

III. 해외마케팅.투자정보 하이라이트

▣ 일본 의류수입시장, 중국제품 과점현상

- 한국기업, 품질, 가격부문 개선하고, 고급품의 소량주문 대응 가능해야
- 2003년 일본의 의류수입은 물량에서 1,008,787톤(전년비 7.8% 증가), 금액에서 2조 1,597억엔(동 2.7% 증가)을 기록했다. 그 중에서 중국은 물량에서 90.8%, 금액에서 81.1%를 차지해 부동의 1위를 유지하였음.
- 한국은 물량·금액 모두 1.7%를 차지해 이탈리아(2위), 베트남(3위)에 이어 4위에 그쳤음. 한국은 물량에서 17,370톤으로 전년대비 20%, 금액에서 367억엔으로 동 25%나 급감하는 등 입지가 좁아지고 있음.
- 10년전('94년) 한국이 물량, 금액에서 12%대의 점유율을 차지했던 것에 비하면 급격히 감소하고 있음.

< 2003년 일본의 의류수입 >

(하단은 전년대비 증감율)

순위	니트제 의류		포백제 의류		부속품		합 계			
	백만개	억엔	백만개	억엔	톤	억엔	톤	점유율	억엔	점유율
중국	1,875	6,986	1,080	8,924	110	1,606	916,160	90.8	17,517	81.1
	13%	8%	6%	2%	15%	6%	9%		5%	
이탈리아	6	350	4.6	576	786	177	4,287	0.4	1,105	5.1
	-8%	1%	-12%	-4%	-13%	0%	-11%		-2%	
베트남	32.8	108	23.6	372	2,804	92	18,768	1.9	573	2.7
	10%	9%	-10%	-3%	-16%	-10%	-3%		-2%	
한국	66.9	220	2.8	40	4,417	106	17,370	1.7	367	1.7
	-17%	-28%	-34%	-23%	-18%	-22%	-20%		-25%	
태국	34.8	111	7.8	79	3,940	80	11,801	1.2	270	1.3
	10%	8%	-12%	-15%	1%	3%	4%		-1%	

(자료원 : 일본무역통계(순위는 금액합계 기준))

- 이런 중국 과점현상은 일본 의류업체의 중국이전 및 역수입은 물론, 일본에서 “유니클로”로 대표되는 제조소매업(기획, 중국생산, 유통, 판매를 총괄하는 사업형태) 등 중간도매상을 거치지 않는 형태의 사업이 번성하고 있기 때문이기도 함. 일본에서는 이런 제조소매업을 SPA(Speciality store retailer of Private label Apparel)라고 부르며, 대부분 중국에서 생산하고 있음.
- KOTRA 오오사까 무역관에서는 5월 21일 오오사까에서 개최된 의류수출상담회(동일레나운 등 12개사 참여)에 참가한 바이어 70개사 115명을 대상으로 설문조사를 실시하였음.

- 중국제품과 비교하여 한국제품이 경쟁력 있는 분야를 묻는 질문에는 부인복(19표), 원단(18표)이라고 대답한 바이어가 많았으며, 부가가치 제품의 대일본 수출을 위한 주요 요소를 묻는 질문에는 소량주문 대응(38표), 고급소재 사용(23표), 디자인(21표) 순으로 대답한 바이어가 많았음.
- 중국기업과의 거래에서 가장 문제가 되고 있는 점은 품질(23표), 납기(20표)이며, 한국 기업이 개선해야 할 점으로 가격(23표), 품질(22표)을 지적하였음.
- 일본 의류시장의 최신유행 키워드로는 고급스러움(25표), 엘레강스(16표)가 가장 많았으며, 향후 시장전망으로써 QR(Quick Response, 소비자 요구에 즉각 대응), 사이클 단축, 다품종 소량주문화가 점점 심화될 것이라는 의견이 많았음.
- 여성속옷을 취급하는 리버사이드(주) 카와베 사장은 “일본 소비자는 저가제품만 찾고 있는 것이 아니며, 품질과 디자인이 좋으면 고급품도 잘 팔린다. 한국도 원단, 봉제기술 향상을 통한 고급품 생산이 필요하다”고 전했음.
- 이번 오오사카 의류 수출상담회에는 부인복 관련 바이어가 많이 방문하였으며, 설문조사 및 상담내용으로 보아 이탈리아식 부가가치제품의 다품종 소량생산만이 한국 의류 기업이 나아가야 할 길이라는 것을 느낄 수 있었음.

(문의처 : 오오사카 W무역관 김현호 kennykhh@kotra.or.kr)