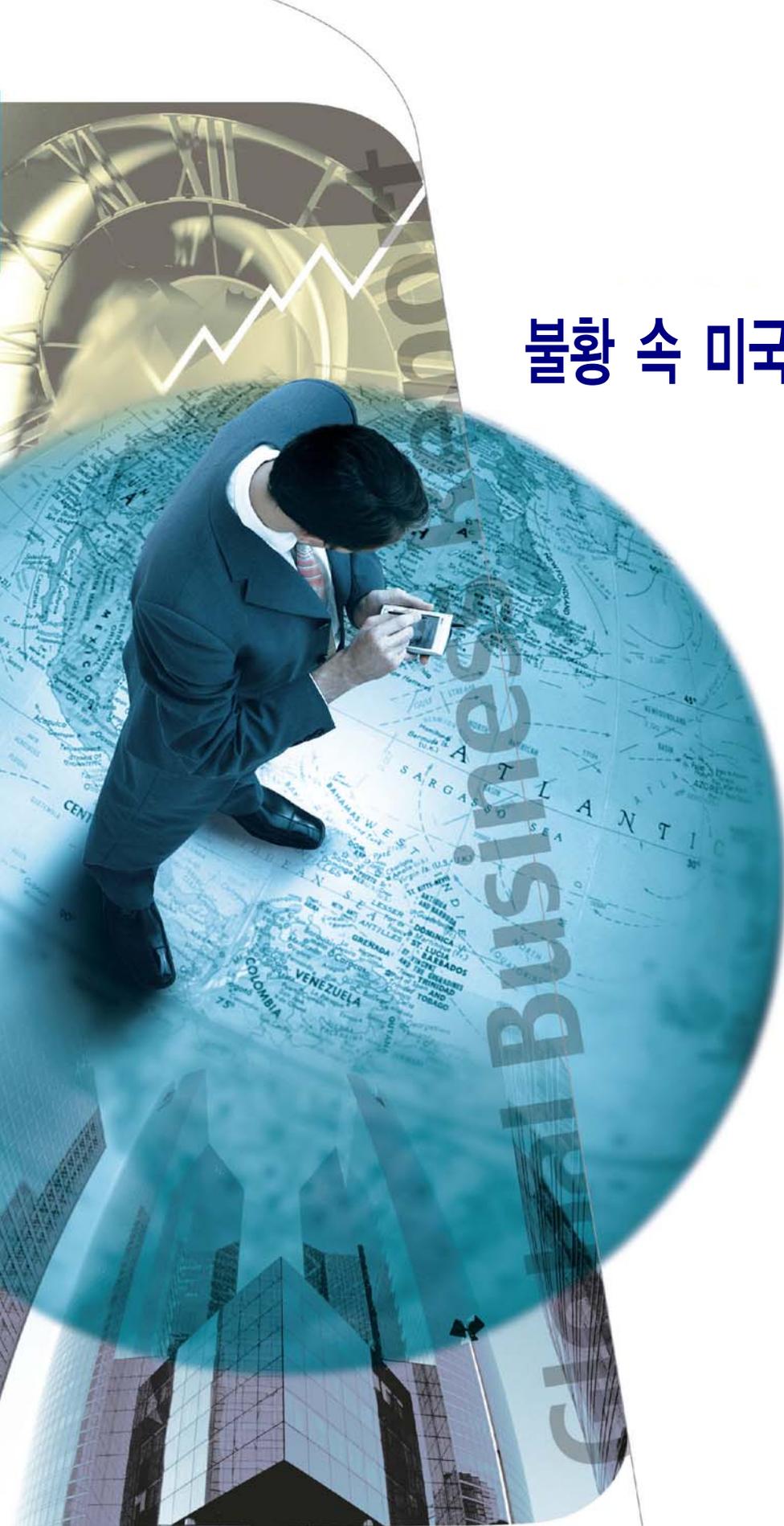


# 불황 속 미국 섬유시장 진출 전략



# CONTENTS

## 목 차

### 요 약 / 1

---

### I. 미국 경기 현황 및 전망 / 5

---

### II. 섬유·의류 소매시장 현황 및 업계 대응 전략 분석 / 9

---

- 9 | 가. 소매 시장 현황
- 10 | 나. 소매업계 대응 전략
- 15 | 다. 국내업계 파급효과 전망

### III. 2009년 미국 섬유 수입시장 동향 / 17

---

- 17 | 가. 미국의 섬유류 수입 동향
- 18 | 나. 미국의 의류 수입 동향
- 23 | 다. 미국의 원단 수입 동향

### IV. 2010년 미국 섬유 산업 통상 정책 전망 / 27

---

### V. 국내 업계 대응 전략 및 시사점 / 31

---

## 첨부 : 미 원단 바이어 내년 시즌 오더 미리 보기 / 37

## 요 약

### I. 미국 경기 현황 및 전망

- 3/4분기 실질 GDP 2.8% 기록, 지표상으로는 경기 회복 분위기
- 소비심리는 아직 동면중으로, 2010년 2% 미만의 완만한 경기 회복 예상

### II. 섬유·의류 소매시장 현황 및 업계 대응 전략 분석

- 저가 제품 취급 백화점과 전문점, 대형할인유통망 매출 강세
- 소매업계 대응 전략
  - 철저한 재고관리 : 최소한 낮게, 최대한 팔릴 제품으로만 유지
  - 정말 필요한 Core Program외, 나머지 프로그램들은 보유하거나 철폐하여 오더량을 기존 수준으로 유지하거나 축소
  - 품질의 미덕 : 실수가 아닌 구매 전략 자극하는 현명한 전략
  - 세일의 일상화 : 당초 출시 가격 인하
  - 제품의 순환 주기 가속화 : 'Now Trend' 전략
  - 선택과 집중의 납품업체 선택 : 납품업체 오더량 부익부 빈익빈 현상
- 국내업계 파급효과 전망
  - 바이어들 짜내고 또 짜낸다(squeezing situation)
  - 실물경기 회복 지연으로, 기본 프로그램을 제외한 나머지 오더 프로그램은 보유 철폐되어, 2010년 실제 오더량은 증가하지 않을 전망
  - 철저한 재고관리 및 'Now Trend' 전략으로 리드타임 단축 및 재고관리까지 납품업체에게 떠맡겨질 가능성

- 올 한해 혼풍이었던 환율 도움의 퇴장으로 내년도 수익성 악화예상  
- 2009년 1달러=1,500원 VS. 2010년 1달러=1,000~1,050원 예상

### III. 2009년 미국 섬유 수입시장 동향

- 경기 침체 직격탄 맞아 모든 섬유제품(의류, 원단 등 비의류 모두) 수입 전년보다 더욱 감소
- 모든 제품에서 저가 제품 수입 증가 현상 나타나
  - 중국, 베트남, 인도 등 3대 저생산 코스트 국가로부터 수입 증가
- 그러나, Fast Fashion이 인기를 끌면서, 수입단가가 다소 높더라도 리드타임을 줄일 수 있는 중남미로부터 수입 확대 가능성 증가
  - CAFTA-DR의 발효 효과가 본격화되고 있다는 점도 이를 뒷받침
- 한국산 의류는 고전, 원단은 미국 수입시장서 상대적 선전
  - 의류는 저가와 고가 사이 어정쩡한 포지셔닝으로 인해 고전, 원단은 환율 효과에 힘입어 품질대비 가격이 좋아 미국 바이어들이 소싱 확대

### IV. 2010년 미국 섬유산업 통상 정책 전망

- 실업률 고공 행진 등으로 미국 내 반교역적 정서가 팽배한 가운데, 내년 11월 중간 선거를 앞두고 있어, 오바마 대통령의 강력한지지 기반인 노조 달래기 용으로 올해 말부터 내년 5월 사이에 대중 세이프가드 제소장이 제출될 가능성이 높은 상황
- 근시일 내 한미 FTA 비준은 무리, 최빈국 특혜 프로그램 확대 및 개정안 통과는 유력시되는 바, 해당 국가에 진출한 한국 기업에 수혜 예상

## V. 국내 업계 대응 전략 및 시사점

- 바이어가 원하는 걸 제공해야 생존 가능 : 트렌드에 대한 이해는 기본
- 가격 경쟁력에 대한 끊임없는 검토 : 글로벌 소싱 환경에 대한 지속 비교
- 재고는 죽음, 남들보다 늦게 시작해서 빨리 매장에 내놔라
  - 속도전엔 한국이 강하다 : Fast Fashion 하에서 원단 시장은 한국에 기회
- 유사 성격 바이어별로 그룹화하여 납품 : Zara를 하려면 Mango를 해야 한다!
- 음식 백화점 시대는 끝났다. 전문 음식점이 되어라!
  - 가장 잘하는 것을 골라내어, 이걸 전면에 내세워 제품을 구성
- 섬유·의류 산업도 융복합화! : 나무만 보지 말고 숲도 보는 안목으로 정보를 습득해라!

## I. 미국 경기 현황 및 전망

### □ 3/4분기 실질GDP 2.8%기록, 지표상으로는 경기회복 분위기

- 2009년 2/4분기 마이너스 0.7%(전기대비 연율)로 확정돼 2008년 4/4분기의 마이너스 5.4%, 2009년 1/4분기의 마이너스 6.4% 보다 훨씬 개선된 실적 기록
  - 3/4분기 1차 집계치는 2.8%로 경제가 급격히 회복된 것으로 나타나고 있으나 아직 전년 동기 대비 마이너스 2.5%로 작년의 금융위기 이전 보다는 못한 수준
- 미국 연방정부와 주정부 및 지방정부의 지출과 투자가 증가율을 기록했고 아울러 기업들의 재고 압박이 일부 해소돼, 산업생산이 점차 개선되기 시작한 것은 경기회복에 긍정적인 토대를 마련한 것으로 평가 받고 있음.
  - 미국의 산업생산은 7월에 0.9% 증가해 작년 7월 이후 지속된 마이너스 행진을 종식하였고 아울러 7월 이후 9월까지 연속 3개월간 플러스 성장을 지속
  - 최근 산업생산의 증가현상은 무엇보다도 그동안 소비자들의 구매활동의 급락으로 많은 재고 압력에 부딪혀 왔으나 2008년 9월 금융위기 이후 지속적으로 할인판매를 단행하고 신규 오더를 대폭 줄이면서 기존 재고 처분을 과감하게 실시한 결과, 재고 수준이 상당히 줄어 이제는 어느 정도 수준의 재고를 유지하기 위한 신규오더가 증가한 덕분인 것으로 분석
- 그러나 3/4분기 성장률은 정부의 노후차량교체지원금과 첫 주택구입자 세금 감면에 따른 일시적인 자동차 판매증가와 주택판매 증가에 기인한 것으로 평가를 받고 있어 아직은 완전한 회복세로 판단하기는 이른 것으로 관측

### 〈미국 실질GDP 성장률 추세〉

	2008				2009		
	연간	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
전기대비 성장률(%)	0.4	1.5	-2.7	-5.4	-6.4	-0.7	2.8
전년동기대비 성장률(%)	0.4	1.6	0.0	-1.9	-3.3	-3.9	-2.5
물량 인덱스(2005=100)	105.33	106.15	105.43	103.98	102.27	102.08	102.97

자료원 : 미국 상무부

## □ 아직 소비심리가 동면 중, 시간 더 걸릴 전망

- 개인소비지출은 2008년 7월부터 2009년 4월까지(2009년 2월 제외) 지속적인 감소 추세를 탈피해 5월 이후 대체적으로 플러스 성장세 유지
  - 백투스쿨시즌인 8월에 1.4%의 높은 증가율을 기록했으나 9월에는 다시 마이너스 0.2%를 기록, 아직은 소비자들의 소비심리가 안정되지 않은 것으로 파악됨.
- 또한 향후 6개월 이후의 소비를 나타내는 선행지수인 소비자신뢰지수도 7월 이후 3개월간 상승했으나 10월에 하락해 이를 향후 미국 소비의 앞날이 밝은 것만은 아님을 보여주고 있음.
  - 지난 10월에 10.2%로 정점에 달한 실업률이 가장 큰 원인으로 지목. 2010년에도 10%를 상회할 것으로 전망됨에 따라, 얼어붙은 소비심리가 해빙무드로 접어들기까지는 한동안 시간이 소요될 것으로 관측

## 〈미국의 소비 추세〉

(단위 : %, 지수제외)

	2008년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월
개인소비(실질) (전기대비)	-0.1	-0.2	-0.4	-1.0	-0.7	-1.1
소비자신뢰지수(주)	66.0	65.7	70.3	57.6	55.3	60.1

	2009년									
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
개인소비(실질) (전기대비)	1.1	0.4	-0.2	-0.2	0.1	0.7	0.2	1.4	-0.2	-
소비자신뢰지수(주)	61.2	56.3	57.3	65.1	68.7	70.8	66.0	65.4	73.5	70.6

주 : 소비자신뢰지수는 로이터/미시간대학 발표 자료임.

자료원 : 미국 상무부, 로이터/미시간대학

- 주택압류 가구 수 증가 및 주택가격 하락세 지속등 주택경기 침체도 미국인들의 그동안 소비 회복에 걸림돌로 작용

□ 2010년 3/4분기까지 2.0% 미만의 낮은 성장세 전망 ☞ 완만한 경기 회복 예상

○ 미국 경제의 2/3를 차지하는 민간 소비 회복이 더디, 경기 회복도 느리게 진행될 것으로 예상

- 미국 경제는 3% 이상 성장을 해야 경제가 안정을 유지하는데, 2010년 경제 성장률은 2% 미만에 그칠 것으로 예상되고 있어, 일각에서는 경기침체가 재발할 수 있다는 우려도 제기

〈GDP 성장률 전망〉

(단위 : 전기대비 %)

	2009			2010			2008 년간	2009 년간	2010 년간
	2/4	3/4	4/4	/4	2/4	3/4			
컨퍼런스보드	-0.7	2.8	3.1	1.1	1.9	1.9	0.4	-2.5	2.0
S&P	-0.7	2.8	1.7	1.7	1.9	2.3	0.4	-2.7	1.8

주 : 2009년 11월 3일 현재 가장 최근 전망치

자료원 : 컨퍼런스보드, S&P,

## ○ 주요 경제분석기관들의 2010년 경제 전망

경제분석기관	2010년 경제전망 내용
J.P.모건체이스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이번 경기침체의 골이 워낙 깊었기 때문에 내년 분기별 성장률이 3.5% 를 달성해도 경기침체 이전의 GDP 총액(연율 기준)인 13조 4천 200억 달러를 회복하지 못할 것으로 전망,</li> <li>• 따라서, 금융위기 이전 수준을 회복하기까지는 앞으로 수년 소요 예상하며, 이번 경기회복 국면이 가장 실망스런 회복기가 될 것으로 밝힘.</li> </ul>
무디스닷컴	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이번 경기침체로 발생한 실직자 690만명과 13조9천억달러 규모의 사라진 부(富) 회복에 향후 5년이 걸릴 수 있는 가능성 제시</li> <li>• 경기침체 이전 2007년의 4%대 실업률로 돌아가는 것은 아예 불가능할지 모른다고 발언</li> </ul>
컨퍼런스 보드 (The Conference Board)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경기침체 바닥 통과, 상승세 시작 진단하고 V자형 경기회복은 가능성 낮고 약하나 W자형 회복 가능성 있다고 전망</li> <li>• 소비지출을 경기회복의 아킬레스 건으로 진단. 연말시즌 소비활동이 다소 활발해질 수 있겠지만 2010년 초반 다시 정체돼 활기 잃으며 경기회복의 발목을 잡을 수 있다고 예상.</li> </ul>
브루킹스 연구소 (The Brookings Institute)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 일단 침체가 멈춘 것으로 평가, 다시 침체하는 더블딥 가능성을 배제할 수 없다고 발표.</li> <li>• 경기회복의 강도가 매우 불확실하고 국내 수요도 여전히 매우 취약하여, 정부가 경기부양책을 성급하게 중단하면 추가적인 침체 위험 야기될 수 있음.</li> </ul>
미국기업연구소 (AEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융경기는 각국 중앙은행과 정부의 적극적인 개입으로 심각한 단계는 벗어난 것으로 판단되나, 실물경기의 경제 활동은 정체국면을 나타내고 있어, 향후 전망 다소 불확실</li> <li>• 2, 3분기는 일시적으로 경제 회복 징후 있겠으나 연말 또는 2010년 초 회복세가 정체 또는 후퇴 양상 보일 가능성 지적</li> </ul>
경제학자 누리엘 루비니 (뉴욕대 교수)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 잘해야 U자형 저성장 회복세를 보일 것으로 전망.</li> <li>• 경기침체가 끝나도 체감상황은 여전히 침체기라고 느낄 정도로 미국 경제 회복강도는 약할 것이라고 전망</li> <li>• 주택가격이 내년까지 12% 추가 하락해, underwater (주택담보가치&lt;대출 잔여액)건수 증가 예상</li> </ul>

## II. 섬유·의류 소매 시장 현황 및 업계 대응 전략 분석

### 가. 소매 시장 현황

□ 저가 제품 취급 백화점과 전문점, 대형할인유통망 매출 강세

〈백화점 매출 추이(2009.1~10월)〉

업체명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
Bon-Ton	-8.2	-8.5	-11.2	-5.1	-12.1	-8.0	-9.8	-5.1	-4.8	3.1
Dillard's	-12.0	-13.0	-19.0	-6.0	-12.0	-14.0	-12.0	-12.0	-6.0	-8.0
J.C. Penney	-16.4	-8.8	-7.2	-6.6	-8.2	-8.2	-12.3	-7.9	-1.4	-4.5
Kohl's	-13.4	-1.6	-4.3	-6.2	-0.4	-5.6	0.4	0.2	5.5	1.4
Macy's	-4.5	-8.5	-9.2	-9.1	-9.1	-8.9	-10.7	-8.1	-2.3	-0.8
Neiman Marcus	-25.8	-24.2	-31.2	-24.6	-27.0	-23.0	-25.5	-19.6	-17.6	-6.2
Nordstrom	-11.4	-15.4	-13.5	-10.8	-13.1	-10.0	-6.9	-7.6	-2.4	6.5
Saks	-23.7	-26.0	-23.6	-32.0	-26.6	-4.4	-16.3	-19.6	-11.6	0.7
Stage Stores	-13.1	-8.6	-15.0	-1.5	-7.2	-12.6	-11.9	-9.5	-5.6	-0.1
평균	-14.3	-12.7	-14.9	-11.3	-12.9	-10.5	-11.7	-9.9	-5.1	-0.9

〈전문점 매출 추이(2009.1~10월)〉

업체명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
Abercrombie & Fitch	-20.0	-30.0	-34.0	-22.0	-28.0	-32.0	-28.0	-29.0	-18.0	-15.0
Aeropostale	11.0	11.0	3.0	20.0	19.0	12.0	6.0	9.0	19.0	3.0
American Eagle	-22.0	-7.0	-16.0	-5.0	-7.0	-11.0	-11.0	-7.0	0.0	-5.0
American Apparel	2.0	-9.0	-11.0	-7.0	-10.0	-13.0	-13.0	-20.0	-15.0	-6.0
Banana Republic	-22.0	-16.0	-16.0	-8.0	-14.0	-20.0	-7.0	-8.0	-12.0	5.0
Buckle	14.7	21.0	14.7	18.2	13.4	9.6	2.8	3.6	5.1	4.3
Cato	-10.0	8.0	-6.0	11.0	-3.0	-3.0	-3.0	5.0	6.0	0.0
The Children's Place	-11.0	0.0	-2.0	5.0	-9.0	-12.0	-4.0	-8.0	4.0	-2.0
Gap (U.S.)	-18.0	-12.0	-14.0	-10.0	-11.0	-10.0	-9.0	-7.0	-8.0	-6.0

업체명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
Hot Topic	6.0	10.8	7.1	3.1	-6.4	-7.9	-8.5	-8.1	-4.0	-2.6
Destination Maternity	5.1	-3.5	-7.6	-1.2	-5.4	-10.7	-8.3	-10.6	-7.0	-5.2
Old Navy	-34.0	-13.0	0.0	1.0	3.0	-7.0	-8.0	4.0	13.0	14.0
Rite Aid	1.0	-0.9	-0.7	1.8	0.6	-0.6	-0.6	-1.9	-0.3	-0.5
Victoria's Secret	-15.0	-9.0	-10.0	-8.0	-10.0	-14.0	-9.0	-5.0	-1.0	-6.0
Walgreens	0.4	-1.9	1.5	5.7	1.0	-0.9	2.0	1.9	5.3	4.9
Wet Seal	-14.7	-6.6	-11.4	-2.2	-8.4	-11.1	-12.1	-11.2	-4.5	-1.3
Zumiez	-14.8	-13.4	-17.9	-13.8	-20.7	-19.3	-16.8	-12.1	-0.8	-8.9
평균	-7.9	-4.1	-7.0	-0.6	-5.4	-8.9	-7.1	-5.9	-0.7	-1.4

### 〈대형할인유통점 매출 추이(2009.1~10월)〉

업체명	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
BJ's	7.6	8.2	8.5	5.5	4.0	2.7	1.8	2.2	5.5	3.7
Costco	-2.0	-3.0	4.0	0.0	1.0	1.0	-1.0	2.0	4.0	4.0
Ross Stores	-2.0	1.0	3.0	6.0	4.0	1.0	4.0	6.0	8.0	9.0
Stein Mart	-16.7	-12.2	-1.4	-12.3	0.2	-8.0	-5.5	-8.9	-5.4	-4.9
Target	-3.3	-4.1	-6.3	0.3	-6.1	-6.2	-6.5	-2.9	-1.7	-0.1
TJ Maxx	-4.0	0.0	2.0	3.0	5.0	4.0	4.0	5.0	7.0	10.0
평균	-2.6	-0.7	1.5	1.2	1.4	-0.9	-0.5	0.6	2.9	3.6

주 : 동일 점포를 대상으로 한 전년 동기 대비 매출 증감률  
 자료원 : Company Reports

## 나. 소매업계 대응 전략

철저한 재고 관리 : 최소한 낮게 최대한 팔릴 제품으로만 유지

○ 소매업체, 소비지출 감소와 매출부진에 대응하기 위해 現 재고 수준을 전년 동기 대비 평균 15% 이상 낮추고, 물량, 제품내용, 주기를 모두 변화

- 물량 : 최소한의 수준만 보유. 트렌드를 타거나 패션 상품일수록 재고 수준은 더욱 낮음.

- 재고내용 : 지금 당장 시장에서 팔릴 수 있는 제품(Open-to-Buy), 또는 이미 시장에서 검증된 제품(Tried-and-True)으로만 채움.
- 제품 입고 주기 : 시즌 임박 추세, 반응이 좋더라도 미리 오더하기보다 검증된 제품에 대하여 오더를 반복 발주
- 재고를 만드는 것보다는 차라리 시간 때문에(기회를) 놓치는 게 낫다는 전략
  - 가격 뿐 만 아니라 시간(lead time)도 중요해짐.
  - 재고까지 납품업체가 관리하는 걸 요구(혹은 유도)하게 될 가능성 점증
- 정말 필요한 Core Program 외, 나머지 프로그램들은 보류하거나 철폐
  - 전반적인 오더 수량이 보험세를 유지하거나 감소
  - 대표 사례
    - Target : 외의류(Outerwear) 25% 구매감소. 바지 오더 대폭 감소
    - Macy's : Linen Program 취소(division 별 overlap관리), Program 수량은 올해보다 전혀 늘지 않을 것이라 공언, 오더를 빨리 해야 하는 수준까지 push
    - JC Penney : 전 style 을 100% place 하지 않음, Fast Fashion system도입
    - Forever 21 : Better Basic Program 진행, 물량 확보하여 필요 시 생산
    - SAKS : 재고 20% 추가 감소, Trend와 일치하는 것만 확보
- 품질의 미덕 : 실수가 아닌 구매 전략 자극하는 현명한 전략
  - 품질(Sellout)은 기존 윌스트리트 소매 전문가의 시각으로 보면, 업체가 시장 수요를 예측하지 못하고 판매할 수 있는 기회를 놓쳐버린 명백한 실수로 평가되었으나,

- 새로운 시장에서 품질은 과잉 재고의 리스크를 피하면서 소비자의 구매 심리를 자극하는 현명한 전략으로 인식
  - 업체들의 품질 전략 : 소비자 수요 창출 vs. 소비자 실망시키기 사이에서 균형잡기
    - 새로운 수요 창출에 몰두하면서도, 물량은 무리가 되지 않을 정도로만 구비
    - 그 결과, 불황기 세일가격 구입에만 익숙해져있는 소비자들이 세일을 기다리지 않고 품질되기 전에 정상가로 구입하도록 유도
  - 대표 사례 소개
    - *트래디셔널 의류 브랜드 Brooks Brothers, 머천다이징 총 책임자*
      - 재고수준 15~25% 낮춘 결과, 지난 6월 Father's Day에 플로셔츠 등 인기제품들 품질 현상 발생
      - 최소 연말쇼핑시즌 제품까지 재고수준 지속적으로 매우 낮게 유지할 계획
- 세일의 일상화 : 당초 출시 가격 인하
- 소비자들 세일가격에 익숙해져 세일가격을 정상가격처럼 여기는 부작용 초래
    - 금융위기 후 1년간, 다급해진 소매업체들 세일 거듭해 70~80% 딥 디스카운트가 일반화되자, 똑똑해진 소비자들은 세일을 기대하며 구매를 지연
  - 시장조사기관 NPD에 따르면, 현재 미국 소비자 52%, 세일 또는 프로모션 가격 구매
    - 5년 전, 소비자 52%가 정상가에 구매했던 기록과는 정반대 현상
  - 상황이 이렇게 되자, 소매업체들은 소비자 세일 마인드를 바꾸려기 보다는 당초 출시가격(정상가격)을 낮추고 과도한 세일은 피하려는 노력 전개

□ 제품 순환주기 가속화 : 'Now Trend' 전략

- 소매업체들 제품 순환주기(Turnaround) 더욱 빨라지고 있어
  - 공급업체에 더욱 짧은 리드타임 요구
  - 대형 유통업체들 생산기간, 기존 25주 이상에서 최근 12주까지 단축할 방법 찾는 중
  - 오더에서 매장 내 디스플레이까지 평균 8주인 업체도 늘고 있음.
    - ☞ H&M과 Forever 21의 약진으로 Fast Fashion은 이제 모든 소매업체가 쫓아가고자 하는 주류 비즈니스 모델로 급부상
- 가격보다 속도가 우선, Made In USA 선호 현상까지 발생
  - 저렴한 생산단가보다 시장에 적시에 제품 공급하는 스피드 중요성 증대
  - 인건비 낮은 아시아 지역 생산보다 최소 오더량과 공급속도가 융통성 있는 미국내 또는 인근지역에서 소량을 빠르게 공급받는 현상 증가
- 제품 순환주기 가속화
  - 소비자, 미리 사두지 않고 필요할 때마다 그때 그때 구입.
  - 따라서, 업체들 시장 적중률 높이기 위해 시즌 임박해서 소비자 동향과 트렌드가 확실해지면 오더를 발주
    - 리스크를 피하기 위해 오더를 분할하여 시즌 중에도 오더
    - 축소된 신용 한도로 인해 구매력이 낮아졌거나 현금(cash)이 확보되면 현금 결제
- 대표 사례 소개
  - 저가 백화점 J.C. Penney 바이어
    - 제품 순환주기를 더욱 빠르게 잡아, 제품의 해외 딜리버리를 총 17주 이내로 단축. 작년 쉬핑 타임 프레임이 52주 내외였던 점을 감안, 약 1/3로 짧아진 셈임

- 생산기간도 기존 25주 이상에서 최근 12주까지 단축할 방법 모색 중
- 액세서리 라이선스 업체 *Lucas Design International CEO*
  - 디즈니, 워너브라더스 등의 액세서리 취급
  - 모든 소매업체가 리드타임을 더 짧게 할 방법을 찾고 있고, 현금 유동성과 시장 수요에 맞춰 가능한 판매 시즌 코앞까지 임박했을 때 제품을 구매하고 싶어 한다고 강조
  - 오더에서 매장 디스플레이까지 평균 제품 순환주기 8주 전략 구사 중
- 디자이너 브랜드 *Betsy Johnson, CEO*
  - 지금사서 지금 입는(Buy-Now, Wear-Now) 소비자 트렌드로 인해 제품 순환주기 한층 더 단축

□ 선택과 집중의 납품업체 선택

- 납품업체(벤더) 오더량 부익부 빈익빈 현상 발생
  - 기본적인 오더량이 줄어들다 보니, 구매력을 집중하여, 가격과 품질을 보장할 수 있는 납품 업체들로 Pool을 구성 → 납품업체 업그레이드
  - 각 소매업체들은 납품업체에 대한 평가 시스템을 내부적으로 갖추고 있는데 일례로 JC Penney는 A, B 납품업체 형태로 프로그램을 운용, 일단 A 납품업체에 웬만큼 오더를 주고 난 후에야 B 납품업체로 오더 발주
- 대표 사례
  - 대형 유통업체 *Target*
    - 구매력 집중을 위해 공급업체 수를 1400개에서 300개로 대폭 축소,, 공급업체 소수 정예로 구성 중
  - 글로벌 캐주얼 브랜드 *Gap*
    - 수익과 경쟁력 확보 위해 공급업체 어카운트 수는 줄이되 우수한 업체들과 장기 관계 유지 노력

## 다. 국내업계 파급효과 전망

※ 하단의 내용은 '2010년 미국 섬유시장 진출 설명회(2009.12.8)'에서 이영선 SG 위커스 뉴욕지사장 발표 자료를 요약·재구성

### □ 바이어들 짜내고 또 짜낸다.(Squeezing Situation)

○ 끝없는 가격 인하 전쟁이 지속됨에 따라, 더 이상 가격만으로는 승부할 수 없는 상황에 직면

- 인터넷을 통해 실시간으로 가격 비교가 가능해지자, 알파 요소, 즉새로운 트렌드 소화력과 품질 유지, 상품 구성력이 관건으로 등장
- 호황기 때, 높아진 안목으로 인해, 품질을 꼼꼼히 살펴보는 차분한 소비 패턴이 형성된 것도 이에 일조 (기존의 편한 구매 패턴에서 변화)

### □ 실물경기 회복 지연으로, 기본 프로그램을 제외한 나머지 오더 프로그램은 보류 철폐되어 2010년 실제 오더량은 증가하지 않을 전망

○ 실업률 두자리 지속세 예상, 주택시장 침체 장기화, 신규 모기지 채납자가 전체의 14%, 중산층 재정 부담 지속

### □ 철저한 재고관리 및 Now Trend 전략으로 리드타임 단축 및 재고관리까지 납품업체에게 떠맡겨질 가능성

○ 재고를 만드는 것보다는 차라리 시간 때문에(기회를) 놓치는 게 낫다는 전략

### □ 한편, 올 한해 훈풍이었던 환율 도움의 퇴장으로 내년도 수익성 악화 예상

○ 시티그룹은 2010년 3분기 기준 환율을 1달러=1,050원으로 예상

- 국내 대기업들의 경우 1달러=1,000원 기준으로 내년 사업계획 수립
- 올해 1달러=1,500원과 비교시, 내년 한해는 한 층 더 어려운 상황에 직면할 것으로 관측

- 설상가상으로 원자재 가격 상승도 어려운 사업 여건(수익성 악화) 조성에 일조할 전망

**Exchange rate forecasts(End-period, units of local currency per U.S. dollar)**

	Oct 14	Dec '09	Mar'10	Jun'10	Sep'10
Euro	1.490	1.52	1.55	1.50	1.48
Chinese renminbi	6.826	6.82	6.78	6.72	6.65
Japanese yen	89.33	90	92	93	93
Korean won	1.165	1.120	1.100	1.080	1.050

### III. 2009년 미국 섬유 수입시장 동향

#### 가. 미국의 섬유류 수입동향

- 경기침체 직격탄 맞아 모든 섬유제품 수입 전년보다 더욱 감소
  - 미국의 섬유류 수입시장규모는 2009년 1~10월간 물량기준 389억 평방미터, 금액기준 683억 달러, 각각 전년대비 9.8%, 14.5% 감소
- 모든 제품에서 저가제품 수입 증가현상 나타나
  - 가처분 소득의 급감으로 섬유제품 소비 급감과 아울러 저가 의류 제품의 수입 증가로 물량 감소율 보다 금액 감소율 더욱 높아
  - 특히 원단 수입은 저코스트 생산국 해외소싱 증가로 수년간 꾸준하게 수입 증가세를 나타냈는데, 2009년에는 이러한 추세가 더욱 심화돼 수입액 감소율 27.5% 기록, 전체 섬유류 수입액 중 원단 수입액이 4.7%에 그침.

#### 〈미국의 섬유류 수입동향〉

구분	수입물량 (백만SME)				수입액 (백만US\$)			
	2007년	2008년	2009년 1~10월	비중(%)	2007년	2008년	2009년 1~10월	비중(%)
전체	53,112 (1.8)	50,362 (-5.2)	38,893 (-9.8)	100.0	96,407 (3.3)	93,187 (-3.3)	68,337 (-14.5)	100.0
의류	23,335 (3.5)	22,694 (-2.7)	17,931 (-7.6)	46.1	73,923 (3.2)	71,569 (-3.2)	53,476 (-12.9)	78.3
비의류	29,777 (0.6)	27,668 (-7.1)	20,962 (-11.6)	53.9	22,484 (4.2)	21,619 (-3.9)	14,861 (-19.6)	21.7
원단	8,619 (-2.9)	7,816 (-9.3)	6,124 (-8.6)	15.7	5,532 (1.1)	5,120 (-7.4)	3,191 (-27.5)	4.7

주 : 비의류는 원사, 원단, 홈텍스타일을 포함. ( )안은 전년동기대비 증감률(%)임.  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

## 나. 미국의 의류 수입동향

### □ 미국 의류 수입, 경기침체 영향 감소폭 확대

- 2005년에 WTO 회원국의 섬유 수입쿼터 완전 철폐로 수입량이 10.3% 폭증한 바 있으나 그 이후 3~4%로 낮아졌으며 2008년부터 경기 부진으로 수입이 감소해오다 2008년 9월 금융위기 이후 급감하는 추세를 보였음.
- 2009년 1~10월간 미국의 의류 수입은 수입단가의 하락으로 수입금액이 더 높은 감소율을 기록
  - 2009년 1~10월간 수입 국가별 수입현황을 보면, 중국, 베트남, 인도 등 소위 3대 저생산 코스트 국가로부터 수입만 증가세를 보인 반면, 나머지 국가로부터 수입은 곤두박질치고 있음.
  - 이들 3개 국가들은 나름대로 국가별로 장점을 보유하고 있다고 바이어들은 평가하고 있음.
    - 중국은 중국내에서 모든 원부자재를 조달할 수 있어 생산과정에서 발생할 수 있는 문제(원단 부족, 부자재 부족 등)를 현장에서 해결할 수 있는 장점이 있어 대량 오더의 경우 중국에서 생산하는 것이 편리하다고 함.
    - 베트남에서 생산하는 것은 상대적으로 임금이 낮아 메리트가 있다고 함. 그러나 최근 베트남의 인건비가 상대적으로 많이 상승해 올해는 베트남으로부터 수입이 2008년만큼 큰 폭으로 증가하지 못했다는 바이어들의 전언임.
    - 인도는 그동안 내륙운송의 문제가 많았으나 상당히 개선되어 물류 면에서 문제점이 상당히 줄어들었으며 최근 봉제공장의 설립이 증가하면서 상대적으로 낮은 임금이어서 생산코스트 면에서 메리트가 있다고 함.
- 국가별 수입단가는 동남아시아 제품의 수입단가는 낮아진 반면, 중남미 국가 제품의 수입단가는 오히려 상승한 것으로 나타나고 있음. 이런 현상은 경기침체로 인해 오더량이 적어지고 아울러 Fast Fashion이 더욱 인기를 끌면서 수입단가가 다소 높더라도 소비자에게 인기 있는 제품을 빨리

공급할 수 있는 장점이 있으면 수입단가가 조금 높더라도 미국 인근지역의 생산을 추구한 결과임.

- 수입단가는 FOB 기준이기 때문에 만일 중남미에서의 수입(FOB) 단가가 조금 높더라도 운송비 등 제반 경비를 감안한다면 동남아시아 국가에서 소싱하는 것과 총 코스트는 별 차이가 없다고 함.
- 따라서, 향후 Fast Fashion이 더욱 보편화될 경우, 중남미국가에서 생산하는 경향도 더욱 확대될 가능성이 많음. 특히 CAFTA-DR의 발효 효과가 본격적으로 나타나고 있어 상대적으로 무관세 혜택을 받는 제품의 경우는 더욱 중남미 생산이 본격화될 것으로 전망

**〈미국의 국별 의류 수입량 동향〉**

(단위 : 백만SME, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1~10월		
		수입량	증감율	수입량	증감율	수입량	증감율	점유율
-	의류수입량 전체	23,332	3.5	22,694	-2.7	17,931	-7.6	100.0
1	중 국	8,034	23.5	7,789	-3.0	6,682	8.5	39.4
2	베트남	1,274	34.4	1,528	19.9	1,350	4.7	7.5
3	방글라데시	1,352	3.4	1,436	6.2	1,184	-2.9	6.6
4	온두라스	1,223	7.6	1,331	8.9	821	-26.9	4.9
5	인도네시아	1,064	5.0	1,099	3.3	902	-3.9	5.0
6	멕시코	1,210	-18.1	1,035	-14.5	739	-16.8	4.2
7	인 도	868	3.3	883	1.7	780	4.0	4.3
8	캄보디아	867	2.8	889	2.5	631	-17.2	3.6
9	엘살바도르	810	12.2	836	3.2	538	-25.2	3.1
10	파키스탄	696	3.4	693	-0.4	537	-7.9	3.1
23	한 국	205	-33.7	175	-14.8	83	-45.4	0.5

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

### 〈미국의 국별 의류 수입액 동향〉

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1~10월		
		수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율
-	의류수입액 전체	73,923	3.2	71,569	-3.2	53,476	-12.9	100.0
1	중 국	22,745	22.8	22,923	0.8	19,890	1.4	36.5
2	베트남	4,359	35.3	5,223	19.8	4,290	-3.4	8.0
3	인도네시아	3,981	8.5	4,028	1.2	3,300	-4.6	6.1
4	멕시코	4,523	-14.6	4,015	-11.2	2,843	-17.0	5.4
5	방글라데시	3,103	6.5	3,442	10.9	2,933	-0.1	5.4
6	인 도	3,170	-0.5	3,073	-3.0	2,462	-7.3	4.5
7	온두라스	2,511	2.9	2,604	3.7	1,672	-23.5	3.3
8	캄보디아	2,425	13.5	2,376	-2.0	1,590	-22.6	3.0
9	태 국	1,766	-4.0	1,668	-5.6	1,034	-27.3	2.0
10	엘살바도르	1,486	5.6	1,534	3.2	1,077	-17.5	2.1
26	한 국	627	-31.3	505	-19.4	242	-45.6	0.5

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준

자료원 : 미국 상무부 섬유국

### 〈미국의 국별 의류 수입단가 동향〉

(단위 : US\$/SME)

순위	수입국명	2007년	2008년	2009년 1~10월
		수입단가	수입단가	수입단가
-	의류 수입단가 평균	3.17	3.15	2.98
1	중 국	2.83	2.94	2.98
2	베트남	3.42	3.42	3.18
3	인도네시아	3.74	3.66	3.66
4	멕시코	3.74	3.88	3.85
5	방글라데시	2.30	2.40	2.48
6	인 도	3.65	3.48	3.16
7	온두라스	2.05	1.96	2.04
8	캄보디아	2.80	2.67	2.52
9	태 국	3.38	3.40	3.07
10	엘살바도르	1.83	1.83	2.00
26	한 국	3.05	2.89	2.92

주 : 순위는 2008년 수입액 기준, 순위는 2008년 수입액 기준

자료원 : 미국 상무부 섬유국

□ 의류 품목별 수입동향 : 니트의류와 우븐의류 모두 수입 감소

○ 니트의류 수입

- 2009년 1~10월간 니트의류의 수입금액은 전년동기대비 12.0% 감소함.
- 국가별로는 중국, 베트남, 인도네시아로부터 수입만 증가하고 나머지 국가들로부터는 수입 감소
- 미국에서 니트의류 인기가 2008년에 이어 지속되고 있음. 소비자들은 일반적인 제품 보다는 패션너블한 트렌드 제품을 선호하고 있는 것으로 알려짐.

○ 우븐(woven) 의류 수입

- 2009년 1~10월간 우븐의류의 수입액은 전년동기대비 14.4% 감소
- 국가별로는 방글라데시로부터 수입이 3.8% 증가한 것을 제외하면 중국을 비롯해 모든 국가로부터 수입이 감소. 이로써 방글라데시는 중국 다음으로 많은 우븐의류를 미국에 수출
- 미국은 지난 수년간 유행한 Fast Fashion이 경기침체로 인해 더욱 소비자들로부터 인기를 끌고 있어 이들 저가 패션의류만 판매가 되고 있는 상황임. H&M, Zara, Forever21, Southpole 등은 이런 추세를 타고 도시 한복판에 대형매장을 오픈하는 등 적극적인 마케케팅 활동을 펼치고 있음.

□ 한국산 의류 수입

한국 제품의 수입은 물량과 금액 면에서 지속적으로 가장 높은 감소율을 기록하고 있어 한국 내 생산기지의 확충이 없이는 섬유제품의 수출이 당분간 하락세를 지속할 것으로 판단

- 2009년 1~10월간 한국산 의류 수입은 니트의류와 우븐의류 모두에서 급격한 감소율을 기록하고 있음. 니트의류는 43.5%, 우븐의류는 54.1% 각각 감소

- 한국산 의류의 수입 급락은 무엇보다도 가격면에서 저코스트 생산국과 경쟁이 되지 않으며 아울러 이태리산과 같이 브랜드 제품을 개발하지 못한 결과로 바이어들은 지적
- 미국 의류시장이 저가와 고가로 더욱 양분화되고 있어 품질은 나름대로 좋으나 가격면에서 중간대를 유지하고 있는 한국 제품의 설자리가 더욱 좁아지고 있다고 함.

### 〈미국의 니트의류 국별 수입액 동향〉

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1~10월		
		수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율
-	니트의류 수입액 전체	37,955	6.8	37,380	-1.5	28,115	-12.0	100.0
1	중 국	10,561	31.8	10,683	1.2	9,619	5.8	34.2
2	베트남	2,155	55.2	2,810	30.4	2,411	1.0	8.6
3	온두라스	1,985	3.5	2,140	7.8	1,387	-23.0	4.9
4	인도네시아	1,753	23.7	2,015	14.9	1,805	5.7	6.4
5	멕시코	1,816	-17.9	1,596	-12.1	1,072	-22.6	3.8
6	캄보디아	1,585	22.2	1,585	0.1	1,089	-20.4	3.9
7	인 도	1,318	13.3	1,331	1.0	1,061	-5.7	3.8
8	엘살바도르	1,249	4.4	1,318	5.5	925	-17.8	3.3
9	파키스탄	1,169	3.5	1,049	-1.9	789	-10.9	2.8
10	과테말라	1,089	-13.7	1,026	-5.8	755	-15.4	2.7
23	한 국	489	-25.2	427	-12.6	211	-43.5	0.8

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부, World Trade Atlas

〈미국의 우븐의류 국별 수입액 동향〉

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1~10월		
		수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율
-	우븐의류 수입액 전체	37,599	-0.7	35,723	-5.0	26,360	-14.4	100.0
1	중 국	13,404	13.0	13,317	-0.7	10,996	-4.0	41.7
2	멕시코	2,813	-13.1	2,533	-10.0	1,847	-13.6	7.0
3	방글라데시	2,179	4.9	2,413	10.7	2,148	3.8	8.2
4	베트남	2,138	20.8	2,341	9.5	1,827	-8.9	6.9
5	인도네시아	2,257	-0.9	2,021	-9.6	1,503	-14.6	5.7
6	인 도	1,904	-8.4	1,791	-6.0	1,435	-9.0	5.4
7	이탈리아	1,211	10.6	1,140	-5.9	615	-37.2	2.3
8	스리랑카	878	-9.9	816	-7.0	603	-13.5	2.3
9	캄보디아	836	0.3	786	-6.0	500	-26.8	1.9
10	태 국	740	-9.1	706	-4.6	419	-30.4	1.6
34	한 국	142	-47.6	84	-40.7	35	-54.1	0.1

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부, World Trade Atlas

다. 미국의 원단 수입동향

□ 경기침체와 금융위기 영향, 원단 수입 감소세 지속

- 2009년 1~10월간 중국산 원단의 수입물량은 전년동기대비 6.4% 증가했지만 수입금액은 25.1% 감소해 수입단가의 급격한 하락(28.1%)을 나타내고 있음.

□ 한국산 섬유류, 경기불황에도 상대적 선전

- 2위를 지키고 있는 한국산 원단의 수입은 2009년 1~10월간 물량기준으로 6.4% 감소했으나 금액기준으로 14.9% 감소해, 상대적으로 수입단가는 2007년과 2008년과 엇비슷한 수준을 보이고 있음.

- 이는 미국 바이어들이 그동안 유럽산 원단을 사용하던 제품에 경기침체와 유로화 강세로 인한 비용 증가로 품질이 좋고 가격이 상대적으로 낮은 한국산 원단을 소싱하기 시작한 사례들이 늘어났기 때문으로 해석되고 있음.

#### □ 이스라엘, 베트남 대미 수출 약진

- 2008년부터 원단 수입이 증가하고 있는 국가 중에서 눈에 띄는 국가는 이스라엘과 베트남임. 이스라엘은 인근 요르단의 자유무역지대에서 생산한 원단이 미국으로 수입되면서 올해 1-10월간 물량기준 4.3%, 금액기준 1.8% 증가율을 기록
- 한편, 베트남은 그동안 섬유생산 기반시설이 부족하고 단지 봉제 임 가공만 하는 국가라는 평가를 받아왔지만, 최근 한국 업체들의 진출로 원단 생산이 이루어지면서 미국에도 수출 약진. 2009년 1-10월간 물량기준으로 약 200%의 증가율을 기록했지만 이는 수입단가가 1/3 수준으로 떨어진 데 비롯된 것으로 관측되고 있음.

#### 〈미국의 국별 원단 수입량 동향〉

(단위 : 백만SME, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1-10월		
		수입량	증감율	수입량	증감율	수입량	증감율	점유율
-	원단수입량 전체	8,619	-2.9	7,816	-9.3	6,124	-8.0	100.0
1	중 국	1,559	4.5	1,688	8.3	1,550	6.4	24.6
2	한 국	1,123	-10.7	947	-15.7	765	-6.4	12.4
3	캐나다	1,082	-20.2	735	-32.1	486	-24.1	8.0
4	인 도	399	1.8	507	26.9	391	-9.7	6.4
5	멕시코	579	-6.2	505	-12.7	350	-21.4	5.7
6	대 만	537	2.8	504	-6.2	280	-36.6	4.7
7	이스라엘	371	-1.8	427	15.1	365	4.3	6.1
8	일 본	285	6.6	281	-1.5	178	-26.5	3.0
9	독 일	236	2.2	203	-13.8	145	-18.7	2.4
10	브라질	216	37.9	186	-13.6	187	21.2	3.0
19	베트남	88	104.7	118	34.1	269	199.6	4.1

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

〈미국의 국별 원단 수입액 동향〉

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2007년		2008년		2009년 1~10월		
		수입액	증감율	수입액	증감율	수입액	증감율	점유율
-	원단수입액 전체	5,532	1.1	5,120	-7.4	3,191	-27.5	100.0
1	중 국	991	10.2	1,104	11.4	712	-25.1	22.2
2	한 국	553	-6.7	478	-13.6	349	-14.9	10.7
3	캐나다	606	-11.8	458	-24.4	290	-27.5	8.9
4	이탈리아	451	9.3	396	-12.1	183	-46.7	6.0
5	일 본	347	11.8	326	-6.1	193	-30.3	6.2
6	멕시코	410	3.4	302	-26.2	185	-29.4	5.8
7	대 만	328	-0.5	301	-8.4	178	-32.2	5.5
8	인 도	177	1.5	217	22.9	133	-28.0	4.2
9	이스라엘	121	0.0	152	25.7	125	1.8	3.9
10	독 일	176	4.9	163	-7.2	96	-33.3	3.0
18	파키스탄	162	-36.5	117	-27.8	75	-22.3	2.4

주 : 증감율은 전년동기 대비 기준, 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

〈미국의 국별 원단 수입단가 동향〉

(단위 : US\$/SME)

순위	수입국명	2007년	2008년	2009년 1~10월
		수입단가	수입단가	수입단가
-	원단 수입단가 평균	0.62	0.64	0.52
1	중 국	0.60	0.64	0.46
2	한 국	0.47	0.49	0.46
3	캐나다	0.51	0.56	0.60
4	이탈리아	2.45	2.41	2.21
5	일 본	1.16	1.22	1.08
6	멕시코	0.64	0.71	0.53
7	대 만	0.63	0.61	0.64
8	인 도	0.44	0.44	0.34
9	이스라엘	0.32	0.32	0.34
10	독 일	0.73	0.75	0.66
18	베트남	0.59	0.66	0.22

주 : 순위는 2008년 수입액 기준  
 자료원 : 미국 상무부 섬유국

※ 참고 사항 : 對中 섬유쿼터제 및 베트남 섬유류 모니터링제 폐지 영향은?

對中 섬유쿼터제 폐지

- 아래 표는 중국산 섬유의 2008년 쿼터 소진율을 나타내고 있는데, 경기 침체로 인한 수입 물량 급감으로 인해 100% 소진한 카테고리가 하나도 없음.

☞ 對中 섬유 쿼터제 종료 이후에도 수입 물량 급증 현상이 나타나지 않을 것임을 예고

카테고리	소진율(%)	카테고리	소진율(%)
200/301	33.7	363	73.3
222	46.0	443	72.3
229	38.0	447	47.0
332/432/632-T	91.2	619	64.0
332/432/632-B	93.0	620	32.7
338/339	81.0	622	39.0
340/640	82.8	638/639	82.2
347/348	87.2	345/645/646	68.9
349/649	74.5	647/648	78.3
352/652	84.8	666	2.8
359-S/659-S	67.2	847	47.6

자료원 : OTEXA

베트남 섬유류 모니터링제 폐지

- 미국 섬유업계 달래기 용으로 도입된 제도였던 바, 당초 도입 취지였던 반덤핑 조사 개시가 이뤄진 적도 없었고, 바이어들의 수입 억제제(deterrent)로서의 기능도 하지 못했던 것으로 관측

☞ 동 제도 폐지에 따른 수입 물량 급증 등 우려는 현실화되지 않음

## IV. 2010년 미국 섬유산업 통상 정책 전망

※ 하단의 내용은 '2010년 미국 섬유시장 진출 설명회(2009.12.8)'에서 상무부  
前차관보인 David Spooner 발표 자료를 요약·재구성

### □ 교역 관련 미국 내 정치적인 분위기 : 반교역적(anti-trade) 정서 팽배

- 오바마 대통령은 선거 유세 당시, 반교역적인 TV 광고를 통해 오하이오, 펜실베이니아 등 Swing States(어느 후보도 우세를 점하지 못한 접전 주)에서 표심 확보
- 지난 15년간 이 정도로 선거권자들이 반교역적인 성향을 나타낸 적이 없었음.
  - 이전부터 존재해오던 반교역적 정서가 경기 침체로 인해 한층 더 강화된 것으로 평가

### □ 2010년도 미국 섬유·의류 산업 내 보호무역주의 대두 가능성

- 對中 특별 세이프가드(Section 421 세이프가드)
  - 발동 근거 : 2001년 중국이 WTO 가입시, 중국산 수입품의 상대적 혹은 절대적 증가로 인해 국내 산업에 실질적인 피해 발생 혹은 위협시, 중국산에 대해서만 세이프가드를 발동 가능토록 합의(2013년 만료 예정)
  - 발동 절차 (제소장 접수부터 최종 판정까지 대략 5개월 소요)
    - Day1 : ITC(美 무역위원회)의 직권에 의해 조사가 개시되거나, 다음의 3가지 경우 중 하나에 해당될 경우 조사를 개시하고, 공청회 개최 및 공공 의견 수렴
      - ① 업종별 협회나, 기업, 노조에서 제소장 제출
      - ② 미무역대표부(USTR)나 대통령의 요청
      - ③ 하원 세출위원회나 상원 재무위원회의 결의안

- Day 60 : ITC는 조사 개시 60일 이내 판정 → 판정 결과를 대통령과 USTR에 전달
  - DAY 80 : ITC는 판정결과가 난 후, 20일 내로 대통령과 USTR에 보고서 제출. USTR은 보고서를 송부 받은 후 20일 내로, 제안된 수입 구제책을 관보에 공고하고 요청이 있으면, 관계자를 초청해 공청회 개최
  - DAY 135 : ITC로부터 보고서를 받은지 55일 이내, USTR은 대통령이 무슨 조치를 취해야 하는지에 대해 권고
  - Day 150 : USTR의 조치 권고 후 15일 내, 대통령은 수입 구제책이 미국의 경제적인 이익에 반하지 않는다고 판단시(in the national economic interests), 구제책 발동 가능
  - Day 165 : 대통령 (긍정) 결정 후 15일 내 수입 구제책 발동
    - ☞ 동 절차는 법에 근거하고 있으나, 대통령을 비롯한 행정부에 방대한 재량권 행사가 가능한 바, 정치적인 성향이 짙은 것으로 간주
- 미 철강노조(United Steelworkers)의 제소를 받아들여, 9월 26일부로 향후 3년간 35%~25%(매년 5% 인하)의 추가관세 부과 명령을 발동함에 따라, 섬유 등 전통 제조산업으로부터 추가 대중 수입규제 조치 요청 예상
- 對中 세이프가드 조사(Section 421)가 개시된 이래 처음으로 실제 발동
    - ※ 2002년 이후 총 6건의 대 중국 제소 중, 4건에 대해 미무역위원회가 세이프가드조치 발동을 권고하였으나, 부시대통령은 공익을 근거로 모두 기각
  - 對中 타이어 세이프가드 발동에 성공하자, 섬유 제조업체들도 세이프가드 요청 여부를 검토 중인 것으로 알려짐.
    - ※ 미국 섬유산업협회(NCTO; National Council of Textile Organization)에서는 미무역 대표부(USTR)에 수출 보조금, 수출 증치세 환급률 인상(11%→16%) 등을 비롯한 중국의 WTO 양허 준수 관련 의견 제출
- 올해 말부터 내년 5월 사이에 대중 세이프가드(Section 421) 제소장이 제출될 가능성이 높은 상황
- 오바마 대통령은 유세 기간 동안 사실만 뒷받침 해준다면(if the facts warranted) 對中 세이프가드를 기꺼이 발동하겠다고 공약

- 최근 NCTO(National Council of Textile Organization)에서는 오바마 대통령에게 중국산 수입 의류 모니터링 선거 공약을 시행하라고 촉구
- 제조장은 언제든지 제출될 수 있지만, 세이프가드 절차에 5개월 가량이 소요되고, 내년 11월에 중간 선거를 앞둔 점을 감안시, 행정부에 대한 정치적 압박감을 높이기 위해 올해 말부터 내년 5월 사이에 제조장이 제출될 가능성이 높은 상황
- 아래 표에서와 같이 타이어보다 면바지 산업의 쇠퇴가 뚜렷해 제조사엔, 對中 세이프가드 발동 가능성이 높음.

〈미국 시장 내 타이어 vs. 면바지〉

2004~2008 변화	타이어	면바지(Cotton Trousers)
수입물량 증감률	215%	970%
국내 생산량 증감률	-25%	-75%
고용 증감률	-10%	-29%
가격 증감	↑	→ or ↓

○ 기타 수입규제(반덤핑, 상계관세) 조사 개시 및 모니터링 재개 가능

- 모니터링 결과를 토대로 정부가 직권으로(self-initiate) 수입규제(반덤핑/상계관세)나 세이프가드 조사 개시 가능
  - ※ 미국 정부는 2007~2008년 동안 베트남산 의류 수입에 대해 모니터링을 실시하였으나, 조사 개시가 된 적은 없었음.

□ 의회 계류 중인 FTA(한국, 콜롬비아, 파나마) 비준 가능성 점검 : 조만간 비준 가능성 낮음.

- 오바마 대통령이 방한시 한국과의 FTA 비준을 위해 노력하겠다고 공언했으나, 구체적인 일정(timeline)을 정한 것도 아니고, 미결된 과제에 대해서도 진척이 없음.
- 오바마 대통령이 콜롬비아 FTA에 대해서도 이와 유사한 발언을 했고, 이후 별다른 진전이 없었던 점에 비추볼 때, 한미 FTA 비준도 조속한 시일 내 이뤄지기는 어려울 것으로 전망

- 美무역대표부(USTR)에서 **key political appointee**가 떠나고 있어, 계류 중인 FTA 추진 모멘텀 상실
  - Ron Kirk USTR 대표부가 USTR직을 사임하고 텍사스로 돌아간다는 소문이 돌고 있고, chief of staff도 조만간 USTR을 떠날 계획
  - 미 의회 담당자도 떠났으며, 2개의 deputy position도 공석
- Trade Policy는 헬쓰 케어 등 국내 아젠다에 밀려 3순위 이슈로 전락

#### □ 미국 최빈국 특혜 프로그램 확대 및 개정

- 아프리카, 중남미 국가를 대상으로 한 특혜 프로그램으로 올해 말 만료를 앞두고 있는데,
  - 프로그램 연장이 확실시되고 있으며, 적용 국가 범위도 넓어질 것으로 예상됨에 따라, 해당 국가에 진출한 한국 기업에 (긍정적인) 영향을 미칠 것으로 예상
- 2009년 12월 18일 현재, 일반특혜관세제도(GSP; Generalized System of Preferences)와 안데안 관세특혜법(ATPDEA; Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act)은 하원은 통과, 상원 계류 중

## V. 국내업체 대응 전략 및 시사점

### □ 바이어가 원하는 걸 제공해야

- 경쟁 우위의 역량을 확보해서, 고객이 원하는 걸 제공해야 생존가능(적자생존)
  - 오더를 두고 납품업체간 부익부 빈익빈 현상이 심화될 전망
  - 일례로, 바이어가 컨셉만 얘기해도 이를 토대로 제품을 생산, 납품할 수 있는 역량이 요구됨. ⇨ 디자이너 채용의 필요성 증대
- 바이어가 뭘 원하는지에 대한 가장 좋은 예습은 트렌드에 대한 이해
  - Forever 21, 2010년 트렌드 위주(Trend-driven) 소싱 강화 전략 발표
  - 불경기일수록 남이 만든 것으로 보고 따라가면, 늦는다! 내가 먼저 보고 트렌드를 이해해야
  - 단순 납품능력이 아닌, 함께 시장을 고민하는 납품업체 파트너십 지향

※ 뜨는 트렌드 : 틈새에서 메인으로 떠오른 친환경 제품 시장  
(일반제품보다 15~20% 단가 높고 오더 물량도 증가)

- 美 바이어들, 전략적으로 오가닉 코튼 제품 등 친환경 제품 소싱 확대
  - Wal-Mart 등 대형 바이어에서 고급 부티크에 이르기까지 오가닉 코튼 제품 오더 대폭 상승
  - 최근 업체들의 친환경 정책은 시장수요보다는 새로운 시장 창출을 위한 업체들의 전략 차원에 의한 것으로 앞으로 더욱 강화될 것으로 예상
  - 특히 대표적인 유통업체인 월마트의 친환경 의류 소싱 강화는 다른 유통업체에도 영향을 미칠 것으로 예상
  - S사, 친환경 제품의 소비수요가 급증하기보다 바이어들의 정책에 따른 오더 증가로 보고 있다며 대책 마련 중

- 단가 면에서, 평균 기존제품보다 15~20% 높아, 고부가가치 창출할 수 있는 기회 시장
  - 물량 면에서도, 일반제품 물량을 육박 또는 상회, 더이상 틈새가 아닌 메인 시장으로 성장
- 그러나, 납품업체들은 대형바이어들의 친환경 제품 오더에서 나타나는 문제점에 대한 대책 마련도 병행할 필요
  - 납품가격은 그대로, 제품만 친환경으로 전환을 요구함에 따라, 공급업체들의 수익성 악화 우려
  - 공급속도 부담, 재고 부담 가중
    - \*오가닉 코튼 제품은 생산기간이 일반 코튼보다 길어 납기를 맞추기 위해 수출업체들은 선(先) 기획을 하고 있어 재고에 대한 부담 가중

#### □ 가격 경쟁력에 대한 끊임없는 검토

- 소싱지 생산가격과 글로벌 소싱환경에 대한 지속 비교
  - 시장에서 요구하는 가격 모델 위해 생산단가 낮은 소싱지 신속하게 파악 중
  - 가격을 낮출 수 있다면 소싱지 다변화로 발생하는 복잡한 절차 모두 감수
  - 신규 소싱지는 더욱 치밀하고 균형있는 전략이 요구되지만 가격 경쟁력을 위해 새롭게 개척
  - A 소싱업체, “인건비, 원부자재 등의 가격요소가 2010년 시장에서 요구되는 가격모델에 정확히 딱 맞는 공장 찾는 노력을 하고 있다.”고 밝힘.
- 지역별 장단점 분석 통해 효과적인 생산라인 점검, 재배치 돌입
  - 관세 수혜지역 생산 검토 : 미국과 FTA를 맺고 있는 중남미 CAFTRA-DR 체결국들과 중동, 이집트 등의 생산 환경 검토

- 관세 수혜 예상지역 정보 입수 노력 : 미국이 최빈국 관세 혜택을 추가로 부여코자 검토하고 있는 파키스탄 등 국가 최신 정보 파악

※ 새롭게 떠오르는 섬유 소싱 3국(베트남, 방글라데시, 파키스탄)

- 2009년 많은 미국 업체들이 중국 외에 베트남, 방글라데시, 파키스탄 중 하나 또는 3개 국가 모두를 소싱지 옵션으로 추가
- 방글라데시, 파키스탄에서 베이직 제품 소싱이 많고, 베트남에서는 베이직과 패션 제품 믹스해 소싱하는 경향이 눈에 띈.
  - 공통점은 중국보다 생산가격이 낮다는 점
- Guess 글로벌 소싱 담당 수석부사장
  - 중국의 대안으로 떠오르고 있는 베트남의 인기는 매우 높으며, 베트남 생산의 밸류는 그야말로 엄청나다고 밝힘. 베트남은 시장에서 요구되는 가격과 계속 오르는 중국 가격 사이의 갭을 채울 수 있는 대안지라고 말함.
  - 방글라데시 또한 가격 대비 밸류가 좋고, 인건비는 낮으면서 기술이 탄탄하며 젊은 인력이 풍부한 장점으로 대량 생산에 적합하다고 평가
- J.C. Penney 소싱 담당 부사장
  - 시장에 맞지 않는 중국 가격 때문에 중국은 시장 퇴출되는 중이고 방글라데시가 반사 이익을 보고 있다고 전함.
  - 파키스탄 또한 품질 향상, 공급 스피드, 버티칼 생산 통합체제 등의 면에서 소싱 인기가 상승 중

□ 재고는 죽음, 남들보다 늦게 시작해서 빨리 매장에 내놔라!

- 속도는 바이어들에게 화두를 뛰어넘은 생존의 문제로 급부상
  - 팔리는 것을 빨리 쫓아 팔아야 함.
- 핵심제품이나 인기 예상 제품은 초과 생산해두는 등 대비책 마련
  - 바이어 상담시, 스피드 경쟁력이 크게 어필
  - 바이어의 재오더가 예상되는 제품, 핵심제품, 베스트셀러 예감 제품을 선별적으로 초과 생산해두고 물량 관리하는 업체들 증가
  - 바이어와의 밀착 커뮤니케이션으로 인기 예상제품 파악
- 대량오더의 경우, 미국 내 물류창고 운영
  - 대량오더 쉬핑 단축을 위해 현지 물류창고 운영 검토
  - 아시아에서 미국까지 건너오므로 절대적인 쉬핑 기간이 있는데다가 물량 규모도 커서 바이어들의 빠른 딜리버리 요구에 응하기 쉽지 않았음. 그러나 즉시 쉬핑 요구는 눈에 띄게 늘고 있는 현실이라 대비책 필요
- 가격보다 속도가 우선순위 되는 경우도 증가 - 바이어가 에어 딜리버리 비용까지 지불
  - 생산단가보다 시장에 적시에 제품 공급하는 스피드가 종종 더 중요한 경우 증가
  - 상황이 다급해 바이어 측에서 기꺼이 에어딜리버리 비용을 지불하는 경우가 점점 늘고 있음. 이러한 현지 상황 잘 파악하여 스피드와 Quick Response에 초점 맞추고 있음.
- 속도전엔 한국이 강하다!
  - '속도'는 중국보다 우리가 우위를 점할 수 있는 중요한 요소 중의 하나로, 한국은 중국보다 더 빨리 잘 만들 수 있는 노하우 축적

- 특히 **Fast Fashion** 시스템 하에서 원단시장은 국내 기업들에게는 기회로 작용
  - ☞ 스타일을 바꾸는 데는 시간이 오래 소요되나, 소재(원단)를 바꾸는 데는 시간이 상대적으로 덜 들어, 원단에 대한 바이어들의 다양성 요구가 한층더 강화될 것으로 전망. 우리 고유의 ‘빨리 빨리’ 정신으로 대응해 나간다면 충분한 승산이 있음.

□ 유사 성격 바이어별로 그룹화하여 납품 : **Zara**를 하려면 **Mango**를 해야 한다!

- 바이어 하나를 제대로 뚫어 놓으면, 동류의 제품을 생산하는 바이어도 쉽게 마음을 열게 마련
- 유사한 성격의 바이어별로 그룹화하여, 같은 종류를 여럿에게 판매함으로써 생산물량을 유지하면서, 바이어들의 소량 오더에 대응 가능

□ 음식 백화점 시대는 끝났다. 전문 음식점이 되어라!

- 스마트해진 바이어들, 음식백화점에서 한꺼번에 쇼핑하던 시절은 지나간 지 오래
- 가격 뿐 만 아니라, 품질 등을 보장할 수 있는 곳을 꼼꼼히 따져 본 후, 특화된 제품을 지속 구매

〈음식백화점 vs. 전문 음식점〉

음식 백화점	전문 음식점
다양성	품질이나 가격으로 승부
One Stop Shopping	날카로운 한가지
관광객, 지나가는 손님	단골고객, 알고 오는 손님

- 가장 잘하는 것을 골라내어, 이걸 전면에 내세워 제품을 구성해서 바이어에게 선보일 필요
- 전문화된 제품이 있으면, 개발력도 풍부하여, 바이어의 요구에 다양한 솔루션으로 대응 가능 ☞ 지금이 바이어 마켓이긴 해도, 납품업체들의 역할이 중요해져, 바이어의 납품업체 의존도 증가

- 내 컬러를 정확하게 진단 발굴해, 개발할 필요
  - 특정 품목에서 최고로 알려지면, 바이어가 먼저 알고 찾아오게 되어 Pull형 비즈니스 가능

□ **섬유·의류 산업도 융복합화 진행, 나무만 보지 말고 숲도 보는 안목으로 정보를 습득해라!**

- 겨울에 반바지가 잘 팔린다.
  - 레깅스가 인기를 끌자, 겨울에 울바지 대신 반바지 매출 신장세
- 전체적으로 돌아가는 소식을 모르면, 현실에서 동떨어진 전문 음식점으로 전략, 도태되기 쉬움.

## ## 첨부 : 美 원단 바이어, 내년 시즌 오더 미리 보기

2009년 7월 개최된, 뉴욕 최대 섬유전시회인 프리미에 비종과 텍스월드(2010 Fall/Winter)에서 업체들이 바이어 상담시 직접 체감한 10가지 공통적인 오더 특징을 요약

### 1. 경기회복 기대감으로 신규기획 증가, 새로운 거래기회 오픈

- 아직까지 소비심리는 위축되어 있으나, 경기회복에 대한 기대감으로 새로운 아이템 및 신규업체를 찾기 위한 바이어 방문 증가
  - 전시회 방문 거래선이 많았으며, 예상외의 새로운 바이어들과의 만남이 늘어 참가업체들 향후 시즌 스통 트일 것으로 기대
  - A사, 미국 시장상황이 들었던 것보다 나쁘지 않은 것으로 체감. 물론 미국도 감소했지만, 유럽 시장이 50% 줄었다면 미국은 20% 정도 다운사이즈 된 정도
- 전반적으로 바이어들의 샘플 요구가 급증하며, 샘플 제공이 가능한 품목 위주로 상담이 진행
- 새로운 아이템에 대한 관심과 기존 꾸준히 판매되는 검증된 증거가 제품에 대한 관심이 교차
  - 유럽에서 유행했으며 이미 유행이 끝난 제품에 미국 바이어들의 관심이 높음. 유럽에 비해 상당히 보수적이나, 유럽 우수 바이어에게 판매된 실적을 언급하면 좀 더 관심을 표명

## 2. 소량 다품종 요구

- 바이어들 플랜 자체가 소량 다품종으로 기획되어 있어 소량 오더 수용과 제품 다양화는 이제 선택이 아닌 필수사항이 되었음.
  - 바이어들 첫 질문 : “What’s the minimum?” 최소 오더 수량에 대한 요구
  - 최소 수량으로 다양한 스타일과 컬러 요청하고 있음.
  - 대부분의 매장, 백화점에서 재고에 대한 부담 느끼고 있어 잘 팔리는 제품으로 소량 오더가 이루어지고 있으며, 재고 부담을 줄이기 위해 지급납기와 분할 오더로 진행 (소량 Repeat Order로 진행)
  - 특히 프린트 제품 오더에서 소량 다품종 추세 가장 뚜렷
- 원단 뿐 아니라 의류에서도 고급 소량 추세
  - 전통적인 니트 원피스나 기본셔츠에서 점차 고급소재의 트렌치코트나 원피스 등 저가 대량 생산제품보다 고급 소량 제품 경향을 보임.
- 참가업체들, 바이어 상담후 취급품목과 상관없이 다양한 아이템 개발 필요성 공통적으로 느껴

## 3. 가격 압박

- 대부분의 업체들, 바이어로부터 가격 인하 요청 받아
  - 중저가에서 고가에 이르기까지 전 영역에서 가격 압박 분위기로, 고가 제품에 관심을 보이지 않음. 다양한 원단 취급업체 B사, 저가 원단(폴리에스터 등)에 대한 상담이 가장 많았다고 함.
  - 기존제품은 특히 가격을 우선시함.
- 그러나, 야드당 수십달러에 이르는 특수원단이나 시장성이 높은 매우 독특한 소재 원단은 고가에도 불구하고, 가격이 그대로 인정되기도 함.

#### 4. 제품 납기 스피드 요구

- 가격만큼 중요시하는 것이 짧은 리드타임, 미니멈 및 빠른 납기 요구
  - 시장상황을 예측하기 힘들므로 시장에서 반응 확인 후, 재오더(Repeat)를 진행하기 때문
  - 기존 시장에 없는 새로운 제품을 보면 우선 선점하기 위해 짧은 기일 내 오더하여 시장을 지배하려는 목적
  - 프린트물, 스웨이드, 자수직물, 니트 등에 이르기까지 전 품목 킷 딜리버리 중시
  - C사, 전통적으로 강세인 T/R 또는 Wool 제품에 대한 문의가 적고, 짧은 시일 내에 생산 가능한 소량 제품에 대한 문의가 많이 증가
- 제품 납기 뿐 아니라, 바이어의 요구가 있을 때 항상 바로 달려와 해결하고 해답을 제시할 수 있는 서비스를 원하고 있음.

#### 5. Selection 과정, 길고 매우 신중

- 바이어들, 예산 절감과 아이템 히트 적중률에 대한 부담으로 원단 선택 과정에서 매우 신중한 태도 보여
  - 오더 확정(Fix), 거래가 이루어지기까지 시간이 걸리며, 조심스러운 분위기 형성
  - 신규 샘플 많이 찾으며 구매에 더욱 신중, 전시회에서 오더가 발주되는 것은 매우 드문 상황

#### 6. 트렌드 부재, 바이어도 갈팡질팡

- 과거 바이어들이 찾는 제품을 통해 파악할 수 있었던 특별한 트렌드가 보이지 않음. 바이어들로부터 특별한 트렌드 제시가 없는 상태

- 모든 바이어들이 정확한 트렌드에 대한 정보 부족으로 유행 가능성 예측이 불가능함.
- 바이어 요구가 다양하여 트렌드 파악에 애로
- 특정 트렌드 없이, 타사에서 진행한 제품 모방 많아져
  - 소비자 트렌드가 다양. 유행이 없다는 뜻이 아니라 유행 스타일과 아이템은 더욱 뚜렷해졌으나 빠르게 변하며 예측이 힘들어짐.
- D사, “그동안 너무 일부 연령층 마켓에 국한되어 있었던 것 같다”며, 다양한 소비자 트렌드에 맞춰서 다양한 견본을 준비해야 될 것으로 개선점 지적

## 7. 새로운 소재, 독특한 제품 관심 vs. 오더는 검증된 제품 위주 - 양극화 현상

- 바이어들, ‘Something New’를 찾으며 새로운 제품, 신소재 제품에 대한 높은 관심 보임. 독창적인 디자인 및 소재 위주의 소싱 전략 추진
  - 바이어들은 새롭고 혁신적인 제품 찾는 데 비해 공급업체들이 모방제품 위주로 전시, 바이어들의 신제품 만족도는 낮은 편으로 나타남.
  - 새로운 제품 개발에 대한 가격 저항이 심해 가격 결정에 민감. 좀더 새로운 소재의 특수원단을 요구하면서도 가격 면에서는 경쟁력을 요구
- 한편, 기존 사용제품 선호하며 신제품에 관심 없는 안전지향 바이어도 다수
  - 불경기로 새로운 아이템으로 모험을 하기보다는 기존 꾸준히 판매되는 검증된 중저가 제품에 관심을 갖기 때문
  - 베이직하면서 가격 경쟁력 있는 제품을 찾는가 하면, 저렴하면서 패션성 있는 제품 선호하기도
  - 시장성이 예측되지 않는 신제품보다는 소재를 다양화(합성섬유 → 자연소재, 합성섬유) 하거나, 다양한 후가공 처리를 통해 제품을 개선하는 것도 좋은 방법으로 제시

## 8. 친환경, 기능성 원단 관심 증가

- 친환경 소재(유기농 등), 천연 소재(린넨, 100% 코튼) 요구 증가 아동복 바이어, 특히 유기농 코튼 찾아
  - 버튼·트림 등의 부자재도 친환경 아이템이 인기
  - Modal, Tencel : 단가 \$3.00/y 이하 제품을 주로 찾으며 수량 작은 편
  - Sandwash 부터 soft, faded out 느낌 반응이 좋음.
- 기능성 원단(자외선 차단, 방염 가공 등), 재생원사(Recycled Yarn) 사용 아이템에 관심 많으며 반응이 좋음.
- 친환경 제품을 선호하나 실질적인 오더 연결은 가격 면에서 아직 부딪히는 면이 있음.
  - 재생 폴리(Recycled Poly)는 일단 마켓 홍보용 인 것으로 판단됨.
- 미국 시장에 없는 특수사를 사용한 E사, 원단 가격이 높은데도 불구하고 바이어들이 그대로 가격 인정. 고가시장이 존재하고 있음을 확인했다고 함.

## 9. Fancy 제품, 프린트물, 다양한 후가공 처리 제품 호응

- 프린트 제품 강세 보여, 다양한 프린트 패턴 요구 강해
  - F사, 바이어들이 프린트 퀄리티에 관심이 많고 베트남 생산 가능한 아이템 문의가 많았음.
  - 니트 프린트 : 다양한 후가공 처리로 독특한 제품이 바이어 반응이 좋았음.
  - 프린트의 경우 화려한 베이스(바닥)를 찾음. 프린트로 여러 효과를 내는 패턴 개발 및 빠른 납기 요구

- 실크(100% 및 혼방) 프린트 등에서 소량 다품종 경향 - 디지털프린트 많이 찾음.
- Suede류 및 직물 base에 surface treatment, 폴리 프린트 아이템, 바이어들 상당한 관심 보여
- 레이스 제품 : 메탈릭이나 프린트된 특이한 레이스를 찾음.
- 독특한 후가공 처리제품 큰 호응. 후가공 강조 및 다양화를 통해 좀 더 폭넓은 바이어 접근이 가능할 듯

## 10. 소프트한 핸드필, 초경량 선호(Soft Handfeel, Light Weight)

- 대부분 품목에서 깃털처럼 가벼운 초경량 소재, 얇은 제품 원해
- 핸드필(Handfeel)이 소프트한 제품 뚜렷한 선호 보였음.
  - 소재의 변화를 통해 저렴하면서 핸드필 개선한 제품 인기 유력
  - 불경기로 인해 큰 변화보다는 작은 변화 위주의 조직감, 핸드필 등을 더욱 요구할 것으로 예상
  - 터치가 좋은 Ground를 기본으로 하여 독특한 디자인의 새로운 원단에 대한 반응이 좋았음.

## 2009년 KOTRA 발간자료목록

### ● Global Issue Report

번호	제목	발간일자
09-001	글로벌 경제위기를 극복하는 기회시장 틈새시장	2009.1
09-002	오바마 정부의 경제·통상정책 방향과 시사점	2009.1
09-003	주요국 경기부양책 및 시사점	2009.2
09-004	美 경기부양법인 분석 및 활용전략	2009.2
09-005	러시아 CIS 수출환경변화와 진출확대방안	2009.3
09-006	한-칠레 FTA 5주년 성과와 시사점	2009.4
09-007	2009 美 USTR 국별무역장벽보고서(NTE) - 주요내용 및 시사점 -	2009.4
09-008	미·중·일 그린뉴딜 정책	2009.4
09-009	금융위기속 CIS 진출 기업 및 바이어 동향	2009.4
09-010	글로벌 경제 위기 속 아프리카 - 중국, 일본, 인도의 진출현황 및 시사점 -	2009.4
09-011	금융위기 이후 한중일 3국의 대아시아 현지진출전략 변화와 시사점	2009.5
09-012	인도 신정부의 경제통상방향과 전망	2009.6
09-013	호주의 기후변화 대응동향	2009.8
09-014	미 행정부의 환경규제 강화와 미 기업의 기후변화 대응 동향	2009.9

### ● Global Business Report

번호	제목	발간일자
09-001	2009년 세계 자동차시장 미리보기	2009.2
09-002	중동의 5대 비즈니스 유망 분야	2009.2
09-003	한-호주, 뉴질랜드 BT산업 협력방안	2009.3
09-004	새롭게 바뀌는 일본의 수입 인증제도	2009.3
09-005	불황기 중국시장, 소비트렌드를 읽어라	2009.3
09-006	일본 소비재 유망상품 및 수출방안	2009.3
09-007	새롭게 주목받는 美 흑인시장	2009.3
09-008	아프리카 전력시장 ON - 전력산업 현황과 진출 방안	2009.3
09-009	중국 내수의 新 블루오션, 유망 2,3선 도시 소비 포인트	2009.3
09-010	세계 전자산업 및 시장의 재편과 우리기업에의 기회	2009.4
09-011	동남아 CDM 시장현황과 기회	2009.4
09-012	중동에 펼쳐지는 친환경 녹색도시 - 그린산업현황과 기회	2009.4
09-013	해외 LED 5大 시장 진출전략	2009.5
09-014	인도 소매시장 현황 및 진출방안	2009.5
09-015	미국의 쿠바 제재조치 완화와 한-쿠바 교역	2009.5
09-016	아세안 휩쓰는 '경제한류'	2009.5
09-017	자동차 부품의 틈새시장, 중동·북아프리카를 가다	2009.5
09-018	미국 新성장 전자부품 시장동향	2009.5
09-019	세계시장을 누비는 한국의 강소제품들	2009.7
09-020	중국 내수시장 진출을 위한 인터넷 홍보 핵심 포인트	2009.7
09-021	중남미 플랜트 시장 진출 방안	2009.7
09-022	동남아 주요국 경기부양책에 따른 한국기업 참여 기회	2009.7
09-023	한국 제품의 중국내 브랜드 인지도 이렇게 높여라	2009.7
09-023	한국 제품의 중국내 브랜드 인지도 이렇게 높여라	2009.7

번호	제목	발간일자
09-024	자동차 부품의 틈새시장, CIS를 가다	2009.7
09-025	중동은 이런 의료기기를 원한다	2009.7
09-026	글로벌기업을 누른 신흥시장 토종기업의 성공 전략	2009.7
09-027	한-EU FTA 수출유망품목 및 활용방안	2009.7
09-028	한-인도 CEPA 이후 수출유망품목 및 진출전략	2009.8
09-029	해외 주요국 자전거 산업정책 및 시장동향	2009.8
09-030	중동, 북아프리카 시장 한중일 수출품목 경쟁 동향	2009.8
09-031	동남아 전력 기자재 시장현황과 우리기업 진출전략	2009.8
09-032	심층분석, 러시아의 인증제도 - 새로 도입되는 인증제도와 향후 전망	2009.9
09-033	2009 중국 Grand Survey - 중국투자기업 경영성과 평가 및 실태분석을 위한 설문조사	2009.9
09-034	홍콩 문화시장, 제대로 알고 들어가자 - 게임, 캐릭터, 라이선싱 -	2009.9
09-035	中 세무조사 강풍, 이렇게 대응하라	2009.9
09-036	인도 소비재 시장동향 - 11억 인도시장, 이런상품 잘 팔린다	2009.9
09-037	글로벌 경제위기 1년, 중동지역 소비시장 최신 트렌드	2009.9
09-038	금융위기 1년, 글로벌 소비트렌드 변화	2009.10
09-039	한미 FTA에 대한 미 업계 의견 분석	2009.10
09-040	中·臺灣 경제협력 체제협정(ECFA) 어떻게 진행되나	2009.10
09-041	2009년 4분기 KOTRA-SERI 수출종합지수	2009.10
09-042	동남아 이리닝 시장현황과 진출 전략	2009.10
09-043	2009 베트남 Grand Survey	2009.10
09-044	2009 인도네시아 Grand Survey	2009.10
09-045	브라질 월드컵/올림픽 특수 활용전략	2009.11
09-046	홍콩 문화상품시장, 제대로 알고 들어가자 II - 방송콘텐츠, 영화, 음악 -	2009.11
09-047	러시아 CIS 유통망을 뚫어라(러시아, CIS 대형 유통망 시장 현황 분석)	2009.12
09-048	CDM과 ESCO로 본 중국시장	2009.12
09-049	중, 도시화를 알면 시장이 보인다	2009.12
09-050	일본의 친환경 자동차부품 시장 동향	2009.12

## ● KOTRA Executive Brief

번호	제목	발간일자
09-001	2009년 글로벌 수출시장의 5대 트렌드	2009.1
09-002	최근 글로벌 보호무역주의 동향	2009.2
09-003	동유럽 금융위기와 진출기업 동향	2009.3
09-004	경기침체기 글로벌 기업의 구매정책 변화	2009.3
09-005	세계 유명기업의 그린마케팅	2009.3
09-006	원화약세에 따른 대중수출 영향 및 전망	2009.3
09-007	중동 건설·플랜트 프로젝트 시장동향 및 시사점	2009.4
09-008	美 크라이슬러 파산보호신청과 국내업계 영향	2009.5
09-009	해외시장에서의 한일 수출품목 경쟁동향	2009.5
09-010	동유럽 금융위기 이후 현지시장 점검	2009.6
09-011	미 GM 파산보호신청과 국내업계영향	2009.6
09-012	영국 금융위기 발생 가능성 점검	2009.6
09-013	세계를 이끌어갈 차세대 녹색기술	2009.6
09-014	'Buy China' 지침의 배경과 영향	2009.6
09-015	중국 내수소비 뜨는 제품 - 화장품, 침구용품, 식품보관용 밀폐 용기, 벽지, 도료, 식품포장기계 -	2009.6

번호	제목	발간일자
09-016	한-EU FTA 10大 수출유망품목	2009.7
09-017	온두라스 쿠데타와 우리 수출 및 현지진출 기업	2009.7
09-018	2009년 타겟시장, 3중시장 현황과 전망	2009.7
09-019	중국 부동산 시장 어디로?	2009.8
09-020	일본 총선결과에 따른 경제정책 방향과 전망	2009.8
09-021	세수(稅收)로 보는 중국경제	2009.9
09-022	최근의 글로벌 수입규제 동향	2009.9
09-023	세계 시장에서 주목받는 녹색제품	2009.9
09-024	최근 세계경제 동향 및 전망	2009.10
09-025	금융위기 1년, 미국 바이어 구매패턴 변화 설문조사 분석	2009.10
09-026	EU 통합 동향 및 한-EU FTA에 미치는 영향	2009.10
09-027	미-중 통상분쟁과 국내 수출업체 영향 전망	2009.11
09-028	주요국 탄소세 논의 동향 및 시사점	2009.11
09-029	2010 차이나 퍼즐 : 경제전망과 거시정책	2009.11
09-030	해외시장에서 바라본 2010년 수출전망	2009.11
09-031	두바이 쇼크, 한국 기업에 미치는 영향	2009.11
09-032	2009년 세계시장을 빛낸 한국의 월드베스트 제품들	2009.12

## ● KOTRA자료

번호	제목	발간일자
09-001	2009년 지역별 진출확대 전략	2009.1
09-002	해외 프로젝트 진출 연찬회	2009.1
09-003	해외 주요국 레저보트산업 조사	2009.1
09-004	2009년 지역별 수출유망상품	2009.2
09-005	2009 아세안 유망시장 진출전략	2009.2
09-006	2009 외국인 투자환경 만족도 조사	2009.3
09-007	러시아 자동차 및 자동차부품 시장동향	2009.3
09-008	CEO・HR マネージャー向けの主要労働判例集 (2008年改訂版)	2009.3
09-009	중국 내수유통 경영실무 가이드	2009.4
09-010	그린허브코리아 주간 2009 종합결과보고서	2009.5
09-011	주요국 정보통신현황 - 유럽편	2009.5
09-012	주요국 정보통신현황 - 미주편	2009.5
09-013	주요국 정보통신현황 - 아시아편	2009.5
09-014	주요국 정보통신현황 - 중동/아프리카/CIS편	2009.5
09-015	해외 주요국 LED 시장동향	2009.5
09-016	외국인을 위한 법인설립 안내 (Guide to Business Establishment in Korea)	2009.6
09-017	법령으로보는 중국 노무관리실무가이드	2009.6
09-018	2008 외국인투자옴부즈만 연차보고서 (Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2008)	2009.6
09-019	2009 서울국제식품산업대전 결과보고서	2009.6
09-020	2008 북한의 대외무역동향	2009.6
09-021	Post-China 투자진출 유망국 투자여건	2009.7
09-022	주요 선진국 녹색에너지 기술동향	2009.7
09-023	전세계 비철금속 생산현황 및 글로벌소싱 활성화 방안	2009.7
09-024	중국 주요 시장 프랜차이즈산업 상권 분석 및 진출방안	2009.8
09-025	한눈에 들어오는 중국 유통지도 2010	2009.9

번호	제목	발간일자
09-026	유럽 온라인 유통점 진출 가이드	2009.8
09-027	협력유망 유럽 신재생에너지 기업정보	2009.8
09-028	짜퉁의 진화, 중국 산짜이(山寨)	2009.9
09-029	중국 산짜이 문화의 지재권에 대한 영향	2009.9
09-030	베트남 투자실무가이드 개정판	2009.10
09-031	2008년도 Invest KOREA 연차보고서	2009.10
09-032	CIS 지역 자원개발 진출 가이드	2009.9
09-033	일본사람들은 왜 물건을 잘 만들까 - 모노즈쿠리 명가의 비법 해부	2009.11
09-034	2009 해외전시회 현장스케치	2009.11
09-035	필리핀 CDM 및 신재생에너지 프로젝트 진출 가이드	2009.10
09-036	ADB 프로젝트 수주가이드	2009.10
09-037	중동부 유럽 EU기금 프로젝트 진출방안	2009.10
09-038	중동미래성장산업 진출 가이드	2009.11
09-039	2009 외국인투자기업 경영환경 애로조사	2009.12
09-040	2009 외국인투자기업 생활환경 애로조사	2009.12
09-041	중남미 의약품 시장동향	2009.11
09-042	인도투자실무가이드(개정판)	2009.12
09-043	해외투자 현장 상담 사례집	2009.12
09-044	2010 CIS 히트 예감상품	2009.12
09-045	아시아 주요국 투자환경 비교조사	2009.12
09-046	아시아 주요국 투자환경 비교조사 (영문)	2009.12
09-047	일본 유통시장 진출 가이드	2009.12
09-048	2010 블루슈머, 미래를 지배할 12가지 골든마켓	2009.12
09-049	2009 기후변화대응 개도국 지원사업 최종보고서	2009.12
09-050	중남미 의료기기 시장동향	2009.12
09-051	외국인 부동산 취득 안내	2009.12
09-052	GUIDE TO FOREIGNER'S LAND ACQUISITION IN KOREA	2009.12

## ● 설명회자료

번호	제목	발간일자
09-001	2009년 세계시장진출전략 설명회	2009.1
09-002	2009년 세계시장진출전략 비즈니스 포럼	2009.1
09-003	유럽 재생에너지시장 진출설명회	2009.1
09-004	한미 부품소재 글로벌 파트너링 설명회 및 상담회	2009.1
09-005	TRADE KOREA 2009 해외시장개척 설명회 및 상담회	2009.2
09-006	TRADE KOREA 2009 해외 마케팅 핸드북	2009.2
09-007	2009 아세안 유망시장 진출전략 설명회	2009.2
09-008	미-중-일 그린 비즈니스를 잡아라	2009.4
09-009	일본기업 부품소재 구매전략 설명회	2009.4
09-010	중국 내수시장을 제대로 뚫기 위한 성공조건과 공략방법	2009.4
09-011	중국 부품소재시장 진출 전략 설명회	2009.6
09-012	미국 자동차시장 현황 및 향후 전망	2009.6
09-013	유럽 자동차 시장 현황 및 향후 전망, 아시아 주요 완성차 구매전략	2009.6
09-014	CIS 주요국 시장변화와 진출전략	2009.6
09-015	중국 내수진출 기업이 꼭 알아야 할 중국 노무·세무 핵심 포인트	2009.6
09-016	베트남 유통 및 프랜차이즈 시장 진출 설명회	2009.6
09-017	주요국 경기부양책 및 사업기회	2009.6

번호	제목	발간일자
09-018	중동 신성장산업 진출 설명회	2009.6
09-019	손에 잡히는 중국 공공프로젝트 설명회	2009.9
09-020	FTA 기회시장을 잡아라	2009.9
09-021	중국 내수유통, 이런 품목 이렇게 뚫어라	2009.10
09-022	제4회 국제자원협력포럼 2009	2009.9
09-023	2009 세계지식포럼 '아시아 투자기회와 신프로젝트' (Investment Opportunities in Asia)	2009.10
09-024	제 1회 KOTRA 카본 포럼	2009.10
09-025	환경플랜트 프로젝트 플라자	2009.10
09-026	중동 미래성장산업 진출 설명회	2009.11
09-027	중국 진출단계별 지식재산포인트 설명회	2009.11
09-028	"공동물류센터를 활용한" 중국 내수시장 진출전략 설명회 자료집	2009.11
09-029	중국경제진단 2010 설명회	2009.11
09-030	2010 세계 거대 기회시장 (EU, 중국) 공략 설명회	2009.11
09-031	베트남 건설·유통산업 투자진출전략 설명회	2009.12
09-032	EU·중남미 의약품 시장 진출 설명회	2009.11
09-033	Post-Crisis, CIS 유통망 진출 설명회 - CIS 유통시장, 이렇게 뚫어라 -	2009.12
09-034	일본 유통시장 진출 설명회	2009.12
09-035	2010년 미국 섬유시장 진출 설명회	2009.12

작성자

◆ 뉴욕 KBC      최정은 대리  
◆ 구미팀        이정선 과장

Global Business Report 09-051

## 불황 속 미국 섬유시장 진출 전략

발행인 | 조환익  
발행처 | KOTRA  
발행일 | 2009년 12월  
주소 | 서울시 서초구 헌릉로 13  
(우 137-749)  
전화 | 02) 3460-7114(대표)  
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2009 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로  
무단전재와 무단복제를 금합니다.