

Global Market Report

미국 소비재시장 한중일 수출경합분석 및 시사점



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 미국 소비재 수입시장 현황 / 3

- 3 | 가. 수입시장 규모
- 4 | 나. 소비재 수입비중

II. 한국의 대미국 소비재 수출 / 5

- 5 | 가. 수출규모
- 6 | 나. 수출비중
- 7 | 다. 품목별 동향

III. 일본 및 중국의 대미국 소비재 수출 / 9

- 9 | 가. 일본
- 11 | 나. 중국

IV. 한중일 대미국 수출경합도 / 13

- 13 | 가. 수출경합 현황
- 14 | 나. 품목별 동향

V. 시사점 및 향후전망 / 16

- 16 | 가. 시사점
- 17 | 나. 향후전망

요 약

□ 미국 소비재 수입시장현황

- 작년 11월까지 미국 총 수입액은 전년대비 3.8% 하락한 반면, 소비재 수입은 6.9% 확대
 - * 화장품 등 비내구재 수입이 11.7% 증가, 준내구재 수입도 7.7% 상승
- 저유가 및 글로벌 수요감소로 산업재 수입이 저조하여 향후 소비재 수입액 비중 지속 확대 전망

□ 한국의 對美 소비재 수출

- 작년 11월까지 한국의 對美 소비재수출은 271억 달러로 전년대비 12.3% 상승해 美 소비재 수입증가율 6.9% 크게 상회
 - * 화장품, 의약품 등 비내구재 수출 27.1% 급증
- 한국의 美 소비재 수입시장 점유율은 '12년 3.0% 수준에서 지난해 3.9%까지 상승

□ 韓中日 대미 소비재 수출경합도

- 미국 소비재 수입시장내 韓日 경합이 韓中 또는 中日 경합보다 높게 나타나 한국과 일본의 對美 수출구조가 가장 유사
- 韓日 소비재 수출경합은 증가세를 보이는 반면, 지난해 韓中경합은 하락해 향후 미국시장내 일본과의 경쟁 더욱 심화 예상
- 미국시장에서 일본과는 중간재 및 산업재보다 소비재 경쟁이 높고 중국은 그반대로 나타냄

□ 시사점 및 향후전망

- 한국의 對美 소비재 수출이 韓中日중 유일하게 美 소비재 수입 시장 성장률을 상회하여 시장점유율 확대
- 다만, 자동차·휴대전화 등을 제외한 내구재 수출이 정체되어 주력품목의 다변화가 요구됨
- 일본·중국과의 경쟁을 위해 기술집약적 고부가가치 제품 위주의 선택과 집중전략 필요

소비재 품목 분류 및 통계 분석 기준

<품목 분류>

- UN 통계국(UNSD, UN Statistics Division)과 OECD가 관리하는 국제 상품무역 품목 분류 체계인 BEC(Broad Economic Categories) 코드를 사용하여 소비재를 구분

<BEC 코드 기반 소비재 품목 구분>

BEC 코드 분류		본 보고서 소비재 분류	
1: 식품 및 음료	4: 자본재(수송기계 제외)	소비재 품목	코드 분류
- 11: 1차 식품	- 41: 자본재	식품 및 음료	BEC 코드 112호와 122호
·111: 산업용	- 42: 자본재 부품	내구재	BEC 코드 51호와 61호
·112: 가정용	5: 수송기계 및 부품	준내구재	BEC 코드 62호
- 12: 가공식품	- 51: 자동차	비내구재	BEC 코드 63호
·121: 산업용	- 52: 기타		
·122: 가정용	- 53: 부품		
2: 기타 산업재	6: 기타 소비재*	■ UN 통계국 및 OECD의 BEC-HS(2012) 코드 변환표를 기준으로 HS코드 6자리로 각 소비재 품목을 변환하여 집계 ■ HS코드 기준 통계는 UN COMTRADE 통계 및 미국 수출입통계 기반의 ITC TRADE MAP 사용	
- 21: 1차 산업재	- 61: 내구재		
- 22: 가공 산업재	- 62: 준내구재		
3: 연료 및 윤활유	- 63: 비내구재		
- 31: 1차 연료	7: 기타 제품		
- 32: 가공 연료			

* 기타 소비재 사용 수명: 내구재(3년 이상), 준내구재(1-3년), 비내구재(1년 이하)

<분석 방법>

- 미 소비재시장 내 한중일 수출경합도지수*는 ITC Trade Map의 미국 수입 통계를 HS코드 6자리로 세분화하여 각 소비재 품목에서의 경합도를 산정

* 수출경합도지수(Export Similarity Index)는 양국의 수출구조가 유사할수록 경쟁이 심하다는 가정 하에 특정시장 내 경쟁 수준을 가늠하는 지표

$$ESI \text{ 지수} = \{\sum \min(X_{i(a,c)}, X_{i(b,c)})\} \times 100$$

$X_{i(a,c)}$: A국의 C국에 대한 수출상품 중 상품 i의 비중

$X_{i(b,c)}$: B국의 C국에 대한 수출상품 중 상품 i의 비중

1

미국 소비재 수입시장 현황

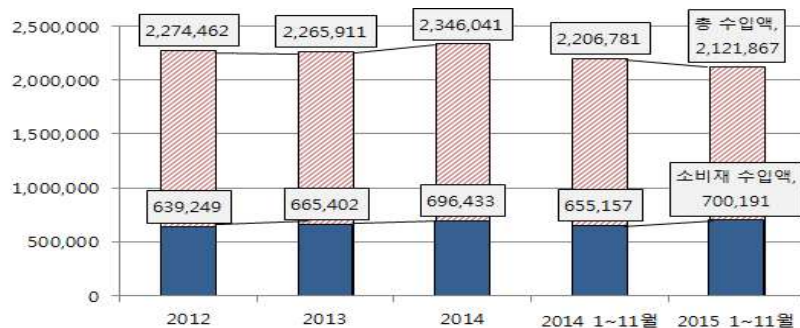
가. 수입시장 규모

□ 미국 소비재 수입시장, 지난해 약 7% 성장

- 2015년 11월까지 미국의 총 수입액은 전년동기 대비 3.8% 하락한 반면, 소비재 수입은 약 7,000억 달러를 기록하며 6.9% 확대

<미국 전 품목 및 소비재 수입액 추이>

(단위: 백만 달러)



자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

- 의약품, 화장품, 기타 소모품 등과 같은 비내구재의 수입이 11.7% 증가하며 가장 큰 확대폭을 보였으며, 의류 및 가정용품 등 준내구재 수입도 7.7% 상승

<미국 소비재 수입 추이>

(단위: 백만 달러)

구분	2012	2013	2014	'14(1-11월)	'15(1-11월)	'15 증감
내구재	286,584	298,533	304,831	282,591	298,824	5.7%
준내구재	173,419	180,806	187,334	179,664	193,496	7.7%
비내구재	94,525	96,362	106,761	99,142	110,778	11.7%
식품 및 음료	84,722	89,702	97,508	93,759	97,093	3.6%
소비재 총계	639,249	665,402	696,433	655,157	700,191	6.9%
전 품목 총계	2,274,462	2,265,911	2,346,041	2,206,781	2,121,867	△ 3.8%

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

나. 소비재 수입 비중

□ 산업재 수입 부진으로 미국 총 수입시장 내 소비재 비중 증가

- 저유가 및 글로벌 저성장으로 미국의 산업재 수입은 저조한 반면, 소비재 수입은 고용회복 및 강달러로 늘어나며 미국의 총 수입액 중 소비재 수입액 비중 확대('14년 29.7% → '15년 33%)

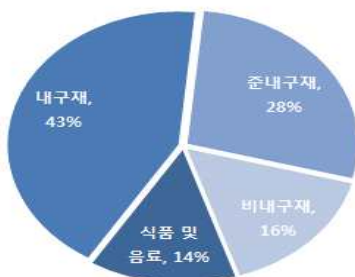
<미국 총 수입액 대비 소비재 수입 비중 추이>



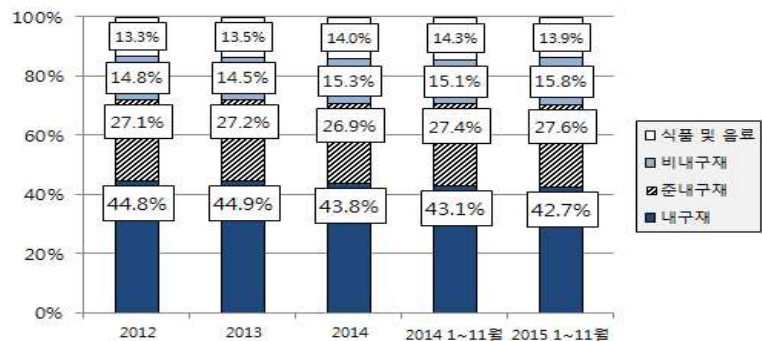
자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

- 소비재 분류별로는 자동차 및 가전제품 등이 포함된 내구재의 수입이 약 43%로 가장 높은 비중을 보였으며, 식품 및 음료가 약 14%로 가장 낮은 비중 차지
- 단, 2015년에 내구재 비중이 소폭 줄어든 반면, 준내구재 및 비내구재 비중이 소폭 확대된 것으로 나타남.

<'15년 미국 소비재 수입 분포>



<미국 소비재 수입 분포 추이>



자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

2

한국의 대미국 소비재 수출

가. 수출 규모

□ 한국의 대미 소비재 수출 지난해 12.3% 증가

- 2015년 11월까지 한국의 대미 소비재 수출은 약 271억 달러로 전년동기 대비 12.3% 상승해 미국의 소비재 수입 증가율(6.9%)을 크게 상회
- 특히, 화장품, 의약품, 담배 등의 대미 수출이 급증하면서 비내구재 수출이 전년동기 대비 27.1% 고속 성장했으며, 준내구재 및 식품 수출도 견고한 상승 기록

<한국의 대미국 소비재 수출 추이>

(단위: 백만 달러)

구분	2012	2013	2014	'14(1-11월)	'15(1-11월)	'15 증감
내구재	17,424	20,615	23,247	21,683	24,312	12.1%
내구재(2)*	2,277	2,381	2,147	2,156	2,213	2.6%
준내구재	888	1,056	1,319	1,281	1,388	8.3%
비내구재	606	646	705	667	848	27.1%
식품 및 음료	457	521	545	517	564	9.1%
소비재 총계	19,375	22,838	25,817	24,148	27,111	12.3%
소비재(2)* 총계	4,228	4,604	4,717	4,620	5,012	8.5%
전 품목 총계	58,899	62,432	69,518	65,598	68,563	4.5%**

* 내구재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 내구재

소비재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 소비재

**한국 통계상 '15년 한국의 대미국 수출은 감소했지만, 미국 통계상으로는 상승

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

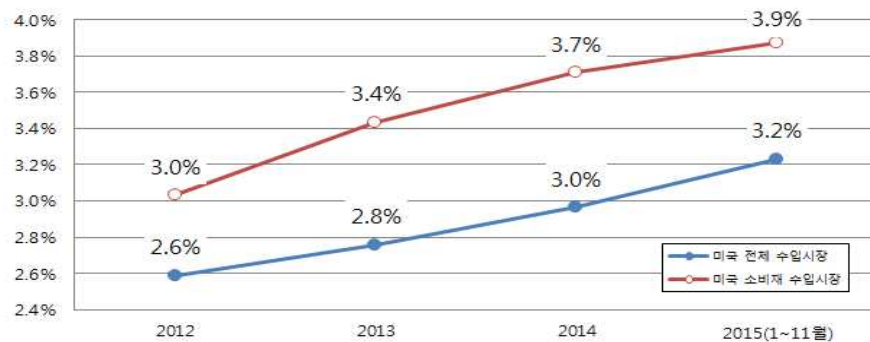
- 내구 소비재 대미 수출 역시 지난해 두 자릿수 증가율을 보였지만, 내구재 수출의 약 90% 이상을 차지하는 자동차와 스마트폰을 제외할 경우, 2.6% 상승에 그침.

나. 수출 비중

□ 미국 시장 내 한국 소비재 점유율 상승세 지속

- 2015년 한국의 미국 소비재 수입시장 점유율은 3.9%로 전년 대비 0.2%pt. 상승했으며, 2012년 3.0% 수준에서 지난 3년간 상승세 지속
- 한국의 미국 소비재 수입시장 내 점유율이 전체 수입시장 내 점유율을 꾸준히 상회

<미국 전체 및 소비재 수입시장 내 한국산 점유율>

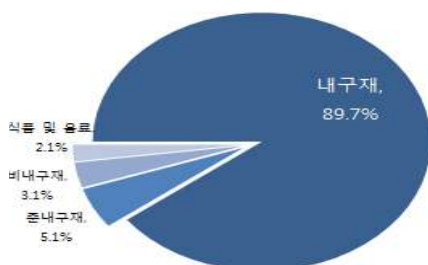


자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

□ 대미 수출의 소비재 비중도 확대

- 2015년 저유가와 더불어 철강 등 원자재 가격도 하락하고 미국 내 철강 수요도 저조하게 나타나면서, 한국의 산업재 대미 수출이 저조하게 나타난 반면, 소비재 수출은 견고하게 증가해 비중 확대

<15년 한국 소비재 대미 수출 분포>



<한국 총 대미 수출 대비 소비재 비중 추이>



자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

다. 품목별 동향

□ **[내구재]** 자동차 및 스마트폰이 내구재 대미 수출의 84% 차지

- 한국의 내구 소비재 수출 2대 품목인 자동차와 스마트폰이 대미 내구 소비재 수출의 84%를 차지했으며, 기타 10대 품목도 백색가전 등 대기업 품목이 차지
- 대기업 주요 품목을 제외한 내구 소비재의 대미 수출품은 믹서기 및 주서기, 헤어 드라이기, 전기 히터 등 소형 가정용 제품을 비롯해 각종 약기, 보석류(주얼리) 등에서 높게 나타남.

□ **[준내구재]** 다양한 컨테이너(용기), 플라스틱 용품

- 준내구재 역시 메모리카드, 하드디스크 등의 데이터 저장장치 등 대기업 제품이 전체 준내구 소비재 대미 수출의 47%를 차지
- 컨테이너(용기), 플라스틱 가정용품 등의 수출이 각각 26%, 32% 증가했으며, 오토바이 헬멧 등의 헤드기어 수출도 확대

□ **[비내구재]** K-Beauty 미국 상륙 본격화

- 비내구재의 경우 미용 및 메이크업 제품, 눈 화장용 제품 등의 대미 수출이 70% 증가해 K-뷰티의 미국 상륙을 본격화했으며, 담배와 의약품도 각각 43%, 20% 증가

□ **[식음료]** 면류, 소스 및 조미료 등 대미 수출 확대

- 식품 및 음료의 대미 수출은 알코올 미함유 음료가 약 12.3%로 가장 큰 비중을 차지했으며, 지난해 기타 면(파스타)류, 소스 및 각종 조미료 등의 대미 수출이 각각 16.2%, 9.5% 증가

<한국의 대미 소비재 수출 10대 품목>

(단위: 백만 달러)

	순위	HS코드	품목명	'15(1~11월) 수출	'15 증감
내구재	1	870323	자동차(1500cc~3000cc)	10,801	14.8%
	2	851712	휴대전화기	5,959	△ 2.7%
	3	870324	자동차(3000cc 이상)	3,343	35.3%
	4	870322	자동차(1000~1500cc)	1,878	31.5%
	5	841810	냉장고	1,041	3.0%
	6	845129	건조기(드라이어)	469	4.1%
	7	852580	디지털카메라, 캠코더 등	150	△ 10.1%
	8	870390	기타 자동차	118	28.1%
	9	842211	식기세척기	72	9.8%
	10	851660	오븐, 쿠키	57	14.2%
준내구재	순위	HS코드	품목명	'15(1~11월) 수출	'15 증감
	1	852351	데이터 저장장치	645	10.7%
	2	970110	회화, 데생 등 예술품	115	167.7%
	3	392690	기타 플라스틱 제품	108	△ 5.4%
	4	420299	기타 컨테이너(용기)	49	26.2%
	5	650610	헤드기어	33	31.5%
	6	902110	정형외과용 기기	29	31.9%
	7	420292	표면이 플라스틱인 트렁크, 화장품 용기 등	24	△ 9.6%
	8	950730	낚시 릴	23	△ 5.6%
	9	392490	플라스틱 가정용품	22	32.4%
	10	611030	인조섬유 가디건, 풀오버 등	21	34.2%
비내구재	순위	HS코드	품목명	'15(1~11월) 수출	'15 증감
	1	330499	기타 미용 또는 메이크업용 제품	119	70.0%
	2	240220	담배	79	43.4%
	3	611595	면 스타킹	71	8.1%
	4	330420	눈 화장용 제품	59	77.6%
	5	611610	플라스틱 장갑	49	6.4%
	6	821220	면도날	43	91000.0%
	7	490199	도서류	38	△ 1.0%
	8	401610	셀룰라 고무 제품	35	20.9%
	9	611596	합성섬유 스타킹	31	△ 0.6%
	10	491000	달력 프린트물	25	5.1%
식품및음료	순위	HS코드	품목명	'15(1~11월) 수출	'15 증감
	1	220290	알코올 미함유 음료 (과일 및 채소 주스 제외)	69	0.0%
	2	200899	가공 및 조제 과일 및 채소류	68	△ 0.7%
	3	190590	기타 빵, 파이, 케이크	45	△ 3.4%
	4	190230	기타 면류(파스타)	37	16.2%
	5	210690	기타 조제식료	34	0.2%
	6	080830	배	23	△ 7.1%
	7	210390	기타 소스 및 혼합조미료	20	9.5%
	8	190219	생면(파스타)	20	△ 7.1%
	9	030383	냉동 이빨고기	19	-
	10	030199	기타 활어	12	13.6%

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

3

일본 및 중국의 대미 소비재 수출

가. 일본

□ 지난해 대미 소비재 수출이 4.9% 증가했으나, 미국 소비재 수입시장 증가율을 하회

- 2015년 11월까지 일본의 대미 수출은 1.9% 감소한 반면, 소비재 수출은 전년동기 대비 4.9% 상승했지만, 미국의 소비재 수입 증가율(6.9%)을 하회
- 단, 2015년 일본의 대미국 의약품 수출이 50% 이상 증가하며, 비내구재의 대미 수출이 46.7% 급증
- 또한, 일본의 특화 품목인 문구류, 비디오게임, 주방도구(칼) 등 준내구재의 대미 수출도 견고한 성장을 보인 것으로 집계

<일본의 대미 소비재 수출 추이>

(단위: 백만 달러)

구분	2012	2013	2014	'14(1-11월)	'15(1-11월)	'15 증감
내구재	41,632	40,999	36,641	34,202	35,318	3.3%
내구재(2)*	3960	3204	2727	2605	2477	△ 4.9%
준내구재	1,519	1,771	1,668	1,566	1,768	12.9%
비내구재	1,446	1,307	1,229	1,115	1,637	46.7%
식품 및 음료	656	646	667	667	682	2.3%
소비재 총계	45,253	44,723	40,206	37,550	39,404	4.9%
소비재(2) 총계	7581	6928	6292	5953	6563	10.2%
전 품목 총계	146,432	138,574	134,004	125,641	123,194	△ 1.9%

* 내구재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 내구재

소비재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 소비재

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

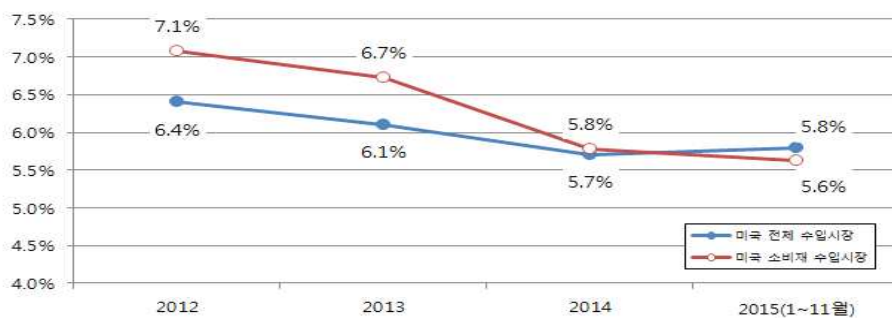
- 일본의 주요 대미 수출 품목인 자동차를 포함한 내구 소비재의 대미 수출은 3.3% 증가했지만, 자동차 및 스마트폰을 제외한 품목의 대미 수출은 약 4.9% 감소

□ 미국 소비재 수입시장 내 일본산 점유율 하락

- 2015년 11월까지 일본의 미국 소비재 수입시장 내 점유율은 5.6%로 한국의 점유율(3.9%)보다 높지만, 전년 5.8% 대비 하락
- 미국 전체 수입시장 내 일본의 점유율은 상승*했지만, 미국 소비재 수입시장 내 일본 점유율은 하락

*미국의 원유 수입이 급격히 감소하면서, 원유수출국들의 미국 수입시장 전체 점유율이 하락하면서, 일본의 점유율이 전년대비 상승

<미국 전체 및 소비재 수입시장 내 일본산 점유율>

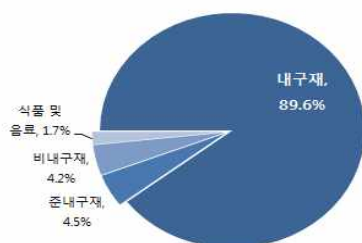


자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

□ 내구 소비재가 일본의 대미 소비재 수출의 약 90% 차지

- 한국과 유사하게 일본의 대미 소비재 수출의 약 90%는 내구재 수출인 것으로 나타남.
- 일본의 총 대미 수출 중 소비재가 차지하는 비중은 32.0%로 전년대비 상승했지만, 한국(39.5%) 대비 낮은 것으로 집계

<15년 일본 소비재 대미 수출 분포>



<일본 총 대미 수출 대비 소비재 비중 추이>



자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

나. 중국

□ 일본과 마찬가지로 소비재 대미 수출 증가율이 수입시장 성장율보다 저조

- 2015년 11월까지 중국의 대미 수출은 전년동기 대비 4.3% 증가했으며, 소비재 대미 수출은 약 2,000억 달러로 전년대비 4.5% 상승
 - 단, 중국의 소비재 대미국 수출 증가율은 일본과 마찬가지로 미국의 소비재 수입 증가율인 6.9%를 하회
- 각종 소모품들을 포함한 비내구재와 더불어 의류 및 신발류 등의 준내구재 수출이 각각 6.2%, 5.7% 증가했으며, 스마트폰 및 가전제품 등 내구재의 대미 수출은 약 3.4% 상승
- 비내구재의 경우, 한국과 일본이 화장품 또는 의약품에 강세를 보인 반면, 중국은 플라스틱 액세서리, 속옷, 빗 등 미용도구 등 기술 집약도가 낮은 제품에 치중
- 한국 및 일본의 식품 및 음료의 대미 수출은 각각 9.1%, 2.3% 상승한 반면 중국은 전년대비 약 4.8% 감소한 것으로 집계

<중국의 대미국 소비재 수출 추이>

(단위: 백만 달러)

구분	2012	2013	2014	'14(1-11월)	'15(1-11월)	'15 증감
내구재	69,036	74,221	80,593	74,777	77,285	3.4%
내구재(2)	35,920	36,617	38,668	37,805	40,119	6.1%
준내구재	96,402	98,288	100,412	97,352	102,864	5.7%
비내구재	16,394	16,934	17,565	17,265	18,332	6.2%
식품 및 음료	5,332	5,332	5,349	5,163	4,916	△ 4.8%
소비재 총계	187,163	194,774	203,919	194,556	203,397	4.5%
소비재(2) 총계	154,047	157,170	161,994	157,585	166,231	5.5%
전 품목 총계	425,557	440,352	466,696	444,016	463,061	4.3%

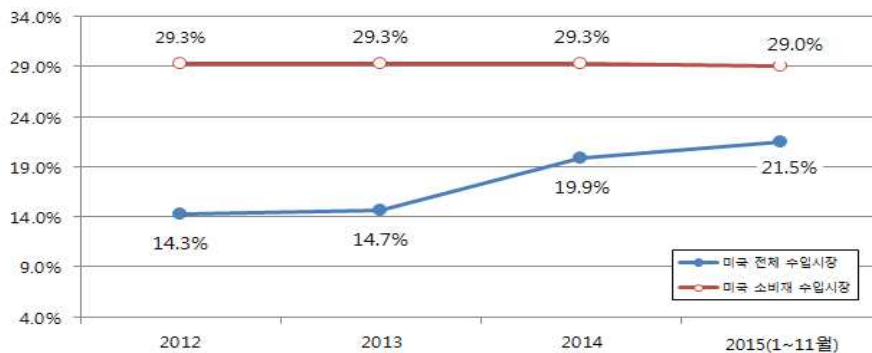
* 내구재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 내구재
 소비재(2): 자동차 및 스마트폰을 제외한 소비재

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

□ 미국 소비재 수입시장 내 중국산 점유율 소폭 하락

- 2015년 11월까지 미국의 수입시장 내 중국산의 점유율은 21.5%로 1위를 기록 중이며, 소비재 수입시장에서도 29%의 높은 점유율을 기록
- 단, 지난해 미국 전체 수입시장 내 중국의 점유율은 상승한 반면, 소비재 수입시장 내 중국의 점유율은 소폭 하락

<미국 전체 및 소비재 수입시장 내 중국산 점유율>

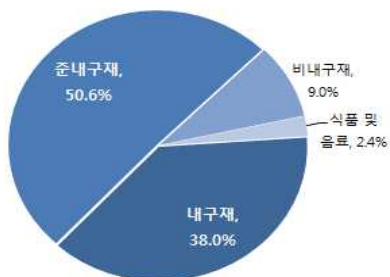


자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

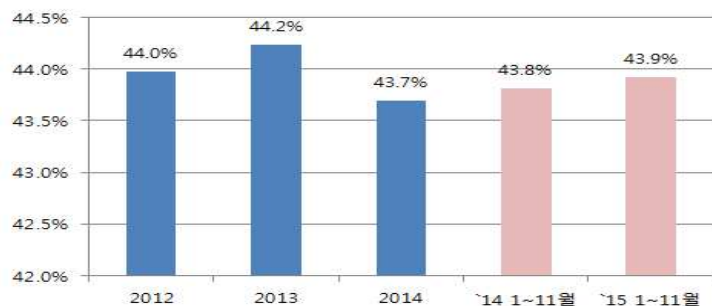
□ 대미국 수출 중 소비재가 약 44% 차지

- 중국의 대미국 수출 중 소비재가 차지하는 비중은 약 43.9%로 한국(39.5%) 및 일본(32.0%) 대비 높게 나타남
- 또한, 내구재가 주요 수출품목인 한국 및 일본과 달리 의류 및 신발류 등 준내구재가 중국의 소비재 대미국 수출의 50.6%로 가장 높은 비중 차지

<15년 중국 소비재 대미 수출 분포>



<중국 총 대미 수출 대비 소비재 비중 추이>



자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

4

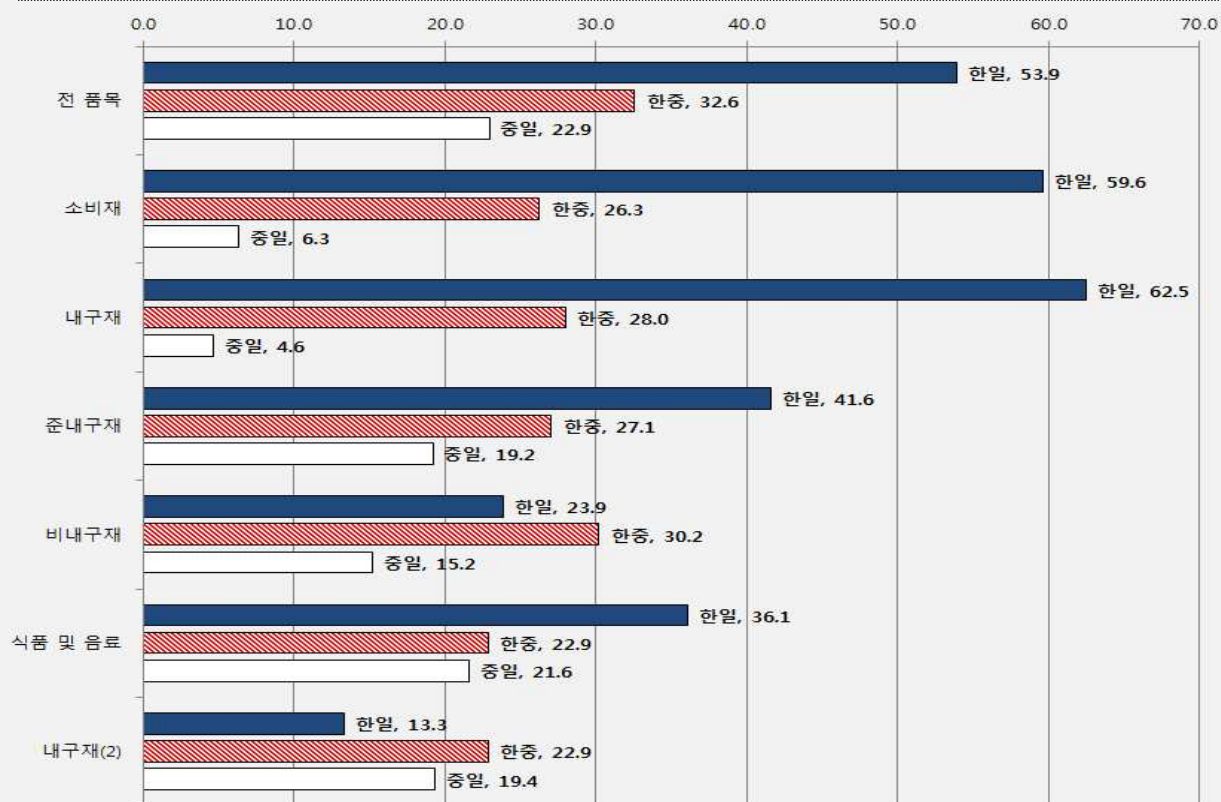
한중일 대미 소비재 수출경합도

가. 수출경합 현황

<품목 분류별 한중일 소비재 대미국 수출경합도>

수출경합도가 100에 가까우면 수출상품구조가 서로 유사한 것으로 두 국가의 수출상품은 서로 경합관계에 있고, 반대로 0에 가까우면 두 국가간의 수출상품 구조가 다른 것으로 경합관계는 크지 않음을 의미함

* 수출경합도 산정 방식 및 활용 통계는 **소비재 품목 분류 및 통계 분석 기준** 참조



*내구재(2): 자동차 및 스마트폰 제외

<한중일 소비재 대미국 수출경합도 추이>

구분	한중				한일				중일			
	2012	2013	2014	2015 1-11월	2012	2013	2014	2015 1-11월	2012	2013	2014	2015 1-11월
내구재	30.6	33.3	31.5	28.0	62.6	60.6	60.6	62.5	6.2	4.9	4.6	4.6
준내구재	31.5	30.3	28.2	27.1	30.9	46.4	45.5	41.6	19.6	19.9	18.7	19.2
비내구재	33.4	33.6	33.1	30.2	32.6	33.5	31.9	23.9	17.1	18.2	18.5	15.2
식품/음료	23.3	22.6	21.9	22.9	42.6	37.8	38.1	36.1	19.9	19.8	19.8	21.6
소비재	27.1	27.8	28.7	26.3	59.4	58.3	58.3	59.6	6.4	6.4	6.6	6.3
전 품목	33.4	34.2	34.8	32.6	49.8	51.8	51.5	53.9	23.3	23.1	23.4	22.9

자료원: ITC Trade Map, KOTRA 워싱턴 무역관

나. 품목별 동향

■ 미국 소비재시장 수출 경합도: 한일 > 한중 > 중일

- ▶ 미국 소비재 수입시장 내 한일 경합이 한중 또는 중일 경합보다 높게 나타나며, 한국과 일본의 대미국 수출 구조가 가장 유사한 것으로 확인
- 단, 비내구재 품목에서는 한중 경합이 한일 경합보다 높게 나타남.
- ▶ 또한, 한일 소비재 수출경합은 증가세를 보이고 있는 반면, 지난해 한중 경합은 하락해 향후 미국 시장 내 일본과의 경쟁이 더욱 심화 예상
- ▶ 한편, 한일 대미국 소비재 수출 경합은 전 품목 수출 경합보다 높게 나타났지만, 한중 소비재 경합은 전 품목 경합보다 낮게 집계
- 이에 따라, 미국시장에서 일본과는 중간재 및 산업재보다는 소비재 경쟁이 높고, 중국과는 그 반대인 것으로 판단

□ 내구재

- (한일) 내구 소비재에서는 자동차가 한국과 일본의 주요 수출 품목으로 겹치면서 대미국 수출 경합이 62.5포인트로 상당히 높게 집계
- (한중) 휴대전화기, TV, 일부 가전제품에서 한국과 중국의 주력상품이 겹치나, 나머지 내구재 분야에서는 중국은 가구가 주력 품목인 반면 한국은 백색가전이 주력 품목으로 경합도가 28.0포인트 기록
- (추이) 지난해 미국의 자동차시장이 역대 최고 매출을 기록한 가운데 한일 내구재 대미국 수출 중 자동차의 비중도 동반 상승하며 경합도 증가
- 반대로 한국의 휴대전화기 수출은 감소하면서, 중국과의 경합은 감소
- (특이사항) 내구재에서 자동차와 스마트폰을 제외(내구재(2)) 할 경우, 한국과 일본의 경합도는 현저히 떨어져 한중 경합이 한일 경합보다 높게 집계

□ 준내구재

- (한일) 데이터 저장장치, 플라스틱 용품 등 주요 품목이 겹치면서 한일 경합도지수가 41.6포인트 기록
- (한중) 중국의 준내구재 수출은 대부분 의류 등 섬유제품, 장난감 등에 치중되어 있어, 한국과의 경합이 27.1포인트로 비교적 낮게 집계
- (추이) 2012년 이후 한국의 데이터 저장장치 및 플라스틱 가정용품 등의 대미 수출 증가로 한일 경합이 상승했지만, 지난해 일본의 비디오 게임 및 칼 등 한국의 비특화상품 수출이 증가하면서 경합 감소

□ 비내구재

- (한중) 비내구재에서 유일하게 한중 경합(30.2)이 한일 경합(23.9) 보다 높게 나타났으며, 스타킹, 서류류, 미용도구 등에서 주요 품목이 경합 중
- (한일) 일본은 비내구재 수출의 50% 이상이 의약품인 반면, 한국은 5% 미만에 그쳤으며, 한국은 화장품이 주력 상품으로 떠오른 반면, 일본의 화장품 대미 수출은 감소
- (추이) 한국의 화장품 대미국 수출이 급증하면서, 해당 분야 수출이 저조한 중국과 화장품 수출이 하락세를 보이는 일본과의 경합이 하락

□ 식품 및 음료

- (한일) 조미료, 해산물, 면류 등 일부 주력 품목이 겹치나, 일본은 소고기, 위스키 등 한국의 수출이 미미한 품목의 수출도 상당
- (한중) 중국은 냉동생선 등 식재료가 주 수출 품목인 반면, 한국은 음료수, 조미료, 면류 등의 비중이 높은 것으로 나타나며 소비재 중 가장 낮은 경합도(22.9) 기록

5

시사점 및 향후전망

가. 시사점

- 한국의 대미 소비재 수출이 한중일 중 유일하게 미국 소비재 수입시장 성장률을 상회하며 시장 점유율 확대
 - 한국의 대미 소비재 수출은 지난해 12.3% 증가해 미국 소비재 수입시장 성장률(6.9%)을 크게 상회한 반면, 중국(4.5%) 및 일본(4.9%)은 시장 성장률을 하회
 - － 이에 따라, 한국의 미국 소비재 수입시장 점유율이 3국 중 유일하게 상승
 - * 한국: 3.7%(’14) → 3.9%(’15 1~11월), 일본: 5.8%(’14) → 5.6%(’15 1~11월), 중국: 29.3%(’14) → 29.0%(’15 1~11월)
 - 단, 기존 주력 수출품목을 제외한 내구재 수출은 정체*된 바, 대미 수출에서 주력품목의 다변화가 절실히 요구됨
 - * 기존 주력 수출품목(자동차 및 스마트폰)이 내구재 대미 수출의 84%를 차지하고 해당 품목을 제외한 내구재 수출은 지난해 2.6% 상승에 그침.
 - 중소·중견 기업 제품의 미국 내 브랜드 인지도 제고 및 기술 집약적 고품질 제품 개발을 통해 새로운 수출먹거리 창출 필요
 - 또한, 화장품 및 의약품 등 고부가가치 소비재의 시장 가능성을 확인 시켜준 품목의 대미 수출이 성장을 이어갈 수 있도록 지속적인 마케팅 필요
- 일본 및 중국과의 대미 수출경합 비교우·열위를 면밀히 분석하여 기술집약적 고부가가치 수출을 지향하는 선택과 집중 전략 필요

<對일·중 수출 경합 전략>

	한-일	한-중
내구재	▶ 차세대 수출 주력 품목 개발 ▶ 가격 경쟁력 우위 전략	▶ 기술우위, 시장선점 전략 ▶ 자유무역협정 적극 활용
준내구재	▶ 강소 및 명품 기업 육성을 통해 글로벌 경쟁력 강화	▶ 친환경, 고품질, 문화컨텐츠 기반 품목 위주 경쟁
비내구재	▶ 화장품 및 의약품 등 고부가가치 품목 경합에 집중	▶ 노동집약적(낮은 기술력)인 품목의 경쟁 지양

나. 향후 전망

- '15년 미국 내 경기회복과 고용실적 호조의 영향으로 미국 전체 수입 시장 중 소비재 수입 비중이 32.9%로 전년(29.7%) 대비 크게 상승
 - 올해도 글로벌 경제성장 둔화와 저유가 기조 속에 산업재 보다는 소비재가 전체 미국 수입시장을 전인할 것으로 전망
- 환태평양경제동반자협정(TPP)이 발효될 경우, 일본산 제품에 대한 미국의 수입관세 인하로 일본의 가격 경쟁력 강화 우려
 - 미국과 일본을 포함한 아태지역 12개국이 참여하는 TPP 협상이 지난해 10월 타결된 가운데, 향후 2년 내에 발효될 가능성이 있음
 - TPP 발효에 대비하여, 미국 시장 내 일본과의 경쟁품목에서 한국 제품의 품질 및 가격 경쟁력 강화 방안 강구 필요
- 미국이 중국의 시장경제지위 인정할 경우, 중국의 미국시장 진출이 더욱 용이해질 것으로 전망
 - 미국 및 EU가 중국의 시장경제지위*(Market Economy Status) 인정 여부를 검토 중인 가운데, 시장경제 지위가 인정될 경우 향후 미국이 중국에 부과하는 반덤핑·상계관세 수준이 현저히 낮아질 수 있어 중국의 미국시장 진출 확대 예상
 - * 중국은 지난 2001년 세계무역기구(WTO) 가입 당시 '비시장경제지위'를 최장 15년간 감수하기로 합의했으며, 이 기간이 끝나는 2016년 12월까지 선진국들이 중국에 시장경제지위를 부여할 것을 요구



작성자

- ◆ 워싱턴 무역관 김병우
- ◆ 구미팀 권오승 과장



Global Market Report 16-009

미국 소비재시장 한중일 수출경합분석 및 시사점

발 행 인 | 김재홍
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2016년 2월 29일
주 소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(06792)
전 화 | 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

ISBN : 979-11-87219-01-9 (95320)

Copyright © 2016 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는

저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

Global Market Report

미국 소비재시장 한중일 수출경합분석 및 시사점
