

한미 FTA로 날개 달 중소기업 35大 수출유망상품



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 한미 FTA 상품양허 결과 / 4

II. 산업별 수출유망품목 / 5

5	1. 자동차 부품 (볼트·너트, 자동차 공조용부품, 냉간단주부품, 폴리, 덕타일주물 제품, 자동차용 전기배선장치, 브레이크 패드, 에어백, 개스킷과 실)
50	2. 섬유 (폴리에스터 섬유사, 여성용 드레스, 인조섬유 파일편직물, 양말, 면 섬유 유아/아동용 의류 및 액세서리, 카매트)
95	3. 기계 (공작기계, 플라스틱사출금형, 밸브, 볼베어링, 철주물 핏팅 제품, 펌프)
123	4. 전기 전자 (풍력발전세트, 헤어 플랫 아이언, 전기제어판, 터치스크린 모니터)
140	5. 석유화학 (폴리스티렌, 비접착성 판 슈트, 필름, 에폭시수지, 아크릴 폼 테이프)
155	6. 기타 (광섬유케이블)
159	7. 정부조달 (공구 절삭기, 문서세단기, 리튬일차전지, 전자철판)

요 약

연번	산 업	품목명	관세(%)	양허유형	대미수출액 (2010, 백만달러)	유망사유
1	자동차부품	볼트·너트	5.7~12.5	즉시철폐	122	·가격 경쟁이 치열한 품목으로 고관세 철폐에 힘입어 가격 경쟁력 제고 폭이 클 전망
2		자동차 공조용부품	0~2.5	즉시철폐	15	·중국산 등 저가제품 품질 문제가 이슈화되고 있는 가운데, 관세철폐로 한국산 가격 경쟁력이 제고되면, 바이어에게 크게 어필할 것으로 예상
3		냉간단조부품 (엔진블록, 피스톤, 등)	0~2.5	즉시철폐	779	·관세철폐로 중국산 대비 가격 열위는 보장되고, 일본산 대비 가격 우위는 강화될 전망
4		폴리	2.8	즉시철폐	174	·관세철폐로 중국산 대비 가격 격차가 좁혀질 전망 *Pulley는 추진축으로부터 벨트를 통해 각 부속 장치로 동력을 전달하기 위해서 필수적인 요소로 자동차에는 Crankshaft, Timing Belt, Alternator, Compressor등에 사용
5		덕타일주물제품	0~2.9	즉시철폐	5	·관세철폐로 중국산 대비 가격 열위는 보장되고, 일본산 대비 가격 우위는 강화될 전망
6		자동차용 전기배선장치	3.5	즉시철폐	2	·연비향상을 위한 자동차 전장화로 수요 증대 ·중국산과의 가격 격차 축소는 역부족이나, 독일 등 선진국 제품 대비 가격 경쟁력 강화 예상
7		브레이크 패드	2.5	즉시철폐	270	·중국산 브레이크 패드 제품에 실망한 바이어들의 한국산 관심 증대 ·한국산 품질은 이미 인정받고 있어, 가격 경쟁력까지 제고된다면 수출 여건 대폭 개선 전망
8		에어백	2.5	즉시철폐	4	·중국산 제품의 품질관리 문제와 일본의 대지진 이후 부품공급 차질로 반사이익 기대 ·측면에어백 장착의무 규제(2011년 1월) 발효로 에어백 수요 증가 예상
9		개스킷과 실	2.5	즉시철폐	28	·한국산은 품질은 우수하지만, 중국산에 비해서는 가격이 높고, 일본산에 비해서는 품질은 다소 뒤처지나 가격은 비슷해 단점으로 작용했으나, 관세 철폐시 대미 수출여건 개선 기대
10	섬 유	폴리에스터 섬유사	4.3	즉시철폐	137	·면화가격 급등 및 생산원가 절감위해 폴리에스터 혼방비율이 확대되면서 현지수요급증 ·한국은 수입시장 점유율 2위 국가로 바이어 인지도가 높아, 관세 철폐시, 수출 확대여력 다분
11		여성용 드레스	14.9	즉시철폐	3	·고관세 철폐로 중고가 제품군을 중심으로 높은 가격 경쟁력 확보 가능 ·드레스는 소량 다품종 생산가능 품목으로 국내로 생산기반 이전이 상대적으로 용이
12		인조섬유 파일편직물	17.2	즉시철폐	0.6	·고관세 철폐로 중고가 제품군을 중심으로 높은 가격 경쟁력 확보 가능 ·면화가격 급등으로 인조섬유 편직물 수요 증가
13		양말	13.5	즉시철폐	64	·비용절감을 위해 미국 업체들이 국내생산을 줄이고 아웃소싱 확대 ·고관세 철폐, 상대적으로 충분한 국내 제조기반(자동화된 생산방식)

연번	산 업	품목명	관세(%)	양허유형	대미수출액 (2010, 백만달러)	유망사유
14		면섬유 유아/아동용 의류 및 액세서리	8.1	즉시철폐	7	·대규모 유아/아동 의류시장 내 고급상품 시장 확대 ·중저가 이상의 고급제품 시장에서는 관세 철폐시, 바이어 선호도 제고 전망
15		폴리에스터 단섬유직물	12.0	즉시철폐	0.7	·면화가격 상승으로 합성섬유 직물 수요 증가 ·합성섬유 분야에서의 높은 한국산 제품 경쟁력, 중고가제품에서 가격경쟁력 제고 기대
16		카매트	6.7	즉시철폐	19	·관세철폐로 고급차량용 카매트 가격 경쟁력 제고효과 기대 ·한국산 품질에 대한 인지도 상승세
17	기 계	공작기계 (머시닝센터)	4.2	즉시철폐	29	·한국산 제품 인지도 상승추세 ·고가제품으로 10만 달러 이상에 거래, 관세 철폐시 4,200 달러 이상의 가격 인하 예상
18		플라스틱사출금형	0~3.1	즉시철폐	36	·자동차 연비규제 강화로 경량화와 추진을 위해수요 증대 예상 ·고가 제품으로 절대적인 관세철폐 금액이 큰 편
19		밸브	4.3	즉시철폐	7	·가격 경쟁이 심해, 4% 관세만 철폐되더라도, 한국산의 대미 수출 경쟁력 강화 전망
20		볼베어링	9.0	10년 균등	34	·10년 균등 철폐지만, 관세율이 높아 3년 내 2.7% 관세 철폐 ·가격 경쟁이 치열해 관세 철폐로, 한국산 수출 확대 기대
21		철주물 핏팅 제품	5.6	즉시철폐	1	·경기회복으로 자동차 산업 등에서 생산 활동이 활발해지면서 수요가 증가할 전망 ·가격 경쟁이 치열해, 관세철폐로 한국산 수출 확대 기대
22		펌프	2.5	즉시철폐	29	·경쟁 제품간 품질이 대동소이해서 가격 경쟁이 치열한데, 관세 철폐시 한국산에 유리하게 작용할 전망
23	전기전자	풍력발전세트	2.5	즉시철폐	8	·미국 풍력 터빈의 100%를 국내에서 생산하기 어려움, ·풍력발전 비중이 확대되면서 관련 제품 수요가 더욱 확대 예상
24		헤어 플랫 아이언	0~2.8	즉시철폐	6	·한국산은 고가 전문가용 헤어스타일링 기기에서 인지도가 높아, 관세 철폐로 가격 경쟁력까지 강화되면 수출 확대 기대
25		전기제어판	2.7	즉시철폐	0.3	·절전형 제품에 대한 교체수요 증가로 전기제어판 수요 증가 ·관세 철폐시, 중국산 보다는 일본산과 캐나다산 대비 가격 경쟁력이 강화될 전망
26		터치스크린 모니터	2.7	즉시철폐	95	·비용절감을 위한 셀프 계산대 및 키오스크 설치 증가로 수요 다대 ·중국산과 멕시코산 보다는 일본산 대비 가격 경쟁력이 강화될 전망

연번	산 업	품목명	관세(%)	양허유형	대미수출액 (2010, 백만달러)	유망사유
27	석유화학	폴리스티렌	6.5	즉시철폐	2	·경기 회복에 힘입어, 주택건설용 및 요식업용(포장재) 수요가 증대 ·고관세 즉시 철폐
28		비접착성 판 슈트 필름	5.8	즉시철폐	227	·최근 미국산을 아시아산으로 대체하고 있는 추세 강화 ·고관세 즉시 철폐
29		에폭시수지	6.1	즉시철폐	34	·금년 고기능성 에폭시 합성수지 수요는 전년 대비 9% 증가 예상 ·고관세 즉시 철폐
30		아크릴 폼 테이프	4.2 ~ 6.5	10년 균등	24	·고부가가치 부품 시장으로 한국산 비교 우위 ·10년 균등 철폐 품목이나 가격 경쟁이 치열해, 3년 내 가격 경쟁력이 유의미한 수준으로 제고될 전망
31	기타	광섬유케이블	6.7	즉시철폐	1	·스마트폰, PC 태블릿 등의 3G/4G 네트워크, 인터넷 사용증가에 힘입어 광섬유케이블에 대한 수요도 동반 증가할 전망 ·한국의 텔레콤 시장에 대한 인지도가 높아진 가운데, 6.7% 관세까지 철폐된다면 바이어 선호도 증가 기대
32	정부조달	공구 절삭기	4.2 ~ 4.7	즉시철폐	5	·미 육해공군에서 사용되는 탱크와 비행기 수리 및 보수작업에 활용되며, 미국 에너지부에서도 수요가 높은 제품 ·한국산 인지도가 높은 상황에서 가격 경쟁력까지 강화되어, 정부조달시장 진출가능성 확대
33		문서세단기	1.8	즉시철폐	81	·미 정부기관에서 정보 보안에 대한 중요성이 날로 확산되는 가운데, 실내용 세단기의 아웃소싱이 증가
34		리튬일차전지	2.7	즉시철폐	33	·미 국방부에서 친환경 휴대용 전지에 대한 수요(GPS, 전투용 라디오, 어뢰)가 급증 ·미국 내 생산능력이 수요를 따라잡지 못하고 있는 상황
35		전자칠판 (태블릿모니터)	5	즉시철폐	169	·최근 미 조달청에서는 통신, 무선 IT 네트워킹 등과 관련해 대규모 예산 편성 ·비교적 높은 관세 철폐로 가격 경쟁력 제고

I. 한미 FTA 상품양허 결과

□ 전반적 양허수준

- 조기철폐(3년내 관세철폐)를 기준으로 미국은 對韓수입의 92.1%를 관세 철폐, 한국은 對美수입의 94.1%를 관세철폐(품목수 기준)

< 양국 상품분과 양허결과 >

		우리측				미측			
		품목수	비중	수입액(억불)	비중	품목수	비중	수입액(억불)	비중
즉시철폐		7,218	85.6%	200.0	80.6%	6,176	87.0%	331.0	87.2%
3년 균등		719	8.5%	33.2	13.4%	360	5.1%	28.2	7.4%
5년 균등		168	2.0%	3.8	1.5%	196	2.8%	8.7	2.3%
10년	균등	301	3.6%	10.7	4.3%	333	4.7%	11.5	3.0%
	비선형	24*	0.3%	0.3	0.0%	12	0.2%	0.1	0.0%
12년	비선형	1	0.0%	-	0.0%	17	0.2%	0.02	0.0%
	TRQ	2	0.0%	0.03	0.0%				
15년(TRQ)		1	0.0%	0.04	0.0%				
총계		8,434	100%	248.4	100%	7,094	100%	379.6	100%

□ 주요 산업별 협상 결과(미측 양허결과)

산 업	美평균관세율(%)	미측 양허 결과
자동차 부품	2.5	· 한지와 베어링 제품(10년 철폐)을 제외한 나머지 자동차 부품은 즉시 철폐
섬 유	10.1	· Yam Forward가 원칙적으로 적용되나, 린넨, 여성재킷, 남성셔츠 등은 예외 · 우리 주력 생산품목인 동시에 미국의 관세율이 높은 화섬제품 (25~32%) 중심으로 관세가 즉시 철폐
기 계	1.2	· 베어링, 건조기 등 32개 품목은 장기 유예 후 관세철폐
전기 전자	2.2	· 경쟁력 확보가 필요한 분야(세탁기, 전자렌지 등 일부 가전제품)를 제외하고는 즉시 철폐
석유 화학	2.8	· 범용제품(폴리스티렌 등) 위주로 대미 수출이 확대될 전망
정부 조달	-	· 연방정부 상품서비스 양허하한선 인하 : 20만 달러→10만 달러 · 입찰낙찰 과정에서 미국 내 조달실적 제출요구 금지

II. 산업별 수출 유망품목

<조사 방법>

- 조사 대상 산업 : 자동차 부품, 섬유, 기계, 석유화학, 전기전자, 정부 조달 등 6개 산업
- 유망 품목 선정 기준
 - ① 3년 내 조기 철폐 품목
 - *장기철폐 대상일지라도 관세율이 높고, 가격 경쟁이 치열한 품목은 포함
 - ② 고관세 혹은 관세가 낮아도 가격 경쟁이 치열한 품목
 - ③ 미국 수입시장 규모가 1천만 달러 이상인 품목
 - ④ 중소/중견기업 취급 품목

1

자동차 부품

품목명(1)	볼트 · 너트(Bolt, Nut)	HS Code (6단위 이상)	731811~731814
現수입관세율	5.7~12.5%	양허유형	즉시철폐
유망사유	· 가격경쟁이 치열한 품목으로 고관세 철폐에 힘입어 가격 경쟁력 제고 폭이 클 전망		

1. 시장동향

□ 시장개황

- 2009년 미국의 단조 볼트, 너트, 스크루 제품의 시장규모는 181.5억 달러로 전년 대비 약 10.8% 감소
- 시장조사 전문기관인 IBIS World에 따르면 2010년도에는 그 규모가 2009년 대비 0.3%가량 증가할 것으로 예상

<미국의 단조 제품 제조(NAICS:33272)>

(단위: U\$백만, %)

구분	2007		2008		2009	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
시장규모	21,823	-0.8	20,345	-6.8	18,155	-10.8
수출	2,699	3.2	2,794	3.5	2,170	-22.3
수입	4,014	-0.4	4,276	6.5	2,546	-40.4

자료원 : IBIS World

- 화스너(Fastener) 제품은 주로 자동차, 항공, 가전제품, 농기계, 상업용 빌딩 및 기간산업(Infrastructure) 건설시 주로 사용
 - 약 2천 억 개의 Fastener 가 미국에서 소모되고 있는데 이중 13%에 이르는 260억 개가 자동차 부품용으로 사용
- 경쟁이 극심하고, 세계화가 급속해져 시장 신규 진입장벽이 매우 높은 편

□ 구매패턴

- 구매정책 및 주요 구매기준
 - 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
 - ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구
 - 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 북미 지역의 주요 볼트 너트 단조 제조업의 경우 특정 기업의 시장 점유율이 뚜렷하지 않고 다수의 작은 업체가 지역 공급의 대부분을 차지
- Precision Castparts Corporation(미)이 전체 시장의 7.4% 점유율을 보이며 선도하고 있으며, 그 외 기업으로 Illinois Tool Works, Inc(미)이 1.6%, Alcoa, Inc(미)가 1.5%, Nucor Corporation(미)이 1.5%를 점유

< 주요 업체별 시장 점유율 >

순위	1	2	3
기업명	Precision Castparts Corporation	Illinois Tool Works, Inc	Alcoa, Inc
소재지	오레곤	일리노이	캘리포니아
시장 점유율	7.4%	1.6%	1.5%

- 한미 FTA 발효시 예측되는 변화
 - 한국산과 중국, 대만산의 가격 차이는 5~10% 대로 관세 철폐시, 이들 나라 제품 대비 한국산에 대한 선호도가 증가할 전망

□ 연도별 수입동향

- 대만과 중국으로부터의 수입이 전체 수입액의 절반 이상을 차지
 - 중국으로 부터는 기본적인 형태의 Fastener, 대만으로부터는 자동차용 Fastener 수입이 다대
- 한국으로 부터의 수입은 3.5%에 불과하나, 전반적으로 수입이 증가추세

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	대 만	1,117	789	1,310
2	중 국	728	565	890
3	일 본	540	364	536
4	캐나다	245	186	323
5	독 일	172	133	199
6	한 국	122	54	96
합 계		3,443	2,516	4,019

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Chainworks	특기사항	
매출규모('10)	250만 달러	품목	자동차용 볼트, 너트류
담당자	Jim Stark	직책	Global supply chain manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 중국과 한국에서 수입하여 유통 중으로 한국과 중국산의 차이는 가격이 5-10% 차이가 남 · FTA 발효시, 한국산에 대한 선호도가 확대될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 브랜드 이미지를 적극적으로 홍보하는 전략이 필수적임.		

기업명	Metalsa	특기사항	
매출규모('10)	100억(모기업) 달러	품목	Fastener, structural parts
담당자	Chris Barry	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국, 대만산과의 가격차를 5%로 보고 있으며 현재 중국산을 선호하고 있으나 FTA 발효로 한국 제품 대미 수출 증대 예상 · 그러나, 구매 결정에는 운송비, 제품의 질, 변화에 민감한 대응 등 가격 외 조건도 중요해 한국 기업들은 이러한 조건을 맞추어야 성공적인 미국 시장 진출이 가능.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국 공급업체는 특히 영어로 도면을 완전히 이해하고 기술적인 측면도 완벽히 소화할만한 의사소통 능력이 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐에 따른 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 브랜드 이미지를 제고하는 등 중장기적인 경쟁력 제고 방안 수립 필요
- 고부가가치 품목에서는 독일, 일본과 대등한 품질을 확보하고 주요 완성차 제조업체에 대한 납품 경력 관리로 인한 신뢰도 제고
 - 저가 품목에서는 안정적인 공급능력 및 이에 걸 맞는 품질 관리 능력 확보가 핵심
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄여나가고 있어, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려
- 최근 빅3 등 완성차 업체들은 공급업체와의 관계를 중요시
 - 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있어, 세련된 영어 구사가 필수적

품목명(2)	자동차 공조용 부품	HS Code (6단위 이상)	870891 841520
現수입관세율	0~2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 중국산 등 저가제품 품질 문제가 이슈화되고 있는 가운데, 관세철폐로 한국산 가격 경쟁력이 제고되면, 바이어에게 크게 어필할 것으로 예상		

1. 시장동향

☐ 시장개황

- 시장규모 및 성장 전망

- J.P. Morgan에 따르면 2012년 미국에어컨 부품 시장은 2011년 대비 7-15% 성장이 예상
- 가격은 3-5% 증가, 재고는 과거에 비해 낮은 상태로 유지될 것으로 전망

○ 시장 특성 및 특기사항

- 자동차 A/S 부문 내, HVAC 성장세 지속
- 과거 미국시장에서는 선택사양으로 인식되던 에어컨 등 공조장치가 최근에는 필수사양으로 인식되면서 완성차업체의 관련부품 장착률이 거의 98%이상을 기록
- 향후 차량 사양 고급화에 따라 좌우 독립형 공조장치, 차량시트용 온냉 공조장치 등 첨단 공조장치의 채용 확대에 따라 납품 규모가 지속적으로 확대될 전망

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 전부터 계획되기 시작하며, ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력 (Capacity)에 따른 품질관리 능력을 요구
- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁 동향

○ 전반적인 경쟁상황

- 2009년 기준 완성차 업체 1차 공급기준으로 델파이(미)(10.7%), 비스티온(미)(8.3%), 텐소(일)(7.1%) 등 세계 굴지의 자동차 부품 업체가 관련 부품을 생산

○ 한미 FTA 발효시 예상되는 변화

- 설문조사 결과, 중국이 한국에 비해 가격 경쟁력이 약 5% 높으나, FTA 체결로 인한 관세철폐로 그 격차가 2-3% 내로 줄어 한국 제품의 선호도가 높아질 것으로 기대

□ 연도별 수입동향

- 2009년 수입액이 급감하였다가, 경기 회복과 함께 수입시장도 회복세
- 2010년 기준 멕시코 (29.7%), 중국(23.5%), 캐나다(9.3%), 인도네시아 (5.6%)로 부터의 수입이 주를 이룸.
- 한국은 수입시장의 2%를 점유(9위)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	멕시코	215	175	187
2	중국	199	151	157
3	캐나다	67	66	84
4	인도네시아	41	36	38
5	대만	39	32	32
9	한국	15	9	15
합 계		725	596	699

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Camaco LLC	특기사항	
매출규모('10)	1억 달러	품목	공조용 부품
담당자	Lee Spruit	직책	Director of Purchasing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국이 한국에 비해 가격 경쟁력이 5% 정도 있으나, FTA 로 그 격차가 2-3% 내로 줄어 한국 제품의 선호도가 중장기적으로 높아질 것으로 기대 · 일본이나 멕시코, 캐나다산에 대해서는 FTA 영향이 상대적으로 적을 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 납기일과 납기 조건의 충족이 확실해야 함.		

기업명	Parker	특기사항	Fortune 248위 기업
매출규모('10)	99억 달러	품목	공조용 부품
담당자	Dan Rim	직책	Director
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· FTA의 효과는 중국이 미국과 비슷한 협약을 맺을 때까지는 효과가 있으리라 보이며 한국 부품의 선호도를 증가시킬 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국에 지사를 설립하여 현지 영업 및 기타 기술 지원이 필요.		

4. 성공사례

*기업명 : (주) YK Tech

- 유망 전시회 참가를 통한 관심바이어 지속 접촉
 - 북미 최대 자동차부품 전시회 AAPEX, 자동차 공조부품 전문 전시회 MACS 등 참가
- KOTRA 지사화사업을 통한 바이어 밀착 지원
 - 바이어 상담초기 즉시 대응을 원하는 바이어를 위하여 지사화 전담직원을 적극 활용

5. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

품목명(3)	냉간단조부품 (엔진블록, 피스톤, 샤프트 등)	HS Code (6단위 이상)	870899
現수입관세율	0~2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 관세철폐로 중국산 대비 가격 열위는 보장되고, 일본산 대비 가격 우위는 강화될 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

- 시장 규모 및 성장 전망
 - 2009년 미국 시장규모는 181.5억 달러로 전년 대비 약 10.8%의 감소
 - 시장조사 전문기관인 IBIS World에 따르면 2010년도에는 그 규모가 전년 대비 0.3% 가량 증가할 전망
- 현지 생산 및 수입 현황

- 미국의 냉간단조부품에 대한 수입은 2005년부터 2007년까지는 지속적으로 증가하고 있었는데 이는 미국 내의 높은 인건비로 인하여 가격이 낮은 국가로부터 구매가 증가하고 있음을 반영
- 2009년에는 전반적인 경기 침체로 전년 대비 수입이 40.4% 감소하였으나, 2010년 들어 회복세 시현

<미국의 단조 제품 제조>

(단위: U\$백만, %)

구분	2007		2008		2009	
	금액	증감율	금액	증감율	금액	증감율
시장규모	21,823	-0.8	20,345	-6.8	18,155	-10.8
수출	2,699	3.2	2,794	3.5	2,170	-22.3
수입	4,014	-0.4	4,276	6.5	2,546	-40.4

자료원: IBIS World

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
- ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구
- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 전반적인 경쟁상황

- 자동차 부품 분야 단조 주요 기업으로는 Precision Castparts Corporation (미)이 전체 시장을 선도(7.4%)
- 그 외 기업으로 Illinois Tool Works, Inc(미)이 1.6%, Alcoa, Inc(미)가 1.5%, Nucor Corporation(미)이 1.5% 시장 점유
- 특히, 일본계 자동차부품 업체들은 OEM용 부품으로 대부분 일본산 단조 부품을 반제품형태로 수입

○ 한미 FTA 발효 이후, 예측되는 변화

- 조사 과정 중 접촉한 바이어는 한미 FTA 발효시, 중국 대비 한국의 가격경쟁력 격차를 감소시키며, 일본 품목 대비 가격경쟁력도 다소 제고시켜줄 것으로 전망
- 바이어들은 FTA발효 2-3년 내에 관세 인하 효과를 최대한 활용하여 타 경쟁국과의 격차를 확대해야 한다고 권고

□ 연도별 수입동향

- 2009년 수입액이 급감하였다가, 2010년 들어 자동차 시장 회복과 함께 냉간단조부품 수입시장도 회복세
- 일본(24%), 멕시코(20%), 캐나다(19%)로 부터의 수입이 주를 이룸
 - 한국산의 수입 시장 점유율은 8% 수준(5위)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	일본	2,441	1,730	1,839
2	멕시코	2,037	1,325	1,699
3	캐나다	1,868	1,316	2,296
4	중국	1,001	675	858
5	한국	779	413	559
합 계		10,092	6,933	9,377

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Aisin World Corp of America	특기사항	매출기준 세계 3위 (2009년)
매출규모('10)	220억달러	품목	단조 부품 (Machining Parts)
담당자	Douglas Cha	직책	Sr Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· FTA의 효과는 중기적으로 나타날 것으로 보이며 특히 중국과 한국의 가격 차이를 감소시켜 한국산 선호도를 증가시킬 전망 · 일본산 대비 한국산의 선호도가 증가할 것으로 낙관		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· FTA발효 2-3년 내에 효과를 최대한 흡수하여 타 경쟁국과의 격차를 확대		

기업명	Delphi	특기사항	매출기준 세계 9위 (2009년도)
매출규모('10)	180억 달러	품목	냉간 단조 및 주물 부품
담당자	Bob Mo	직책	Vice President, Korea Sourcing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국과의 가격 격차가 좁혀져 한국산 선호도가 증가할 전망 · FTA 효과는 중장기적으로 나타날 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 가격 외에도 한국 기업들은 품질 중심의 경쟁력 향상에 노력이 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

품목명(4)	풀리(Pulley)	HS Code (6단위 이상)	84835090
現수입관세율	2.8%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 관세철폐로 중국산 대비 가격 격차가 좁혀질 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

※ Pulley는 추진축으로부터 벨트를 통해 각 부속 장치로 동력을 전달하기 위해서 필수적인 요소로 자동차에는 Crankshaft, Timing Belt, Alternator, Compressor등에 사용

○ 시장 규모 및 성장 전망

- Pulley를 포함한 자동차 동력 전달 장치의 시장 규모는 2010년 240억 달러로 앞으로 5년간 연간 2.2% 성장 기대

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 470개 제조업체가 있으며, 수출은 약 42억 달러, 수입은 약 83억 달러 수준

- 일본, 독일에 본사를 둔 상당수의 미국 소재 부품기업들은 하위 부품을 본국에서 반제품 형태로 들여와 생산

○ 시장특성 및 특기사항

- 폴리 소재는 알루미늄, 스테인리스 스틸, 캐스트 아이언, 철강, 동 등이 주소재로 사용되고 있지만 연비 증가를 위한 차체 경량화 추세에 따라 대부분의 자동차용 폴리는 알루미늄으로 제작
- 향후 자동차 엔진설계가 하이브리드 또는 연료 전지 자동차용으로 이뤄져 부속장치 또한 설계 변경이 많이 요구될 전망
- 이 밖에도 최근 미국 완성차 기업의 평균 연비 규제(CAFE)가 강화되면서 많은 부품들의 경량화를 위해 다양한 소재가 시도되고 있으나, 컴프레서나 제조에 있어서는 향후 큰 기술적 변화는 없을 것으로 분석
- 폴리 유형별 수요처
 - Crankshaft나 Timing Belt Pulley를 제조하는 업체의 주 고객은 자동차 완성차업체나, Aisin(일), Delphi(미), Visteon(미), Denso(일) 등
 - Compressor Pulley를 제조하는 업체는 Denso, Delphi, Visteon, Sanden(일), Mitsubishi(일), Zexel(일)이 주 고객
 - Alternator용 Pulley 제조사의 고객은 Denso, Delphi, visteon, American Alternator Ltd.(미), J&D Auto Electric(미), Ames Co. (미), Nabco Inc.(미), American Auto Electric Inc.(미) 등

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작

- ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구
- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

☐ 경쟁동향

○ 전반적인 경쟁상황

- 미국의 자동차용 Pulley를 제조하여 자동차완성차 업체에 납품하는 대표적인 업체로는 Gates(미), Schaeffler(독), Magna(캐), Metaldyne(미), Frendenberg(미), Litens Automotive사(독) 등

○ 한미 FTA 발효 이후, 예측되는 변화

- 조사 과정 중 접촉한 바이어는 한국산에 비해 가격이 저렴한 중화권 업체들이 선호되었으나, FTA가 발효되면, 한국산이 다른 아시아 국가 제품을 압도할 수 있을 것으로 예상

☐ 연도별 수입동향

- 2009년 경기 침체로 수입이 급감하였으나, 2010년 자동차 판매 회복과 더불어 폴리 수입도 동반 회복
- HS 8483(트랜스미션 제품) 기준 2010년 수입은 독일(16.8%), 일본(15.4%), 중국(12.7%) 및 캐나다(9%)로부터 주로 수입
 - 한국산은 수입시장의 3%를 차지

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: U\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	독일	949	821	1,213
2	일본	871	651	990
3	중국	716	461	601
4	캐나다	533	432	533
5	이태리	444	398	577
10	한국	174	135	200
합 계		5,647	4,449	6,395

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	TAG Holdings LLC	특기사항	
매출규모('10)	N/A	품목	Structural parts, pulley
담당자	Mark Davison	직책	VP, Business Development
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국 및 한국 업체와 거래 중으로 며 현재도 한국산은 중국산과 가격 격차가 크지 않음. · FTA의 발효로 인한 효과가 크지는 않을 것이나, FTA 발효 자체가 가지는 한국의 국가 이미지 개선 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 시장에 맞는 신제품 개발 및 품질 개선		

기업명	TRW	특기사항	
매출규모('10)	140억 달러	품목	steel component, pulley
담당자	Sangil Kwak	직책	Engineer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국산에 비해 가격이 저렴한 중국산과 대만산을 선호하였으나, FTA를 계기로 한국산에 대한 선호도가 개선될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 신기술 개발과 품질의 향상에 노력		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

품목명(5)	덕타일 주물 제품	HS Code (6단위 이상)	732599
現수입관세율	0~2.9%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 관세철폐로 중국산 대비 가격 열위는 보장되고, 일본산 대비 가격 우위는 강화될 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

※ 구상흑연주철소재로 캠축, 브레이크 드럼, 크랭크축 등 제조에 사용

○ 시장규모 및 성장 전망

- 미국의 주물 제품의 시장 규모는 2010년 177억 달러로 향후 5년간 연평균 2.5%씩 시장이 성장할 것으로 기대

○ 현지 생산 및 수입현황

- 약 725개의 제조업체가 생산
- 중국산이 전체 수입 시장의 50% 이상을 차지

○ 시장특성 및 특기사항

- 주물 제품의 경우 43%가 자동차 산업에 사용 되며 20%는 철도 산업, 15%는 중장비 산업, 12%는 파이프 산업에 사용

☐ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
- ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구

- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 미국의 주물 제품 시장은 공급자수가 많고 잘게 쪼개져(fragmented), 선도기업의 시장 점유율이 미미
 - Precision CastParts INC(미)가 시장의 11.8%를 점유하고 있으며 Grede Foundries INC(미)가 시장의 3.4%를 점유
- 한미 FTA 발효 이후, 예측되는 변화
 - 조사 과정 중 접촉한 바이어는, 중국산 가격은 한국산의 90%에 불과하고, 일본산 가격은 한국산 대비 다소 높다고 평가
 - 관세철폐 효과가 크지는 않겠으나, 중국산과 일본산 대비 한국산에 대한 선호도를 다소 제고시킬 것으로 기대

□ 연도별 수입동향

- HS 732599(기타 철제 주물) 기준 2010년 수입은 경기회복에 힘입어, 2009년보다는 늘었으나, 아직까지 2008년 수준에는 미달
- 중국(54.6%)으로 부터의 수입이 압도적이며, 인도(13.9%), 멕시코(8.2%), 캐나다산(8.1%)로 부터의 수입이 그 뒤를 이음.
 - 한국산의 수입시장 점유율은 2.5%에 불과(6위)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	116	101	163
2	인도	30	15	30
3	멕시코	18	16	22
4	캐나다	17	15	25
5	대만	6	5	7
6	한국	5	3	3
합 계		213	177	288

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Nexteer	특기사항	
매출규모('10)	20억 달러	품목	다이 캐스팅 주물 부품
담당자	Jeff Klass	직책	Engineering Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 조사 과정 중 접촉한 바이어는, 중국산 가격은 한국산의 90%에 불과하고, 일본산 가격은 한국산 대비 다소 높다고 평가 · 관세철폐 효과가 크지는 않겠으나, 중국산과 일본산 대비 한국산에 대한 선호도를 다소 제고시킬 것으로 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 현재까지 거래한 한국 기업들은 모두 매우 좋은 업체들로 한국 업체에 좋은 인상을 가지고 있음. 글로벌 경쟁력을 높이는데 노력하기를 바람.		

기업명	Tenneco	특기사항	Fortune 386위 기업
매출규모('10)	59억 달러	품목	배기 관련 주물 부품
담당자	Heewon Ro	직책	Engineer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 가격 경쟁력이 제고되어 대미 수출이 확대될 것으로 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 품질과 브랜드 인지도를 미국의 1차 협력사에게 알리는 노력이 필요 · 무엇보다 좋은 관계를 유지하는 지름길은 미국 기업의 문화를 이해하고 의사소통을 원활하게 잘 할 수 있는 것		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

품목명(6)	자동차용 전기배선장치 (Wire Harness)	HS Code (6단위 이상)	854411
現수입관세율	3.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 연비향상을 위한 자동차 전장화로 수요 증대 · 중국산과의 가격 격차 축소는 역부족이나, 독일 등 선진국 제품 대비 가격 경쟁력 강화 예상		

1. 시장동향

☐ 시장개황

※ 엔진 등 자동차의 각 부분에 전원을 공급하는 전선 cable 복합체로 스위치 및 휴즈 박스 등이 연결

○ 시장규모 및 성장 전망

- 연비향상을 위한 자동차 전장화로 2010년 미국의 자동차 전자부품의 시장 규모는 137억 달러로 전년 대비 약 12.5% 증가
- 기존 내연기관 자동차 부품 전장화 뿐 만 아니라, 전기 자동차 개발이 가속화되면서 전장 부품에 대한 수요가 한층 더 확대될 것으로 예상

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 전자부품 제조업체는 703개로 업계 종사자 수는 61,180명으로 집계

< 미국의 자동차 전자 부품 산업 현황 >

(단위: U\$백만, %)

구분	2008		2009		2010	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
시장규모	15,979	-19.1	12,192	-23.7	13,716	12.5
수출	4,000	-4.7	3,292	-17.7	3,869	17.5
수입	10,879	-10.0	8,559	-21.3	10,639	24.3

자료원: IBIS World

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
- ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구
- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 주요 기업별 시장점유율은 Delphi(미) 20.2%, Visteon(미) 19.5%, Johnson Controls(미) 18.8%, Denso (일) 15.4%, Lear Corporation(미) 15.4% 등임.

○ 한미 FTA 발효 이후 예측되는 변화

- 조사 과정 중 접촉한 바이어는 FTA 효과가 클 것으로는 기대하지 않으나, 중장기적으로 한국산에 대한 선호도가 증가할 것이라고 관측

□ 연도별 수입동향

- HS 854411(구리 전선 및 케이블) 기준 2010년 수입은 자동차 시장 경기회복에 힘입어 전년대비 69%나 신장
- 멕시코(65%)로 부터의 수입이 주를 이루고, 캐나다(8.7%), 독일(6.5%)로부터 수입이 뒤를 이음.
- 한국산 수입은 2백만 달러에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: U\$ 백만)

순위	국 가	2010	2009	2008
1	멕시코	271	165	226
2	캐나다	36	22	46
3	독 일	27	11	9
4	인도네시아	21	3	1
5	중 국	18	13	23
11	한 국	2	2	4
합 계		415	246	384

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Kanematsu USA	특기사항	
매출규모('10)	4.5억 달러	품목	Wire Harness
담당자	David Oh	직책	Engineer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 그 영향이 매우 크리라 기대되지는 않으나 중장기적으로 한국산에 대한 선호도가 증가할 것으로 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 시장에 대한 이해, 언어의 원활한 소통 등 기업문화 이해		

기업명	Commuter Cars	특기사항	전기차 개발회사
매출규모('10)	1.1억 달러	품목	각종 부품
담당자	Rick Woodbury	직책	President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세 철폐폭이 크지 않아 중국산과의 가격 격차를 줄이기에는 역부족 · 주요 선진국 제품 대비해서는 가격 경쟁력이 한층 더 제고될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 전기 자동차용 부품 개발 및 판매 전략 수립		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

품목명(7)	브레이크 패드	HS Code (6단위 이상)	870830
現수입관세율	2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 중국산 브레이크 패드 제품에 실망한 바이어들의 한국산 관심 증대 · 한국산 품질은 이미 인정받고 있어, 가격 경쟁력까지 제고된 다면 수출여건 대폭 개선 기대		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 전체 시장규모(=국내생산+수입-수출)는 약 112억 달러로 추산
- 산업시장정보조사 기관인 IBIS World에 의하면 미국의 자동차 브레이크 제품 2010년 매출 규모는 경기회복에 힘입어 전년대비 9.5% 증가한 약 90.6억 달러
- 자동차 브레이크 제품은 2011년에는 전년대비 10.5% 성장하여, 약 100억 1,400만 달러에 달할 전망

< 미국의 자동차 브레이크 제품 제조업 >

(단위 US\$ 백만, %)

연 도	수 익	성장률
2007	11,609.4	-7.7%
2008	10,577.7	-8.9%
2009	8,273.3	-21.8%
2010	9,057.0	9.5%
2011	10,014.0	10.5%

자료원: IBIS World, Automobile Brakes Manufacturing in the US (September 2010)

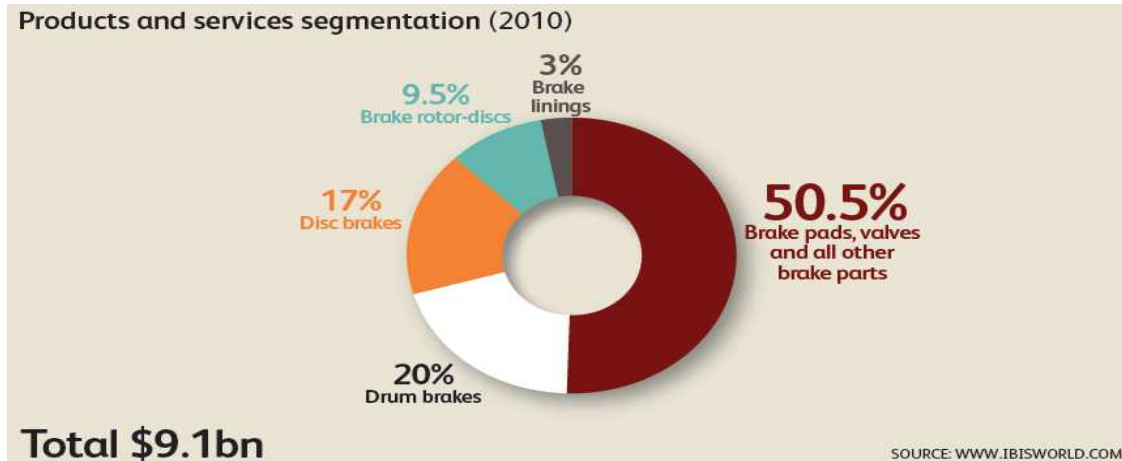
- 수입은 경기침체로 인해 위축되었다가 2010년 이후 회복되어 41억 달러로 회복
- 수출도 경기 침체로 위축되었다가, 2010년 20억 달러로 증가

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 현지의 주요 브레이크 생산업체로는 Akebono Brake Corporation, TRW Automotive, Continental AG, Affinia Group, Robert Bosch GmbH, ArvinMeritor 사 등이 있음.
- 품목별로는 브레이크 패드, 밸브 및 기타 부품 50.5%, 드럼 브레이크

20%, 디스크 브레이크 17%, 브레이크 로터 디스크 9.5%, 브레이크 라이닝 3%을 생산

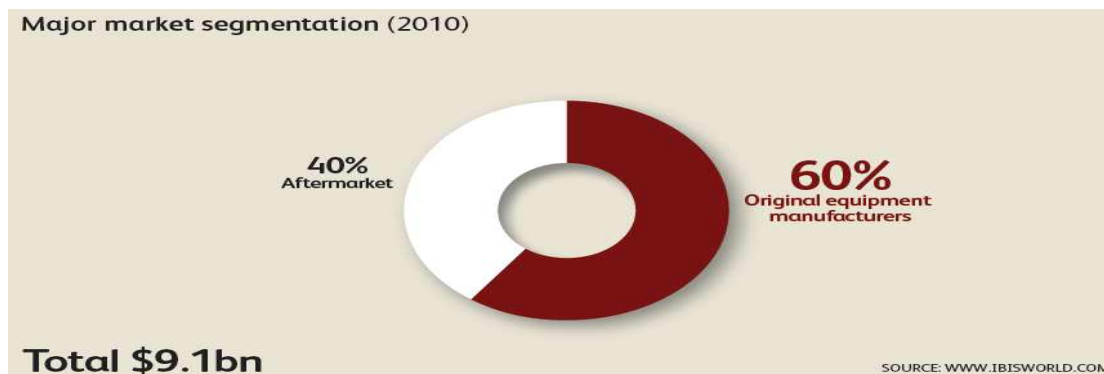
< 브레이크 품목별 생산 비중 >



자료원: IBIS World, Automobile Brakes Manufacturing in the US (September 2010)

- 현지 유동 브레이크 제품의 60%는 주문자 상표 부착 생산인 OEM(Original Equipment Manufacturing) 제품이며 나머지 40%가 A/S용

< OEM vs. A/S 생산 비중 >



자료원: IBIS World, Automobile Brakes Manufacturing in the US (September 2010)

- 수입은 2010년 기준 약 40.9억 달러로 비용절감을 위한 아웃소싱 확대로 계속해서 규모가 증가추세
- 주요 수입국은 중국, 멕시코, 캐나다, 일본 등

□ 구매패턴

- 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

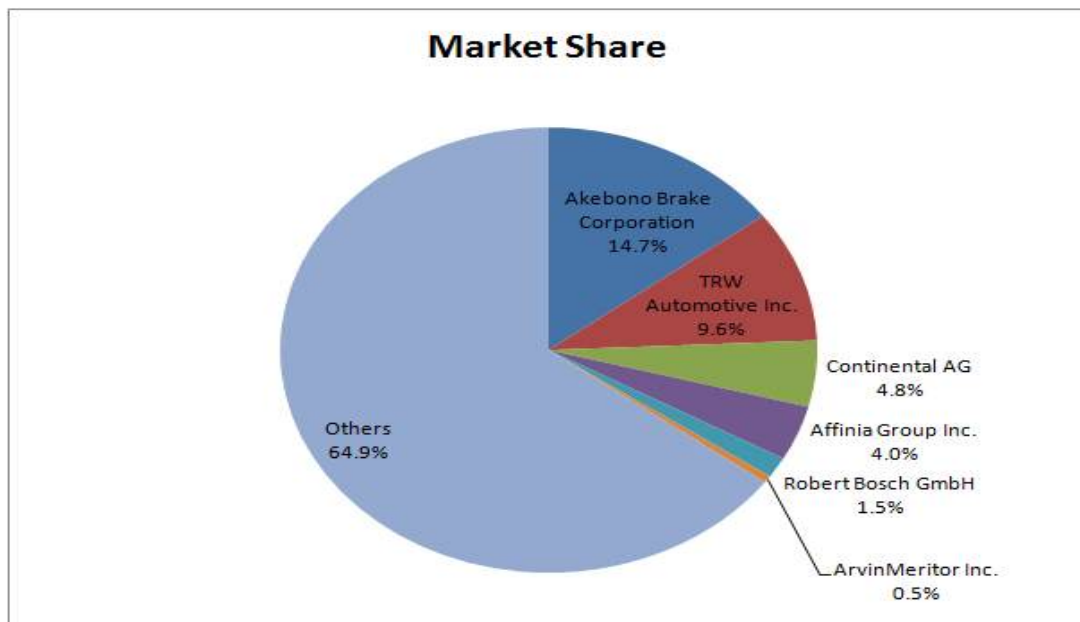
- 브레이크 제품은 대체적으로 소비자들이 직접 어떤 브랜드의 제품을 사용할지 결정하지 않고 정비 서비스 업자들이 소비자에게 특정 제품을 권장하거나 임의로 선택하여 교체 설치
- 최근 기존의 전통 A/S 브랜드가 장악하던 브레이크 제품 시장에 유통업체 및 서비스 업체들의 자체브랜드(private brand 또는 private label)를 출시하며, 도전장을 던져 빠른 성장세 시현
 - 업계에 따르면 브랜드 제품의 판매 비중은 62%, 유통업자 브랜드 제품의 판매 비중은 38%
 - 정비 서비스 업체들과 직접적인 접촉이 많은 유통업체들은 보유 유통채널을 이용하여 적극적으로 제품을 홍보
 - 이들 유통업자들의 자체브랜드 제품들은 기존 브랜드 제품보다 약 20% 저렴하나 기존제품들과 품질에는 큰 차이가 없어, 서비스 업체 뿐 아니라 직접 교체를 희망하는 DIY 소비자들에게 인기
 - 대표적인 유통업자 브랜드들은 NAPA, DuraLast와 PartsMaster등이며 기존 브랜드들로는 Wagner, Raybestos와 Bendix 등이 있음.
- 최근 중국산 가짜 자동차부품 피해 사례가 속출하면서 AAIA에서는 "know your parts" 정품사용 홍보운동을 통해 가짜 자동차 부품을 구별할 수 있도록 서비스 업체 및 일반 소비자 대상 교육에 앞장
- 미국의 대형 자동차 부품 생산업체인 Federal-Mogul은 자체 웹사이트인 <http://www.fmoriginalparts.com/>을 통해 Federal-Mogul의 정품 구별법 안내
- 브레이크 제품 생산업체들은 "edge codes"라는 통일된 정품 표식 기준을 사용하는 것을 고려
 - 브레이크 패드 측면에 코드를 표기하여 생산업체와 생산일자를 표시

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- Akebono Brake Corporation사가 선도 기업으로 전체 시장의 14.7%를 점유
 - TRW Automotive 9.6%, Continental AG 4.8%, Affinia Group 4.0%, Robert Bosch 1.5%, ArvinMeritor 0.5% 순으로 그 뒤를 이음.
 - 중소기업들이 나머지 65.9%의 시장 점유

< 업체별 시장점유율 >



자료원: IBIS World, Automobile Brakes Manufacturing in the US (September 2010)

- 최근 Bosch를 비롯한 주요 생산업체들이 브레이크 제품의 마찰력을 강화한 신제품을 출시
 - 새로 출시된 브레이크 제품들은 기존의 제품보다 더 오래 사용 가능하며 마찰에서 발생하는 먼지를 감소
 - 지난 2010년에 출시된 Bosch의 QuietCast 브레이크 제품 라인은 새로운 심(shim) 기술을 사용하여 브레이크 패드와 backing plate에 접착제나 탭을 사용하지 않고 몰딩

- 몰딩 과정에서 나오는 열과 압력으로 friction, backing plate와 브레이크 심을 고정시켜 소리와 진동을 감소
- TMD Friction사는 최근 유럽과 일본 차량용 브레이크 패드 제품인 e-pad를 출시
 - e-pad는 로터(rotor) 표면에 보호 층을 더한 제품으로 브레이크 시 마찰로 인한 먼지와 패드의 마모를 줄여 기존 제품보다 더 오래 사용
- 그 외, 다른 몇몇의 브레이크 생산업체들은 재활용된 탄소 복합재료 등을 사용한 고기능성 브레이크 패드 제품 개발에 박차
- 이러한 신제품들을 통해 브레이크 생산업체들은 최근 시장의 "그린(green)" 트렌드를 반영하여 새로운 수요를 창출하고 타 제품과의 경쟁에서 돋보일 수 있는 기회로 활용
- 워싱턴 주와 캘리포니아 주 정부는 승용차 등의 경차에 사용되는 브레이크 패드 제품에 구리 및 환경오염 물질 사용 비중을 줄이는 법안을 통과하여 친환경적인 브레이크 패드 제품을 생산, 판매하도록 유도
 - 워싱턴 주는 지난 2010년 3월부터 브레이크 패드 법안(Brake-pad Legislation)을 통해 카드뮴(cadmium), 석면(asbestos), 납(lead)과 수은(mercury) 함유량을 규제
 - 위의 규제 물질이 적정량보다 많이 함유된 브레이크 제품의 판매를 2014년부터 금지, 2021년까지 구리 함유량을 5%로 줄이도록 규정
 - 캘리포니아 주는 2010년 6월부터 브레이크 패드 제품의 구리 함유량을 2021년까지 5%로 줄이고 2025년부터는 구리 함유를 사실상 금지
 - 현재 시판되고 있는 대부분의 브레이크 패드 제품은 10%~20%의 구리를 함유하고 있으며 구리는 브레이크 패드의 핵심 요소로 열을 발산시키는 역할 담당

- 생산업체들은 대부분 브레이크 패드 규제를 환영하고 있으나 구리를 대체하여 새로운 브레이크 패드를 개발하여야 하는 것에는 부담
- 로드아일랜드 주와 뉴욕 주에서도 비슷한 법안들이 상정되어 향후 다른 주들도 속속 비슷한 법안들을 채택할 것으로 예측

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 현지의 주요 A/S 부품 유통업체인 A사의 바이어는 한국산 브레이크 패드 제품은 품질과 가격 면에서 대단히 만족스럽다고 평가
- 최근 가짜 중국산 부품사용 피해 사례가 증가하면서 브레이크 패드 제품처럼 소비자들의 안전과 직결된 제품의 경우 특히 품질의 중요성이 증가
- 중국산 제품보다 10%~20% 가량 높지만 안정성이 우수한 한국산 브레이크 패드 제품은 FTA발효 이후, 가격 경쟁력이 다소 높아져, 인지도도 병행 증가 예상
- 또 다른 유통업체인 W사의 소싱매니저는 한국산 브레이크 패드는 이미 품질로 인정을 받고 있어, 판매 성장이 예상되기 때문에, FTA 효과만을 분리하여 예상하기는 어렵다고 답변

□ 연도별 수입동향

- 미국의 2010년 브레이크 패드 제품 수입은 경기회복에 힘입어, 전년대비 26.3% 증가한 40.8억 달러를 기록
 - 주요 수입대상국은 중국, 멕시코, 캐나다, 일본, 독일 등임
- 한국은 미국의 6위 수입대상국으로, 한국산 브레이크 제품은 전년대비 84.7% 증가한 2.7억 달러 수준

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	1,116	881	869
2	멕시코	920	740	864
3	캐나다	487	415	594
4	일본	484	410	564
5	독일	294	231	285
6	한국	270	147	213
합 계		4,090	3,238	3,981

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Worldpac	특기사항	주요 애프터마켓용 부품 유통업체
매출규모('10)	1억 달러	품목	Auto parts
담당자	Barney M. Shiroma	직책	Global Sourcing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 한국산 브레이크 패드 제품은 중국산에 비하여 품질 면에서 월등히 우월하며 일본산 제품보다는 낮은 가격이 큰 장점 - FTA 발효로 인하여 가격 경쟁력이 향상된다면 중국산 보다는 한국산 제품을 선택할 것		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 한국산 제품에 대한 정보가 더 알려져야 할 것 *소싱을 하려고 해도 경쟁력 있는 한국 업체들에 대한 정보가 부족		

기업명	Interamerican Motor Corporation	특기사항	주요 애프터마켓용 부품 유통업체
매출규모('10)	1.5억 달러	품목	Auto parts
담당자	Perry Friedman	직책	Asian Product Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 중국산 브레이크 패드 제품에 크게 실망한 바이어들이 많은 것으로 알고 있으며 이로 인해 한국산 제품에 대한 관심이 증가 - FTA 발효는 이러한 배경에서 한국이 세계적인 자동차 부품 생산 리더로 성장할 수 있는 좋은 발판이 될 것		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- OEM제품 생산에는 강하나 애프터마켓용 제품으로는 비교적 인지도가 낮은 편 - 가격 경쟁력 있는 범용부품(generic parts) 라인 강화		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 브레이크 패드를 포함한 많은 한국산 자동차 부품들은 특정 브랜드 차량용 제품 공급에만 중점을 두고 생산
 - 특히, 한국 브랜드인 기아와 현대 차량에만 맞추어 생산되는 것이 큰 단점으로 지적
 - 바이어들은 다양한 범용제품을 생산하는 공급업체를 통해 소싱을 손쉽게 해결하기를 선호
 - 따라서, 한국 브랜드 차량에만 맞추어 제품을 생산하는 것은 스스로 성장할 수 있는 기회를 제한하는 것으로 효과적인 현지시장 진출을 위해서는 다양한 범용 제품을 공급할 필요
 - 한국산 브레이크 제품은 이미 품질로 바이어들에게 인정받고 있어 더 이상 품질 면에서의 어필은 효과가 제한적인 바, 이제는 다양한 범용 가능성으로 바이어들에게 어필할 때임.
- 친환경 규제에 맞춘 제품 개발
 - 특히 구리를 대체할 수 있는 소재 개발이 시급
- 바이어들에게 적극적으로 제품을 어필하려면 현지에 물류 시스템을 확보하여 제품 샘플을 직접 확인할 수 있게 하고 원활한 communication과 AS 지원이 동시에 이뤄질 수 있도록 준비

품목명(8)	에어백(Air bag)	HS Code (6단위 이상)	870829
現수입관세율	2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 중국산 제품의 품질관리 문제와 일본의 대지진 이후 부품 공급차질로 반사이익 기대 · 측면 에어백 장착 의무 규제 발효로 에어백 수요증가 예상		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

※에어백에 초점을 맞춘 시장 자료는 부재하여, 에어백을 비롯해, 에어컨, 배기가스 배출기, 휠 등을 망라한 기타자동차 부품 시장 규모 및 전망으로 대체

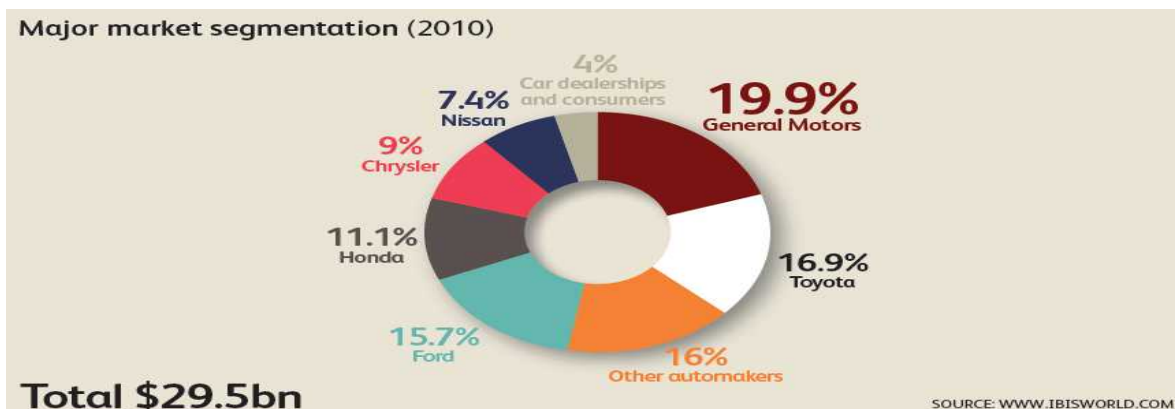
- 2010년 미국의 에어백 생산규모는 40억 달러 수준(IBIS World)으로, 수출액이 12억 달러, 수입액이 16억 달러 수준 => 시장 규모는 44억 달러 수준

※ 시장규모=국내생산+수입-수출

- 에어백 과 휠 등의 기타 자동차 부품은 대부분 자동차 생산업체로 OEM 공급되고 있으며 이중 96%가 생산업체로 공급되며 4%가 A/S용

- OEM 제품들은 General Motors, Toyota, Ford, Honda, Chrysler, Nissan과 기타 자동차 생산업체들로 공급

< 완성차 업체별 공급 비중 >



자료원: IBIS World

- 일본 대지진 여파에 따른 일본 부품 공급 차질과 중국산 부품에 대한 실망감 확산으로 한국산 부품에 대한 관심 고조
- 미국의 대표적인 자동차 생산업체인 GM이 부분적으로 생산을 중단하는 사태 발생
- ※일본에서 공급받는 부품들이 미국에 도착하기까지는 배로 30일 가량이 소요되는데, 그 동안 물류비용을 최소화하는 적기공급생산(JIT: Just-in-time)을 실행해왔던 생산업체들은 갑작스런 물량 부족으로 생산 중단 위기에 직면
- 미국 교통안전국인 NHTSA(National Highway Traffic Safety Administration)는 지난 2011년 1월, 측면 에어백 장착 의무 규제를 발표함에 따라 에어백 수요 증가 예상
- 자동차 생산업체들에게 탑승자들의 머리와 흉부를 보다 안전하게 보호해야 하는 의무를 부여하여 사이드 커튼 에어백과 흉부 에어백을 추가로 설치하도록 요구
- 이 규제안은 오는 2013년부터 점진적으로 도입되어, 2018년에 본격적으로 시행(fully implemented) 전망
- 동 규제로 인해 차량 1대당 31달러의 추가 비용이 발생할 것으로 예상되며, 2018년까지 총 5억 달러 비용 발생 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 2010년 기준 에어백 생산 규모는 앞서 언급한 바와 같이 40억 달러 수준인데, 경기 회복의 탄력을 받지 못하고 있어, 생산량이 정체
- 멕시코에서 80%이상의 에어백을 OEM으로 생산하여 수입(약 16억 달러)

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 구매 기준

- 자동차 OEM 부품 공급 구조에는 원자재 생산업체, Tier 1, 2, 3 이상과 자동차 생산업체로 구성
- 원자재 생산업체로부터 주요 원료를 공급받은 Tier 3 부품 생산업체가 Tier 2 생산업체로 부품을 가공하여 납품, Tier 2는 Tier 1으로, Tier 1은 최종적으로 자동차 생산업체에 부품을 납품
- 최종 공급망인 Tier 1업체들은 자동차의 주요 부품인 엔진 등을 생산, Tier 2업체들은 엔진의 부품인 피스톤 로드(piston rod)등을 생산, Tier 3와 4, 5 등은 주요 부품에 필요한 파트를 생산 공급

< 자동차 부품 공급 체인 >



자료원: Philosophy of Management, "Reducing Risk in the Automotive Supply Chain"

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 북미 지역의 3대 주요 에어백 생산업체는 Autoliv, TRW Automotive, Takata사로 전 세계 에어백 생산량의 75% 에 달함.
- 기타업체로는 Key Safety System, Nihon Plast Co. Ltd., Toyoda Gosei 등이 있음.

- TRW Automotive사는 최근인 지난 5월 유럽시장을 겨냥하여 천장용 에어백 제품을 선보였으며 이 제품은 독일과 폴란드에서 생산되는 2014년형 신차 모델들에 장착될 예정
- 최근 미국의 자동차 에어백 리콜이 빈번해지고 있는 가운데 지난 5월 3일, Honda는 Takata 에어백 리콜을 추가 실시
- 한미 FTA 발효시 예측되는 변화
 - 현지 주요 바이어 중 하나인 A사는 중국산 제품들의 품질관리 문제와 일본의 쓰나미로 인한 부품 공급 중단으로 인하여 한국 제품들이 자연스럽게 부각되기 시작했다고 언급
 - 한국산 제품이 FTA 발효로 가격경쟁력 향상으로 한국산 제품의 미국시장 진출 및 성장에 큰 도움이 될 것이라고 예상
 - 자동차 부품 OEM Tier 1 업체인 D사는 한국산 제품은 품질이 우수하나 중국산에 비하여 가격이 높고 일본산 제품과 비교하여 품질은 조금 차이가 있지만 가격 면에서는 비슷한 것이 단점이었다고 지적
 - FTA로 가격이 인하되면 일본산 제품과 가격 차이가 확대되어, 수요 증가의 계기가 될 것이라고 전망

□ 연도별 수입동향

- 미국의 에어백 수입은 2009년 경제위기로 급감하였다가, 경기 회복에 힘입어, 2010년에는 2008년 수입액을 상회하는 15.9억 달러를 기록
- 멕시코로 부터의 수입이 전체 수입의 81%를 차지할 만큼 압도적이며 (OEM 제품 수입), 캐나다, 태국, 일본 등으로 부터의 수입이 뒤를 이음.
- 한국으로부터의 수입은 4백만 달러 내외로 미미한 수준

< 수입 대상국 및 수입액 >

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	멕시코	1,295	878	1,152
2	캐나다	86	36	71
3	태국	54	41	55
4	일본	44	36	51
5	중국	33	31	29
11	한국	4	4	4
합 계		1,593	1,081	1,445

자료원: World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	1A Auto	특기사항	-
매출규모('10)	3,700만 달러	품목	Auto parts
담당자	Rick Green	직책	President & CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국 제품들의 우수한 품질은 이미 잘 알고 있으며 FTA 발효 이후 가격경쟁력 향상이 매우 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 경쟁력 있는 한국 업체들의 정보가 미국업체들에게 더 많이 홍보될 필요		

기업명	Genera Corporation	특기사항	-
매출규모('10)	4,500만 달러	품목	Auto parts
담당자	Annie Wong	직책	Executive Director, Product Management
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· FTA 발효로 한국 제품들이 가격 경쟁력이 높아질 것으로 예상되며 한국산 제품을 더 많이 구매하게 될 것.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 자동차 생산시장 특히 OEM 공급과 유통에 대한 이해가 부족 · 현지 시장의 특징을 잘 이해하려는 노력이 필요하며 Tier 1에 공급하기 위해서는 Tier 1 업체들이 원하는 품질, 가격 기준을 잘 맞출 수 있어야 함.		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- FTA 뿐만 아니라, 일본 대지진 이후 일본산 부품 공급 차질과 저가 중국산 제품에 대한 실망으로 한국산에 대한 관심이 고조
 - 또한 한국차 판매 호조로 현지 생산용 차량에 장착될 부품 수입이 동반 증가할 전망
- 바이어들에게 적극적으로 제품을 어필하려면 현지에 물류 시스템을 확보하여 제품 샘플을 직접 확인할 수 있게 하고 즉각적인 제품 공급이 가능케 하는 것이 중요
 - 많은 바이어들은 까다로운 수입 절차를 거치지 않고 현지에서 즉각적인 제품공급이 이루어지는 것을 선호
 - 또한 현지 사무실을 통해 원활한 communication과 A/S를 보장
- 에어백 제품은 특히 자동차 운전자와 승객들의 안전과 직결된 제품으로 현지 정부의 규제와 안전 기준을 필히 준수

품목명(9)	개스킷과 실 (Gasket & Seal)	HS Code (6단위 이상)	401693
現수입관세율	2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 한국산은 품질은 우수하지만, 중국산에 비해서는 가격이 높고, 일본산에 비해서는 품질은 다소 뒤처지나 가격은 비슷해 단 점으로 작용했으나, 관세 철폐시 이러한 단점 극복 가능		

1. 시장동향

☐ 시장개황

※자동차의 주요 부품에 먼지가 들어가지 않도록 보호하며 차 운행시 진동으로 인해 부품이 흔들리지 않도록 고정 및 봉인시키는 제품

○ 시장규모 및 성장 전망

- 전문 시장정보 업체인 Freedonia사의 보고서에 따르면, 미국의 산업용 개스킷 및 실(Gasket & Seal) 시장 규모는 2009년 기준, 전년대비 18.3% 감소한 58억 달러 수준

< 미국의 자동차 Gasket & Seals 시장 규모 >

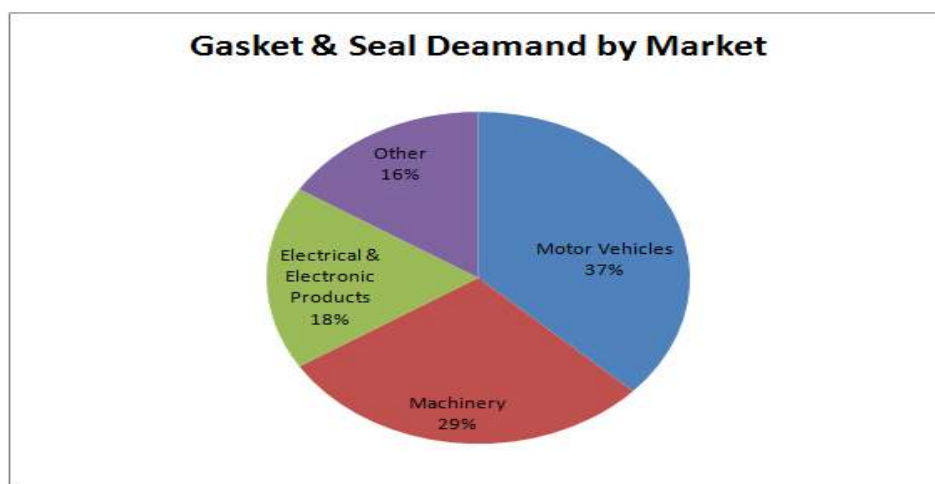
(단위 U\$ 백만)

연 도	수 요	증감률
2006	7,461	3.2
2007	7,660	2.7
2008	7,100	-7.3
2009	5,800	-18.3

자료원: Freedonia Focus on Gaskets & Seals (April 2010)

- 용도별로 개스킷과 실 제품 수요 시장을 분석해보면, 자동차 37%, 산업용 기계 29%, 전기 및 전자 제품 생산 18%, 기타 산업(16%)으로 구성
⇒ 자동차용 개스킷과 실 시장 규모는 21억 달러 수준

< 용도별 개스킷과 실 수요 >



자료원: Freedonia Focus on Gaskets & Seals (April 2010)

- 미국의 경기침체로 인하여 신차 판매가 감소하면서 자동차용 개스킷과 실제품 수요도 감소

- 전문가들은 2010년부터 경기회복과 함께 2014년까지 수요가 증가하여 성장세를 보일 것으로 예측
- Freedonia는 2009년까지 위축되었던 시장이 2010년부터 회복하여 2014년에는 전체 개스킷과 실 시장규모가 80억 달러로 연간 6.6%씩 성장할 것이라고 예측

< 용도별 개스킷과 실 수요 시장 >

Gasket & Seal Demand by Market (million dollars)					
Item	2004	2009	2014	% Annual Growth	
				09/04	14/09
Gasket & Seal Demand	7020	5800	8000	-3.7	6.6
Motor Vehicles	3240	2120	3400	-8.1	9.9
Machinery	1675	1700	2200	0.3	5.3
Electrical & Electronic Products	1160	1065	1270	-1.7	3.6
Other	945	915	1130	-0.6	4.3

자료원: Freedonia Focus on Gaskets & Seals (April 2010)

- 자동차용 개스킷과 실 제품은 연간 9.9%씩 성장하여 2014년까지 34억 달러로 성장할 것으로 예측되는 가운데, 고기능성 개스킷과 실 제품의 수요가 두드러지게 증가할 것으로 전망
- 또한 기술향상으로 제품의 수명 또한 연장될 것으로 예측되어 향후 개스킷과 실 제품의 A/S 시장은 축소될 전망
- 미국 애프터마켓 자동차 부품 산업협회인 AAIA(Automotive Aftermarket Industry Association)에 의하면 자동차용 개스킷과 실 제품의 교체율은 매우 낮은 편으로 Head Gasket은 1.02%, Valve Cover Gasket은 1.13%, Transmission Seal 제품은 0.80%
- 산업 백과사전인 Reference for Business에 의하면 미국시장의 개스킷과 실 제품의 60%가 자동차 생산업체로 OEM 공급되고 있으며 나머지 40%가 애프터마켓용 제품으로 공급되고 있음.

< 미국의 자동차 A/S용 Gasket & Seals 교체율 >

(단위 %)

타입	All Vehicles	0-3 Years	4-7 Years	8-11 Years	12+ years
Head Gasket	1.02	0.13	0.60	1.18	1.60
Valve Cover Gasket	1.13	0.08	0.51	1.33	1.88
Transmission Seals	0.80	0.31	0.51	0.99	1.11

자료원: AAIA Factbook 2011

○ 현지 생산 및 수입 현황

- Freedonia에 따르면, 개스킷과 실 선적량은 2004년 64억 달러에서 2009년 57억 달러 수준으로 감소하였으나, 2014년까지 연평균 6.6% 증가하여 2014년에는 79억 달러에 달할 전망
- 수입액은 매년 증가하는 추세로, 2009년 경기침체로 하락하였으나, 2010년에는 경기 회복과 함께 2008년 수입액을 상회하는 규모로 수입
 - 캐나다(17%), 멕시코(16%), 일본(16%), 중국(12%)로 부터의 수입이 두드러짐.

○ 시장특성 및 특기 사항

- 최근 업계 간의 시장 확보 및 제품라인 증가를 위한 인수합병이 빈번
 - 지난 2009년 5월, 스웨덴 업체인 SKF사는 실 제품 생산 경쟁사인 Macrotech Polyseal사를 인수 합병하고 SKF Polyseal로 회사 이름을 변경
 - EnPro Industries는 지난 2010년 1월, Technetics사를 인수 합병

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 구매 기준

- 자동차 OEM 부품 공급 구조에는 원자재 생산업체, Tier 1, 2, 3 이상과 자동차 생산업체로 구성
- 원자재 생산업체로부터 주요 원료를 공급받은 Tier 3 부품 생산업체가 Tier 2 생산업체로 부품을 가공하여 납품, Tier 2는 Tier 1으로, Tier 1은 최종적으로 자동차 생산업체에 부품을 납품
- 최종 공급망인 Tier 1업체들은 자동차의 주요 부품인 엔진 등을 생산, Tier 2업체들은 엔진의 부품인 피스톤 로드(piston rod)등을 생산, Tier 3와 4, 5 등은 주요 부품에 필요한 파트를 생산 공급

< 자동차 부품 공급 체인 >



자료원: Philosophy of Management, "Reducing Risk in the Automotive Supply Chain"

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 현지의 주요 개스킷 과 실 제품 생산업체로는 Federal-Mogul Corporation, Parker-Hannifin Corporation, Dana Holding, EnPro Industries, Flowserve, Henninges Automotive, SKF(스웨덴), Eagle Industry(일본), Kreudenberg & Company(독일), Smiths Group(영국)의 자회사인 John Crane, Total(프랑스) 등이 있음.
- 이들 업체들의 다수가 자동차용 부품 생산 공급의 Tier 1업체들로 개스킷 과 실 제품뿐 아니라 호스와 벨트 등의 기타 고무 제품 및 자동차 부품을 생산
 - 또한 Tier 2업체들로부터 OEM 공급을 받기도 하는데, 특히 Federal - Mogul사는 한국과 중국을 포함한 해외로부터 개스킷과 실 제품을 수입
- 개스킷과 실 제품의 기능에는 큰 변화가 없으나 기술향상으로 제품 생산의 주 원료인 고무에 고 기능성 첨유를 사용하여 고탄력, 고강력 제품들을 생산, 제품 수명을 늘리고 엘라스토머 물질 사용 기술 개발을 통한 고성능 신제품 출시
 - 독일의 Freudenberg사와 일본의 NOK사가 공동 개발한 Energy Saving Seal 기술은 마찰을 줄이고 기존의 radical shaft seal이 소요 하던 에너지의 1/4만 사용
 - Federal-Mogul 사는 지난 2010년 3월, MICROTORQ 이름의 crankshaft seal 디자인을 출시. 이 제품은 기존 lip-type seal제품의 마찰을 70% 줄여 연비를 높이고 이산화탄소 배출량을 감소.
- 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화
 - 현지 주요 바이어 I사는 다른 국가 대비 한국산 제품의 품질이 우수해, 한국산 제품이 FTA 발효로 가격이 조금이라도 더 인하될 수 있다면 대미 진출 및 성장에 큰 도움이 될 것이라고 예상

- 자동차 부품 OEM Tier 1 업체인 D사는 한국산 제품은 품질이 우수하나 중국산에 비하여 가격이 높고 일본산 제품과 비교하여 품질은 조금 차이가 있지만 가격 면에서는 비슷한 것이 단점이었다고 지적
- FTA 수혜로 가격이 인하되면 일본산 제품과 차이를 둘 수 있어 높아진 가격경쟁력으로 수요 증가의 기회가 될 것이라고 예측

□ 연도별 수입동향

- 수입액이 지속적으로 증가해오다, 경기침체로 2009년에는 급락하였으나, 2010년에는 경기회복에 힘입어, 2008년 규모 이상으로 수입 회복(1,412억 달러)
- 캐나다(17%), 멕시코(16%), 일본(16%), 중국(12%)으로 부터의 수입이 전체 수입액의 61%를 차지
- 한국으로부터 수입은 2% 수준으로 미미

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	캐나다	237	193	280
2	멕시코	222	169	194
3	일본	220	152	214
4	중국	173	108	148
5	대만	107	74	99
10	한국	28	17	24
합 계		1,412	1,040	1,340

자료원: Wolrd Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Walker Products	특기사항	A/S 부품 납품업체
매출규모('10)	2,500백만 달러	품목	Gasket
담당자	Steven Contrras	직책	Buyer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· FTA가 발효된다면 한국산의 가격경쟁력이 강화되어, 자동차 부품 전체에 큰 기회가 될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 경쟁력 있는 한국 업체에 대한 소싱 정보가 전반적으로 부족 · 자세한 한국 업체에 대한 정보를 얻을 수 있는 정보의 창이 마련되어야 할 필요		

기업명	APEX Automobile Parts	특기사항	A/S 부품 납품업체
매출규모('10)	250만 달러	품목	Seal
담당자	Jeff Chen	직책	President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국산 제품은 대만산 제품 및 중국산 제품과 비교시 품질이 우수 · FTA 발효로 더 많은 바이어들이 한국산 제품에 관심을 갖게 될 것		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 관심 있는 미국 바이어들이 한국 업체에 대한 소싱 정보를 더 쉽게 확보할 수 있는 여건 조성		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- FTA 뿐만 아니라, 일본 대지진 이후 일본산 부품 공급 차질과 저가 중국산 제품에 대한 실망으로 한국산에 대한 관심이 고조
 - 또한 한국차 판매 호조로 현지 생산용 차량에 장착될 부품 수입이 동반 증가할 전망
- 바이어들에게 적극적으로 제품을 어필하려면 현지에 물류 시스템을 확보하여 제품 샘플을 직접 확인할 수 있게 하고 즉각적인 제품 공급이 가능케 하는 것이 중요
 - 많은 바이어들은 까다로운 수입 절차를 거치지 않고 현지에서 즉각적인 제품공급이 이루어지는 것을 선호
 - 또한 현지 사무실을 통해 원활한 communication과 A/S를 보장

2

섬 유

품목명(1)	폴리에스터섬유사 (Synthetic Staples Fibres of Polyesters)	HS Code (6단위 이상)	550320
現수입관세율	4.3%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 면화가격 급등 및 생산원가 절감 위해 폴리에스터 혼방비율이 확대되면서 현지수요 급증 · 한국은 수입시장 점유율 2위 국가로 바이어 인지도가 높아, 관세 철폐시 수출확대여력 다대		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

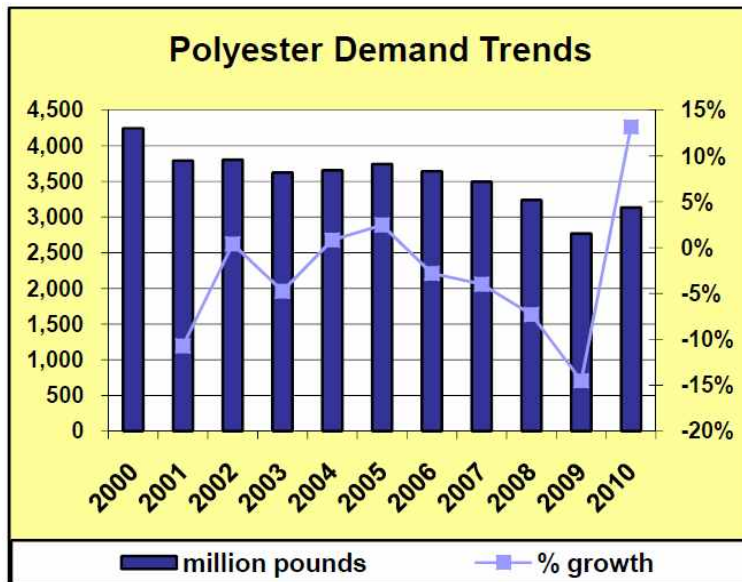
- 미국 내 폴리에스터섬유(Polyester Fiber) 시장은 2005~2009년 동안 하락세를 이어왔으나 2010년에는 증가세로 반전

* 주요원인 : 전반적인 미국경기 침체, 미국 내 섬유생산 기반 해외이전 가속화

- 2010년 기준 미국 내 폴리에스터섬유 수요는 약 31.3억 파운드로서 전년 대비 13.2% 증가*

* 주요원인 : 미국경기 회복세, 면화가격 상승에 따른 혼방비율 확대로 Polyester 수요증가

<미국 Polyester Fiber 수요 동향>



Year	Demand (mil lbs)	Annual % Growth
2000	4245	
2001	3790	-10.7
2002	3805	0.4
2003	3625	-4.7
2004	3655	0.8
2005	3745	2.5
2006	3640	-2.8
2007	3495	-4.0
2008	3240	-7.3
2009	2770	-14.5
2010	3135	13.2

자료원 : The Freedonia Group

- 미국 내 폴리에스터섬유 수요는 미국 경기 및 민간소비 회복에 힘입어 2015년까지 연평균 2.8% 증가하여 시장수요가 36억 파운드에 달할 전망
- 폴리에스터섬유 생산량은 연평균 2.0% 증가하여 2015년에는 26억 파운드에 이를 것으로 예상
- 다만, 미국 내 섬유생산은 지속적인 하락 추세에 있어 폴리에스터섬유 시장의 대폭적인 회복은 기대하기 힘들 것으로 관측

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 2010년 기준 미국의 폴리에스터섬유 생산량은 약 28억 파운드로 추정
 - * 미국의 2010년 폴리에스터섬유 생산량은 전 세계 생산량의 약 4% 점유하고 있으며 미국은 중국, 인도, 대만, 한국에 이어 세계 4위의 폴리에스터섬유 생산국
- 2010년 기준 미국의 폴리에스터섬유 수입액은 4.9억 달러로서 전년대비 37.2% 증가 → 금융위기 이후 위축되었던 수입시장 회복세
- 미국 폴리에스터섬유 수입시장은 중국과 우리나라가 양분하고 있는데, 2010년 기준 중국의 시장점유율은 29.9%, 우리나라는 27.8%

<미국의 Polyester Fiber 수입 동향>

구분	2008	2009	2010	증감률
수입액(\$백만)	544.5	357.6	490.9	37.2%
수입량(천Kg)	403,190	322,167	380,567	14.5%

자료원 : World Trade Atlas

○ 시장특성 및 특기사항

- 미국 폴리에스터섬유 시장은 미국 섬유산업 생산기반의 해외이전 가속화로 시장 성장에 한계 직면
- 미국 내 폴리에스터섬유 수요는 2005~2010년 동안 연평균 6.8% 감소하였으며 2010~2015년 동안에도 연평균 증가율은 3.0%에 그칠 전망
- 특히, 폴리에스터섬유 생산은 미국 업체들의 해외이전 가속화로 2005~2010년 동안 연평균 8.5% 감소하였으며 2010~2015년 동안에는 성장이 없는 정체상태 지속 예상

<폴리에스터섬유 시장 관련 주요 지표>

Key Indicators for Polyester Fiber (billion 2005 dollars)					
Item	2005	2010	2015	% Annual Growth	
				10/05	15/10
Gross Domestic Product	12638	13250	15300	1.0	2.9
Resident Population (million persons)	295.6	309.1	324.3	0.9	1.0
Personal Consumption Expenditures	8819	9315	10440	1.1	2.3
Mill Fiber Consumption (bil lbs)	13.4	9.4	10.9	-6.8	3.0
Textile Mill Product Shipments	41.4	26.5	26.5	-8.5	0.0
Carpet & Rug Shipments (bil sq ft)	18.4	10.0	15.5	-11.5	9.2
Building Construction Expenditures	965.8	515.0	845.0	-11.8	10.4

자료원 : The Freedonia Group

- 최근 미국 내 소비회복 부진과 중국, 인도, 태국산 등 저가제품 진출 확대로 가격인하 압력이 크게 높아지고 있어 바이어들이 가격에 매우 민감한 상황

- 국산제품을 취급하고 있는 바이어들의 경우, 국산제품의 가격이 너무 높다고 지적하고 있으며 일부 바이어들은 중국으로 수입선 전환 검토

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 최근 글로벌 면화가격 급등에 따라 혼방섬유 수요가 증가하면서 폴리에스터 원사 수요 증가세 → 폴리에스터 원사의 원재료인 폴리에스터 섬유 구매 증가
- 가격에 매우 민감한 구매패턴 : 현지 구매선 접촉결과, 폴리에스터 원사 생산업체들의 원가인하 압력으로 인해 가격이 구매결정의 가장 큰 요인 → 중국산 수입수요 증가추세
- 다만, 기능성 섬유 및 고가 제품에 사용되는 고품질 폴리에스터섬유는 가격보다는 품질을 우선시 하고 있으므로 중국산 보다는 한국산을 선호
- Asia to Asia 구매패턴 정착 : 폴리에스터섬유/원사 공급업체와 제조업체가 아시아에 집중되어 있어 미국 바이어들은 섬유 및 원사 오더시 미국 내로 수입하기 보다는 아시아 지역 내 생산 공장으로 직수입하는 경우가 크게 증가하여 대미수출 감소요인으로 작용

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 현지기업, 수입기업 등 해당제품의 전반적인 경쟁상황

- 미국 내 폴리에스터섬유 시장은 소수 대기업(화학 및 석유화학)들이 점유하고 있는 사실상의 과점체제
- 폴리에스터섬유 생산은 대규모 시설투자와 규모의 경제가 필요한 분야로 진입장벽이 높아 경쟁업체들이 많지는 않은 상황
- 미국 내 주요 폴리에스터섬유 공급업체는 멕시코 대기업인 Alfa, 대만 기업인 Formosa Plastics Group, 미국 기업인 Koch Industries 등 3개 업체
 - * 상기 3개 업체 외에 Performance Fibers, Reliance Industries, Mohawk 등도 폴리에스터섬유 생산

<미국 내 주요 폴리에스터섬유 공급업체 현황>

업체명	국적	매출액('10)	종업원수
Alfa	멕시코	\$1,008억	54,000명
Formosa Plastics Group	대만	\$551억	95,535명
Koch Industries	미국	\$1,000억	70,000명

주 : 매출액 및 종업원 수는 폴리에스터섬유에 국한되지 않은 회사전체 기준

자료원 : The Freedonia Group

- Alfa는 계열사인 Alpek Business Group(ABG)과 미국 현지생산법인인 DAK Americas를 통해 Polyester Fiber를 미국 시장에 공급하고 있는데, 정확한 매출액 파악은 불가능하나 2010년 ABG의 해외매출액은 26억 달러
- Formosa Plastics Group은 미국 현지 생산법인인 Nan Ya Plastics를 통해 폴리에스터섬유를 공급하고 있는데, 2010년 매출액은 50억 달러
- Koch Industries는 INVISTA Sarl이라는 계열사를 통해 폴리에스터섬유를 생산하고 있는데 미국시장 뿐만 아니라 세계시장을 주도
- 수입시장은 중국과 우리나라가 시장을 양분하고 있으며 대만, 인도, 태국 등이 추격하고 있는 양상

<국별 미국 폴리에스터섬유 수출액 및 시장점유율>

구분	중국	한국	대만	인도	태국
수출액(U\$mil)	146.8	136.6	62.2	37.9	32.5
시장점유율(%)	29.9	27.8	12.6	7.7	6.6

주 : 2010년 국별 수출액 및 시장점유율 기준

자료원 : World Trade Atlas

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 현재 4.3%에 이르는 관세가 철폐되더라도 현재 국산제품 가격이 중국산 가격에 비해 약 20% 정도 높아서 큰 변화는 없을 전망
 - * 조사 중 접촉한 바이어 1명은 국산제품 수입을 위해 국내업체와 가격협상을 진행하였으나 단가가 너무 높아 취소했다고 함.
- 美 상무성 섬유국(OTEXA) 자료에 나타난 HS코드 550320류의 평균 수입 단가는 중국산이 \$1.10/kg로서 국산제품(\$1.25/kg) 보다 13.6% 낮음.

- 다만, 고가제품 취급 바이어들의 경우, 한국산 제품의 품질이 중국산에 비해 월등이 높으므로 수입관세 철폐 시 수입물량을 늘릴 의사가 있다고 언급
- 현지 바이어들은 한미 FTA 발효 시 한국제품의 가격인하 효과는 제한적이라고 언급하면서 중국제품과의 직접 경쟁보다는 고가제품 및 맞춤형 소량생산 중심으로 미국 시장에 접근해야 할 것이라고 제언

□ 연도별 수입동향

○ 2010년 들어 폴리에스터섬유 수입시장 회복세

- 미국의 폴리에스터섬유 수입액은 글로벌 금융위기의 영향이 본격화된 2009년에 크게 감소하였으나 2010년에는 미국 경기가 회복세를 타면서 전년 대비 37.2% 증가한 4.9억 달러를 기록
- 수입물량 기준으로는 2010년에 3.8억kg이 수입되어 전년 대비 14.5% 증가
- 주요 수입국은 중국, 우리나라, 대만, 인도, 태국 등인데, 특히 중국은 가격경쟁력을 바탕으로 2009년 수입시장 점유율 2위에서 2010년에는 우리나라를 추월하여 시장점유율 1위로 도약
- 반면, 우리나라는 그동안 미국시장 점유율 1위를 유지해 왔으나 2000년대 중반부터 시작된 중국의 맹추격으로 시장점유율 2위로 하락
- 중국 외에 대만, 인도 등도 대미 수출액이 크게 증가세
 - * 2010년 수출증가율 : 대만 46.2%, 인도 81.0%

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	147	100	161
2	한국	137	106	171
3	대만	62	43	59
4	인도	38	21	27
5	태국	33	31	36
합 계		491	358	545

* 자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Pharr Yarns Trading co.	특기사항*	미국 내 Top 카펫 메이커(예 : Swan)에 납품
매출규모('10)	N/A	품목	Synthetic / high performance yarns
담당자	Dennis Doran	직책	President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세인하로 한국산 가격경쟁력에 도움이 될 수 있으나 현재 관세가 4.3%로 그리 높지 않고 중국산 가격이 워낙 낮아 큰 폭의 구매 확대는 기대하기 어려운 상황 · 다만, 한국산은 품질이 좋아 고가제품 분야에서는 관세인하 효과가 중저가 제품보다 클 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국산 수입을 위해 국내업체와 상담을 했으나 가격이 너무 높아 상담이 결렬된바 있는데, 앞으로 가격을 좀 더 낮출 필요 · 중국산 등 저가제품과는 관세가 없어지더라도 가격으로는 이길 수 없으므로 고가 시장에 집중 · 고가시장 진출을 확대하기 위해서는 벨기에, 영국, 독일, 프랑스, 이태리 등 유럽 제품들과 경쟁할 수 있는 품질수준을 갖추는 것이 중요		

기업명	Hollingsworth & Vose Co.	특기사항*	N/A
매출규모('10)	2.5억 달러	품목	nonwovens and advanced composites
담당자	John Potter	직책	Supply Chain Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국은 주요 공급국 중 하나이고 한국으로부터 수입을 해왔으나 최근 가격 때문에 중국으로 수입선을 전환하고 있음. · 한미 FTA 발효로 관세가 철폐되면 한국 제품의 가격경쟁력은 제고되겠지만 중국산 가격이 15-20% 정도 낮아 큰 폭의 수입 확대를 기대하기는 어려운 상황		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 최근 가격이 구매의 주요 결정요인이 되고 있긴 하나, 한국이 중국, 대만, 인도 등과 가격으로 승부하기는 어려운 상황 · 한국기업으로서 R&D 투자 확대를 통해 후발주자들이 모방하거나 따라잡기 힘든 프리미엄 제품개발에 집중해야 함. · 이와 함께 중국, 인도 등 개도국은 대량생산에 집중하고 있으므로 한국기업들은 Customized된 소량생산도 눈여겨 봐야 할 것으로 판단됨.		

4. 성공사례

* 기업명 : 휴비스

- 적과도 손을 잡아야 한다 : 경쟁 기업간 합병을 통한 규모의 경제 및 시너지 효과 창출
 - 국내 폴리에스터 단섬유 제조업체인 SK케미컬과 삼양사 간의 합병으로 탄생한 휴비스는 양사 간 합병을 통한 시너지 효과로 글로벌 3위 기업으로 도약
- R&D 투자 확대를 통한 신제품 개발로 프리미엄 시장 주도
 - 휴비스는 섭씨 400도 이상의 고온에서도 녹지 않는 불연 섬유인 ‘메타아라미드’ 섬유를 국내 최초로 개발하였는데, 이는 일반 폴리에스터 제품의 최고 20배 이상 높은 가격에 거래되고 있어 시장 잠재력이 매우 높음.
 - 이 외에 일반 폴리에스터보다 낮은 온도에서 녹아 기존 유해한 화학 접착제를 대신해 사용되는 최적의 접착용 소재인 ‘Low melting Fiber’는 전 세계 생산량의 40%를 차지하며 세계 1위 품목으로 발돋움
- 친환경 소재 개발
 - 페페트병의 폴리에스터 제품을 가열, 분해한 뒤 화학구조를 바꿔 원사를 추출해내는 친환경 기술 개발을 통해 원가절감 및 제품 경쟁력 제고

5. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 가격이 아닌 품질로 승부하는 프리미엄 시장 및 소형 바이어들을 대상으로 하는 맞춤형 소량공급 시장은 기회가 있을 것으로 예상
 - 한미 FTA 발효 시 관세가 즉시 철폐된다 하더라도 현행 Polyester Fiber 관세율(4.3%)이 그리 높지 않고 중국, 인도 등 후발개도국들의 가격격차도 많아 큰 폭의 수출 증가를 기대하기는 어려운 상황

○ 기능성 섬유 프리미엄 시장 집중공략

- 최근 미국 시장에서 기능성 섬유에 사용되는 폴리에스터 섬유의 시장 수요가 꾸준히 증가
- 국산 폴리에스터섬유는 한미 FTA로 인한 관세(4.3%) 철폐효과가 제한적인 바, 가격 경쟁보다는 품질로 승부할 수 있고 수익성도 높은 고가 프리미엄 시장에 집중해야 할 것으로 관측

○ 국내 중소기업들은 미국 소형업체 중심으로 시장 공략

- 한미 FTA 발효시 관세철폐 혜택에 대한 기대와 관심은 대형업체들 보다는 소형 바이어들이 더 큰 것으로 조사
- 이는 소형 바이어들이 대형 업체들에 비해 소폭의 가격조건 변경에도 민감하게 반응하고 민첩하게 대응할 수 있기 때문

품목명(2)	여성용 드레스	HS Code (6단위 이상)	61044420
現수입관세율	14.9%	양허유형*	즉시철폐
선정사유	· 고관세 철폐로 중고가 제품군을 중심으로 높은 가격경쟁력확보 가능 · 드레스는 소량 다품종 생산가능 품목으로 국내로 생산기반 이전이 상대적으로 용이		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

* 여성용 드레스에만 국한된 시장자료는 없어 여성의류 전반을 위주로 기술

- 여성용 드레스를 포함한 미국 내 여성의류 시장은 경기침체의 영향으로 2005~2010년 동안 연평균 1.8% 감소하여 2010년 기준 시장규모(매출액 기준)는 387억 달러

- 2010년 이후 여성의류 시장은 다소 회복세를 보이고 2010년 매출액은 전년 대비 0.8% 증가

<미국 여성의류 시장 주요 지표>

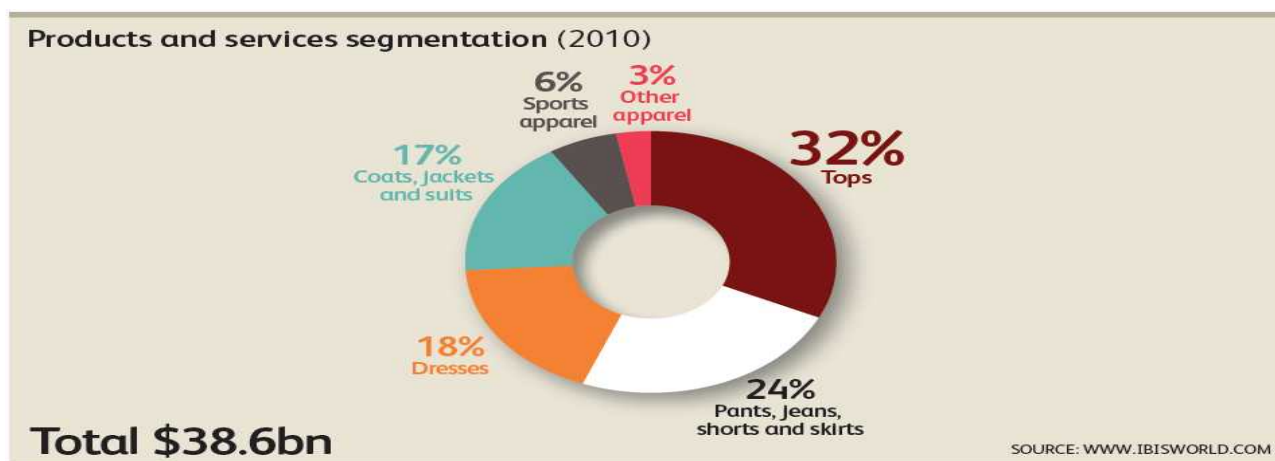
Industry Data

	Revenue (\$m)	Industry Value Added (\$m)	Establishments	Enterprises	Employment	Exports	Imports	Wages (\$m)	Domestic Demand
2001	39,751.7	11,739.6	48,740	27,926	340,209	--	--	5,205.1	N/A
2002	38,868.0	11,875.5	47,300	26,519	334,211	--	--	5,178.0	N/A
2003	39,546.5	12,272.9	46,191	26,957	328,286	--	--	4,949.4	N/A
2004	41,076.1	12,813.4	48,208	27,432	360,111	--	--	5,372.0	N/A
2005	42,402.5	12,252.8	48,351	27,672	361,740	--	--	5,453.0	N/A
2006	42,953.0	11,876.0	49,327	27,835	370,954	--	--	5,577.6	N/A
2007	43,671.5	11,569.1	53,449	30,280	376,018	--	--	5,638.7	N/A
2008	40,668.0	7,978.3	51,737	28,282	350,084	--	--	5,054.1	N/A
2009	38,343.7	7,882.5	50,076	27,415	332,207	--	--	4,699.6	N/A
2010	38,645.4	8,139.0	51,078	27,140	335,332	--	--	4,654.1	N/A
2011	39,150.3	8,580.4	51,494	27,279	340,662	--	--	4,774.4	N/A
2012	40,249.2	9,474.9	52,062	27,773	348,944	--	--	4,909.5	N/A
2013	41,058.5	10,255.6	52,917	28,340	358,857	--	--	5,057.4	N/A
2014	42,530.9	10,846.0	54,372	28,938	369,662	--	--	5,254.3	N/A
2015	44,504.6	11,829.8	56,121	29,664	382,270	--	--	5,456.1	N/A
Sector Rank	22/64	19/64	14/64	23/64	13/64	N/A	N/A	21/64	N/A
Economy Rank	197/708	269/708	107/707	146/704	95/708	N/A	N/A	244/706	N/A

자료원 : IBIS World

- 미국 내 여성의류 시장은 블라우스 등 상의(Tops)가 가장 큰 비중(32%)을 차지하고 있으며, 하의(24%), 드레스(18%), 정장류(17%) 등이 뒤를 이음.

<미국 여성의류 시장 구성>



자료원 : IBIS World

- 미국 여성의류 시장은 미국 내 전반적인 경기회복과 민간소비 증가에 힘입어 2011~2015년 동안 연평균 2.9% 증가하여 2015년에는 시장규모가 440.5억 달러에 달할 것으로 예상

* 연도별 성장률 전망치 : 1.3%('11), 3.6%('14), 4.6%('15)

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국 내 여성의류 생산은 중저가 수입품 급증과 생산기반 해외이전으로 인해 2005~2010년 동안 연평균 7.4% 감소하여 현재 생산액은 90억 달러에 불과
- 이처럼 미국 내 여성의류 생산기반이 약화되면서 생산업체 수도 2005년 1,211개에서 2010년에는 1,490개로 감소
- 미국 전체 여성의류 시장에서 내수생산 제품이 차지하는 비중도 2005년 21.1%에서 2010년 17.3%로 급감
- 앞으로도 미국 내 여성의류 생산은 지속 감소할 것으로 보이는데, 2015년까지 연평균 2.2% 감소하여 생산액은 81.5억 달러로 축소될 전망
- * 내수생산이 차지하는 비중도 2015년에는 14.7%까지 하락 전망

<미국 여성의류 생산동향 및 전망>

Industry Data

	Revenue (\$m)	Industry Value Added (\$m)	Establishments	Enterprises	Employment	Exports (\$m)	Imports (\$m)	Wages (\$m)	Domestic Demand (\$m)	Women's and Girls' Apparel Consumer Price Index
2001	28,761.1	4,670.2	3,438	3,354	93,915	2,492.8	38,930.9	3,268.4	65,199.2	117.5
2002	20,321.7	3,799.5	2,272	2,211	72,419	2,161.8	38,940.4	2,871.9	57,100.3	113.7
2003	17,987.9	3,285.0	1,848	1,795	61,055	1,772.3	40,909.2	2,473.6	57,124.8	111.3
2004	14,913.4	2,947.3	1,710	1,667	55,676	1,565.9	42,945.1	2,332.0	56,292.6	112.3
2005	13,204.0	2,364.9	1,523	1,490	54,046	1,368.4	44,271.1	1,879.0	56,106.7	109.1
2006	12,746.9	2,191.3	1,440	1,421	42,517	1,292.0	44,772.1	1,711.4	56,227.0	110.3
2007	10,389.5	1,598.2	1,146	1,141	31,001	1,034.9	44,870.7	1,201.8	54,225.3	107.8
2008	8,594.1	1,370.0	1,355	1,340	26,112	1,154.7	42,293.9	1,051.3	49,733.3	104.3
2009	9,199.6	1,651.1	1,274	1,235	27,058	1,053.0	36,729.7	1,309.6	44,876.3	106.4
2010	8,997.2	1,619.5	1,222	1,211	26,385	1,128.2	37,715.3	1,266.5	45,584.3	104.7
2011	8,763.3	1,627.1	1,196	1,187	25,829	1,167.4	36,830.8	1,284.4	44,426.7	N/A
2012	8,903.5	1,656.0	1,187	1,175	26,658	1,134.2	39,637.6	1,311.4	47,406.9	N/A
2013	8,400.1	1,603.7	1,169	1,157	25,972	1,115.1	41,425.5	1,290.6	48,710.5	N/A
2014	8,223.5	1,600.4	1,141	1,129	25,535	1,194.3	40,445.9	1,284.3	47,475.1	N/A
2015	8,149.1	1,588.1	1,119	1,108	24,894	1,256.6	39,911.6	1,271.5	46,804.1	N/A
Sector Rank	130/204	168/204	69/204	60/204	129/204	115/192	11/192	121/204	31/192	N/A
Economy Rank	481/711	581/711	518/710	479/707	531/711	140/252	14/247	499/709	40/247	N/A

자료원 : IBIS World

- 여성의류(HS코드 6104류 기준) 수입시장은 2009년 경기침체의 영향으로 정체상태에 있었으나 2010년 들어 회복세 시현
- 2009년 수입액은 31.9억 달러로 전년 대비 소폭(0.8%) 감소하였으나 2010년에는 전년 대비 21.0% 증가한 38.3억 달러를 기록

- 여성 드레스(HS코드 6104442010 기준) 수입액은 미국 내 생산기반 붕괴로 경기침체에 관계없이 꾸준한 증가세 시현

<여성의류 및 드레스 수입액 추이>

(단위 : US\$백만)

구분	2008	2009	2010	증감율
여성의류	3,188.5	3,161.1	3,826.2	21.0%
여성드레스	233.6	252.5	274.8	8.8%

주 : 여성의류는 HS코드 6104류 기준, 여성 드레스는 HS코드 6104442010 기준

자료원 : World Trade Atlas

○ 시장특성 및 특기사항

- 미국 내에서 생산되는 여성의류 중 여성용 드레스 생산비중은 꾸준히 증가
 - * 전체 의류생산액 중 여성용 드레스 비중 : 21.2%('05) → 22.9%('10)
- 여성용 의류시장은 남성용 의류 시장에 비해 시장 위축 폭이 낮은 것으로 조사
 - * 2005-2010년 중 남성용 의류 매출액 연평균 3.3% 감소 vs 여성용 의류는 1.8% 감소
- 미국 내 여성용 의류판매 업체들은 비용절감 및 가격에 민감해지고 있는 소비자들에 대응하기 위해 소셜미디어 및 온라인 마케팅 확대
 - * 미국 내 대표적인 의류 판매업체인 Ann Taylor은 1,500명의 트위터 팔로워들에게 할인쿠폰 제공
- 여성용 의류 시장이 가격 중심으로 흘러감에 따라, 중국, 베트남 등 가격경쟁력이 높은 지역으로부터의 소싱이 꾸준히 확대

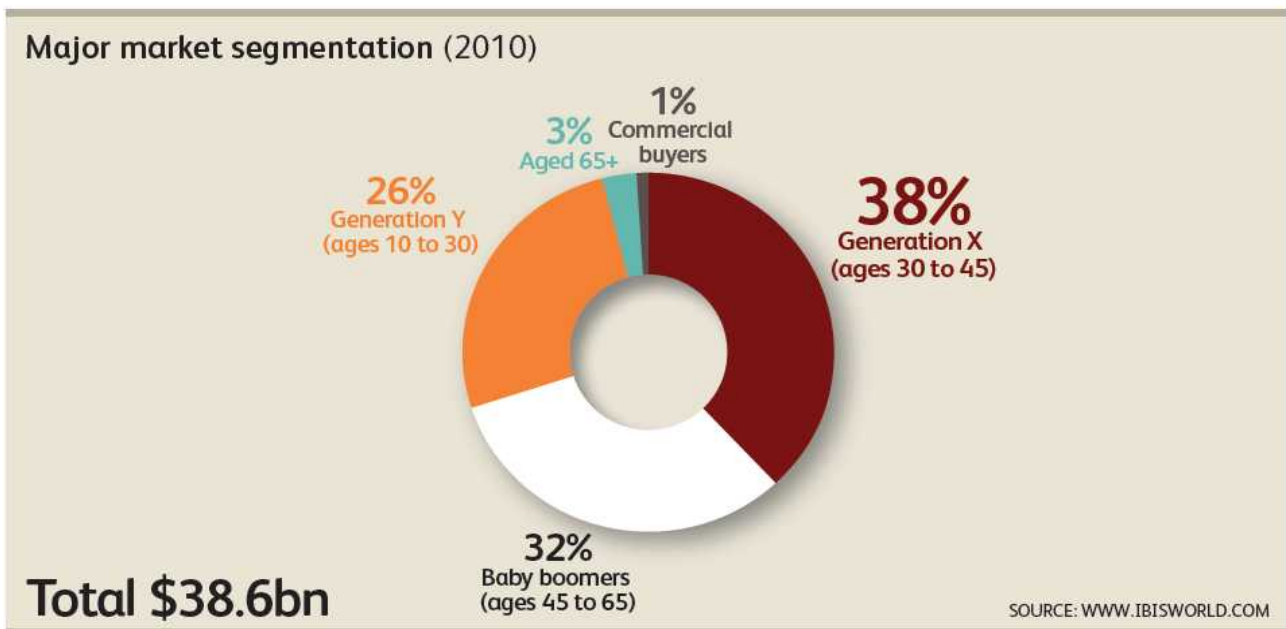
□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 글로벌 금융위기 이후 가격 중심의 소비패턴 변화로 패스트패션(Fast-fashion) 의류 구매 증가
 - * 미국 내 대표적인 Fast-fashion 업체인 'Forever 21'의 매출은 전반적인 의류시장 부진 속에서도 매출 급신장 : 2005년 9.47억 달러 → 2010년 32억 달러

- 경기부진으로 소비자들이 가격에 민감해지면서 온라인 구매 확대
 - * 올해 1분기 의류(액세서리 포함) 제품 온라인 매출액은 전년 동기대비 10~14% 증가한 것으로 추정(자료원 : ComScore)
- 미국 내 여성의류 주력 소비계층은 X-세대와 베이비부머 세대
 - 2010년 기준 전체 미국 여성의류 판매액 중 X-세대의 구매금액이 38%로 가장 높은 비중을 차지했으며 베이비부머 비중은 32%로 그 뒤를 이음.

<계층별 여성 의류시장 구성>



자료원 : IBIS World

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 현지기업, 수입기업 등 해당제품의 전반적인 경쟁상황
 - 소비자들의 구매결정 과정에서 가격요소가 차지하는 비중이 늘어나면서 중저가 시장에서 백화점-전문점-할인점 간 경쟁 치열
 - 특히, 중고가 제품중심의 백화점도 바잉파워를 바탕으로 가격을 대폭 인하하고 있고 전문점들도 온라인 판매를 확대해 나가고 있어 소형 의류 체인점들이 상당히 고전하고 있는 상황

- 미국 여성용 의류시장은 다수의 소규모 업체로 이루어진 시장으로 시장 집중도(Market concentration)가 17.1%에 불과

* 미국 내 전체 의류 스토어의 32.1%는 1인이 운영하는 영세한 스토어이며 종업원을 보유하고 있는 스토어의 대다수(90%)가 종업원 20명 미만의 소규모 스토어

○ 주요 브랜드별 시장점유율

- 미국 여성의류 스토어 중 가장 시장점유율이 높은 업체는 Charming Shoppes로 전체 시장의 5.2% 점유

* Charming Shoppes의 의류브랜드 : Lane Bryant, Fashion Bug, Catherines Plus Size

* 미국 내 48개 주에 약 2,100개의 스토어 운영 중이며 최근에는 체격이 큰 여성들을 위한 사이즈 14 이상의 의류 판매에 주력

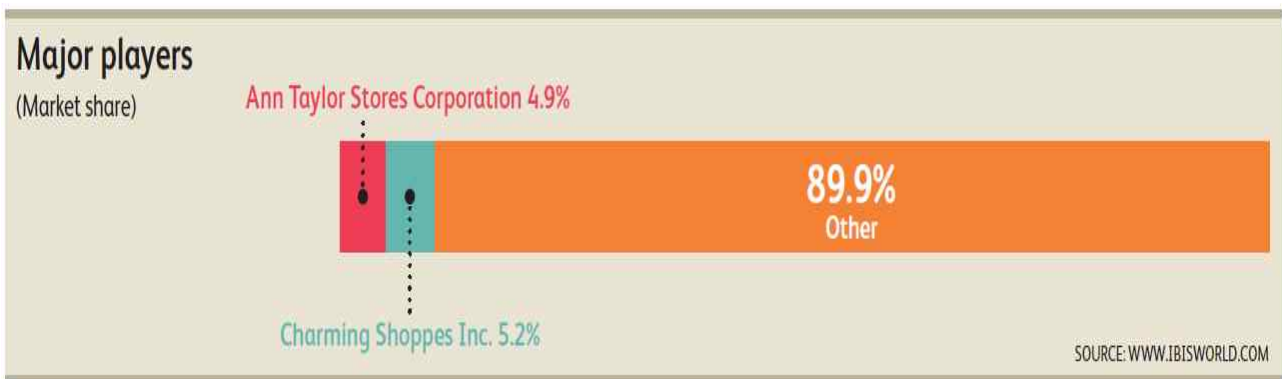
- Charming Shoppes에 이어 Ann Taylor가 시장점유율 4.9%로 뒤를 잇고 있는데 주요 고객은 전문직 여성계층

* 미국 내 46개 주에 약 900여개의 스토어 운영 중

- 이 외에 여서 의류 업체들로는 Dressbarn(3.7%), The Talbots(3.3%), Forever 21(3.0%) 등이 있음.

* 괄호 안은 업체별 시장점유율

<미국 여성용 의류업체별 시장점유율>



자료원 : IBIS World

○ 수입시장 경쟁상황

- 미국 내 여성의류 시장은 중국제품이 가격경쟁력을 앞세워 시장을 석권하고 있으며, 베트남, 인도네시아, 캄보디아 등이 뒤를 잇고 있음.

* 국별 시장점유율(2010년 기준) : 중국 36.4%, 베트남 13.3%, 인니 9.9%, 캄보디아 6.4%

- 여성용 드레스 수입시장 중 중저가 시장은 중국이 압도적인 우위를 보이고 있는 가운데, 베트남, 인도네시아, 필리핀 등이 추격하고 있으며 고가시장은 이태리가 주도

* 국별 시장점유율(2010년 기준) : 중국 49.9%, 베트남 9.8%, 이태리 7.8%, 인니 7.2%, 필리핀 6.6%

- 우리나라는 2010년 기준 대미 수출액은 260만 달러로 수입시장의 약 1%를 점유, 생산시설 해외이전으로 수출액이 지속적으로 감소

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 한미 FTA 발효로 14.9%의 관세가 즉시 철폐된다고 하더라도 현재 중국 제품의 가격이 너무 낮아 가격인하 효과는 제한적

* 2010년 기준 여성 드레스 수입단가 : 중국 \$89.66/dozen vs 한국 \$127.92/dozen

- 따라서, 세부 제품별로는 차이가 있겠지만 전반적으로 중국, 베트남 등과 경쟁하는 저가 여성용 드레스 분야는 관세 철폐효과가 크지 않을 것으로 예상

- 다만, 중고가 제품군에서는 관세철폐 효과가 있을 것으로 보이는데, 바이어들은 대만, 터키 제품 대비 가격 경쟁력이 크게 제고될 수 있을 것이라고 예상

* 수입단가(2010년 기준) : 한국 \$127.92/dozen, 대만 \$138.43/dozen, 터키 \$119.49/dozen

- 특히, 니트류 여성용 드레스는 대규모 생산설비가 필요하지 않고 다 품종 소량생산 위주로 이루어지므로 한미 FTA 발효 시 한국으로의 생산기반 이전이 비교적 쉽게 이루어질 수 있는 것도 장점

- 현지 바이어들은 한미 FTA가 발효 시 관세철폐만으로는 중국산 대비 경쟁력을 확보하기는 어려우므로 High-end 제품군에 치중해야 하며 브랜드 인지도를 높이기 위한 노력을 강화해야 한다고 언급

- 이와 함께, 미국식 스타일에 맞는 맞춤형 디자인을 개발하여 미국 시장을 공략할 필요

* 한국 업체들은 한국에서 유행하는 스타일로 미국시장에 진출하려고 하는데, 한국에서 인기있는 디자인은 미국 시장에서 잘 통하지 않는 경우가 다수

- 마지막으로 대다수의 한국 업체들이 주문량이 적은 테스트 오더(Test Order)에는 관심이 적는데, 추후 지속적인 거래관계 형성을 위해 테스트 오더와 같은 소량주문도 적극적으로 수용하는 태도가 필요

□ 연도별 수입동향

- 여성용 드레스 수입시장은 2007년 이후 꾸준히 수입규모가 증가
 - 2007년도에 전년대비 수입액이 2.5배 증가하였으며 글로벌 경기침체에도 불구하고 수입액 꾸준히 증가
 - 국별로는 2010년 기준 중국산 제품이 수입시장의 50%를 점유하고 있으며 베트남, 인도네시아, 필리핀 등 저가제품이 시장을 석권
 - 이탈리아는 고가제품을 앞세워 중국, 베트남에 이어 시장점유율 3위를 기록하고 있으며 우리나라는 대미 수출량이 꾸준히 감소하면서 2010년 기준 수출액은 3백만 달러로 축소(시장점유율 0.96%)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	137	121	119
2	베트남	27	34	24
3	이태리	21	19	26
4	인도네시아	20	13	12
5	필리핀	18	15	12
11	한국	3	4	4
합 계		275	253	234

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응 * 해당 품목 유력 바이어 2개사

기업명	Wicked Fashion	특기사항	N/A
매출규모('10)	5억 달러	품목	Apparel
담당자	JiYoon Lee	직책	Merchandiser
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한미 FTA로 14.9%의 관세가 철폐되더라도 현재 중국산 가격이 워낙 낮아 큰 폭의 수입 확대는 기대하기 힘든 상황 · 다만 저가 제품이 아닌 중고가 제품군에서는 관세인하에 따라 가격경쟁력 제고 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 저가제품의 경우 현재보다 더 가격을 인하해야 중국산과 경쟁이 가능 · 중국산과 가격경쟁이 힘들 경우, High-end 제품 중심으로 미국 시장 공략할 필요 · 패션업계의 경우, 미국시장 진출확대를 위해서는 자체 브랜드 개발을 통해 미국 시장에서 브랜드 인지도를 제고시키는 것이 중요		

기업명	Wholesale Fashion Square	특기사항	N/A
매출규모('10)	2,400만 달러	품목	Apparel
담당자	Alex Kim	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세인하 효과는 품목별로 상이하여 일괄적으로 말하기 어려운 점이 있음. · 14.9%의 관세가 철폐되면 한국산 제품의 가격경쟁력이 제고될 것으로 보이나 이는 저가제품 보다는 중고가 제품에서 더 효과가 클 것으로 보임.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국산은 다른 제품에 비해 디자인은 우수하나 한국에서 유행하는 디자인을 그대로 미국에 적용시키려는 경향이 있는데, 미국인이 선호하는 디자인은 한국 디자인과 큰 차이가 있음. · 따라서, 미국 현지 소비자들의 기호에 맞는 디자인으로 승부할 필요가 있음. · 최근 미국 바이어들은 테스트 오더를 통해 시장의 검증을 받으려는 경향이 강한데, 비록 소량일지라도 이러한 테스트 오더 요구에 충실히 응하는 것이 장기적으로 유리함.		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한미 FTA 발효 시 14.9%의 관세가 즉시 철폐된다 하더라도 현재 중국산, 동남아산 제품과 가격차이가 매우 커 전반적으로 우리 제품의 가격경쟁력이 획기적으로 제고되기는 어려운 상황
 - 다만, 중고가 제품에서는 한국제품의 품질이 좋아 14.9%의 관세 철폐 만으로도 국산 제품의 경쟁력이 개선될 것으로 예상
- 여성용 드레스는 트렌드가 빠르게 변화하므로 소량 다품종 오더가 많은데, 중국, 베트남 등은 대량생산 위주이므로 이러한 바이어들의 요구에 빨리 대응에 애로
 - 국내 기업들은 이러한 소량 다품종 시장을 적극 공략할 필요
- 현지 바이어들이 우리나라 제품의 디자인을 많이 지적하고 있는데, 국내에서 인기 있는 디자인은 미국 시장에서 통하지 않는 경우가 많으므로 미국 시장에 맞는 디자인을 개발할 필요
- 미국 중고가 패션시장의 경우, 브랜드 인지도가 주요 요인의 하나이므로 관세철폐에 따른 가격인하 여력을 브랜드 인지도 제고를 위한 마케팅에 투자할 필요

품목명(3)	인조섬유 파일편직물 (Knitted looped pile fabrics of man-made fiber)	HS Code (6단위 이상)	600122
現수입관세율	17.2%	양허유형*	즉시철폐
선정사유	· 고관세 철폐로 중고가 제품군을 중심으로 높은 가격 경쟁력 확보 가능 · 면화가격 급등으로 인조섬유 편직물 수요 증가		

1. 시장동향

□ 시장개황

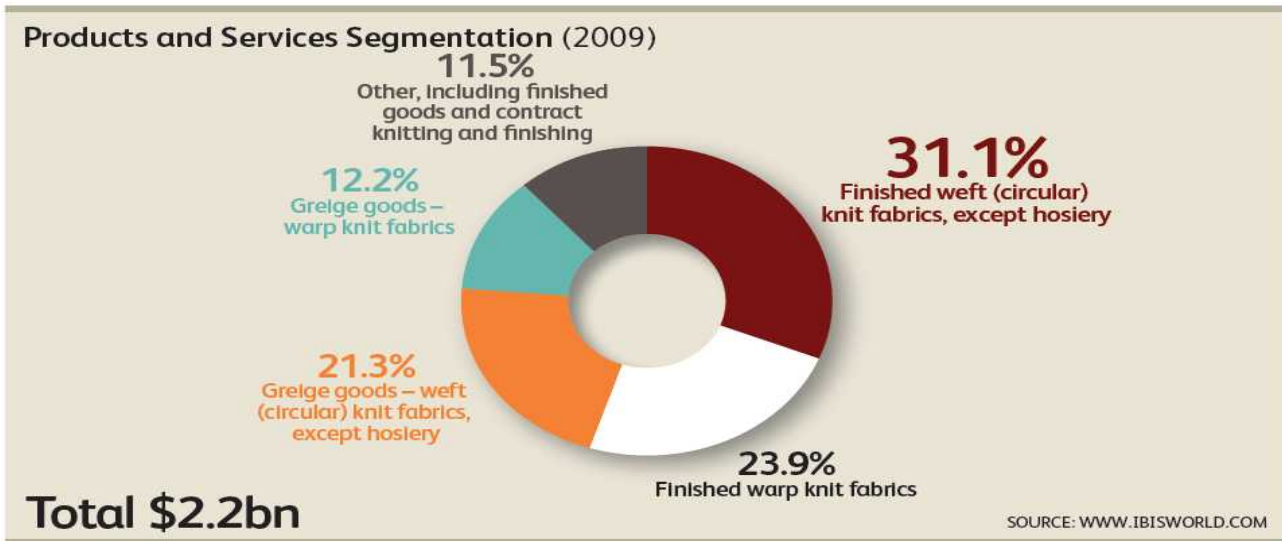
○ 시장규모 및 성장 전망

- * 정확히 동 제품에만 한정된 시장 데이터는 없어 전반적인 편직물(Knitted fabrics) 시장 동향 위주로 조사
- 2009년 미국 편직물 시장은 다운스트림 분야의 해외 아웃소싱 확대와 전반적인 경기침체로 시장규모가 크게 축소
- 2009년 미국 편직물 시장규모는 약 28억 달러로 2005년(42억 달러) 대비 약 33.3% 축소
- 미국 편직물 시장은 생산기반 약화로 생산량은 향후 지속적인 감소가 불가피한 상황이며, 수입시장은 경기회복에 힘입어 점진적 회복세 전망
- 편직물 생산은 2011~14년 동안 연평균 2.35% 감소하여 시장규모가 19억 달러로 축소, 수입시장은 연평균 3.3% 증가 예상

○ 현지생산 및 수입 현황

- 미국 내 편직물 생산은 편직물 다운스트림 분야의 해외 아웃소싱 확대와 전반적인 경기위축 등으로 수요가 감소하면서 생산량 역시 위축
- 2009년 기준 편직물 생산액은 21.9억불로 전년대비 7.5% 감소한 것으로 나타났으며 2010년 생산액은 전년대비 소폭 감소한 21.0억 달러로 추정
- * 미국 편직물 생산은 2005-2009년 동안 연평균 8.5% 감소
- 주요 생산품목을 살펴보면 위편물(Weft knit fabrics)이 전체 생산량의 31.1%를 차지하고 있으며 경편물(Warp knit fabrics) 생산비중은 23.9%

<편직물 품목별 시장 구성>



자료원 : IBIS World

- 편직물 수입시장은 미국 섬유산업 기반 약화로 하락추세에 있으나 2010년에는 경기회복의 영향으로 전년 대비 회복세
 - * 최근 3개년 수입동향 : \$7.82억('08) → \$6.54억('09) → \$7.29억('10)
 - * 주요 수입대상국('10년) : 중국 \$2.3억, 한국 \$1.5억, 이스라엘 \$0.6억, 대만 \$0.6억
- 인조섬유 파일편직물(HS코드 600122 기준) 수입액도 2010년에 전년 대비 소폭(2.8%) 증가하여 719억 달러 기록
 - * 최근 3개년 수입동향 : \$84백만('08) → \$69백만('09) → \$71백만('10)
 - * 국별로는 중국, 대만이 수입시장을 석권 : 중국 점유율 53.4%, 대만 18.0%

○ 시장특성 및 특기사항

- 미국 편직물 생산업체들은 중국, 동남아산 대비 가격 측면에서 경쟁력을 상실하였고 이에 따라, 다운스트림 업체들도 가격경쟁력 제고를 위해 해외 소싱을 늘리면서 산업기반이 급격히 위축
- 이에 따라, 2000년도에 399개에 달했던 제조업체 수도 2009년 기준에는 300개로 축소
- 미국 편직물 산업은 수출비중이 상당히 높은데, 이는 미국 봉제산업의 해외 이전 가속화로 편직물에 대한 해외수요가 증가하고 있기 때문
 - * 편직물 산업 매출액 대비 수출비중 : 55.8%('04) → 62.0%('09)

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 현지 바이어들에 따르면, 최근 면화가격 급등에 따라 면직물 제품의 마진이 급감*하면서 인조섬유 편직물로의 대체수요 증가세
 - * 면화가격 급등에 따른 원가 상승분을 납품처 및 소비자들에게 100% 전가시킬 수 없어 바이어들이 원가 상승분의 상당부분을 자체적으로 흡수해야 하기 때문
- 또한, 최근 미국 내 편직물 수요는 전반적인 경기부진으로 원가인하 압력이 높아지고 있어 가격조건에 상당히 민감하게 반응
- 이에 따라, 2010년 기준 저가 중국산 제품 수입은 비교적 큰 폭으로 증가한 반면, 이태리, 독일, 일본산 등 고가제품 수입은 급감하는 등 저가제품 수요 확대
 - * 2010년 국별 수출증감률 : 중국 15.8%, 일본 -61.5%, 독일 -38.2%, 이태리 -20.6%
- 일부 바이어들은 저가제품 군에서 가격경쟁이 너무 치열해서 저가제품 위주의 사업에서 탈피하여 비록 시장규모는 크지 않지만 수익성이 높은 High-end 제품으로 이동

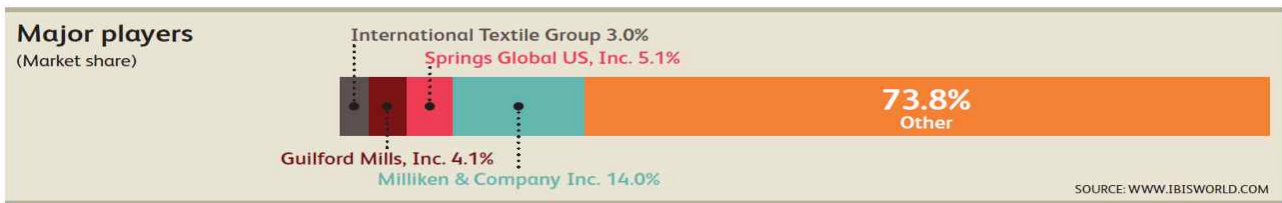
2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 현지기업, 수입기업 등 해당제품의 전반적인 경쟁상황

- 미국 편직물 생산시장은 대기업 보다는 중소기업들이 주도하고 있는데, 상위 4개 업체의 시장점유율은 26.2%에 불과하며 상위 8개 업체의 시장점유율도 31.0%

<미국 편직물 생산업체별 시장점유율>



자료원 : IBIS World

- 미국 내 최대 편직물 생산업체는 'Milliken & Company'로서 시장점유율 14.0%를 기록하고 있으며 Springs Global(5.1%), Guilford Mills(4.1%), International Textile Group(3.0%) 등도 주요 업체로 꼽힘.
- 최근 편직물 다운스트림 분야의 업체들이 수요부진으로 원가절감에 주력하고 있어 편직물 제조업체들 사이의 가격경쟁이 심화
 - 최근 미국 고가의류생산 업체들은 품질보다는 가격을 중요시
 - 현지 업체들은 저가 수입산의 시장잠식에 대응하기 위해 기능성 특수 섬유 등 이른바 틈새시장 개척과 동시에 첨단장비 도입 등을 통한 생산성 제고에 주력
- 수입시장에서는 중국, 한국, 대만, 인도 등이 중저가 제품 위주로 시장을 잠식해 나가고 있음.
 - * 국별 시장점유율(2010년 기준) : 중국 32.0%, 한국 20.2%, 대만 7.5%, 인도 4.1%
- 반면, 고가제품 시장에서는 캐나다, 이탈리아, 일본, 프랑스 등이 경쟁하고 있는데 시장이 가격중심으로 흘러가고 있어 시장점유율은 낮은 편
 - * 시장점유율(2010년 기준) : 캐나다 5.3%, 이태리 4.5%, 일본 3.0%, 프랑스 1.6%

○ 한미 FTA 발효시 예측되는 변화

- 한국산은 일부 High-end 제품에서 경쟁력을 보유하고 있어 17.2%의 관세 철폐 시 경쟁력이 더욱 제고될 것으로 예상
 - * 현지 바이어 접촉 결과, 한국 제품의 경쟁력을 상당히 높이 평가하고 있는 것으로 나타남.
- 국산 편직물은 다른 섬유/의류 제품에 비해 특히 바이어들의 선호도가 높은 분야이고 관세 철폐 시 바이어들의 선호도가 더욱 높아질 것으로 보여 한미 FTA를 계기로 미국 시장점유율 확대가 유망한 품목
- 국산제품에 대한 선호도를 100으로 했을 때, 중국 등 중저가 제품의

선호도는 우리보다 훨씬 낮은 편

* 국별 선호도(바이어 2명 조사 기준) : 중국 92.5, 베트남 55, 인니 55, 인도 75, 멕시코 55, 방글라데시 55

- 한미 FTA 발효 이후에는 중국을 제외한 대부분의 국가 대비 선호도 격차가 더 커질 것으로 예상

* 한미 FTA 발효 이후 국별 선호도(바이어 2명 설문조사 기준) : 중국 95 베트남 50, 인니 50, 인도 65, 멕시코 50, 방글라데시 50

- 특히, 소량주문의 경우 대량생산에 치중하고 있는 중국, 동남아 등은 대응 능력이 떨어져, 바이어들은 한미 FTA 발효로 국산제품의 가격 경쟁력이 제고되면 우리나라로의 소량주문이 더욱 확대될 것이라고 언급

○ 한국산 제품의 기회요소와 보완이 필요한 것으로 예상되는 분야

- 미국 내 편직물 시장 위축에 따라 경쟁이 치열한 저가제품 보다는 고품질, 기능성 편직물 등 특정분야에 전문화하는 바이어들이 늘어나고 있는 추세이므로 국내기업도 이러한 분야 위주로 미국시장 공략 필요
- 중국, 동남아 업체들은 대량생산에는 강점을 가지고 있지만 디자인이나 다품종 소량생산 능력이 부족
- 면직물은 면화 가격에 따라 가격이 요동치는 경우가 많으나 인조섬유 편직물은 상대적으로 가격변화가 크지 않아 수요가 안정적인 바, 한국 업체들은 고품질/기능성 인조섬유 편직물 시장에 주력할 필요

□ 연도별 수입동향

- 인조섬유 편직물* 수입시장은 금융위기의 영향이 본격화 된 2009년에는 수입액이 약 17% 급감하였으나 2010년에는 회복세

* HS코드 600122 기준

- 2010년 미국의 인조섬유 편직물 수입액은 약 7,190만불로 전년 대비 28% 증가

- 국별로는 중국이 수입시장의 절반 이상을 점유하고 있고, 대만이 추격

- 이 외에 몰타, 프랑스, 캐나다 등도 주요 수입대상국이며 우리나라는 시장점유율 0.78%로 9위의 수입대상국

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가*	2010	2009	2008
1	중국	33	33	38
2	대만	13	16	22
3	몰타	6	8	8
4	프랑스	5	5	8
5	캐나다	4	2	4
9	한국	0.6	0.6	1
합 계**		72	70	84

* 자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Pindler & Pindler	특기사항	-
매출규모('10)	1.3억 달러	품목	Commercial Interior & exterior fabrics
담당자	Rachel Francis	직책	Product Design & Development Director
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 한국산 High-end 제품을 수입하고 있는데, 17.2%의 관세가 철폐되면 한국제품의 가격 경쟁력 제고 예상 · 다만, 저가제품 분야에서는 현재 중국산과 가격차이가 20% 정도 나므로, 관세철폐만으로는 큰 효과를 기대하기는 어려운 상황 · 중고가 제품 분야에서는 17.2%의 관세철폐 효과가 클 것으로 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 현재 저가제품은 가격경쟁이 너무 치열하여 주요 비즈니스 분야를 High-end/기능성 제품으로 전환하고 있는 업체들이 증가하고 있으므로 한국도 동 분야에서 새로운 기회를 만들어 나갈 수 있을 것으로 관측 · 현재 중국, 동남아 등은 디자인 능력이 부족하고 대량생산 위주이므로 한국업체들은 디자인 개발에 더 주력하고 소량 오더에도 관심을 가져야 할 것으로 보임.		

기업명	Magna Fabrics Inc.	특기사항	-
매출규모('10)	1,800만 달러	품목	General Fabrics
담당자	Laurence Fink	직책	National Sales Director
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 전반적으로 한국산 제품과 중국산 가격차가 커 중국으로부터 소싱을 하고 있는데, 한미 FTA로 관세가 철폐되면 한국 제품의 경쟁력이 제고될 것으로 예상 · 한국은 니트/파일 직물 분야에서 품질경쟁력을 보유하고 있으므로 관세철폐 시 중고가 제품군을 중심으로 한국제품 수입 검토 의향		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 현재 미국 파일 편직물 취급 업체들은 2가지 선택의 기로에 서있는데 저가제품 중심의 비즈니스와 'bite bullet'으로 표현할 수 있는 고가제품 시장 공략임. · 17.2%의 관세가 즉시 철폐된다 하더라도 한국 기업들은 저가 시장에 뛰어들 수 있는 상황이 아니므로 일본, 이태리, 캐나다 등이 점유하고 있는 고가제품 시장에 주력해야 함. · 최근 면화가격 급등으로 인조섬유 편직물에 대한 수요가 증가하고 있으므로 한국 기업들은 그동안 쌓아온 기술력을 바탕으로 보다 면제품에 가까운 인조섬유 편직물 개발에 주력할 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

○ 미국 바이어들의 비즈니스 전략 변화에 따른 기회 활용

- 현재 동 제품 취급 바이어들은 가격경쟁이 치열한 저가제품 시장에서 고품질, 기능성 제품 시장으로 주력시장을 전환하려는 추세
- 한미 FTA로 관세가 철폐된다 하더라도 저가시장에서는 관세철폐 효과가 제한적일 것으로 예상됨에 따라, 고가시장에서 관세인하 효과를 적극 활용

○ 디자인 개발 및 다품종 소량 주문에 적극 대응

- 현지 바이어들은 한국이 디자인 개발에 집중하고 다품종 소량주문에도 적극적으로 대응한다면 경쟁력을 더욱 확보할 수 있을 것이라고 조언

- 중국, 베트남 등은 아직 디자인 능력이 취약하고 대량생산 위주이므로 최근 늘어나고 있는 다품종 소량생산 주문에 대응하지 못해, 동 분야에서 한국이 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 예상
- 면제품과 경쟁할 수 있는 고품질 인조섬유 편직물 개발 노력
 - 현지 바이어들에 따르면, 최근 면화가격 급등으로 인조섬유 편직물 수요가 증가
 - 바이어들은 한국은 인조섬유 편직물 분야에서 바이어들의 선호도가 높고 품질도 좋은 편이므로 연구개발을 강화하여 보다 면제품에 가까운 인조섬유 제품을 만들어 낸다면 큰 기회가 있을 것이라고 조언

품목명(4)	양말 (Stocking, Socks knitted of cotton)	HS Code (6단위 이상)	61159590
現수입관세율	13.5%	양허유형	즉시 철폐
선정사유	· 비용절감을 위해 미국 업체들이 국내생산을 줄이고 아웃소싱 확대 · 고관세 즉시철폐, 상대적으로 충분한 국내 제조기반* *자동화된 생산방식으로 다른 섬유제품에 비해 인건비 비중이 낮아 국내생산 가능		

1. 시장동향

□ 시장개황

- 시장규모(금액 기준) 및 성장 전망
 - 미국의 양말/스타킹 시장(울, 합성 섬유 포함)의 2010년 기준 시장규모(매출액 기준)는 19억 달러를 기록하였으며 양말/스타킹 분야의 생산업체는 약 196개사
 - 미국 양말/스타킹 생산시장은 소비자들의 수요 감소(착용비율 감소)와 저가의 고품질 제품을 찾는 소비자들의 취향 변화로 인해 미국 내 제조기반 약화 추세

- 과거보다 여성들이 스타킹과 양말을 착용하는 비율이 줄어 수요가 감소하고 소비자들이 월마트와 같은 대형 유통망의 저가 제품에 익숙해져, 미국 양말/스타킹 시장은 지속적으로 감소될 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국의 양말/스타킹 제조업체는 주로 노동비용이 저렴한 노스캐롤라이나, 앨라배마, 사우스캐롤라이나, 테네시와 같은 동남부 지역에 위치
- 미국 내 양말/스타킹의 시장은 생산비용을 줄여 수익성을 높이기 위해 해외 아웃소싱을 늘리면서 현지생산 비중은 축소되고 수입이 증가하고 있는 추세
- 2010년 미국의 양말/스타킹의 총 수입액은 약 15억 달러였고 그 중 가장 큰 비율을 차지하는 면섬유 양말/스타킹의 수입액은 2009년 대비 19.48% 증가한 9.2억 달러였으며 주요 수입국은 온두라스, 중국, 파키스탄 등의 저임금 국가로 구성

○ 시장특성 및 특기사항

- 양말/스타킹은 제품 간 품질 차이가 크지 않기 때문에 가격에 민감해서 상대적으로 저렴한 제품을 선호
- 여성용 제품에서 특히 브랜드 충성도가 강해 기존 시장에 이미 존재하는 브랜드의 영향력이 강한 편
- 날씨에 따라 수요가 변화해 겨울철에 특히 수요가 증가

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 여성용 제품의 경우 패션 트렌드에 민감하게 반응하는데 현재 여성용 스타킹의 수요는 경기침체의 영향으로 과거에 비해 매우 감소
- 소비자들은 과거보다 높은 품질의 제품을 선호하지만 더 저렴한 가격에 구매하기 원하는 등 가격에 민감한 소비패턴을 나타냄.

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 양말/스타킹 제조업체들은 제품을 중간 유통망에 판매하거나 직접 대형 소매 체인에 납품 할 수 있는데 최근 5년간 소매 체인에 직접 납품하는 경향이 증가
- Walmart, Kmart, Target과 같은 대형 할인 체인이 양말/스타킹의 시장을 구성하는 주요 업체들인데 특히 소비자들의 저가 제품에 대한 수요가 증가하면서 할인 업체들이 양말/스타킹 구매에 관심 증가
- 고급 제품은 Bloomingdales, Nordstrom, Saks와 같은 백화점이나 양말/스타킹 전문 소매점, 의류 전문 브랜드에서 판매

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 현지기업, 수입기업 등 해당제품의 전반적인 경쟁상황

- 미국의 양말/스타킹 제조업체는 상위 4개 업체가 시장의 35%를 점유
- 2006년 2개의 대기업인 Gold Toe Investment와 Moretz가 합병을 단행했고 2002년 366개의 양말/스타킹 제조업체가 169개로 축소되는 등 점점 시장의 시장집중도(Market Concentration)가 높아지고 있는 상황
- 시장점유율 1위 기업인 Hanesbrands Inc.(16.9%)는 현재 89%의 제품을 미국에서 생산하고 있으나 비용 절감을 위해 국내 생산 규모를 줄이고 해외 생산이나 아웃 소싱을 확대해 나갈 계획
- Hanesbrands Inc.는 매출의 81%가 대형 유통 업체를 통해 이루어지며 더 낮은 가격에 더 높은 이윤을 남길 수 있는 대량 생산방식 선호
- 미국 양말/스타킹 수입 시장에서 주요 경쟁 국가는 온두라스, 중국, 파키스탄, 멕시코와 같은 저임금 국가들이고 고품질 제품은 주로 캐나다와 이탈리아에서 수입되어 왔지만 이들 국가로부터 수입되는 비율은 점차 감소하고 저가제품 수입 증가추세

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 현재 중국, 온두라스, 파키스탄과 같은 저임금 국가의 제품은 한국 제품보다 가격 면에서는 40~50% 가량 저렴하나, 품질과 다양성에 있어서는 한국이 우위인 바, 고품질 소품종 생산에 주력할 필요
- FTA 발효 이후 13.5%의 관세가 즉시 철폐되어 현재보다 현저히 낮은 단가를 실현할 수 있으나 여전히 중국 등 저임금 국가의 제품보다는 단가가 높아 관세가 철폐된다 해도, 이들 제품과의 경쟁구도에는 별다른 영향을 미치지 못할 것으로 관측

□ 연도별 수입동향

- 미국의 양말/스타킹* 수입량은 2009년 대비 19.41% 상승한 9.2억 달러로 최근 3년간 최고치 기록

* 면양말/스타킹(HS코드 61159590)

- 미국의 양말/스타킹의 주요 수입국은 온두라스 중국 파키스탄이며 이들 국가로부터의 수입액이 전체 수입액의 60% 가까이 차지
- 한국으로부터의 2010년 수입액은 약 6,350만 달러로 우리나라는 미국의 6대 수입 대상국(수입시장점유율 6.8%)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가*	2010	2009	2008
1	온두라스	219	169	143
2	중국	167	130	123
3	파키스탄	156	140	138
4	엘 살바도르	124	38	2
5	멕시코	108	93	93
6	한국	64	69	96
합 계**		921	771	811,700

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Uni Hosiery Co. Inc.	특기사항	30년 이상 활동한 대형 양말/속옷 도매/수입 업체
매출규모('10)	2,200만 달러	품목	양말, 스타킹 등
담당자	Hank Lee	직책	총괄 매니저
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 동사는 현재 전체 물량의 60% 정도를 아웃 소싱하고 있는데 한국 몇몇 업체의 제품도 구매하고 있음 · 13.5%의 관세가 무관세로 바뀐다면 한국 업체의 제품을 계속 구매하기로 결정 하는데 분명히 도움이 되겠지만, 관세 철폐 이후에도 중국이나 다른 저임금 국가의 제품에 비해서는 높은 가격이므로 대부분의 물량을 한국 제품으로 전환할 만큼 큰 도움이 되지는 않을 것이라는 견해 · 다만, 고가제품 시장에서는 가격경쟁력이 크게 제고될 수 있을 것이라고 언급		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 중국은 최소 주문단위(Minimum order)가 크고 다양성이 없는 것이 한국과 비교해 단점으로 지적 될 수 있으므로 한국이 다품종 소량 생산에 집중한다면 경쟁력을 강화 할 수 있을 것이라고 제언		

기업명	K사	특기사항	미국에서 가장 잘 알려진 양말/스타킹 생산 기업
매출규모('10)	4,800만 달러	품목	양말, 스타킹 등
담당자	N/A	직책	소싱 매니저*
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 작년 한해 700만 달러의 물량을 한국으로부터 수입했는데 한미 FTA 발효는 수입비용을 크게 감소시킬 것으로 예상되므로 더 많은 물량을 한국으로부터 수입 할 수 있을 것이라고 언급		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 중국은 가격 면에서 한국과 비교할 수 없는 경쟁력을 보유하고 있기 때문에 가격에 초점을 맞추기보다 정확한 배송, 융통성 있는 최소 주문량 등 서비스의 질적 향상을 위해 노력해야 한다고 조언		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한국은 중국에 비해 다품종 소량 생산이 용이하므로 저가품 생산에 집중하기보다 관세율 인하로 절감되는 비용을 기술 개발에 투자할 필요
 - 이를 통해 당뇨 환자용 양말, 발열/발한 양말, 향기 나는 양말 등 틈새 시장을 공략하면 경쟁력을 강화 할 수 있을 것으로 예상
- 양말/스타킹 시장은 많은 수의 기업들이 유사한 제품을 가지고 경쟁하고 소비자들의 브랜드 충성도가 높기 때문에 시장에서 인지도를 얻기가 쉽지 않음.
 - 소규모 제조업체의 경우 도매상이나 대규모 소매 업체에 납품 기회를 얻기 쉽지 않기 때문에 마케팅 비용 등 높은 시장 진입 비용이 상당
- 미국인들의 양말/스타킹에 대한 소비성향은 좋은 품질을 요구함과 동시에 저렴한 가격을 원하는 상당히 까다로운 방향으로 흘러가고 있음.
 - 따라서 신제품 개발을 위한 지속적인 노력과 함께 품질 면에서 우수한 한국 제품의 장점과 FTA 수혜 효과를 살려 상대적으로 저렴한 가격으로 고급 제품 시장에 집중할 필요

품목명(5)	면섬유 유아/아동용 의류 및 액세서리	HS Code (6단위 이상)	61112060
現수입관세율	8.1%	양허유형	즉시 철폐
선정사유	· 대규모 유아/아동 의류 시장 내 고급 상품 시장 확대 · 중저가 이상의 고급제품 시장에서는 관세 철폐시 바이어 선호가 제고될 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모(금액 기준) 및 성장 전망

- 미국의 유아/아동용 의류 제조 시장(합성 섬유 포함) 규모는 2010년 기준, 3,000만 달러로 매우 소규모인 편이나 소매 시장 매출은 94억 달러에 이르고 유아용 의류 전문 소매업체도 14,525사가 존재
- 미국의 유아/아동용 의류 제조시장은 축소되고 있으나 소매 시장은 소비자의 소비 심리 개선과 경제적으로 안정된 영/유아 부모 증가로 지속적으로 성장할 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국의 유아/아동용 의류 시장은 다른 의류 시장과 마찬가지로 비용 절감을 위해 국내 생산 비중을 크게 줄이고 수입 물량에 의존
- 미국에서 소비되는 유아/아동용 의류 수요의 약 75%가량이 해외에서 수입된 물량으로 충족
- 2010년 미국의 면섬유의 유아/아동용 의류의 총 수입액은 약 15.8억 달러를 기록했고 가장 큰 수입국은 중국으로 전체 수입 물량의 60% 이상을 차지하고 있으며 태국, 인도, 방글라데시와 같은 저임금 국가가 추격

○ 시장특성 및 특기사항

- 유아/아동용 의류는 소비자의 가처분 소득이 증가 할수록 소비 심리 개선으로 인해 수요가 증가하는데 특히 가처분 소득이 증가하면 저가 상품에 대한 수요 감소와 유명 브랜드 의류의 수요 증가가 두드러짐.
- 출산율 증가로 인한 유아/아동 인구의 증가는 수요를 증가시키는데 미국은 앞으로 5년간 14세 이하의 인구가 증가할 것으로 전망
- 유아/아동용 의류는 인체에 무해한 안전성이 매우 중요하기 때문에 브랜드에 대한 좋은 이미지는 수요를 증가시키는 반면 인체에 유해한 섬유나 염색 원료 사용 등이 알려지면 소비자 수요가 급감

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 중저가 유아/아동의류가 현재 시장의 가장 큰 부분을 차지하고 있고 중국이나 베트남으로부터 저가 제품의 수입이 계속적으로 이루어지고 있어 시장이 거의 포화 상태에 도달
- 미국 유명 연예인 자녀들의 성인 패션에 비견 될 만한 트렌디한 패션이 미디어를 통해 소개되면서 유명 브랜드의 고급 유아/아동 의류에 대한 관심 고조
- 여성의 출산 연령의 증가로 안정된 사회적 위치의 비교적 수입이 높은 부모들이 많아짐에 따라 고급/고가 브랜드 시장이 계속적으로 성장하고 있음.

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 유아/아동복 시장의 현재 가장 큰 바이어는 도매업체이나 대형 소매 기업에 시장을 빼앗기고 있는 상황
- Macy's나 JC Penney와 같은 백화점, Wal-mart와 같은 대형 할인체인, 전문 소매 브랜드가 유아/아동복의 주요 바이어이나 인터넷 판매도 최근 성장하고 있는 추세
- 대부분의 대형 유통 체인이나 소매 체인의 바이어들에게 가장 중요한 구매 결정 요소는 가격 경쟁력

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 현지기업, 수입기업 등 해당제품의 전반적인 경쟁상황

- 미국에서 가장 큰 시장 점유율을 보유하고 있는 유아/아동용 의류 판매업체는 Toys 'R' Us Inc.로 24%의 시장을 점유하고 있고 그 외 The Children's Place Retail Stores Inc., The Gymboree Corporation, Carter's와 같은 소매업체들이 각각 10% 안팎의 시장을 점유

- 이들 업체들은 대부분 원가절감을 위해 국내 생산을 중단하고 해외로부터 아웃소싱 확대 추세
- 미국에서 가장 큰 유아/아동용 의류 업체 중 하나인 Carter's Inc.는 미국 내 생산 시설을 모두 폐쇄하고 해외 아웃소싱을 하고 있으며 아시아 13개국에 140여개의 하청업체 보유
- 미국 내 유아/아동용 의류의 생산 시설이 대부분 문을 닫고 해외 아웃소싱을 통해 미국 내 수요를 충족시키고 있기 때문에 한국 기업의 주요 경쟁사라고 볼 수 있는 미국 제조업체는 찾기 어려운 상황
- 미국 유아/아동용 의류 수입은 중국, 태국, 인도, 인도네시아, 방글라데시와 같은 저임금 국가들로부터의 저가 제품이 주를 이룸.

○ 한미 FTA 발효 시 예측되는 변화

- 한국 제품은 현재 중국산 제품에 비해 품질에서는 앞서나, 가격에서 40%~50%이상 차이가 나 관세철폐 효과만으로는 만회가 어려운 상황
- 한미 FTA 발효 후 8.1%의 관세가 즉시 철폐되더라도 여전히 중국에 비해 가격이 크게 높기 때문에 중국 제품과의 가격 경쟁에 있어서 큰 변화가 없을 것으로 예측 되지만 중저가 이상의 고급 제품 시장에서는 FTA로 인해 단가가 인하되면 바이어들의 선호도가 높아질 것으로 기대
- 뛰어난 디자인의 고품질 상품에 대한 수요는 가격의 영향이 비교적 적은 편이므로 중저가 시장보다는 디자인과 품질 개선에 힘써 고급 제품 시장에 진출한다면 조금 더 값을 지불하더라도 나은 제품을 자녀에게 입히기 원하는 부모들에게 호응을 얻을 수 있을 것으로 전망

□ 연도별 수입동향

- 미국의 유아/아동용 의류 수입액은 2009년에는 경기 침체로 인한 소비 심리 감소로 전년대비 6.1% 하락한 14.5억 달러였으나 2010년에는 전년대비 8.6% 증가한 15.8억 달러를 기록
- 2010년 유아/아동용 의류의 최대 수입국은 중국으로 수입액은 9.5억 달러에 달하며, 전체 유아/아동용 의류 수입시장의 60% 점유

- 한국으로부터의 수입액은 생산업체의 해외이전 가속화로 2010년 684만 달러로 크게 축소

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	955	860	952
2	타이	118	109	125
3	인도	85	85	65
4	인도네시아	63	58	49
5	방글라데시	59	50	41
17	한국	7	9	17
합 계		1,581	1,455	1,551

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	American Eagle Outfitters. Inc.	특기사항	유명 중저가 캐주얼 의류 브랜드
매출규모('10)	30억 달러	품목	유아용 의류 등
담당자	Monica Kohl	직책	생산/소싱 부사장
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· AE는 중저가 시장을 타겟으로 한 브랜드이므로 구매 결정에 있어 저렴한 가격이 가장 중요한 요소인데 FTA로 인해 32%의 관세가 철폐되는 스웨터 제품도 중국보다 가격에서 우위를 차지하지 못하는 상황에서 유아/아동용 의류에 대한 8.1%의 관세 철폐는 한국으로부터의 소싱을 늘리는데 큰 역할을 하지 못한다고 설명 · 다만, 저가시장이 아닌 중고가 시장에서는 8.1%의 관세인하 효과가 비교적 클 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국 상품의 질이 다른 아시아 국가의 제품에 비해 월등한 것은 잘 알려진 사실이기 때문에 한국 상품의 가격이 인하된다면 이 부분에서 분명히 훨씬 매력적으로 느껴질 것 · 미국 기업의 아웃소싱을 통해 한국 제품을 판매하는 것 보다 수직적 통합 생산을 통해 생산에서부터 소매까지 총괄한다면, 고품질 상품을 좀 더 저렴한 가격에 미국 소비자들이 구입 할 수 있어 경쟁력을 얻을 수 있을 것이라고 조언		

기업명	Hartstrings Inc.	특기사항	대규모 유아/아동 의류 전문 도/소매 업체
매출규모('10)	2,800만 달러	품목	유아/아동용 의류
담당자	Jennifer Colen	직책	상품 이사
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- Hartstring社가 전 제품을 중국과 필리핀에서 아웃 소싱하고 있는데 유아/아동용 의류 시장도 다른 의류 시장과 마찬가지로 가격이 구매 결정을 하는 가장 주된 요소이므로 가격 경쟁력이 매우 중요하지만 8.1%의 관세 인하는 큰 변화를 주지는 못할 것이라고 답변 - 다만, 고품질 시장에서는 한국산 제품의 품질에 대한 만족도가 높은 편이므로 8.1%의 관세인하는 한국제품 경쟁력 제고에 크게 기여할 수 있을 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	미국은 다양한 질과 다양한 가격대의 시장이 모두 형성되어 있는 대규모의 시장이므로 가격으로 경쟁하려 하기보다 디자인에 집중해 좀 더 비싼 값을 지불하더라도 고품질의 예쁜 디자인 옷을 아이들에게 입히고 싶어 하는 부모들을 공략해야 한다고 조언		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한국산 제품은 FTA 발효 이후에도 가격이 가장 중요한 구매 결정 요소인 중저가 시장에서 여전히 경쟁력 만회기 어려워, 중고가 시장을 집중적으로 공략할 필요
 - 유행에 민감한 X세대, Y세대가 유아/아동복의 주요 소비층인 부모로 성장하고 마크 제이콥스, 휴고 보스, 버버리와 같은 명품 디자이너 브랜드에서 유아/아동용 의류 라인 출시되고 있는 등 고급 시장이 확대
- 대형 소매 유통 체인에 의한 중저가 유아/아동용 의류 시장은 한국산 제품이 따라잡을 수 없는 초저가 제품들과 경쟁해야 하기 때문에 납품 기회 확보에 애로
 - 생산부터 미국 현지 판매까지 한국기업이 총괄하는 수직적 통합 생산을 고려할 필요

품목명(6)	폴리에스터 단섬유 직물 (Woven fabrics of polyester staple fibers)	HS Code (6단위 이상)	551512
現수입관세율	12.0%	양허유형	즉시 철폐
선정사유	· 면화가격 상승으로 합성섬유 직물 수요 증가 · 합성섬유 분야에서의 높은 한국산 제품 경쟁력		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모(금액 기준) 및 성장 전망

- 폴리에스터 단섬유 직물만의 전체 시장 규모는 파악은 불가능하나 2010년 기준 미국의 폴리에스터 단섬유 직물의 총 수입액은 약 3,300만 달러
- 2009년 글로벌 경제 위기로 바이어들이 구매량을 줄임에 따라 재고량이 감소된 가운데 2010년 경기 회복이 시작되면서 재고 부족으로 구매를 늘려 폴리에스터 단섬유 직물에 대한 수요는 증가 추세
- 다만, 원유 값 상승으로 폴리에스터사 등 원자재 가격이 상승한 반면 바이어들이 폴리에스터 직물 가격의 동결을 압박함에 따라 당분간 폴리에스터 직물의 수익성은 하락할 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국의 의류 생산 공정이 해외 아웃소싱으로 전환되면서 직물에 대한 미국 내 화섬 직물 수요가 감소함에 따라 현지 생산도 동반 감소
- 미국 내 화섬 직물 수요 감소로 인한 수익률 하락을 만회하고자 미국 제조업체들은 신기술 개발 투자를 통해 생산성과 효율성을 높이는 등 경쟁력을 재무장
- 해외시장 공략에도 주력하고 있으나 여전히 글로벌 경기가 부진하여 눈에 띄는 수출 증가는 없는 상황

- 2010년 기준 미국의 폴리에스터 단섬유 직물 총 수입액은 전년 대비 9.61% 증가한 3,300만 달러를 기록하였는데, 주요 수입국은 중국과 캐나다로 對韓 수입액은 약 70만 달러에 불과
- 화섬 직물에 대한 미국 국내 생산이 점차 줄어들자 초과 수요에 대응하기 위한 지속적인 수입 증가가 예상

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 의류 등 직물을 이용한 완제품에 대한 소비자의 수요 증가가 결국 직물 수요를 증가시키기 때문에 경기 호황에 따른 소비자 가처분 소득 증가는 다른 산업에 비해 직물 시장에 미치는 영향력이 다대
- 소비자가 만족하지 않는다면 쉽게 다른 제품으로 전환이 가능하기 때문에 가격 경쟁력 뿐 아니라 고품질의 효율적인 생산을 실현하는 기술적인 경쟁력이 중요
- 의류의 경우, 지속적이고 안정적인 양질의 원단 공급이 중요하므로 직물 제조업체에 대한 브랜드 인지도, 평판, 효율적인 운송체계 등도 주요 구매기준

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 해당제품의 경쟁상황

- 미국 직물 시장에서 가장 큰 시장 점유율을 차지하고 있는 업체는 Milliken & Company로 지속적인 연구개발 노력을 통한 높은 수준의 품질경쟁력과 미국 주요 백화점과의 전략적 제휴로 주문⇒배송까지 리드 타임을 18주에서 3주로 단축시켜 경쟁력 확보

- 화섬 직물 수입 시장에서 저가 제품은 중국, 인도, 파키스탄과 같은 저임금 국가, 고가 제품은 캐나다, 이탈리아, 영국 등 유럽국가로부터 수입
- 한미 FTA 발효에 따라 예측되는 변화
 - 한국의 폴리에스터 직물은 고품질 제품으로 인식되고 있으나 주요 경쟁국인 중국에 비해 가격이 30~50%정도 비싼 편
 - 한미 FTA 발효 시 12%의 관세가 즉시 철폐됨에 따라 기존에 한국 상품에 관심이 있던 바이어들의 한국으로의 구매선 전환에 도움이 될 수 있지만 관세 철폐 이후에도 가격 경쟁력을 만회하기는 어려울 전망
 - 그러나 현지 바이어들은 중고가 제품 시장에서는 가격 경쟁력이 크게 제고될 수 있을 것으로 예상

□ 연도별 수입동향

- 미국의 폴리에스테르 직물 수입액은 2009년에 세계적인 경기 침체로 전년 대비 41.44% 감소했으나 2010년 들어 회복세 시현
 - 2010년 수입액은 2008년 수준(5,201만 달러)에는 여전히 못 미치는 수준이지만 전년 대비 9.61% 증가한 3,300만 달러 기록
 - 국별로는 중국이 전체 폴리에스테르 직물 수입시장의 50% 이상을 점유하면서 3년 연속 시장점유율 1위를 기록
 - 우리나라의 對美 수출액은 2008년 \$240만 달러에 2010년 7만 달러로 큰 폭으로 감소

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	17	17	29
2	대만	4	3	6
3	캐나다	4	4	7
4	독일	2	2	3
5	인도	1	2	1
9	한국	0.7	0.7	2
합 계		33	30	52

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Calamo Silk Inc.	특기사항	한국산 제품을 사용 중인 폴리에스터/실크 직물 제조사
매출규모('10)	150만 달러	품목	폴리에스터 직물, 실크
담당자	Joel Milik	직책	판매 담당 부사장
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 주요 수입국은 중국인데 FTA 발효에 따라 관세가 12% 인하되더라도 여전히 중국산과의 가격 격차가 크기 때문에 저가제품에서의 관세철폐 효과는 제한적 · 고가제품 시장은 한국산 제품의 품질경쟁력이 인정을 받고 있고 바이어들의 선호도도 높은 편이므로 12.0% 관세철폐에 따른 경쟁력 제고 효과는 클 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 저가 시장보다는 고급 제품에 주력해야 하고 모방하기 어려운 자수, 프린팅 기술 개발에 주력할 필요		

기업명	State One Inc	특기사항	-
매출규모('10)	240만 달러	품목	폴리에스터 직물
담당자	Yunjoo Moon	직책	구매 담당 매니저
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 동사는 90% 이상의 물량을 한국으로부터 수입하고 있는데 FTA 발효로 인해 12%의 관세가 무관세로 바뀐다면 한국산이 미국 시장에서 경쟁력을 가질 것이라고 답변		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 중국산 제품은 한국산 제품에 비해 30%~50% 저렴하기 때문에 가격만으로 비교 우위를 얻는 것은 불가능하므로 품질 향상에 집중해 고급 시장을 겨냥해야 한다고 조언 · 특히, 한국 업체들은 발빠른 Catch-up에 강점을 가지고 있으므로 이리아산 직물과 같은 고급 제품시장에서 관세인하 효과를 바탕으로 경쟁한다면 승산이 있을 것이라고 제언		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 현재 이탈리아는 중국 공장에서 직물을 생산해 이탈리아로 들여와 자수, 염색, 프린팅 등 섬세한 작업 후 'Made In Italy'의 상표를 부착해 미국에 수출하고 있는데 한국 제품이 경쟁력을 얻기 위해 벤치마킹 할 수 있는 생산 모델
 - 다만, 한미 FTA 원산지 규정(Yarn-forward)에 따라 원사부터 역내산을 사용해야 하므로 한미 FTA를 계기로 폴리에스터 직물업계의 경우 원사에서 직물제조에 이르기까지의 사업을 수직계열화할 필요
- 미국에는 많은 수의 기업들이 비슷한 제품으로 경쟁하고 있고 기존 업체들에 대한 소비자나 바이어의 충성도가 높아 진입 장벽은 비교적 높은 편
 - 저가시장에서는 가격인하 압력, 고가시장에서는 기존 제품의 높은 브랜드 이미지가 시장진출 장벽으로 작용
 - 국산제품은 한미 FTA로 인해 한층 높아진 가격대비 높은 품질경쟁력을 바탕으로 자체 브랜드 개발 등 브랜드 인지도 제고 노력 필요
- 관세 철폐로 인한 가격 인하에 안주하기보다, 연구개발을 통한 획기적인 신제품 개발과 고가 제품 생산에 주력
 - 현지 바이어들 접촉 결과, 한미 FTA 발효에 따른 관세철폐 효과는 저가시장이 아닌 고가시장에서 효과를 발휘할 것으로 예상

품목명(7)	카매트	HS Code (6단위 이상)	57032020
現수입관세율	6.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 관세철폐로 고급차량용 카매트 가격 경쟁력제고 · 한국산 품질에 대한 인지도 상승세		

1. 시장동향

□ 시장 개황

- 2009년 미국의 자동차 애프터 마켓 제품의 시장규모는 1,692억 달러로 추정되며, 카 매트가 속한 액세서리 제품은 애프터 마켓 시장의 13.5%를 차지
- 액세서리 제품은 설치가 쉽고, 타 부품과 달리 일반소비재의 성격을 띠고 있으나, 매출이 가계소득과 경기변동에 민감
 - 특히, 최근에는 경기 위축으로 인하여 액세서리 구매가 위축
 - 품목별 매출액 비중이 가장 큰 외장 액세서리는 2008년 매출액이 전년 대비 28.80% 감소한 60억 달러를 기록
- 자동차용 Floor Mat는 Carpet와 Rubber제품으로 이루어져 유통되고 있는데 미국 Carpet관련 제품들은 자동차 실내용 Flooring System, 천장용 Carpet 및 Floor Carpet(Car Mat)으로 나뉘어, OEM방식으로 공급
 - Floor Mat(Car Mat)는 자동차의 액세서리 제품군으로도 취급되어 자동차 애프터 마켓 시장인 딜러샵, 자동차 수리점, 대형마켓, 인터넷 등 각 유통 채널을 통해 일반 소비자에게도 공급

□ 구매패턴

- 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습
 - 청소가 용이한 방수기능 등 고급기능 제품과 기존 제품 대체용의 저가용으로 양극화
- 구매정책 및 주요 구매기준
 - 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 전부터 계획되기 시작

- ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력(Capacity)에 따른 품질 관리 능력을 요구
- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 북미 지역의 자동차 완성차 업체에 Carpet과 관련한 제품을 공급하는 업체로는 Lear(미), Amtex(미), Collins & Aikman(미), IAC Group(미), Faurecia(프), Magee Rieter(미), Intier(독), BBI Enterprises(미), Bogers(네덜란드), Nifco(일), Stankiewicz(독), Daehan Solution(한), Dura Tufting사(독) 등이 있음.
- 이외에도 많은 글로벌 기업들이 인도, 중국 등으로부터 소싱
- 완성차에 공급되는 매트와 품질과 관련한 일본계 부품회사와 인터뷰 결과, 한국제품의 품질은 대체적으로 다양하나, 최고급용 매트는 여전히 독일과 일본 브랜드에 비해 경쟁력이 떨어지는 것으로 평가
- Floor Mat(Car Mat)는 자동차의 액세서리 제품군으로서 자동차 애프터마켓 시장인 딜러샵, 자동차 수리점, 대형마켓, 인터넷 등 각 유통 채널을 통해 공급
- O'Reilly Automotive, Inc., CSK Auto Corporation., The Pep Boys-Manny, Moe & Jack등 유명 자동차 부품 및 액세서리 전문 판매점과 Wal Mart, Target, Meijer, Sears와 같은 대형 유통업체의 자동차 부품 코너에서 Car Mat제품이 유통

- 각 유통업체는 제품을 본사에서 집중 구매하여 전국적으로 유통되고 있는데, 대부분의 제품이 중국에서 수입

○ 한미 FTA 발효시 예측되는 변화

- 면담 바이어들은 미국 자동차 애프터 마켓의 경우 제품의 가격 경쟁력과 품질을 구매의 결정적인 요소로 언급하고 있으며, FTA 발효로 인한 가격 경쟁력 제고로 현재 시장의 중심인 인도와 중국산 제품과의 가격 격차가 5%-10% 정도 줄어들 것으로 기대
- 그러나, 바이어들은 자동화된 공정, 신소재, 신기술을 바탕으로 한 품질 혁신이 가장 중요한 요소라고 공통적으로 지적하며, 관세철폐로 중국과의 가격 경쟁력 차이를 만회하기는 현실적으로 어렵다고 평가

□ 연도별 수입동향

- 경기침체기때 수입이 급감한 것을 제외하면, 수입이 증가추세
- 인도, 중국, 이집트 등 개발도상국의 수입이 강세
- 한국은 수입규모 기준 5위국으로, 수입이 증가세

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	인도	212	168	188
2	중국	164	142	164
3	캐나다	97	95	126
4	이집트	47	45	41
5	한국	26	13	19
합 계		630	514	655

자료원 : USITC

3. 주요 바이어 반응

기업명	Kraco Enterprise	특기사항	품목 1위 유통업체
매출규모('10)	6,100만 달러	품목	카매트
담당자	R. Nutzati	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세 철폐로 한국산 매트 경우 시장 진출이 더 용이해질 수 있을 것으로 기대.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 자동화된 공정, 신소재, 신기술을 바탕으로 한 품질 혁신이 가장 중요한 요소 · 중국과의 노동 단가 차이로는 경쟁력 확보가 현실적으로 어렵다고 생각		

기업명	Futuris Automotive	특기사항	
매출규모('10)	31억 달러(모기업)	품목	모든 부품
담당자	Ryan Pike	직책	President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 한국산 제품의 가격은 중국, 멕시코, 타이완에 비해 20% 정도 비싸나 이후에 격차가 5-10% 가량 좁혀질 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 지속적인 품질관리 노력이 경쟁력 확보에 필수적		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세철폐로 인한 가격경쟁력 제고만으로는 인도, 중국 등 개도국과의 경쟁에서 살아남기 힘들며, 안정적인 품질관리를 통한 불량발생 방지 및 클레임 발생시 신속한 대응 등 중장기적인 관리 체제 수립 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

3

기 계

품목명(1)	공작기계(머시닝 센터)	HS Code (6단위 이상)	845710
現수입관세율	4.2%	양허유형*	즉시철폐
선정사유	· 한국산 인지도 상승, · 고가제품으로 10만 달러 이상에 거래, 관세 철폐시 4,200달러 이상의 가격 인하 예상		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 지난 2010년 미국 공작기계 시장은 32억 달러를 기록하였으며 전년 대비 86%의 높은 성장률을 기록
- 2009년 미국 공작기계 시장은 경기 침체로 인해 극심한 판매 부진을 겪었으나, 지난해부터 경기가 회복세를 보임에 따라 동반 회복세
- 올해 공작기계 시장은 경제 회복에 따른 제조업체의 투자 확대에 의해 지난해에 이어 지속적인 회복세를 보일 전망

<미국 공작기계 시장 현황>

(단위: US\$ 백만)

연도	금속 절삭기계	금속 성형기계	판매 대수	시장 규모
2006	3,703	395	25,523	4,098
2007	3,981	441	26,496	4,423
2008	3,897	501	24,719	1,398
2009	1,510	236	11,720	1,746
2010	3,000	247	18,383	3,247

자료원 : American Machine Tool Distributors' Association

○ 시장특성 및 특기 사항

- 미국 공작기계 시장은 미국 제조업 특히 자동차 항공 우주 그리고 석유 화학 산업의 경기 동향에 직접적인 영향
- 지역별로는 자동차 산업 중심지인 중서부 지역이 가장 큰 시장을 형성하고 있으며 화학 산업 중심지인 텍사스 주 중심의 중부 지역, 최근 신흥 자동차 생산 중심지로 부상하고 있는 동남부 지역이 높은 성장세
- 공작기계 시장은 경기 침체로 인한 자동차 산업 위축을 판매가 크게 감소하였으나 석유화학 및 항공 관련 제품을 생산하는 업체를 중심으로 판매가 서서히 회복

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 공작기계를 구매하는 기업들은 금속 가공을 통해 부품을 생산하는 업체들이기 때문에 공작기계 구입은 생산성과 직결되기 때문에 품질과 믿을 수 있는 제품을 구매
- 정밀 가공이 필요한 기계의 경우 가격 보다는 기계 품질과 브랜드 인지도가 높고 A/S가 원활한 제품 선호
- 공작기계 구매를 결정하는 가장 큰 요인은 품질, 서비스, 가격 순으로 품질 수준을 가장 큰 구매 기준으로 삼고 있음.
- 한국산 제품의 품질 수준을 경쟁 국가인 일본 제품에 비해 약 90% 정도에 이르고 있으나 아직도 브랜드 인지도가 낮은 상태

※ ‘공작 기계 시장에서는 바이어 개념이 없어, 한국산은 현지법인을 통하거나, 미국 기계 딜러에 판매권을 위탁

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 미국 공작기계 시장은 일본산 제품이 시장을 거의 독식하고 있으며 여기에 미국산 독일산, 한국산 대만산 제품이 가세
 - 일본 제품은 높은 품질과 브랜드 인지도를 바탕으로 수입 시장 점유율이 68%에 달함.
 - 미국에서 판매되고 있는 최고의 브랜드는 일본산 업체가 주종을 차지하고 있으며 Mazak, Hitachi, 그리고 Toshiba 등의 기업들이 미국 시장을 장악
- 일본산과 직접적인 경쟁 관계에 있는 한국산은 지난 몇 년간 높은 수출 증가율을 기록하였으나 경기 침체로 수입액이 크게 감소(수입시장 점유율 13%)
 - 한국산 제품은 일본산 제품에 비해 품질 경쟁력은 떨어지나 10-20% 정도 낮은 가격에 판매하고 있음.
- 한미 FTA 체결로 인한 효과
 - 현재 제품에 따라 약간 차이가 있으나 한국산 공작기계와 일본산 기계와의 가격 차이는 약 15%에서 20% 정도인 바, 한미 FTA 발효시, 일본산 대비 한국산 공작기계 가격 경쟁력은 다소 향상될 전망
 - 대다수의 공작기계는 약 10만 달러에서 20만 달러에 판매되고 있으며 10만 달러 기계에 현재 관세율인 4.2%가 철폐 된다면 약 4,200달러 정도의 가격 인하 효과 기대 가능
 - 한국산 기계의 기술 수준이 지난 수년간 급격한 발전을 거듭해 왔으나 아직도 기술 수준이 90%대에 머물고 있으며 제어 기기와 같은 특정 부품의 경우 일본산 부품 사용 비중이 높은 편

- 또한 한국산 제품의 브랜드 인지도가 일본 제품에 비해 높지가 않고 있어 브랜드 인지도 향상을 위한 노력을 통한 고급화 전략이 필요함.

□ 연도별 수입동향

- 미국 경기 회복세로 인해 수입 급증
 - 지난 2010년 미국의 머시닝 센터 수입은 경기 회복으로 인해 전년 동기 대비 약 47% 증가한 5.7억 달러를 기록
- 일본이 전체 수입 시장의 68%를 차지한 3.8억 달러를 기록, 독일은 10.3%의 점유율을 기록 두 번째로 높은 수입 규모를 차지
- 2010년 한국산 제품의 수입액은 2천 9백만 달러를 기록하였으며 전년 동기에 비해 크게 감소

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	일본	383	260	752
2	독일	59,	98	109
3	대만	49	39	105
4	한국	29	53	94
5	스위스	16	20	29
합 계		568	540	1,161

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	화천기계	특기사항	현지진출기업
매출규모('10)	NA	품목	공작기계
담당자	박종관	직책	부장
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 공작기계는 약 10만 달러에서 20만 달러에 판매되고 있으며 10만 달러 기계에 현재 관세율인 4.2%가 철폐 된다면 약 4,200달러 정도의 가격 인하 효과 기대 가능		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 품질 및 생산성 향상을 통한 가격 경쟁력 강화		

기업명	한화 기계	특기사항	현지진출기업
매출규모('10)	NA	품목	공작기계
담당자	김재식	직책	과장
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국산 제품은 경쟁국인 일본 제품에 비해 약 10-20% 저가에 판매되고 있어 가격 경쟁력 유지에 도움이 될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 브랜드 인지도 및 품질 경쟁력 강화		

주. 공작 기계류의 경우 자동차처럼 현지 딜러를 통해 판매되고 있으며 현지 진출 지사가 한국 기계 수입업체

4. 성공사례

* 기업명 : 화천기계

- 유명 전시회 참가를 통한 딜러 모집 및 브랜드 인지도 제고
 - 화천기계는 1978년부터 한국 업체 최초로 시카고에서 2년마다 개최되는 IMTS(International Manufacturing Technology Show)전시회에 참관하여 딜러망 구축 및 생소한 한국 브랜드 인지도 제고 많은 효과 거양
- 판매망 구축과 함께 판매 후 서비스 강화 전략
 - 기계류 제품이 미국 시장 진출을 위해서는 딜러망 구축이 필수적으로 요구되는 바, A/S 전담 서비스 체계 확보를 통해 신뢰감 확보
⇒ 충분한 부품을 보유하여 서비스 기간 최대한 줄이고 큰 고장 발생 시 한국에서 교육 받은 기술자 하여 출장 서비스 시행
- 제품 기술 개발을 위해 1990년에 기술 연구소를 설립
 - 1995년 대표적인 품질인증서인 ISO9001을 획득

5. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 원화 절상으로 한국산 공작기계의 가격 경쟁력이 크게 악화되고 있는 시점에서 무관세에 대한 여유분을 판매마진을 향상 또는 기계 가격 인하 등 다양하게 운용할 수 있어 수출 증가에 긍정적인 효과를 줄 것으로 전망
- 공작기계의 구매 결정 요소는 제품의 품질, A/S, 가격 순이기 때문에 한국산 제품이 미국 시장에서 살아남기 위해서는 일본 제품과 거의 동일한 수준의 품질 경쟁력 확보 및 현지 서비스망 구축이 절실히 요구
- 특히 공작기계 판매를 담당하는 딜러 발굴은 대부분 관련 유명 전시회를 통해 이루어지고 있기 때문에 미국 시장 진출을 위해서는 필수적으로 공작기계 관련 전시회에 반드시 참가 필요

품목명(2)	플라스틱 사출 금형	HS Code (6단위 이상)	847710 848071
現수입관세율	0~3.1%	양허유형	즉시철폐(3.1%)
선정사유	· 자동차 연비규제 강화로 경량화 추진을 위해 수요증대 예상 · 고가 제품으로 절대적인 관세철폐 금액이 큰 편		

1. 시장동향

□ 시장개황

- 시장 규모 및 성장 전망
 - 동 시장 수요처는 자동차 업계(25%), 석유/석탄 업계(15%), 건축 업계(15%), 철도 산업(10%) 등으로 구분
 - 2009년 미국의 금속 성형 기계류 제품의 시장규모는 260억 달러로 전년 대비 약 16% 감소

- 시장조사 전문기관인 IBIS World에 따르면 2010년도에는 그 규모가 2009년 대비 2.1%가량 감소할 것으로 예상

○ 시장특성 및 특기사항

- 현재 미국의 Tool/Die/Mold 산업은 계속되는 외국 회사들의 도전과 자국 내 비싼 인건비로 인해 어려움을 겪고 있으며 이로 인해 시장의 규모 또한 감소하고 있는 추세
- 미국의 Molder 업체들은 북미 업체들로부터 주문이 감소하고 있음을 피력하는데, 수입 자동차 부품의 증가와 중국으로부터의 급격한 부품 수입 증가가 원인
- 대부분의 미국 내 Injection Mold 제조업체들은 생산성과 능률을 높이고 리드 타임(Lead Time)을 최소화하기 위하여 성형 기계와 부가적 기계류 (Injection Machine 및 Auxiliary Equipment) 등 최신의 생산 장비와 컴퓨터 Software를 갖추는 등 경쟁력 제고 노력 경주

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 가격 이외에 품질, 납기, A/S에 대한 확실한 보장이 핵심요소이며, 기계에 대한 신뢰성, 성능, 부품 교체 용이성 등도 주요 구매 기준 을

2. 경쟁 동향(수입 포함)

□ 경쟁동향

○ 전반적인 경쟁상황

- 북미지역의 자동차용 플라스틱 사출금형 주요 기업은 International Automotive Components Group(미), Megna International Inc(미), SRG Global Inc(미) 등이 있음.

<주요 기업별 매출액 현황(2009)>

(단위 : U\$백만)

기업명	Int'l Automotive Components Group	Megna Int'l	SRG Global	Nypro	Rexam	Illinois Tool Works
매출액	1,341	1,200	677	645	550	435

○ 국가별 경쟁 동향

- (미국) 장점으로는 고품질·고기능 금형의 생산기술 보유, 우수한 제품 디자인 기술 보유, 다양한 구매계층보유, 단점으로는 고임금, 제품의 가격 경쟁력 취약, 노동자 복지와 훈련에 많은 비용 부담
- (캐나다) 지리적으로 미국 시장에 인접해 있어 미국시장 진출이 수월, 기업 문화 및 언어가 미국과 가장 유사해 미국 구매계층에 대한 접근이 용이
- 일반적으로 미국 기업보다 기업 규모가 커서 규모의 경제 확보가 가능하다는 장점이 있으나 고기술 인력확보가 미국 기업에 비해 제한적
- (일본) 대부분이 소규모 금형기업 위주로 이루어져 있으며, 다수의 일본 공작기계 및 자동차 부품, 의료기기 제조업체들이 이미 미국시장에 진출해 있어 다른 외국기업들과 비교해 판로 확보와 유통망 구축이 비교적 수월
- 전통적으로 수가공 금형에 강점을 보이고 있고 다른 외국 기업들에 비해 절대적인 품질 우위를 유지하고 있으나, 소규모 기업 운영에 따른 자금운용의 문제와 CAD/CAM 소프트웨어 기술수준이 미국 기업들에게 다소 뒤짐.
- (중국) 중국 금형 산업의 두드러진 특징으로는 전체의 약 70% 금형 업체가 금형관련 부품을 생산하고 있으며, 양 국간 인건비의 심한 격차로 인해 미국 현지에 생산시설을 도입하는 경우는 매우 드뭄.

- 중국 현지내 자동차 부품 관련 국내 수요가 급증하고 있고, 저임금 기술자 및 숙련된 생산직 종업원의 확보가 매우 용이하여 미국 시장 진출시 충분한 가격 경쟁력 확보 가능
- (독일) 다른 외국 진출 기업과 달리 금형 생산뿐만 아니라 제품 생산 및 공정과 관련된 기술 및 디자인 서비스를 함께 제공
 - A/S를 중시하는 미국 구매 계층들로부터 확실한 제품 차별성 인정
 - 일본 기업들과 마찬가지로 전통적인 수공 금형에 강점을 가지며, 복잡하고 고기술이 요구되는 초정밀 금형 부문에서 현지 미국, 일본 기업들과 더불어 시장을 양분
- (한국) 다른 외국 기업들과 비교해서 아직까지 특화 영역의 확보가 확실히 이루어지지 않고 있으며, 무엇보다 주요 경쟁국 기업들의 특화부분과 상당 부분이 중복되고 있기 때문에 상대적인 가격 경쟁력 및 품질 경쟁력 확보에 있어 애로
- 한미 FTA 발효시 예측되는 변화
 - 한국으로부터 주로 수입하는 금형의 경우, 단가보다는 선진국 수준의 품질을 요하는 정밀 부품분야가 많으므로 기존의 중국제품에 대한 가격경쟁력 제고 효과는 낮으나, 선진국 대비 가격경쟁력은 다소 개선될 전망
 - 바이어들은 관세철폐 뿐만 아니라 적극적인 품질 관리와 수출 후 지속적인 A/S가 중요한 요소라고 지적

□ 연도별 수입동향

- 사출금형 수입은 고부가가치 품목과 관련해서는 일본, 독일 등 선진국에서, 일반 금형분야는 중국 등 개발도상국에서 많이 수입

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	캐나다	390	353	479
2	중국	155	110	133
3	일본	101	95	131
4	독일	64	42	66
5	한국	36	41	24
합 계		861	771	1,002

자료원 : USITC

3. 주요 바이어 반응

기업명	Global Connect LLC	특기사항	
매출규모('10)	100만 달러	품목	사출 금형
담당자	Tommy Yoon	직책	Director of Purchasing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국 등 후발경쟁국과의 가격경쟁력 격차 완화보다는 고부가가치 품목에 대한 선진국 대비 가격경쟁력 제고 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 신기술 개발 및 제품 개발 노력 요구		

기업명	Sigma International	특기사항	
매출규모('10)	1억 달러	품목	사출 금형
담당자	Susie Kim	직책	Director of Purchasing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 중국이 한국에 비해 가격 경쟁력이 40% 정도 있었으나, FTA 체결로 한국 제품의 선호도가 다소 높아지리라 기대		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 적극적인 대응 자세와 제품의 품질 관리		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 바이어 대부분은 한국 플라스틱 사출금형과의 경험에 만족하고 있으나, 일부업체는 대체로 중국산과 별 차이가 없거나 심지어 더 못하다는 의견을 피력할 만큼 기존 한국산에 대한 평판이 양극화
- 수입제품의 특성상 즉각적인 기술 대응과 Claim 대응이 힘들고, 미국을 포함한 세계시장에 대한 기존 실적이 없을 경우, 많은 미국업체들이 상담에 소극적이라는 점에 유념
- 가격 이외에 품질, 납기, A/S에 대한 확실한 보장, 금형기계에 대한 신뢰성, 성능, 부품 교체 용이성 등이 핵심 구매 요소
 - 가격경쟁력을 무기로 한 개도국과 차별을 위해서는 신공정의 도입, 정밀 금형 생산, 고기능성 원자재 가공 등 고부가가치 분야를 중심으로 진출 전략을 수립할 필요

품목명(3)	밸브	HS Code (6단위 이상)	84818010
現수입관세율	4%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 가격 경쟁이 심해, 4% 관세만 철폐되더라도 한국산의 대미 수출 경쟁력 강화 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

- 시장규모 및 성장 전망
 - 지난 2010년 미국 밸브 시장은 258억 달러를 기록하였으며 전년 동기 대비 약 1.5% 감소
 - 미국 밸브 시장은 지난 2007년 301억 달러를 기록하였으나 미국 경기

침체로 인해 규모가 축소

- 미국 경제가 회복세를 보임에 따라 밸브 시장도 점차 회복될 것으로 보이며, 오는 2015년에 약 301억 달러에 이를 것으로 예상

< 미국 밸브 시장 현황 >

(단위 : U\$ 억 달러)

연도	2006	2007	2008	2009	2010
시장 규모	294	301	286	262	258

자료원 : IBIS World

○ 시장특성 및 특기사항

- 미국 밸브 시장은 크게 석유 및 화학용, 상하수도용, 발전 및 송배전용, 산업용 장비용 밸브 시장으로 구성
 - 석유 화학 관련 산업이 전체 밸브 시장의 약 46%를 차지
- 밸브 산업은 경쟁 심화로 업체 마진율이 여타 제조업에 비해 낮은 편이나 가스 밸브 등 특정 분야에 사용되고 높은 품질 수준이 요구되는 밸브의 경우 가격 보다 인증과 품질 수준이 더 중요
- 제품의 적용분야에 따라 직접 유명 제조업체에 납품하는 방법도 있고, 또한 중간 디스트리뷰터나 수입상 납품을 통해 미국 시장에 진출할 수 있기 때문에 제품에 따른 유통구조를 파악하는 것이 제일 중요

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 밸브 바이어들의 구매 정책 중 가장 중요한 것은 품질이 좋고, 업계에서 요구하는 인증서를 보유한 제품에 한해서 구매
 - 자체 제품 품질을 테스트 할 수 있는 설비를 보유하여 제품 불량률이 낮은 업체 선호

- 재정적으로 안정적인 업체로 제품 개발 능력을 갖춘 업체 제품 구매
- 밸브의 주요 구매기준으로 제품 가격이 가장 중요하지만 최상의 밸브를 구매하기 위해서 제품의 수명, 기술 및 디자인, 제품 판매 후 서비스, 제품 품질 등과 같은 요인도 검토 대상

2. 경쟁 동향

☐ 경쟁동향

- IBIS World에 따르면, 미국 밸브 시장은 4대 대규모 업체가 전체 시장의 약 30%를 차지
 - Tyco Int'l Ltd 14%, Emerson Electric Company 10.0%
 - 경기침체로 전반적인 수요가 감소함에 따라 미국 내 밸브 제조업체의 가격경쟁이 심화되어, 이들 업체들은 수요가 많은 범용 제품의 경우 중국 대만 등지에서 생산하여 수입 판매
- 한미 FTA 체결로 인한 효과
 - 밸브류에는 4% 관세율이 적용되고 있으며 밸브 시장은 가격 경쟁이 심하기 때문에 낮지만 관세율이 철폐되면 한국산 제품 가격 경쟁력 제고에 긍정적인 영향을 줄 전망

☐ 연도별 수입동향

- 미국 경기 회복으로 인해 수입 급증
 - 지난 2010년 미국 밸브 수입액은 전년 동기 대비 약 10.4%의 높은 증가율을 기록

- 중국(59.4%)으로 부터의 수입이 두드러지고, 대만(9.3%), 멕시코(8.0%)가 그 뒤를 이음.
- 지난 2010년 한국 산 제품의 수입 비중은 0.05%에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	678	595	797
2	대만	106	92	135
3	멕시코	92	99	105
4	이탈리아	83	73	116
5	독일	38	39	66
14	한국	7	7	10
합 계		1,142	1,034	1,385

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Honeywell	특기사항	NA
매출규모('10)	330억 달러	품목	Automation & Control System
담당자	James Hui	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세 철폐로 인해 가격 경쟁력이 다소 향상될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 품질 수준은 뛰어나나 가격 경쟁력이 점차 약화되고 있어 대규모로 생산하는 범용 제품 보다는 품질로 승부를 걸 수 있는 틈새시장 공략 강화를 통한 시장 진출 노력이 필요		

기업명	Warren Alloy Valve & Fitting Company	특기사항	NA
매출규모('10)	2천만 달러	품목	밸브
담당자	Jordan Sinn	직책	바이어
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세율이 높지 않아 관세 철폐 효과는 제한적이지만 한미 FTA로 인해 양국의 거래 및 사업 환경 개선 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 가격 및 품질 경쟁력 강화		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 미국 밸브시장 진출은 크게 대기업 유명 브랜드 제품 업체에 OEM 방식으로 납품하는 방법 및 자사 브랜드로 밸브 관련 제품을 전문으로 취급하는 디스트리뷰터를 통해 제품을 판매하는 방법으로 대별
- 브랜드 또는 기업이 잘 알려지지 않는 한국 업체의 경우 주로 대형 밸브 제조업체에 OEM 방식으로 납품하는 경우가 대다수
 - 대형 하수처리 관련 밸브의 경우 판매 후 서비스 지원가능 여부가 판매를 결정하는 큰 요인
- 미국 밸브 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 유연성 있는 제조설비, 효율적인 제조 기술 보유를 통한 가격 경쟁력 확보, 특정 시장 수요에 부응할 수 있는 제품 생산을 통한 고정 수요 확보가 필요
- 한국 밸브 제조업체의 경우, 가격경쟁력보다 고품질의 틈새시장을 공략
 - 중국, 멕시코 등 저가제품의 공세에 밀려 이미 독일과 일본이 시장을 잃어가고 있는 바, 범용 제품으로 미국시장에 진출하기에는 무리
 - 자원플랜트 등 고가의 정밀 고부가가치 제품분야에 일본, 독일 등 선진국에 비해 다소 낮은 단가로 틈새시장 진출 확대를 도모

품목명(4)	볼 베어링	HS Code (6단위 이상)	84821050
現수입관세율	9%	양허유형	10년 균등 철폐
선정사유	· 10년 균등 철폐지만, 관세율이 높아 3년 내 2.7% 관세 철폐		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 지난 2010년 미국 베어링 시장 규모는 전년대비 5.4% 증가한 72억 달러를 기록
- IBIS World에 따르면 미국 경제 회복과 베어링의 가장 큰 수요처인 자동차 시장과 기계류 시장 회복에 힘입어 오는 2015년에 베어링 시장 규모는 약 77억 달러에 달할 것으로 전망

<미국 베어링시장 현황>

(단위 : US\$ 백만)

연도	2006	2007	2008	2009	2010
시장 규모	7,395.9	7,752.5	7,806.1	6,825.5	7,193.2

자료원 : IBIS World

○ 시장특성 및 특기사항

- 베어링의 주요 고객은 자동차업체(범용 제품)에서부터 품질을 가장 중요시 하는 주문 제작 특수제품에 이르기까지 폭넓게 형성
- 크게 일반 산업, 선박, 우주항공, 자동차 산업으로 구성되어 있으며 자동차 산업이 전체 시장의 1/3를 차지

- 미국 베어링 산업은 미국 내 제조시설 해외 이전으로 인해 크게 감소하고 있어 점차 위축되고 있으며 외국 기업의 미국진출이 활발하게 이루어지고 있는 시장
- 미국 베어링산업의 특징으로는 가공 기술과 디자인은 세계 최고 수준을 자랑하고 있으나 높은 인건비로 인한 가격 경쟁력이 크게 위축
- 그러나 국방 산업 그리고 항공 우주 산업 등의 정부 조달 산업과 고도의 기술이 필요한 정밀 가공 제품은 아직도 미국산 제품이 경쟁력을 확보하고 있음.
- 미국 정부는 국내 베어링 산업 보호를 위해 1980년대 후반부터 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 중국산 베어링에 대해 반덤핑 관세를 부과 중
- 또한, 미 연방정부 조달의 70% 이상을 차지하는 국방부에서는 국가안보상의 이유로 베어링을 양허 대상에서 제외(법적으로 국산 제품만 구매 가능)

□ 구매패턴

○ 구매 정책 및 구매 기준

- 베어링 업체 바이어들의 구매 정책은 기술력을 확보하고 재정상태가 안정적인 업체 제품 구매 선호
- 장기적인 사업 관계를 유지할 수 있으며 신뢰성이 높은 업체로 기술 개발 및 디자인 능력을 확보하고 있는 업체 제품 구매 선호
- 베어링은 기계의 핵심 부품으로 전체 기계의 품질과 직결되는 때문에 자체적으로 정해진 품질 기준과 테스트 통과 필수
- 범용 제품은 가격이 경쟁력이 구매 결정에 많은 영향
- 오일리스 베어링처럼 특수 베어링의 경우 적용 분야 및 바이어의 요구에 따라 개발할 수 있는 제품 개발 능력도 구매의 주요 기준

- 또한 베어링의 경우 적용 분야별 아주 다양한 제품이 필요하기 때문에 다양한 제품을 생산할 수 있는 업체 선호

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 미국 베어링 산업의 일반 범용 제품의 경우 가격 경쟁이 매우 심한 편이며 이로 인해 인건비와 생산비가 저렴한 국가에서 생산되는 저가 제품의 수입산 제품이 높은 경쟁력을 보유(수입산 비중↑)
 - 미국 베어링 구매 업체들은 해외 아웃소싱을 계속적으로 늘려가고 있어 수입 시장 규모가 계속 증가하고 있는 상황
- 대다수 대미 수출 국가는 일본을 위시한 유럽에 위치한 선진 공업국들이 전체 수입의 대다수를 차지
 - 미국 베어링 시장의 선도 업체는 Timken(스웨덴), NTN(일)과 NSK(일), Schaeffler(독일) 등 대형 외국계 업체와 미국의 Emerson과 EnPro사가 있음.
- 중국산은 범용 제품이 주종을 이루며, 일본산은 높은 기술력이 요구되는 제품을 주로 판매
 - 한국산 제품은 범용 제품인 중국산 제품과는 가격 경쟁에서 열세에 있어, 기술력이 요구되는 일본산 제품과 경쟁
 - 제품의 경쟁력은 품질과 가격이 가장 큰 부분을 차지하고 있으며 이 중에서 가격 경쟁력은 기업의 시설투자, 생산성, 임금, 재고관리 등에 의해 결정되고 있음.
- 한미 FTA 체결로 인한 효과
 - 베어링류 제품은 9%의 비교적 높은 관세율이 적용되고 있으며 FTA가 체결되면 10년간 균등 철폐될 것

- 베어링 시장은 가격 경쟁이 심하기 때문에 관세율이 철폐되면 한국산 제품 가격 경쟁력 유지에 도움이 될 전망
- 한국산은 범용 중국산보다는 약 50% 정도 가격이 높고, 일본산 제품에 비해서는 약 20% 정도 저렴한 편

□ 연도별 수입동향

- 2010년 기준 볼 베어링의 총 수입액은 7.5억 달러를 기록하였으며 전년 동기 대비 약 39% 증가
- 지난 2010년 볼베어링의 수입은 경기 침체로 크게 감소하였으나 경기 회복에 힘입어, 2008년 수준에는 못 미치나, 수입액이 전년대비 크게 증가
- 일본(25.6%)으로 부터의 수입이 가장 크고, 중국(21%) 등으로부터 수입이 뒤를 이음.
- 한국으로부터 수입액 비중은 4.6% 수준

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: U\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	일본	192	133	212
2	중국	158	96	150
3	캐나다	81	72	88
4	독일	47	37	47
5	멕시코	42	30	36
6	한국	34	25	27
합 계		750	542	781

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Bearing Service, Inc.	특기사항	NA
매출규모('10)	1,200만 달러	품목	베어링
담당자	Lee Critchfield	직책	바이어(Manager)
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 범용 베어링 위주의 중국산 보다는 고부가 일본산과의 경쟁에서 가격경쟁력 제고가 클 것으로 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 가격 경쟁력 확보, 고품질 제품 개발		

기업명	Shima American Corp.	특기사항	NA
매출규모('10)	1,500만 달러	품목	베어링
담당자	Sally Suzuki	직책	Purchasing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 가격 경쟁력 제고에 기여 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 범용 제품이 아닌 특수형 및 고품질 제품 개발		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 자동차나 기계 부품을 생산하는 중 대형 부품업체들은 부품 하나하나를 구매하여 조립 생산하는 방식 보다는 여러 부품을 조립한 모듈 형태로 구입하고 있어 1차 조립한 모듈 제품으로 진출하는 것이 바람직
- 또한 베어링의 자동차 및 운반 하역 기계, 산업 기계, 국방 관련 제품에 주로 사용되고 있기 때문에 베어링 대미 수출 증대를 위해서는 관련 업체들과 거래 성사 여부가 최대 관건인 것으로 파악
 - 이에 따라 관련 업체들이 제품 구매 및 정보 입수를 위해 주로 방문

하고 있는 관련 전시회에 전시업체로 참가하는 것이 네트워크 구축에 필수적으로 요구

품목명	철 주물 핏팅 제품	HS Code	73071930
現수입관세율	5.6%	양허유형	즉시 철폐
선정사유	· 경기회복으로 자동차 산업 등에서 생산 활동이 활발해지면서 수요가 증가할 전망		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 지난 2010년 미국 철 주물 제품 시장은 170억 달러를 기록하였으며 전년 동기 대비 7.7% 증가
- 2009년에는 미국 경기 침체로 인해 주조 제품 시장은 큰 폭으로 감소
- IBIS World에 따르면 오는 2015년 까지 철 주물 제품 시장 규모는 연평균 3.9% 성장하여 약 207억 달러에 이를 것으로 전망

< 미국 철 주물 제품 시장 현황 >

(단위 : US\$ 백만)

연도	2006	2007	2008	2009	2010
시장 규모	22,331.7	21,136.4	19,470.4	15,856.5	17,076.2

자료원 : IBIS World

○ 시장특성 및 특기사항

- 원자재 가격 상승으로 인해 주물 제품을 생산하는 대다수의 업체들이 영향을 받고 있으며 업체 간 가격 경쟁이 더욱 심화될 것으로 전망
- 철 주물 제품의 경우 비철 금속 주물 및 플라스틱 제품과 지속적인 경쟁을 벌이고 있으며 특히 상하수도 관련 분야는 많은 제품이 플라스틱으로 대체되고 있는 실정
- 미국 기업들 가격 경쟁이 치열한 단순한 범용 제품의 미국내 생산 비중을 줄이고 외국에서 아웃소싱 비중을 높이고 기술 집약적이며 고부가가치 제품 생산에 집중

□ 구매패턴

○ 구매 정책 및 구매 기준

- 주물 업계에서 원자재 혼합 설비, 주물 설비, 그리고 가공 설비를 보유하고 있어 다양한 주문 제품을 생산 할 수 업체를 선호
- 정밀 가공 기술을 보유하고 있으며 다품종 소량 주문에 응할 수 있는 업체와 거래
- 재정적인 안정성을 확보하고 있어 장기적인 사업 관계를 유지할 수 있는 업체에서 구매
- 미국 기업이 주문한 제품을 생산하는 외국 기업들은 과거 단순 주문 생산 역할에서 벗어나 점차 디자인, 공동 기술 개발 등과 같은 역할을 할 수 있는 업체 선호

○ 한미 FTA 발효시 예상되는 변화 및 예상

- 가격 경쟁력이 치열해, 관세 철폐시 가격 경쟁력 강화 효과를 볼 수 있을 것으로 전망

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 잘게 쪼개진(fragmented) 시장

- 미국에서 주물 제품을 생산하는 Predision Castparts Corp. 사가 전체 시장의 13%를 차지하고 있으며 Grede Foundries, Inc.사가 3.2%의 시장 점유율을 기록, 나머지 약 83.5%는 중소 업체들이 경쟁을 벌이고 있는 상황

○ 미국 주물 업체들은 저가로 대량 생산이 가능한 범용 제품의 경우 인건비가 저렴한 중국 국가에서 수입하는 비중이 높아지는 추세

- 수량이 많고 낮은 마진율을 보유하고 있는 범용 제품은 중국, 인도 그리고 멕시코 등 저비용 국가에서 수입하는 비중이 매우 높은 편임.

○ 주조 제품시장은 가격 경쟁이 심하기 때문에 관세 즉시 철폐시 가격 경쟁력 강화에 도움이 될 전망

- 높은 기술력을 요구하는 틈새시장 제품의 경우 중국산 제품과 가격 차이가 10% 정도 차이를 보이고 있어 FTA를 통한 관세 철폐 효과를 볼 수 있을 것

□ 연도별 수입동향

○ 미국 경기 회복으로 인해 큰 폭 수입 증가 기록

- 지난 2010년 주물 핏팅 제품의 수입은 2009년 경기 침체로 크게 감소, 2008년 수준에 미치지 못하는 못하나 빠른 회복세(전년 동기대비 36%) 시현

○ 중국으로부터 수입이 주종(71.7%)을 이루며, 인도가 6.8%로 그 뒤를 잇고 있음.

○ 한국산은 전체 수입시장의 0.6%에 불과한 수준

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	119	95	158
2	인도	11	\$6	10
3	멕시코	7	8	8
4	캐나다	7	2	3
5	대만	6	3	5
9	한국	1	1	1
합 계		166	122	196

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Aurora Metals Division, LLC	특기사항	NA
매출규모('10)	2천만 달러	품목	주조 제품
담당자	Robert Peason	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 주조 제품의 경우 비교적 높은 관세로 인해 철폐 시 가격 경쟁력에 도움이 될 것		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 고가의 정밀 주조 제품 생산		

기업명	Aero Metals Inc.	특기사항	NA
매출규모('10)	2천만 달러	품목	주조제품
담당자	Hevey King	직책	Purchasing Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 높은 기술력을 요구하는 틈새시장 제품의 경우 중국산 제품과 가격 차이가 10% 정도 차이를 보이고 있어 FTA를 통한 관세 철폐 효과를 볼 수 있을 것		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 기술력을 요구하는 정밀 주조 제품 생산		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 미국 철 주물 제품 시장의 경쟁 가열
 - 단기적으로 FTA 체결로 인한 가격 경쟁이 치열한 단순 가공 제품의 경우 관세 인하 효과가 있을 것
 - 그러나, 장기적으로는 단순 주물 제품 보다 정밀 가공을 통해 부가가치를 높인 제품을 가지고 미국 시장 공략 필요
- 한국산 제품이 미국 시장에 진출하기 위해서는 대량 생산이 가능한 저가 범용 제품 보다는 1차 또는 2차 정밀 가공되었거나 모듈 형태 제품에 시장 진출 가능성이 더 높음.
 - 품질을 보증할 수 있는 각 적용 분야에서 요구되는 품질 인증서 확보 하고 기술 개발 능력 등을 보여 줄 수 있는 자료를 준비
- 각 산업이 개최하는 전시회 참가를 통해 제품의 우수성을 바이어한테 알라고 홍보하고 네트워크를 구축하는 것도 필요함.

품목명(5)	펌프	HS Code (6단위 이상)	841410
現수입관세율	2.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 경쟁 제품 간 품질이 대동소이해서, 가격 경쟁이 치열한데, 관세 철폐로 한국산 선호도 제고 기대		

1. 시장동향

☐ 시장개황

- 시장규모 및 성장 전망
 - 지난 2010년 미국 펌프 시장은 전년대비 3.2% 증가한 198억 달러를 기록
 - 미국 펌프 시장은 성숙된 시장으로 낮은 시장 성장세

- 수입산 제품의 가격 및 품질 경쟁력 향상으로 수입산 비중이 점차 높아지는 추세

<미국 펌프 시장 현황>

(단위 : US\$, 백만 달러)

연도	2006	2007	2008	2009	2010
시장 규모	20,250	20,547	20,633	19,228	19,843

자료원 : IBIS

○ 시장특성 및 특기사항

- 미국 펌프시장은 광범위한 적용 분야로 인해 제품 종류가 매우 다양
- 제품 개발능력과 주문 생산에 필요한 기술력을 보유하고 있어야 진입할 수 있는 시장이며 산업 특성상 제품의 활용도에 따라 지역별 또는 제품별 틈새시장이 매우 발달

□ 구매패턴

○ 구매 정책 및 구매 기준

- 한번 설치되면 장기적으로 사용하기 때문에 품질에 대한 중요성이 제품 구매에 가장 큰 영향
- 또한 산업용 펌프는 고장과 부품 교체 수요가 많아 판매 후 서비스 및 부품 공급이 원활한 업체 제품을 선호

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 소수의 대기업에 의해 지배되기 보다는 다수의 중소기업들이 경쟁을 벌이고 있고 업계 상위 4개사 시장점유율 합계가 18%에 불과
- 주요 선도업체로는 ITT, Pentair, IDEX, Sulzer, United Technologies 등이 있음.

- 미국, 독일, 일본산 제품이 시장을 선도하는 위치에 있으며, 멕시코산은 미국 펌프 업체들 멕시코에 진출하여 생산된 제품이 주종
- 업체 간 경쟁은 매우 심한 편으로 소수의 대기업과 다수의 소규모 기업이 경쟁하고 있으며 몇몇 특수 제품을 제외하고 제품 간 품질이 대동소이
 - 특히, OEM 형태로 납품되는 펌프의 경우 가격 경쟁이 매우 심하며 가격이 구매 결정에 가장 큰 영향
 - 반면 A/S 제품은 제품 간 가격 경쟁은 덜 심한 편이나 주문 후 배달에 걸리는 기간 등 서비스가 구매 결정에 가장 많은 영향
- 한미 FTA 체결로 인한 효과
 - 펌프 시장은 가격 경쟁이 심하기 때문에 관세 철폐시, 한국산 제품 가격 경쟁력 제고에 도움이 될 전망
 - 한국산 제품의 브랜드 인지도도 향상될 것으로 기대

⇒ 대다수 미국 업체들은 FTA 발효시, 한국 업체와 사업 기회 확대를 기대하고 있는 것으로 조사

□ 연도별 수입동향

- 미국 경기 회복으로 인해 수입 급증
 - 지난 2010년 미국 진공펌프(Vacuum Pump)의 수입액은 전년 동기 대비 약 23%의 높은 증가율을 기록
- 국가별로는 독일(23%), 멕시코(14.5%)로부터의 수입이 가장 다대
- 2010년 한국산 수입은 전년대비 480% 증가한 2,900만 달러를 기록하며 7위 수입국으로 급부상

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	독일	114	89	121
2	멕시코	72	29	10
3	일본	63	34	46
4	영국	47	30	60
5	프랑스	45	25	32
7	한국	29	5	6
합 계		495	307	393

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Hydro-Gear Limited Partnership	특기사항	NA
매출규모('10)	2000만 달러	품목	수중 펌프
담당자	Jay Gadlage	직책	바이어
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	관세율이 낮아 큰 영향을 주지 못할 것임. 그러나 최근 원자재 가격 인상으로 인해 원가 부담이 높아 약간 도움이 될 것임.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	가격 및 품질 경쟁력 강화		

기업명	Oilgear Company	특기사항	NA
매출규모('10)	80백만 달러	품목	오일 펌프
담당자	Roberto Drake	직책	V.P.
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	FTA로 인한 큰 변화나 영향은 없을 것으로 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	디자인 기술 강화 및 가격 경쟁력 강화		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 미국 펌프시장 진출은 크게 대기업 유명 브랜드 제품 업체에 OEM 방

식으로 납품하는 방법과 자사 브랜드를 가지고 펌프 관련 제품을 전문으로 판매하는 디스트리뷰터를 통해 판매하는 방법으로 대별

- 브랜드 또는 기업이 잘 알려지지 않는 한국 업체의 경우 주로 대형 펌프 제조업체에 OEM 방식으로 납품하는 경우가 대다수
 - 수요의 약 30%를 차지하는 OEM 기업들의 다양한 수요를 충족시키기 위해서는 고객 수요에 대한 분석과 고객의 요구에 맞게 제품을 신속하게 변환시킬 수 있는 능력을 확보하는 것이 중요
 - 한편, 대형 하수처리 관련 펌프의 경우 판매 후 서비스 지원가능 여부가 판매를 결정하는 큰 요인

4 | 전기전자

품목명(1)	풍력발전세트	HS Code (6단위 이상)	850231
現수입관세율	2.5%	양허유형	즉시 철폐
선정사유	· 미국 풍력 터빈의 100%를 국내에서 생산하기가 어려움. · 풍력 발전 비중이 확대되면서 제품 수요가 더욱 확대		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 미국 풍력 터빈 제조 시장은 2011년 132억 달러(수익기준)로 추정되고 있으며 향후 5년간 연평균 성장률 2.6% 기대
 - 미국에서 가장 빠르게 성장하는 재생에너지 중 하나
- 상업용과 공업용 대형 풍력터빈은 전체 시장의 62.5%를 차지하고 있으며 가정용과 소규모 비즈니스를 대상으로 한 소형 풍력터빈은 전체 132억 달러 시장의 37.5% 차지

- 경제위기 이후 관련 지원금 지속여부에 따른 향후 소비량 증가세가 결정될 것으로 예상
- 풍력발전으로 생산된 전기가 시가보다 높은 관계로 에너지 생산 비용을 낮추기 위한 가격 경쟁력 심화
- 풍력발전기 시장은 정부의 지원정책 여부에 민감하게 반응하고 있음. 정부에서 지원책을 4번째로 연장하였기 때문에 추가 지원여부가 불확실
- 재생에너지 지원 법안이 유지되지 않는 한 비용면에서 유리한 중부 지방에만 풍력터빈 설치가 제한될 것이기 때문에 향후 성장 가능성이 제한될 우려

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 풍력터빈 업체 수는 2010년 256개, 2011년 299개로 꾸준히 성장 추세
- 미국 경기 불황과 다른 재생에너지와의 경쟁으로 풍력터빈의 현지 생산은 지난 5년간 연간 0.7% 성장
- 정부지원과 재생에너지 사용 의무화로 2009년에만 약 10,000 메가와트가 가능한 풍력터빈 생산
- GE Energy 덕분에 미국의 풍력터빈의 수출은 수입을 능가하지만, 5년 전보다 저가 제품을 수입하는 폭이 증가
- NAFTA와 멕시코의 저가 노동력으로 업체들의 생산 공장이 멕시코로 이전되고 있는 추세

□ 구매패턴

○ 가격 외 기술경쟁력 보유 여부 중시

- 저가 부품의 공급으로 가격경쟁력을 갖추는 것과 동시에 신성장 산업인 만큼 부품 기술 경쟁력 (전력생산효율성 등) 확보가 필요

- 원가 절감을 위해 아웃소싱을 하기도 하나, 풍력터빈 생산에 대량의 자본과 높은 기술력이 필요하기 때문에 자체적으로 부품을 생산하는 경우도 많음.

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 현지 글로벌 기업 GE Energy가 시장 장악, 기타 Clipper Windpower, Southwest Windpower, Northern Power Systems 등은 각각 4% 미만으로 시장점유
 - 글로벌기업인 GE Energy가 2011년까지 매년 약 14.9%의 성장률로 전체 풍력 터빈 생산 시장의 대부분을 장악
 - 현재 GE 제품 포트폴리오는 1.5~4.0 메가와트의 풍력 터빈에 집중
 - 20년 넘게 풍력터빈 업계에서 근무한 지식과 능력을 바탕으로 선두 기업 지위를 유지하며, 세계적으로 13,500개 이상의 풍력터빈을 설치하였으며 127,000 기가와트의 전력을 생산
 - GE Energy의 생산 공장은 미국, 독일, 노르웨이, 중국, 캐나다에 소재
 - *GE Energy 자체 수출이 많다는 점을 고려할 때 해외 생산 공장은 해당 국가의 자체 소비를 위한 용도
 - 수입 브랜드는 Vestas(덴마크), Sinovel(중국), Enercon(독일), Siemens(독일), Goldwind(중국), Gamesa(스페인), Suzlon(인도) 등이 있음.
 - 한국산 제품에 대한 인지도는 아직까지 낮은 편
- 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화
 - 한국산은 일본산보다 약 10% 저렴하고, 중국산에 비하여 약 20% 비쌈.
 - 바이어들이 한국산을 유럽산과 비교하기 보다는 주로 같은 아시아 지역의

타 국가와 비교하는 경향

- 일본, 중국 제품 대비 선호도에 대한 큰 차이가 없기 때문에 가격 경쟁력 확보가 필요한데, 한미 FTA 발효시, 관세 철폐로 가격 경쟁력이 증가하여, 바이어 선호도가 제고될 것으로 전망
- 하지만, 현지 바이어들 사이에 한국산 인지도가 높지 않기 때문에 FTA 발효로 인한 가격 경쟁력 확보 및 한국 풍력산업 기술 경쟁력 동반 확보가 시장 진출의 성패를 가를 전망

□ 연도별 수입동향

- 정부지원과 재생에너지 사용 의무화 법안으로 2009년까지 대규모 풍력 발전지역이 건설로 수입이 대폭 증가하다, 정부 정책 지원 불투명으로 2010년 수입이 주춤, 2011년 들어서는 점차 수입이 증가추세
- 미국의 풍력발전기 수입은 덴마크, 이탈리아, 스페인, 독일 등 유럽 국가로 전체 수입시장의 70% 이상 점유
- 한국 수입은 10만 달러 이하였으나, 2010년에는 수입액이 800만 달러로 급증하며, 수입국 6위로 부상

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	덴마크	780	786	837
2	인도	138	204	141
3	이탈리아	86	0.06	34
4	스페인	83	303	669
5	독일	52	204	297
6	한국	8	0.06	0.1
합 계		1,168	2,222	2,590

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Infinite Wind	특기사항	2010 미국 뉴저지테크놀로지카운실벤처컨퍼런스(NJTC)에서 베스트 그린 컴퍼니로 선정
매출규모('10)	N/A	품목	중소형 풍력발전기
담당자	Philip Son	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한미 FTA로 한국산 풍력발전기 가격 하락으로 일본, 대만산 등 타 아시아 국가 제품 대비 경쟁력 확보 전망. · 최근 기업별로 비용절감의 노력이 심해지면서 부품 가격 경쟁이 심해지고 있음. · 중국산과의 경쟁을 위해서는 기술력과 제품 품질 우위확보 필요		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 지속적인 R&D와 기술투자를 통한 독보적 기술력 유지		

기업명	Pf Energy	특기사항	N/A
매출규모('10)	N/A	품목	재생에너지 전기절약 기기
담당자	Jack Galanti	직책	CFO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 가격 경쟁력이 강화될 전망으로, 한국산 대미 수출확대에 긍정적인 효과 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 제품 기술력 유지 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 가격 경쟁력 제고로 다른 아시아국가에 비해 상대적 우위 확보
 - 기존 유럽산 부품과 경쟁하기 위해서는 기술경쟁력 확보와 바이어 접촉시 기술력 보안 유지에 있어 신뢰감을 주는 것과 동시에 확실한 A/S 시스템 확보 필요
- 풍력 터빈 시장 진출을 위해서는 대규모 자금과 풍부한 지식이 필요

하기 때문에 시장 진입 장벽이 높은 편

- 현지 미국 기업과의 협력을 통해 시장 진출을 시도할 필요

품목명(2)	헤어 플랫 아이언 (매직 고데기)	HS Code (6단위 이상)	851640
現수입관세율	0 ~ 2.8%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 한국산은 고가 전문가용 헤어스타일링 기기에서 인지도가 높아, 관세철폐로 가격 경쟁력까지 강화되면 수출 확대 기대		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 2010년 헤어 관리 제품 시장은 전년대비 0.8% 감소한 총 7114만대가 판매되었으며 시장 판매 규모는 16.5억 달러를 기록
- 헤어 관리기기 시장은 판매 금액 기준 헤어 드라이기가 31.6%, 스타일링 고데기 46.4%, 헤어 손질 기계 21.9%로 구성
- 경기 불황 이후 소비자들의 미장원 출입 대신 제품 기기를 구입하여 직접 손질하는 빈도가 늘어나고 있는 반면 소비자들의 지출 감소로 낮은 가격의 제품 선호로 전체 시장 규모 감소

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 저가의 중국산 시장 진출로 대부분이 수입에 의존
- 미국 대기업 브랜드도 해외 생산시설 보유로 국내 생산 저조

○ 시장특성 및 특기사항

- 경기 불황 이후 기업이 문을 닫거나 합병하면서 전체적인 기업 수가 감소

- 제조업체가 유통업체를 거치지 않고 직접 소매업체에 판매하는 경우가 증가
 - 소량 주문은 유통업체를 통하여 판매, 대량 주문은 제조업체가 바이어를 상대로 직거래 실시
- 전문가적인 품질 또는 신기술 융합을 앞세운 프리미엄 제품군 증가로 고가의 제품 등장

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 경기 회복 후에도 불필요한 소비 지출을 막기 위해 헤어 관리 제품 기기의 대부분이 저가 제품 위주로 판매
- 다양한 유통 경로를 통하여 판매되고 있는데, 최근에는 대형 마켓, 약국을 중심으로 판매 증가
- 브랜드 인지도와 가격이 구매 결정에 영향
 - *헤어 드라이기나 고데기의 경우 10달러 미만으로도 구입이 가능

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 선두기업 Conair가 시장 주도, 전문가용 제품에서는 한국산도 강세
 - Conair의 경우 자체 브랜드로 헤어 관리기기시장의 47% 차지
 - Conair는 해외에서 생산하고 있으나 정확한 생산지역을 공개하고 있지 않으나, 중국 등 저임금 국가에서 OEM으로 생산하고 있는 것으로 관측
 - Helen of Troy, Philips, Sonicare, Norelco 등의 브랜드 제품과 가격을 앞세운 중소기업의 브랜드가 혼재되어 시장에 진출

- 일반 소비자의 경우 저가제품 또는 브랜드 인지도가 높은 Conair나 Helen of Troy 제품 등을 구입하지만 전문가용의 경우 특정 기업이 시장을 독점하고 있지는 않음.
- 전문가용의 경우 한국 제품의 인지도도 높아지는 추세
 - 미국 헤어 스타일링기기 시장 내 한국 제품은 꾸준한 제품 관리로 바이어들 사이에 선호가 높은 편
- 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화
 - 중국과 멕시코, 대만, 말레이시아 등 저가 제품은 한국제품 대비 약 10~20% 가격이 저렴하여 이들 제품과는 관세철폐로 가격 경쟁력을 만회하기 어려울 전망이나, 독일산등 고가 제품에 비해서는 가격 경쟁력 우위확보 가능
 - 한국산 제품은 고가 전문가용 헤어 스타일링 기기에서 상대적으로 인지도가 높은 것을 감안 동 분야에서 보강된 가격 경쟁력을 바탕으로 판매가 확대될 것으로 예상
 - 다만, 기존 시장에 대한 한국산의 품질과 브랜드 인지도가 미약하기 때문에 마케팅과 A/S, 인지도 확보 필요

□ 연도별 수입동향

- 경기회복세와 더불어 수입이 지속적인 증가 추세
- 중국이 전체 수입시장의 83%를 차지하며 시장을 독주하고 있으며, 독일은 13%, 한국은 3%로 뒤를 잇고 있음.

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	중국	162	138	170
2	독일	25	20	26
3	한국	6	9	5
4	프랑스	0.7	0.4	0.5
5	이탈리아	0.7	0.6	1
합 계		196	170	205

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	iVela Global Trading, Inc.	특기사항	Amaon.com, Sears 유통 체인점 벤더
매출규모('10)	N/A	품목	미용기기, 화장품
담당자	Jella Suh	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	한미 FTA로 한국산 소형 미용기기 (헤어드라이어, 고데기 등)의 가격 하락이 예상되며 저가의 중국산 보다는 독일 등 고가제품 대비 가격 경쟁력 제고 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	품질 개선 노력 지속		

기업명	Remington Products	특기사항	Wal-Mart 등 대형 체인점 납품. 85개 국 수출
매출규모('10)	3.7억 달러	품목	Flat Iron, Hair Care Appliance
담당자	Andy Lee	직책	Sales Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 관세 인하로 한국제품의 가격 경쟁력이 강화될 것으로 보임 - 저가 제품보다는 유럽산 제품 대비 가격 경쟁력이 제고될 것으로 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	개발도상국의 저가 제품과 선진국의 특색 있는 제품에 비해 한국 제품의 뚜렷한 특징 부재		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 다국적 기업의 중국 OEM 생산 및 중국의 저가 제품 공략으로 한국산 제품의 시장 진출이 어려워진 상황이지만 FTA를 발판으로 가격경쟁력을 제고하여 신제품을 출시할 경우 승산이 있음.
- 전기전자제품의 경우 UL 마크 인증 획득이 필수
 - UL 인증은 반드시 취득하여야 하는 것은 아니지만 경우에 따라 UL 인증이 없는 제품의 검토를 고려하지 않는 바이어들도 있음.
- 중국에 생산 공장을 두고 있는 기업들의 경우 간단한 조작 기능의 저가 제품을 판매하는데 그치고 있는 경우가 대부분
 - 전문가용 제품은 가격 경쟁력보다 제품의 품질에 중점을 두는 바 지속적인 신제품 개발 및 품질 관리가 필요
 - 한국산은 일반 범용제품 시장보다는 전문가용 제품에서 승산이 큰 바이어를 유념해 시장 진출 전략을 수립할 필요

품목명(3)	전기제어판	HS Code (6단위 이상)	85371060
現수입관세율	2.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 절전형 제품에 대한 교체수요 증가로 전기제어판 수요 증가 · 관세 철폐시, 중국산 보다는 일본산과 캐나다산 대비 가격 경쟁력이 강화될 전망		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

*전기제어판은 기계 컨트롤러로서 모든 전기 부품 또는 완제품으로서 판매가 되고 있음. 보통 대형 기계를 컨트롤할 수 있도록 하며 기계와 별도 판매가 되지만 정확한 시장 수요 조사가 불가해, 전기 기계 수요로 대체 조사

- 미국 전기 기계 수요는 2011년 412억 달러로 추정되고 있으며 2009년을 제외하고 꾸준한 성장세 기록
 - 연평균 4.3% 성장률로 2016년 487억 달러 규모 예상
- 에너지 효율성이 낮은 기계 노후화에 따른 교체 수요 확대로 수요의 지속적인 증가 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국 현지 생산 시설의 해외 이전으로 수입이 증가
 - 전기 기계의 상위 4개 기업, Eaton Corporation, Rockwell Automation Inc., GE Company, Siemens 등이 전체 수익의 27%만을 차지하고 있으며 선도기업 대다수가 이미 해외생산시설을 보유
 - 현재는 수입의존도가 43.4%이나, 2016년까지 47.2%로 확대될 전망
- 경기 침체 기간 동안 수입제품에 밀려, 현지 생산공장들이 문을 닫거나 합병되어, 제조업체 수 감소

○ 시장특성 및 특기사항

- 경기 불황 이후 전기제어판이 들어가는 스위치기어나 스위치보드 제품 등의 주력 시장이 상업용 건물(에어컨, 히터 통제 시스템)에서 거주용 건물의 안전/보안 제품 및 절전형 제품으로 변화

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 절전형 제품의 수요가 높아지고 있는 추세로 에너지 관리를 할 수 있는 전기제어판의 수요도 동반 상승 전망
- 가격도 중요하지만 제품의 품질과 성능이 주요 구매 기준으로 작용
 - 지속적인 품질관리를 통해 바이어가 요구하는 품질을 맞출 수 있어야 함.

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 저가 제품 수입제품이 강세

- 멕시코 57%, 중국 9%로 수입시장 점유율이 66%에 달함.

· 특히, 중국은 전자기계 수입 시장 점유율이 2006년 11.9%에서 2011년 15.2%로 증가

· 전기기계 선두 기업 중 하나인 Eaton Corporation이 2010년 중국, 2008년 대만 업체 인수를 한 것으로 미루어 보아 동 회사의 OEM 제품 또는 해외 생산시설에서의 수입이 늘어난 것으로 관측

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 한국산은 일본산보다는 약 10% 낮고, 캐나다와는 비슷한 가격대에 판매되고 있으며 중국제품에 비하여서는 20 ~ 30% 가격이 높아, 일본산과 캐나다산에 대해 가격 경쟁력 우위를 확보할 것으로 예상

- 가격을 제외하여도 품질을 포함한 구매요인에서도 타제품과의 차별화가 되지 않고 있어 향후 시장 진출에 있어 걸림돌이 될 수 있는 바, 가격 인하분을 제품 품질 개선 및 타제품과의 차별화를 위한 비용으로 활용할 필요

□ 연도별 수입동향

○ 2010년까지 수입액 회복이 2008년 수준으로 회복되지는 않았으나, 올들어, 1분기 수입액이 전년 동기 대비 22.5% 증가해, 정상적인 회복궤도에 오른 것으로 분석

○ 멕시코 57%, 독일 9%, 중국 9%로 부터의 수입이 주종을 이룸.

○ 한국으로부터의 수입비중은 0.1%로 미미한 수준에 불과

수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	멕시코	94	88	111
2	독일	15	14	11
3	중국	15	8	11
4	캐나다	15	16	25,
5	일본	9	32	44
19	한국	0.3	0.2	0.2
합 계		164	175	238

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	Xantech Corporation	특기사항	N/A
매출규모('10)	1,400만달러	품목	control systems
담당자	Dana Hathaway	직책	Engineer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 가격 경쟁력이 제고될 것이나, 구매 결정에 어떤 영향을 미칠지는 현재로서는 예단 불가		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· A/S 등 상호 협력 관계		

기업명	Paneltronics	특기사항	N/A
매출규모('10)	1,100만 달러	품목	electrical equipment
담당자	Odalys Rodriguez	직책	Purchasing
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 한국산 제품의 수입이 적은 편이지만 저가에 우수한 품질의 제품이 있다면 구매선 변경 가능성 있음. · 현재는 수량과 가격 면을 고려하여 중국산 구매 중.		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 가격 경쟁력 제고		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한미 FTA 발효로 가격 경쟁력이 제고될 것으로 기대되어 비용 절감을 추구하는 바이어들에게 어필할 전망
- 최근 들어 절전형 제품에 대한 바이어 관심이 증폭되고 있는 바, 이를 반영하여 제품을 개발 및 생산할 필요

품목명(4)	터치스크린 모니터	HS Code (6단위 이상)	85371090
現수입관세율	2.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 비용절감을 위한 셀프 계산대 및 키오스크 설치 증가로 수요 다대 · 중국산과 멕시코산 보다는 일본산 대비 가격 경쟁력이 강화될 전망		

1. 시장동향

□ 시장개황

- 시장규모 및 성장 전망
 - ATM, 키오스크, POS 터미널 등에 주로 사용되는 터치스크린 모니터는 최근 PDA와 스마트폰, GPS 등에 장착되면서 높은 성장률 기록
 - 터치스크린 시장은 연평균 수익은 36%, 출하량은 42% 증가 전망
 - 업계의 비용절감 노력으로 소비자가 직접 계산을 하는 셀프체크아웃(Self checkout) 도입 및 키오스크 설치 증가로 터치스크린 모니터 수요 증가
 - 미국 전자디스플레이 시장(터치스크린 모니터 포함)은 연평균 2.3% 성장해, 2013년에는 시장규모가 46억 달러에 달할 전망
 - 미국 셀프체크아웃 판매는 2010년 최고치를 경신하며 2011년 10% 증가 예상

- Home Depot와 같은 대형 체인점에서 비용 절감과 직원 효율성 증가를 위해 설치 증가
- 현재 식료품을 포함한 소매점에서 약 20%가 셀프 체크아웃으로 결제

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 디스플레이와 관련된 완제품의 현지생산이 거의 전무하며 터치스크린이 장착되어 있는 완제품 수입이 대부분
- 저가 제품 수입으로 현지 생산 감소

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 대기업의 경우 입찰 경쟁을 통하여 다수의 기계를 구입, 설치하지만 중소기업의 경우 필요에 따라 소량씩 구입
- 중소기업에서는 이물질이나 습기에 따른 기계의 안전성과 설치 기계의 A/S도 주요 구매요인의 하나
- 하드웨어와 소프트웨어를 같이 묶어서 판매하는 경우가 늘고 있으므로 reseller를 이용하게 되면 같이 제공하는 소프트웨어 판매 여부를 확인하는 것이 좋음.

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 3M을 포함하여 TE Connectivity (前 Tyco Electronics)의 Elo 등 다국적 기업을 포함하여 해외 기업들이 POS용 터치스크린 완제품을 생산
- NAFTA 활용을 위해 대부분의 디스플레이 기업들이 멕시코에 생산 시설을 두고 미국으로 수출

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 한국산은 일본산에 비해서는 약 10% 저렴하고 중국과 멕시코산에 비해서는 10~20% 비쌈
- 현행 관세율이 낮아, 중국산이나 멕시코산 대비 가격 경쟁력을 만회하기는 어려울 것으로 보이나, 일본산 제품 대비 가격 경쟁력은 강화될 것으로 예측

□ 연도별 수입동향

- 경기회복에 힘입어 2010년 전체 수입액은 전년대비 32% 증가
- 멕시코, 중국 등 저임금 국가로부터의 수입이 전체의 50% 이상을 차지
 - 멕시코는 NAFTA 체결국이자, 미국과 국경이 인접해있어, OEM 생산지로 선호
- 한국으로부터의 수입액은 2010년 들어 전년대비 35%나 증가하였으나, 아직까지는 전체 수입시장의 2%에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	멕시코	1,990	1,445	1,805
2	중국	757	539	685
3	일본	387	317	398
4	캐나다	367	362	486
5	독일	310	228	288
9	한국	95	70	74
합 계		5,011	3,791	4,772

자료원 : U.S. International Trade Commission

3. 주요 바이어 반응

기업명	I-Tech Company	특기사항	N/A
매출규모('10)	400만 달러	품목	R a c k - m o u n t Monitors
담당자	Alan Chung	직책	Marketing Director
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 품질이 이미 검증된만큼 한미 FTA 발효로 가격까지 낮아지면 한국산 수입을 늘릴 것으로 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 지속적인 품질 개발		

기업명	Akira Display	특기사항	N/A
매출규모('10)	200만 달러	품목	LCD Displays/Multivision
담당자	Kevin Park	직책	President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 현재 수입원이 한국 70%, 대만 30%임 · FTA 발효시 한국 제품의 경쟁력 증가로 대만보다 한국으로 수입선을 전환할 계획		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 제품력과 가격 경쟁력 모두 유지 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 한국산 제품의 가격 경쟁력이 강화될 것으로 기대되는 가운데, 유통체인점을 공략하며 브랜드 인지도를 쌓아 나간다면, 시장 확대 가능
 - 전화나 이메일을 통한 꾸준한 접촉을 통하여 제품 성능과 A/S, 관세 철폐를 통한 가격 경쟁력 향상 등을 적극 홍보
- 바이어와의 접촉 시 타깃 장소를 포함한 주 시장을 명확히 할 필요
 - 터치스크린 모니터의 경우 크기와 소프트웨어에 따라 활용도가 달라지기 때문에 바이어와의 충분한 면담을 통해 적절한 시장 공략 계획을 세우는 것이 좋음

- Self-checkout 기기의 경우 소프트웨어가 중요하기 때문에 경쟁기업과의 차별화 강조

○ UL 마크 획득 필수

5

석유화학

품목명(1)	폴리스티렌	HS Code (6단위 이상)	39031900
現수입관세율	6.5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 경기회복에 힘입어, 주택건설용 및 요식업용(포장재)수요가 증대 · 고관세 즉시 철폐		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 2011년 2월 조사 기준 미 폴리스티렌 시장 규모는 총 77억 달러
 - 소비재용 38.9%, 포장재 26.7%, 건축자재용 18.1%, 자동차 관련 7.7%, 가구용 4.5%로 구성
 - 지난 수년간 지속된 불경기 여파로 건축 경기가 위축되고 소비자들의 구매와 외식이 줄어드는 등 소비시장이 침체되면서 폴리스티렌 수요 역시 감소
- 향후 폴리스티렌 시장은 매년 평균 4.6% 성장해 2016년 내 96억 달러에 달할 것으로 전망되며 특히 주거 및 상업용 건축물 시장 회복이 동 제품 수요증가에 촉매제 역할을 할 것으로 전망

- 올해 주택 건축시장이 안정세를 되찾을 것으로 전망되는 가운데 건축용 발포성 폴리스티렌 제품의 수요가 향후 5년간 증가할 전망
- 또한, 개인용 건물 건축시장도 2012년과 2013년에 각각 7.4%와 16% 성장할 것으로 전문가들이 전망하고 있어 향후 제품 수요 증가에 도움이 될 것으로 분석
- 음식 포장용 폴리스티렌 제품 수요가 높은 요식업 또한 경기회복으로 보다 많은 미국인들이 외식을 즐기고 있어 향후 5년 내 음식 체인점 매출이 3% 가량 증가할 것으로 예측됨에 따라, 식당을 중심으로 한 발포성 폴리스티렌 제품 수요가 서서히 증가세를 보일 것으로 예상

○ 현지 생산 및 수입 현황

- IBIS World에 따르면 향후 5년 내 미국 내 폴리스티렌 생산 공장 수는 2011년 2월 기준 455개에서 302개로 4.8% 감소할 것으로 예상
- 생산 효율성을 증대시키기 위해 업계 내 인수합병이 활성화될 전망
- 원자재 가격 상승으로 인한 생산 차질과 폴리스티렌 제품 사용 남용에 대한 정부차원의 제재 영향으로 발포성 폴리스티렌 미국 내 생산은 2007년부터 2011년까지 연평균 3.6% 하락

□ 구매패턴

○ 구매패턴 및 소비트렌드 변화 모습

- 친환경에 대한 인식이 고취되면서 환경오염 측면에서 정부가 규제 변화를 꾀하고 있으며 많은 시민단체에서 발포성 폴리스티렌 소비재와 포장재 사용을 금지시키려는 로비가 활발히 이루어지고 있음.
- 지난 2009년 1월부터 시애틀 시정부는 식당에서 발포성 폴리스티렌 일회용품 사용할 수 없도록 금지했으며 대신 재활용 가능하거나 퇴

비화 시킬 수 있는 재질의 포장재를 사용토록 규제

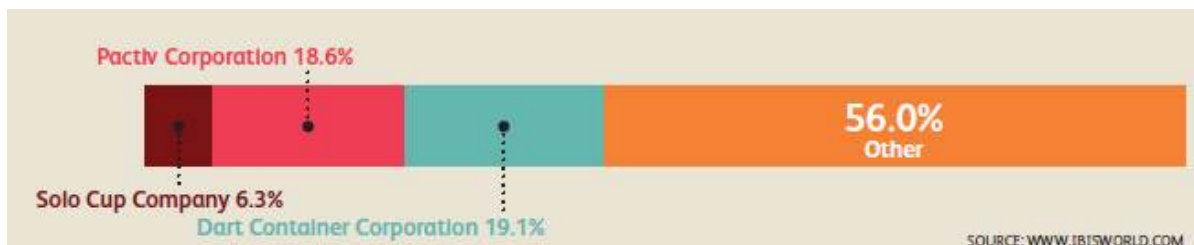
- 이러한 정부 규제 변화에 따라 실제로 폴리스티렌 일회용 제품 주문량이 소폭 감소
- 시장 변화에 따라 미 3대 폴리스티렌 제품 제조사 중 하나인 Pactiv는 옥수수를 원료로 한 친환경 제품으로 시애틀 시장을 공략하고
- 폴리스티렌 제품의 원료인 플라스틱 가격은 향후 5년 내 연간 3.8% 상승할 것으로 전망되며 이에 따라 폴리스티렌 제품 생산 가격 역시 상승이 불가피 할 것으로 전망
- 요식업계에서는 폴리스티렌 일회용품을 대신할 제품을 적극적으로 모색하고 있으나, 저렴한 대체 포장재 찾기에 난항

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 소비 및 포장재 폴리스티렌 제품 시장에는 Dart Container Corporation, Pactiv Corporation, Solo Cup Company가 산업 총 매출의 44% 차지

< 발포성 폴리스티렌 시장 점유율 >



- 대략 500개 종류의 일회용품을 생산하는 대형 업체인 Dart Container Corporation은 미국 폴리스티렌 제품 시장의 19.1%를 점유하고 있으며 이들 제품 중 92%가 발포성 폴리스티렌 제품임.(2011년 2월 기준)

- 폴리스티렌 제품이 분해되지 않는 쓰레기 증가 원인이 되는 것과 관련해 Dart Container Corporation은 자체 재활용센터를 건립해 기업 친환경 기업 이미지 확보를 위해 노력
- 식품 포장제품을 주로 생산하는 Pactiv Corporation은 2011년 2월 기준 미 폴리스티렌 시장 18.36%를 점유
- Solo Cup Company는 가정용, 패스트푸드점, 음료 전문점에서 사용되는 일회용품을 주로 생산하는 업체로 종이, 플라스틱, 폴리스티렌 제품을 취급하며, 미 폴리스티렌 시장의 6.3% 점유
- 한미 FTA 발효에 따라 예측되는 변화
 - 한국 제품의 품질은 경쟁국인 바하마, 캐나다, 멕시코와 비슷한 수준이거나 더 우수한 것으로 평가
 - 그러나, 이들 제품과 비교해, 인지도와 가격 면에서 다소 뒤지는 것으로 평가되어 왔는데, 한미 FTA 발효로 가격 경쟁력이 강화된다면, 좀 더 공세적인 마케팅이 가능할 전망

□ 연도별 수입동향

- 2010년 미국 폴리스티렌 총 수입량은 7천 7백만 달러 규모로 2008년 대비 절반 수준으로 급감했으며 극심한 경기침체를 경험했던 2009년에 비교해도 여전히 낮은 수준
- 멕시코는 50%에 육박하는 수입시장 점유율로 시장 주도
 - 캐나다, 노르웨이, 대만, 인도가 그 뒤를 잇고 있음.
- 한국으로부터 수입은 경제 위기 이후 급감하여, 아직까지 회복이 더딘 것으로 조사(수입시장 점유율이 2.5%에 불과)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	멕시코	37	53	70
2	캐나다	11	6	11
3	노르웨이	5	4	5
4	대 만	4	4	3
5	인 도	3	4	10
8	한 국	2	2	7
합 계		77	92	145

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Foam Industries, Inc.	특기사항	N/A
매출규모('10)	900만 달러	품목	폴리스티렌 폼 고무
담당자	Clyde Harrison	직책	매니저
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	고관세 철폐로 한국 제품의 가격 경쟁력이 향상될 가능성이 크다고 생각하며 관세철폐가 제품 가격 하락으로 직결되고 제품 품질이 우수하다면 한국제품 수입을 적극적으로 고려해 볼 의향		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 업계에 한국 제품 마케팅 부족. - 즉각적인 관세철폐로 한국 제품의 가격 경쟁력이 향상되는 점을 적극적으로 알려야 함		

기업명	US Foam Corporation	특기사항	N/A
매출규모('10)	200만 달러	품목	폴리스티렌 폼, 고무, 플라스틱
담당자	Roger Ayers	직책	매니저
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	- 현재 한국산 폴리스티렌을 수입하고 있으며 한미 FTA로 제품 가격이 인하될 가능성이 커져 희소식 - 현재와 같이 좋은 품질과 보다 저렴한 가격으로 한국제품을 공급받을 수 있다면 한국으로부터 수입액 확대 검토 계획		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	미국으로 수입해오는데 절차적인 번거로움이 최소화되기를 희망		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 가격에서 다소 밀렸던 한국 제품이 한미 FTA를 계기로 가격 경쟁력 만회 가능해질 전망
- 폴리스티렌 수요의 증가로 미국 기업들은 저가, 고품질의 안정된 수입선을 찾기를 원하고 있는바 적극적인 마케팅을 통해 한국제품의 가격 및 품질 경쟁력을 알리는 노력이 필요하며 한국 기업은 안전하며 제품의 안정적인 공급에 문제가 없다는 것을 어필
- 현지기업과의 제휴 및 R&D를 통해 효율적인 생산 공정 및 운송 시스템을 마련함으로써 가격 경쟁력 향상 및 품질관리를 위해 노력

품목명(2)	비접착성 판, 쉬트, 필름	HS Code (6단위 이상)	39206320
現수입관세율	5.8%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 최근 미국산을 아시아산으로 대체하고 있는 추세 강화 · 고관세 즉시 철폐		

1. 시장동향

□ 시장개황

- 시장규모 및 성장 전망
 - 플라스틱 판, 필름, 쉬트 시장은 수요 감소세, 환경오염 문제로 인해 지난 수년간 다소 위축되는 추세를 보였으며 불경기로 타격이 심각할 것으로 예상했던 것과 달리 2010년에는 비교적 안정세를 나타냄.
 - 2008-09년 실업률이 급증하면서 소매상을 중심으로 플라스틱 봉지와 포장용 제품 수요가 급격히 감소하기 시작했으나 2010년과 2011년 각각 1.7%와 2.4% 소비시장 확대에 비 접착성 판, 쉬트, 필름의 수

요량이 다시 상승곡선을 그리고 있음.

- 2010년에는 전체 매출 규모 390억 달러를 기록했으며 향후 5년 내 연평균 2.3%의 비교적 안정적인 성장세를 유지하며 2016년에는 438억 달러 시장으로 성장할 전망
- 플라스틱 필름과 쉬트(포장재 제외) 43.8% , 플라스틱 포장재 및 쉬트 31.4%, 플라스틱 봉지 24.8%로 시장이 구성

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 관세율이 다소 높아(3-5.9%) 수입량 증가에 어려움이 있으며 특히 부가가치와 마진이 낮은 제품일수록 관세의 영향을 더 많이 받음.
- 2009년도까지만 해도 수입량이 증가세에 있었으나 불경기로 미국 내 수요가 줄어들면서 수입량이 급감하는 결과 초래
- 2011년 5월 기준, 미국 내에는 총 1,093개의 관련 기업이 있으며 소비자 맞춤형 제품 공급을 통해 수입제품 대비 경쟁력을 확보에 힘쓰고 있음
- 미국 내 수요 중 10.3%를 수입에 의존하고 있으며, 2016년까지 11%로 까지 소폭 상승할 전망
- 올해 총 수입액은 전년대비 15.6% 증가한 39억 규모가 될 것으로 전망
- 아시아 국가 제품의 수입이 지난 수년간에 걸쳐 증가하고 있는데 이는 저렴한 임금과 운송비, 정부 인센티브의 영향으로 미국 제품 대비 가격 경쟁력이 높게 평가받는데 기인하는 것으로 분석
- 아시아 제품 수입 증가는 앞으로도 지속될 것으로 전망되며 미국 업체는 물론 해외 업체들이 중국공장 OEM방식으로 제품을 생산하는 추세가 더욱 확대될 것으로 전망

- 향후 5년간 달러 강세가 지속될 것으로 보이며 그 영향으로 수입량이 증가가 예상되는 가운데 저렴한 아시아 제품의 유입이 증가할 가능성 증폭

○ 시장특성 및 특기사항

- 소매시장, 식료품 수요, 건축시장, 플라스틱 원료 및 합성 수지 가격, 농축수산업 분야 경기에 의해 수요가 좌우

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

○ 다수의 중소기업들이 활동하는 잘개 쪼개진(fragmented) 시장

- 미국 내 동 산업 최대 기업으로 손꼽히는 Bemis Company는 산업의 8.2%를 점유하고 있으며 80여개 공장에서 생산되는 총 물량의 30%는 치즈 및 육류 포장재에 사용
- 이외 화학, 의료, 제약, 개인 위생용품, 전기제품, 자동차 등에 사용되는 다양한 포장재를 생산
- Bemis를 제외한 나머지 91.8%의 시장은 다수의 중소기업이 점유하고 있으며 대표적인 기업으로 Sigma Plastic Group(4.7%), Sealed Air Corporation(3.8%), Printpack Inc(3.3%), AEP(2.1%)을 들 수 있음

○ 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화

- 5.8%의 고관세가 즉시 철폐됨에 따라 한국 업체로 수입선을 전환을 검토하는 업체가 증가할 것으로 예상
- 아시아 제품 수입 선호도 상승세와 맞물려 한국 제품이 미국시장에 어필하기에 좋은 시장 환경이 조성될 것으로 봄.

□ 연도별 수입동향

- 2010년 총 수입액은 경기회복에 힘입어 전년대비 25% 증가
- 국별로는 캐나다로부터의 수입이 32%에 달해 독보적이며, 멕시코 10%, 일본 7.4%, 한국 6.8%, 중국 6.7% 등이 뒤를 이음.

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: U\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	캐나다	1,068	968	1,101
2	멕시코	334	245	234
3	일본	245	190	276
4	한국	227	187	219
5	중국	224	171	215
합 계		3,322	2,665	3,189

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Printpack, Inc.	특기사항	-
매출규모('10)	비공개	품목	포장용 필름 및 기타
담당자	Michael Buchen	직책	구매 담당자
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한미 FTA를 통해 한국 제품 선호도가 상승할 것으로 보이며 현재 수입중인 멕시코 제품과 견줄만한 경쟁력을 확보할 것으로 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 관세 철폐로 마진 상승을 노리기 보다는 제품 가격 인하로 연결시켜 미국 시장 공략에 실질적인 도움이 되도록 해야 할 것		

기업명	SABIC Innovative Plastics Specialty & Sheet	특기사항	-
매출규모('10)	비공개	품목	플라스틱 쉬트 및 필름
담당자	Ken Benson	직책	마케팅 담당자
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 캐나다 멕시코 제품보다 가격과 품질을 비교해 본 후, 한국으로의 수입선 전환을 검토할 계획		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국제품 경쟁력을 알리는데 집중해서 보다 많은 미국 업체들이 한국제품의 우수성을 알도록 해야함.		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 관세가 높은 편으로 한미 FTA 발효시, 가격 경쟁력 강화로 한국 제품 수요가 확대될 가능성 다대
- R&D를 통한 기술 개발 및 제품 품질 향상으로 제품 경쟁력 또한 향상시켜야 할 것
- 향후 플라스틱(합성수지) 가격 상승으로 안정적인 수입선 확보가 중요

품목명(3)	에폭시수지	HS Code (6단위 이상)	3907.30
現수입관세율	6.1%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 금년 고기능성 에폭시 합성수지 수요는 전년대비 9% 증가예상 · 고관세 즉시철폐		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장규모 및 성장 전망

- 미 에폭시 수지 시장은 지난 2009년 건축, 항공기, 자동차 시장의 총체적인 경기불황으로 말미암아 침체기를 겪었으나, 2010년 자동차와 우주항공기 시장에서의 빠른 수요 회복으로 예년 수준으로 복귀
- 미 에폭시 수지 시장은 매년 3-4% 이상 성장할 것으로 예상되며 신제품 항공기 출시와 자동차 시장 회복의 영향으로 합성수지 및 접착용 에폭시 수지 수요가 증가세를 이어갈 것으로 전망
- 2011년 고기능성 에폭시 합성수지 수요는 전년 대비 9% 증가 예상

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향 및 수입동향

- 2007년까지는 매년 수입시장 성장률이 20%를 상회하였으나, 2008년 이후 수입규모가 대폭 축소, 2010년 들어 예년 수준으로 복귀
- 무관세로 수출하는 캐나다가 독보적으로 수입시장을 점유한 가운데 대만과 한국 간 경쟁구도 형성
- 한국산의 품질인지도 제고에 따른 대미 수출 확대로 대만산과의 수입 점유율 격차가 축소

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	캐나다	88	60	85
2	대만	37	28	69
3	한국	34	19	30
4	일본	29	17	25
5	독일	25	17	45
합 계		321	215	383

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Portland Plastics.	특기사항	-
매출규모('10)	비공개	품목	에폭시수지 등
담당자	-	직책	바이어
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국 제품 수입을 고려해 본 적은 없으나, 한미 FTA로 관세가 즉시 철폐된다면, 제품을 테스트 구매해 볼 의향		

기업명	Ashland Holdings	특기사항	-
매출규모('10)	1200만 달러	품목	에폭시수지 등
담당자	Jeff Thompson	직책	바이어
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한국 제품의 품질이 우수한 건 알지만, 안정적인 공급선의 확보를 위해 캐나다에 위치한 M사로부터 제품을 납품받아왔음. 관세 철폐시, 한 국산 구매 검토 예정		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 수요가 급증할 것으로 예상되는 자동차 및 우주항공기 관련 분야 바이어를 집중적으로 공략할 필요
- 한국산 인지도 향상을 위해 보다 적극적인 마케팅 전략이 필요

품목명(4)	아크릴 폼 테이프	HS Code (6단위 이상)	391910~391990
現수입관세율	4.2~6.5%	양허유형	10년 균등 철폐
선정사유	· 고부가가치 부품 시장으로 한국산 비교 우위 · 10년 균등 철폐 품목이나, 가격 경쟁이 치열해 3년 내 가격 경쟁력이 유의미한 수준으로 제고될 전망		

1. 시장동향

□ 시장개황

○ 시장규모 및 성장전망

- 미국의 산업용 고무제품의 전체 시장 규모는 2010년 153억 달러에 이르고 있으며 2015년까지 매년 2.4%씩 증가할 전망
- 특히, 진동 방지용 고무 시장은 23억 달러 규모 수준
- 미국 내 Seal 제품의 시장규모는 67억 달러에 이르고 있고 동 제품의 수요는 2008년까지 해마다 5%씩 성장할 것으로 전망

○ 시장 특성 및 특기사항

- 현재 제조되고 있는 Seal 제품의 90%가 교통장비, 산업장비 및 기계류, 전자장비 분야에 적용
- 지속적인 신차 생산 증가와 애프터마켓 시장 성장으로 자동차 산업이 가장 큰 규모의 소비시장으로 자리매김
- 동 제품 군은 40%가 OEM시장에 공급되고 있고 60%가 A/S용으로 판매되는 것으로 조사

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 이전부터 계획되기 시작
- 완성차 부품 공급 계획은 차종(프로그램)이 양산되기 3~4년 전부터 계획되기 시작하며, ① 가격 ② 품질 ③ 납기준수 라는 전통적인 기준 외에도 도요타 리콜 사태 등 일련의 사태로 인하여 적정 공급능력

(Capacity)에 따른 품질관리 능력을 요구

- 최근에 전 세계적인 완성차 업체들의 플랫폼 공용화와 원가 절감전략에 대비해 주요 완성차 업체에 대한 납품실적, 주요 공장에 납품 가능한 글로벌 공급 능력 보유 여부도 중요한 구매 기준으로 등장

2. 경쟁 동향

☐ 경쟁동향

○ 전반적인 경쟁상황

- 미국 내 자동차 관련 Seal 제품의 주요 생산업체는 Freudenberg(미), Federal-Mogul(미), GDX Automotive(스페인), Parker-Hannifin(미), Dana(미), Cooper-Standard Automotive(미), Chicago Rawhide(미)와 John Crane(미) 등임.

○ 한미 FTA 발효 이후 예측되는 변화

- 조사 과정 중 접촉한 바이어는 FTA 발효 이후에는 중국과의 가격 격차가 줄어들어, 한국산에 대한 선호도가 늘어날 것이라고 전망

☐ 연도별 수입동향

- 2009년 수입액이 급감하였다가, 자동차 판매 회복과 함께 부품수입시장도 회복세
- 2010년 기준 대미 수입은 캐나다, 중국, 대만, 일본, 멕시코산의 순
 - 한국의 수입시장 점유율은 3% 수준 (8위)

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: US\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	캐나다	169	132	154
2	중국	155	123	137
3	대만	104	81	104
4	일본	88	64	77
5	멕시코	56	46	55
8	한국	24	18	20
합 계		783	609	769

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	Creative Foam Corp	특기사항	
매출규모('10)	6,700만달러	품목	Foam Material
담당자	Don Marriot	직책	Advanced Engineer
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	관세 철폐시, 한국산 수출 증대 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 납기 준수, 품질 관리, 현지 소비자의 요구가 바뀔 경우 신속한 대응 등도 주요한 납품업체 선정 기준이라는 점을 유념 - 한국을 비롯한 아시아 국가에서의 제품 수입은 시간이 오래 걸리는 단점이 있어 이에 대한 보완이 시급		

기업명	Henkel USA	특기사항	
매출규모('10)	200억 달러(모기업)	품목	Automotive Tapes and Pads
담당자	Heejung Chang	직책	Sr. Account Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	FTA 발효로 중국과의 가격 격차가 줄어, 한국산 수입이 확대될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 납기 단축 및 철저한 품질 관리 필요. - A/S 강화		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 10년 균등 철폐 품목이나 가격 경쟁이 치열하여, FTA 발효 후 3년 내 유의미한 수준으로 가격 경쟁력 제고 예상
- 재고 회전률이 높아 시장의 수요와 바이어의 구매 성향을 즉시 반영할 수 있도록 능동적인 공급 관리가 필요하며, Just-in-Time 배송으로 원거리 수출에 따른 바이어 불만을 사전에 차단 필요
- 최근 품질관리 문제가 대두되면서, 주요 완성차업체들은 품목별 공급업체수를 지속적으로 줄이는 경향이 커지면서, 완성차에 직납이 힘든 경우, 하위 Tier를 통한 우회적인 공급도 고려할 필요
- 빅3 등 완성차 업체들은 최근 공급업체와의 관계를 중요시하고 있는 바, 바이어와의 지속적인 커뮤니케이션이 신규 공급기회를 갖는데 결정적인 역할을 하고 있으며, 세련된 영어 구사는 필수

6

기 타

품목명(1)	광섬유 케이블	HS Code (6단위 이상)	900110
現수입관세율	6.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 스마트폰, PC 태블릿 등의 3G/4G 네트워크, 인터넷 사용증가에 힘입어, 광섬유케이블에 대한 수요도 동반증가 예상 · 한국의 텔레콤 시장에 대한 인지도가 높아진 가운데, 6.7% 관세까지 철폐된다면 바이어 선호도 증가 기대		

1. 시장동향

☐ 시장개황

○ 시장 규모 및 성장 전망

- 시장 규모가 약 200억 달러에 달하며, 스마트폰, PC 태블릿 등의 3G/4G 네트워크, 인터넷 사용증가로 인해 광섬유케이블에 대한 수요도 동반 증가할 것으로 전망
- 광섬유는 텔레콤, 네트워크, 광대역으로의 수요가 가장 커서 텔레콤 시장과 깊은 관계
- 또한 오바마 대통령은 경기부양책의 일환으로 72억 달러를 농촌지역의 광대역 통신망 개발을 위한 예산으로 배정하면서 농촌지역의 광대역 통신망 채택이 늘어나 광섬유 수요 확대에 기여할 전망

○ 현지 생산 및 수입 현황

- 미국의 유리 및 광섬유 시장은 50개의 대기업이 전체 매출액의 80%를 점유
- 미국현지 생산은 최근 3년 사이 수요 감소로 인하여 다소 위축되었으나, 2011년 들어 본격적인 회복세를 나타내고 있음.
- 2011년 1/4분기 수요가 820만 km에 달함
 - * 경제위기 이후 분기별 평균 수요는 800만 km 내외
- 특히 2009년 이후 Verizon이 FTTP(Fiber-To-The-Premises) 구조를 줄이면서 미국시장 수요에 큰 영향을 끼쳤으나 올해를 기점으로 미국 모바일 기업으로부터의 수요증가 예상
- 경기침체로 인해 2009년에는 수입이 8% 내외로 감소하였으나, 2010년 들어, 2008년 수준으로 복귀하면서 증가세 시현

□ 구매패턴

○ 구매정책 및 주요 구매기준

- 소비자들과 기업들은 DSL 대신 고비용 광섬유 케이블 FTTH/FTTP (Fiber-to-the-Home/Premises)로의 교체를 선호/요구 증가.

2. 경쟁 동향

□ 경쟁동향

- 현지기업으로는 ADC Telecommunications, Inc., Advanced Cabling Systems, Inc., Alcatel-Lucent SA, Belden, Inc., Cisco Systems, Inc., CommScope, Inc., Corning Inc. 등이 강세
- Furukawa Electric Co. Limited, Hitachi Cable Ltd. 등의 일본 기업이 수입시장을 주도
 - 최근 일본의 지진사태로 인해 일본으로부터의 광섬유 및 광섬유 케이블 수입가격이 일시적으로 증가(공급 감소)
 - 미국의 경쟁사들은 수요에 따른 공급을 맞추기 위해 미국생산을 일시적으로 증산
- 한미 FTA 발효에 따른 시 예측되는 변화
 - 한국의 텔레콤 시장에 대한 인지도가 높아진 가운데, 한미 FTA 발효로 6.7%의 관세까지 철폐되어 광섬유 케이블 가격 경쟁력이 높아진다면, 바이어에게 어필할 전망

□ 연도별 수입동향

- 경기 침체로 인해, 2009년에는 전체 수입액이 감소하였으나, 2010년에는 2008년 수준으로 복귀

- 일본과 유럽(덴마크, 영국, 네덜란드, 독일 등)산 수입이 전체 수입시장의 74%를 차지
- 한국산의 수입시장 점유율은 1%에 불과

<수입 대상국 및 수입액>

(단위: U\$ 백만)

순위	국가	2010	2009	2008
1	일본	28	23	32
2	덴마크	17	20	8
3	영국	13	9	12
4	네덜란드	11	9	8
5	독일	6	7	11
12	한국	1	0.7	1.5
합 계		100	92	101

자료원 : World Trade Atlas

3. 주요 바이어 반응

기업명	MCS of Tampa, Inc.	특기사항	
매출규모('10)	4,700만 달러	품목	커뮤니케이션 네트워크, 커뮤니케이션 인프라
담당자	Chris Ruefer	직책	Branch Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세인하에 따라 가격 경쟁력 강화 · 한국의 텔레콤 기술 인지도는 세계적으로 알려져 있어 광섬유 케이블 품질에 대한 신뢰도도 높아, 수입 확대 기대		

기업명	Viasys Network Services LLC	특기사항	2005년 설립
매출규모('10)	1,800만 달러	품목	광섬유케이블 설치 서비스
담당자	Gerry Hall	직책	Co-President
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세인하에 따라 가격 경쟁력이 강화되면서 바이어 선호도가 증가할 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 가격 인하분을 기업의 마케팅이나 기술 개발 쪽으로 투자할 필요		

4. 한국산 진출기회 분석 및 진출방안

- 품질에 대한 신뢰도를 바탕으로, 관세 철폐시 바이어에게 크게 어필할 수 있을 전망
- 미국시장은 분화된 시장으로, 각 기업들은 전문화된 케이블 위주로 마케팅
 - 일례로, 국방부 정보케이블만을 전문적으로 마케팅, 공급
 - 주력시장(텔레콤/네트워크/인터넷등)에 대해 미리 조사하여, 맞춤형 마케팅 전략 수립 필요
- 가격 못지않게 제품의 품질과 기술이 중요한 바, 한국시장 및 글로벌 시장 진출 실적을 바탕으로 마케팅, 경쟁기업과 차별화
 - 미국 기업들은 트랙 레코드를 바탕으로 품질과 기술 보증

7

정부조달

< 정부조달 분야 한미 FTA 기대 효과 >

- ▶ (가격 경쟁력 강화) 관세 철폐스케줄에 따라 관세 인하 및 철폐
- ▶ (개방 폭 확대) 연방정부 상품·서비스 양허 하한선 인하: 20만 달러 → 10만 달러
- ▶ (조달실적 제출금지) 입찰·낙찰 과정에서 미국 내 조달실적 제출요구 금지

품목명(1)	공구절삭기	HS Code (6단위 이상)	845891
現수입관세율	4.2~4.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 미 육·해·공군에서 사용되는 탱크와 비행기 수리 및 보수 작업에 활용되며, 미국에너지부에서도 수요가 높은 제품 · 한국산 인지도가 높은 상황에서 가격 경쟁력까지 강화되어, 정부조달시장 진출가능성 확대		

□ 선정 배경

- 미 육, 해, 공군에서 사용되는 탱크와 비행기 수리 및 보완작업에 활용되며 미국 에너지부에서도 수요가 높은 제품으로 시장 진출 가능성 다대
- 한국산 제품이 이미 미 연방조달 시장에서 상위권 자리를 차지
- 한미 FTA 발효로 관세가 철폐되면, 가격 경쟁력 확보와 더불어 동제품에서 이미 확보된 한국 제품에 대한 높은 신뢰감으로 보다 많은 한국 기업이 진출할 수 있을 것으로 기대

□ 수요 동향 및 전망

- 국방부 및 미 우주항공국(NASA)에서 수요가 높은 제품으로 2010년 총 조달 금액이 9천만 달러 기록
- 탱크, 항공기 제작 및 보수 작업에 필수적인 제품으로 지속적 수요가 기대되는 제품

<공구 절삭기 수요 TOP 5 연방정부기관(2010년)>

(단위: US\$ 백만)

순위	연방 기관	금액
1	DEPT OF THE ARMY	26
2	DEPT OF THE NAVY	23
3	DEFENSE LOGISTICS AGENCY	17
4	DEPT OF THE AIR FORCE	11
5	NATIONAL AERONAUTICS AND SPACE ADMINISTRATION	6

□ 경쟁 현황

- 2010년 금액 기준으로 2위를 기록한 Panda Machines Tools Inc.은 미국 디스트리뷰터로 창원에 소재한 한국기업 Hankook으로부터 100% 제품을 공급받고 있음

- 경쟁사인 Phillips Corporation은 독일, 스페인, 동유럽 등에서 납품
- 미국산보다 외국산이 강점을 보이는 품목군으로 한미 FTA를 계기로, 한국산 제품의 성장이 기대되는 분야

< 공구 절삭기 TOP 5 벤더(2010년) >

(단위 : US\$ 백만)

순위	벤더명	주요조달처	금액
1	PHILLIPS CORPORATION	AIR FORCE, ARMY, NASA	17
2	PANDA MACHINE TOOLS, INC.	NAVY	11
3	DAVIS, TAYLOR, FORSTER CO	AIR FORCE	5
4	GIDDINGS & LEWIS MACHINE TOOLS, LLC	ARMY	5
5	MAZAK CORPORATION	ARMY	4

자료원 : FPDS

□ 바이어 심층 인터뷰 결과

기업명	Panda Machine Tools Inc.	특기사항	동 품목 2위 조달기업
매출규모('10)	N/A	품목	공구연삭기 (CNC Mills, Lathes)
담당자	Dennis Romanowski	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향(경쟁국 대비)	· 한미 FTA 발효로 무관세 혜택 손꼽아 기다리고 있으며, 한국 Kihyung 등 다른 공구 연삭기 업체 물색 중 · 저렴한 중국산도 물색 중이었지만 FTA가 발효되면 고품질의 한국제품을 낮은 가격에 구매할 수 있어 한국산 제품의 경쟁력이 매우 높아 질 것이라고 답변		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 연방정부에 조달하기 위해서는 CCR 등록, US Tax ID 발급 등이 선결되어야 함. · 미국 프라임 컨트랙터를 통해 정부조달 시장에 진출하는 경험을 쌓고 충분한 경험이 쌓인 후에 프라임 업체로 진출 시도		

기업명	Phillips Corporation	특기사항	주로 국방부와 거래
매출규모('10)	4,000만 달러	품목	공구 연삭기
담당자	Brian Pax	직책	Business Development Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 주로 독일과 스페인에서 물품을 공급받고 있으며 폴란드와 루마니아 등에서도 공급받고 있는데, 한미 FTA 발효시 가격 인하 정도와 품질 등을 충분히 검토해 본 후, 거래 여부를 결정 예정		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 한국업체와 과거 거래를 시도했으나 미국내 자회사 부재로 포기 *미국내 자회사를 두어 직접 거래하는 방향을 선호		

품목명(2)	문서세단기	HS Code (6단위 이상)	847290
現수입관세율	1.8%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 미 정부기관에서 정보보안에 대한 중요성이 날로 확산되는 가운데, 실내용 세단기의 아웃소싱이 증가		

□ 선정 배경

- 미 정부기관에서 정보보안에 대한 중요성이 날로 확산되어 안정적인 수요가 예상
- 한미 FTA 발효시, 1.8% 관세율이 즉시 철폐되어, 가격 경쟁력 제고 예상
- 주한미군부대에 안정적인 공급이 가능하며 미군부대 납품경험을 바탕으로 기술력, 가격경쟁력 및 네트워크 구축을 통해 미 본토 조달시장 공략할 수 있는 발판 확보
- 다수의 세단기 기업들이 이미 미 국가안보국(NSA)로부터 인증을 받아 미 정부로부터 공신력을 갖춘 상태

□ 수요 동향 및 전망

- 미 연방정부의 정보보안에 대한 중요성이 강화되는 가운데, 실내용 세단기의 아웃소싱이 증가
- JP Morgan의 예측에 따르면 미국 세단기 시장규모는 상업시장과 정부 조달시장을 합쳐 30억 달러에 이를 전망
 - 이중 50%는 아웃소싱을 통해 조달될 전망

□ 경쟁 현황

- 미국 내에서 조달되는 세단기는 미국산 외에 고품질의 독일산이 시장 주도
- 현지 바이어 평가에 따르면 한국산의 품질수준은 독일제품 못지않으나 미국 시장 先진입 효과로 인하여 독일산에 뒤진 상황
 - 마케팅 활동과 유통망이 확보된다면 충분히 추월 가능한 것으로 평가
- 문서세단기의 대당 가격은 제품군에 따라 300 ~ 3,000 달러로 다양하지만 평균 1,000달러 수준이며 (관세 철폐시 18달러의 가격 인하 예상) => 독일산 대비 가격 경쟁력 확보

□ 바이어 심층 인터뷰 결과

기업명	Formax	특기사항	정부조달 업체
매출규모('10)	N/A	품목	문서세단기
담당자	Ryan Lindsay	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한미 FTA를 통해 관세가 인하되면 중국, 일본 등의 대량생 산업체와 경쟁하는데 있어 가격 및 공신력 면에서 한국에 보다 유리해 질 것이라 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 연방정부 조달 시장에 진출이 용이하도록 미국내 업체 설립 하거나 조달시장에 이미 진출한 미국업체와 파트너십 구축		

기업명	Newmarket Enterprise, Ltd	특기사항	사무용품 조달 업체
매출규모('10)	N/A	품목	문서세단기
담당자	James Mokhiler	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	한국산은 품질면에서 독일산 대등해, 한미 FTA로 가격 경쟁력이 강화된다면, 시장 점유율 확대가 가능할 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	- 독일산(동부로 바로 수입)이 미국으로 운반되는데는 한국산이 운반되는 시간보다 2주가 짧음 - 한국산 제품은 일단 서부로 수입되어서 동부로 운반되어야 하는데 따른 추가 비용과 시간적 소모가 불리하게 작용 - 한국기업의 선불방식요구를 후불방식으로 전환한다면 더욱 경쟁력을 갖출 수 있을 것임		

품목명(3)	리튬일차전지	HS Code (6단위 이상)	850650
現수입관세율	2.7%	양허유형	즉시철폐
선정사유	- 미 국방부에서 친환경 휴대용 전지에 대한 수요(GPS, 전투용 라디오, 어뢰)가 급증 - 미국 내 생산 능력이 수요를 따라잡지 못하고 있는 상황		

□ 선정 배경

- 오바마 대통령은 리튬 전지의 확보가 “국가안보사항”이라고 강조했으며 전기차 시장 확대에 미국 배터리 산업의 중요성이 날로 강화
- 미 에너지부는 최근 발표한 보고서를 통해 리튬전지 가격이 향후 5년간 70%가량 하락할 것이며 미 정부기관은 이러한 리튬전지시장을 적극 이용해야 한다고 촉구
- 비츠로셀 등 일부 한국 중소기업은 이미 한국 군부대는 물론 아시아와 동유럽에 수출하고 있어 국내 중소기업의 기술력이 확보된 품목

- 한미 FTA 발효시 2.7%에 달하는 관세가 즉시 철폐되어 가격 경쟁력 강화 기대

□ 수요 동향 및 전망

- 미국 내 민간 및 군사 분야에서 친환경 휴대용 전지에 대한 수요는 향후 지속적으로 증가할 것으로 예상되며 리튬일차전지의 시장규모가 2016년 18억 달러에 이를 전망
 - GPS(Global Positioning System), Combat radio, 어뢰, 음파탐지기부표, Silo battery 등 군사적 용도로 사용 가능
- 리튬전지의 가연성으로 인해 미국 내 안전문제가 제기되어 향후 리튬전지가 저장되고 운송되는 방식에 대한 규제강화 움직임이 있음으로 이에 대한 대비 필요

□ 경쟁 현황

- 리튬전지 개발은 오바마 대통령이 국가안보가 걸린 문제라고 언급할 만큼 관심을 두고 있는 분야이지만 국내 생산능력이 수요를 충족시키지 못하는 상황
 - 미국 업체들이 가동률 100%에 도달하기 전에 기술력을 갖춘 한국업체들이 시장을 재빨리 확보할 필요가 있음.
- 미국시장 진출 후 생산공장을 미국으로 이전하여 미 정부기관에 고용 창출에 기여한다는 인식을 심어주고 정부 funding을 이용하는 것도 고려해볼만 함.

□ 바이어 심층 인터뷰 결과

기업명	Triton Services, Inc	특기사항	National Security Administration(NSA), Navy Marine Corps Intranet(NMCI) 조달 업체
매출규모('10)	N/A	품목	리튬일차전지
담당자	Michael J. Avanzado	직책	Vice President of Operations
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	• 품질대비 가격이 우수한 편인 한국산 리튬일차전지의 가격 경쟁력이 보다 강화되어 바이어들에게 어필할 것으로 예상		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	• 조달 정부기관이 필요로 하는 리튬일차전지의 스펙과 필수 사항을 충족시킨 제품을 생산하는 것이 가장 중요 • 미국 내 회사 설립에 투자하거나 제품 홍보 및 마케팅할 수 있는 미국업체와 파트너십을 구축해야 함		

기업명	SCRAM Technologies, Inc	특기사항	LED 프로젝터와 디스플레이 제조업체
매출규모('10)	20만달러	품목	리튬일차전지
담당자	Ray Kwong	직책	CEO
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	• 가격 경쟁력 강화로 한국산의 미국시장 점유율 확대가 가속화될 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	• 조달 기관이 필요로 하는 제품 사양을 100% 충족할 수 있는 제품을 생산하고 A/S를 제공하는 것이 가장 중요 • 조달시장에 관심이 있다면 Federal Business Opportunity 등 입찰정보를 관심 있게 모니터 함으로써 수요가 있는 제품을 연구하고 생산하는 것이 가장 좋은 방법 • 이미 미 정부에 조달하고 있는 미 기업과 파트너십을 구축하는 것은 필수적		

품목명(4)	전자칠판(태블릿모니터)	HS Code (6단위 이상)	852851
現수입관세율	5%	양허유형	즉시철폐
선정사유	· 최근 미 조달청에서는 통신, 무선 IT 네트워킹 등과 관련해 대규모 예산 편성 · 비교적 높은 관세 철폐로 가격 경쟁력 제고		

□ 선정 배경

- 미국에서 쌍방향 미팅과 발표에 대한 중요성이 점차 증가하고 있으며 다수의 교육기관 및 기업에서 의사소통을 개선하기 위해 이미 쌍방향 소통기술을 채택
 - 특히 군부대와 NASA의 지휘통제센터에서 수요가 많이 발생
- 현재 5%의 관세가 한미 FTA 발효시, 즉시 철폐

□ 수요 동향 및 전망

- 태블릿 모니터는 터치스크린 통신장비 및 지휘통제 시스템에 광범위하게 활용
- 최근 미 조달청에서 통신, 무선 IT 네트워킹, 보안솔루션 관련 680억 달러 규모의 계약 체결, 해군통신시스템 개선에 4.3억 달러 예산배정, 우주 및 해양 전쟁 시스템 개선에 26억 달러 예산배정
- 공군 지휘본부는 지휘통제 체계와 통신인프라 개선을 최우선으로 할 것임을 천명
- 미 농림부, 시카고 지하철공사, 산업정치위원회 등에서 학습효과와 즉각적인 피드백이 가능한 쌍방향 소통기술 채택추진

□ 경쟁 현황

- 타겟 시장에 3M, 애플, 히타치 등 상대적으로 높은 브랜드 인지도를 지닌 글로벌 대기업 존재
- 국내 중소기업 제품도 대기업 못지않은 기술력을 보유하고 있으며 반사를 방지하여 눈부심과 눈의 피로를 적게 하고 광시야각(wide viewing angle)을 보유하는 등 일부분야에서는 기술력 앞선 것으로 조사

□ 바이어 심층 인터뷰 결과

기업명	Emerson Network Power	특기사항	포춘 100대기업
매출규모('10)	10억 달러	품목	전자칠판
담당자	James Dolye	직책	Congressional Affairs Liaison-Director Military Aerospace and government
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 한미 FTA를 통해 한국제품의 신뢰도가 높아지고 관세철폐로 가격 면에서 유리해질 전망		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 바이어들에게 어필하기 위한 기본적인 마케팅 기술 확보 절실(예: 프로페셔널한 프리젠테이션 기술) · 전통적인 디스트리뷰터-생산자 공급라인에서 벗어나 다양한 방향의 정부조달시장 진출 방법 모색 필요 *컨설팅 업체나 에이전트 등을 통한 방법도 고려		

기업명	Claridge Products	특기사항	-
매출규모('10)	6,000만 달러	품목	전자칠판
담당자	Brian Spotts	직책	Interactive Manager
한미 FTA발효가 한국산 구매결정에 미치는 영향 (경쟁국 대비)	· 관세 철폐로 한국산의 가격 경쟁력 확보 가능		
한국산 경쟁력을 보완하기 위한 제언	· 미국 내 조달 업체와 파트너십 구축으로 조달시장에 진출하여, 경험을 쌓는 것이 중요 · 미국내 자회사 설립으로 원활한 비즈니스 교류가 가능한 환경 조성 필요		



작성자

◆ 뉴욕	고일훈
◆ 워싱턴	권오승
◆ 로스앤젤레스	정은주
◆ 시카고	장선영
◆ 달라스	전혜미
◆ 실리콘밸리	Meehei Jo
◆ 마이애미	조세연
◆ 디트로이트	김동준
◆ 구미팀	이정선



Global Business Report 11-032

한미 FTA로 날개 달 35大 수출유망상품

발행인 | 홍석우
발행처 | KOTRA
발행일 | 2011년 8월
주소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(우 137-749)
전화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2011 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.