

# 기업의 국제화가 수출에 미치는 영향: 기업내 수출을 중심으로

연구위원 이시욱

연구위원 임경묵

## 1. 문제의 제기

■ 최근 빠르게 진전되고 있는 기업의 국제화가 우리나라 수출에 미치는 영향에 대한 관심이 증가

- 기업의 해외직접투자 확대가 생산비용의 절감, 시장 접근성 제고 등을 통해 기업의 경쟁력을 강화시키고 수출을 촉진한다는 견해가 있는 반면, 해외투자를 통한 생산과정의 이전이 수출을 위축시킬 것이라는 시각도 존재

■ 본고에서는 기업내 수출을 중심으로 해외직접투자와 수출 간의 관계를 살펴봄으로써, 기업의 국제화가 우리 수출에 미치는 영향에 대한 이해를 제고하고자 함.

- 기업의 해외직접투자는 본국 주재의 모회사와 해외 자회사 간 내부적인 상품교역 형태의 기업내 무역(Intra-firm Trade)을 발생시킴.

- 본고에서는 해외직접투자를 통한 기업내 무역이 우리나라 수출에서 차지하는 중요도를 살펴보는 차원에서 국내 소재 모기업의 해외 자회사에 대한 중간재 혹은 완성품의 판매(이하 “기업내 수출”)에 분석의 초점을 둠.

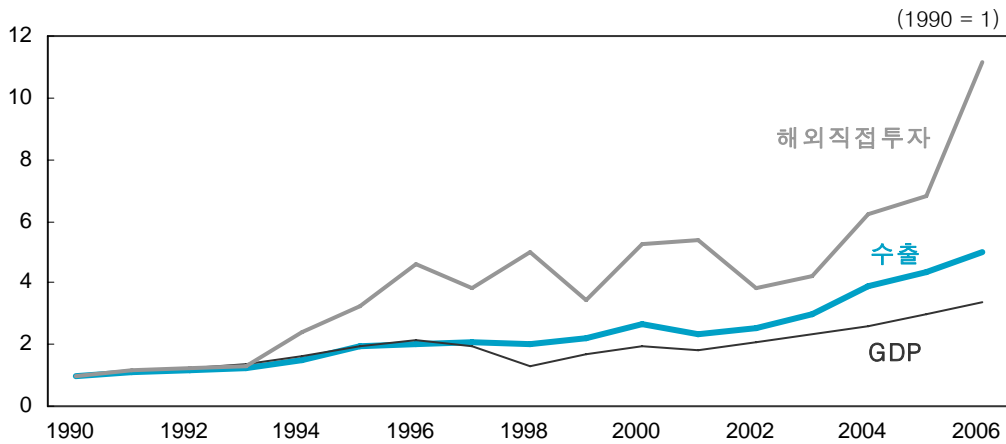
– 우리나라의 경우 기업내 무역의 중요성이 증가함에도 불구하고 체계적인 통계자료가 미흡한 상태이므로, 본고에서는 상장기업 연결재무제표의 주식사항에 명시되어 있는 국내외 자회사와의 거래내역 중에서 국내 모기업으로부터 해외 자회사로의 매출 데이터를 추출하여 분석에 활용하였음.

– 그러나 1999년에 연결재무제표작성이 의무화되었다는 점에서, 이와 같은 접근은 분석 가능 기간이 1999~2005년으로 제한되어 있다는 한계가 있음.

## 2. 우리나라의 해외직접투자 및 기업내 수출 동향

- 최근 국제경제 여건변화의 주요 특징 중의 하나는 국제간 경제교류 방식이 해외 직접투자를 매개로 상품 뿐 아니라 자본·인력 등 생산요소가 직접 이동하는 방식으로 다변화되고 있다는 점임.
- 1990~2005년 기간 중 전세계 수출 및 GDP가 각각 3.1배와 2.0배 증가한 반면, 해외직접투자액은 3.4배 증가 (UNCTAD, World Investment Report, 2006)
  - 2005년 현재 전세계 FDI 누적 총액은 106,719억불로서 연간 총 수출액인 102,443억 불을 상회 (2005년도 FDI 투자액은 7,787억불 수준)
- 우리나라의 경우에도 1990~2006년 기간 중 수출 및 GDP의 규모는 5.0배와 3.4배 증가한 반면, 동기간 중 연간 해외직접투자액은 11배 수준으로 확대되는 등 매우 빠른 증가세를 시현 중
- 우리나라 해외직접투자는 최근 2002~06년 기간 중에도 연평균 32.6%씩 증가 (2005년 현재 해외직접투자 누적 총액은 694억불임.)

우리나라 GDP, 수출 및 해외직접투자 증가 추이



자료: 한국은행 및 수출입은행.

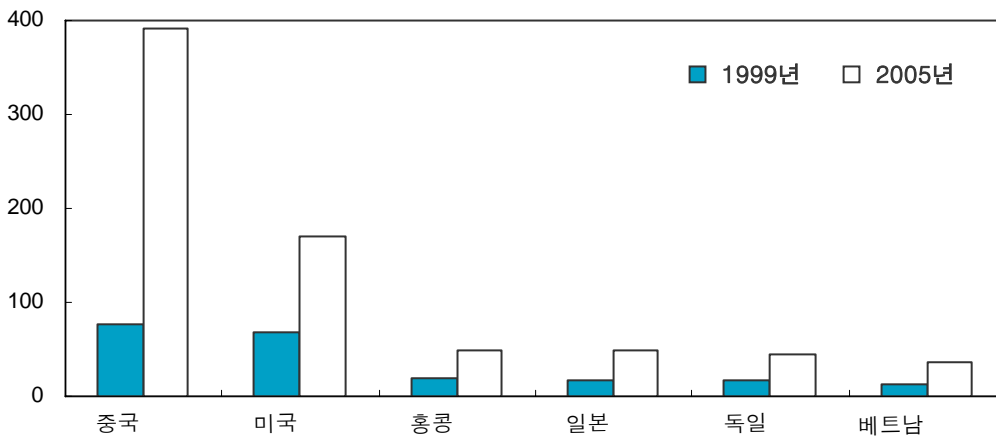
■ 한편 해외직접투자 증가에 따라 상장기업의 연결재무제표에 나타난 해외 자회사의 숫자도 비약적으로 증가

- 연결재무제표에 포함된 해외 자회사의 숫자는 1999년 388개에서 2005년에는 1,177개로 크게 증가하였으며, 특히, 중국 내의 자회사 숫자가 비약적으로 증가
  - 국가별 자회사 숫자는 2005년 현재 중국이 총 391개로 가장 많고, 이외에 미국, 홍콩, 일본, 독일 등의 순임.

### 연도별 해외 자회사 추이

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
자회사 수	388	521	593	725	873	1050	1177
증가율	-	34.3	13.8	22.3	20.4	20.3	12.1

### 국가별 해외 자회사 추이



■ 자회사 숫자 증가와 더불어 상장기업의 기업내 수출도 1999년 130억불에서 2005년에는 910억불로 급증

- 이에 따라 총수출에서 기업내 수출이 차지하는 비중은 1999년 9%에서 2005년에는 32% 수준까지 증가함.
  - 수출증가율의 측면에서 살펴 볼 때, 1999~2005년의 연평균 수출 증가율은 12.9%인데 비해 기업내 수출을 제외할 경우 연평균 수출 증가율은 7.2%로 하락한 것으로 나타나, 기업내 수출의 증가세가 전체 수출 증가를 주도하였음을 시사

**총수출 및 기업내 수출 추이 (10억달러)**

	총수출	기업내수출	기업내수출제외	기업내수출 비중
1999	144	13	131	9%
2000	172	29	144	17%
2001	150	22	129	14%
2002	162	34	128	21%
2003	194	50	144	26%
2004	254	79	175	31%
2005	284	91	193	32%
<b>연평균 증가율</b>	<b>12.9%</b>	<b>45.6%</b>	<b>7.2%</b>	<b>-</b>

- 지역별로는 연평균 400%에 가까운 증가세를 기록한 중국으로의 기업내 수출 증가세가 두드러짐.
  - 독일 및 싱가포르로의 기업내 수출도 높은 증가세를 시현하였으며, 이탈리아·일본·프랑스·홍콩·미국까지 포함할 경우 전체 기업내 수출의 약 90%를 차지하고 있음.

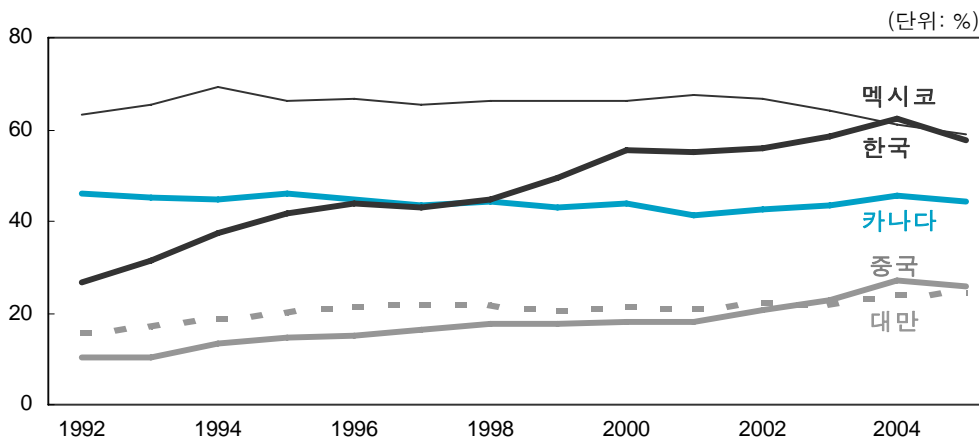
**지역별 기업내 수출 및 총수출 연평균 증가율 (1999~2005년 기준)**

	중국	독일	싱가포르	이탈리아	일본	프랑스	홍콩	미국
기업내 수출 증가율	<b>398%</b>	290%	243%	100%	98%	81%	55%	49%
총수출 증가율	<b>48%</b>	19%	5%	20%	5%	11%	8%	4%

### 미국자료를 통해 본 우리나라 기업내 수출 추이

- 우리나라의 기업내 무역규모는, 상대적으로 이에 대한 정보를 체계적으로 관리하고 있는 미국의 자료를 통해 부분적으로 확인할 수 있음.
- 미국의 경우, 세관신고서에 무역거래 쌍방 간의 기업소유권에 대한 질의를 포함시켜 기업내 무역통계를 집계하는 한편, 해외투자기업 및 국내 외국인투자 기업을 대상으로 한 설문조사를 통해 모회사와 자회사 간의 거래 내역을 파악
- 이에 따르면, 1990년대 이후 우리나라는 대미 수출 중 기업내 수출의 비중이 매우 빠르게 상승한 국가였던 것으로 나타남.
- 우리나라의 대미 수출 중 기업내 수출 비중은 1992년 26.8%에서 2005년 57.7%로 급격히 증가하였으며, 우리나라의 대미수입 중 기업내 수입 비중은 동 기간 동안 11.1%에서 16.1%로 상대적으로 매우 완만한 증가세를 보임.

### 주요 교역국의 대미국 수출 중 기업내 수출 비중



자료: 미국 Census Bureau.

### 3. 해외직접투자가 기업내 수출에 미치는 영향

■ 우리나라 174개 상장기업의 해외직접투자가 기업내 수출에 미치는 영향을 분석해 본 결과, 해외직접투자는 제조업을 중심으로 기업내 수출을 촉진시키는 효과가 있었던 것으로 나타남.

- 투자 모회사 및 산업 특성을 고려하여 추정한 결과, 해외 자회사에 대한 투자규모가 큰 기업일수록 기업내 수출규모도 큰 것으로 나타남.
  - 해외 자회사에 대한 투자잔액이 1% 증가할 때 기업내 수출은 0.2% 내외 증가
- 투자지역별로는 비G7지역이 G7지역에 비해, 업종별(모회사 기준)로는 제조업종의 경우가 비제조업종에 비해 각각 해외투자를 통한 기업내 수출 촉진 정도가 더 큰 것으로 분석됨.
- 한편, 연도별로는 2002년 이후 기간이 그 이전에 비해 해외투자의 기업내 수출 촉진 정도가 더 높아진 것으로 나타남.
  - 2002년 이후 해외투자가 1% 증가시 기업내 수출은 0.21~0.27% 정도 증가

#### 기업내 수출에 대한 회귀분석 결과 (1999~2005년)

변수	전체	투자지역별		업종별	
		G7	비G7	제조업	비제조업
모기업 투자잔액	.173 (.028)***	.088 (.038)**	.152 (.038)***	.211 (.032)***	.094 (.055)*
1인당 GDP	.467 (.057)***	-.029 (.914)	.307 (.120)**	.441 (.061)***	.734 (.183)***
인 구	.042 (.043)	.870 (.236)***	-.185 (.107)*	.060 (.047)	-.024 (.106)
국가간 거리	-.328 (.079)***	.026 (.173)	-.813 (.166)***	-.207 (.081)**	-.094 (.055)*
관측수	1,064	384	680	849	191
R-Squared	0.71	0.84	0.69	0.74	0.56

주: 괄호 안의 수치는 이분산성(Heteroskedascity)문제를 제어한 표준오차임. \*\*\*과 \*\*은 각각 1%와 5% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미. 투자모회사 및 산업더미는 F-test의 결과 통계적으로 유의한 것으로 나타나 추정식에 포함. 연도더미는 F-test의 결과 통계적으로 유의치 않아 추정에서 제외. 국가간 거리변수는 투자지역 고정효과를 일부 포함.

- 이와 같은 결과는 우리나라 상장기업이 해외직접투자를 통해 해외에 설립하는 자회사의 유형(유통형 및 생산형)에 기인하고 있을 가능성
  - “유통형 기업내 무역”은 현지 유통을 해외기업에 의존하는 형태에서 벗어나 현지 자회사의 설립을 통해 직접적으로 판매를 실시하는 경우 발생하며, 대체적으로 수출을 촉진시키는 요인으로 작용
    - 최종재가 국내 모회사로부터 판매를 담당하는 해외 자회사로 공급되고 해외 자회사가 자체적인 유통망 및 브랜드 파워를 활용하여 수요자에게 제품을 공급하는 가운데 발생하는 기업내 무역
  - “생산형 기업내 무역”은 기업간 생산에서 국제적인 수직적 결합이 이루어지면서 발생
    - 국내 모회사와 해외 자회사간에 부품, 반제품, 완성품 등 수직적 결합을 통한 가공단계별 제품 수출입 과정에서 발생하는 기업내 무역
- 실제 자료를 분석한 결과, 우리나라 주요 기업의 기업내 수출은 대부분 유통채널로의 수출인 것으로 나타남.
  - 자료에서 파악된 기업내 수출의 대부분(80% 내외)은 6개의 대기업(삼성전자, 현대자동차, 기아자동차, LG필립스 LCD, LG전자, 하이닉스 반도체)에 집중된 것으로 나타나고 있음.
  - 이들 6개 대기업의 기업내 수출중 도소매업 자회사로의 수출 비중은 무려 64~98% 수준에 이르는 것으로 나타남.

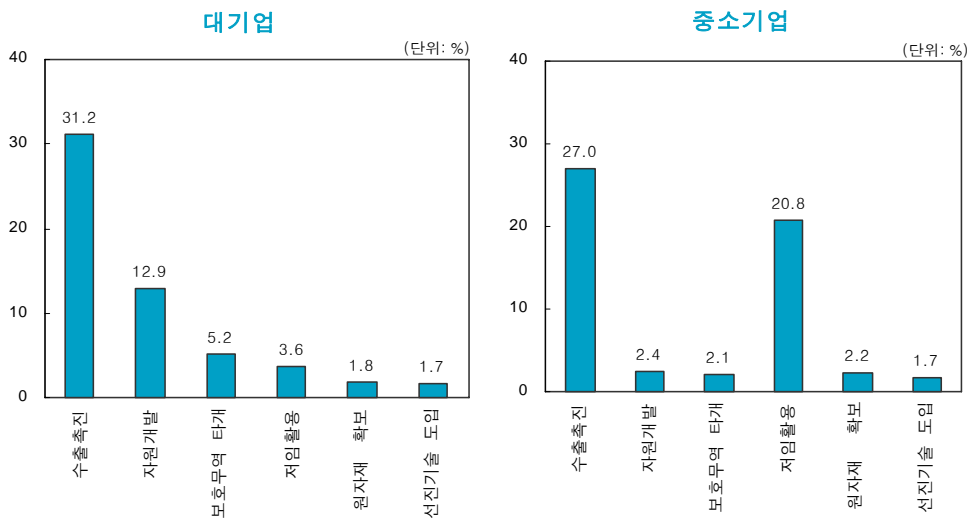
주요 수출기업의 유통형 기업내 수출 (2004년 기준, 10억달러)

	삼성전자	현대자동차	기아자동차	LG필립스LCD	LG전자	하이닉스	합계
전체 기업내 수출	35.9	10.2	8.0	7.1	6.3	5.2	72.8
도소매 자회사에 대한 기업내 수출	32.1	9.8	7.8	5.3	5.0	3.4	63.4
비중	89%	95%	98%	75%	80%	64%	87%

■ 한편, 해외직접투자기업(상장 및 비상장기업) 전체를 포괄하는 수출입은행의 통계자료에 따르면, 우리 기업들의 해외직접투자의 가장 중요한 목적 중의 하나가 수출 촉진인 것으로 나타남.

- 투자목적별 투자금액 구성비는 2005년도 기준으로 수출촉진(28%), 저임활용(12%), 자원개발(8%), 보호 무역타개(4%) 등의 순으로 나타남.
  - 제조업의 경우, 대기업은 주로 수출촉진(31%)과 자원개발(13%)에, 중소기업은 수출촉진(26%)과 저임활용(21%)에 직접투자의 주목적이 있는 것으로 나타남.

기업규모별 해외직접투자 목적(2005년 기준)



자료: 수출입은행.

- 다만, 우리나라 중소기업의 경우 대기업에 비해 현지 생산거점 확보 목적의 투자 비중이 상대적으로 높게 나타나고 있어, 해외직접투자와 기업내 수출의 관계가 기업규모별로 상이할 가능성이 존재
  - 중소기업들은 대기업에 비해 도소매 등 수출촉진과 관련된 비제조업자회사에 대한 투자 비중이 낮은 것으로 나타남.
  - 따라서, 자료의 제약으로 인해 본고에서 분석하지 못한 중소기업의 경우 해외직접투자를 통한 수출촉진 여부는 불확실한 상태

## 기업규모별/업종별 해외직접투자 비중 (2004년 기준)

기업규모	모회사 주력업종	자회사 업종	투자건수	투자금액
대기업	제조업	제조업	66%	60%
		비제조업	34%	40%
	비제조업	제조업	10%	4%
		비제조업	90%	96%
중소기업	제조업	제조업	93%	90%
		비제조업	7%	10%
	비제조업	제조업	39%	30%
		비제조업	61%	70%

자료: 수출입은행.

#### 4. 요약 및 시사점

- 본고의 분석결과, 우리 기업들의 국제화가 전체 수출에서 기업내 수출의 비중을 확대하는 방향으로 우리나라 수출구조를 변화시키고 있는 것으로 평가
  - 1999~2005년 기간 중 기업내 수출은 연평균 45.6%의 증가율을 시현
    - 동기간 중 우리나라 전체수출의 연평균 증가율은 12.9%인데 반해 기업내 수출을 제외할 경우 연평균 수출 증가율은 7.2% 수준.
- 최근까지의 우리나라 주요 기업의 기업내 수출은 대부분 유통채널을 통한 수출인 것으로 나타남.
  - 상장사들의 경우 해외직접투자활동의 확대가 기업내 수출을 촉진하는 역할을 수행한 것으로 분석되며, 이는 주로 해외에 설립된 유통형 자회사를 통해 이루어지는 것으로 평가
    - 지역별로는 비G7지역이, 업종별로는 제조업종의 경우가 해외직접투자를 통한 기업내 수출 촉진 정도가 더 큰 것으로 나타남.
  - 다만, 현지 생산거점 확보 목적의 투자 비중이 높은 중소기업의 경우 기업내 수출의 확대 여부는 불확실

- 이와 같은 분석결과는 향후 우리나라 수출을 보다 정확히 이해하기 위해서는, 기업내 수출에 대한 체계적이고 엄밀한 분석이 필요하다는 점을 시사
- 해외직접투자를 통한 기업내 수출은 우리나라 전체 수출의 구성이나 변동성 등에 주요한 결정요인으로 작용할 가능성이 높은 것으로 판단됨.
  - 기업내 수출은 여타 형태의 수출과 비교하여 환율, 물가 등 거시변수의 변화에 대해 다르게 반응할 가능성이 존재