

弘報室 : (02)  
6050-3602~5

이 자료는 **12/11(水)자 夕刊부터** 보도해 주시기 바랍니다.  
- 통신, 인터넷 등은 **12/11(水) 06:00부터**

문의 : 유통물류진흥원 유통산업정책실 이영준 실장(02-6050-1510), 황미정 과장(02-6050-1514)

## “유통기업 해외법인 매출, 지난해보다 40% 올라”

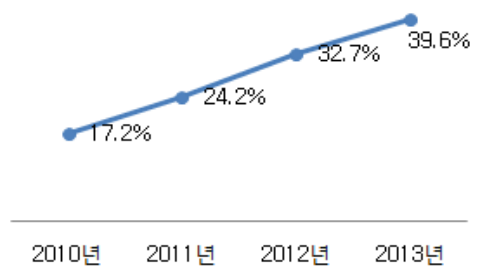
- 대한상의 조사 ... '10년 17.2% → '11년 24.2% → '12년 32.7% → '13년 39.6% 4년 연속 증가
- 기업2곳중 1곳 “올해 흑자거둘 것” ... ‘매출증가’(73%), ‘한국상품 선호도 증가’(33%) 탕
- 해외경영여건 기업규모별로 시각차 ... 中企 “지난해보다 나아졌다” VS 대기업 “악화됐다”
- 해외진출 유망국 : 중국(53%), 베트남(37%), 인도네시아(36%), 말레이시아(18%) 순

국내 유통기업의 해외법인 매출이 꾸준히 늘고 있는 것으로 조사됐다.

대한상공회의소(회장 박용만)가 해외에 진출한 국내 유통기업 62개사를 대상으로 ‘해외 경영실태를 조사한 결과, 올해 해외법인의 매출액이 지난해보다 39.6% 증가할 것으로 전망됐다고 11일 밝혔다.

해외법인 매출은 상의가 첫 조사를 한 2010년 17.2% 오른 것을 시작으로 2011년 24.2%, 2012년 32.7%, 올해 40% 가까이 늘며 4년 연속 상승하고 있다.

<그림1> 해외법인 매출증가율(전년대비)



※ '13년은 추정치

이같은 매출성장세를 바탕으로 유통기업 10곳중 8곳이 ‘내년에도 해외시장 진출을 확대하겠다’(82.3%)고 답해<현상유지> 17.7%, 유통기업의 해외영업 성장세는 계속 이어질 것으로 전망됐다.

올해 경영실적에 대해서는 과반에 육박하는 기업들이 '흑자경영이 가능할 것'(48.4%)이라고 답했다. 이어 '손익분기점에 근접할 것'이라는 기업이 38.7%였고, '적자경영이 예상된다'는 기업은 12.9%였다. 흑자를 예상하는 이유로 '매출증가'(73.3%)가 첫 손에 꼽혔고, '한국상품 선호도 증가'(33.3%), '현지시장 신뢰획득'(26.7%), '마케팅 및 홍보강화'(26.7%), '이익률 개선'(23.3%) 등이 차례로 꼽혔다. <복수응답>

대한상의는 "해외진출 시 현지 인프라 구축, 홍보를 위한 강력한 마케팅 활동 등으로 초기 투자비용이 높다보니 실제 매출액 증가분이 수익으로 이어지기는 쉽지 않은 게 사실이다"며 "성공적인 해외시장 진출을 위해 단기간에 이익을 내는 전략보다는 장기적인 시각에서 경영전략을 마련해야 한다"고 말했다.

해외시장 경영환경을 바라보는 시각은 기업 규모에 따라 달랐다. 중소기업은 '해외시장 환경이 지난해보다 개선됐다'(26.2%)는 응답이 '악화됐다'(11.9%)는 답변을 2배이상 앞섰으나, <변화없음 61.9%> 대기업은 '악화됐다'(30.0%)는 답변이 '개선됐다'(15.0%)보다 많았다. <변화없음 55.0%>

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 "실제, 해외시장 진출 성공요인을 살펴본 결과, 대기업은 '철저한 현지화를 가장 많이 꼽았으나 중소기업은 상품차별화를 가장 많이 꼽았다"며 "대기업은 주로 대형종합소매업 형태로 진출하여 해외시장에서 규범적·비규범적 규제의 대상이 되기 쉬운 반면, 중소기업은 화장품, 프랜차이즈 등의 분야에서 특화된 상품과 서비스를 통해 진출하고 있어 현지 적응이 더 빠른 것으로 보인다"고 설명했다.

한편 유통기업들이 가장 많이 진출한 국가는 '중국'(80.6%)인 것으로 조사됐고, 이어 '미국'(41.9%), '일본'(30.6%), '베트남'(25.8%), '인도네시아'(17.7%) 등의 순으로 진출기업이 많았다. <복수응답>

향후 유망국가를 묻는 질문에도 '중국'(53.2%)이 첫 손에 꼽힌 가운데 '베트남'(37.1%), '인도네시아'(35.5%), '말레이시아'(17.7%) 등 동남아 국가가 유망한 것으로 전망됐다. 이들 시장이 유망하다고 보는 이유로는 '거대 시장규모'(72.6%), '한국상품 선호도 증가'(53.2%), '우호적 시장 환경'(17.7%), '높은 경제성장률'(16.1%) 등을 언급했다. <복수응답>

현지에서 겪는 애로요인으로는 '현지 유통망 구축'(56.5%)이 가장 많았고, 이어 '인력관리

(45.2%), '법적·행정적 규제'(45.2%), '현지정보 부족'(22.6%), '마케팅 활동'(22.6%), '자금부족'(17.7%) 등의 어려움을 겪는 것으로 조사됐다. <복수응답>

김경중 원장은 “국내 경제가 저성장 국면으로 진입하면서 제한된 내수시장을 넘은 해외시장 진출은 우리 유통기업에게는 피할 수 없는 과제다”며 “특화된 상품과 서비스를 통한 차별화 전략을 통해서만 경쟁이 치열한 해외시장에서 살아남을 수 있을 것이다”고 말했다. 🇸🇰

< 조사 개요 >

- ☐ 조사기간 : 11/4(월)~11/29(금)
- ☐ 조사업체 : 해외진출 유통기업(도·소매) 62개사
- ☐ 조사방법 : 전화 또는 팩스