

# 한미 FTA에 대비한 미국 섬유시장 진출 전략

Marketing Strategy of Korean Textile Industry for US market in Post Korea-U.S FTA era.

고중현(Joong-Hyun, Koh)

관동대학교 무역학과 교수, 주저자

김주남(Joo-Nam, Kim)

서울과학기술대학교 교수, 교신저자

## 목 차

I. 서 론	IV. 결론 및 제언
II. 미국의 섬유시장 분석	참고문헌
III. 한미FTA 발효에 대비한 미 섬유시장 진출 전략	Abstract

## Abstract

Korea-US FTA negotiation started in February 2006 with a view to overcoming those uncertainties in the global market and was finally concluded in April, 2007. The Agreement was officially signed between ministers two month later and it is expected to be ratified this year even though the process is most likely to be painful in both countries by the political resistances.

For the new President of the United States, effective leadership will depends largely on how to encourage domestic industries such as Automobile industry and Iron and Steel industry from the financial crisis. Many trading partners of US worry about US foreign trade policy changes to protectionism that might be unequal to bear.

Korea textile industry is one of the major industry in Korea as it occupies 15% of total number of manufacturers, 11% of total employment and 5% of national GDP.

Korea-US FTA will provide a breakthrough for bouncing back by exploring new market. US agreed to remove all tariff and non-tariff barriers to 87% of textile items under trading.

This study shows that Korean textile industry has been losing its competitiveness as textile quota system abolished in the year 2005 and has been traced by pursuers such as China, India and Vietnam. In case of woven fabric which was a representing export item of Korea lost price competitiveness against China after 2005.

This study seeks the strategy of Korea textile industry in the US market by utilizing the capacity of KOTRA offices in US. All possible statistical data obtained in the US were used for analysing the competitiveness. Fabrics and Garments are analysed independently with a view to finding out real trends of textile market in US.

This study also suggest Korea's textile industry strategic ideas obtained from the potential buyers to show the way to penetrate into US market.

Key Words : Korea-US FTA, Export Extension, Textile, Garments

## I. 서론

한미FTA협상은 지난 2006년 2월3일에 공식적인 협상을 선언한 후, 동년 6월5일부터 본협상에 돌입하여 2007년 4월에 타결되었다. 2개월후인 6월30일에 협정문이 공식으로 서명되었으며, 현재 한국 국회와 미국 의회의 비준만을 남겨두고 있다.<sup>1)</sup>

2009년 2월에 취임한 Obama대통령의 민주당 행정부는 금융발 경제위기로부터 탈피하기 위한 경기부양책의 주요점을 자동차산업등 주요 산업에서의 자국산업을 보호하기 위한 강력한 금융지원은 물론 무역정책에서도 보호무역주의적 색채를 나타내고 있다. 나아가 자국의 산업과 고용창출을 위하여서는 대외 무역협정의 재협상을 주장하고 있는 현실<sup>2)</sup>에서 한미FTA에 대한 양국의 국회/의회 비준은 예상보다 더 많은 시간이 소요되리라 예견되지만, 협상내용 중 섬유분야에 대한 내용에는 큰 문제가 없어 보인다.

재협상을 요구하는 분야는 자동차분야로서 한미FTA협상이 모든 분야에서 만족할 수는 없지만<sup>3)</sup> 섬유부문에서의 협상타결은 우리의 섬유산업이 아직도 한국 전체 제조업체 수의 15%, 고용의 11%, 생산액의 5%를 차지하는 근간산업으로서 수출확대의 돌파구를 마련하는 시기적절한 선택으로 판단된다. 섬유분야협상에서 타결내용의 골자는 대미수출품(품목수 기준)의 87%, 미국수입금액기준으로 61%의 수입에 관세를 철폐하는 것에 합의한 것이다.

우리의 섬유산업의 현실은 2005년 이후 미국의 섬유쿼터제가 폐지되면서 다량의 쿼터를 보유하고 있던 이점이 상실되었으며, 후발개도국인 중국, 인도, 베트남 등의 미국내 시장점유율이 급상승하면서 의류산업을 중심으로 빠르게 경쟁력을 잃어가고 있는 것으로 파악된다. 예를 들어 우리의 대미 의류수출은 2000년 약 27억불을 기록했으나, 2006년에는 9억4천불 수준으로 낮아졌다. 또한 원단수출에서도 우리는 중국 다음으로 많은 물량을 수출하고 있지만 수입단가는 중국에 비해 역전되어 원단 수입단가의 경우 중국은 1평방미터당 60cents이상으로 나타나고 있는 반면 우리의 원단은 40cents 미만으로 수입되고 있는 것으로 나타났다. 특히 중국 원단과의 수입단가 역전현상은 그 격차가 조금씩 더 벌어지고 있는 상황에 주시하여야 할 것이다.

이러한 어려운 상황에서 한미FTA는 그 자체만으로 국내 소비시장을 자극하고, 국내공급업체의 개선을 촉진하여 경제를 활성화시킬 수 있는 기폭제가 될 수 있을 것이다.

이에 본고에서는 미국의 섬유시장을 의류와 원단으로 구분하여, 시장의 규모와 주요 수입동향을 분석하고, 이를 토대로 현재 타결된 내용대로 한미FTA가 발효될 것에 대비한 미국 섬유시장 진출확대방

1) 이현식, "한 미FTA 체결에 따른 저축은행의 성장전략모색", 통상정보연구, 제10권제3호, 한국통상정보학회, 2008.9 p.267

2) 연합뉴스, "美, 재협상없인 한미FTA 비준 어려워", 2009.1.23

3) 박종돈, "한미FTA협상 타결에 관한 양국간의 문제점 및 대응방안", 통상정보연구, 제9권1호, 한국통상정보학회, 2007.3 참조

안을 강구하여 보았다.

연구방법으로는 미국내에서 발표된 통계자료를 근거로 우리의 수출경쟁력을 분석하였으며, 섬유산업의 진출확대를 위한 대응방안은 현실감과 정책적 타당성을 높이기 위하여 미국 현지에서 대한무역투자진흥공사 등이 조사한 자료를 토대로 수출전략을 모색하였다.

## II. 미국의 섬유시장 분석

### 1. 미국 섬유시장의 규모

#### 1) 미국의 섬유산업 전반

미국의 섬유산업은 미국 내에서 가장 오래된 산업 중 하나로, 섬유 제품들은 주로 노스 캐롤라이나, 조지아, 사우스 캐롤라이나 주 등 남동부 지역에서 생산되고 있으며, 제품구분상 의류와 직물로 구분되는데, 이를 포괄하는 미국의 섬유시장 규모<sup>4)</sup>는 2006년도 국내 총생산액 기준으로 359억 달러로 전년 대비 4.8% 감소하였다.

최근 5년간 미국 섬유산업 전체 생산액 동향을 보면 지속적으로 마이너스 성장을 기록하고 있으며, 이는 2004년까지는 의류 부분의 감소세가, 2004년 이후에는 8%대에 이르는 직물부분의 하락세가 요인인 것으로 분석된다.

〈표 1〉 미국 섬유산업 생산 규모

(단위 : US\$십억)

구분		2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	비중
전체 섬유 생산액		42.8 -	41.4 (-3.3)	40.4 (-2.4)	37.7 (-6.7)	35.9 (-4.8)	100
의류*	Apparel and leather and allied products	20.9 -	18.3 (-12.4)	17.3 (-5.5)	16.5 (-4.6)	16.4 (-0.6)	46
직물**	Textile mills and textile product mills	21.9 -	23.1 (5.5)	23.1 (0.0)	21.2 (-8.2)	19.5 (-8.0)	54

주 : \* 의류는 가죽과 관련제품을 포함. \*\* 직물은 원사, 원단, 완제품을 포함.

( )안은 전년 대비 증감률(%)

자료원 : 미국 상무부 경제분석국

4) 미국의 전체 섬유류 시장규모는 미국의 국내 생산과 해외 수입을 합친 규모이나 국내 생산과 해외 수입에 대해 동일한 기준으로 집계된 바가 없어 각각을 금액 합계기준으로 전체 시장규모가 추정하였음. 다만, 국내 생산액과 해외 수입액 집계시 품목 포함 범위가 상이한 부분이 있어 합계는 제시하지 않았음.

2) 미국 의류시장의 규모

미국의 섬유시장 중 의류시장은 세계 최대 단일시장으로, 2006년 전세계 의류시장의 34.6%를 차지하는 2,955억 달러 규모로 집계되었다. 이는 지난 2001년 9/11 사태 이후 미국 경기 침체의 영향으로 2004년까지 2% 미만의 저조한 성장률을 보였으나 2005년 이후 낮은 이자율 덕분에 경제가 활황세로 접어들면서 2.3-2.4%의 성장률을 기록한 것으로 분석된다.

향후 2010년까지 연평균 2.6-2.7%의 꾸준한 성장을 지속하여, 2010년 3,275억 달러 규모에 달할 것으로 전망되고 있다.

한편 세계 의류시장 규모는 소매 매출액을 기준으로 2006년에 8,528억 달러로 추정되고 있으며 2004년 이후 매년 연간 2.0-3.0%의 성장을 거듭하고 있는 것으로 나타났다.<sup>5)</sup> 이러한 추세로 보아 세계 의류 소매시장은 2007년 이후 2010년까지 매년 3.1-3.2%의 성장이 지속되어 2010년 이후에는 1조 달러 규모에 근접할 것으로 전망된다.

<표 2> 세계 및 미국 의류시장 예상 규모

(단위 : US\$십억)

연도	세계		미국		
	매출액	증감율(%)	매출액	증감율(%)	비중(%)
2010(f)	965.0	3.1	327.5	2.7	34.6
2009(f)	935.6	3.2	318.8	2.7	
2008(f)	906.9	3.1	310.6	2.6	
2007(f)	879.3	3.1	302.8	2.5	
2006	852.8	3.0	295.5	2.4	
2005	828.2	2.6	288.6	2.3	
2004	806.9	2.0	282.1	1.7	
2003	791.1	1.4	277.4	1.4	
2002	780.1	2.5	273.7	2.2	

주 : 소매 매출액 기준, f 는 전망치임. 비중은 2006년 기준임.

자료원 : Datamonitor

5) Datamonitor, "Global Apparel & Textile Market", 2007. 10

## 3) 미국 직물시장의 규모

직물중 주류를 이루고 있는 원단시장의 규모<sup>6)</sup>는 2006년 기준으로 카테고리 620(합섬 필라멘트 원단)이 약 12억 770만 달러로 집계된 품목 중 가장 큰 시장규모를 형성하고 있으며, 카테고리 313(면 쉬팅)과 314(면 포플린/브로드클로스)가 함께 7억 7,210만 달러에 이르고 있다. 주요 품목별 원단시장 규모는 대부분이 전년 대비 두자리 수 감소율을 보이며 크게 축소된 것으로 나타나고 있는데, 이는 미국 내 의류 생산이 줄고 해외 생산이 증가함에 따라 미국 내 원단 수요가 줄어들고 있음을 보여주고 있는 것으로 풀이된다.

〈표 3〉 미국의 원단시장 중 수입비중이 100이상인 품목(2006년 기준)

(단위 : 백만SM<sup>7)</sup>·Kg)

카테고리 <sup>8)</sup>	품목	국내 생산	수입	시장규모	증감율(%)	수입/생산 (%)
219	DUCK FABRIC	14.7	69.3	84.0	-22.9	473
220	FABRIC OF SPECIAL WEAVE	263.1	288.8	551.9	0.9	110
224	PILE / TUFTED FABRICS	65.3	216.5	281.8	-32.3	332
313/ 314	COTTON SHEETING BROADCLOTH FAB.	353.2	418.8	772.1	-9.2	119
315	COTTON PRINTCLOTH FAB.	17.1	189.4	206.4	-17.4	1,110
619	POLYESTER FILAMENT FABRIC, LIGHT-WEIGHT	191.1	262.9	454.0	-20.4	138
620	OTHER SYNTHETIC FILAMENT FABRIC	592.5	615.2	1,207.7	-7.8	104

자료원 : 미 상무부 섬유국

미국에서 사용되는 섬유원단의 수입의존도를 파악하기 위하여 생산 대비 수입의 비중이 100을 초과하는 즉 미국내 생산량보다 수입량이 많은 품목이 7개로 나타나, 원단 수입이 비교적 몇 개 품목에 집중되어 있다.

6) 미국의 원단시장 규모는, 일부 품목의 미국 내 생산량이 확인되지 않아 원단시장 전체 규모 파악에 어려움이 있어 생산량이 집계된 세부 품목별로 시장규모를 조사하였음(미 상무부 섬유국 분류 중 원단에 해당하는 품목은 총 34개 카테고리이 가운데 생산량이 확인되지 않는 6개 품목을 제외한 28개 품목에 대한 시장규모를 파악).

7) SM = Square Meter (평방미터), SME = Square Meter Equivalent (평방미터 상당) 섬유제품의 계산단위를 제곱미터로 환산한 단위

8) 카테고리 223, 229, 414, 611, 624, 810 국내 생산량 미확인., 증감율은 전년 대비임. MMF = Man-made Fiber (인조사)

## 2. 미국 섬유시장의 특징

최근 미국의 섬유시장은 큰 변화를 겪고 있는데, 이는 의류시장에서 시작된 변화로 원단시장 및 전반적인 섬유시장에 영향을 주고 있다.

그 구체적 변화는 첫째 의류 소비의 패션화 추세에 따라 저가 패션의류가 등장하여 소비자들의 발길을 끌고 있는데, 기존의 의류업체들은 자신들의 브랜드를 지키기 위해 막대한 돈을 들이거나 공동판매에서 브랜드별 판매체제로 분리하는 조치를 취하는 전략을 실행에 옮겨 새로운 패션 트렌드에 맞는 전략으로 시장점유율을 높이는 데 전력을 기울이고 있다.

둘째, 이렇게 미국 의류시장에 새로운 카테고리가 생겨나고 이런 제품에 대한 소비자들의 반응이 매우 좋게 나타나고 있으며 또한 저가의 패션의류가 시즌당 3-4차례 새로운 제품을 출시하면서 소비자들의 빈번한 구매를 유도하고 있다.

셋째 이런 의류업체들의 움직임은 해외 생산에도 변화를 주고 있다. 즉 원단 구입도 패션 의류 생산을 위해 독특한 원단과 트렌드에 맞는 원단을 구입하기 시작했으며 아울러 리드타임이 짧은 단기간의 인도를 요구하고 있고 소량의 오더를 자주 발주하는 추세가 두드러지고 있다.

넷째, 봉제공장이 샘플 제작, 시제품 생산 등과 같은 생산 전(前)에 필요한 각종 활동을 대신해 주기를 바라고 있는데 그 이유는 무엇보다도 2005년 1월 1일부터 WTO 회원국간의 수입쿼터가 완전히 철폐되면서 소싱 전략이 완전히 변했기 때문으로 분석된다. 쿼터가 있을 때는 수입을 국가단위로 조정해서 할 수 밖에 없었지만 쿼터가 철폐되고 난 후에는 국가에 상관없이 가장 능률적으로 생산할 수 있는 공장이면 어느 국가에 소재하든지 관계없이 생산할 수 있게 되었기 때문이다.

이러한 변화가 미국에 섬유류를 수출하는 외국업체에 미치는 영향은 미국 수입업체들은 해외의 봉제공장과 단순히 오더를 주고받는 관계에서 벗어나 더욱 긴밀한 협조관계를 구축하기를 원하고 있다. 즉, 봉제공장이 샘플제작과 시제품 생산은 물론 원단 소싱, 부자재 소싱 등과 같은 그동안 의류회사에서 하던 상당한 업무를 수행해 주기를 원하고 있다.<sup>9)</sup>

## 3. 국가별, 주요품목별 수입동향

### 1) 섬유시장 전반

미 섬유시장의 최근 3년간 수입액 동향을 살펴보면, 의류와 비의류 모두 3 내지 5%대의 성장률을 보이며 지속적인 상승세를 나타내고 있는 가운데, 2006년에는 전체 섬유 수입액이 생산액 대비 2.6배 규모에 달하고 있으며, 2007년 11월 기준<sup>10)</sup> 896억 달러로 전년 동기 대비 3.8% 성장하였다. 이 중 의

9) KOTRA, 「미국 의류산업 현황 및 진출 전략」, 2007. 11

10) 2008년 1월말 기준 가장 최근 발표된 자료를 참고하였음. 통계치는 자료원에 따라 2006년 또는 2007년 1월-11월이 최근 집계로, 2007년으로 서술한 부분은 '2007년 1월-11월'간의 실적을 의미함.

류 수입이 77%, 비의류(직물) 수입이 23%를 차지하여 의류 부분이 비의류 부분보다 3배 이상의 수입액을 기록하고 있다.

〈표 4〉 미국 섬유시장의 수입 규모

(단위 : US\$십억, 괄호속은 증가율)

구분		2005년	2006년	2007년(1월-11월)	비중
전체 섬유 수입액		89.2	93.3 (4.6)	89.6 (3.8)	100
의류	Apparel	68.7	71.6 (4.2)	68.8 (3.8)	77
비의류 <sup>11)</sup> (직물)	Non-Apparel	20.5	21.6 (5.4)	20.8 (3.9)	23

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국의 섬유류 시장에서 중국은 압도적인 수입대상국으로 중국으로부터 2007년 200억 평방미터 상당의 섬유를 수입하여 물량기준 점유율 40.3%, 수입액 302억 달러로 수입금액기준 점유율 33.8%를 기록하였다.

중국의 대미 섬유산업 진출은 물량 면에서 2006년 11% 증가에 이어 2007년 16.2%의 가파른 성장을 거듭하고 있으며, 금액 면에서는 2006년 20.8%에 이어 2007년 21.9%의 폭등세를 나타내고 있는데, 이는 미국 섬유시장의 평균 성장률을 각 5배-8배 상회하는 것이다.

실제로 중국산 섬유류 수입규모는 수입물량 2위국인 파키스탄보다 6.8배, 수입금액 2위국인 멕시코보다 5.8배 큰 규모로 나타났다.

〈표 5〉 미국의 섬유류 국별 수입물량 동향

(단위 : 백만SME, %)

순위	수입국명	2005년	2006년		2007년 (1-11월)		
		수입량	수입량	증감율	수입량	증감율	점유율
-	섬유 수입량 전체	50,836.3	52,149.5	2.6	49,299.0	2.1	100.0
1	중 국	16,763.0	18,613.5	11.0	19,879.2	16.2	40.3
2	파키스탄	3,290.2	3,566.9	8.4	2,939.0	-11.6	6.0
3	멕시코	3,883.5	3,425.0	-11.8	2,834.1	-11.5	5.7
4	인 도	2,333.9	2,654.1	13.7	2,535.8	3.3	5.1
5	한 국	2,027.3	2,139.2	5.5	1,819.7	-7.6	3.7
6	캐나다	3,008.9	2,438.7	-19.0	1,797.5	-21.9	3.6
7	인도네시아	1,354.2	1,598.8	18.1	1,497.8	0.6	3.0
8	방글라데시	1,313.7	1,494.5	13.8	1,445.9	3.8	2.9
9	베트남	950.5	1,147.8	20.8	1,377.3	28.1	2.8
10	온두라스	1,262.3	1,144.2	-9.4	1,131.8	6.9	2.3

주 : 순위는 2007년 기준임. 증감율은 전년 동기 대비임.

자료원 : 미국 상무부 섬유국

11) 비의류는 원사, 원단, 완제품을 포함. ( )안은 전년 동기 대비 증감율(%)

미국의 상위 10대 섬유수입국을 살펴보면, 아시아 지역은 중국을 포함하여 7개국, 중남미 지역은 멕시코 등 2개국, 그리고 캐나다로 구성되어 아시아와 중남미 지역으로부터의 수입 비중이 절대적인 위치를 차지하고 있다.

한국으로부터의 수입량 18억 평방미터, 수입액 12억 3,100만 달러로 수입국 중 각각 5위, 19위를 차지하였다.

이같은 수입량과 수입액에서의 순위 차이는 한국 섬유업체들이 가격 인하를 통한 물량 위주로 수주를 하는 경향이 높기 때문으로 최근 수년동안 낮아진 가격을 한국제품의 수입단가로 굳히는 추세라고 볼 수 있다.

한국산 섬유류 수입단가는 2007년 평방미터당 0.68달러로 나타났으며, 이는 2006년 17% 낮아진 데 이어 2007년에 13% 다시 하락한 것으로 분석된다.<sup>12)</sup>

<표 6> 미국의 섬유류 국별 수입액 동향

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2005년	2006년		2007년 (1-11월)			물량 증감율
		수입액	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율	
-	섬유 수입액 전체	89,205.5	93,278.7	4.6	89,587.0	3.8	100.0	2.1
1	중 국	22,405.2	27,067.6	20.8	30,243.1	21.9	33.8	16.2
2	멕시코	7,246.3	6,376.3	-12.0	5,237.9	-12.2	5.8	-11.5
3	인 도	4,616.6	5,031.1	9.0	4,755.8	2.2	5.3	3.3
4	베트남	2,880.5	3,396.1	17.9	4,176.7	30.6	4.7	28.1
5	인도네시아	3,081.3	3,901.5	26.6	3,888.2	7.6	4.3	0.6
6	방글라데시	2,456.9	2,997.9	22.0	2,957.9	6.3	3.3	3.8
7	파키스탄	2,904.4	3,250.2	11.9	2,940.1	-2.7	3.3	-11.6
8	온두라스	2,629.1	2,445.4	-7.0	2,314.8	2.8	2.6	6.9
9	캄보디아	1,726.6	2,150.8	24.6	2,249.6	13.9	2.5	1.9
10	캐나다	2,844.4	2,587.0	-9.0	2,061.6	-15.1	2.3	-21.9
19	한 국	1,909.1	1,665.8	-12.7	1,230.9	-20.9	1.4	-7.6

주 : 순위는 2007년 기준임. 증감율은 전년 동기 대비임.

자료원 : 미국 상무부 섬유국

12) KOTRA, 「미국 섬유시장 진출전략 -뉴욕 한국섬유전 간담회」, 2008. 1



2) 미국 의류산업의 국별 수입동향

미국의 의류 수입은 2005년에는 WTO 회원국 간의 섬유 수입쿼터가 완전 철폐되면서 수입량이 10.3% 폭등한 기록이 있다. 이는 전적으로 중국산 저가 의류의 수입에 기인하였으며, 2006년이후는 증가율이 완화되고 있지만 최근 6년간 지속적인 증가율을 보이고 있다.

수입금액으로 살펴보면 2003년 이후 매년 4-6%의 증가율을 지속적으로 보이고 있다.

미국시장에 가장 많은 물량을 수출한 중국산 의류는 2007년도 물량 기준으로 75억 4,400만 평방미터, 금액기준 214억 달러 규모로 물량과 금액 모두 30% 이상의 비중을 점유하고 있다. 다만 의류 수입단가(FOB 기준)로서는 2.84달러로 나타나 오히려 소폭 감소한 것으로 분석된다.

중국산 의류의 수입은 2008년 말 섬유협정이 종료되면 쿼터가 철폐되어 더욱 증가할 것으로 예상된다.

의류 수입 제2위국은 방글라데시이며, 제3위국인 베트남은 WTO 가입 이후인 2007년에 들어와 30% 이상의 급증세를 보여 빠른 속도로 2위국을 추격하고 있으며, 미국의 새로운 소싱국으로 더욱 인기를 끌 것으로 전망된다.

한편 한국은 2007년 총 19억 1,900 평방미터의 물량과 5억 8,720만 달러의 의류를 수출하여 각각 24위, 26위를 차지하였는데, 이는 동남아 지역의 경쟁국가들과는 상반되게 두 자리수의 큰 하락세를 보이고 있으며, 수입단가에서도 미국 의류 평균 수입단가인 \$3.17보다 약간 낮은 평방미터당 3.06달러를 기록하고 있다.

<표 7> 미국의 국별 의류 수입액 동향

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2005년	2006년		2007년 (1-11월)		
		수입액	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율
-	의류 수입액 전체	68,713.3	71,629.8	4.2	68,833.0	3.8	100.0
1	중 국	15,142.9	18,517.6	22.3	21,400.3	26.3	31.1
2	멕시코	6,078.3	5,297.1	-12.9	4,217.9	-15.0	6.1
3	베트남	2,724.7	3,222.1	18.3	3,993.9	31.5	5.8
4	인도네시아	2,875.4	3,670.3	27.6	3,680.9	8.3	5.3
5	인 도	2,976.2	3,186.9	7.1	2,972.1	0.5	4.3
6	방글라데시	2,371.7	2,914.1	22.9	2,875.2	6.3	4.2
7	온두라스	2,622.3	2,440.3	-6.9	2,308.3	2.7	3.4
8	캄보디아	1,712.8	2,135.9	24.7	2,239.6	14.2	3.3
9	홍 콩	3,510.6	2,811.0	-19.9	1,862.9	-30.6	2.7
10	태 국	1,807.8	1,839.7	1.8	1,636.0	-3.8	2.4
26	한 국	1,154.6	912.8	-20.9	587.2	-31.8	0.9

주 : 순위는 2007년 기준임. 증감율은 전년 동기 대비임.

자료원 : 미국 상무부 섬유국

### 3) 미국 원단시장의 국별 수입동향

미국의 2007년 원단 수입 총량은 79억 5,452만 평방미터로 전년대비 3.2% 감소하였다. 이는 지난 수년간 원단 수입 증가율이 둔화가 지속되어 2005년까지 3-4%의 증가율을 유지하다가 2006년에 6.8%의 감소를 기록하고 다시 2007년에 3.3%의 감소율을 보이고 있다.

이를 금액으로 살펴보면 원단 수입총액은 전년대비 0.8% 증가한 50억 7,596만 달러를 기록해 2006년에 4.3% 감소율을 처음 기록한 이후 회복기로 접어드는 지점에 위치한 것으로 판단되는데, 이런 현상은 수입물량이 4.3% 감소한 것과 대비해보면 수입단가가 전반적으로 상승했기 때문으로 풀이되고 있다.

미국의 원단수입을 주요국별로 살펴보면, 물량이나 금액면에서 제1위국은 중국이고, 우리나라는 물량면에서는 제2위국인데 금액면에서는 제3위국이라는 특색이 있다. 이는 경쟁국인 캐나다와 역전된 상황으로 우리나라 수출원단의 단가가 캐나다에 비해 저렴하기 때문에 기인한다.

또한 우리나라 원단의 수입단가에 대해 한 가지 주목할 부분은, 우리나라 원단 수입단가가 중국산의 77.8% 수준이고 인도와 이스라엘을 제외하면 가장 낮은 수준이라는 점이다. 이러한 수준에서의 원단 수출은 한국 원단 업체들은 어떻게 수익을 유지하고 있는지 의아할 정도로서, 물량을 따기 위해서 가격을 너무 많이 양보하고 있는 것이 아닌가 하는 생각이 들 정도로 한국 원단의 수출단가는 너무 낮은 수준에 있다고 생각된다.

〈표 8〉 미국의 국별 원단 수입액 동향

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2005년	2006년		2007년 (1-11월)			물량 증감율
		수입액	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율	
-	원단 수입액 전체	5,719.1	5,472.4	-4.3	5,076.0	0.8	100.0	-3.3
1	중 국	838.9	900.2	7.3	901.0	10.5	17.8	4.3
2	캐나다	781.7	686.5	-12.2	564.4	-12.3	11.1	-20.4
3	한 국	605.1	593.4	-1.9	510.1	-6.8	10.0	-11.1
4	이탈리아	422.3	412.6	-2.3	408.5	9.5	8.0	16.3
5	멕시코	447.7	396.1	-11.5	376.8	3.6	7.4	-6.1
6	일 본	300.4	310.1	3.2	311.6	9.6	6.1	4.7
7	대 만	365.8	329.9	-9.8	304.8	-0.4	6.0	3.2
8	인 도	152.1	173.8	14.3	162.9	2.5	3.2	2.7
9	독 일	173.1	167.8	-3.1	161.9	5.0	3.2	1.6
10	파키스탄	297.5	255.2	-14.2	150.9	-37.6	3.0	-39.7

주 : 순위는 2007년 기준임. 증감율은 전년 동기 대비임.  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

〈표 9〉 미국의 국별 원단 수입단가 동향

(단위 : US\$/SM)

순위	수입국명	2005년	2006년	2007년 (1-11월)
		수입단가	수입단가	수입단가
-	원단 수입단가 평균	0.60	0.62	0.64
1	중 국	0.51	0.60	0.63
2	캐나다	0.45	0.51	0.55
3	한 국	0.52	0.47	0.49
4	이탈리아	2.12	2.45	2.32
5	멕시코	0.69	0.64	0.70
6	일 본	1.26	1.16	1.20
7	대 만	0.75	0.63	0.62
8	인 도	0.52	0.44	0.44
9	독 일	0.67	0.73	0.75
10	파키스탄	0.57	0.58	0.59

주 : 순위는 2007년 수입액 기준임.

자료원 : 미국 상무부 섬유국

#### 4. 최근 한국 섬유의 대미수출 분석

미국의 한국산 섬유류 전체 수입동향<sup>13)</sup>은 2007년에 수입물량 기준 18억 1,970만 평방미터, 수입액 기준 12억 3,090만 달러 규모로 나타나, 물량과 금액 모두 마이너스 성장을 보이고 있는 가운데 역시 물량(-7.6%)보다 수입액(-20.9%) 감소 폭이 훨씬 큰 것으로 나타났다. 이러한 현상은 한국산 고가 원단의 수입량이 줄어들었고 원단의 수입단가 또한 낮아지고 있기 때문인 것으로 파악된다.

2007년도 섬유류 수입은 물량기준으로는 의류가 11%, 비의류가 89% 비중을 차지하였고, 금액기준으로는 의류가 48%, 비의류가 52% 비중을 보이고 있어 한국산 섬유류의 대미 수출은 물량면에서 비의류에 편중되어 있으나 비의류의 수입단가는 그리 높지 않은 것으로 해석된다.

13) KOTRA, 「미국 섬유시장 진출전략 -뉴욕 한국섬유전 간담회」, 2008. 1

〈표 10〉 미국의 한국산 섬유류 수입동향

구분	수입물량 (백만SME)				수입액 (US\$백만)			
	2005년	2006년	2007년 (1월-11월)	점유율 (%)	2005년	2006년	2007년 (1월-11월)	점유율 (%)
전체	2,027.3 -	2,139.2 (5.5)	1,819.7 (-7.6 )	100	1,909.1 -	1,665.8 (-12.7)	1,230.9 (-20.9)	100
의류	359.4 -	309.4 (-13.9)	191.9 (-34.1)	11	1,154.6 -	912.8 (-20.9)	587.2 (-31.8)	48
비의류*	1,667.9 -	1,829.7 (9.7)	1,627.8 (-3.0 )	89	754.5 -	753.0 (-0.2)	643.7 (-7.3)	52
원단	1,162.3 -	1,257.3 (8.2)	1,038.5 (-11.1)	57	605.1 -	593.4 (-1.9)	510.1 (-6.8)	41

주 : \* 비의류는 원사, 원단, 홈 텍스타일 등을 포함.

( )안은 전년 동기 대비 증감율(%), 점유율은 한국산 섬유 전체 수입 대비임

자료원 : 미국 상무부 섬유국

한국산 원단의 2007년 대비 수출은 수출물량 비중이 큰 카테고리인 니트원단(카테고리 222, 수출비중 43.7%)과 특수원단(카테고리 229, 수출비중 29.6%)에서 각각 전년대비 10.2%와 21.7%의 감소했는데, 니트원단과 특수원단의 미국 수입단가는 지난 2년간 Kg당 4-5달러에 달하는 고가이기 때문에 한국 원단 수입액 감소에 많은 영향을 준 것으로 보인다. 특히 중국산 니트원단과 특수원단은 중국산에 대해 쿼터가 적용되고 있어 한국산의 수출 감소는 매우 바람직하지 않은 상황으로 판단된다.

한국은 폴리에스터 원단의 강국으로 알려져 있음에도 불구하고, 폴리에스터 원단의 대표적인 제품인 카테고리 619와 620에서 2007년 1월-11월간 전년동기 대비 18.0%와 19.2%의 수출물량 감소를 기록했는데, 이들 2개 카테고리의 대비 수출은 대표적인 저가원단으로 중국산 저가제품과 치열한 가격 경쟁에서 밀리고 있는 실정이다.

### Ⅲ. 한미FTA 발효에 대비한 미 섬유시장 진출전략

한미 FTA 발효시 국내 산업계 중에서 가장 많은 혜택을 누릴 업계는 우선 자동차업계로서 연간 최대 2억7000만달러(2007년 기준, 관세청 추산) 관세혜택을, 그 다음은 섬유업계로서 연평균 수출 2억 3000만달러의 수출증대 효과가 있을 것으로 산업연구원은 추산한 바 있다.<sup>14)</sup> 이러한 수출증대효과를

14) 디지털 세정신문, 2008.10.21일 www.taxtimes.co.kr

향유하기 위하여는 미국내 섬유시장의 특성 및 각 섬유제품별 유통경로의 정확한 파악을 토대로한 FTA타결이후 미 섬유시장의 변화에 대한 대비를 철저히 하여야 할 것이다.

## 1. 섬유시장의 유통구조 및 거래관행 파악

### 1) 섬유시장의 유통구조 분석

미국 섬유시장의 원단 유통구조를 이해하기 위해서는 미국 의류업체들의 의류제품 분류와 이에 따른 원단 구입 결정과정을 나누어 살펴볼 필요가 있다. 미국의 의류업체들의 원단 구입 결정과정은 회사 내에서 관련 부서간의 긴밀한 대화와 회의를 통해서 복합적인 의사 결정을 하고 있어 단적으로 설명할 수는 없다. 그러나 이런 복합적인 결정과정을 비교적 일반화해서 살펴봄으로써 한국 업체들이 원단을 판매할 때 어느 곳의 누구를 중점적으로 접촉해야 하는가를 짐작할 수 있어 효율적인 마케팅을 전개할 수 있을 것이다.

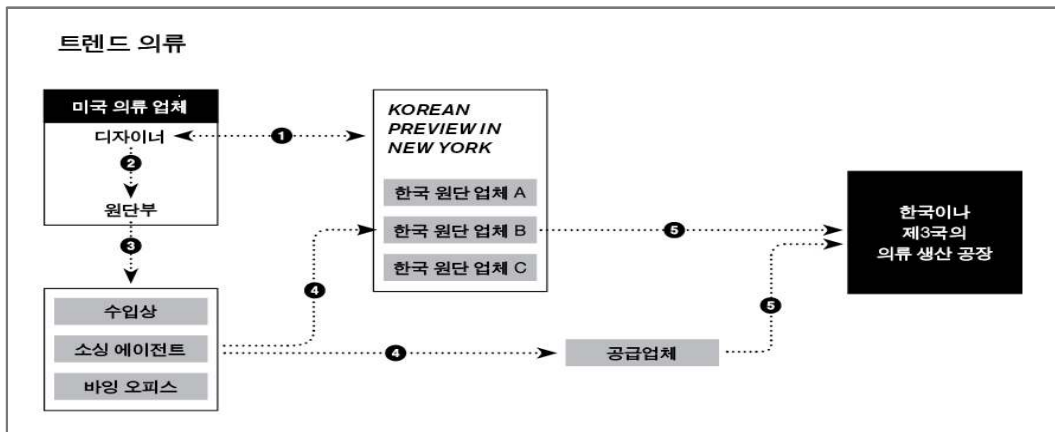
미국 의류회사들은 일반적으로 자사의 제품을 베이직 의류와 트렌드 의류, 2가지로 대별하고 있다. 베이직 의류(Basic Garments)는 매년 거의 같은 디자인과 같은 원단으로 생산해 낮은 가격에 대형유통점 등의 채널을 통해 판매하는 제품으로, 소비자들에게 기본적으로 필요한 일상용품화 된 제품이다. 따라서 새로운 소재(원단)를 구하기 위한 노력은 미미하며, 반복적 구매가 성행한다.

이에 비해 트렌드 의류(Trendy Garments)는 매년 유행하는 트렌드에 맞도록 제품을 기획해 새롭게 만드는 제품으로, 새로운 디자인과 제품 컨셉에 맞는 신 소재를 소싱하고 패션쇼 등을 통해 제품을 알리고 마케팅하고 있어 새로운 원단을 비롯한 각종 부자재를 구매하기 위해 적극적이고 광범위한 노력을 하고 있다.

디자이너 브랜드를 제외하고 일반적인 의류회사들은 예전에는 전체 생산량 중 '베이직 의류'가 80-90%를, '트렌드 의류'를 10-20% 정도를 차지했으나 최근 패션의류의 확대 정책으로 '베이직 의류'가 60-70%로 줄어든 반면, '트렌드 의류'가 30-40%로 증가하고 있는 추세이다. 여기서 유의할 것은 베이직 의류와 트렌드 의류의 원단구매 의사결정권과 구매과정이 각기 상이하므로 이를 간파하여 이에 알맞은 진출전략을 구사하여야 한다는 사실이다.

우선 트렌드 의류용 원단의 구입은 매년 간판 제품이기 때문에 매우 세심하게 디자인과 소재를 선택하고 있다. 즉 원단의 구입 결정권은 디자이너가 보유하고 있으며 '원단부(Fabric Department)'는 단지 디자이너가 결정한 원단을 구입하는 과정에서 가격과 물품인도 등을 협상하는 역할을 하고 있다. 따라서 원단부는 평상시 관계를 유지하고 있는 원단 에이전트, 수입상, 바잉오피스 등으로부터 받은 원단을 디자이너에게 소개하는 체제이기에 맨하탄에 소재한 원단 수입상들이 원단부의 직원들에게 꾸준히 샘플을 전달하는 이유가 바로 여기에 있다. 이 과정을 상세히 살펴보면 원단부의 사무실을 방문하여 적극적 마케팅을 전개하는 업체들에게 신소재의 원단을 수배 의뢰하는 경우가 일반적이다. 원단부가

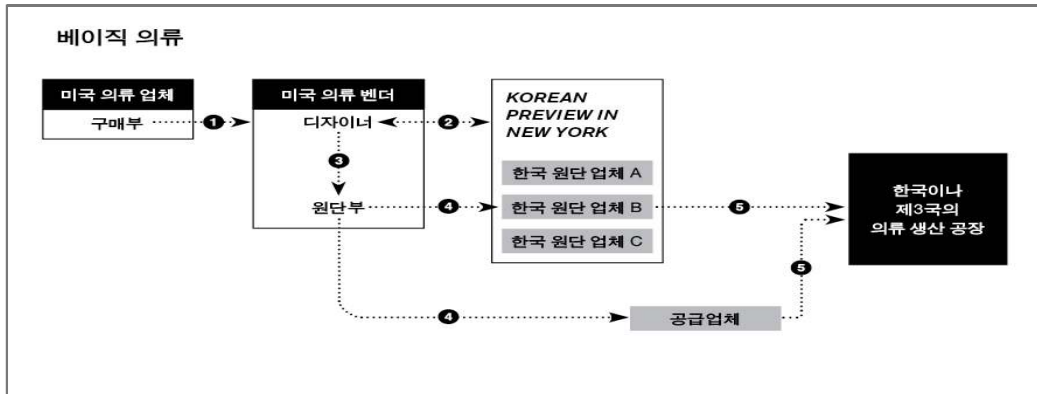
한국에 소재한 한국업체를 직접 접촉하는 경우는 매우 드문 것으로 알려지고 있기 때문에 한국 원단 업체들은 자신들의 판매 에이전트나 자체 사무실을 맨하탄에 보유하여 적극적 마케팅활동의 전개가 요구되는 것이다. 이러한 트렌드 의류에 사용되는 원단의 구매의사결정과 구매원단의 이동을 도해하여 설명하면 다음과 같다.



[도 1] 트렌드 의류의 원단 구매과정

이에 비해 베이직 의류용 원단의 구입과정은 ‘의류 벤더(Garment Vendor)’에게 전체 생산량의 80% 정도를 발주하고 있는 것으로 알려지고 있다. 의류 벤더란 의류회사로부터 ‘의류 오더(Garment Order)’를 받고 원단을 포함한 모든 자재와 부자재를 자신들이 구입하고 생산도 책임을 지고 완제품을 의류 회사에 납품하고 있는 회사로서 Li & Fung과 같은 회사가 그 대표적 회사이다. 이들 의류 벤더들은 금융력을 보유하고 있어 의류 오더를 받아 의류 회사에 완제품을 납품할 때까지 자신의 책임 하에 모든 과정을 진행하며, 원단 구입은 전적으로 의류 벤더회사 내부의 디자이너와 원단부가 결정하고 있다.

베이직 의류용 원단중 나머지 20%에 대한 생산은 의류회사 내의 ‘의류생산부(Garment Production Dept.)’에서 그동안 거래하고 있는 의류 소싱 에이전트나 바잉오피스를 통해서 원단을 구매하여 생산하거나 자신들이 직접 구매하여 생산하기도 한다.



자료원 : KOTRA 국가정보

[도 2] 베이직 의류용 원단의 구입 결정과정

원단을 미국에 수출하려는 국내 수출업체들은 자사의 제품이 ‘베이직 의류용’인지 아니면 ‘트렌드 의류용’인지를 구분하여 상기 원단 구입과정을 기준으로 자신이 우선적으로 접촉해야 할 바이어의 성격을 규정하는 것이 효율적인 마케팅 방법일 것이다. 아울러 원단의 성격이 결정되면 원단의 selling 포인트도 달라지게 되는데, 예컨대 베이직한 제품을 위한 원단을 구입하는 바이어는 무엇보다도 가격을 가장 중요한 협상 요소로 생각을 하는 반면, 트렌드 의류용 원단을 구입하는 바이어의 경우는 제품의 독특성, 품질, 디자인 등을 중요시하므로 이에 합당한 selling point를 결정, 적극적으로 마케팅하여야 할 것이다.

## 2) 미국의 섬유관련 무역거래 관행의 파악

(1) 무역거래 조건에서 LDP와 DDP조건의 거래가 성행하고 있다. 미국의 바이어들은 2005년부터 중국산 제품에 대한 셰이프가드 발동 등으로 섬유류 수입이 복잡해지자 LDP(Landed Duty Paid)와 DDP(Delivered Duty Paid) 조건으로 수입하기 시작하였고, 최근 LDP 또는 DDP 조건으로 수입하기를 강력히 요구하고 있다. 이에 따라 미국 세관은 원산지 증명을 위해 수입업체들에게 생산에 대한 자세한 정보를 요구하고 있고, 무엇보다도 MID(Manufacturer's Identification; 생산자 인식코드)를 잘 관리해야 통관이 순조롭고 신속하게 이루어질 수 있다.

특히 섬유와 의류의 수입 물동량이 많은 LA항으로 수입되는 물량에 대해서 심사 대상이 급격히 증가했으며 최근에는 뉴욕을 비롯해 시카고, 남부지역 항구 등도 이런 심사 강화 현상이 나타나고 있다. 더우기 미국 수입업체들은 그동안 자신들의 이름으로 통관을 했으나 이제는 수출업체들의 명의로 통관해야 한다고 관련 미국섬유의류수입자협회(USA-ITA)협회에서 권고하고 있고, 동 협회는 LDP/DDP로 수입시 주의사항에 대한 세미나를 개최하는 등 최근 세관의 심사 증가에 대한 주의를 회원사에게 당

부한 바 있는 현실이다.

## (2) 대금결제 기일 및 반품 등

의류의 해외 생산시, 대형소매업체들이 의류 제조업체들과 공급 계약을 맺을 경우, 결제조건으로 30days usance bill에 의한 소위 Net 30 Day를 주로 사용했으나 2001년 9/11 테러 사태이후 불경기를 지나오면서 60 Day Term이 일반적인 거래조건으로 정착되고 있고 있어 충분한 대금회수의 기간을 고려하여야 한다.

반품의 경우 전체 구매량의 3% 정도로 산정하고 있어 전체 구매가격의 97%만을 지불하는 관행이 있다. 만약 물품대금의 100%를 지불할 경우 반품 처리는 모두 공급업자가 책임을 져야하기 때문에 오히려 3% 정도를 Damage Average 명목으로 받지 않는 것이 일반적인 관습으로 정착됐다. 그러나 바이어 입장에서 반품이 3% 이상 나올 경우에는 전액 공급업체가 부담할 것을 요구하고 있는 경향이 있어 이를 받지 않으면 다음 오더를 받을 수 없는 경우가 많아 공급업체가 반품에 대한 부담을 거부하는 사례는 거의 없는 것으로 알려지고 있다.

한편 의류 벤더(Garment Vendor)가 모든 오더를 처리할 경우 이들은 제품에 소요되는 원단은 물론 모든 부자재를 소싱해 봉제 하청공장에 공급해 주고 아울러 모든 생산에 소요되는 비용을 감당하며 이렇게 생산된 제품이 의류 업체에게 인도된 후 30일에서 60일 후에 대금을 받게 된다.

## 2. 한미 FTA 발효이후 미국 섬유시장 변화 전망

한미 FTA협상의 주요내용은 다음과 같이 요약된다.

1) 미국의 섬유류 즉시철폐: 이는 수입액 기준으로는 61%, 품목수 기준으로는 87%의 대미 관세가 철폐되는 것으로 주력 수출품목 상당수가 FTA발효 즉시 관세가 폐지된다.

2) 원사기준(Yarn-forward Rule) 원산지 규정 채택, 다만 린넨직물, 합섬 여성재킷 및 합섬 남성셔츠 등 33개 품목에 관하여 Yarn-forward 예외 및 투입재로 레이온, 리오셀, 아크릴에 대해 Yarn-forward 예외에 합의하였다.<sup>15)</sup>

3) 직물, 의류에 대해 각 최대 1억 SME에 대한 역외산(域外産) 원료 조달을 허용할 수 있는 절차 도입하였다. 즉 수출국의 생산자 등이 우회수출 등 불법 행위 적발시, 수입국은 1억 SME의 물량에서 불법행위 연루 물량의 3배까지 공제 가능하며, 존속기간은 발효 후 5년이며 협의에 따라 연장이 가능하다.

수입관세의 철폐는 품목에 따라 경제적 효과가 다소 상이하지만, 가장 높은 관세를 부담하였던 스웨터의 경우(32%) 수출확대효과가 클 것으로 전망된다. 한미FTA협상의 발효를 가상하여 미국 뉴욕근처의 바이어들에게 한미FTA의 경제적 효과에 대한 질문<sup>16)</sup>에 대해 응답 바이어들은 한미 FTA 발효 첫해

15) 박도준, "한미 자유무역협정 섬유 및 의류산업 원산지 규정에 대한 고찰", 통상정보연구, 제10권제3호, 2008.9 pp.210-215



(단기), 중기, 장기별로 고르게 10% 이내의 수입 증가를 예상하면서, 섬유산업 전반적으로 FTA로 인한 급격한 수입 증가는 없을 것으로 전망하고 있다. 구체적으로는 발효 첫해에는 Synthetic원단, 가공 면제품류와 일부 여성용 의류제품, 남성수트 등을 중심으로 수입이 증가하여 평균 6.8%의 수출 증가가 있을 것으로 집계되었고, 3년차에는 스판덱스, 스트레치 가공 원단과 일부 여성, 남성용 의류제품이 주동적으로 증가하여 평균 6.6%의 수출증가가 예상되었다. 발효 5년 이후에는 대미수출이 평균 8.0% 증가할 것으로 예상되고 있는데, 주로 원단제품은 5% 이하 증가, 일부 여성, 남성용 의류제품이 20% 이상 증가할 것으로 전망되었다.

### 3. 미국 섬유시장 확대를 위한 제품전략

우리의 섬유산업은 한미FTA체결을 통하여 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고의 기회를 갖게된다. 우리는 이 시기를 우리의 섬유제품 품질과 디자인이 한 단계 **격상**되어 가격면에서나 품질면에서 동남아 등의 후발 경쟁국의 제품과는 확연히 차별되는 선진제품으로 자리잡는 절호의 기회로 활용하여야 한다. 이를 위하여서는 미국의 바이어들이 평가하는 다음과 같은 우리 섬유제품의 취약점에 귀 기울여 이의 개선을 통한 제품 일류화를 이룩하여야 한다.<sup>17)</sup>

#### 1) 한국만의 독특한 신제품 개발

뉴욕 현지 바이어들은 한국 원단의 품질이 약간 개선된 흔적을 찾아볼 수 있지만 아직도 신제품 개발이 시급하고 절대적으로 필요하다고 지적하고 있다. 한국업체들의 선보이는 제품은 ‘독특한 신제품’ 이라기보다는 기존 제품에 약간의 가공 처리를 한 정도의 변형 제품이 대부분인데 비하여, 중국 등의 후발개도국들의 제품 개발능력이 향상되고 있어 신제품을 개발하지 않으면 2-3년 후에는 현재 한국산이 경쟁력있는 품목조차 시장을 내주어야 하는 상황이 발생할 수 있다는 우려를 표하고 있다.

#### 2) 소량 오더의 적극적 수용

한국업체는 초기 오더 물량을 항상 많이 요구하는 데 비해 대만, 일본, 중국은 소량주문도 가능하므로 상대적으로 한국업체를 기피하는 현상이 발생하고 있다. 최근의 미국 의류업계는 패션의 급변과 이에 부응하기 위한 주문주기의 단축 등 무역주문 패턴의 변화로 인해 소량 오더 추세는 더욱 거세지고 있으나, 한국업체들은 여전히 소량주문을 기피하고 심지어 소량주문을 수용하지 않는 사례도 빈번하고 한다. 특히, 뉴욕의 고급품 시장은 고급 원단에 의한 소량주문의 특징이 있는데, 고급시장 경험이 부족

16) KOTRA 뉴욕무역관, 「한미 FTA가 한국의 섬유산업에 미치는 영향 설문조사」, 2007. 10

17) KOTRA, 「미국 의류산업 현황 및 진출 전략」, 2007. 11

한 한국 업체들은 이같은 하이-엔드(High-end)시장 성격을 이해하려는 노력과 함께, 새롭고 독특한 원단을 개발하여 소량으로 판매하되 단가를 높이는 선진국형 비즈니스 방식으로 나아가야 한다고 조언하고 있다.

### 3) 한국 원단의 ‘저가 제품’ 이미지 불식

미국의 바이어들은 한국 원단의 가격이 한해가 다르게 내려가고 있음을 지적하면서, 그동안 ‘좋은 품질, 다소 비싼 가격’ 이미지가 희미해지고 ‘저가 제품’ 이미지가 형성될 수 있음을 경고하고 있다. 미국 바이어들은 중국 원단의 수출단가를 알고 있어서 이를 한국업체에 제시하면 대개 그 가격을 받아들인다고 한다. 이런 상황은 베이직 의류의 원단이 주이지만 물량이 상당할 경우에는 제품을 가리지 않고 바이어가 원하는 선까지 가격을 낮추고 있어 전반적으로 한국 제품이 저가화 되고 있다는 인식이 생기고 있다. 제품의 고급화와 함께 고가전략으로 중국 등의 제품과 차별화에 성공하여야 할 것이다.

### 4) 현지 서비스의 강화

세계의 모든 업체들이 미국 바이어와 거래하기를 희망하고 있고, 뉴욕은 특히 경쟁이 치열한 시장이어서 미국 바이어들은 더욱 좋은 서비스를 제공하는 업체와 거래하기를 원하고 있다. 우수한 제품 외에도 신속한 샘플 제공, 문제 해결 등을 기대하고 있어 보다 우월한 서비스를 제공하기 위하여는 한국 업체들이 현지 에이전트를 지정하는 전략이 필요하다. 유럽 원단회사들은 거의 모두 미국에 에이전트를 가지고 있으며 미국 바이어들에게 적극적인 Follow-Up 서비스를 제공하여, 이를 기반으로 추후 오더로 연결되고 있다.

### 5) 진출확대 유력품목

바이어들이 밝힌 수입 희망 품목은 품질이 우수한 품목 위주로써 한국산의 품질 인지도가 높은 니트 원단, 쉬폰, 레이스, 자수 제품 등을 최고 수준으로 평가하며 수입 희망품목으로 꼽고 있다. 실제로, 레이스 드레스의 경우 미 백화점에 들어가는 상품들은 대부분 Made in Korea인 것으로 나타났다.

그리고 뉴욕 고급시장에서 수요가 있는 최상급 울, 실크원단 또한 한국산이 경쟁력이 있어 앞으로도 지속 수입의사를 밝히고 있는데, 한국산 울 제품의 경우 영국산과 견줄 수 있는 최상급 품질에 가격은 그보다 낮은 장점이 있어 Armani나 Saks Fifth Avenue 같은 고급백화점에 판매되는 옷에 사용되고 알려지고 있다.

또한 다수의 바이어들이 스트레치가 함유된 고급 원단, 가공 Cotton, Woven Cotton을 꼽고 있는데, 현재 GAP 사의 대표상품인 스트레치 면바지 원단의 30-40%가 한국업체의 원단을 사용하고 있는 것으로 알려졌다.

의류에서는 한국 봉제기술은 꼼꼼하고 정교하여 고급 의류 생산에 적합하다고 생각하며, 공정이 많은 셔츠나 자켓, 고급 여성 정장 수트 등의 수입이 경쟁력이 있을 것으로 지목하고 있다.

## IV. 결론 및 제언

### 1. 기업에 대한 제언

대미 수출에서 일부 고관세 부과제품에서의 관세철폐 효과는 수출확대에 긍정적, 지속적 효과를 나타내겠지만, 일부 저가품목인 원단 등에서의 수출확대효과는 그리 장기간 지속되리라 보이지는 않는다. 그 이유는 비교적 낮은 관세의 철폐임과 동시에 관세철폐를 이유로 한 가격인하 요구, 후발개도국의 집요한 시장침투 등으로 그 경제적 효과는 단기간에 그칠 수 있다. 이에 대응하기 위하여서라도 기업들은 한미FTA타결로 인한 이익을 장기적 시장안정화를 위한 R&D비용으로 재투자하여야 할 것이며 이와 아울러 다음과 같은 시장확대 및 제품 고급화 전략을 전개하여야 할 것이다. 금번의 기회에 제품 고급화를 달성하지 못하면 섬유산업의 안정적 미래발전은 힘들 것이라는 각오로 임하여야 할 것이다.

#### 1) 소량다품종 니치마켓 공략<sup>18)</sup>

기능성 제품, 환경친화적 제품 등 경쟁이 적고 고마진이 보장되는 니치마켓 특화 및 전문화가 필요하다. 이는 기술력을 바탕으로 차별화된 전문시장의 확보를 의미하며, 지속적 시장의 확보를 위하여 특화 기술의 License까지 받을 수 있는 신제품 개발이 요구된다.

#### 2) 고급시장 겨냥

현재 한국 섬유산업은 중국 등을 포함한 아시아 국가들과는 가격경쟁에서 뒤처지고 고급품으로는 이행하지 못한 마치 샌드위치와 같은 상황에 처해있다. 어차피 가격차를 극복하지 못한다면, 품질 등 다른 요소를 개발하여 일본과 이탈리아 등이 포진해있는 고급시장으로 타겟팅하여야 한다. 현재 일본과 이탈리아가 고급시장을 형성하고 있지만, 두 나라는 각각 다른 기준 즉 이탈리아산 원단이 창조적 생산이라면, 일본산은 기술적 발전 기준으로 볼 수 있다. 이탈리아의 창조적 생산은 그들에게 태생적으로 존재하는 것이므로 배우거나 따라잡기 힘든 반면, 기술로 고급품을 생산하고 있는 일본은 바탕으로 한국과 유사하므로 일단 일본이 한국의 고급시장 진출의 모델이 될 수 있을 것이다.

18) KOTRA, 「한미 FTA 한중일 경쟁력 분석 및 수출유망상품 발굴」, 2007. 12

### 3) 전문품목 특화

현재 비교우위가 있는 분야를 보다 특화하여 주력할 필요가 있다. 예를 들어, 한국산이 최고인 Cotton 티셔츠 품목은 더욱 확실히 살려야 할 것이고 경쟁력이 없는 분야는 과감히 버려야 할 것이다. 한국 업체들은 우물 안 개구리식으로 인터넷을 통한 정보만 알고 미국 시장을 깊게 알지 못하면서 미국 현지 업계 의견을 듣지 않는 경향이 강한데, 이를 개선하여 현지 시장에서 어떤 전문품목 수요가 있는지를 정확히 파악하는 태도가 필요하다.

## 2. 정부에 대한 제언

### 1) 한미 FTA 활용을 위한 홍보 노력 강화

한미 FTA의 관세철폐 효과를 최대한 누리기 위해 섬유업계를 비롯한 업계전반에 적극적인 홍보가 필요하다. 이는 정부차원에서 적극적인 홍보를 통해 그동안 침체되어 온 대미 섬유류 수출의 활성화를 주도하여야 하며, 특히 FTA 관세 철폐로 인한 가격 인하 사실, 이로 인해 예견되는 미국시장에서의 시장점유율 변화 등의 홍보에 더욱 힘써야 할 것이다.

아울러 FTA 특성상 복잡하고 전문적인 원산지규정 등 활용을 위한 적극적 홍보 및 교육이 병행되어야 한다. 관세청은 FTA 관세혜택을 위한 규정 특히 원산지기준의 홍보에 앞장서야 한다. 최근 관세청 내 FTA 전문가로 구성된 FTA 연구회를 조직하고 NAFTA, EU 등의 원산지관정사례를 연구하여 한미 FTA편 섬유 및 의류제품 원산지규정 해설서를 발간했다.<sup>19)</sup> 관세청은 이번 해설서를 중소기업중앙회, 전경련 등 경제단체, 자동차공업협회, 섬유산업연합회 등 업종별 단체뿐만 아니라 완성차 생산업체, 자동차 부품업체, 원사 생산업체, 의류생산업체 등 관련 기업에게 무료로 해설서를 배포할 예정이다.

### 2) 특수 기능성 제품으로의 유도 및 육성

저가 제품으로 중국과 경쟁하는 시대를 벗어나, 특수 기능성 제품으로 전환하도록 지도하고 육성하여야 한다. 저가의 기본 섬유제품은 한미 FTA로 관세가 철폐된다 하더라도 제 3국에 이미 구축되어있는 시설들과 인건비 싸움에서 밀리기 때문에, 기능성 제품의 수출에 주력해야 한다. 예를 들어, 수 제작이 많은 자수 제품이나, 레이스, 등산복, 파티복, 웨딩드레스의 기술과 신제품 개발 능력은 중국이 한국을 따라오지 못하는 분야이다. 미 현지에서 기능성 제품의 인지도는 이미 한국이 중국보다 높아 마케팅을 따로 할 필요성도 별로 없다.

---

19) [www.taxtimes.co.kr](http://www.taxtimes.co.kr) 2008-10-21, cf, 관세청, 한미FTA편 섬유 및 의류제품 FTA원산지기준 해설서, 관세청, 2008.10.

### 3) One-stop Shopping화 육성

Textile 분야에서 정부가 특정품목에 대한 취급업체의 전문화를 유도하고 육성지원하여 한국에서 원단 원스탑(One-stop) 쇼핑이 가능하도록 육성해야 한다. 즉, 이것 저것 잡화 모두 다 취급하려 하지 말고 상위 고급품 위주로 특정 품목을 한 업체만 취급하되 전체적인 한국 시장은 Diversity를 구성하여, 한국 시장에서 원스탑 쇼핑이 가능하도록 하는 전략이다. 바이어(shopper)가 원하는 원단을 모두 구할 수 있는 시스템을 구축해놓은 이탈리아의 두오모 시장이 대표적인 예이다.

### 4) “Made In Korean Management” 추진

현재 의류시장의 특성상 Made In Korea보다는 좀 더 큰 그림으로 Made In Korean Management를 추진할 필요가 있다. 예컨대 '나이키'는 세계 각국의 원자재로 세계 각국에서 생산하고 있으나 각각 별개로 인식되지 않고 '나이키'로 인지하고 있다. 즉 어디에서 만들었느냐 보다, 어디에서 디자인하고 품질을 관리했느냐에 초점을 맞추는 것으로 우리도 우리보다 저렴한 원단, 인건비 등을 활용하여 생산하는 네트워킹시대에 대비하기 위한 전략으로 Made In Korean Management 전략이 필요하다.

### 5) 디자인, R&D 등에 선별적 지원 강화

중저가 의류는 중국, 베트남, 인도네시아 등과 경쟁이 될 수 없는 구조로 마진도 보장되지 않는 시장이다. 따라서 한미 FTA를 계기로 정부는 디자인, 기능성제품에 대한 R&D 투자, 패션, 고가브랜드 제품 등 한국의 섬유산업이 고부가가치화, 고급품으로 자리매김할 수 있는 분야에 선별적 집중지원이 필요하다. 한편 섬유산업에 대한 정책자금의 지원방향은 기술개발의 기획평가 강화 등을 통하여 가치사슬상의 네트워킹을 촉진시키는 방향<sup>20)</sup>으로 전개되어야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

나성린, 『한미FTA대한민국보고서』, 동행, 2006.10

박도준, "한미 자유무역협정 섬유 및 의류산업 원산지 규정에 대한 고찰", 통상정보연구, 제10권 제3호, 한국통상정보학회, 2008. 9.

박종돈, "한미FTA협상 타결에 관한 양국간의 문제점 및 대응방안", 통상정보연구, 제9권 1호, 한국통상정보학회, 2007. 3.

20) 홍운선, 한미FTA 영향분석 및 대응방향 수립을 위한 산업별,분야별 토론회 자료, 한미FTA체결지원위원회,2006.12.

- 이현식, "한 미FTA 체결에 따른 저축은행의 성장전략모색", 통상정보연구, 제10권 제3호, 한국통상정보학회, 2008. 9.
- 대외경제정책연구원, 「한미 FTA의 경제적 영향분석」, 연구보고서, 2007
- 산업자원부, 「2006년도 무역 통상진흥종합시책」, 2006
- 연합뉴스, "美, 재협상없인 한미FTA 비준 어려워", 2009. 1. 23
- 외교통상부, 「한미 FTA 분야별 최종결과」, 보고서, 2007
- 이재기, 『FTA의 이해』, 한울출판사, 2005
- 관세청, 「한미FTA편 섬유 및 의류제품 FTA원산지기준 해설서」, 관세청, 2008. 10.
- 홍운선, 「한미FTA 영향분석 및 대응방향 수립을 위한 산업별,분야별 토론회 자료」, 한미 FTA체결지원위원회, 2006.12
- KOTRA, 「미국 의류산업 현황 및 진출 전략」, 2007. 11
- \_\_\_\_\_, 「한미 FTA에 따른 미국내 한중일 경쟁력 비교」, 2007. 12
- \_\_\_\_\_, 「뉴욕 한국섬유전 사전 간담회 자료」, 2008. 1
- Datamonitor, 「Apparel Retail in the United States」, 2007. 8
- NCTO; National Council of Textile Organizations
- Textiles Intelligence, 「Global Technical Textiles Business」2007. 12
- www.bea.gov: 미 상무부 경제분석국(U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis)
- www.bea.gov: 미 상무부 섬유국 (U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Office of Textiles and Apparel)
- www.kofoti.or.kr
- www.nyfashioncenterfabrics.com