

거래의 주의점 2 - 제품수출계약 -

일본 기업과 부품납품 혹은 제품수출 계약을 맺을 때는 상대방이 요구하는 거래방식을 미리 파악하고 접근하는 것이 좋다. 여기서는 계약할 때 주의해야 할 점을 지적하고자 한다.

1. 일본기업의 독점권 획득 의도

일본 기업은 해외 기업과 계약을 맺을 때 독점권을 획득하려고 한다. 여기서 독점권이란 독점판매대리점(Exclusive Sales Agency Right), 혹은 독점수입권(Exclusive Import Right) 혹은 독점판매권(Exclusive Distributorship Right)을 칭하는데 이 중 하나 아니면 모든 권리를 복합적으로 획득하려고 계약을 진행할 것이다. 또한 이 권리의 유효기간을 장기간으로 하고 싶어한다. 따라서 한국기업은 독점권을 어디까지 부여할지 여부를 신중히 생각해야 한다.

2. 대리점 VS 판매점 계약

흔히 대리점계약을 맺는다고 하지만 최근 추세는 판매점계약을 맺는 것이 일반적이다. 대리점이란 한국기업이 일본의 대리점이 판매한 만큼만 판매수수료를 지불하는 형식인 반면에 판매점은 자기 명의로 한국기업 제품을 일본 국내에서 판매하는 것을 말한다. 즉 일반적으로 판매가격은 한국기업이 정하여 특별가격으로 공급함으로써 판매점의 이익을 보장해주는 형식이다. 일본의 수입업체들은 대리점과 판매점을 혼합시킨 복합계약을 주로 맺고자 할 것이다.

3. 일본기업 내부 상황 파악

만약 다른 일본기업과도 계약 의뢰가 들어왔다면 일본기업의 예비 판매활동 상황이나 일본 구매처 예상(Market Report) 등을 서면으로 보고 받으면 좋다. 이 때 일본측은 한번에 모두 자기 회사의 상황을 알리려고 하지 않기 때문에 몇 번에 걸쳐서 보고를 받도록 해야 한다.

4. 체크 포인트

- (1) 제품 판매 경험은 어느 정도인가?
- (2) 과거 3년 동안의 제품 판매 실적은 어느 정도인가?
- (3) 제품 판매할 때의 상품 특징을 어떻게 설명할 것인가?
- (4) 영업활동에 특징이 있는가?
 - (a) 영업기획
 - (b) 선전광고
 - (c) 영업맨
 - (d) 판매처, 마케팅 방식
 - (e) 자금력
- (5) 제품 구입은 어떤 목적으로 이루어지는 것인가?
 - (a) 공장설비용
 - (b) 공장원재료용
 - (c) 공장조립 부품
 - (d) 완제품을 재판하기 위해
- (6) 어떤 이유로 다른 업체의 제품 구입을 하지 않고 있는가?
 - (a) 상대방이 거절했는가? 그 이유
 - (b) 상대방의 조건이 불리했는가? 그 이유

- (c) 우리 한국기업의 접근이 적극적이었는가?
- (d) 제품에 대한 매력(성능, 가격, 납기 등)이 있는가?
- (7) 제품 구입량(연간)과 제품판매에 대한 예상
- (8) 판매가 성공할 것이라는 결정적 사항은 무엇인가? 품질, 관리, 납기, A/S, 영업루트의 풍부함, 기업에 대한 신뢰성 등
- (9) 계약 서명권은 누가 가지고 있는가?
- (10) 계약의 일반조항 확인, 한국 기업이 작성한 계약서에 납득하는가?
- (11) 보험은 위험성을 어디까지 담보해주는가? 어디부터 어디까지 누가 보험을 드는가?
 - (a) All Risks
 - (b) S.R.C.C
 - (c) War Risks
- (12) 제품 조립, 설치, A/S 성능보장 등은 어느 쪽이 할 것인가?
(일반적으로 판매자가 부담)

5. 교섭시의 전략적 태도

교섭 후 거래가 성립되더라도 계약서를 작성할 단계에서 거래 조건을 협상하면 시간이 소요되고 실수를 하기 마련이다. 교섭 초기부터 상대방의 거래조건을 알아내면 계약조건을 빨리 정리할 수 있다. 단, 일본기업들은 다음 항목과 같은 전략적 태도를 취할 것이므로 염두에 두면 한국 기업에서도 전략적으로 대응할 수 있을 것이다.

- (1) 계약 주도권을 빼기지 말자.

한국 기업의 계약조건이 무엇인가를 알아내기 전에 일본 기업이

일반조건을 스스로 제시하면서 동의를 구하려고 한다. 동의를 얻으면 서서히 계약 주도권을 일본측이 가지려고 할 것이니 부드럽게 이를 막아내야 한다.

(2) 우리 회사 사정(혹은 자랑)을 들어내지 말자.

처음부터 일본 기업은 계약조건을 전면으로 내세우려고 하지 않을 것이다. 한국 기업에서 다른 거래처가 일본 내에 존재하는지 없는지를 파악한 후 없다고 판단되면 유리한 계약조건으로 맺으려고 하기 때문이다. 따라서 한국 기업이 제품에 대한 우수성과 희소성이 일본 시장에서도 확보되어 있다는 확신이 있다면 양보할 수 없는 것은 양보하지 말아야 한다.