보하는 기능
- 디자이너인증
 - 디자인관련 자격증은 대부분 한국산업인력관리공단에서 산업디자인, 섬유, 건축, 공예 등으로 구분하여 관리하고 있으나, 신뢰도나 활용도 면에서 의미를 두지 못함
 - 1984년부터 시행 중인 한국디자인진흥원의 “디자이너등록제도”도 비슷한 상황
 - 따라서 산발적인 자격이나 등록제에서 벗어나 보편적으로 신뢰성 있게 인정될 수 있는 디자이너 인증제도의 확립이 요구
- 디자인교육 인증
 - 디자인교육의 교과내용에 대한 진단 및 평가 프로그램을 설정하고 디자인 대학들의 교육프로그램 수립과 개선을 위해 협조하며, 디자인 및 디자인 관련 직업을 추구하는 사람들의 능력개발에 소용
- 디자인경영 인증
 - 기업활동의 전 과정에 걸쳐서 기업의 디자인 역량을 검토 및 평가하여 이를 이해관계자에게 제공하는데 목적
- 디자인 개발 촉진책으로서의 디자인 권리보호제도 강화
 - 기업의 디자인 모방이 여전히 높은 수준에 머무르고 있으며, 특히, 최근 인터넷 등 정보통신기술의 발달로 디자인 모방이 더욱 쉬워지는 경향에 있어 지적재산권 보호의 강화가 시급
 - 98-02년 기간중 평균 19.3%의 업체(대기업은 37.6%)가 디자인 모방에 의한 피해를 경험한 것으로 나타남 (한국디자인진흥원, 2002)
 - 지적 재산권의 보호에 대한 관련 법령들이 체계적으로 정비될 필요
 - 의장심사 요원에 대한 전문교육 강화, 디자인 뱅크 구축 등 디자인 지적 재산권 보호 강화

라. 디자인 교육 및 전문인력 육성 강화

- 클러스터, 컨소시움 지원 강화
 - 영세성을 타파하고 디자인전문회사의 대형화를 유도해 규모와 전문성의 경쟁력을 갖추 수 있도록 지원하기 위해 현재 추진 중인 정책방안 중 ‘디자인 전문회사 등록 요건 강화방안’의 실효성이 크지 않은 것으로 판단⁹
 - 매출액이나 종업원수 기준으로 소규모 기업들이 디자인산업 내 다수를 점유하는 것은 세계 대부분의 국가에서 나타나는 일반적인 현상
 - 디자인산업은 설비자원에 대한 수요가 상대적으로 적고 인적자원의창조성에 크게 의존하는 부문으로서 등록요건 강화, M&A 활성화 등을 통한 인위적 중대형화 유도의 당위성이 높지 않음
 - 특히, 지재권 보호 정도가 낮은 상태에서는 M&A의 실익이 크지 않을 수 있음
 - 따라서, 디자인회사 간 컨소시움 혜택 부여, 컨소시움 업체 간 합병시 금융 및 세제 혜택 제공 등을 통해 업체들 스스로의 협력이나 통합을 유도하는데에 정책적 초점을 둬야 타당
 - 소형업체와 중대형업체 간의 차별화된 지원책 강구
 - 디자인 교육 혁신
 - 창의성 향상을 위한 기초교육의 강화
 - 외국에 활동 중인 한국 디자이너들은 우리 디자인 산업의 가장 큰 취약점으로 디자인교육을 지적
 - 현장 수요중심 및 전문성 강조하는 디자인 교육의 내실화 필요
 - 대학별로 차별화되고 특성화된 교육프로그램이 현장과 연계하여 개발되고 인턴제의 실시나 산학과제의 교육적 수용 등을 산학협동적으로 운영할 필요
 - 산업협력 프로그램 및 성공·실패 사례 등에 대한 대학 간의 정보교류의
- 9 최근 정부는 디자인 전문회사의 경쟁력을 강화하고 디자인 분야 정부지원사업의 효율성을 제고한다는 취지 하에 디자인 전문회사 신고요건 중 분야별 전문인력 요건 및 자본금요건(당초 5천만원에서 2억원으로 상향 조정)과 관련하여 개정작업을 완료하고 내년 초부터 시행에 들어갈 예정이다

촉진을 유도하여 산업협력체계의 확산 및 내실화 유도

○ 선진국의 예와 같이 디자인학과를 공과대학 혹은 독립적인 교육기관으로 독립 혹은 편입 유도

- 현재 디자인학과가 예능계 미술대학에 대다수 소속되어 조형성만을 강조하고 있다는 비판이 제기되고 있는 바, 변화하는 산업사회에 대응하면서 디자인산업을 발전시키는 데에 필요한 경영, 마케팅, 엔지니어링 등 여타 학문분야를 접할 기회를 자연스럽게 유도

○ 디자인 조기교육

- 초등학교 미술교육 내 디자인 교과과정 확대 및 흥미를 유발할 수 있는 프로그램 개발

□ 디자인 문화 확산

○ 국내 디자인 문화시설로는 서울디자인박물관, 한가람 디자인미술관, 코리아 디자인센터 내 디자인 체험관 및 전시관 등이 전부이고, 대중적 인지도는 매우 낮음

○ 디자인산업 진흥정책을 담당하는 부서의 디자인산업에 대한 인식이 보다 더 제고될 필요가 있으며, 또한 일반 국민과 민간기업 경영자들의 디자인에 대한 인식 제고도 필요함.

□ 공공디자인 개발

○ 우리 경제규모가 세계 10위권임에도 불구하고 안홀트-지엠아니(Anholt-GMI)가 발표한 우리나라의 국가브랜드 순위는 35개국 중 25위에 불과

- 종합적인 국가브랜드 제고 방안의 일환으로 2002년 이후 “Dynamic Korea”가 추진되어 오고 있고 국가이미 향상에 일부 기여하기는 했으나, 국가의 이미지 형성에는 여전히 미흡하다는 지적

○ 국가차원의 종합적인 디자인 전략을 통해 긍정적인 국가 이미지를 정립하고 공공서비스의 품질을 개선하며 균형적인 국가발전을 달성하기 위한 방안이 필요

- 현재 산자부, 문광부, 건교부, 외통부, 행자부 등 행정부처 간 단절되고 단편적인 디자인 정책 추진으로 종합적인 시너지 효과를 내지 못한 실

정

제II장 GCC 지역의 시장 현황 및 특징 61

- 더 나아가 무계획적인 공공디자인 개발과 산발적인 국가 디자인 관리로 국가 이미지 경쟁력이 오히려 약화되고 국민의 다변화된 요구에 부응하는 공공서비스를 제공하지 못하고 있을 뿐 아니라 비규격, 부조화의 다량 생산으로 혼란을 가중



참고문헌

- 강준구, “FTA 체결에 따른 디자인산업 대응방안”, 『글로벌 이슈리포트』, chapter.5, 2012/13 권인회, “FTA와 지적재산권”, 한양법학회 『한양법학』, 3-18, 2009.
- 김대원, “EU FTA 접근방식과 한-EU FTA 평가-서비스와 지적재산권 분야를 중심으로-”, 『국제경제법연구』, 한국국제경제법학회, 2010.
- 김용태, “한·미, 한·EU FTA와 지적재산권 집행법제의 정비,” 『법조』, vol. 630, 2009.
- 김원오, “한·EU FTA협상에 따른 상표·디자인 분야 제도 정비 방안에 관한 연구”, 인하대학교 법학연구소, 2009
- 김창모, “한·EU FTA의 지적재산권 보호와 특징”, 『통상정보연구』, 13-3, 2011.
- 박덕영, “한·EU FTA 지적재산권 집행 분야 주요 쟁점”, 『산업재산권』, 한국산업재산권법학회, 2008.
- 오인균 외, “FTA 체결에 따른 서비스 경쟁력 향상을 위한 디자인 활용 방안 연구 - 국내 저가 항공사 사례를 중심으로”, 『Design Convergence Study』, 2012, 34-11-3)
- 이경, “시장개방이 디자인서비스업에 미치는 영향에 관한 연구”, 『디자인학연구』, 75-21-1, 2008.
- 이주명, “한국 디자인 산업의 페러다임 변화 - 양적 확대에서 질적 도약으로”, 『디지털디자인학연구』, 제10권 제 2호, 2010, pp. 257-265.
- 임나리, “한미 FTA에 대처하는 한국 디자이너의 자세”, 『월간디자인』, 2012년 2월호.
- 정영재·박희서, “한·미 FTA에 따른 지적재산권 관련 법률개정의 효과”, 한국컴퓨터정보학회, 2009.
- 지식경제부·한국디자인진흥원, 2011 산업디자인 통계조사, 2011.
- _____, 국가디자인 경쟁력 측정 최종보고서, 2012.
- 지식경제부·한국디자인진흥원, 2011 산업디자인 통계조사, 2011.
- _____, 국가디자인 경쟁력 측정 최종보고서, 2012.
- 차태호 “FTA와 대중문화 개방에 관한 연구”, 『정보디자인학연구』, 제 10집, 2007
- 채대석, “WTO 통상환경 하에서 서비스 부문의 세계화 모드에 관한 고찰”, 『통상정보연구』, 제7권 제 3호, 2005, pp. 287-300.
- 최경진, “한·미 FTA와 지적재산권 침해 시 손해배상제도”, 『법경제학연구』, 4-2, 2007
- Berman J and J. Pflieger (1997), Which industries are sensitive to business cycles? *Monthly Labor Review* 120(2): 19-26.
- OECD (2000), *the Service Economy*, Paris.