

# 미국 섬유시장 분석 및 전략적 수출확대 방안

2002.6

K O T R A  
북미 지역본부

## 머 리 말

세계 각국들은 2005년 1월 1일 섬유 수입쿼터 완전 자유화라는 대 변화를 앞두고 정부, 업계, 협회가 머리를 맞대고 자국의 섬유 경쟁력 증대를 위한 전략 마련에 부심하고 있습니다.

특히 미국은 섬유수입 단일시장으로는 가장 규모가 큰 국가로서 2년여 남은 수입 쿼터의 완전 자유화와 맞물려 중국의 WTO가입, 베트남과의 무역 협정 체결, 카리브 연안국 및 사하라 이남국가들과의 섬유류 무관세 협정 체결 등 수많은 통상 현안이 진행되고 있고, 미국 내 섬유산업도 매우 급속한 속도로 재편되고 있습니다. 따라서, 이러한 환경변화에 대한 국내 업체들의 정확한 이해와 새로운 전략이 요구된다고 하겠습니니다.

이러한 시점에 저희 북미지역본부에서는 뉴욕, 로스앤젤레스, 아틀란타무역관과 공동으로 우리나라 섬유의 미국 수출확대 방안 조사를 지난 3개월간에 걸쳐 진행하였습니다.

미국 상무부와 섬유관련 협회 및 단체에서 내놓은 통계자료와 보고서를 수집·분석하였음은 물론, 미국 직물 및 의류생산업체, 대형유통체인점, 수입업체 등에 종사하는 실질적인 바이어들과의 대화와 설문조사를 통하여 이들이 원하는 것이 무엇인지를 파악하여 현장감이 배어나는 보고서를 만들기 위하여 최대한 노력 하였습니다.

아울러 프랑스, 이태리, 독일 등 섬유 선진국들의 패션 및 섬유산업 발전 사례와 전망에 대한 부분도 현지 KOTRA무역관들을 통하여 조사하여 우리나라 섬유 산업 발전 방향 설정에 참고할 수 있도록 하였습니다.

본 보고서를 통하여 수출 현장에서 불철주야로 노력하시는 여러분들께 도움이 되어 우리나라 섬유수출 증대에 일조하기를 진심으로 바랍니다. 아울러 본 보고서에 대한 문의사항이 있으시면 언제든지 저희에게 연락 주시기 바랍니다.

끝으로 본 보고서의 작성을 위하여 수고한 LA 무역관의 허병희 차장, 아틀란타 무역관의 이종윤 과장, 뉴욕 무역관의 장용훈 과장, 김관목 과장, 김종원 과장, 김소영씨 등 많은 분들과, 자료 작성을 위해 도움을 준 파리 무역관, 밀라노무역관, 프랑크푸르트무역관에 심심한 감사의 마음을 전합니다.

2002년 6월 13일

북미지역본부장 권 오 남

# 목 차

I. 미국 석유산업 동향 .....	1
1. 생산 동향 .....	3
2. 수입 동향 .....	5
3. 2002년도 전망 .....	25
II. 미국 석유류 유통구조 .....	31
1. 개요 .....	33
2. 대형 의류 소매유통망의 유통구조 .....	36
3. Marts(Market Center)와 Market Weeks .....	37
4. 지역별 최근 석유시장 동향 .....	43
III. 미국 석유류 수입쿼터 해제와 전망 .....	61
1. 석유 수입쿼터의 탄생 .....	63
2. 석유협정(ATC)의 주요 내용 .....	63
3. 미국의 단계별 쿼터 폐지 현황 .....	64
4. 미국의 3단계 쿼터 폐지 현황 .....	65
5. 미국의 4단계 쿼터 폐지 전망 .....	69
6. 4단계(2005.1.1) 쿼터 폐지 이후의 전망 .....	70
IV. 미국의 석유 통상 현안 .....	73
1. 멕시코의 NAFTA 효과 상실 위기 .....	75
2. 중국의 WTO 가입 .....	77
3. 베트남과의 무역협정 체결 .....	78
4. 카리브연안국 무역협정(CBTPA) 체결 .....	79
5. 사하라이남 아프리카국가와의 무역협정(AGOA) 체결 .....	87
6. 안데안국가 무역협정 체결 .....	89
7. 파키스탄에 대한 혜택 .....	90

V. 바이어 설문조사를 통한 우리나라 상품 경쟁력 분석 .....	93
1. 우리나라의 주요 경쟁국 .....	95
2. 국가별 경쟁력 비교 .....	96
3. 바이어의 조언 .....	108

VI. 대 미국 섬유 수출 확대 방안 .....	113
1. 바이어와의 보다 굳건한 관계 구축 .....	116
2. 생산공정의 유연성 제고 .....	116
3. 단순 공급자에서 탈피하여 머천다이저 역할 추진 .....	117
4. 경쟁력 있는 제품 선별과 집중 .....	117
5. 시장을 선도하는 제품 개발 .....	118
6. 미국 내에서 직 판매 추진 .....	118
7. 신소재 및 신기술 개발단계의 파트너 관계 구축 .....	119
8. 창의적인 로지스틱스 체계 확립 .....	119
9. 후발개도국의 수출창구 역할 .....	120

VII. 선진국의 섬유산업 발전 사례 .....	121
1. 이태리 .....	123
2. 독일 .....	130
3. 프랑스 .....	142

■ 참고자료

참고자료 1 : 미국 주별 의류 및 직물 생산액 .....	159
참고자료 2 : 뉴욕/LA/아틀란타 의류 및 직물 바이어 리스트 .....	161
참고자료 3 : 국가별 경쟁력 설문지 .....	206

## I. 미국 섬유산업 동향

1. 생산 동향
2. 수입 동향
3. 2002년도 전망

## I. 미국 섬유산업 동향

### 1. 생산동향

미국의 섬유산업은 미국 내에서 가장 오래된 산업 중 하나로, 미국에서 산업혁명이 시작되었던 약 200년 전에 시작되어 현재에 이르기까지 미국의 중요한 산업 중 하나로 자리 잡고 있다. 미국 섬유산업은 원사와 직물, 의류 생산업체 5000여개사로 구성되어 있으며, 근로자 숫자는 약 672,000명 정도를 차지하고 있다.

미국에서 섬유제품들은 남동부지역에서 주로 생산되는데 노스 캐롤라이나(North Carolina)에 가장 많은 생산 회사와 근로자가 일하고 있고, 그 뒤를 이어 조지아(Georgia), 사우스 캐롤라이나(South Carolina), 텍사스(Texas), 알라바마(Alabama), 버지니아(Virginia) 순서로 섬유산업이 발달해 있다. (참고자료 1 : 주별 의류 및 직물 생산액)

1930년대까지 미국은 대부분 천연섬유를 생산하였으나, 1965년에는 전체 섬유시장의 42%를 인조섬유가 대체하였다. 그리고, 1994년에 이르러서는 인조섬유 67%, 천연섬유 32%, 울 1%정도의 비율로 생산하고 있다

미국의 섬유산업은 2000년에 578억 달러, 그리고 2001년에는 약 7% 감소한 540억 달러의 매출액을 기록하였다. 미국섬유생산자협회(ATMI)에 따르면, 2001년도 매출액은 지난 1999년의 603억 달러에 비해 10.4% 감소한 수치이며, 1988년 이래 섬유산업의 매출액 감소가 지속되고 있다고 분석한다.

미국 섬유산업의 GDP(Quantity) 추세

(1996 = 100)

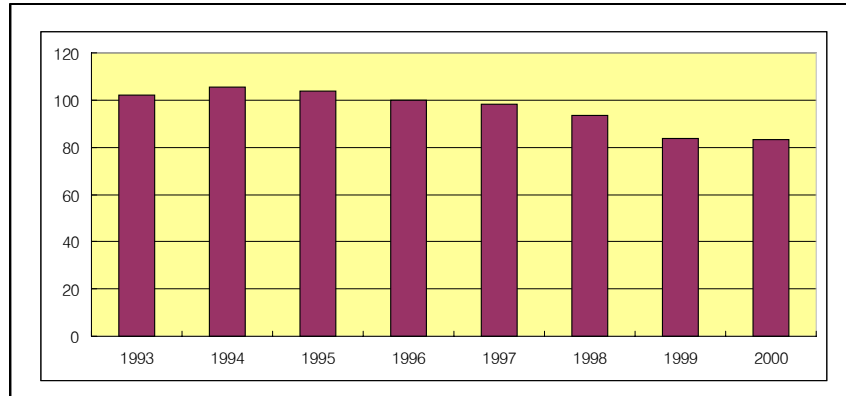
연도	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Index	102.27	105.46	103.93	100.00	98.16	93.60	83.73	83.28

자료원) 미국 상무부

미국의 섬유산업은 1998년도에 21억 달러에 달하는 수익을 기록했으나 그 이후 시설자동화 및 기업인수 등에 막대한 자금을 투자하면서 채무가 늘어났다. 아울러 아시아 국가들의 화폐가 달러화에 대하여 평가절하되고 직물 가격의 하락이 겹치면서 섬유 출하액이 2001년에는 770억 달러를 기록, 1993년 이후 가장 낮은 수준을 기록했으며, 기업의 수지도 지난 50년 만에 처음으로 3억 달러가 넘는 적자를 기록하였다.

미국 섬유산업의 GDP(Quantity) 추세

(1996 = 100)



아틀란타에 소재한 Georgia Institute of Technology의 Textile and Fiber Engineering 연구소는 미국의 섬유 및 의류관련 산업은 카펫 제조업체들만 비교적 호조를 보이고 있는 가운데 자동화가 매우 진전된 시트 및 타월 제조업체들은 그럭저럭 아시아 및 중남미 국가들과의 치열한 경쟁을 견디고 있지만, 의류 및 직물업계는 심각한 부진을 보이고 있는 것으로 분석하고 있다.

이를 반영하듯 2001년에는 미국 내 최대 섬유업체 중의 하나인 Burlington Industries사가 파산신청을 한 것을 비롯하여 최소 124개의 공장이 폐쇄되거나 심각한 종업원 해고사태가 발생했는데, 이는 2000년도의 46개 공장이 폐쇄된 것에 비해 급격히 증가한 것이다.

미국섬유생산자협회(ATMI)는 직물 생산업체들은 지난 10년간 매년 20억 달러의 개발비를 투자함으로써 매년 생산성이 3.4%씩 증가해 10년 전 보다 4배 이상, 70년대 보다 10배 이상 빠른 직조기술을 개발했고 이러한 생산자동화는 어느 공장에서는 1일 24시간, 1주 7일간 사람이 없어도 되는 공정을 달성했으나 수입규제 미비로 허사가 되었다고 한다.

미국 섬유생산자협회(ATMI)에 따르면, 미국에서 생산되는 섬유류의 소비구조는 의류와 홈 패션제품에 60%이상이 소비되고, 타이어, 로프와 같은 산업용 제품이 그 다음을 차지하는 것으로 나타났다.

미국산 섬유류의 소비구조

제 품	비 중
의류제품, 오버더 카운터 제품, 수공예 제품	38%
홈 패션(침구, 가구류) 제품	27%
바닥용품(카펫, Rugs 등)	8%
산업용 제품(타이어, 로프, 텐트, 가방, 신발 등)	23%
수출	4%

자료원) ATMI

## 2. 수입 동향

### 가. 개요

미국의 섬유 및 의류 수입액은 2000년도에는 전년대비 12.5%가 증가한 717억 달러를 기록하였으나, 2001년도에는 미국의 전반적인 경기침체 및 소비지출 감소로 전년보다 2.0% 감소한 702억 달러를 기록한 것으로 나타났다. 수입 물량 면에서도 2001년도는 2000년도 보다 6.3% 감소한 328억 평방미터에 그친 것으로 나타났다.

미국의 섬유 수입동향

(단위 : 백만 달러, 백만㎡)

구 분	금액기준(백만 달러)			물량기준(백만㎡)		
	2000	2001	점유율(%)	2000	2001	점유율(%)
전 체 (증감률)	71,692 (12.5)	70,239 (-2.0)	100.0	32,864 (14.8)	32,808 (-6.3)	100.0
의 류 (증감률)	57,232 (12.7)	56,461 (-1.3)	80.4	16,035 (13.7)	16,104 (0.4)	49.1
비 의 류 (증감률)	14,460 (11.7)	13,778 (-4.7)	19.6	16,829 (16.0)	16,704 (-0.7)	50.9

자료원) 미국 상무부

단일시장으로 세계 최대의 섬유류 수입시장인 미국은 전체수입(금액기준) 중 의류가 차지하는 비중이 80.4%인 반면, 비 의류제품(원사 및 직물)은 19.6%로 부가가치의 결과로 의류제품의 수입금액이 훨씬 많은 것으로 나타나고 있다.

의류제품과 비 의류제품의 수입시장은 지난 1989년 이래 2000년까지 매년 지속적으로 확대되어 왔다. 의류제품의 경우 1990년 219억 달러 규모이던 수입시장이 지난 2000년도에 572억 달러, 2001년도에 565억 달러를 기록, 약 2.5배 이상의 성장세를 보였으며, 비 의류제품의 경우 지난 1990년 60억 달러 규모이던 수입시장이 2000년도에 145억 달러, 2001년도에 138억 달러 규모로 발전하여 2.4배나 성장한 것으로 나타났다.

미국섬유생산자협회(ATMI)는 2001년도에 전체 섬유의 무역적자가 603억 달러 이상을 기록해 전년대비 14% 증가했다고 발표하였다. 이러한 현상이 발생한 주된 이유로 동 협회는 아시아 국가들의 통화가 40% 평가절하됨으로써 4년간 섬유 수입이 80% 이상 급등했다고 분석하면서 현재 미국 섬유산업이 위기에 처해 있다고 정의하고 있다.

이 같은 주장을 바탕으로 미국의 섬유류 생산업체들은 섬유산업 보호를 위한 섬유산업 재활프로그램과 각종 섬유관련 조약 및 협정에 대해 미국 생산업체들에게 유리한 방향으로 로비를 대폭 강화하고 있다.

동 협회는 NAFTA와 CBI(Caribbean Basin Initiative)를 지지하고 대 중국 정상무역관계(NTR:Normal Trade Relations) 및 안데안국가무역협정 등을 수정 내지는 폐지 요청하며 섬유가 주 산업인 동남부의 알라바마(Alabama), 노스캐롤라이나(North Carolina), 사우스캐롤라이나(South Carolina), 조지아(Georgia) 등 4개 주(州)의 주지사를 동원, 대통령에게 섬유보호 조치를 요청하는 탄원서를 송부하고 지속적으로 부시 행정부와 의회를 대상으로 강력한 로비활동을 전개하고 있다.

#### 나. 미국의 국별/지역별 수입동향

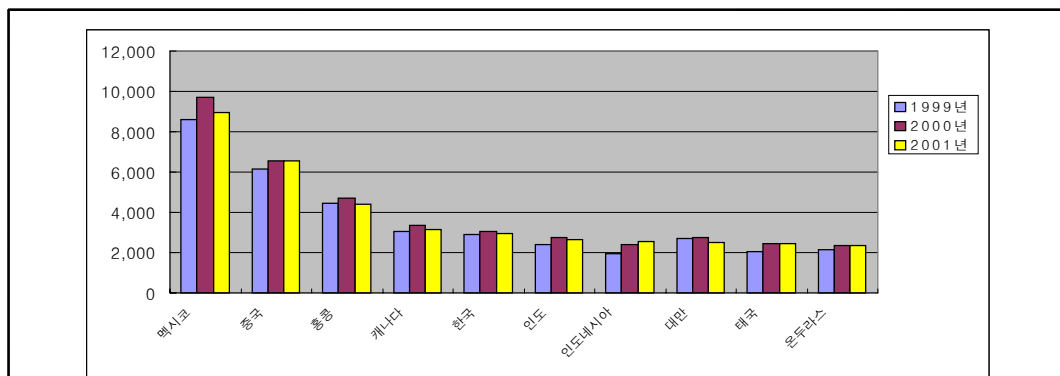
미국의 섬유류 수입시장은 멕시코와 중국, 홍콩, 캐나다, 한국 등이 주도하고 있는 것으로 나타났다.

지난 2001년을 기준으로 할 때 멕시코로부터의 수입액은 89억 달러로 전체 수입시장의 12.7%를, 중국으로부터의 수입액은 65억 달러로 전체 수입시장의 9.3%를 각각 차지한 것으로 나타났다. 그 외 홍콩이 6.3%, 캐나다 4.5%, 그리고 한국이 각각 4.2%의 수입시장 점유율을 기록하였다.

2001년 멕시코로부터의 수입은 전년대비 7.7% 감소한 반면, 중국으로부터의 수입은 전반적인 시장침체에도 불구하고 오히려 0.1% 증가한 것으로 나타나 수입시장에서 중국이 차지하는 비중이 점차 증가하고 있음을 알 수 있다.

미국의 국별 섬유 수입규모

(단위 : 백만 달러, %)



## 미국의 국가별 섬유수입동향

(단위 : 백만달러, %)

국 명	1999년	2000년	2001년	증감율('01/'00)
전 체	63,743	71,692	70,238	-2.0
멕시코	8,621	9,693	8,945	-7.7
중 국	6,129	6,527	6,536	0.1
홍 콩	4,465	4,707	4,403	-6.5
캐나다	3,053	3,350	3,162	-5.6
한 국	2,887	3,072	2,931	-4.6
인 도	2,384	2,741	2,633	-3.9
인도네시아	1,959	2,380	2,553	7.3
대 만	2,709	2,756	2,476	-10.2
태 국	2,074	2,447	2,441	-0.2
온두라스	2,164	2,328	2,348	0.9

자료원) 미국 상무부

2001년 기준으로 미국의 상위 10대 섬유수입국을 살펴보면 아시아 지역은 중국을 포함한 7개국, 중남미 지역은 멕시코 등 2개국, 그리고 캐나다로 아시아 지역과 중남미 지역으로부터의 수입비중이 절대적인 위치를 차지하고 있음을 알 수 있다.

전반적으로 미국의 섬유 및 의류시장은 아래 표에서 보듯 아시아 및 CBI 지역으로부터의 수입이 꾸준하게 증가추세를 보이고 있는 반면, 상대적으로 미국 내 현지생산은 점차 감소하고 있음을 알 수 있다.

## 미국의 CBI/ASEAN 섬유류 수입동향

(단위:백만 달러, %)

구 분	CBI				ASEAN			
	1999	2000	2001	점유율	1999	2000	2001	점유율
전 체 (증감률)	8,918 (6.4)	9,629 (8.0)	9,452 (-1.4)	100.0	8,284 (7.2)	9,798 (18.3)	9,999 (2.1)	100.0
의 류 (증감률)	8,803 (6.4)	9,541 (8.4)	9,375 (-1.7)	96.2	6,989 (7.6)	8,355 (20.0)	8,593 (2.8)	85.9
비 의 류 (증감률)	114 (0.0)	88 (-22.8)	77 (-12.5)	3.8	1,296 (5.4)	1,443 (11.3)	1,406 (-2.6)	14.1

자료원) 미국 상무부

#### 다. 미국의 품목별 수입동향 분석

미국의 우리나라 의류 및 섬유(비 의류) 수입실적은 2001년 29억 달러로 캐나다에 이어 5위를 기록한 것으로 나타났으며, 수입시장점유율은 4.2%로 나타났다. 우리나라의 경우 의류 및 섬유 분야에서 모두 6위를 기록하였는데, 수입시장점유율은 의류 3.1%, 섬유 1.1%를 기록하였다.

물량기준으로 보면, 미국의 우리나라 의류제품 및 섬유 수입실적 증가율은 둔화되고 있지만, 금액기준과 비교해 볼 때 상대적으로 물량의 수출이 늘어나고 있음을 알 수 있다.

일례로, 2001년의 경우 수출액은 전년대비 4.6% 감소하였지만, 물량은 오히려 5.4%나 늘어남으로써 전체적으로는 시장경쟁 심화 및 미국 내 시장부진으로 인한 급격한 단가하락이 있었던 것으로 분석되고 있다.

미국의 우리나라 의류 및 섬유 수입 동향

구 분	금액기준(백만 달러)				물량기준(백만m <sup>2</sup> )			
	1999	2000	2001	점유율 (%)	1999	2000	2001	점유율 (%)
전 체	2,887 (9.4)	3,072 (6.4)	2,931 (-4.6)	100.0	1,222 (16.9)	1,312 (7.4)	1,383 (5.4)	100.0
의 류	2,103 (11.2)	2,264 (7.7)	2,182 (-3.6)	74.4	537 (16.7)	587 (9.3)	632 (7.7)	45.7
비 의 류	784 (5.0)	808 (3.1)	749 (-7.3)	25.6	685 (17.1)	725 (5.8)	751 (3.6)	54.3

주) ( )은 증감률(%)  
자료원) 미국 상무부

##### 1) 의류

우리나라 의류제품의 2001년도 대미 수출은 총 22억 달러에 6억평방미터의 의류제품을 수출한 것으로 나타났다. 이 같은 수치는 금액기준으로는 미국의 7위 수입대상국이며, 물량 기준으로도 8위에 해당된다.

우리나라의 대 미국 의류수출은 전체적인 수입시장의 성장세에 비해 다소 뒤떨어지는 성장률을 기록함으로써 실질적으로는 마이너스 성장을 기록하고 있는 것으로 나타났다. 이로 인해 우리나라의 대미 의류 수입시장 점유율은 매년 하락세를 보이면서 2000년 4%를 유지하던 수입시장 점유율은 2001년에는 3%대로 떨어진 것으로 나타났다.

아울러, 의류 수출금액보다는 물량 면에서 증가율이 두드러지는데, 2001년의 경우 금액기준으로는 수출이 3.6% 감소하였지만, 물량기준으로는 오히려 7.7%나 증가해 의류 수출단가가 큰 폭으로 하락하고 있는 것으로 나타났다.

미국의 국가별 의류 수입동향

(단위 : %)

구 분	금액기준(백만 달러)			물량기준(백만m <sup>2</sup> )		
	2000	2001	점유율	2000	2001	점유율
전 체	57,232 (12.7)	56,461 (-1.3)	100.0	16,035 (13.7)	16,103 (0.4)	100.0
한 국	2,264 (7.7)	2,182 (-3.7)	3.9	587 (9.3)	632 (7.7)	3.9
멕시코	8,413 (11.6)	7,811 (-7.2)	13.8	2,527 (9.5)	2,290 (-9.4)	14.2
중 국	4,499 (3.9)	4,602 (2.3)	8.2	929 (2.1)	976 (5.1)	6.1
홍 콩	4,486 (9.0)	4,211 (-6.1)	7.5	916 (9.0)	917 (0.1)	5.7
온두라스	2,323 (7.6)	2,344 (0.9)	4.2	1,028 (9.0)	1,021 (-0.7)	6.3

자료원) 미국 상무부 섬유국

현지 주요 생산업체 및 바이어들은 한국산 의류제품에 대해서는 비교적 품질이 좋지만 가격이 비싼 것으로 인식하고 있으며, 수년 전부터 수입선을 중국이나 아세안 및 중남미 등으로 전환한 것으로 나타났다.

한국산 제품이 중국 등 경쟁국과의 치열한 경쟁 속에서도 나름대로 경쟁력을 확보하고 있는 품목은 여성용 의류로 나타났으며, 일부 아동 및 유아용 의류도 비교적 시장경쟁력을 가지고 있는 것으로 바이어들은 평가하고 있다. 반면, 남성용 의류의 경우에는 이미 한국산 제품의 경쟁력이 매우 취약해져 시장입지가 매우 좁은 것으로 나타났다.

#### 가) 남성용 정장

미국의 남성용 정장수입시장 규모는 금액기준으로 지난 1997년 5억 7천만 달러, 1998년 6억 5천만 달러, 그리고 1999년에는 6억 6천만 달러를 기록하였으나, 2000년부터 수입이 감소세로 반전되면서 2000년 6억 4천만 달러, 그리고 2001년에는 무려 전년대비 18.3%나 감소한 5억 2천만 달러를 기록한 것으로 나타났다.

## 미국의 국가별 남성용 정장 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	572.5	648.1	659.3	639.6	522.3
이탈리아	172.7	196.9	188.2	167.1	138.4
캐나다	147.6	150.7	162.8	124.3	105.0
멕시코	60.6	75.3	86.6	99.0	74.7
도미니카공	12.0	10.8	12.7	20.6	20.2
한 국	10.4	21.3	23.9	30.2	19.1
중 국	17.9	20.2	18.5	16.7	13.7
인도네시아	7.6	9.1	12.0	12.6	13.5
스위스	14.0	11.9	14.3	13.0	9.5
코스타리카	18.1	22.4	16.4	18.0	9.4
콜롬비아	9.6	8.7	6.1	6.5	9.3

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

국별 수입동향을 보면, 이탈리아, 캐나다, 멕시코가 각각 수입시장점유율 1위~3위 자리를 고수하고 있는 것으로 나타났다.

이탈리아의 경우 2001년 1억 4천만 달러를 수출함으로써 수입시장점유율 26.5%를 기록하였는데, 이는 지난 1998년의 30.4%와 비교해 보면 3.9% 감소한 수치이다.

캐나다의 경우에도 지난 1998년 25.8%에 달하던 수입시장점유율이 2001년에는 20.1%로 감소한 것으로 나타났다.

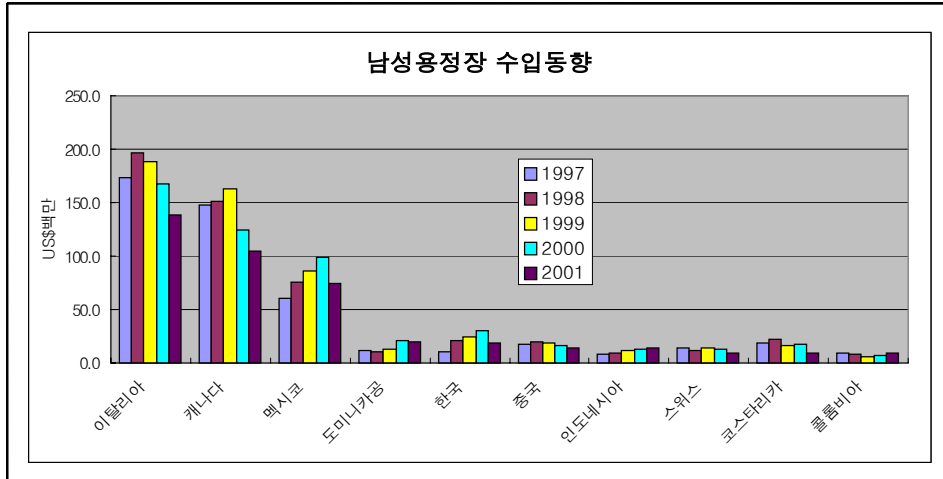
2001년 수입시장이 급격하게 위축되었음에도 불구하고, 인도네시아와 콜롬비아로부터의 수입은 오히려 증가한 것으로 나타났다. 인도네시아로부터의 수입은 1997년 8백만 달러 수준에서 1999년에는 1천 2백만 달러, 그리고 2001년에는 1천 4백만 달러로 증가함으로써 수입시장점유율도 1997년 1.3%에서 2001년에는 2.6%로 두 배가 증가하였다.

콜롬비아로부터의 수입도 1999년 6백만 달러를 기록한 이래 2000년에는 7백만 달러, 그리고 2001년에는 9백만 달러로 지속적인 증가세를 보이면서 수입시장점유율이 1.8%까지로 확대되었다.

2000년까지는 멕시코로부터의 수입은 매년 증가하였으나, 2001년 수입이 24.5% 급감하면서 수입시장점유율도 전년대비 1.2% 감소한 14.3%를 기록한 것으로 나타났다.

우리나라로부터의 수입은 멕시코와 마찬가지로 2000년까지는 증가세를 유지하였으나,

2001년에는 전년대비 36.8%가 감소한 1천 9백만 달러로 나타났다. 이에 따라 수입시장점유율도 2000년 4.7%까지 상승했다가 2001년에는 3.7%로 1% 감소하였다.



나) 남성용 셔츠

미국의 남성용 셔츠 수입시장 규모는 1997년 46억 2천만 달러, 1998년 47억 8천만 달러, 1999년 49억 2천만 달러, 그리고 2000년에는 52억 3천만 달러로 매년 증가세를 보여 왔으나, 2001년에는 수입시장이 다소 위축되면서 전년대비 8.6%가 감소한 47억 8천만 달러를 기록한 것으로 나타났다.

미국의 국가별 남성용 셔츠 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	4,623.0	4,784.2	4,921.2	5,232.7	4,782.3
인 도	331.9	378.8	341.2	371.3	365.1
홍 콩	373.7	394.4	402.1	412.4	362.0
한 국	220.6	243.0	288.5	380.9	347.3
방글라데시	233.2	252.4	245.1	318.9	310.0
중 국	278.3	267.9	253.9	287.8	302.4
온두라스	280.0	275.2	307.5	291.6	247.5
멕시코	242.0	213.0	263.9	308.3	219.3
인도네시아	219.3	210.0	206.0	223.9	210.2
파키스탄	212.1	205.3	216.3	212.4	206.6
필리핀	176.6	186.9	224.1	228.6	194.9

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

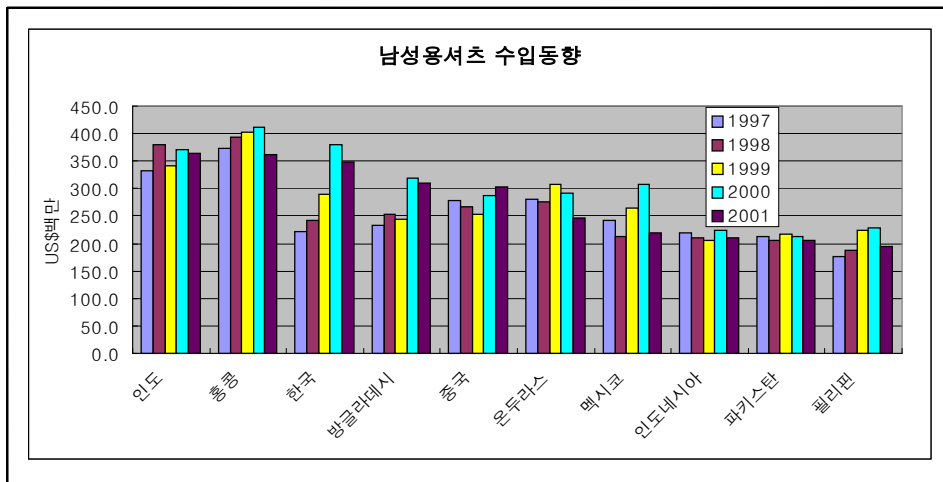
국별 수입동향을 보면, 인도로부터의 수입이 지난 1999년 이래 빠르게 증가, 2001년 3억 7천만 달러에 달하면서 그간 수입시장 1위 자리를 고수하던 홍콩을 3백만 달러 차이로 제친 것으로 나타났다. 반면, 홍콩의 경우 8%가 넘던 수입시장점유율이 2000년에는 7.9%, 그리고 2001년에는 7.6%로 계속 하락세를 보여 주고 있다.

우리나라 및 방글라데시, 중국으로부터의 수입도 꾸준한 증가세를 보여 주고 있다. 우리나라로부터의 수입은 2001년 3억 5천만 달러로 수입시장점유율 7.3%를 기록한 것으로 나타났다는데, 이는 1997년 4.8%와 비교하면 2.5%나 증가한 수치이다.

방글라데시의 경우에도 지난 1997년 수입시장점유율이 5.0%에서 2001년에는 6.5%로 증가하였으며, 금액도 3억 1천만 달러를 기록하였다.

지난 1999년 이래 중국으로부터의 수입도 증가세를 보이면서 1999년 2억 5천만 달러의 수입규모가 2000년에는 2억 9천만 달러, 그리고 2001년에는 3억 달러로 증가한 것으로 나타났다.

그 외 온두라스와 필리핀의 경우 1999년을 정점으로 수입시장점유율이 감소하고 있는 추세인 반면, 인도네시아의 경우에는 오히려 수입시장점유율이 증가하는 대조를 보여 주고 있다.



다) 여성용 정장

미국의 여성용 정장 수입시장 규모는 1998년 3억 7천만 달러를 기록한 이래 매년 수입시장이 감소추세를 보이면서 2001년에는 전년대비 1.7% 감소한 3억 1천만 달러를 기록하였다.

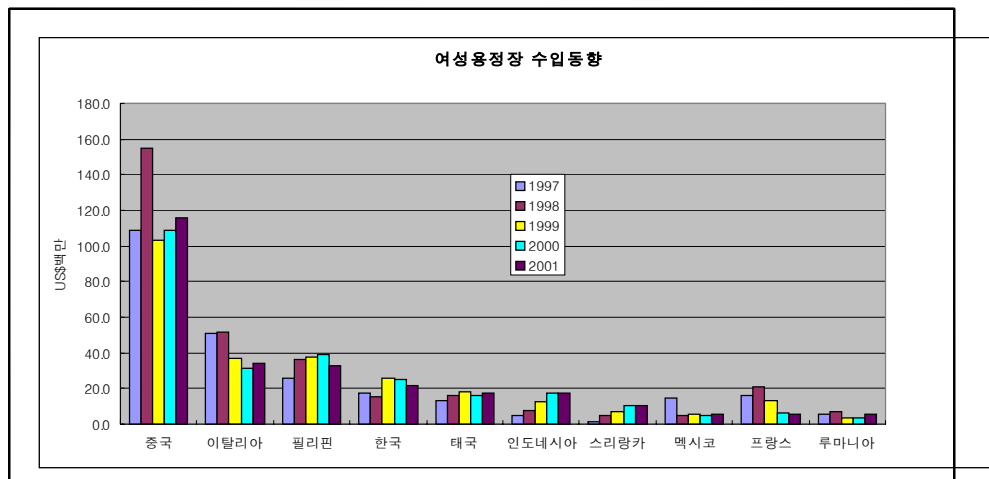
## 미국의 국가별 여성용 정장 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	334.2	365.8	315.0	313.0	307.6
중 국	108.8	154.7	103.0	109.1	116.0
이탈리아	50.7	51.7	37.1	31.4	34.3
필리핀	25.5	36.1	37.5	39.1	32.8
한 국	17.1	15.1	25.6	25.1	21.5
태 국	13.0	16.0	17.9	16.1	17.3
인도네시아	5.2	7.5	12.6	17.6	17.2
스리랑카	1.7	5.1	7.1	10.4	10.6
멕시코	15.0	5.0	5.3	5.2	5.5
프랑스	16.2	20.8	13.4	6.5	5.4
루마니아	5.5	6.7	3.6	3.2	5.3

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

국별로는 중국으로부터의 수입비중이 높은데, 2001년 중국으로부터의 수입액은 1억 2천만 달러로 전년대비 6.4% 증가하였으며, 수입시장점유율도 전년대비 2.8% 증가한 37.7%에 달한 것으로 나타났다.



이탈리아로부터의 수입은 1998년 이래 감소세를 보이다 2001년에는 전년대비 9.2% 증가한 3천 4백만 달러를 기록함으로써 수입이 다시 증가세로 반전하였다.

우리나라의 경우 중국, 이탈리아, 필리핀에 이어 수입시장점유율 4위를 기록하고 있는데,

지난 1999년 이래 수입이 계속 감소세를 보이고 있다. 2001년 우리나라로부터의 수입은 2천 2백만 달러로 전년대비 14.3% 감소하였으며, 수입시장점유율도 7%로 전년의 8.0%에 비해 1% 감소한 것으로 나타났다.

2001년 기준 9대 수입대상국인 프랑스로부터의 수입은 1998년 이래 지속적인 감소세를 보이고 있는 반면, 7대 수입국인 스리랑카로부터의 수입은 매년 증가세를 기록, 프랑스와 대조를 이루고 있다.

#### 라) 여성용 블라우스 및 셔츠

미국의 여성용 블라우스 및 셔츠 수입시장 규모는 지난 1997년 30억 6천만 달러에서 매년 증가세를 기록, 2000년에는 35억 3천만 달러에 달한 것으로 나타났다. 그러나, 2001년에는 전년대비 4.8% 감소한 33억 6천만 달러를 기록함으로써 그간의 성장세가 반전되면서 수입규모가 다소 줄어든 것으로 나타났다.

미국의 국가별 여성용 블라우스 및 셔츠 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	3059.8	3278.6	3298.9	3525.3	3356.7
중 국	780.2	642.4	551.9	600.0	660.5
인 도	324.3	363.3	356.5	396.4	337.3
홍 콩	384.5	449.9	415.8	367.9	316.7
인도네시아	191.9	193.2	202.8	267.4	273.1
방글라데시	105.2	124.8	155.4	204.6	194.1
스리랑카	103.8	119.9	145.8	158.1	131.9
멕시코	132.2	151.5	262.1	237.9	177.0
한 국	110.1	142.7	150.9	142.4	108.3
과테말라	49.1	77.6	97.9	124.9	149.2
마카오	118.3	126.0	120.9	109.2	100.1

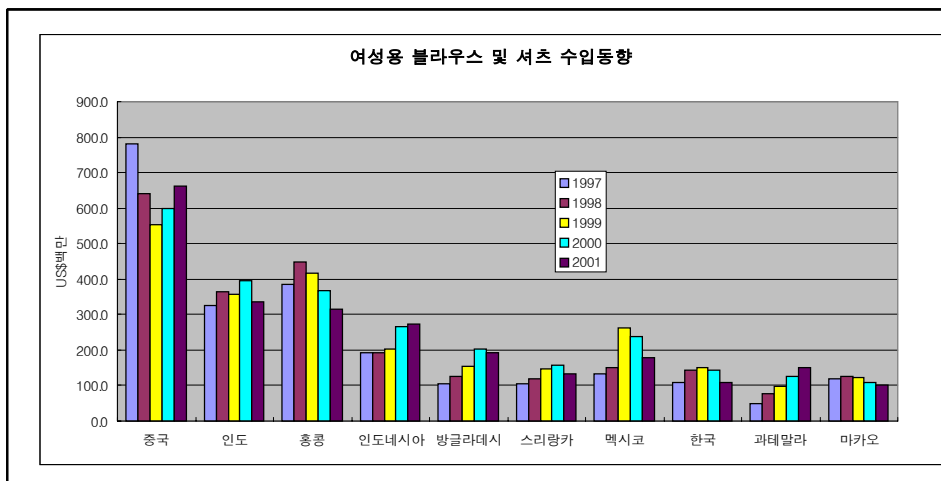
자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

국별 수입동향을 보면, 지난 1998년과 1999년 다소 주춤하던 중국으로부터의 수입이 증가세로 반전되면서 수입시장점유율 1위 자리를 굳게 지키고 있는 것으로 나타났다. 2001년 중

국으로부터의 수입은 6억6천만 달러로 전년대비 10.1% 증가하였으며, 수입시장점유율도 19.7%에 달한 것으로 나타났다. 2대 수입국인 인도의 경우 수입규모가 년도를 달리하면서 증감을 반복하고 있는 것으로 나타났다.

반면, 3대 수입국인 홍콩으로부터의 수입은 1998년 이래 빠르게 감소하고 있으며, 2001년에는 전년대비 13.9%가 감소한 3억 2천만 달러를 기록하면서 수입시장점유율도 9%대로 하락하였다.

그 외 인도네시아와 과테말라로부터의 수입이 매년 빠르게 증가하고 있는데, 1998년 5.9%에 불과하던 수입시장점유율이 2001년에는 8.1%까지 가파르게 상승한 것으로 나타났다. 과테말라의 경우에도 1997년 1.6%에 불과하던 수입시장점유율이 2001년에는 4.4%까지 증가한 것으로 나타났다.



우리나라로부터의 수입은 홍콩과 비슷한 패턴을 보여 주고 있는데, 1999년을 정점으로 수입이 감소세로 돌아서면서 수입시장점유율이 1999년의 4.6%에서 2001년에는 3.2%로 1.4% 감소한 것으로 나타났다.

#### 마) 스웨터

미국의 스웨터 수입시장 규모는 1997년 71억 달러를 기록한 이래 매년 빠른 증가세를 보여 주고 있는데, 2001년에는 9.11테리 여과에도 불구하고 전년대비 4.1% 증가한 113억 7천만 달러를 기록한 것으로 나타났다.

미국의 국가별 스웨터 수입동향

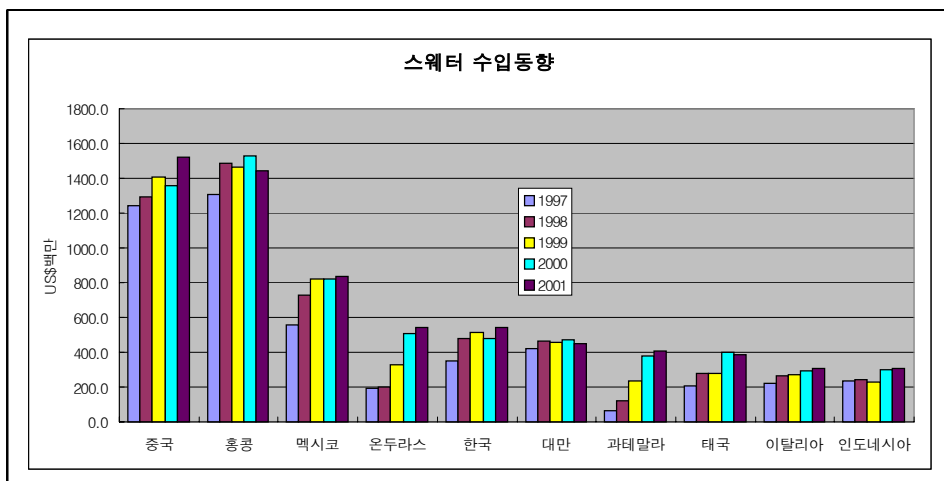
(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	7,117.9	8,378.0	9,462.2	10,921.4	11,368.1
중 국	1,239.3	1,291.9	1,407.6	1,355.2	1,518.8
홍 콩	1,303.7	1,487.9	1,463.7	1,531.2	1,446.3
멕시코	557.4	729.0	824.7	820.4	835.1
온두라스	191.6	201.1	330.4	504.5	546.0
한 국	350.7	481.3	512.2	480.2	540.5
대 만	423.2	465.1	459.5	472.0	449.0
과테말라	64.8	120.3	232.5	376.0	404.6
태 국	210.5	281.7	275.7	399.0	384.8
이탈리아	222.4	261.2	272.7	293.8	309.3
인도네시아	236.7	239.6	229.5	303.0	307.9

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

국별 수입동향을 살펴보면, 중국과 홍콩이 수입시장 주도권을 다투고 있는 가운데, 멕시코, 온두라스, 한국 등으로부터의 수입비중도 높게 나타나고 있다.

중국으로부터의 수입은 2001년 15억 2천만 달러를 기록함으로써 14억 5천만 달러에 그친 홍콩을 제치고 수입시장점유율 1위 자리를 차지하였다. 중국의 수입시장점유율은 2001년 기준으로 13.4%이며, 홍콩은 12.7%로 나타났다. 3위 수입대상국인 멕시코로부터의 수입은 2000년 이후에는 완만한 증가세를 보이고 있다.



온두라스로부터의 수입은 매년 빠르게 증가하면서 지난 2000년에는 한국을 밀어내고 4대 수입국으로 부상하였다. 2001년에도 온두라스로부터의 수입은 전년대비 8.2% 증가한 5억 5천만 달러에 달한 것으로 나타났다.

우리나라로부터의 수입은 지난 1997년 이래 매년 증가세를 보이다가 2000년 감소세로 반전되었으나, 다시 2001년에는 전년대비 12.6% 증가한 5억 4천만 달러를 기록하면서 수입시장점유율이 전년대비 0.4% 증가한 4.8%를 기록한 것으로 나타났다.

과테말라로부터의 수입은 매년 빠르게 성장하면서 지난 1997년 0.9%에 불과하던 수입시장점유율이 2001년에는 3.6%까지 증가하면서 7대 수입국으로 올라섰다.

#### 바) 유아의류

미국의 유아용 의류 수입시장 규모는 지난 1999년을 제외하면 1997년 11억 8천만 달러를 기록한 이래 매년 증가세를 보여 주고 있다. 특히, 2001년의 경우 대부분의 의류 및 섬유제품들의 수입이 감소한 것과는 달리 유아용 의류의 경우에는 전년대비 6.3%가 증가한 18억 8천만 달러를 기록한 것으로 나타났다.

미국의 국가별 유아의류 수입동향

(단위 : 백만 달러)

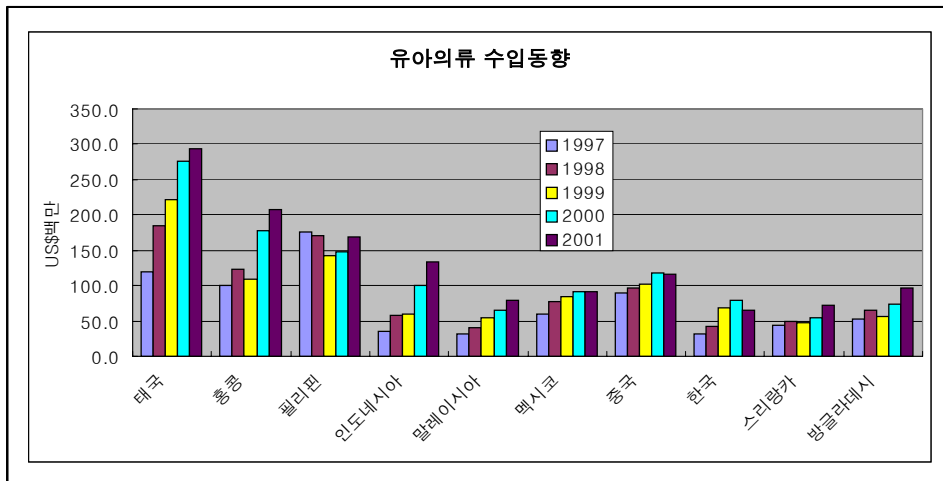
국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	1,179.9	1,435.0	1,412.7	1,768.7	1,880.1
태 국	118.9	185.5	221.7	275.9	293.4
홍 콩	99.7	123.2	108.9	178.2	207.5
필리핀	176.6	170.9	142.1	148.0	168.3
인도네시아	34.4	58.3	59.0	101.0	133.2
말레이시아	31.9	40.5	54.6	65.2	79.0
멕시코	59.3	76.7	84.2	92.1	91.9
중 국	90.3	95.9	102.7	118.1	116.4
한 국	31.6	42.8	69.3	78.8	65.4
스리랑카	44.1	48.7	46.9	54.9	71.9
방글라데시	52.9	64.4	56.0	74.5	96.5

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

국별로는 태국으로부터의 수입이 가장 많은 가운데 홍콩, 말레이시아, 스리랑카, 방글라데시 등으로부터의 수입이 빠르게 증가하고 있다.

태국의 경우 지난 1998년 필리핀을 제치고 수입시장점유율 1위로 올라섰는데, 2001년에도 태국으로부터의 수입규모는 2억 9천만 달러로 전체 수입시장의 15.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

홍콩으로부터의 수입도 지난 2000년부터 빠르게 증가하고 있는데, 2001년에는 전년대비 16.4%가 증가한 2억 1천만 달러를 기록하였으며, 수입시장점유율도 1999년의 7.7%에서 11.0%로 증가하였다. 인도네시아의 경우에도 지난 1997년 4.1%에 불과하던 수입시장점유율이 2001년에는 7.1%로 증가하였다.



반면 우리나라로부터의 수입은 1997년 3천 2백만 불, 1998년 4천 3백만 불, 1999년 6천 9백만 불, 그리고 2000년에는 7천 9백만 불로 매년 수입이 급증하였으나, 2001년에는 전년대비 17.0% 감소한 6천 5백만 불을 기록한 것으로 나타났다. 이에 따라 수입시장점유율도 2000년 4.5%에서 2001년에는 3.5%로 1% 만큼 감소하였다.

2) 섬유(비 의류)

우리나라는 미국 섬유수입시장에서 중국, 캐나다, 멕시코, 파키스탄 그리고 인도에 이어 6위의 수출 국가이다. 우리나라 2001년 대미 섬유수출액은 총 7억 5천만 달러로 전년대비 7.3%가 감소하였으며, 물량 면에서는 오히려 3.6%가 증가한 7억 5천만 평방미터를 기록하

였다.

멕시코, 중국, 파키스탄 등의 경우 2001년에는 수입단가가 전년과 비슷하거나 오히려 소폭 증가한 반면, 우리나라는 11%나 수입단가가 하락함으로써 주요 수출국 중에서는 대만과 함께 수입단가가 빠르게 하락하고 있는 국가로 나타났다. 주요 섬유 수출국가별 대 미국 수출단가는 아래와 같다.

주요섬유 수출국가별 대미국 수출단가

기간	멕시코	캐나다	중국	파키스탄	한국	이태리	대만
1999	0.59	0.57	1.56	0.57	1.15	1.98	1.16
2000	0.58	0.55	1.57	0.55	1.11	1.66	1.23
2001	0.57	0.53	1.57	0.54	1.00	1.60	1.09

(주) 수입단가 : 평방미터당 미 달러화  
자료원) 미국 상무부 섬유국

미국에 진출한 우리기업들에 따르면, 우리나라 업체들은 달러화 강세 및 동남아시아, 중동, 동유럽 등 주요 수출지역의 수요 둔화로 미국수출을 돌파구로 삼고 있어 매우 공격적으로 마케팅활동을 펼치고 있다고 한다. 일례로 지난해 말부터 올 상반기 중 뉴욕지역에 사무실 설치 또는 에이전트를 지정한 업체수가 수십 개에 이른다고 말할 정도이다.

이러한 마케팅으로 의욕적인 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 과당경쟁을 하고 있어 대폭적인 가격인하로 수주를 하는 일이 빈번하다고 한다. 따라서 2000년 10월 이후 낮아진 가격은 2001년도에 이르러도 회복되지 않고 있으며 바이어들은 낮아진 가격을 한국제품의 수입단가로 굳히는 추세라고 한다. 일례로, 우리나라의 대표적인 수출품목인 폴리에스터 직물의 경우 뉴욕 수입가격이 신제품의 경우 과거 야드당 3불을 넘었으나, 이제는 2.5~2.6달러 수준으로 하락했다고 한다.

미국에 진출한 우리기업들은 중국을 가장 큰 경쟁상대로 꼽고 있는데, 직조직물(Woven Fabric)의 경우 중국과의 경쟁에서 점차 입지를 잃고 있는 추세로 나타나고 있으며, 우리나라의 최대 수출 품목의 하나인 폴리에스터의 경우에도 아직까지는 한국산이 경쟁력을 유지하고 있는 품목이지만, 일부 Back Satin Crepe와 같은 기본적인 제품에서는 이미 중국산에 밀리고 있는 것으로 나타났다.

데님이나 스판텍스의 경우에도 아직까지는 품질이나 패킹리스트 등의 서비스 면에서 중국보다 우위를 점하고 있지만, 중국의 경우 내수시장만을 대상으로도 대규모의 시설확장이

가능하고, 또 정부에서 수출 보조금을 지급하고 있어 갈수록 경쟁이 어려운 상황으로 치닫하고 있다고 한다.

#### 가) 면직물

미국의 면직물 수입시장은 년도 별로 수입 증가세와 감소세가 반복되고 있는데, 지난 1997년, 1998년 및 2000년에는 전년대비 1.3%~10.1% 수입액이 증가한 반면, 1999년과 2001년에는 오히려 수입액이 각각 5.2%, 12.8% 감소한 것으로 나타났다. 2000년에 16억 6천만 달러에 달하던 미국의 면직물 수입규모는 2001년에 급감하여 14억5천만 달러에 그친 것으로 나타났다.

미국의 면직물 수입시장은 파키스탄, 중국, 홍콩 등 아시아 국가들에 의해 주도되고 있는 것으로 나타났다. 특히 파키스탄으로부터의 수입증가세가 두드러지는데, 지난 1996년 8%에 불과하던 수입시장점유율은 2001년에 14.5%로 급증하였다. 수입증가세가 두드러지던 중국의 경우에는 2001년에는 17.4%나 수입이 감소함으로써 시장점유율도 10.2%로 줄어들었다. 홍콩의 경우에는 2000년 이래 매년 소폭의 수입감소세가 이어지고 있다.

미국의 국가별 면직물 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	1,623.1	1,643.7	1,558.0	1,663.2	1,450.6
파키스탄	151.0	178.6	154.5	201.2	210.3
중 국	154.8	118.9	162.1	178.9	147.7
홍 콩	112.8	134.0	145.9	142.3	126.6
이탈리아	97.1	109.4	107.9	123.9	111.7
대 만	70.7	69.0	96.1	93.5	101.4
멕시코	190.3	182.8	165.0	154.1	100.4
인 도	193.3	184.2	131.7	124.2	85.8
한 국	55.7	58.2	62.6	70.6	71.0
태 국	60.9	90.6	79.0	79.5	63.7
인도네시아	90.9	92.1	51.2	67.7	60.7

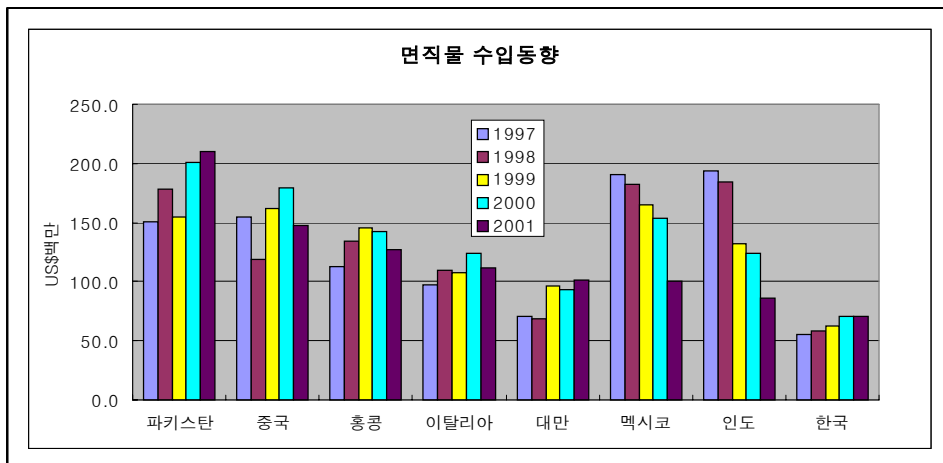
자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

지난 1997년까지 수입시장을 주도했던 멕시코와 인도의 경우는 이후 매년 수입증가율이 급락하면서 12%를 넘는 수입시장점유율이 2001년에는 6-7%대로 떨어진 것으로 나타나 파

키스탄과 좋은 대조를 보이고 있다.

이탈리아의 경우 수출액은 다소 기복을 보이고 있지만 지난 1997년 이래 시장점유율은 계속 증가세를 보여 주고 있다. 1997년 6%에 머물던 수입시장점유율은 2001년 1억 1천만 달러를 수출함으로써 7.7%로 늘어났다.

우리나라의 경우 지난 1997년 대비 수출이 급격히 위축되면서 전년대비 15.3% 감소한 5천 6백만 달러의 수출실적을 기록하였으나, 이후 완만한 회복세를 보여주고 있다. 2001년에는 7천 1백만 달러를 수출하면서 수입시장점유율이 4.9%로 증가, 지난 1996년의 4.5%보다도 0.4% 증가한 것으로 나타났다.



#### 나) 폴리에스터 직물(나일론 직물 포함)

미국의 2001년 폴리에스터 직물 수입시장 규모는 전년도의 7억 5천만 달러에 비해 19.2% 감소한 6억 1천만 달러를 기록한 것으로 나타났다. 전체적으로 미국의 폴리에스터 직물 수입시장은 지난 1998년 이래 매년 그 규모가 줄어들고 있는 추세이다. 1998년 미국의 폴리에스터 직물 수입규모는 금액기준으로 7억 5천만 달러를 기록하였다.

미국의 폴리에스터 직물 수입시장은 단연 한국이 주도하고 있지만 수입시장의 침체 등의 영향으로 인해 시장점유율이 감소하고 있는 추세이다. 지난 1997년 2억2천만 달러에 달하던 우리나라의 대비 폴리에스터 직물 수출은 지난 2001년에는 1억4천만 달러로 감소하면서 시장점유율도 1997년의 34.5%에서 2001년에는 27.7%로 감소한 것으로 나타났다.

수입시장점유율 2위를 기록중인 캐나다의 경우 지난 2001년에는 전년대비 4.5% 감소한 1억2천만 달러를 수출한 것으로 나타났다. 캐나다의 경우 수입시장 점유율 면에서는 그리 큰

미국의 국가별 폴리에스터 직물 수입동향

(단위 : 백만 달러)

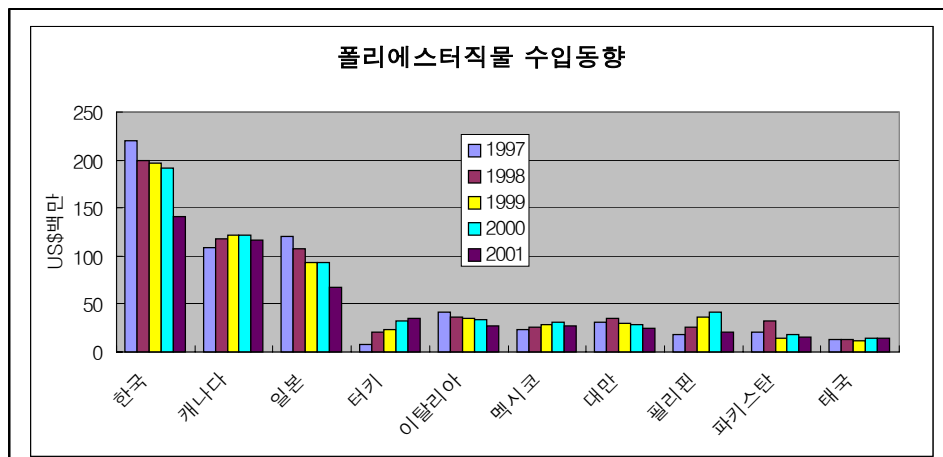
국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	750.5	751.4	709.3	751.2	607.0
한 국	220.105	199.39	196.8	191.5	141.1
캐나다	109.264	118.155	121.4	122.0	116.5
일 본	120.372	107.9	93.2	93.4	67.2
터 키	7.874	20.843	23.6	32.7	34.7
이탈리아	40.997	35.639	34.7	33.6	27.5
멕시코	23.283	26.519	29.1	30.5	27.2
대 만	31.163	35.276	30.3	27.9	25.1
필리핀	18.554	26.554	35.8	41.9	20.4
파키스탄	20.531	32.56	14.6	18.2	16.0
태 국	13.207	12.508	11.7	14.0	14.3

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

변화를 보이지 않고 있으며, 최근에는 16~17%의 시장점유율을 유지하고 있다.

일본의 경우 한국과 마찬가지로 매년 수입시장점유율이 감소하고 있는데, 지난 1997년 17.8%에 달하던 수입시장점유율은 2001년에는 12.4%까지 하락한 것으로 나타났다.

터키, 필리핀, 멕시코의 경우에는 수입규모가 상대적으로 한국, 캐나다, 일본 등에 비해 작지만, 최근 들어 꾸준한 증가 추세를 보여 주고 있다. 일례로, 터키의 경우 지난 1997년 8백만 달러에 불과하던 수출규모가 2001년에는 3천 5백만 달러까지 급증하면서 수입시장점유율 4위를 기록하였다.



## 다) 견직물

미국의 견직물 수입규모는 지난 1997년 3억 달러를 기록한 이래 전반적으로 하향곡선을 그리고 있다. 지난 2000년에는 수입이 오히려 전년대비 9.5% 증가한 2억 9천만 달러를 기록하기도 하였으나, 2001년에는 다시 19.9%나 감소한 2억 3천만 달러를 기록하였다.

미국의 국가별 견직물 수입동향

(단위 : 백만 달러)

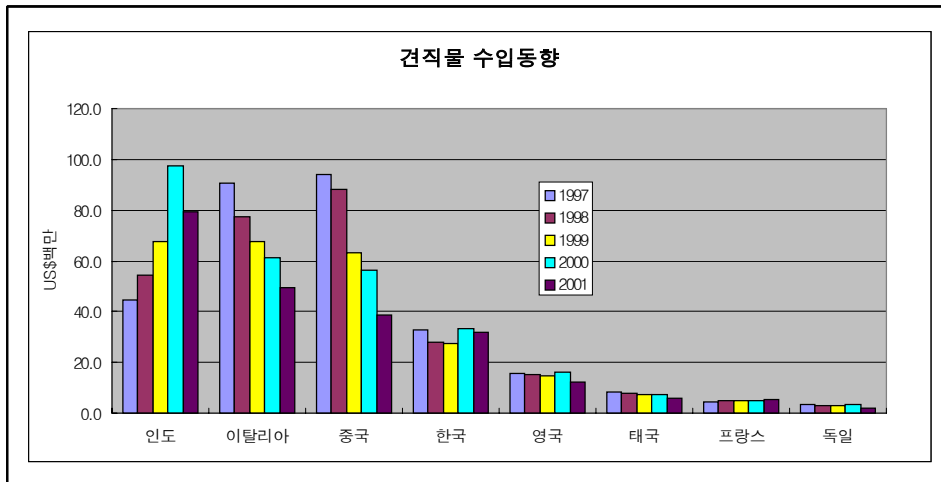
국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	303.9	287.0	262.9	288.0	230.6
인 도	44.4	54.2	67.4	97.5	79.5
이탈리아	90.8	77.4	67.6	61.2	49.7
중 국	94.3	88.2	63.1	56.3	38.7
한 국	33.0	27.9	27.6	33.4	31.7
영 국	15.9	15.3	14.9	15.9	12.3
태 국	8.2	7.8	7.3	7.5	5.8
프랑스	4.6	5.0	4.9	5.1	5.4
독 일	3.3	2.9	3.1	3.2	1.9
일 본	3.4	2.8	2.6	2.0	1.5
스위스	2.3	2.6	1.7	1.6	1.1

자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

미국의 견직물 수입시장은 인도, 이탈리아, 중국, 한국 등이 주도하고 있는데, 인도로부터의 수입이 매년 큰 폭으로 증가하고 있으며, 수입시장점유율도 2001년에는 34.5%를 기록함으로써 1997년의 14.6%에 비해 20% 가까운 성장세를 보여 주고 있다.

우리나라의 경우에도 지난 1998년 이래 수입시장점유율이 계속 증가하고 있다. 2001년 우리나라의 대미 견직물 수출은 3천 2백만 달러로 수입시장의 급격한 축소로 금액 면에서는 전년대비 감소세를 보였지만, 시장점유율은 오히려 전년보다 1.9% 증가한 13.7%를 기록하였다.

반면, 지난 1997년 한때 최대 수입국으로 부상했던 중국으로부터의 수입은 이후 매년 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타났다. 지난 1997년 31%에 달하던 수입시장점유율은 2001년에는 16.8%까지 하락하였다.



라) Non-Woven 직물

미국의 Non-Woven 직물의 수입규모는 지난 1997년 3억 달러에서 매년 증가세를 보여주고 있는데, 특히 2000년에 전년대비 수입이 21.9%나 증가한 것으로 나타났다. 2001년에도 Non - Woven직물의 수입은 전년대비 4.8%가 증가한 4억 2천만 달러를 기록한 것으로 나타났다.

미국의 국가별 Non - Woven 직물 수입동향

(단위 : 백만 달러)

국 명	1997	1998	1999	2000	2001
총 계	297.2	324.0	328.9	401.0	420.3
일 본	66.3	80.0	76.1	99.6	79.1
캐나다	60.3	57.6	56.3	56.4	54.6
이스라엘	35.7	41.4	37.9	46.6	53.9
독 일	18.6	12.5	20.5	25.0	51.8
이탈리아	18.8	20.1	20.9	29.3	33.3
멕시코	41.7	15.8	26.4	20.2	31.8
영 국	12.8	17.4	19.4	28.1	24.5
룩셈부르크	9.2	31.3	13.9	12.6	15.1
프랑스	3.5	12.5	14.0	21.2	14.0
한국(23위)	1.5	2.1	1.1	0.9	1.0

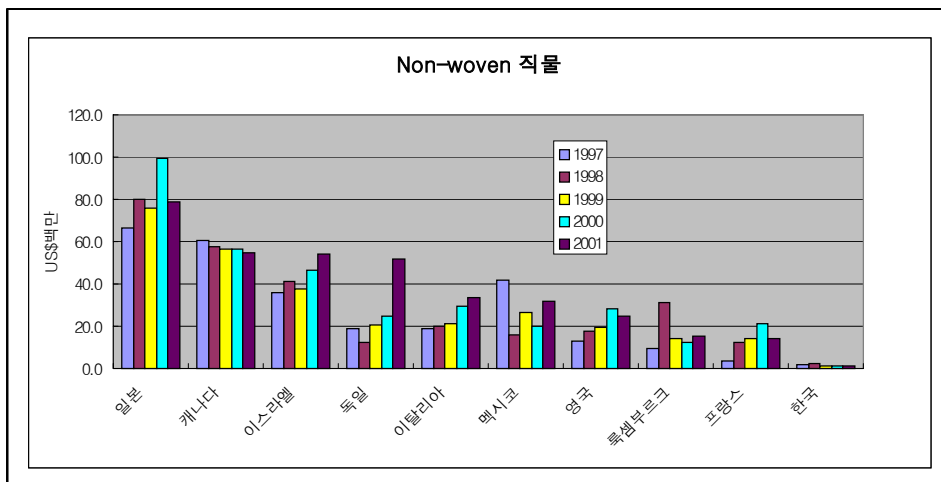
자료원) 미국 상무부, World Trade Atlas

미국의 Non - Woven 수입시장은 일본, 캐나다, 이스라엘, 독일 등이 주도하고 있는데, 최대 수입대상국인 일본으로부터의 수입은 2001년 기준으로 7천 9백만 달러로 전년대비 20.6%가 감소하였으며, 수입시장점유율도 전년대비 6.0%나 감소한 18.8%를 기록한 것으로 나타났다.

지난 1999년 이래 캐나다로부터의 수입은 큰 변화를 보이지 않고 있지만, 수입시장점유율은 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타났다. 이스라엘과 독일, 그리고 이탈리아로부터의 수입은 최근 들어 지속적인 증가세를 보여주고 있는 것으로 나타났다.

특히, 2001년 독일로부터의 수입은 전년대비 무려 107.2%나 증가한 5천 2백만 달러를 기록하였으며, 이로 인해 수입시장점유율이 2000년에 비해 두 배 가까이 증가한 12.3%에 달한 것으로 나타났다.

우리나라로부터의 수입규모는 2001년 기준, 1천 1백만 달러로 전체 수입시장의 0.2%밖에 차지하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 연도별로 다소간의 증감추세가 반복되고 있지만, 전반적으로는 지난 1998년을 정점으로 우리나라로부터의 수입은 감소세로 돌아선 이래 수입규모는 큰 변화를 보이지 않고 있는 추세이다.



### 3. 2002년도 전망

#### 가. 생산 축소, 재고 과다, 임금 제자리, 생산성 증대

미국 섬유산업은 전반적인 경기침체와 수입제품의 범람으로 어려움을 겪고 있는 가운데

9.11 테러(2001. 9. 11)는 그나마 겨우 유지되고 있던 의류 소매경기에 큰 타격을 주어 매우 어려운 현실을 맞게 하였다. 일례로 2001년 년 말 할리데이 시즌에도 의류는 최소 30%에서 최고 60%의 할인판매를 단행하여 판매에 열성을 다했으나 기대치에 훨씬 미치지 못하였으며 아울러 2002년도에 들어와서도 2001년 가격에 추가로 15%에서 30%의 할인판매를 하고 있는 상황으로 치달았다.

이러한 환경 속에서도 미국 섬유업계는 2002년도에 최악의 시기는 지나가고 경기회복이 시작될 것으로 전망하고 있다. 그러나 이는 예전과 같이 활황경기는 되지 못할 것이며 미국의 전반적인 경기가 살아나는 것과 보조를 맞추게 될 것이고 2001년보다는 견실하고 혁신적이며 국제시장에서 경쟁을 할 수 있는 정도가 될 것으로 기대하고 있다.

우선 2002년도 생산은 2001년도 수준에 미치지 못할 것이다. 출하액은 800억불로 예상되어 1997년도의 최고 수준 보다 100억불 정도 적은 수준이 될 것이다. 이렇게 저조한 생산이 예상되는 이유는 2001년도 연말의 과다한 재고에 기인한다. 2001년 연말 기준으로 판매 대비 재고율은 1.70으로 이는 1994년도의 1.40에 비해 상당히 높은 수준에 있다. 이렇게 높은 비율은 2002년도 상당기간 수요에 충족할 수 있어 생산활동에 부정적인 영향을 줄 것으로 예상된다. 그러나 예년도에 재고과다에 따른 재고조정은 나타나지 않을 것으로 보인다.

현재 공장 가동률은 73% 정도로 이는 1994년도 최고치인 91%에 비하여 매우 낮은 수준이나 가까운 장래에 공장 가동률을 올릴 수 있는 주요 지표가 아직은 나타나지 않고 있다. 그러나 이렇게 저조한 가동률 문제는 모든 섬유제품에서 일률적으로 나타나지 않고 품목별로 다른 양상을 보이고 있다.

다양한 새로운 직조방법과 마무리로 인한 새로운 상품 출시와 패션계에서 아직도 관심이 증가하고 있는 Denim시장은 단단한 수요를 가지고 있다. 몇몇 Fleece, Velour, 나일론 형태가 잘 판매되고 있으며 Corduroy도 제법 강한 수요를 나타내고 있다. 남성복 패션이 사치스러움과 우아함으로 변하면서 울과 캐시미어 혼방 또는 울100%의 판매가 증가하고 있다. 울에서는 바지용 가벼운 울이 가장 많은 인기를 끌고 있다.

아울러 부직포의 전망도 매우 밝다. 어린이용 기저귀와 여성용 위생용품과 산업용으로 사용할 수 있는 전문제품으로 많은 량이 판매되어 매우 빠르게 성장하고 있다. 아울러 부직포는 알리지방지용품, 먼지떨이용품, 진공청소기 필터, 노인의 대소변을 받아 내는 위생용품 등을 새로이 개발하여 기존 제품을 대체하는 것이 아니고 새로운 등급의 제품을 만들어 내고 있기 때문에 새롭게 각광을 받고 있는 분야이다.

그러나 카키(Khaki)제품은 패션에 대한 인기가 시들해지면서 계속 수요가 저조하다. 아울러 주택시장이 좋지 않아 카펫도 2년째 판매감소를 겪을 것이다. 바닥장식재는 올해 1%~2%의 판매감소가 예상되어 작년도 최고 수준에 비해 7% 정도 감소할 것이며 집안 장식용품 시장도 좋지 않을 것으로 예상된다.

2002년도 섬유산업 근로자의 임금은 거의 제자리에 머무를 것으로 판단된다. 2001년도에 임금이 약 1.5% 상승하였으나 2002년도와 2003년도에는 소수점 이하의 임금이 오를 것으로 예상된다. 실제로는 생산성 향상으로 인하여 임금은 낮아지는 결과를 보일 것이다.

이러한 생산성 증대는 기술개발과 세계적인 경쟁시장에서 경쟁적인 우위를 갖고 변창하는데 중요한 경쟁요소로 작용할 것이다. 이를 위하여 섬유산업은 매년 20억불 이상을 투자하여 새로운 공장을 건설하고 최첨단 기계를 1987년부터 설치하기 시작하였다. 가장 최근 자료에 의하면 1999년도에 약 30억불을 기계 구입에 지출한 것으로 나타난다.

이러한 노력으로 1987년도에는 1시간에 12.9평방미터의 직물을 생산할 수 있었으나 10년 후인 1997년도에는 34평방미터를 생산하여 165%의 생산성 상승을 달성하였다. 미국 노동부의 통계를 보더라도 직물류, 니트류, 원사 등의 산업에서의 생산성 향상이 자동차, 기계, 종이, 철강 등의 산업의 생산성 향상을 능가한 것으로 나타나고 있다.

10년 전에는 섬유산업 종사자 1인당 1시간에 39.40불 상당의 제품을 출하하였으나 현재는 54.20불(인플레이 조정 후)로 나타나 38%의 효율 증대가 이루어졌으며 이는 전 산업의 효율 증대보다 30%나 높은 수치이다. 따라서 미국 섬유생산은 세계에서 가장 효율적이고 생산적인 시스템을 가진 분야 중 하나로 평가를 받고 있다.

#### 나. 가격 및 수입 정제, 고용 최저, 혁신적인 신제품 개발 시동

2002년도에는 수요 부족, 경쟁 심화, 과다한 생산능력 등에 기인하여 원사 가격의 큰 인상은 없을 것으로 전망된다. 비록 의미있는 정도의 인상은 없더라도 선별적으로 소폭의 가격인상은 있을 것으로 예상된다.

면사 가격은 2001년 수준인 파운드당 30센트 정도가 될 것이며 이는 30년 중 가장 낮은 수준이다. 더욱 중요한 사실은 이렇게 약한 가격 패턴이 곧 끝날 징후가 보이지 않고 있다는 것이다. 2002년도에 미국에서 약 2,000만 Bales의 면사가 생산될 것이나 수요 부진으로 재고가 44% 증가한 770만 Bales이 될 것이다. 낮아지는 가격 압력에 더하여 미국 달러화의

장세는 외국 바이어들이 달러화로 결제하여야 하는 미국산 면사를 더욱 선호하지 않게 할 것이다. 그러나 더 좋은 품질로 더 많은 면을 생산하고 추위와 해충에 더 잘 견디는 면을 개발하는 등의 면사 품질 증진 노력은 장기적으로 플러스로 작용할 것으로 전망된다.

현재의 인조사 가격도 생산자들에게 비용 절감을 요구하고 있다. 2001년 말부터 2002년 초에 이르는 몇 개월간 인조사 가격은 안정된 상태이지만 정부 통계를 보면 일년전과 거의 같은 수준을 유지하고 있다. 최근 보고서에 따르면 나일론, 폴리에스터, 폴리에스테르에서 가격이 소폭 내렸다.

향후 인조사의 수요는 약할 것으로 전망된다. 가격이 얼마나 낮아질 것인가는 전적으로 경기 부양시기와 원유 생산 감축이 얼마나 될 것인가에 달려 있지만 현재 0.5%~1%의 추가가 하락 가능성이 매우 높은 것으로 업계는 보고 있다.

울의 공급도 충분한 것으로 나타난다. 중요한 몇몇 등급은 2001년도에 비해 약간 높은 가격에 거래되고 있다. 한편 캐시미어 가격은 급락하여 캐시미어 원단 가격이 작년 여름 보다 12%에서 15%까지 낮아졌다. 현재 공급, 수요, 비용 구조를 기준으로 보면 가까운 장래에 가격이 반등할 것으로 예상하기는 매우 어려우며 2001년도와 동일한 수준이 될 것이라는 것이 가장 우세한 전망이다.

2002년 이후에는 경제가 활기를 띠 것으로 전망되어 섬유가격도 소폭 상승할 것으로 예상된다. 이러한 배경에는 생산설비에 대한 지출 감소와 생산공장의 폐쇄로 인한 생산능력 감소가 반영된 결과일 것이다. 참고로 미국 섬유 생산능력은 2001년도에 3.5%, 2000년도에 1.5% 각각 감소하였다.

2002년도 가장 큰 의문부호를 가지고 있는 분야는 해외무역이다. 확실한 것은 미국 경기가 침체되어 있기 때문 수입이 예년처럼 증가하지 않을 것이라는 점이다. 그러나 현재의 경기침체는 세계적인 것이기 때문에 미국 제품의 대외 수출증가를 기대하는 것도 현실적이지 않다. 따라서 2002년도 섬유의 무역수지는 650억불 적자가 예상되어 기록을 세울 것으로 보인다.

지난 4년간 아시아국가들의 통화가 평균 40% 평가절하됨으로써 대 미국 섬유수출이 80% 증가하였다. 이로써 미국에서 판매되는 의류의 80%가 수입품이라고 업계는 주장하고 있다. 따라서 섬유생산자협회는 순 손실의 이월 년도를 연장하여 주고, 쿼터 폐지를 가속하지 말고, 미국산 섬유제품의 수출을 위하여 외국시장 개방에 노력하고, 현재의 무역법 적용을 더욱 엄정하게 실시하며, 불법환적을 근절하기 위한 노력을 더욱 강화하여 주기를 정부

에 요청하였다.

아울러 이들은 의회지도자들과 협력하여 파키스탄에 제공한 경제원조가 미국 섬유산업에 미치는 영향을 최소화하도록 하고 CBI(카리비안 인센티브제도) 하에서 사용되는 섬유의 염색과 마무리가 미국 내에서 이루어져야 한다는 것을 확실하게 하도록 하고 있다.

한편 섬유 및 의류 수출에서도 몇 가지 향상된 내용이 있다. 비록 전체 수출금액은 작을 지라도 지난 10년간 2배로 증가하였으며 수출대상국가들이 아시아국가로부터 북아메리카국가로 변환되고 있다. 예를 들어 멕시코가 아시아로부터 수입하는 양의 3배를 미국에 수출하고 있는데 이들은 거의 모두 미국산 원단을 사용한 것이다.

2000년 10월에 통과된 CBI법안은 미국 의류업체들에게 신속한 딜리버리를 제공할 수 있기 때문에 미국 섬유 생산자들에게 긍정적인 효과를 가져와 향후 수년간 연평균 10% 정도 성장할 것이며 그 이후에는 8% 정도의 성장이 예상되고 있다. 그러나 이러한 상승분의 어느 정도는 멕시코 분을 상쇄하는 것으로 보고 있다.

2005년도에 수입쿼터가 완전 폐지되면 CBI는 어떻게 될 것인가. 업계에서는 일상적인 의류제품은 아시아국가에서 생산되나 증가 이상의 제품은 CBI지역에서 생산될 것으로 전망하고 있다. 이는 다시 말해서 미국 섬유생산자들이 보다 고급스런 제품을 개발하여 CBI지역의 의류생산업체에게 판매하여야 할 것을 제시하고 있는 것이다.

섬유산업의 지속적인 축소로 고용은 최저수준을 기록할 것이다. 아울러 생산성이 증대되고 수요가 감소하여 올해 원사와 직물 생산분야의 고용인수는 5% 감소하여 453,000명이, 의류는 7% 감소하여 529,000명이 각각 될 것으로 예상된다. 수익률은 2001년도의 최저 수준에서 조금 향상될 것이다. 아울러 미국 산업평균 수익률 보다 훨씬 낮은 수준에 있을 것이다. 이는 주식시장의 회복을 제한할 것이며 전반적인 경기가 활성화되어야 해소될 것이다.

새롭고 더욱 유연성 있는 기계의 구입은 지속될 것이고 전반적인 생산성 증대에 기여할 것이다. 그럼에도 불구하고 섬유산업 생산활동이 실망스러울 것이고 현재의 생산설비의 70%만이 가동되고 있어 기계구입은 매우 낮은 실적을 보일 것이다.

향후 섬유업체들이 살아남기 위하여는 혁신적인 틈새제품이나 현재의 제품을 향상시킨 제품을 만들어 내야 할 것이다. 놀랄 것 없이 큰 회사들은 창의적인 계획으로 소비자들을 이끌어 들이고 경쟁적인 위치를 방어할 수 있는 전략이 필요할 것이다. 업계는 어느 때보다도 새로운 제품이 필요하다고 말한다.

소매상들은 새로운 원단을 원하고 있고 생산업체들은 새로운 제품들을 만들어야 한다. 다

른 경영자는 만일 시장에 합당한 원단을 생산하면 기회는 많으며 항상 눈을 뜨고 있어 수입상들이 모방할 수 없는 고수익성의 틈새제품을 만들어 내야 한다고 말한다.

특히 최근 관심이 증가하고 있는 나노 기술이 한 실례이다. 동 기술은 원사 조직을 변화시켜 원단에 전혀 다른 성격을 줄 수 있다. 예를 들면, 원단의 습기조절이 가능하고 주름지지 않게 하며 면과 같이 부드러우나 폴리에스터와 같은 성능을 제공한다.

일리노이주에 소재한 Motorola사는 어떻게 세척을 하여야 하는지를 세탁기에게 알려주는 직물을 연구하고 있다. 노스캐롤라이나주에 소재한 Nano-TEX는 몸의 냄새를 만드는 역겨운 탄화수소를 흡수하는 직물을 만들어 내고 있다. 어느 회사는 심장박동 수, 신체온도, 땀, 등을 모니터하고 나아가 얼마나 많은 칼로리를 소비하는지를 측정할 수 있는 티셔츠를 만들기를 바라고 있다. 심지어 오래된 데님제품도 새로운 제품으로 시선을 집중하고 있다. 예를 들어 특수한 마무리로 특별한 데님을 만들어 내는 것은 물론, 스판덱스, 폴리에스터, 폴리프로피렌 등을 섞어서 새로운 데님을 만들어 내고 있다.

향후 미국의 섬유 산업은 점점 더 작아질 것이다. 아울러 전문적인 제품을 제공하여야 할 것이다. 그리고 더욱 더 국제화가 이루어져야 할 것이다. 이러한 상황에서 살아남기 위하여는 향후 시장을 “예측”하여야 할 것이다. 전문가들은 미국 섬유산업은 향후 5년 내지 10년간은 정점에서 내리막길을 타지만 살아있을 것으로 보고 있다. 그러나 이는 일상용품이 아니고 고급제품으로 꾸준하지만 매우 제한적인 시장에서 그리고 생산자가 경쟁력을 유지할 수 있는 틈새제품으로만이 가능할 것이라고 말한다.

## Ⅱ. 미국 섬유류 유통구조

1. 개요
2. 대형 의류 소매유통망의 유통구조
3. Marts(Market Center)와 Market Weeks
4. 지역별 최근 섬유시장 동향

## II. 미국 섬유류 유통구조

### 1. 개요

미국의 섬유산업 구조는 생산부터 판매에 이르기까지 성격에 따라 다양하고 복잡하게 분화되어 섬유(원사)제조업체, 원단(직물)제조업체, 컨버터, 에이전트 등, 원사 생산을 전문으로 하는 업체부터 직물 및 의류생산을 위한 많은 공정을 일괄적으로 처리하는 회사까지 다양하게 존재하고 있다. (다음페이지 미국 섬유산업의 흐름도 참조)

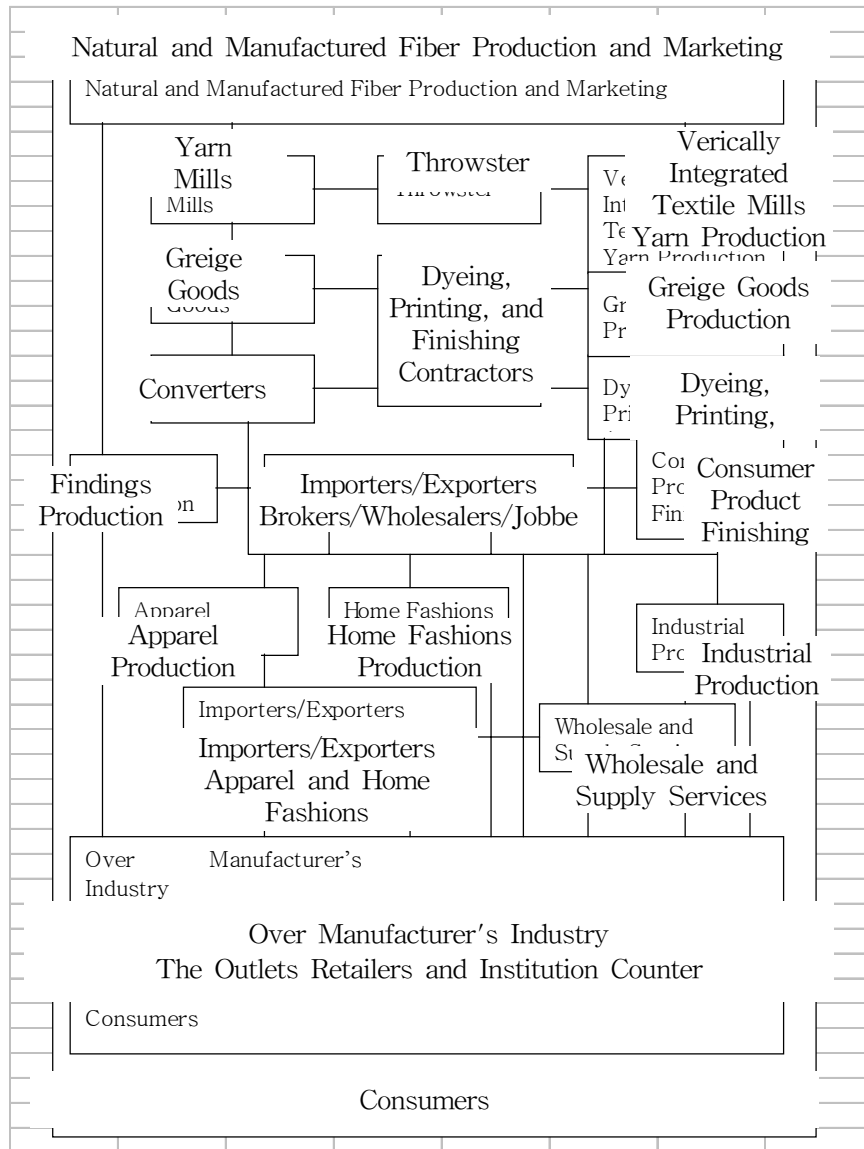
이들은 자신들의 고유의 비즈니스 영역이 있지만 비즈니스를 만들기 위하여 다른 영역의 일도 겸비하는 경우가 대부분이다. 따라서 최근에는 한가지 영역 보다는 머천다이저(Merchandiser)의 성격을 갖게 되는 경향이 뚜렷하다. 비즈니스 영역별 특징은 다음 표와 같다.

비즈니스 영역	성 격
의류 Manufacturer	텍스타일을 사서 의류를 생산하는 회사로 미국내 주요 백화점 및 할인점에 의류를 납품하는 일을 하고 있음
Converter	미국의 원래 Converter는 원사를 구입, 가공하여 의류 Manufacturer를 비롯한 바이어들에게 납품하나 직물 수입 Converter는 직물을 수입하여 의류 Manufacturer에게 소개하고 판매함
에이전트	자기 공장이 없이 텍스타일을 소싱하여 의류 Manufacturer, Converter들에게 연결시켜 주고 커미션을 받음
직물 생산회사	실을 뽑는 것부터 직물 생산까지 일괄적으로 모든 공정을 처리하는 회사들도 있지만, 분야별로 필요한 부분을 소싱하기도 함

참고로, 우리나라 직물 업체들이 미국에 수출하기 위하여 주로 접촉하는 회사들은 의류 제조업체(Manufacturer), Converter, 에이전트 등이다.

최근 미국의 직물 바이어(특히 의류 Manufacturer)들은 대부분 뉴욕과 같은 대도시에 상주하며 구매 계약을 하고 있으나, 주문한 상품들은 미국으로 오지 않고 노동력이 싼 중국과 같은 개도국 공장으로 보내 의류를 생산(Off-Shore생산)하여 미국으로 들여오고 있다.

미국 섬유산업 구조



미국의 의류시장은 도매가격에 따라 다음과 같은 5개의 Zone으로 구분되어 있고, 현재 Moderate Zone이하의 시장은 중국을 비롯한 개발도상국 제품이 대부분을 점유하고 있는 것으로 나타나고 있다.

미국 의류시장 제품군

제품군	내역	브랜드명
Designer Zone	디자이너제품으로 도매가격이 가장 높음	Yves St. Laurent, Bill Blass, Armani, Chanel, Calvin Klein, Donna Karan, St. John Knits 등
Bridge Zone	Designer Zone과 Better Zone의 중간으로 가격이 저렴한 디자이너 제품	Armani X, DKNY, Ellen Tracy, Adrienne Vittadini, 등
Better Zone	중간 가격으로 Moderate Zone보다는 조금 비싼 제품	Liz Claiborne, Jones New York, Evan Picone, Nautica, Claiborne, Re-union 등
Moderate Zone	일반적으로 많이 알려진 브랜드 제품	Jantzen, Dockers, Levis, Guess, Kaspar, Macy's Charter Club, Lizwear 등
Budget(Mass) Zone	가장 낮은 가격에 대규모로 생산되는 제품	Kmart's, Jaclyn Smith, JC Penny, Target 등

미국의 대부분의 직물 바이어들은 자신들이 만든 샘플을 진열할 수 있는 쇼룸(Showroom)을 맨하탄에 가지고 있다. 그리고, 백화점, 유통업체, 소매상, 의류제조업체 등 바이어들과의 대부분의 거래들은 실제로 이러한 쇼룸과 뉴욕 오피스에서 이루어진다.

아울러 회사의 마케팅을 담당하는 직원들은 자신들의 쇼룸과 전시회를 통해서 바이어들에게 샘플을 보여주고, 협상을 거쳐 계약을 체결하게 된다. 보통 텍스타일 공급 계약은 최종 상품이 시장에 나오기 6개월에서 9개월 전에 체결되고 있다.

보통 가을/겨울(F/W:Fall/Winter) 의류 제작을 위한 계약은 그 전해 10월과 11월에 주로 이루어지고, 봄/여름(S/S:Spring/Summer) 상품 제작을 위한 계약은 그 전해 3월과 4월에 이루어진다. 이 기간 동안 의류 Manufacturer와 홈 패션 회사들은 이들 쇼룸에서 샘플을 구입하고, 인콰이어리를 내며, 몇몇의 규모가 큰 구매는 이기간에 이루어지기도 한다.

그러나 대부분의 거래는 바이어가 자신의 소매상들이 구매를 확정하는 시기에 맞추어 본 주문을 하게 된다. 따라서, 대부분의 텍스타일 제조업체와 컨버터, 에이전트들은 F/W 시즌과 S/S시즌에 맞추어 신제품을 선보이고, 마케팅활동을 적극적으로 하게 된다.

최근에는 많은 회사들이 자신들의 상품을 인터넷과 같은 온라인통신 수단을 통해 프로모션을 하고 있으며, 텍스타일 거래를 위한 전문 웹사이트도 생겨나고 있는 추세이다.

## 2. 대형 의류 소매유통망의 유통구조

미국 전국에 산재해 있는 Bloomingdale's, Macy's 및 Robinson's May 등 대형소매체인들은 대부분 본사의 구매담당 부서에서 물품구입을 결정하고 있다. LA 소재 베벌리센터 내 Bloomindale's의 총책임자 아론 로즈에 따르면 각 매장은 어느 회사의 제품이 얼마만큼 매장에 들어왔는지 등에 대한 정보는 가지고 있지만 어느 국가에서 생산되었는지의 정보는 확인하지 않고 있다고 한다.

매장 안을 살펴보면 Bridge Zone에 해당하는 DKNY 및 Ellen Tracy 등의 제품의 경우 우리나라, 폴란드, 중국 및 포르투갈 등에서 생산된 것들이 많았다. Bridge Zone, Better Zone에 포함되는 브랜드의 의류들은 대부분 디자인만 브랜드 디자이너들이 하고, 한국을 비롯한 상기 국가에서 생산해 수입된 제품이 주종을 이루고 있다. 예를 들어 DKNY의 경우 Made in Korea, Made in Hong Kong의 표시가 붙은 여성의류들의 경우, 디자인이 완성되면 DKNY는 전세계에 산재한 자사의 의류 생산공급업체들에 디자인을 설명하고 원하는 수량, 기한 및 가격 등을 통보해 특정 디자인에 대한 해외 생산업체를 결정한다. 이러한 일을 대행해주는 업체도 있다.

Bloomingdale's나 Macy's와 같은 유명 백화점 혹은 Ross Stores와 같은 할인매장은 엄청난 규모의 물품 보관창고에서 수입된 물품을 보관하며 불량품 검사 후 해당 매장에 제품을 공급한다. 미국 내 어느 매장에서 어떤 종류의 수요가 얼마나 필요한지는 전산화를 통해 파악되므로 각 지점의 수요에 맞춰 신속하고 정확한 공급이 가능하다.

아울러 이러한 대형 소매체인들의 경우 제조업체와 물품공급계약 시에는 미리 계약서에 거래조건(Terms & Conditions)을 작성하며, 이 조건 중 지급 조건으로 Net 30-Day Payment, 60-Day Term 등의 내용을 정하고 실제 소매 판매가격(Retail Price) 및 평균 판매가격(정가 판매가격 및 세일가격에 대한 예상)을 기입한다. 예를 들어 어느 의류의 생산 비용이 \$18, 실제 소매 정가판매가격이 \$36일 경우 정가뿐만 아니라 세일가격도 계산해 판매가격을 \$25.50으로 책정하므로 마진율은 \$7.50이 된다.

불량품으로 인한 RTV(Return To Vendor)에 대한 내용도 정하는데 보통 전체 구매량의 3% 정도로 산정해 공급자는 구매자에게 청구서의 97%만을 받는다. 품질에 완전한 자신이 있을 경우 100%의 금액을 모두 지급 받지만 일부라도 제품에 하자가 있을 경우 전부 수거해야 하기 때문에 대부분 Damage Average 명목으로 일정부분은 바이어 측에 돌려주고 있다.

미국의 의류 소매업체 중 Gap Inc.은 2001년 기준 136억7천 여 달러의 매출을 올려 업계 1위를 차지했다. 그 뒤를 Limited Inc.와 TJX가 잇고 있다. 주요 소매 유통체인의 매출액은 다음과 같다.

미국 주요 소매유통체인의 매출액

(2001년도 기준)

업 체 명	총 매출액(US 백만 달러)
Gap Inc.(www.gap.com)	13,673
Limited Inc.(www.limited.com)	10,105
TJX(www.tjx.com)	9,579
Nordstrom(www.nordstrom.com)	5,529
Foot Locker(www.footlocker-inc.com)	4,356
Spiegel Group(www.spiegel.com)	3,061
Ross Stores(www.rossstores.com)	2,709
Stein Mart Inc.(www.steinmart.com)	1,207
American eagle Outfitters(www.ae.com)	1,094

### 3. Marts(Market Center)와 Market Weeks

주요 도시 별 Marts의 위치

도 시 명	위 치
Atlanta	Atlanta Apparel Mart at the Atlanta Market Center 250 Spring Street, NW Atlanta, GA 30303
Chicago	Chicago Apparel Center 350 North Orleans Street, Chicago, IL 60654
Dallas	International Apparel Mart, International Menswear Mart 2300 Stemmons Freeway, Dalls, TX 75258
Los Angeles	California Mart 110 East Ninth Street, Los Angeles, CA 90079
New York	Fashion Center Headquarters 249 West 39th Street, New York, NY 10018 주) 한 개의 건물이 아니고 맨하튼의 7th Ave.와 Broadway를 중심으로 Garment District라 하여 약 4,500개의 쇼룸이 모여있음

Mart란 섬유업체들의 쇼룸이 밀집해 있는 건물 또는 건물군을 의미하는데, 예전에는 섬유제품의 거래가 주로 뉴욕에서 이루어져 뉴욕에만 Mart가 존재하였으나, 시간이 지나고 지역별 시장이 커짐에 따라 LA, 아틀란타, 시카고, 달라스와 같은 대부분의 대도시에도 뉴욕과 같이 직물 거래를 위한 Mart와 쇼룸의 집산지들이 탄생하였다.

대부분의 대도시에 자리잡은 섬유 Mart는 Market Week 기간 동안 쇼룸이 없는 업체들이 임시로 사용할 수 있는 전시장도 갖추고 있다. 주요 도시의 Mart 위치는 앞의 표와 같다.

### 가. 뉴욕

Market Week란 해당 지역 섬유 생산업체들이 일정 기간 동안 해당 지역 내 밀집한 쇼룸에 자사의 생산품들을 전시하고 미국 전역에 소재한 소매상들과의 상담의 장으로 활용하는 일종의 전시박람회이다. 일반 전시박람회의 경우 일정한 박람회장을 임차해 자사제품을 전시하지만 마켓 위크의 경우 자사의 쇼룸을 그대로 활용한다는 점으로 우리의 전래 ‘장터’를 연상케 한다.

섬유생산회사는 자사 제품을 쇼룸에 전시하고 바이어에게 소개한다. 대부분 미국 내 마케팅은 이 기간 내에 이루어지므로 각 업체들은 이 시기에 마케팅의 모든 것을 쏟아 붓는다고 해도 과언이 아닐 정도로 최선을 다한다.

뉴욕의 Market Week기간 중 백화점, 대형양판점, 의류 전문체인점, 일반 소매상 등의 바이어들이 쇼룸과 전시장에 와서 다가오는 계절에 대비한 상품들을 집중적으로 소싱하고 있다. 따라서 세일즈하는 회사에서는 새로운 상품을 소개하고, 단기간 동안 수많은 바이어들을 만나 반응을 얻는데, 이 기간동안 자신들이 내놓는 상품의 성공과 실패가 결정되기 때문에 이기간에 대비해 많은 준비를 하게 된다.

뉴욕의 2002년도 Market Week 일정은 다음과 같다. 동 일정은 매년 조금씩 변경될 수 있으나 지난 수년간 내려온 일정이기 때문에 거의 같은 시기에 이루어지고 있으며 따라서 우리나라 업체들은 거래선과 동 기간 보다 최소 3개월 전부터 전시할 제품에 대하여 상담을 완료하고 전시회 1개월 전에는 샘플을 송부하여야 상담의 효과를 얻을 수 있다.

## 2002년도 뉴욕의 Market Week 일정

**Intimate Apparels**

Fall 2 : 1월 8일 주간  
 Holiday : 3월 4일 주간  
 Transition : 5월 6일 주간  
 Spring : 8월 5일 주간  
 Fall 1 : 11월 4일 주간

**Swimwear**

1월 첫째 주  
 8월 첫째 및 둘째 주

**Bridals**

Fall 2002 : 4월 29일 - 5월 2일  
 Spring 2003 : 10월 21일 - 25일

**Ready to Wear**

Transition/Fall 1 : 1월 8일 - 12일  
 Fall 2 : 2월 5일 - 23일  
 Holiday : 3월 26일 - 4월 6일  
 Resort : 6월 4일 - 15일  
 Spring 1 : 8월 6일 - 17일  
 Spring 2 : 9월 5일 - 21일  
 Summer/Transition : 10월 29일 - 11월 9일

## 나. 로스앤젤레스(LA)

LA의 경우 섬유 의류업계의 상설 쇼룸은 자바시장 내 California Mart 내에 몰려 입주해 있다. 캘리포니아 마트의 면적은 약 140만 S/F로 1,500개에 달하는 업체의 쇼룸이 있다. 이 곳에서 남가주 지역 섬유생산업체들은 바이어와의 지속적 만남을 위해 1년에 5차례의 Market Week을 열고 있다. 마켓 위크 기간 중에는 보통 시즌보다 4-6개월 정도 빨리 유행을 선보인다.

1년에 두 차례 개최되는 The Los Angeles International Textile Show는 캘리포니아 마트 13층에서 개최된다. 금년 4/5월 박람회에는 약 300여 개의 섬유업체가 참가했으며, 우리나라의 지상사 및 교포업체도 상당수 참가한 것으로 나타나고 있다. Acetate, Fabric, Intimate Apparel, Rayon, Yarn 등 거의 모든 섬유 카테고리 별로 업체들이 참가한다. 이

전시회는 캘리포니아 마트에 쇼룸이 없어도 13층의 각 쇼룸을 임대 사용할 수 있으며 소규모의 박람회 장에서도 부스를 설치할 수 있다.

참가를 원하는 업체는 Textile Show개막으로부터 4개월 전까지 참가신청서를 접수해야 한다. 참가 신청서는 참가희망업체의 명함과 전시품목 등을 기재해 팩스로 접촉을 하고 난 후 전시회 사무국(Show Department)에서 참가희망업체에 신청서를 발송한다고 한다.

#### International Textile Show Department

담당자 : Ms. Jenni Kester

전화 : 1 - 213 - 630 - 3652

팩스 : 1 - 213 - 630 - 6827

#### 2002년도 로스앤젤레스의 Market Week 일정

**1월 11일 - 15일**

Los Angeles Fashion Week (Summer '02)  
Women's market  
FOCUS - Contemporary/Better/Bridge/Designer  
PCT Fashion Pavilion  
Accessories  
Intimate Apparel  
Kid's Market

**1월 13일 - 14일**

Los Angeles Shoe Market

**4월 12일 - 16일**

Los Angeles Fashion Week (Fall I '02)  
Women's market  
FOCUS - Contemporary/Better/Bridge/Designer  
PCT Fashion Pavilion  
ENK / Pacific Champions  
Accessories  
Intimate Apparel  
Kid's Market

**4월 14일 - 15일**

Los Angeles Shoe Market

**4월 15일 - 18일**

Los Angeles Junior & Contemporary Market (Fall '02)

**4월 29일 - 5월 1일**

Los Angeles International Textile Show

**6월 7일 - 11일**

Los Angeles Fashion Week (Fall II / Holiday '02)

Women's market

FOCUS - Contemporary/Better/Bridge/Designer

PCT Fashion Pavilion

Accessories

Intimate Apparel

Kid's Market

**6월 9일 - 10일**

Los Angeles Shoe Market

**8월 9일 - 13일**

Los Angeles Fashion Week (Holiday / Resort '02)

Women's market

FOCUS - Contemporary/Better/Bridge/Designer

PCT Fashion Pavilion

Accessories

Intimate Apparel

Kid's Market

**8월 12일 - 13일**

Los Angeles Shoe Market

**10월 7일 - 10일**

Los Angeles Junior & Contemporary Market (Spring '03)

**10월 21일 - 23일**

Los Angeles International Textile Show

**11월 1일 - 5일**

Los Angeles Fashion Week (Spring '03)

Women's market

FOCUS - Contemporary/Better/Bridge/Designer

PCT Fashion Pavilion

Accessories

Intimate Apparel

Kid's Market

**11월 3일 - 4일**

Los Angeles Shoe Market

다. 아틀란타

아틀란타의 경우 AmericasMart라는 의류 및 잡화 Mart가 있는데, 이곳에서는 매년 수차례의 의류관련 전시회가 개최되고 있으며, 쇼룸 등을 운영하는 입주업체도 약 2천 개에 달하고 있다. 2002년도에도 4월까지 4차례에 걸쳐 전시회가 개최되었으며, 6-8월, 그리고 10월에도 5회의 전시회가 예정되어 있는 것으로 나타났다.

2002년도 아틀란타의 Market Week 일정

<p><b>1월 24일 - 28일</b>                      Women's and Children's Apparel &amp; Accessories Market</p>
<p><b>1월 27일 - 29일</b>                      Atlanta Men's Market(Collective, Urban, Urban Elite and Fashion)</p>
<p><b>4월 11일 - 15일</b>                      Women's and Children's Apparel &amp; Accessories Market                      Atlanta International Bridal &amp; Special Occasion Show                      The A-Line Show</p>
<p><b>4월 14일 - 16일</b>                      Atlanta Men's Market (Urban, Urban Elite and Fashion)</p>
<p><b>6월 20일 - 24일</b>                      Women's and Children's Apparel &amp; Accessories Market</p>
<p><b>7월 28일 - 30일</b>                      Atlanta Men's Market(Collective, Urban, Urban Elite and Fashion)</p>
<p><b>8월 22일 - 26일</b>                      Women's and Children's Apparel &amp; Accessories Market                      Atlanta's New International Bridal Show</p>
<p><b>10월 17일 - 22일</b>                      Women's and Children's Apparel &amp; Accessories Market                      Southeastern Swim &amp; Resortwear Show</p>
<p><b>10월 20일 - 22일</b>                      Atlanta Men's Market(Urban, Urban Elite and Fashion)</p>

아틀란타 지역의 Market Week에는 특히 미국내의 소규모 소매점들이 주로 참여한다고 하는데, 전시회를 주관하고 있는 Mr. George Lancaster(Managing Director)에 따르면, 참가 바이어의 90% 이상이 소규모 소매상인 점을 고려해 볼 때, 소량주문에 대응할 수 있는 능력이 제품공급의 관건이라고 밝히고 있다. 그는 한국기업들도 전시회에 부스를 확보, 참가할 경우 미리 미국 내에 자체 웨어하우스를 확보하거나 Pick & Pack이라는 웨어하우스 서비스 업체를 확보해 소량주문에 신속하게 대응할 수 있는 체제를 갖출 것을 권하고 있다.

아울러, AmericaMart에는 2천 개에 달하는 잡화 및 의류 업체들의 쇼룸이 상주하고 있기 때문에 전시회에 참가하는 국내기업의 경우에는 사전에 Mr. Lancaster를 접촉해서 입주기업들에 대한 정보를 입수, 사전 접촉함으로써 Market Week 기간 중 효과적인 상담을 벌일 수 있음을 귀띔하고 있다.

#### 4. 지역별 최근 섬유시장 동향

미국의 동부, 서부, 동남부지역의 섬유시장을 대표하는 뉴욕, 로스앤젤레스, 아틀란타의 최근 섬유시장의 동향과 바이어를 조사하였다.

뉴욕은 중소 수입상들이 산재해 있으며 아울러 대형 의류생산업체, 백화점, 대형유통체인 점들이 사무실과 쇼룸을 개설하고 미국의 패션을 주도하고 있으며 미국 전역에 필요한 물량을 구입하는 곳이다.

로스앤젤레스는 미국 서부시장의 중심지이며 아울러 남미와의 섬유 교역에 있어 중심지 역할을 하고 있다. 뿐만 아니라 아시아지역에서 수입되는 섬유 물량의 대부분이 로스앤젤레스 항을 통해 미국 내 반입되어 미국 전역에 육로 운송이 시작되는 기점 역할을 하고 있다.

아틀란타는 동남부 지역의 새로운 물류 중심지로 자리를 잡아가고 있으며 아직은 자체적으로 수입을 하기 보다는 뉴욕과 로스앤젤레스의 수입상들과 미국 내 생산업체로부터 제품을 구입하여 판매하는 상태이다. 그러나 조지아주 자체가 미국의 섬유생산에 매우 중요한 4개 주의 하나로 동남부 지역의 섬유 생산에 중요한 역할을 하고 있다.

##### 가. 뉴욕

전세계에서 가장 경쟁이 치열하고, 규모가 큰 시장으로 알려진 뉴욕은 직물 생산업체, 컨

버터, 수출입업체들의 쇼룸과 의류제조업체, 백화점 및 유통망 납품업체, 에이전트 등 바이어가 밀집해 있어 미국에서 가장 큰 직물과 의류 거래의 중심지이다.

뉴욕시는 세계 패션의 수도로 불릴 만큼 의류와 섬유산업의 중심지 역할을 하고 있다. 뉴욕시에서 의류산업에 종사하는 인구는 12만 3천명이고 이중 생산에 종사하는 인구는 75,000명이며 도매업에는 48,000명이 일하고 있다. 뉴욕시의 연간 시장규모는 140억불(이중 도매액 120억불)에 달한다.

뉴욕시의 패션은 곧 세계의 패션이다. 뉴욕 시에는 세계적인 디자이너들의 직영점포가 있으며 Saks Fifth와 Bergdorf Goodman과 같은 의류전문백화점, Bloomingdales'와 Macys'와 같은 일반백화점, 미국 전역과 남미 국가들로 가로 판매하는 수출입상 및 도매상, 일반소비자에게 판매하는 소매상들이 패션거리를 중심으로 밀집되어 있다.

미국 내 여성용 의류(드레스, 코트, 정장, 스포츠의류) 생산의 18%가 뉴욕 시에서 생산되고 있다. 특히 드레스의 경우 뉴욕시의 생산량이 미국 전체 생산의 28%를 차지하고 있다. 아울러 뉴욕 시에는 5,100여 개의 패션 쇼룸이 있는 뉴욕패션센터가 있으며, 8개의 패션학교가 있어 미국 전역과 세계에서 몰려든 12,000명의 학생들이 패션을 공부하고 있다.

의류산업의 고용은 뉴욕시의 고용 면에서 매우 중요한 비중을 차지하고 있다. 생산업에 종사하는 뉴욕 시 인구의 3분의 1은 의류산업에 속해 있다. 뉴욕 시에는 4,500개의 의류 생산업체가 있는데 이중 4,000개는 계약생산업체이고 500개는 디자이너 업체들이다.

대부분 중소기업 규모인 계약생산업체들은 회사당 평균 15명-25명의 종업원이 있으며 뉴욕 시 전역에 산재되어 있다. 고용인구 비중으로 보면, 맨하튼 소재가 60%, 브루클린(Brooklyn) 22%, 퀸즈(Queens) 15%, 브롱스(Bronx)와 스테튼 아일랜드(Staten Island)가 3%를 각각 차지하고 있다. 생산업체의 약 2,000개 업체는 이민 온 사람들이 운영하고 있으며 생산직 사원의 75% 이상이 이민자들로 구성되어 있다. 중국, 도미니칸 공화국, 이태리, 멕시코 및 한국에서의 이민자들이 총 생산직의 70% 정도를 구성하고 있다.

한편, 디자인, 쇼룸 판매, 마케팅, 모델, 사진, 광고 등에서 뉴욕 시 전체 패션산업에 종사하는 인구는 80,000명 정도이다. 아울러 패션 소매업 종사자는 70,000명 정도로 의류산업과 합하여 총 27만 명에 달하고 있다. 의류산업 번창에 따라 뉴욕 시를 방문하는 바이어 인구는 연간 125,000명 정도로 이들이 호텔, 식당, 교통 등에 지출하는 비용은 연간 1억불에 이르는 것으로 추산되고 있다.

뉴욕 시 정부는 섬유 및 의류산업이 뉴욕 시 산업활동에서 차지하는 중요성을 심각하게 인식하여 의류산업에 종사하는 생산자와 종업원이 21세기를 대비한 경쟁력을 증대하기 위하여 “패션산업선진화센터(Fashion Industry Modernization Center)를 1998년도에 설립하였다.

동 센터는 컴퓨터화된 생산 및 디자인, 기계 유지 및 보수, 종업원의 건강 및 안전, 기술 증대, 종업원의 문맹퇴치 등과 아울러 경영진을 위하여 기술발표회(매월 실시), 경영훈련세미나, 비즈니스컨설팅 등을 제공하고 있다. 동 센터는 정부와 민간기업 그리고 종업원이 함께 참여하는 협동체의 이상적인 모델을 제시하고 있으며 뉴욕 시 의류산업의 경쟁력을 증강시키는 사명을 수행하고 있다.

최근 뉴욕에 소재한 바이어와 수출업체를 접촉해 본 결과 지난 4월에 있었던 Market Week는 현재 미국 경기가 어렵고, 중국 등 개도국들과의 경쟁이 치열해지면서 예전과 같이 많은 양의 구매가 쉽게 일어나지는 않았지만, 한 명의 바이어라도 더 만나기 위해 많은 노력을 기울이고 있었다.

그리고 요사이 바이어들은 단순히 생산업체들이 제공하는 샘플 중 하나를 선택하지 않는다. 비슷한 재질의 원단에서도 색깔과 제품의 질을 꼼꼼히 따지면서 소비자의 취향에 맞는 제품을 원하기 때문에 미국시장에 진출하기 위해서는 그러한 바이어들의 요구에 맞출 수 있는 준비를 철저히 해야 미국시장에 진출할 수 있다.

많은 원단들이 바이어가 소유하거나 거래관계에 있는 중국, 멕시코 등을 비롯한 개도국의 공장으로 원단이 운송돼 그곳에서 제품이 만들어져 미국으로 수입된다고 한다. 계약은 뉴욕에서 이루어지지만 제품은 전세계의 공장으로 운송되고 있는 것이다.

참고로 2001년 말과 2002년 초에 접촉한 뉴욕의 바이어들이 우리나라 업체들에게 대 미국 섬유 수출을 증대하기 위한 조언을 들어 보았다. 이를 정리하면 다음과 같다.

#### 1) 샘플작업과 소량주문에 충실히 대처

백화점과 의류전문판매회사의 바이어들이 원단과 의류 샘플을 보면서 구체적인 상품을 발주하는 구매기간(Market Week)을 시작으로 본격적인 섬유제품에 대한 구매가 이루어지기 시작한다. 그러나 올해는 대량 오더는 드물고 반면에 제품의 품질과 가격에 더욱 까다로운 조건이 제시되었던 기간으로 업체들은 평가하고 있다.

우리나라 업체들이 동기간에 수주를 하기 위하여는 몇 주 전에 이미 신제품이 에이전트나 생산업체들의 쇼룸에 진열이 마무리되어야 한다고 조언하고 있다. 특히 의류용 원단은 행거에 걸어 두는 Swatch는 샘플의 역할을 하지 못하며 실제로 옷을 만들어서 보아야 원단을 판단하고 오더할 수 있기 때문에 최소한 3야드 내지는 5야드 정도를 샘플로 보내야 현지에서 옷 한 벌을 만들 수 있다고 한다.

2001년도 년 말 할러데이 쇼핑기간에도 의류는 특별히 30%-60%의 높은 할인율을 적용하여 판매를 했을 정도로 미국의 섬유경기가 매우 좋지 않은 상태이며 중국 제품의 낮은 가격과 맞물려 한국산 제품도 출혈경쟁을 지난 1년 동안 지속하여 한국산 제품의 가격은 매우 낮아진 상태라고 한다. 따라서 이제는 예전과 같이 오더를 받기가 매우 어려운 상황이라고 말한다.

아울러 경기가 침체되면 백화점이나 판매점들은 자신들이 과다한 재고를 가지고 있지 않기 위하여 소량 주문을 주로 하게 되며 아울러 그 동안 4개월 이상 주었던 리드타임(생산공정 기간)을 3개월 이내로 단축하려는 움직임이 거의 모든 바이어에게서 나타나고 있다고 한다. 이렇게 리드타임을 줄이면 바이어들은 L/C를 그만큼 늦게 오픈 해도 되고 따라서 자금 부담이 줄어들게 된다. 자금 사정이 조금 더 여유가 없는 회사들은 L/C를 오픈 하되 제품을 받을 때까지는 결제를 하지 않아 이러한 경우 모든 제조비용에 대한 부담은 생산회사들이 부담하여야 하는 현상이 나타나고 있다고 한다.

아울러 우리나라 업체들이 뉴욕을 방문하여 상담할 때, 상대방이 단순 수입상인지, 생산업체인지, Converter인지, 도매상인지를 구분하지 않고 오더를 받기 위하여 낮은 가격을 모두에게 제시함으로써 전체적으로 한국 제품의 가격이 작년도에 30% 정도 낮아진 것으로 느낀다고 말한다. 뉴욕에서 상담을 할 때는 업체의 성격에 맞추어서 가격을 차별적으로 제시하여야 하며 이렇게 하여야 제 가격을 받고 제품을 판매할 수 있으며 전체적인 한국산 제품의 가격을 낮추지 않게 된다고 말한다.

2002년도는 특별히 중국이 WTO 가입으로 3단계 쿼터철폐 혜택을 우리나라와 동등하게 받게 되어 의류와 모자 류에서 많이 어려울 것으로 전망하고 있다. 의류의 경우는 그 동안 쿼터를 전용하여 사용하였던 니트류의 쿼터가 없어짐으로써 중국산이 몰려와 가격이 매우 낮아질 것으로 예상하고 있으며 이미 30% 정도 낮아졌다고 한다.

따라서 이러한 가격 경쟁에서 벗어나는 방법은 소량주문에 대한 신속한 공급, 품질의 우수성 확보, 보다 좋은 색상, 질감들을 제공하는 철저한 가공 등이 우리나라 제품이 경쟁에서 우위를 점하는 가장 중요한 요소라고 권고한다.

## 2) 경쟁력 있는 제품을 선별하여 집중적인 투자

의류생산업체들과 원단 공급업체 사이에서 교량역할을 하면서 뉴욕 직물시장에서 활발하게 활동을 하였던 Converter들이 최근 2년간 불경기를 거치면서 쇠퇴기를 맞고 있다. Converter들은 주로 백화점, 의류 생산판매업체 등의 원단 바이어들에게 신제품을 소개하고 오더를 받아 원단 공급자로부터 원단을 구입하는 역할을 대행하여 우리나라 중소기업들의 제품이 미국시장에 진출하는데 많은 기여를 했으나 이제는 매우 축소된 숫자의 업체가 남아 있으며 영향력은 크게 위축되었다.

이렇게 Converter들이 문을 닫는 주요 이유는 경기 침체로 인하여 백화점이나 의류 생산 판매업체들의 마진폭이 상당히 축소되면서 이들 업체의 바이어들이 직접 구매를 하기 시작하였으며 아울러 직물 공급업체들도 날로 악화되는 수익률을 보전하기 위하여 직접 구매자와의 비즈니스를 시작하였기 때문이라고 한다.

그러나 Converter는 백화점이나 의류 생산업체들에게는 새로운 제품을 소개하는 매우 중요한 역할을 하기 때문에 소싱력이 있는 강한 Converter들은 존속할 것이기에 정리과정을 지나간 후에 남아 있는 Converter들은 더욱 강력한 역할을 할 수 있을 것이라고 예상하고 있다.

한편, 백화점이나 의류 생산판매회사들은 저가의 대량생산은 중국산 원단을 사용하여 중국 등지에서 Off-Shore 생산을 선호하는 것으로 나타나고 있다. 특별히 중국은 이제는 중국 내에서 원단조달에서부터 봉제에 이르기까지 전 과정이 이루어질 수 있어 그 인기를 더하고 있다고 한다. 그러나 고품질의 소량생산은 아직도 우리나라 원단을 선호하고 있기 때문에 우리나라 업체들이 주문에 신속히 응할 수 있는 체제를 갖추면 상당한 효과를 볼 수 있을 것이라고 조언한다.

현재, 미국에서 의류제품을 Budget Zone(Wal-Mart와 같은 창고형양판점에서 판매), Moderate Zone(JC Penny 등과 같은 대형할인점에서 판매), Better Zone(저가제품을 판매하는 의류전문점에서 판매), Bridge Zone(중가제품을 판매하는 의류전문점에서 판매), Couture Zone(고가제품을 판매하는 의류전문점에서 판매) 등 5등급으로 구분하고 있다.

바이어들은 화학섬유 제품은 Moderate Zone 일부를 중국산 제품이 점령했으며 천연섬유 제품은 Bridge Zone 일부까지 중국에 넘어갔다고 말한다. 따라서 우리나라가 제 가격을 받고 수출하기 위하여는 중국산이 아직 침투하지 못한 시장에서 확실한 위치를 확립하여야 할 것이라고 조언한다. 그러나 우리나라 업체들이 Better Zone의 제품이 잘 팔린다고 하여

대량 생산능력을 확충하여 과잉공급 현상을 빚어 제 가격을 못 받는 현상을 주목하여야 할 것이라고 주의를 주고 있다.

특히 최근 미국 의류 패션에서 캐주얼 의류가 강세를 지속하고 있어 활동성과 기능성이 강조된 Tech Look이 인기를 끌고 있다. 따라서 이러한 요구에 맞는 스판덱스가 섞인 직물로 만든 의류가 잘 판매되고 있으므로 우리나라의 스판덱스가 섞인 직물이 중국이 따라 올 수 없는 영역이라고 말한다. 이유는 중국에서는 아직까지 좋은 품질의 스판덱스가 생산되지 않고 있기 때문이다.

한편, 우리나라의 폴리에스터는 일본에 비하여 리드타임이 짧고 품질 면에서도 경쟁력이 충분히 있으며, 중국은 아직 따라오지 못하여 경쟁력이 우위에 있는 제품으로 평가를 하고 있다. 그러나 전체적으로 우리나라는 직물의 소재가 폴리에스터와 나일론에 치우쳐 있고 일본에서 고가로 판매하는 레이온, Tri-Acetate 등이 없어 소재가 매우 제한적이라는 평가를 받고 있다.

### 3) Quick Response와 Creative Logistics으로 경쟁력 배가

중국이 WTO에 가입하여 올해부터 시행되는 3단계 쿼터철폐 혜택을 받게 됨에 따라 올해부터 중국산 섬유제품이 미국에 밀물처럼 들어와 우리나라 제품의 대 미국 수출환경이 매우 악화될 것으로 우리나라 업체들이 매우 우려하고 있는 가운데 우리나라 업체들이 몇 가지 비즈니스 패턴을 바꾸면 특별한 경쟁력을 가질 수 있다는 조언이 제시되었다.

동 조언의 핵심은 바이어 요구에 대한 빠른 대응(QR : Quick Response)과 창의적인 로지스틱스(Creative Logistics)를 수립하여야 한다는 것이다.

우리나라 기업들은 대부분 규모의 경제를 위하여 대량 생산체제를 갖추고 있는데 이는 바이어들이 요구하는 샘플작업을 어렵게 하고 있으며 소량주문을 받는데 적합하지 않은 생산체제로 말하여지고 있다. 아울러 시장에서 가격경쟁이 치열해 지면서 소량주문을 받더라도 가격을 낮추어 받게 되어 기업의 순익은 더욱 어려워지게 되어 기피하게 되기 때문에 우리나라 업체들이 경쟁력을 잃게 된다고 한다.

그러나 소량주문에 대응할 수 있는 소량생산 능력만이 능사는 아니다. 소량주문은 양이 작은 주문을 말하나 이는 주문이 신속히 딜리버리되어야 하는 기본적인 성격을 내포하고 있다. 특별히 요즈음 같은 불경기 시기에는 미국의 백화점이나 의류판매업체들은 재고를 최

대한 줄이려고 하고 있으며 시즌 초기의 판매실적을 면밀히 주시하다가 잘 팔리는 제품만을 대량으로 오더하기 때문에(대량으로 오더를 하더라도 미국 전역에 분배하면 스토아당 물량은 매우 적은 숫자임) 바이어의 주문에 신속히 응할 수 있는 대량 생산체계가 가장 경쟁력 있는 생산체제라고 말한다. 이것이 바로 QR의 본질이다.

따라서 대량 생산체제를 갖춘 우리나라 기업들은 어떻게 하면 바이어의 요구에 QR을 할 수 있는지를 검토하고 이에 맞도록 회사의 시스템을 변경하여 유연성 있는 생산체제를 갖추는 것이 경쟁력 우위를 확보하는 방법이라고 조언한다.

다음으로 Creative Logistics를 갖추는 것이다. 이는 생산, 개발, 세일즈 면에서 창의성 있는 시스템을 갖추는 것으로 섬유제품이 Hardware라면 Creative Logistics는 Software에 해당한다. 우리나라는 생산 노우하우면에서는 경쟁력이 충분히 있기 때문에 현재로는 개발과 세일즈면에서 경쟁력을 높이는 노력이 필요하다고 조언한다.

섬유제품은 패션이고 패션은 유행이기 때문에 신속하게 움직이어야 한다. 이태리는 제품의 창의성은 세계 최고이나 Lead Time이 길고 Flexibility가 부족하며 대량 오더가 가능하지 않은 것이 단점이다. 그러나 한국은 이태리의 단점을 모두 장점으로 소유하고 있다. 따라서 개발과 세일즈에서 바이어를 만족시킬 수 있으면 탁월한 경쟁력을 가질 수 있다는 논리이다.

동 바이어는 미국의 섬유산업은 성숙된 산업이기 때문에 시장 성장전략이 요구되는 시장이 아니고 시정점유율 경쟁을 하는 시장이라고 정의한다. 그리고 우리나라 섬유가 전체 미국 섬유 수입에서 5위를 차지하고는 있으나 수입점유율로는 4.2%, 전체 소비에서는 1% 미만에 지나지 않기 때문에 미국 경기가 나빠 우리나라 섬유의 수출이 어렵다는 말은 적용되지 않는다는 주장을 한다. 물론 영향을 받기는 하겠지만 경기가 어렵다는 이유로 수출이 어렵다고 수출을 위하여 전력 투구하지 않는 것은 맞지 않는다는 논리다.

아울러 섬유는 반도체 칩처럼 가격이 짧은 시간에 절반 이하로 떨어지는 그런 제품이 아니고 섬유야 말로 가격민감도가 매우 낮은 제품이라고 말한다. 바이어가 눈으로 보고 손으로 만져 보면서 팔릴 수 있다는 생각을 갖게 하면 가격은 큰 문제가 되지 않는다고 한다. 따라서 개발단계에서 패션 감이 묻어 있는 제품을 만들어야 하며 세일즈 때 이를 가격화하는 일이 중요하다고 한다.

예를 들어 원단의 경우, 바이어가 새로운 원단을 제시하고 오더를 하는 것이 아니라 생산업체들이 만든 원단을 눈으로 보고 손으로 만져 보면서 디자인과 같이 검토하면서 원단

을 결정하는 것이다. 단지 바이어는 제시된 원단 샘플 중에서 자신의 디자인에 맞는 원단을 고르는 일을 하는 것이다. 따라서 제품의 패션 감각과 세일즈 기술은 오더를 받는 중요한 요소라고 말한다.

딜리버리도 가격이라고 말한다. 납기를 당겨 주면 다소 가격이 높아도 바이어들은 판매 시기를 당길 수 있으므로 경쟁자 보다 많이 판매할 수 있다는 것을 알고 있기 때문에 빠른 딜리버리를 위하여 더 높은 가격을 받아들일 수 있는 준비가 되어 있다고 한다. 일례로 미국의 대형 의류회사인 Gap사와 Banana Republic사는 아직까지 중국에서 생산을 하지 않고 있다고 한다. 이유는 중국인들이 오더 진행이 잘 안되면 뒤로 나자빠지는 성격이 있어서 딜리버리를 신뢰하지 못하기 때문이라고 한다. 따라서 아직도 바이어들은 우리나라를 섬유강국으로 인식하고 있으며 바이어에 대한 서비스정신이 투철한 나라로 인식하고 있다고 한다.

이렇듯이 우리나라 업체들이 경쟁력을 높이고 나아가 제품 가격을 올릴 수 있는 장점을 찾을 수 있는 부분은 매우 많다고 한다. 특히 섬유는 규격화된 제품이 아니고 너무나 많은 종류의 제품을 만들 수 있기 때문에 우리나라 업체들의 QR능력과 Creative Logistics가 향상된다면 우리나라 제품은 오더로 연결되고 온전한 가격을 받을 수 있다고 말한다.

#### 4) 제살짜아먹기식 오더수주 금물, 유연성 있는 시스템 구축

2000년 중반기부터 우리나라 업체들은 공격적인 가격할인을 통하여 오더를 수주하여 2001년 한해만 우리나라산 원단의 경우 가격이 30% 이상 낮아졌다. 이러한 현상을 실질적으로 표현하면 가격할인이 아니라 덤핑경쟁이었고 출혈경쟁이라는 표현이 더 맞다고 바이어들은 말한다.

이러한 원인 중 하나는 경기가 침체되면서 자연 오더가 늦어지고 적어지면서 오더와 이윤 확보가 어려워지면서 바이어와 우리나라 업체 사이에서 거래를 성사시키는 무역상사나 브로커 등을 배제하고 직접 바이어와 거래를 한 것이 가장 큰 원인이라고 설명한다. 물론 우리나라 업체 중 해외마케팅 능력이 있고 일년에 최소한 2-3차례 뉴욕에 출장을 와서 시장과 시장가격을 알고 있는 경우는 문제가 거의 없지만 해외마케팅 능력이 없으면서 단지 뉴욕을 방문하여 바이어를 만나 상담을 하는 경우가 문제이다.

특히 동 바이어는 우리나라 업체들이 뉴욕에서 바이어에게 가격을 제시할 때 생산원가에 마진을 더한 가격을 제시하는데 이는 잘못된 가격제시 방법이라고 조언한다. 이유는 이러한

가격제시는 시장가격이 아니기 때문이라고 말한다. 이렇게 원가와 마진을 합한 가격제시로 우리나라 제품의 가격은 대폭 낮아졌으며 미국 섬유업체들의 불경기로 인하여 이제는 원상 복구할 수 없는 상태가 되었다고 말한다. 따라서 업체들이 시장가격을 아는 것이 우선적으로 중요하며 아울러 업체간 과당경쟁이 되지 않도록 신중한 가격제시가 필요하다고 조언한다.

어느 정도 규모가 되는 바이어들은 기존에 형성된 거래관계를 무시하고 새로운 회사와 거래를 트는 것 자체를 위험요소로 인식하고 있다고 한다. 따라서 바이어들은 과거에 구입하던 가격 보다 낮은 가격을 요구하고 한국업체는 중간에 개입하였던 업체가 없는 대신에 가격을 낮추어 주어도 자신의 수익률은 유지되거나 매우 조금 낮아지기 때문에 가격을 낮춘다고 한다.

일단 가격이 타결되면 규모가 있고 오더를 충실히 수행하기를 원하는 바이어들은 이 가격을 기존의 거래관계에 있는 상사나 브로커에게 제시하고 이에 맞추어 오더를 진행하기를 원한다는 것이다. 이유는 이들과 신뢰관계가 있으며 바이어 자신이 직접 오더를 진행하지 않고 대리인이 진행하기 때문에 자신의 시간과 비용을 절약할 수 있기 때문이다. 또한 사고가 났을 때 의사소통에 문제가 없으며 해결능력이 있기 때문이다.

이렇게 되면 중간자들은 한국 업체에게 바이어가 제시한 가격을 말하고 이로부터 자신들의 수고비 만큼 가격을 낮추어서 납품하도록 요구하게 되고 우리나라 업체는 예전 보다 10%이상 낮은 가격에 오더를 받게 된다는 것이다. 다시 말하면 제살각아먹기식 오더를 진행하게 된다는 것이다. 일례로 이러한 과정을 겪으면서 품질이 좋은 한국산 조제트(georgette)가 이미 중국산 보다 가격이 낮아졌다고 말한다.

물론 우리나라 업체 입장에서는 바이어로부터 직접 오더를 받고 L/C를 받아서 무역금융을 바로 사용할 수 있으며 바이어와의 직거래로 시장개척을 하는 장점이 있지만 가격 인하분을 감안해 보면 거의 같은 조건이 될 것이라고 말한다. 따라서 믿을 수 있고 거래관계가 튼튼한 상사나 브로커와의 거래관계는 지속하되 중소 수입상들에 대한 시장개척은 별도로 기획을 정하고 실시하는 것이 바람직하며 제품과 가격도 차별적으로 제시하는 지혜가 필요하다고 조언한다.

한편, 향후 의류 소매유통은 월마트와 JC Penny 등 지난해에 부도가 나지 않고 견뎌낸 체인점들과 백화점이 더욱 더 파워를 가지게 될 것이다. 이유는 Kmart 등 몇몇 대형체인점과 백화점이 부도가 남으로써 공백이 생겼기 때문이다. 또한 최근에는 과거의 “시즌” 개념이 거의 희박해져서 오더발주를 계절이 거의 임박해서야 진행하고 있다. 만일 예전처럼

L/C를 오픈하고 오더를 진행하게 되면 일반적으로 120일 정도 이전에 미리 L/C를 오픈해야 하기 때문에 자금 부담을 많이 받게 되고 또한 제품이 딜리버리되면 재고부담도 지게 되기 때문에 최근에는 제품의 판매 추이를 보면서 선별적으로 판매가 잘되는 제품을 최대한 짝빡한 리드타임으로 오더하고 있다.

따라서 대형 백화점이나 의류체인점들은 자금부담을 줄이기 위하여 자체적으로 L/C를 오픈하여 원단을 생산지까지 딜리버리할 수 있는 규모의 상사나 브로커를 선호하는 경향이 늘어나고 있다. 이들에게 오더를 주면 자신들은 절반 정도의 기간에 대하여 L/C를 오픈하면 되기 때문이다. 이러한 오더 패턴으로 인하여 시즌 초기에 시장의 반응을 보기 위한 1차 선적분은 가령 중국에서 생산을 하였다면 본 오더는 가격도 낮아지고 유연성(Flexibility)이 세계 최고라고 평을 받고 있는 우리나라 업체들이 수주할 확률이 더욱 높아졌다고 한다.

따라서 일정 기간 자금 부담을 공유할 수 있고 짧은 리드타임으로도 다량의 오더를 진행할 수 있는 능력(Quick Response)이 있는 상사나 브로커가 앞으로는 더욱 더 선호될 것으로 판단하고 있다. 또한 미국 내에 있는 생산공장이라도 Quick Response 능력이 있으면 운송기간의 단축과 비용 절약 면에서 선호될 수 있다고 언급한다.

한편, 최근 1-2년간 대형 유통체인점과 백화점들은 년 초에 수익률 목표를 정해 놓고 일년 비즈니스를 하고 난 후, 만일 수익률이 미달되면 부족분은 공급업자에게 현금으로 충당해 주기를 요청하고 있다고 한다. 그 폭은 총 오더 금액의 20% 이상이 될 경우도 있다고 한다. 이를 충당하여 주지 않으면 자연히 다음해 비즈니스 물량이 줄어들고 결국에는 비즈니스를 할 수 없게 되는 것이 요즈음 현실이라고 한다.

따라서 공급업자들은 이러한 부담을 충당하기 위하여 원 공급업체에게 다음해에 가격할인을 과도하게 요구하거나 나쁜 경우는 이미 완결된 오더에 대하여도 클레임을 치거나 하여 부담을 이관하는 현상이 나타나고 있다고 한다. 현재의 원단과 의류시장은 매우 어려운 상황에 있기 때문에 이러한 현상은 자신 보다 전 단계에 있는 공급업자들에게 체인현상을 보이면서 이관되게 되어 있다고 설명한다.

동 바이어는 의류 소매경기가 바닥에 처해 있기 때문에 오더를 가지고 있는 업체들이 아무런 거리낌없이 무리한 요구를 하고 있는 것이며 이러한 상황은 경기가 회복되기 전에는 개선될 여지가 없는 것으로 보인다고 말한다. 따라서 현재 받고 있는 가격보다 15% 내지 20% 정도 낮은 가격과 매우 짧은 리드타임으로도 오더를 진행할 수 있는 유연한 회사 시스템을 만들어야만 섬유 수출에서 생존할 수 있는 방법이라고 조언한다.

## 5) 새로운 제품 개발이 한국의 당면 과제

한국산 제품이 지난 수년간 연구개발활동이 전혀 이루어지지 않아 최근에 새로운 혁신적인 원단이 거의 나오지 않고 있다고 바이어는 지적한다. 반면에 인도, 인도네시아, 대만, 중국 등은 최근 수년간 점진적으로 꾸준한 기술개발과 품질개선이 이루어져 신제품 작업을 시행하기가 한국 보다 훨씬 수월해졌다고 평가한다.

미국 바이어들은 불과 15년-10년 전만 하더라도 한국을 “Very Best”로 평가하였지만 이제는 더 이상 그렇지 않다고 말하면서 단지 대량물량을 낮은 가격에 공급(Quantity Pricing)하는데 적합한 섬유생산국으로 평가하고 있다고 말하였다. 따라서 앞으로 한국은 동일한 생산양식을 가지고 있는 중국, 스리랑카, 말레이시아, 모리셔스(Mauritius)와 경쟁을 더욱 치열하게 하게 될 것이라고 전망한다.

또한 최근에 한국에서 새로운 프로그램을 진행하기가 어렵다고 지적한다. 예를 들어 최근에 Machine Washable 원단을 한국에 의뢰하였는데 전혀 응답이 없다는 지적이다. 이렇게 응답이 없는 경우가 많이 나타나고 있으며 이는 한국이 예전에는 새로운 기술을 즉시 수용하였고 새로운 기계장비 구입도 잘 이루어졌으나 이제는 그런 노력을 하지 않기 때문이라고 생각하고 있다고 말한다.

동 바이어는 미국 섬유시장은 여러 국가의 여러 업체들이 일반적인 제품(Commodity)를 가지고 시장을 나누어 갖는(Share) 것이 아니고 단지 “최고의 품질로 부가가치가 있으며 혁신적인 새로운 제품(Quality Value Added Innovative Freshest)”을 내놓는 회사만이 높은 가격에 시장을 선점할 수 있는 구조라고 강조하면서 한국산 제품이 미국 시장에서 시장점유율을 확대하기 위하여는 무엇보다도 새로운 제품을 개발하여야 한다고 조언한다.

“새로운 혁신적인” 제품을 어렵게 생각하지 말고 단지 바이어가 원단을 보고 “사고 싶은 생각(Desire to Buy)”이 들게 하는 원단이면 비즈니스를 만들 수 있다고 한다. 다시 말해서 색깔, 디자인, 재질 등 원단 속성 중 어느 한가지 면에서 새롭고 특별한 제품이면 된다는 것이다.

수출은 품질(Quality:새로운 제품을 의미함), 가격(Price), 딜리버리(Delivery)가 하나의 삼각형을 이루어서 종합적인 평가를 받는 것이지만 이중 가장 중요한 것은 품질이라고 여러 번 강조하면서 품질이 좋으면 가격과 딜리버리면에서 다소 문제가 있어도 바이어들이 기꺼이 협조하여 비즈니스를 만들어 가는 것이 상례라고 말한다. 동 바이어는 국가별로 세가지 측면을 다음과 같이 평가한다.

국 가 명	Quality	Price	Delivery
한 국	No more very good	Very competitive	Very good
중 국	Getting much better	Very competitive	Impossible
인 도	Getting much better	Very competitive	Very good
일 본	Wonderful	Not competitive	Very good
이 태 리	Wonderful	Not competitive	Not very good
대 만	Very good	Competitive	Very good
프 랑 스	Wonderful	Not competitive	Not very good
인 도 네 시 아	Getting much better	Very competitive	Very good

예를 들어 이태리와 프랑스 산 프린팅 제품은 제품을 볼 때 금새 사고 싶은 마음이 들어 가격과 딜리버리가 마음에 안 들어도 구입을 안 할 수 없다고 한다. 아울러 일본산은 품질 뿐 아니라 딜리버리가 좋아 가격이 비싸도 구입을 하게 된다고 한다. 이것이 이들 선진국가들이 지속적으로 세계 섬유시장에서 굳건한 시장점유율을 유지하는 비결이라고 지적한다.

중국은 일괄적인 생산공정이 가능하나 바이어들은 중국에서 새로운 프로그램이나 중요한 프로그램을 진행하기를 꺼린다고 한다. 이유는 지적재산권을 보호 받을 수 없기 때문이다. 중국 업체들이 신제품에 대한 오더를 받으면 매우 짧은 시간차이를 두고 카피 제품이 생산되기 때문이다.

그러나 우리나라는 지적재산권 보호 측면에서 매우 안전한 곳으로 평가를 하고 있으며 미국과의 우방관계가 매우 돈독하기 때문에 새로운 프로그램과 중요한 프로그램을 진행하기가 안정맞춤이나 최근에 제품개발 능력이 떨어져 진행하기가 매우 어려운 상황이라고 지적한다.

동 바이어는 한국 섬유업체들이 미국시장에 지속적으로 수출하기 위하여는 무엇보다도 새로운 최고의 품질 제품(Freshest Top Quality)을 생산하여야 한다고 결론을 맺었다. 아울러 예전에는 판매자가 시장을 지배(Sellers' Market)하였으나 이제는 바이어의 시대(Buyers' Market)이기 때문에 우리나라업체의 해외영업 담당자들은 영어로 대화가 원활하여야 된다고 강조한다. 그래야 새로운 프로그램을 같이 진행할 수 있으며 작은 문제들은 서로가 협의하여 해결할 수 있다고 한다. 단지 가격에 맞추어 오더를 수주하고 생산하여 판매하고 끝나는 비즈니스가 아니고 새로운 제품을 같이 만들어 가는 비즈니스를 하기를 바란다고 당부하였다.

나. 서부(로스앤젤레스 중심)

로스앤젤레스(LA)가 중심인 미국 서부지역의 섬유시장도 여타 지역과 같이 다음과 같은 유통구조를 보이고 있다.

- 섬유생산업체 → 수입상(바이어 또는 현지 법인이나 지사) → (세일즈 랩 활용) → 최종소비자(의류생산 혹은 기타 섬유소비업체)
- 섬유생산업체 → 수입상(바이어 또는 현지 법인이나 지사) → 디스트리뷰터 → 최종 소비자(의류생산 혹은 기타 섬유소비업체)
- 섬유생산업체 → 최종소비자 (의류생산 혹은 기타 섬유소비업체)

외국으로부터 수입된 상품은 수입상을 통해 바로 최종소비자에 전달되는 경우가 일반적이며, 일부는 도매상 등 디스트리뷰터를 통해 최종소비자에게 공급되기도 한다. 수입상이 디스트리뷰터를 겸하면서 세일즈 랩(Sales Rep.)을 활용해 직접 섬유수요업체에 공급하는 경우도 있다. 연간 6천만 달러 규모의 매출을 기록하고 있는 한국 S물산 LA지사의 경우 총 4명의 세일즈맨과 1명의 매니저가 섬유관련 매출 거의 모두를 이루어 내고 있다.

미국 내에서 생산되는 섬유의 생산업체가 최종소비자에 직접 공급하는 경우도 있으나 대부분의 경우 디스트리뷰터를 통하여 유통이 이루어지고 있다.

일반적인 미 서부의 섬유류 유통구조는 위와 같으나 경우에 따라 약간씩의 차이가 있을 수 있다. 사업기반이 탄탄한 업체의 경우 직접 원단 등을 생산하고 디스트리뷰트 등의 마케팅 활동도 직접 하는 경우도 많다.

LA를 중심으로 한 남가주(South California)는 미 서부지역의 섬유 및 의류산업의 중심지역 역할을 하고 있다. 멕시코와의 지리적 인접성에 기인한 대량의 히스패닉계 불법체류자 및 이민자들은 노동집약적인 섬유 의류산업에 있어 저렴한 노동력을 풍부하게 공급할 뿐만 아니라 커다란 소비층을 형성하고 있다.

아울러 미국 섬유수입의 태반이 아시아 및 중남미로부터 LA를 중심으로 한 남가주를 통해 들어오는 것도 남가주가 섬유 및 의류산업의 발달을 초래한 한 원인이 되기도 한다. 이외에도 디자이너가 많고 딜리버리가 빠른 것도 남가주를 섬유류산업의 중심지로 부각시키는 역할을 하고 있다.

LA에서 생산되는 의류의 상당부분은 주니어 의류로서 미국 내에서 소비되는 주니어 의류의 상당수가 LA지역에서 생산된다. 이에 따라 주니어 의류 원단으로 사용되는 청바지에 필요한 데님원단, 니트, 저지라이크라(스판덱스 종류) 및 폴리에스터-나일론 등의 섬유류 유통이 활발하게 이루어지고 있다.

미 서부지역에서 섬유 및 의류관련 바이어가 가장 밀집된 지역으로는 LA 소재 Fashion District 꼽을 수 있다. Fashion District는 Santa Monica Freeway의 북쪽, 7th Street의 남쪽, San Pedro Street의 서쪽과 Broadway의 동쪽으로 둘러싼 지역으로 섬유 및 의류관련 각 도, 소매 업체가 밀집해 있으며 Industrial Building도 다수 존재한다. Fashion District는 LA 및 캘리포니아는 물론 미 서부지역에서 섬유 및 의류의 거대한 유통중심지 역할을 담당하고 있다.

Fashion District는 일명 자바(Jobber)시장으로 일컬어 지고 있다. ‘자바’는 통칭 도매(Wholesale)와 제조업을 겸하는 업체를 일컫는 말이다. 자바시장이란 그러한 업체들간의 거래 등 모든 사업활동을 지칭하는 말이나 현지에서는 Fashion District를 자바시장으로 통칭해 부르고 있다.

자바시장에 가장 막강한 영향력을 행사하고 있는 것은 한인상권으로 나타나고 있다. LA 소재 한인 의류 생산업체, 봉제, 및 섬유업체는 약 4천여 사로서, 이들의 연 매출액(2000년 기준)은 67억 달러로 한 업체당 평균 150만 달러로 나타나고 있다. 한인의류협회를 통해 확인한 결과 LA 내에서 도매 및 제조를 함께 하는 이른바 Jobber는 약 1,000개 사이며 이 중 한인이 운영하는 Jobber는 700여 사에 이른다고 한다.

원단 생산과 봉제를 겸하는 섬유업체인 CKM의 대표 마이클 김씨에 따르면 자바시장에서 한인상권의 영향력은 매우 크며 자사만 하더라도 한때 연 매출이 1억 달러를 넘은 적이 있다고 밝히고 있다. 섬유관련 컨설팅 업체를 운영하는 Chase International의 Mr. Victor Kim사장은 남가주 의류 및 섬유를 모두 합쳐 전체 산업의 40% 이상이 한인 소유이며 그 수치가 점차 증가추세에 있다고 한다. 이들 한인운영 업체는 원사나 직물 등의 원자재를 문화나 언어상의 문제가 없는 한국에서 수입하는 경우가 많다.

패션 디스트릭의 경제를 연구하는 “Fashion District Business Improvement”는 9.11 테러사태 이후 상당한 침체기를 보여왔던 패션 디스트릭의 자바시장이 작년 말부터 회복세에 올랐으며 올해는 매출이 호조를 보일 것으로 예상하고 있다.

최근 몇 년간 LA 자바시장을 중심으로 한 일부 의류업체의 유명 백화점 진출이 눈에 띄고 있다. 원래 자바시장에서는 백화점에 공급되는 고품질 고가의 제품이 아니라 주로 유행에 매우 민감하고 품질이 높은 편은 아니나 가격이 낮아 다수의 소비자가 쉽게 살 수 있는 박리다매의 제품이 거래되고 있다.

그러나 자바시장에서 제조되는 제품의 품질이 높아지면서 백화점 제품과 차이가 조금씩 줄어들게 되었다. 높아진 품질과 세련된 마케팅 능력을 바탕으로 자바시장 의류업체들은 점차 주류 의류산업에서의 인지도를 높이기 시작했고 아울러 베벌리센터 등 유명 백화점에 하나 둘씩 진출하기 시작했다.

그 대표적인 기업이 Forever 21이다. 지난 2월로 마감한 2002년 회계연도, 즉 2001년 3월부터 올 2월까지의 판매량은 3억 달러를 넘어섰으며 2003년 회계연도 예상 실적은 5억 달러를 넘어설 것으로 전망될 정도이다. 이 업체도 한인 소유이다.

이처럼 한인 의류상권은 주류 의류 시장에 무서운 기세로 진입하고 있다. 일반적으로 한인업체들의 마진율은 15% 정도로 주류 의류산업의 평균 마진율인 25-30% 보다 상당히 낮은 편이다. 한인상권은 낮은 마진율을 무기로 값싼 가격의 제품을 공격적으로 판매해 급속도로 미국시장을 공략하고 있다. 또한 원단업체 및 프린팅 업체 등이 한인 소유가 많다는 점은 인종적 동질감과 개인적 친분 등이 큰 이점으로 작용해 한인 섬유류상권의 발전의 밑거름이 되고 있다고 업계 전문가는 밝히고 있다.

최근에는 한인 의류상권의 확대에 따라 자바시장 내에 San Pedro Mart도 생겼다. San Pedro Mart의 경우 쇼룸은 없고 넓게 퍼져 있는 의류 및 섬유업체들이 백화점 식으로 한데 모여 있다. 이곳의 주 임대인은 한인들이다.

자바시장에서 섬유류업체를 운영하는 한인들의 상당수는 브라질 및 과테말라 등 남미를 거쳐 미국으로 이민 온 자들로서, 남미에서 봉제공장을 운영한 경험이 있으며 아직도 남미와의 무역을 계속하고 있다고 한다.

#### 다. 동남부(아틀란타 중심)

원사나 직물 생산업체의 경우 원사나 직물을 생산, 섬유 가공업체나 의류 생산업체 등 수요처에 납품을 하고 있으며, 의류 생산업체들은 이미 거래관계가 형성되어 있는 백화점이나

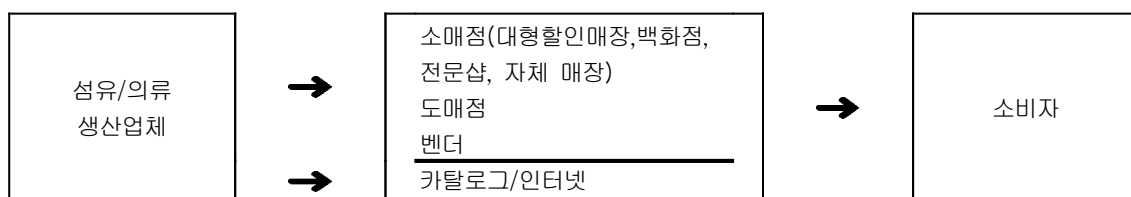
대형 할인매장 등을 통해 생산된 제품을 직접 판매하고 있는 것으로 나타났다.

섬유 및 의류생산업체들은 일반적으로 생산 또는 수입된 제품을 대부분은 최종 수요처로 직접 공급하는 경향을 띠고 있으며, 일부 업체들의 경우에는 벤더(Vendor)를 통해 제품을 공급하는데, 상대적으로 비중은 높지 않은 것으로 나타나고 있다.

소매점의 경우 대부분은 대형 할인체인점이나 백화점이 주류를 이루고 있는 가운데 사냥복이나 경마용 의류등과 같이 수요가 제한적인 품목이나 여성용 Intimate Apparel의 경우에는 대형 소매점 외에도 전문점을 통해 병행, 판매되고 있는 것으로 나타났다.

티셔츠나 Sweat Shirts, 이불 등의 경우 많은 물량이 OEM 방식으로 제작되어 유명 스포츠웨어 유통업체인 아디다스(Adidas), 리복(Reebok), 팀버랜드(Timberland)나 Tommy Hilfiger, Laura Ashley 등을 통해 소매점으로 판매되고 있는 것으로 나타났다.

#### 생산업체의 유통망



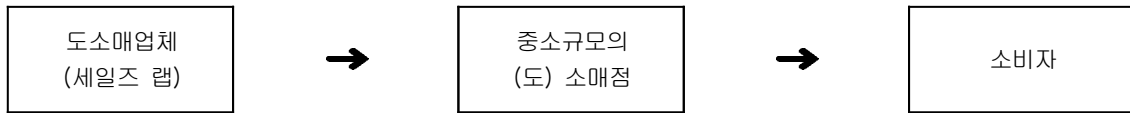
대부분의 생산업체들은 비교적 저가의 제품은 Wal-Mart같은 대형할인매장에 공급하는 반면, 고급품의 경우에는 Macy's, Sears, Bloomingdale 등 백화점에 주로 납품하고 있는 것으로 나타났다.

대형 의류 생산업체인 Russell Corp.은 스포츠웨어(Active Wear 포함)분야의 경우 처음부터 Wal-Mart, K-Mart등에 공급되는 제품은 해외로부터 대량으로 소싱을 하는 반면, Sears나 Macy's 등 백화점에 공급하는 고급 제품은 자체 생산한 제품을 공급하는 이원화된 유통전략을 가지고 있는 것으로 나타났다.

틈새시장을 주로 파고드는 생산업체들의 경우에는 마케팅 비용을 최소화하려는 노력으로 카탈로그 및 인터넷 등을 활용해 최종 소비자들을 대상으로 직접 판매를 하고 있는 것으로 나타났다. 체육복 등을 주로 생산, 판매하고 있는 GMR사나 Augusta Sportswear사는 소량주문의 특성상 샵을 운영하는 비용을 줄이기 위해 카탈로그 및 인터넷을 통해서만 자체 생산 또는 수입제품을 판매하고 있는 것으로 나타났다.

현지의 도 소매상들은 대부분 뉴욕이나 캘리포니아의 생산 또는 유통업체들을 통해 제품을 공급 받아 판매하고 있는 것으로 나타났다. 실제로 AmericasMart에 입주한 약 2천 개에 달하는 업체의 90% 이상이 세일즈 랩의 성격을 띠고 있어 해외로부터 직접 수입을 하지 않고 있으며, 대부분은 캘리포니아나 뉴욕의 수입 또는 생산업체들을 통해 공급 받은 제품을 판매하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 한인들이 운영하는 매장의 경우 한국에서 공장을 가동하고 있는 것으로 나타났다.

도소매 업체의 유통망



미 동남부의 경우에는 특히 노스캐롤라이나, 사우스캐롤라이나, 조지아 주 등을 중심으로 원사 및 섬유, 의류 생산업체 등이 3천 개가 넘게 밀집해 있지만, 상대적으로 전문 수입업체나 유통업체의 수는 그리 많지 않은 것으로 나타나고 있다. 아울러, 전문 수입업체나 유통업체의 경우 그 규모 면에서도 제조업체에 비해 매우 영세한 것으로 나타났다.

미 동남부의 섬유 및 의류 생산업체들 중 많은 기업들이 해외로부터 소싱을 하고 있거나 새롭게 소싱에 참여하고 있다는 점을 고려해 볼 때 이들이 해외로부터의 소싱에서 차지하는 비중이 갈수록 높아질 것으로 보인다.

### Ⅲ. 미국 섬유류 수입쿼터 해제와 전망

1. 섬유 수입쿼터의 탄생
2. 섬유협정(ATC)의 주요 내용
3. 미국의 단계별 쿼터 폐지 현황
4. 미국의 3단계 쿼터 폐지 현황
5. 미국의 4단계 쿼터 폐지 전망
6. 4단계(2005.1.1) 쿼터 폐지 이후의 전망

### III. 미국 섬유류 수입쿼터 해제와 전망

#### 1. 섬유 수입쿼터의 탄생

1961년 단기면직물협정(STA : The Short Term Arrangement regarding International Trade in Cotton Textiles)의 발효에 따라 섬유교역에 대한 규제가 양자간의 협상에서 다자간의 협상으로 전환되었고 아울러 규제내용도 수량에 의한 쿼터제도를 근본으로 삼게 되었다.

동 협정은 그 이후 11년간 각국의 섬유교역에 적용되었던 장기면직물협정 (LTA : The Long Term Arrangement regarding International Trade in Cotton Textiles)으로 이어졌다. LTA는 1974년 제 1 차 다자간 섬유협정(MFA : Multifiber Arrangement)에 의하여 규제대상품목이 모직물과 인조섬유제품에까지 대폭 확대되었고, MFA는 여러 번에 걸쳐 1986년까지 연장 시행되었다.

MFA는 1985년 제4차 협정에 의거 1994년까지 연장되었다. 한편, MFA는 GATT의 무차별원칙에 대하여 예외적인 협약으로 간주되어 섬유류분야만이 다른 공산품과는 달리 무역자유화가 이루어지지 않은 분야가 되었다. 개발도상국들은 이러한 문제에 끊임없이 반발을 하였고 우루과이 라운드 (UR)협상에서 섬유분야도 GATT의 일반원칙을 적용하기로 하되 수입국들에게 적용기간으로 10년간의 유예기간을 주기로 합의하였다.

이러한 합의사항을 명문화 한 것이 바로 섬유협정(ATC : Agreement on Textiles and Clothing)이다. ATC는 WTO내에서 섬유교역 자유화를 단계적으로 그리고 점진적으로 달성하기 위하여 1995년부터 2004년 12월 31일까지 WTO 회원국간 섬유교역을 규율하며, 2005년 1월 1일 이후에는 WTO체제에 통합되어 효력이 소멸된다. 따라서 2005년 1월 1일부터는 쿼터의 규제 없이 자유로운 섬유교역이 이루어지게 되었다.

#### 2. 섬유협정(ATC)의 주요 내용

섬유협정은 1995년부터 2004년 말까지 10년간 3단계에 걸쳐 섬유교역자유화 방안 및 세 부시행 계획, 섬유분야에만 적용되는 잠정세이프가드, 미 통합품목에 대한 쿼터 량 연간 증가율 상향 조정, WTO 통합품목에 대한 차별적 수입규제조치 발동금지, 우회수출 방지를

위한 관련국간 협조체제 강화, 시장접근에 대한 상호주의 적용, 섬유감시기구(TMB:Textile Monitoring Body)의 설치 등을 포함하고 있다.

ATC에서 다루고 있는 섬유 및 의류분야의 자유화 대상 품목에는 H.S 코드 50~63류와 일부 30~49류, 그리고 64~96류에 속하는 H.S. 코드 6단위 기준 795개 품목이 해당된다. 대상 품목은 원사(Tops and Yarns), 직물(Fabrics), 의류(Clothing), 기타섬유제품(Made-up Textile Products)으로 구분되며 MFA협약에서 섬유류 수입국가들(주로 미국, EU, 캐나다, 노르웨이)이 수입을 제한하였던 572개의 쿼터품목과 223개의 비 쿼터품목을 포함하고 있다.

자유화 대상 품목 수

전 체	원 사	직 물	의 류	제 품
795	152	307	238	98

주) HS6단위 기준

쿼터 폐지는 1995년 1월 1일부터 10년간 3단계로 나누어, 단계별로 협정적용품목의 1990년 총 수입량을 기준으로 각각 16%, 17%, 18%씩(총51%) 자유화하고 2005년 1월 1일 나머지 49%를 전부 자유화시키도록 규정되어 있다.

- 1 단계 : 1995년 1월 1일~1997년 12월 31일까지 16% 쿼터폐지
- 2 단계 : 1998년 1월 1일~2001년 12월 31일까지 17% 쿼터폐지
- 3 단계 : 2002년 1월 1일~2004년 12월 31일까지 18% 쿼터폐지
- 4 단계 : 2005년 1월 1일, 쿼터 완전폐지 및 WTO 일반원칙 적용

### 3. 미국의 단계별 쿼터 폐지 현황

미국은 섬유협정이행위원회(CITA:The Committee for Implementation of Textile Agreement)를 설치하고 동 위원회는 미국의 섬유제조업자협회(ATMI:American Textile Manufacturers Institute)의 의견을 반영하여 쿼터 철폐를 실시하는 체계를 갖추고 있다.

미국은 상업적으로 의미 있는 민감 품목에 대한 쿼터 폐지는 마지막 단계에서 이루어지도록 실행계획을 마련하였다. 즉 1990년도 총 수입물량 중 실제로 당시 쿼터 규제 하에 있

있던 품목은 60.14%였는데 이중 1단계에서 쿼터 해제가 된 것은 하나도 없고, 2단계에서 2.13%, 그리고 3단계에서는 9.61%만이 해제되도록 되어 있다.

따라서 쿼터규제품목 수입량의 80.49%(1990년 총수입물량의 48.41%)가 마지막 단계에서 해제될 예정이고 여기서 의류품목이 차지하는 부분은 88.98%이다.

미국의 통합품목의 업종별 분석(1990년도 수입량기준)

(단위 : %)

	원 사	직 물	의 류	기타섬유제품	합 계
1 단계	8.46 (37.9)	1.65 (8.2)	1.92 (5.1)	4.19 (21.3)	16.21
2 단계	8.00 (35.8)	2.51 (12.4)	1.98 (5.2)	4.54 (23.1)	17.03
3 단계	3.26 (14.6)	3.91 (19.3)	2.55 (6.8)	8.40 (42.7)	18.11
4 단계	2.64 (11.8)	12.19 (60.2)	31.27 (82.9)	2.55 (13.0)	48.65
합 계	22.35(100.0)	20.25(100.0)	37.72(100.0)	19.67(100.0)	100.00

자료원) ITCB Report 2000

상기 표에서 보듯이 미국이 경쟁력을 갖춘 원사와 수입량이 미미한 기타섬유제품에서 1,2 단계의 개방 비중을 높여 전체 개방량 비중을 맞추었다. 2002년 1월 1일 3단계 개방까지 직물은 전체 수입의 40%, 의류는 불과 17.1%만을 개방하여 상업적으로 부가가치가 높은 제품에 대하여 개방속도를 뒤로 미루어 미국 산업에 미치는 영향을 최소화하고 있다.

또한 쿼터의 수량과 관련하여, 1990년 당시 미국이 가지고 있는 총 쿼터의 수는 750개로 이중 1단계 기간 중 완전히 폐지된 쿼터는 없었고, 2단계 기간 중 3개, 3단계 기간 중 42개가 폐지되었으며, 루마니아에 대해 조기 폐지시킨 10개의 쿼터를 합하여 총 55개의 쿼터가 폐지된 상태이고, 나머지 695(92%)개는 2005년 1월 1일부터 폐지될 예정이다.

#### 4. 미국의 3 단계 쿼터 폐지 현황

우리나라 제품에 대하여 쿼터가 철폐되는 카테고리는 다음과 같다.(품목수가 표시되지 않은 카테고리의 모든 품목이 해당됨)

원 사	600(텍스취드사 12품목), 606(비텍스취드사 23품목), 607(기타 단섬유사 21품목), 800(천연섬유사), 911(합섬사)
직 물	222(편직물 13품목), 223(부직포 14품목), 621(임프레션 직물 4품목), 622(유리섬유 직물 3품목), 810(천연섬유직물)
의 류	331(면편직 장갑류 2품목), 350(면 가운, 로브), 359-H(모자류), 359-O(편직제 넥타이, 쇼울, 등 7품목), 431(모 장갑류), 459-O(모 브레이스, 서스펜더 등 2품목), 631(합섬 편직 장갑류 2품목), 649(합섬 여성브라), 650(가운, 로브), 659-O(편직 넥타이, 쇼울 등 6품목), 831(마, 경제 장갑류), 833(신사복 상의), 834(남성 자켓류), 835(여성 자켓류), 836(드레스류), 838(마, 경제 니트셔츠, 브라우스), 840(직조 셔츠, 브라우스), 842(스커트), 843(남성용 신사복), 844(여성용 정장), 847(바지류), 850(로브, 가운), 851(잠옷류), 858(넥타이류), 859(잡제품)
기타섬유제품	369(면잡제품47품목), 369-L(면제 여행용가방용품), 464(모 담요 1품목), 469(모 실내용품 5품목), 666(가정용 섬유제품 25품목), 669(기타 섬유제품 14품목), 670-L(합섬제 여행용가방용품), 670-O(가방용품 8품목), 870(천연섬유제 여행용가방용품), 871(천연섬유 핸드백)

모든 품목의 쿼터가 철폐되지 않는 카테고리에서 쿼터가 해제된 품목의 HS 코드는 다음과 같다.

**CAT 600(12개 품목)**

5402313000, 5402316000, 5402323000, 5402326000, 5402333000, 5402336000, 5402393010, 5402393090, 5402396010, 5402396090, 5403233000, 5403206000

**CAT 606(23개 품목)**

5402103040, 5402106000, 5402203040, 5402206000, 5402410040, 5402430040, 5402490070, 5402490080, 5402510000, 5402520000, 5402590000, 5402610000, 5402620000, 5402690000, 5403103040, 5403106000, 5403310040, 5403320000, 5403330040, 5403390040, 5403410000, 5403420000, 5403490000

**CAT 607(21개 품목)**

5509513000, 5509516000, 5509520000, 5509530030, 5509530060, 5509590000, 5509610000, 5509620000, 5509692000, 5509694000, 5509696000, 5509910000, 5509920000, 5509992000, 5509994000, 5509996000, 5510200000, 5510300000, 5510902000, 5510904000, 5510906000

**CAT 222(13개 품목)**

6002104000, 6002108000, 6002203000, 6002206000, 6002302000, 6002309000, 6002420000,  
6002430080, 6002920000, 6002930020, 6002930040, 6002930060, 6002930080

**CAT 223(14개 품목)**

5601210010, 5601220010, 5602101000, 5602109090, 5602290000, 5602903000, 5602906000,  
5603003000, 5603009010, 5603009030, 5603009050, 5603009070, 5603009090, 6002430020

**CAT 621(4개 품목)**

5407410010, 5407410020, 5806321010, 9612109010

**CAT 622(3개 품목)**

7019201000, 7019202000, 7019205000

**CAT 331(2개 품목)**

6116921000, 6116929000

**CAT 359-O(7개 품목)**

6115190000, 6117103000, 6117209000, 6203221000, 6204221000, 6212900000, 6214900000

**CAT 459-O(2개 품목)**

6177102000, 6214200000

**CAT 631(2개 품목)**

6166100000, 6116930000

**CAT 659-O(6개 품목)**

6115110000, 6115120000, 6117104000, 6117202000, 6214300000, 6214400000

**CAT 369(47개 품목)**

4202124000, 4202128020, 4202128060, 4202224000, 4202224500, 4202228030, 4202324000,  
4202329530, 4202921500, 4202923015, 4202926000, 5805003000, 5807101010, 5807901010,  
6301300010, 6301300020, 6302511000, 6302512000, 6302513000, 6302514000, 6302600010,  
6302600030, 6302910005, 6302910025, 6302910045, 6302910050, 6302910060, 6303110000,  
6303910000, 6304910020, 6304920000, 6304920000, 6305200000, 6306110000, 6307101000,  
6307102020, 6307903010, 6307904010, 6307905010, 6307908710, 6307909010, 6307909050,  
6307909545, 6307909550, 6307909590, 9404901000, 9404908000, 9404909040

**CAT 464(1개 품목)**

6301200010

**CAT 469(5개 품목)**

6304193040, 630410050, 6304991500, 6304996010, 6308000010

**CAT 666(25개 품목)**

5805004010, 6301100000, 6301400010, 6301400020, 6301900010, 6302530010, 6302530020,  
6302530030, 6302931000, 6302932000, 6303120000, 6303190010, 6303920000, 630390010,  
6304112000, 6304191500, 6304192000, 6304910040, 6304930000, 6304996020, 6307909050,  
6307909550, 6307909590, 9404909020, 9404909040

**CAT 669(14개 품목)**

5807101020, 5807901020, 5810920030, 6305310010, 6305310020, 6305390000, 6306120000,  
6306190010, 6306229000, 6306229030, 6307903020, 6307904020, 6307905020, 6308000020

**CAT 670-O(8개 품목)**

4202128030, 4202128070, 4202224030, 4202228050, 4202329550, 4202923020, 4202923030,  
4202929020

## 5. 미국의 4 단계 쿼터 폐지 전망

2005년 1월 1일부터 4단계 쿼터가 해제되는 제품의 내역은 다음과 같다.

원 사	200(재봉사), 201(기타 사), 300-M(면사), 400(모사), 603(재생 단섬유사), 604(합섬 단 섬유사)
직 물	218(선염직물), 219(범포), 220(특수직물), 224-O(니트파일직물), 224-V(직조파일직물), 225(데님), 226(기타 평직물), 227(옥스퍼드 직물), 313(면쉬팅), 314(면포프린), 315(면 프린트 직물), 317-M(면능직 및 주자직), 410(모직물), 414(기타 모직물), 611(재생단섬유직물), 613-M(합성포프린), 615(합성셔팅직물), 617(합성능직 물), 618(재생장섬유직물), 619-M(합성장섬유직물), 624(P/W직물), 625-M(합성장단 교직물)
의 류	237(놀이복), 239(유아용 의류), 331(장갑류), 332(양말류), 333(남성용 정장타입 코트), 334(기타 남성용 코트), 335(여성 용코트류), 336(드레스류), 338(남성용 니트 셔츠류), 339(여성용 니트 브라우스 , 셔츠), 340(남성용 비니트 셔츠), 341(여성용 비니트 브리 우스, 셔츠), 342(스커트), 345(스웨터), 347(남성용 바지류), 348(여성용 바지류), 351 (잠옷류), 352(내의류), 359(기타 면제의류), 433(남성용 정장타입 코트), 434(기타 남성 용 코트), 435(여성용 코트), 436(드레스), 438(니트 셔츠, 브리우스), 440(비니트 셔츠, 브라우스), 442(스커트), 443(남성용 정장), 444(여성용 정장), 445(남성용 스웨터), 446(여성용 스웨터), 447(남성용 바지류), 448(여성용 바지류), 459(기타 모제의류), 631(장갑류), 633(남성용 정장타입 코트), 634(기타 남성용 코트), 635(여성용 코트) 636(드레스), 638(남성용 니트셔츠), 639(여성용 니트 셔츠, 브리우스), 640(남성용 비 니트 셔츠), 641(여성용 비니트 셔츠, 브라우스), 642(스커트), 643(남성용 정장), 644 (여성용 정장), 645(남성용 스웨터), 646(여성용 스웨터), 647(남성용 바지류), 648(여성 용 바지류), 651(잠옷류), 652(내의류), 659(기타 인조섬유제 의류), 845(비면제 채소사 스웨터), 846(실크합성제 스웨터), 852(내의류)
기타섬유제품	360(베개닛), 361(면쉬팅), 362(베드스프레드), 363(면타올), 369(베드린넨, 3단계이외품목), 469(베드린넨, 3단계이외품목), 666(베드린넨, 3단계이외품목), 863(천연섬유타올)

주) 쿼터 카테고리 시리즈 별 소재 내역은 다음과 같음.

- 200 series : cotton and/or man-made fiber
- 300 series : cotton
- 400 series : wool
- 600 series : man-made fiber
- 800 series : silk blends or non-cotton vegetable fibers

## 6. 4 단계(2005. 1. 1) 쿼터 폐지 이후의 전망

### 가. 수출 경쟁의 심화 현상

우리나라는 쿼터 다량 보유국으로 10년간 대 미국 섬유 수출에 있어 쿼터 물량만큼 보호를 받아 왔으나 2005년 1월 1일 이후 미국의 섬유 수입쿼터가 완전히 해제되면 섬유 후발개도국들과의 경쟁이 더욱 심화될 것으로 예상되고 있다.

아울러 우리나라 업체들 중 좋은 제품을 생산할 수 있음에도 불구하고 쿼터가 없기 때문에 수출하는데 어려움을 겪은 회사들은 자체적인 수출 마케팅을 할 수 있게 된 반면, 그동안 다량의 쿼터를 보유하고 있던 기업들은 더 이상 쿼터 보유에 따른 우위를 점할 수 없기 때문에 우리나라 기업들간의 경쟁도 매우 치열해질 것으로 전망되고 있다.

### 나. 가격인하 압력 가중 현상

현재 3단계 쿼터 해제 이후 니트제품에 대하여 수입단가가 30% 정도 낮아져서 올해 수입되고 있다. 이러한 가격 인하 배경에는 중국이 WTO에 가입하면서 3단계 쿼터 해제 혜택을 받게 됨으로써 중국산의 수입이 증가하고 있으며 아울러 그 동안 바이어들이 인정하였던 쿼터 차지(Quota Charge)가 없어지면서 나타난 현상이라고 뉴욕 소재 의류 수입상들은 말하고 있다.

또한 그 동안 쿼터가 없어서 수출에 애로가 있었던 후발개도국들의 섬유업체들의 수출 가능성이 증가함에 따라 이들 국가에서 값싼 노동력으로 생산된 섬유제품의 수입이 확대됨으로써 미국의 수입 가격 경쟁이 더욱 치열해질 것이다.

아울러 그 동안 쿼터 부족으로 수출하지 못했던 우리나라의 중소기업체들도 쿼터해제에 따라 수출을 개시하게 되면서 낮은 가격에 거래를 성사시킬 가능성이 높은 것으로 업계는 우려하고 있다. 이는 해외시장가격에 대한 사전 지식과 경험이 부족하기 때문에 당연한 것이나 전체 수입단가를 낮추는데 일조할 것이 우려되고 있다.

### 다. 소싱의 지리적인 확대 현상

미국 바이어들이 그 동안 국가별 쿼터로 인하여 소싱에 있어 제약이 있었으나 쿼터가 해

제됨으로써 이러한 제한이 완전히 해소되게 될 것으로 전망되고 있다. 따라서 바이어들은 믿을 수 있는 품질과 딜리버리를 제공하면서 보다 낮은 수입가격에 수입할 수 있는 생산자로부터 수입하려고 노력할 것으로 예상되고 있다.

따라서 우리나라 업체들은 이제는 보다 더 광범위한 지역의 생산업체들과 경쟁관계에 들어가며 아울러 보다 효율적인 생산을 위한 체계를 갖추어야 미국 시장에서 경쟁을 효과적으로 수행할 수 있을 것으로 예상된다.

#### 라. 미국 섬유생산자들의 보다 강력한 대응조치

현재에도 미국 섬유생산업체들의 대변자인 미국섬유생산자협회(ATMI)는 4단계 쿼터 철폐에 대하여 재고하여야 하며 그 시기를 늦추거나 아니면 쿼터해제 시 외국 수준에 동일한 수준으로 수입관세율을 올려야 한다고 주장하고 있다.

아울러 Byrd법안의 시행에 따라 반덤핑제도가 더욱 증가할 것이며, 철강산업에서 이루어졌던 세이프가드나 잠정세이프가드의 발동도 요구할 수도 있음을 예상하여야 할 것이다.

또한 부시행정부에게 부여하였던 Fast-Track의 수정안이 상원에서 통과되어 기존의 하원안과의 절충을 남겨 놓고 있듯이 외국과의 섬유협정 시 미국 섬유생산자들의 요구를 반영하는 협약을 체결하도록 강력히 요구하고 있다.

한편, 외국 섬유 수출자들에게도 미국 생산자들이 준수하고 있는 노동조건이나 환경조건을 준수한 제품에 대하여만 미국으로 수입을 하고 미국 내에서 판매하자는 운동을 노동자 조합과 기업과의 연대로 추진할 수도 있을 것으로 판단되며 이미 이러한 움직임은 미국 내에서 일어나고 있다.

#### 마. 미국 정부의 새로운 규제조치 발동 가능성

미국 정당들은 대통령, 상원, 하원, 주지사 등을 선출하는 각종 선거에서 승리하기 위하여 유권자들의 요청에 어긋나는 입법활동을 하기가 매우 어려운 상황이다. 특히 섬유가 근간 산업을 이루고 있는 4개주(앨라바마, 조지아, 노스캐로라이나, 사우스캐로라이나)에서는 섬유산업에 종사하는 유권자들의 표심을 잡기 위하여 이들의 목소리를 경청하게 되어 새로운 수입제한시행령이나 새로운 원산지 규정, 긴급수입제한조치 등을 입법화할 수 있다.

## IV. 미국의 섬유 통상 현안

1. 멕시코의 NAFTA 효과 상실 위기
2. 중국의 WTO 가입
3. 베트남과의 무역협정 체결
4. 카리브연안국 무역협정(CBTPA) 체결
5. 사하라이남 아프리카국가와의 무역협정(AGOA) 체결
6. 안데안국가 무역협정 체결
7. 파키스탄에 대한 혜택

## IV. 미국의 섬유 통상 현안

2001년도 말 중국이 WTO에 가입함으로써 올해 1월 1일부터 실시된 미국의 섬유 수입 3단계 쿼터해제 혜택을 우리나라와 같은 위치에서 적용을 받았다. 따라서 올해에는 중국산 제품이 미국시장에 대량으로 수입될 것으로 뉴욕의 수입상들은 예상하고 있다.

아울러 미국은 2001년도 말 베트남과 정상무역협정을 체결하여 의류를 포함한 베트남 산 제품의 수입 관세율이 대폭 하향 조정되었다. 이로써 우리나라 업체들이 베트남에 봉제공장을 설립하기 위하여 분주한 시간을 보내고 있으며 최근에 베트남으로부터 의류 수입이 급등하는 현상을 보이고 있다.

한편, 미국이 추진하고 있는 무역발전법(Trade Development Act : TDA-2000)에 따라 중미국가들과 사하라이남 아프리카 국가, 안데안국가 등지에서 생산되는 섬유제품에 대한 무관세 수입조치가 확대되고 있어 향후 이들 지역으로부터 의류의 수입이 대폭 증가할 것으로 전망되고 있다.

또한 9.11 테러참사 이후 테러와의 전쟁에서 미국에 가장 협조적인 파키스탄에 쿼터를 증가시켜 주고 무관세 수입을 허용하였다. 이렇게 향후 미국의 섬유수입은 단순히 2005년도부터 시작되는 수입쿼터 철폐에 의하여만 영향을 받는 것이 아니고 미국의 국익을 위하여 체결한 여러 가지 쌍무협정에 의하여 영향을 받을 것이며 이러한 요소들은 모두 우리나라의 대 미국 섬유 수출에 좋지 않은 영향을 줄 것으로 판단되고 있다.

따라서 본 보고서에서는 이러한 통상 현안들의 현황과 향후 전망을 조명하여 대 미국 섬유수출 환경의 매크로적인 변화를 조명해 본다.

### 1. 멕시코의 NAFTA효과 상실 위기

멕시코는 NAFTA조약 발효 이후 미국의 주요 의류 공급국으로 부상했다. 그러나 최근 멕시코 의류는 2001년부터 대 미국 수출경쟁력을 상실하면서 지속적으로 수출 감소현상을 보이고 있다. 이러한 현상에 대해 멕시코 은행인 BANCOMEXT는 최근 멕시코가 NAFTA의 이점을 상실했으며 2002년도 상반기 중에도 수출 회복을 기대할 수 없으며 새로운 대 미국 수출전략이 필요하다고 분석했다.

멕시코의 대 미국 의류 수출은 2000년도에 물량기준 25억2,681만 평방미터로 전년대비 9.5%, 금액기준 84억1,263만 달러로 전년대비 11.6%의 증가율을 각각 기록했다. 그러나 2001년도부터 멕시코의 대 미국 의류수출은 감소하기 시작해 2001년도에는 물량기준 22억 9,019만 평방미터로 전년대비 9.4%, 금액기준으로 78억1,135만 달러로 전년대비 7.2%의 감소율을 각각 기록했다.

아울러 2002년도 1/4분기에도 멕시코의 대 미국 의류 수출은 지속적으로 감소하고 있어 전년 동기간 대비 물량기준 15.9%, 금액기준 17.8%의 감소율을 각각 기록했다.

#### 미국의 멕시코 의류 수입실적

(단위 : 백만 평방미터, 백만 달러, %)

	1999년	2000년	2001년	2002년 1/4분기
물량기준 (증감률)	2,306.888 (N/A)	2,526.814 (9.5)	2,290.190 (-9.4)	506.631 (-15.9)
금액기준 (증감률)	7,537.512 (N/A)	8,412.625 (11.6)	7,811.345 (-7.2)	1,656.601 (-17.8)

자료원) 미국 상무부 섬유국

BANCOMEXT는 이러한 현상에 대해 멕시코 의류산업이 구조적인 문제에 봉착해 있다고 진단했다. 첫째, 임금이 최근 명목가치로 18%, 실질가치로 11% 상승했고, 둘째, 폐소화의 가치가 지난 12개월간 현저하게 하락하지 않아 미국 달러화 대비 2.6%만이 하락하여 NAFTA가 부여하는 경쟁력을 상실하고 있기 때문이라고 분석했다.

비록 CBI(카리비안국가 인센티브제도)의 혜택을 받기 위해서는 매우 까다로운 원산지증명이 요구되고 있으나 이들 지역의 생산임금은 멕시코보다 훨씬 낮은 수준에 있다. 예를 들어 온두라스는 멕시코의 41%, 구아테말라는 31% 수준에 있다.

아울러 중국의 WTO 가입은 중국산 의류의 대 미국 수출을 크게 증가시킬 것으로 예상되고 있어 2002년도 이후 멕시코의 미국 수출에 큰 장애요소로 작용할 것으로 보고 있다. 1995년도부터 2000년도까지 중국 의류의 미국 수입시장 점유율은 NAFTA 영향으로 10.2%에서 7.9%로 낮아졌다. 동시에 멕시코 의류의 점유율은 7.4%에서 14.7%로 상승했다. 그러나 2001년도에 중국의 점유율이 8.2%로 높아지면서 멕시코의 점유율은 13.8%로 낮아졌다.

멕시코 의류업체들이 겪고 있는 또 하나의 어려움은 중국, 홍콩 등지로부터 합법적이거나 불법적인 수입이 늘어나고 있는 점이다. 물론 아직도 멕시코 시장은 미국산 의류가 절대적인 위치를 차지하고 있지만 앞으로는 동남아시아국가 제품의 멕시코 유입이 더욱 확대될 것으로 예상되고 있어 이에 대한 대비책이 필요하다고 멕시코 의류업체는 말하고 있다.

## 2. 중국의 WTO 가입

중국의 WTO 가입은 지난 15년간 논의돼 왔으며 2001년 6월 미국과 중국의 완전합의에 이어 2001년 11월 카타르에서 개최된 WTO 각료회의에서 중국의 WTO 가입이 확정됨에 따라 미국의 3단계 쿼터 자유화의 혜택을 받게 되어 중국산 섬유 및 의류제품의 대 미국 수출은 급등할 것이라고 현지업계는 확실히하고 있는 상황이다.

중국의 WTO 가입은 중국 방직품 수출에 긍정적이라는 관점이 지배적이다. 가장 큰 혜택은 우선 각국의 대중 방직품 제품에 대한 쿼터폐지로 중국 섬유제품의 수출에 가장 큰 장애요인이 제거된 점이다.

중국의 방직공업에 종사하는 근로자는 1,300만 명(전체 근로자의 13.8%)에 이르렀으며 1990년-1998년간 총생산액은 연평균 9.4%로 상승하였고, 외환수입액은 연평균 15.1% 상승했다. 이 결과로 현재 중국은 세계 섬유 가공 총량의 1/4을 생산하고 있으며 의류, 면방직, 모방직, 실크, 섬유 분야에서 생산능력 세계 1위라는 타이틀을 차지하고 있다. 특히 면사와 섬유는 각각 세계 총 생산량의 30%, 20%를 차지하고 있다.

중국이 WTO에 가입한 이상은 ATC(세계무역방직품복장협약) 규정에 따라서 가입국에 대해 2005년까지 모든 쿼터제한을 철폐해야 하므로 2005년에는 방직품 제품의 무역자유화가 실현되는 것이다(물론 중국에 대해서는 필요 시 이후 4년간 세이프가드를 발동할 수 있다는 규정이 있음).

1999년을 기준으로 볼 때 중국은 21개 방직품목에 대해 쿼터배당을 받았는데, 이때 낙찰된 쿼터 비용은 상품 가격의 10~30%에 달했으므로 WTO가입에 따른 쿼터해제로 쿼터 비용이 절약되어 산술적인 계산만으로도 최소 10%에서 최대 30%까지 가격 경쟁력을 확보할 수 있다는 계산이 나온다.

또한 점차적으로 철폐되는 쿼터로 인해 중국의 방직품 수출은 매년 1천만 달러 이상 증가할 것으로 예상되고 있다.

아울러 중국을 향해 동네북처럼 두들기던 각국의 반덤핑 제소가 어렵게 된다는 점이다. 중국은 1986년-1997년 방직품 분야에서 총 11건의 반덤핑 소송을 받아 20%~100%의 추가 관세를 부담하는 불이익을 당했다. 따라서 중국으로서는 이번 WTO 가입으로 이런 무차별적인 반덤핑제 소가 자제될 것으로 기대하고 있다.

또한 방직원료의 수입관세 하락과 선진국의 방직품에 대한 수입관세 하락으로 더욱 더

경쟁력을 확보하게 될 것이라는 점이다. 수출용 방직제품의 경우에는 총 가치의 35%가 수입된 것들이다. 또한 복장에 사용되는 원단의 50%도 수입에 의존하고 있는 실정이다. 30%에 가까운 방직원료의 종합 수입관세 하락은 선진국의 관세하락과 더불어 중국방직 제품의 수출을 더욱 증가시킬 것으로 전망된다.

뉴욕에 소재한 섬유 및 의류업체들은 중국이 WTO에 가입하면 여타 WTO 가입국들과 동등한 수준의 특혜를 받게 돼 그 동안 수입쿼터에 묶여 있던 모자, 장갑류, 원피스, 여자정장 등 섬유제품들이 쿼터에 영향을 받지 않고 제한적으로 들어오게 돼 전반적으로 가격경쟁이 더욱 치열해질 것이며 의류생산업체들의 수익에 큰 타격을 줄 것으로 예상하고 있다.

뉴욕 현지에서는 쿼터가 철폐될 경우 미국의 중국산 섬유 및 의류제품의 2002년도 수입은 2001년도 보다 17% 정도 증가할 것이라고 내다보고 있다.

### 3. 베트남과의 정상무역협정

2001년 12월 10일 베트남 의회가 미국과 베트남간의 무역정상화를 통과시킴으로써 2002년부터 베트남 제품의 수입관세가 평균 40%대에서 4%대로 대폭 낮아졌다.

한편, 뉴욕 현지 수입상들은 베트남으로부터 수입은 이제부터 시작이라고 말할 정도로 의류, 신발을 비롯하여 잡화, 생활용품의 수입도 매우 확대될 것으로 전망되고 있다.

미국의 베트남 섬유 수입실적

(단위 : 백만 평방미터, 백만 달러, %)

	2000년도(증감률)	2001년도(증감률)	2002년1/4분기(증감률)
전 체			
물량기준	35.292(49.6)	32.720(-7.3)	19.949(144.8)
금액기준	49.865(31.9)	49.335(-1.1)	37.993(177.8)
의 류			
물량기준	29.991(42.4)	28.102(-6.3)	17.015(116.4)
금액기준	47.283(31.1)	47.895 (1.3)	34.955(159.4)
비 의 류			
물량기준	5.301(110.3)	4.618(-12.9)	2.934 (919.8)
금액기준	2.582(49.7)	1.440(-44.2)	3.039(1,405.1)

자료원) 미국 상무부

베트남 산 전체 섬유의 대 미국 수출액은 2002년 1/4분기 중 3,799만 불을 기록하여 전년 동기 대비 177.8%가 증가하였다. 동 금액은 2001년도 전체 수출액의 77%에 해당하는 액수이다. 이러한 폭발적인 신장률은 의류와 비 의류 모두에서 나타나고 있다.

앞의 표에서 보듯이 베트남의 대 미국 섬유 수출의 90% 이상은 의류제품으로 나타나고 있다. 아울러 비 의류제품의 비중은 10%에 불과하지만 수출 증가율이 폭등하고 있어 의류 관련 부속품의 수출도 향후 크게 성장할 가능성이 높은 것으로 판단되고 있다.

이러한 수출증가 현상과 아울러 베트남 정부의 움직임도 매우 적극적인 것으로 나타났다. 정부기관인 VINATEX(Vietnam National Textile and Garment Corporation)은 미국에 사무실을 개소했으며 VITAS(Vietnam Textile & Apparel Association)와 함께 2002년 4월 초에 뉴욕 Jacob K. Javits 컨벤션센터에서 열린 남성복 전시회(NAMSB Worldsource)에 처음으로 참가했다.

아울러 VINATEX는 Dupont사와 협력관계를 맺어 Dupont사 원사의 베트남 내에서의 독점 판매권을 갖게 됐으며 이와 반대급부로 베트남 섬유산업 종사자들이 Dupont사로부터 생산, 염색, 마무리 공정, 마케팅 등 전반적인 분야에 걸쳐 하이테크놀러지를 전수 받는다는 내용이다.

이러한 협약은 베트남 정부가 미국의 초대형 섬유회사와 협력해 그 동안 베트남에서 주로 이루어진 봉제 임 가공만이 아닌 원사와 직물을 생산할 수 있는 기반을 마련하려는 움직임으로 경쟁국가들이 주목해야 할 사항이라고 업계 관련자들은 말하고 있다.

VINATEX의 관리는 최근 2001년도에 베트남의 對 미국 섬유수출은 5,000만 달러였으나 2002년은 3억 달러에서 4억 달러로 예상하고 있다고 발표했다. 이러한 전망치는 2001년도 말에 2억 달러 전망에서 다시 상향 조정된 수치이다.

#### 4. 카리브연안국 무역협정(CBTPA)

우루과이라운드(UR) 협정에 따라 미국의 섬유쿼터는 2005년부터 없어지게 된다. 이에 따라 미국은 자국 섬유산업의 보호차원에서 무역개발법(Trade Development Act of 2000, TDA-2000) 제2장에 “카리브해 지역에 대한 무역협력법(CBTPA: Caribbean Basin Trade Partnership Act)을 규정하였다.

동 법 제정 동기는 미국의 제6대 수출대상국으로 부상한 카리브해 지역이 1994년

NAFTA 발효 이후 상대적으로 피해를 입어 온 데다 1998년 허리케인 등 자연재해로 심각한 피해를 당함에 따라 이 지역의 경제적 복구를 지원하기 위한 것이다. 아울러 NAFTA 확대를 통해 그간 미 의회의 반대로 지연되어 온 미주자유무역지대(FTAA) 협상을 가속화 하기 위한 조치이기도 하다.

그러나 그 이면에는 아시아 금융위기 이후 가격 경쟁력을 앞세운 아시아 산 저가 섬유의 류제품의 자국시장 침투에다 중국의 WTO 가입 이후 예상되는 미국 내 섬유의류시장에서 판도변화를 미연에 방지하기 위한 것으로 풀이할 수 있다.

아울러 대내외적인 요인에 의해 점차 경쟁력을 잃어 가고 있는 미국 섬유의류산업의 경쟁력 강화를 도모하고 있다. 따라서 우리 나라 같은 역외국은 동 법의 제정으로 다소간에 부정적인 영향을 피할 수 없을 것으로 보인다.

CBTPA는 2000.10.1-2008.9.30간 혹은 2005년 예정된 미주자유무역협정(FTAA) 발효 시 까지 시행되는 한시법이다.

#### 가. CBTPA 섬유의류관련 규정(SEC. 211.)

동 법의 적용범위는 미국이 외국산 봉제의류의 수입 시 미국산 직물을 이용해 카리브해 지역에서 제조한 제품에는 쿼터 및 관세를 면제하고 미국 이외의 국가 산 섬유원단이나 부자재를 이용한 봉제의류의 경우 평균 17%의 관세를 부과한다는 것이다.

이는 표면적으로는 저개발국가인 카리브해 제국을 지원한다는 명분 하에 내부적으로 자국 섬유업계를 보호하는 것을 골자로 하고 있다.

##### 1) 특혜대상 의류의 범위

- 미국에서 전적으로 제직된 원사를 사용해 미국에서 완전히 제직 및 재단된 원단으로 1 개국 이상의 CBTPA 수혜국가에서 봉제된 의류(807A+)에 대해 무관세, 무쿼터 적용
- － CBTPA 수혜국가에서 자수, 돌 세탁, 효소세탁, 산성세탁, 퍼머넌트 프레싱, oven-baking, 표백, 염색의류, 스크린 프린팅, 그리고 기타 유사공정 등 가공공정을 거친 것도 포함

- 미국에서 전적으로 제직된사를 사용해 1개국 이상의 CBTPA지역에서 재단되고 봉제된 의류(809A+)에 대해 무관세, 무쿼터 적용
- 미국에서 전적으로 제직된 원사를 사용해 1개국 이상의 CBTPA 수혜국가에서 편직된 니트의류에 대해 쿼터 범위 내에서 무관세 적용(HS 6115로 분류되는 양말 및 언더웨어 용 T셔츠는 수혜 대상에서 제외)
- HS 6212.10으로 분류되는 브래지어류로 미국에서 cut and sewn되거나 미국에서 봉제만 된 경우, 또는 1개국이상의 CBTPA 수혜국가에서 cut and sewn되거나 봉제만 된 경우, 미국에서 제직된 원단의 총 가치가 해당제품 총 세관 신고금액의(aggregate declared customs value of the fabric) 75%이상이면 무쿼터 및 무관세 혜택
- 상업적으로 충분히 활용할 수 없는 원사나 원단으로 봉제된 의류는 NAFTA 부속서 401조 (특별원산지 규정)에 준하는 규정을 적용, 원사와 원단의 원산지와 상관없이 특혜 인정
- CBTPA지역의 수공품, 민속품으로 해당국에서 인정된 상품에 대해서는 특혜 인정
- 미국에서 완전히 제직된 원사로 미국에서 완전히 제직 및 재단된 원단을 사용, CBTPA 수혜국가에서 봉제된 세번 HTSUS 9802.00.80으로 분류되는 섬유가방에 대해 무관세 및 무쿼터 혜택

## 2) 특별규정

- 부자재와 장식재 : 외국산 부자재나 장식재가 봉제된 상품요소가격의 25%를 초과하지 않을 경우 특혜 인정
  - \* 부자재와 장식재 예: 재봉사, hooks and eyes, bow buds, elastic strips(브래지어용으로 폭이 1인치 이하), 스냅, 단추, 장식용 레이스 트림, 지퍼(지퍼 테입 포함), 라벨 등
- 외국산 심지(interlining) : 외국산 심지 가치가 봉제된 의류요소가격의 25%를 초과하지 않을 경우나 외국산 장식재, 부자재 그리고 외국산 심지의 합이 봉제된 의류요소가격의 25%를 초과하지 않을 경우 특혜 인정
  - \* 외국산 심지: chest type plate, hymo piece, sleeve header로서 우븐, 인조필라멘트, weft-inserted warp knit 등의 원자재로 된 것

- 최소수량 : 미국이나 1개국 이상의 CBTPA 수혜국가에서 전적으로 제작되지 않은 원사나 섬유원료(fiber)의 경우에도 원사와 섬유원료의 총 중량이 제품 총 중량의 7% 이하인 경우 특혜인정, 엘라스토머사를 포함한 의류는 원사가 미국에서 전적으로 제작되었을 경우에만 특혜 대상
- 나일론 필라멘트 원사 : 1995년 1월 1일 이전 미국과의 자유무역협정을 체결한 국가(이스라엘, 캐나다, 멕시코)에서 생산된 세번 HTSUS 5402.10.30, 5402.10.60, 5402.31.30, 5402.31.60, 5402.32.30, 5402.32.60, 5402.41.10, 5402.41.90, 5402.51.00 또는 5402.61.00으로 분류되는 나일론 필라멘트 원사에 대해서는 특혜 대우, 단 엘라스토머 원사는 특혜대상에서 제외

### 3) 기타 규정

- 환적(Transshipment) 금지규정 : 미국 대통령은 CBTPA지역에서 생산되는 섬유나 의류와 관련 수출업자가 환적하고 있다는 충분한 근거를 확보했을 시 2년간 수출업자에 대해 특혜를 중지할 수 있음
- 긴급수입제한 조치 : 미국정부는 무관세 수입이 국내산업에 심각한 피해를 입혔다고 판단할 경우 NAFTA 규정에 준하여 협의를 거쳐 safeguard를 발동할 수 있음
- 원산지규정 증명 : 무관세나 특혜관세를 요구하는 수입업자는 세관통과 시 수출업자에 의해 마련된 원산지규정 증명서를 제시해야 함

### 지역별 수혜 자격대상국과 1차 수혜 대상국 비교

지 역	수혜 자격 대상국(속령 포함)	1차 수혜 대상국
중미지역	Costa Rica, El Slavador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama 등 6개국	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama 등 6개국
카리브지역	Antigua and Barbuda, Aruba, Barbados, Bahamas, Belize, Dominica, Dominican Republic, Grenada, Guyana, Haiti, Jamaica, Montserrat, Netherlands Antilles, St. Kitts and Nevis, Saint Lucia, Saint Vicente and the Grenadines, Trinidad and Tobago, Virgin Islands British 등 18개국(속령 포함)	Belize, Dominican Republic, Haiti, Jamaica 등 4개국
총 계	24개국(속령 포함)	10개국

## 나. 기존 제도와의 상이점

### 1) 기존 카리브지역에 대한 무역특혜제도와 CBTPA와의 상이점

CBTPA 는 그간 특혜대상에서 제외되었던 섬유의류 등의 부문에 대해 특혜를 부여했다는 점에서 기존 2차에 걸친 중미·카리브지역에 대한 무역특혜제도와 가장 큰 차이를 보이고 있다.

미 정부가 1983년 제정한 카리브해제국 지원계획(Caribbean Basin Initiative, CBI)의 핵심내용인 카리브해지역경제재건법(Caribbean Basin Economic Recovery Act, CBERA)에 따르면 수혜품목 중 섬유협정의 적용을 받는 섬유 및 의류에 대해서는 관세면제 혜택을 제외키로 하였다. 그리고 일명 CBI II로 알려진 1990년 수정 법에서도 섬유 및 의류는 관세면제 혜택에서 제외되었다.

섬유의류제품은 CBI지역과 미국과의 교역에서 50%이상의 비중을 점해왔으나 주요 특혜대상에서는 제외되어온 것이다. 다만 동 지역에 대해서는 특별접근프로그램(SAP)에 의한 특혜가 존재해왔다.

CBTPA 법안은 기본적으로 기존의 특별접근프로그램(SAP)을 심화 확대한 것이다. 미국산 원사 및 직물을 사용하여 CBI지역에서 봉제한 의류에 대해서는 무쿼터 및 무관세 혜택을 받게 되는 바, 이는 기존의 807A와 차별해 807A+로 칭한다. 기존의 807A규정 하에서는 미국산 원사 및 직물을 사용해 CBI지역에서 봉제한 의류에 대해서 일부 국가에 한해 무쿼터 혜택을 부여했지만 무관세 혜택을 부여하지는 않았다.

또한 807A 프로그램과의 차이는 미국산 원사 사용을 의무화하지 않고 Embroidery, Silk-Screening, Garment-Dyeing을 허용하지 않았다.

### 2) NAFTA 섬유의류 관련 규정과의 비교

CBTPA는 기본적으로 NAFTA를 중미·카리브지역으로 확대한다는 면에서 많은 부문이 NAFTA 협정과 유사성을 띠고 있다. 섬유사 산지주의 존중, TPL, 극소규정, 원산지 규정, 세관절차, safeguard 조항 등에서 유사성을 보이고 있다.

이와 같은 CBTPA를 통한 중미·카리브지역에 대한 특혜에도 불구하고 멕시코를 비롯한

NAFTA 회원국들은 CBI지역 국가들보다도 많은 혜택을 받고 있다.

먼저 가장 큰 차이점은 NAFTA 회원국들의 경우 원산지 규정을 준수할 경우 현재 대부분의 섬유의류 제품이 무관세 및 무쿼터로 미국시장에 진입할 수 있다는 점이다. 캐나다의 경우 1998년부터 모든 섬유·의류제품이 미국시장에 자유로이 진출하고 있으며, 멕시코도 1999년 1월 1일부터 90%이상의 섬유·의류제품이 미국시장에 자유롭게 진입하고 있으며 일부 제품의 경우 2004년부터 완전 무관세 거래가 허용된다.

그러나 CBI지역의 경우 역내 원사 및 원단의 사용을 제한하고 있다. 원사의 경우 기본적으로 미국산 사용을 의무화하고 있으며 일부 의류의 경우 제한적인 수준에서 원단 사용을 허용하고 있는 실정이다.

아울러 일부 규정의 경우 NAFTA에서보다 처벌규정을 강화하거나 보상규정을 없앴다. 환적금지규정의 경우, 당초보다 환적의 개념을 확대 적용했으며 이를 위반했을 시에도 처벌규정을 강화했다. 섬유의류제품에 대한 긴급수입제한조치의 경우 NAFTA 규정에 포함된 보상규정이 동 CBTPA 법에서는 제외되었다.

## 다. 대미 수출에 미치는 영향 및 대응방안

### 1) 대미 수출에 미치는 영향

당초 동 법의 제정으로 우리 업체들의 가격 경쟁력 약화에 따른 대미 수출 위축이 가장 우려되어 왔다. 동 법이 기본적으로 아시아 국가산 섬유의류의 미국시장 진입을 억제함으로써 미국 섬유의류산업은 물론 CBI지역의 동 산업을 육성코자 한 것이기 때문이다.

따라서 동 법 시행으로 CBI 지역산과 비교해서 관세 및 쿼터 면에서 크게 불리한 우리나라를 비롯한 아시아 산 섬유의류의 대미 수출에 커다란 차질이 예상되어 왔다.

품목별로는 HS 코드 분류 56-59 품목 군에 대한 수출감소가 가장 클 것으로 보이며, 우리의 대미 주력 수출 품목군인 HS 61-62군이 두 번째로 큰 피해를, 수출량은 적으나 최근 증가추세에 있는 HS 50-55군의 피해가 뒤를 이을 것으로 예상되었다.

CBI지역에 대한 원단 수출도 상당 폭 감소할 것으로 우려되어 왔다. 그간 CBI지역에 진출한 우리 기업들은 국내에서 원단이나 섬유원료 및 원사 등을 수입하여 현지에서 가공하여 미국으로 수출하는 형태의 사업을 운영해 왔다. 그러나 금번 법 시행에 따라 미국 시장

에 유리하게 진출하기 위해서는 종전의 우리 나라로부터의 원단이나 원사 공급선을 미국으로 전환함이 불가피한 상황이기 때문이다.

현재 중미지역에는 대미 섬유수출 생산기지로서 과테말라에만 약 320여 개(이중 약 170여 개는 한국계 공장)의 섬유봉제업체가 활동하고 있으며 중미 5국에만도 약 800여 개 이상(추정)이 소재하고 있다.

그러나 2001년 이 제도의 시행 이후의 결과는 예상과는 다소 다른 모습을 보여준다. 실제 CBI산 봉제의류의 미국 의류시장 점유율은 2001년도 기준으로 미국 전체시장의 16.6% 수준에 불과하며, 미국의 대 CBI 국가 봉제의류 수입도 시행원년인 2001년에는 오히려 감소하고 있다는 것이다.

미국의 대 CBI국가 봉제의류 수입동향

(단위 : 백만 달러, %)

연도	1999	2000	2001
수입액	8,803	9,541	9,376
증감률	7.4	8.4	-1.7

이 법안의 발효로 특히 한국산 Spandex가 함유된 원단의 대미수출은 일부 타격이 있을 수 있다(CBTPA 조항 중 De Minimize Rule이라는 예외규정이 있으며 이는 전체 가액의 7% 이내의 외국산 원자재는 무시하고 미국산 원단으로 간주하나 Spandex는 제외). 그러나 이는 사실상 CBI산 봉제의류에 국한되며 향후 대미 섬유원단 수출이 전체적으로 위축될 것으로 예측하는 것은 지나치게 과장 해석된 것으로 생각된다.

CBI 국가의 봉제의류 제조는 중국 등 아시아권에 비해 실질경쟁력이 낮다. 아시아권 제조업체들이 봉제의류의 전 과정을 커버하는 것과는 달리 이들 CBI 국가의 경우 sewing만 하고 있으며, 미국까지의 제품 물류비용도 아시아권으로부터 들어오는 비용과 거의 차이가 없다는 것이다.

## 2) 우리의 대응 방안

최근 4년간 미국 섬유원단 제조업 GDP가 16.7% 감소하고 경쟁력 부재로 인한 자체 구조조정 과정이 계속되면서 미 섬유업계의 연방정부에 대한 산업 보호 로비활동도 현재 치열

하게 진행되고 있다.

그러나 장기적으로 볼 때 미국 섬유업계의 경쟁력은 그리 밝지 못한 것이 사실이며 CBTPA와 같은 한시적인 자국 업계 보호정책도 큰 실효는 얻지 못할 것으로 예상된다.

따라서 CBTPA가 단기간/국지적으로 한국산 섬유류의 대미수출에 일부 부정적인 영향을 미칠 수는 있지만 이는 외국 섬유업계 공통으로 적용되는 것이며 중장기적으로 미국 섬유 시장에서 수입산의 점유율이 계속 확대될 것이 라는 분석이 지배적이다.

따라서 우리나라는 앞으로 미국 섬유시장 접근 가능성을 넓히고 가속적인 수출 확대를 위해서는 더욱 적극적인 수출마케팅 정책과 다양한 사업이 필요할 것으로 보인다.

#### ○ 미국산 원사 및 원단 공동 구매체제 구축

CBTPA 법의 이점을 충분히 활용하기 위해서는 CBI지역에서 의류생산 시 미국산 원사나 원단의 사용이 필수적이다. 경쟁력 있는 미국산 원사나 원단의 구매는 제품의 생산원가를 감축시켜 경쟁력을 제고시킬 수 있는 원천이다. 미국산 원사나 원단의 구입시 보다 값싸고 질 좋은 제품을 구입하고 제품 구입 시 협상력을 제고키 위해서는 CBI 현지 진출 우리기업들간의 공조를 통한 공동구매 체제 구축을 모색할 필요가 있다.

공동 구매체제 구축의 일환으로 먼저 미국의 메이저 방사, 방적업체, 중미카리브지역의 한인업체들을 참여시킨 세미나 등을 개최할 필요가 있다. 또한 공동구매체제 구축 시 미국의 교포망을 이용하는 방법도 적극 검토해 봄직하다. 분야별로 미국 교포들과 공조체제를 구축할 경우 소기의 성과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

#### ○ 현지 진출 아시아 기업과의 전략적 제휴 모색

CBTPA 법은 아시아 산 섬유류제품의 미국 진입을 억제키 위한 조치의 일환으로 추진되고 있는 바, 우리 나라를 비롯한 홍콩, 대만 등 아시아 국가들은 금번 조치로 유사한 어려움에 직면해 있다.

이에 따라 아시아 국가들은 우리의 경쟁자인 동시에 협력의 대상자도 될 수 있는 바, 금번 조치 대응에 부심하고 있는 현지 진출 아시아 업체들간의 정보교류 및 원단 공동구매 등 협력체제 구축도 고려해 볼 필요가 있다.

#### ○ 민관 공동 협력체제 및 데이터베이스 구축

원단의 공동구매체제 구축 시 민간차원 노력으로는 한계가 있을 수밖에 없는 바, 이를 총괄적으로 조정하는 차원에서 정부의 적극적인 조정 역할이 요망된다.

CBI 지역은 우리기업의 진출역사가 20년에 달하고 있고 해외에 위치한 우리 섬유의류 수출의 중심지로 부상했음에도 불구하고 체계적인 자료 및 정보(진출기업의 생산공정, 업종별 對美 수출 쿼터 및 금액 등)의 부족으로 정부의 정책 결정시 많은 어려움을 겪고 있는 바, 조만간 신속한 데이터베이스화 작업이 요망된다.

또한 현지 진출기업들이 금번 CBTPA 법 발효 이후 필요로 하는 원단이나 원사의 수요는 물론 구체적인 사종의 종류를 데이터베이스화 하는 작업도 병행하여 추진할 필요가 있다.

## 5. 사하라이남 아프리카국가와의 무역협정(AGOA)

TDA-2000의 일환으로 아프리카 사하라사막 이남에 위치한 35개 국가에서 생산된 제품은 무관세로 미국에 수입되는 자격을 부여했다. 한편, 부시 대통령은 2002년 5월 23일 Ivory Coast를 36번째 국가로 추가 지명했다.

### AGOA 해당 국가 리스트

Benin, Botswana, Cameroon, Cape Verde, Central African Republic, Chad, Republic of the Congo, Djibouti, Eritrea, Ethiopia, Gabon, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kenya, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritania, Mauritius, Mozambique, Namibia, Niger, Nigeria, Rwanda, Sao Tome and Principe, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, South Africa, Swaziland, Tanzania, Uganda, Zambia, Ivory Coast
--

미국 상무부가 지난 2년간의 AGOA성과에 대한 보고서를 발간했는데, 이 보고서에 따르면 AGOA 발효 이후 아프리카 기업들이 새로운 고용을 창출할 수 있도록 새로운 무역기회가 제공되었으며 이 지역에 수억 달러의 신규 투자가 이루어졌다고 분석했다.

특별히 지난 2년간 미국의 수입이 61.5% 증가했으며 이들 국가들로부터 미국에 수입되는 제품들은 특혜관세제도에 따라 무관세로 수입되고 있고 이에 해당하는 품목의 수입은 전체 미국이 동 지역으로부터 수입 분의 40%에 해당하고 있다. 아울러 미국의 이 지역에 대한 수출도 2001년도에 70억 달러에 달해 2000년도 대비 16.5% 증가해 기록적인 실적을 나타냈다.

이러한 노력의 일환으로 최근 발표된 미국의 2002년 1/4분기의 섬유 수입 통계를 보면, AGOA국가들로부터 미국으로 수입되는 섬유 실적은 큰 폭으로 증가하고 있다. 이는 다른 지역들이 모두 전년대비 감소현상을 겪고 있는 것과 비교할 때 매우 큰 대조를 이루고 있다. 특히 AGOA 국가들의 대 미국 수출은 의류제품이 물량기준 88.3%, 금액기준 97.9%를 각각 차지하고 있으며 의류의 수입증가율이 25.4%에 달하고 있다.

	물량(백만평방미터) 기준			금액(백만달러) 기준		
	2001 1/4	2002 1/4	증감률	2001 1/4	2002 1/4	증감률
AGOA						
전 체	57.124	76.220	33.4	213.096	263.892	23.8
의 류	51.963	67.309	29.5	205.971	258.230	25.4
비의류	5.191	8.910	71.6	7.125	5.662	-20.5
ANDEAN						
전 체	51.312	44.066	-14.1	236.349	185.739	-21.4
의 류	42.888	36.882	-14.0	24.302	177.994	-20.7
비의류	8.424	7.184	-14.7	12.047	7.745	-35.7
ASEAN						
전 체	1,111.011	1,066.346	-4.0	2-586.417	2-176.152	-15.9
의 류	643.883	607.504	-5.7	2-233.030	1-906.644	-14.6
비의류	467.128	458.843	-1.8	353.388	269.507	-23.7
CBI						
전 체	890.789	828.861	-7.0	2,274.051	2,079.800	-8.5
의 류	856.494	804.136	-6.01	2,253.666	2,064.765	-8.4
비의류	34.294	24.725	-27.9	20,385	15,035	-26.3

미국은 AGOA의 성공적인 운영을 계기로 AGOA 국가들과 보다 굳건한 관계를 형성하기 위해 올해 다양한 계획을 가지고 있다. 우선 미국의 해외정책 목표 달성을 돕기 위하여 경제개발과 인간적인 원조를 실시하고 있는 독립적인 기관인 USAID(The United States Agency for International Development, 1961년도 설립)가 “Trade for African Development and Enterprise”를 발족하였으며 아프리카 경제가 세계경제에 속할 수 있도록 가교역할을 하며 아울러 무역 면에서 동 지역내의 협력관계를 더 한층 굳건히 하도록 할 예정이다.

아울러 미국무역대표부(USTR)은 동 지역에서 농업과 서비스산업에 대한 2개의 세미나를 계획하고 있으며 USAID도 여러 개의 WTO 세미나를 동 지역에서 실시할 예정이다. 한편, USTR은 지난 2월 동 지역을 방문하여 SACU(Southern African Customs Union ; South

Africa, Botswana, Lesotho, Namibia, Swaziland)의 통상장관들과 미국과의 자유무역협정 (Free Trade Agreement)에 대하여 논의하였다. SACU의 장관들은 동 제안의 가능성에 대하여 강력한 지지를 표한 것으로 알려져 가까운 미래에 자유무역협정이 이루어질 것으로 예상되고 있다.

## 6. 안데안국가 무역협정

안데안 4개 국가들이 경제를 무역으로 활성화 시키고, 대신에 마약과의 전쟁을 하도록 하는 미국과 안데안국가간의 새로운 무관세(수량 무제한 수입 가능)가 발동되어 대 미국 수출 증대는 물론 새로운 미국 진출 전진기지로 안데안국가들의 역할이 증대될 것으로 전망되고 있다.

그 동안 미국과 안데안국가(볼리비아, 콜롬비아, 에콰도르, 페루, 등 4개국)들과 합의된 안데안무역협정은 다양한 제품에 대해 무관세를 적용했지만 안데안국가들이 생산하는 주요 제품인 의류, 신발, 수산물 등은 제외되어 있었다.

따라서 이 법안이 법제화될 경우, 새로운 안데안무역협정은 법안 명칭에서 보듯이 안데안 국가들이 마약산업을 근절할 수 있는 토대를 마련하도록 하고 미국과의 무역을 증대시켜 경제를 부흥시킨다는데 근본 취지가 있다. 특별히 동 법안은 안데안국가들의 주요 생산품인 의류, 신발, 참치 등의 미국 수입 시 무관세 혜택을 받도록 되어 있어 새로운 협정 체결 시 무관세 혜택을 받는 품목의 범위가 대폭 확대된 것으로 업계는 해석하고 있다.

따라서 어느 국가에서 생산된 원사와 직물을 사용하더라도 상관없이 안데안국가에서 생산된 의류는 미국으로 무관세로 수입될 수 있다. 이는 그 동안 미국 섬유생산업체들이 미국 산 원사와 직물을 사용해 카리브연안국에서 생산한 제품을 무관세로 수입할 수 있는 카리브인센티브제도(CBI) 보다 매우 큰 혜택을 주고 있다.

이 협정이 발효되면 미국섬유생산자협회(ATMI: American Textile Manufacturers Insitute)는 섬유생산업체들에게는 매우 큰 타격을 줄 것이고 그 동안 추진한 CBI의 특혜를 받지 못하게 되어 반발하고 있는 반면, 미국의류신발협회(AAFA: American Apparel and Footwear Association)는 보다 나은 제품을 보다 낮은 가격에 미국 소비자에게 공급할 수 있다고 환영하면서 이 법안의 지지와 통과를 위한 對 의회 로비를 계속하고 있다.

## 미국의 ANDEAN 섬유 수입실적

(단위 : 백만 평방미터, 백만 달러, %)

	2000년도(증감률)	2001년도(증감률)	2002년1/4분기(증감률)
전 체			
물량기준	207.619(11.8)	176.328(-15.1)	44.066(-14.1)
금액기준	891.675(16.2)	803.185(-9.9)	185.739(-21.4)
의 류			
물량기준	159.199(7.4)	141.566(-11.1)	36.882(-14.0)
금액기준	831.135(17.4)	753.574(-9.3)	177.994(-20.7)
비 의 류			
물량기준	48.420(29.0)	34.762(-28.2)	7.184(-14.7)
금액기준	60.540(1.3)	24.186(-13.5)	7.745(-35.7)

자료원) 미국 상무부

현재 미국 의회는 동 협약에 대한 내용을 부시 대통령에 부여한 무역촉진권한(TPA : Trade Promotion Authority) 법안과 함께 검토하고 있다.

## 7. 파키스탄에 대한 혜택

미국의류신발협회 대표자들은 2001년 10월 초 파키스탄 상공장관과 만나 미국의 아프카니스탄 전쟁에서 최대의 협력자인 파키스탄으로부터 수입되는 섬유제품에 대하여 관세와 쿼터를 철폐하여 이번 전쟁으로 파키스탄 수입 분에 대해 발생하는 선적 지연, 보험료 인상, 화물 손실 등에 대한 피해를 보상해 달라고 미국 상무부에 요청했었다. 이러한 노력 등의 결과로 2001년 11월 1일 부시 행정부는 파키스탄으로부터 수입되는 섬유와 의류에 대해 2004년까지 관세를 한시적으로 철폐하는 방침을 발표하였다.

이에 대해 미국섬유생산자협회(ATMI)는 부시 행정부가 이러한 결정을 내릴 경우, 수십억 달러어치의 미국 내 생산에 타격을 주어 섬유산업 종사자 47만 명의 생계를 위협하며 더 많은 사람이 일자리를 잃게 될 것이며 나아가 많은 공장들이 문을 닫게 되어 현재 위기 상황인 미국 섬유산업계를 더욱 곤경에 처하게 만들 것이라고 발표하면서 이러한 제안을 거두어 줄 것을 요청했다.

ATMI는 수입업자들과 의류판매회사들이 파키스탄으로부터 수입하는 섬유 및 의류에 대한 위험과 예상치 못한 손해를 방지하기 위해 OPIC(Overseas Private Investment)로 하여

금 향후 3년간 파키스탄으로부터 수입되는 모든 섬유와 의류제품에 대해 정부가 보험료를 지불하는 보험을 제공하도록 하면 수입업체들은 위험에서 벗어나면서 추가 비용이 들지 않고 미국내 섬유산업에 타격을 주지 않을 것이라고 제안했다.

이러한 조치는 파키스탄이 정치적인 또는 경제적인 불안정으로 인해 미국 기업이 파키스탄과의 거래가 중단될 경우에 대비해 보증을 해 줄 것이라고 말하고 있다. OPIC는 개발도상국들과 거래하는 미국기업들에게 정치적인 위험보험과 용자를 제공하는 기관으로 현재 40억 달러의 자금을 소유하고 있다.

한편, 미국의 의류 및 신발 판매업체인 Gap, Nike, Federated Company, Russell Corp., Warnaco Group, J.C. Penny 등은 파키스탄의 주문을 줄이지 않겠다고 발표하였으며 Eddie Bauer는 주문을 늘리겠다고 발표할 만큼 파키스탄으로부터 수입하는 섬유 및 의류제품은 아직까지 전쟁으로 인하여 아무런 어려움을 겪고 있지 않는 것으로 판단되고 있다.

미국은 파키스탄으로부터 의류를 2000년도 중 9억2,036만 달러 수입하여 전년대비 25.5%의 높은 증가율을 기록했다. 그러나 올해 1~9월간은 7억2,786만 달러로 2.4%의 증가에 머물렀다. 한편 파키스탄은 국민들의 반대에도 불구하고 테러전쟁에 가장 협력을 많이 하고 있어 미국으로부터 파키스탄 의류제품의 수입관세를 3년간 철폐하는 특혜를 받았으며 이로써 미국의 의류수입업체들은 파키스탄으로부터 수입하는 물량을 줄이지 않고 지속하거나 일부 확대하는 현상도 나타나 향후 파키스탄으로부터 의류수입이 급등할 것으로 업계는 내다보고 있다.

#### 미국의 파키스탄 섬유 수입실적

(단위 : 백만 평방미터, 백만 달러, %)

	2000년도(증감률)	2001년도(증감률)	2002년1/4분기(증감률)
전 체			
물량기준	1,996.768(29.3)	328(-15.1)	44.066(-14.1)
금액기준	675(16.2)	185 (-9.9)	185.739(-21.4)
의 류			
물량기준	159.199 (7.4)	141.566(-11.1)	36.882(-14.0)
금액기준	831.135(17.4)	753.574 (-9.3)	177.994(-20.7)
비 의 류			
물량기준	48.420(29.0)	34.762(-28.2)	7.184(-14.7)
금액기준	60.540 (1.3)	24.186(-13.5)	7.745(-35.7)

자료원) 미국 상무부

## V. 바이어 설문조사를 통한 우리나라 상품 경쟁력 분석

1. 우리나라의 주요 경쟁국
2. 국가별 경쟁력 비교
3. 바이어의 조언

## V. 바이어 설문조사를 통한 우리나라 상품 경쟁력 분석

### 조사방법

2002년 4월-5월간 뉴욕, 로스앤젤레스, 아틀란타에서 우리나라로부터 직물이나 의류를 수입하는 수입업체, 의류제조업체와 백화점, 대형양판점에서 수입을 담당하는 바이어를 대상으로 면접 설문지 조사를 실시하였다. 외국으로부터 수입을 하지 않고 도매와 소매만을 하는 바이어는 조사대상에서 제외시켰다. 7첨부자료 4 : 국가별 경쟁력 설문지)

총 응답자 수는 200명에 다다랐으나 성실한 응답을 한 유효한 응답자는 총 168명으로 이들의 응답만을 분석하였다. 분석방법은 통계분석 패키지가 없는 관계로 응답자가 평가한 점수를 단순 평균하였다.

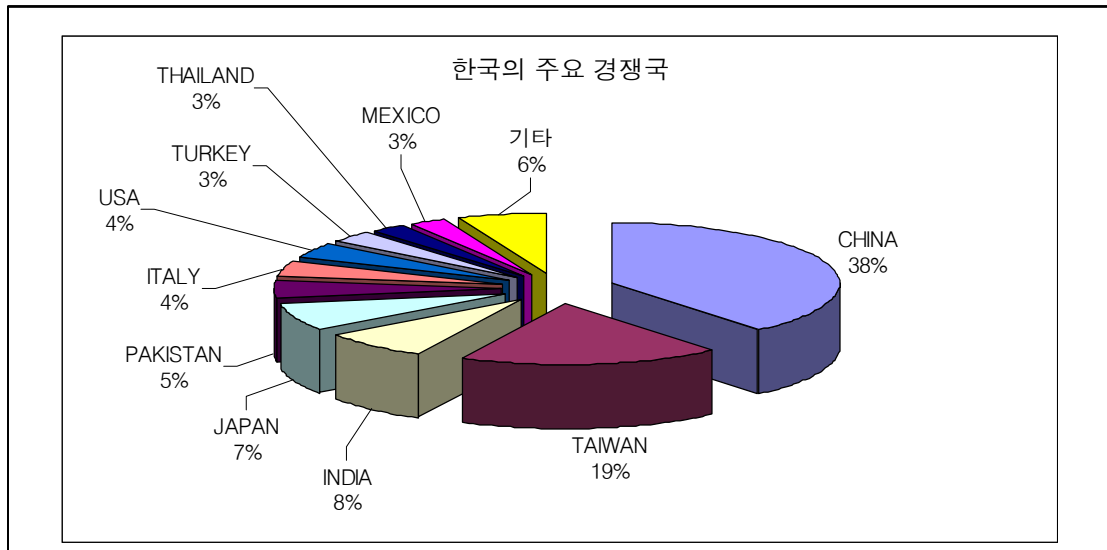
경쟁력 분석은 전반적인 경쟁력(Overall Competitiveness)과 9가지의 경쟁요소 별 경쟁력 평가를 10점 스케일(Scale)로 하였다. 10점 스케일은 1점이 가장 낮은 경쟁력을, 10점이 가장 높은 경쟁력을 나타낸다.

(참고사항 : 경쟁력 분석표에서 응답자수가 20명이 되지 않을 경우, 경쟁력 점수는 통계적으로 유효하지 않다. 그러나 점수 자체를 직접적으로 비교하지 말고 그러한 경향이 강하게 존재하는 것으로 해석할 수 있음)

### 1. 우리나라의 주요 경쟁국

우리나라와 거래하는 바이어에게 우리나라를 제외하고 머리에 떠오르는 (Top-of-Mind) 현재 거래하는 2개 국가의 이름을 문의한 결과 다음과 같은 중복 응답 수를 기록하였다.

다음 표에서 보는 바와 같이 우리나라와 경쟁이 치열하게 진행되고 있는 국가는 중국이 1위에 있고 그 다음으로는 대만으로 나타났다. 그 다음으로는 인도, 일본, 파키스탄, 이태리 순으로 나타나고 있다.



국 가 명	응 답 수
KOREA	129
CHINA	92
TAIWAN	44
INDIA	19
JAPAN	17
PAKISTAN	11
ITALY	10
응답자 6명-9명	U.S.A.(9), TURKEY(8), THAILAND(6), MEXICO(6),
응답자 3명-5명	COLOMBIA(5), FRANCE(4), INDONESIA(4), GUATEMALA(4), PHILIPINE(3), HONGKONG(3)
응답자 2명 이하	DOMINCAN REPUBLIC(2), SPAIN(1), PORTUGAL(1), RUSSIA(1), BANGLADESH(1), BELGIUM(1), VIETNAM(1), ENGLAND(1), MALAYSIA(1), GERMANY(1), ROMANIA(1), ELSALVADOR(1), EUROPE(1), NORTH AMERICA(1)

## 2. 국가별 경쟁력 비교

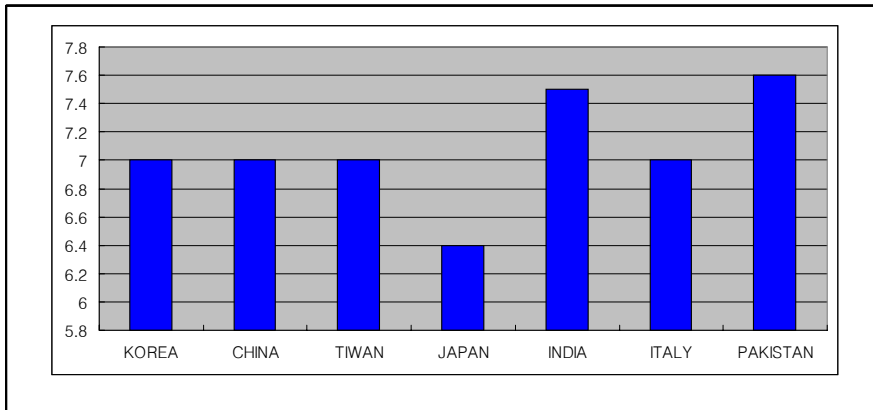
### 가. 전체 섬유제품에 대한 경쟁력 비교

#### 1) 국가간 경쟁력 비교

응답자에게 국가별 제품에 대한 전반적인 경쟁력을 평가한 결과, 우리나라, 중국, 대만,

이태리는 같은 경쟁력 수준을 보이고 있으나 인도, 파키스탄에 대한 경쟁력을 다소 높게 평가하였다. 단, 일본은 여타 국가들에 비해 낮은 평가를 받았다.

국가간 전체 섬유제품에 대한 경쟁력 비교



국 가 명	평균 점수
KOREA	7.0
CHINA	7.0
TIWAN	7.0
JAPAN	6.4
INDIA	7.5
ITALY	7.0
PAKISTAN	7.6

2) 경쟁요소 별 경쟁력 비교

우리나라는 제품 품질 면에서 아주 좋은 경쟁력을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 아울러 샘플서비스, 딜리버리, 리드타임(Lead Time), 대량생산 능력, 커뮤니케이션에서 경쟁국들과 비교하여 대등한 경쟁력을 가지고 있으나 제품의 새로움과 가격에서 낮은 경쟁력을 가지고 있는 것으로 나타났다.

중국은 대량생산과 가격 면에서 높은 경쟁력을 가지고 있으나 제품의 새로움이 가장 낮

은 국가로 평가되었다. 대량생산 능력이 우리나라 보다 높게 평가되어 중국이 대만과 같이 대형 오더를 잘 처리하는 것으로 평가되었다. 그러나 딜리버리와 리드타임에서 매우 낮은 경쟁력을 보여 하드웨어인 생산 면은 많이 향상되었으나 소프트웨어 격인 리드타임과 딜리버리면에서 바이어들에게 높은 신뢰감을 받지 못하는 것으로 평가되고 있다.

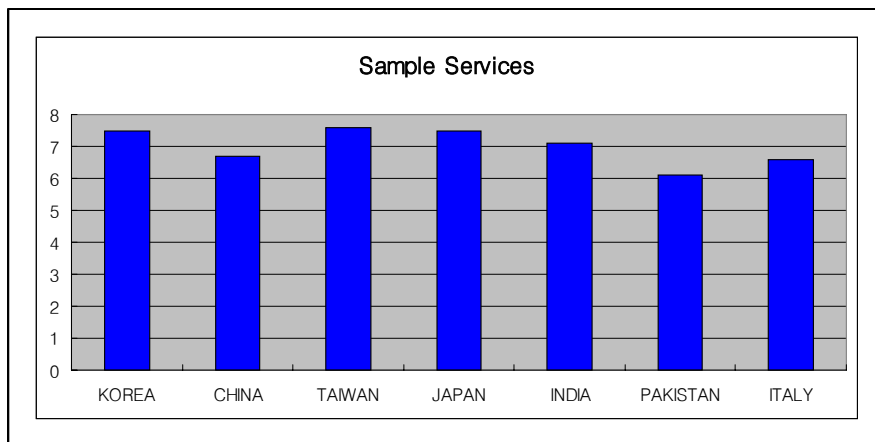
우리나라는 중국과 비교하여 가격경쟁력이 매우 낮으나 우리나라가 중국에 대하여 경쟁적으로 강점을 많이 가지고 있다. 좋은 품질의 제품을 샘플서비스와 커뮤니케이션을 바탕으로 딜리버리와 리드 타임 등을 총체적으로 묶는 창의적인 로지스틱스로 경쟁력을 합치면 충분히 월등할 수 있는 것으로 평가를 받고 있다.

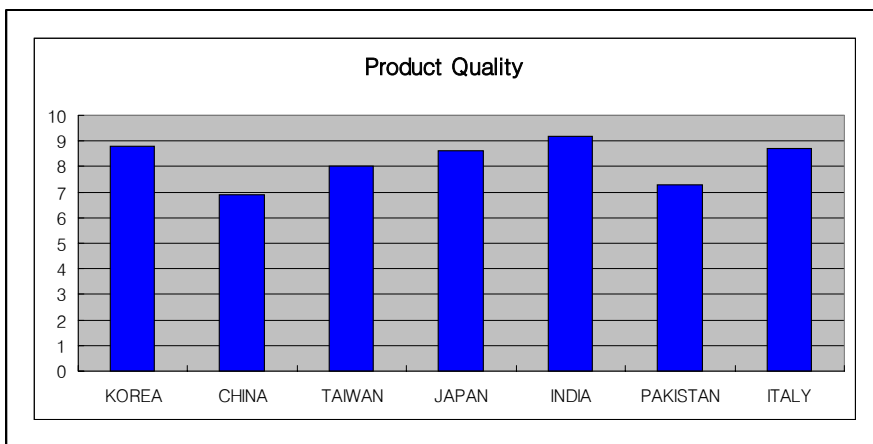
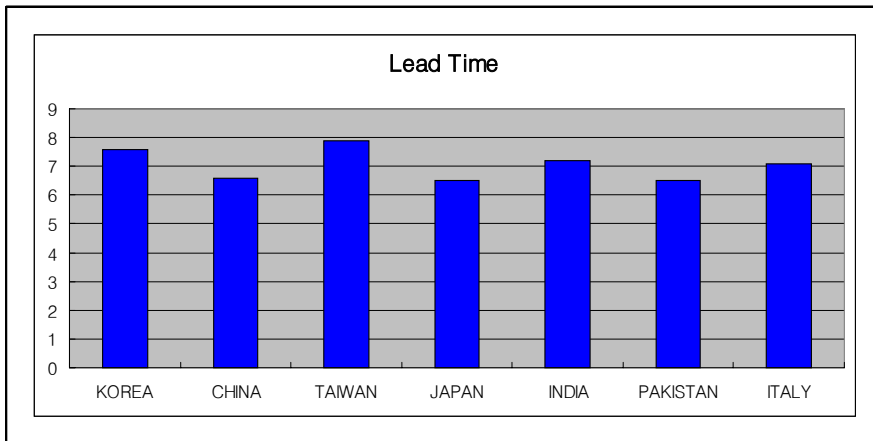
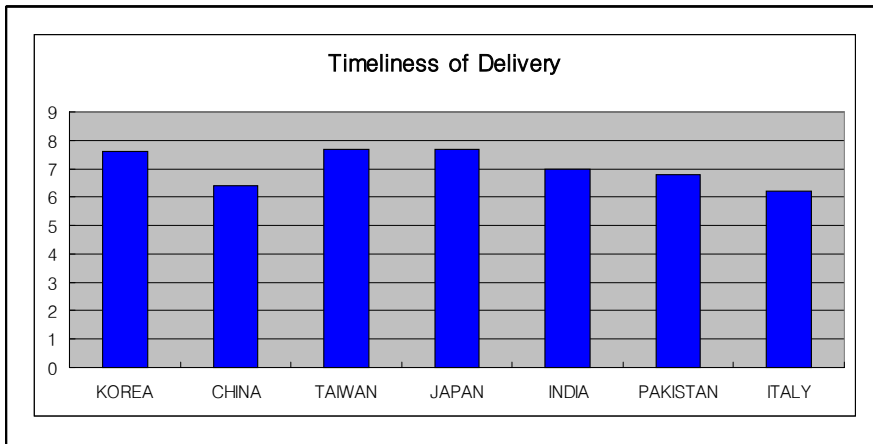
대만은 품질, 대량생산, 가격, 결제조건에서 좋은 경쟁력을 갖추고 있으며 다른 면에서는 우리나라와 대등한 경쟁력을 보유하고 있다. 특히 가격 면에서 대만이 우리나라 보다 좋은 경쟁력을 가지고 있는 것으로 평가되었다.

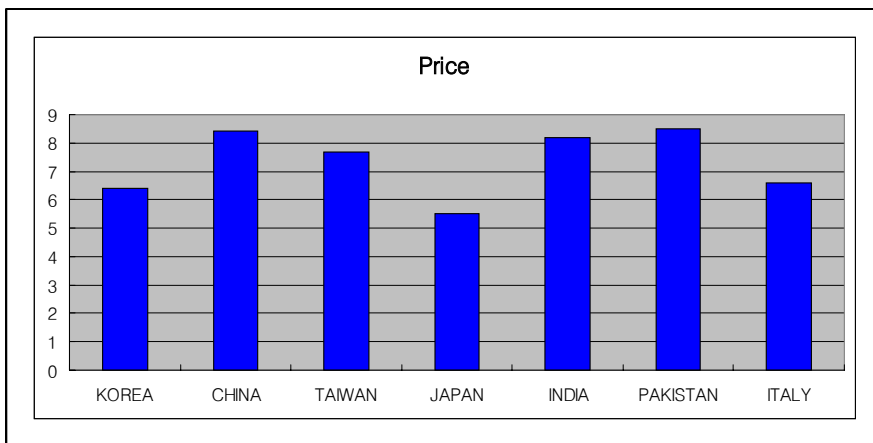
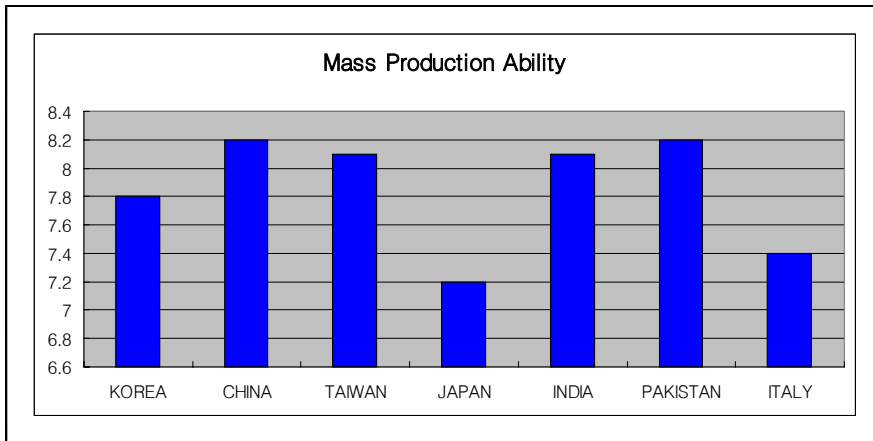
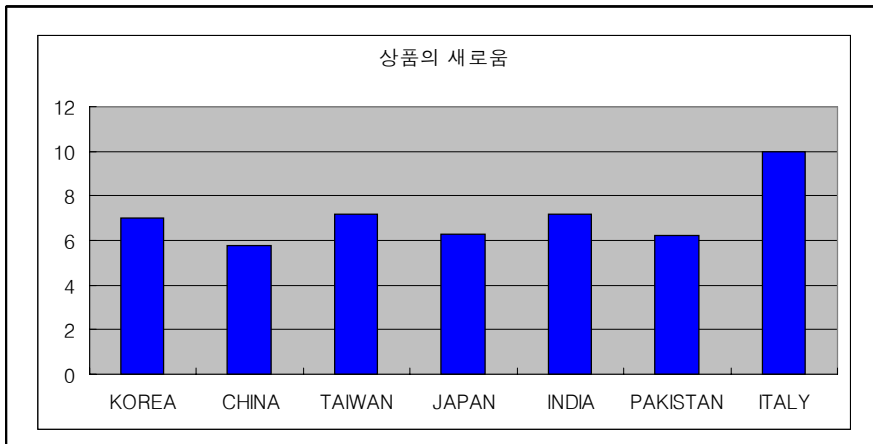
일본은 품질과 결제조건에서 높은 경쟁력을 보였으나 가격과 제품의 새로움에서 낮은 경쟁력을 나타냈다. 그러나 결제조건의 경쟁력이 매우 높아 뉴욕의 바이어가 말하듯이 가격이 비싸지만 결제조건에서 매우 여유가 있다는 평가와 케를 같이 하고 있다.

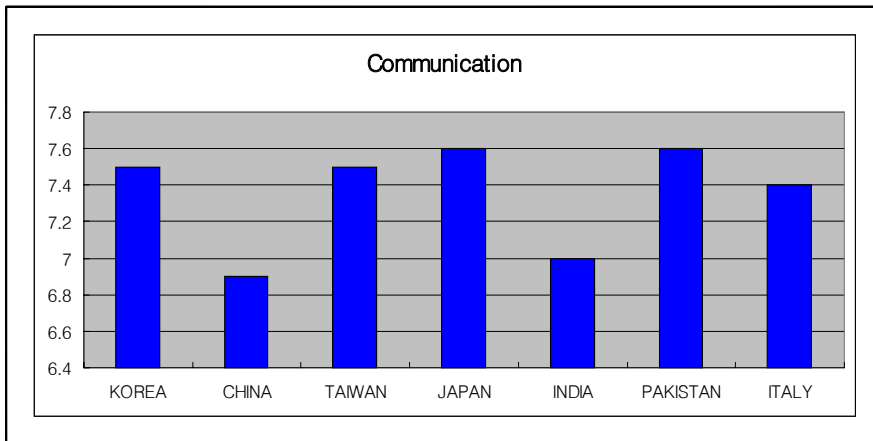
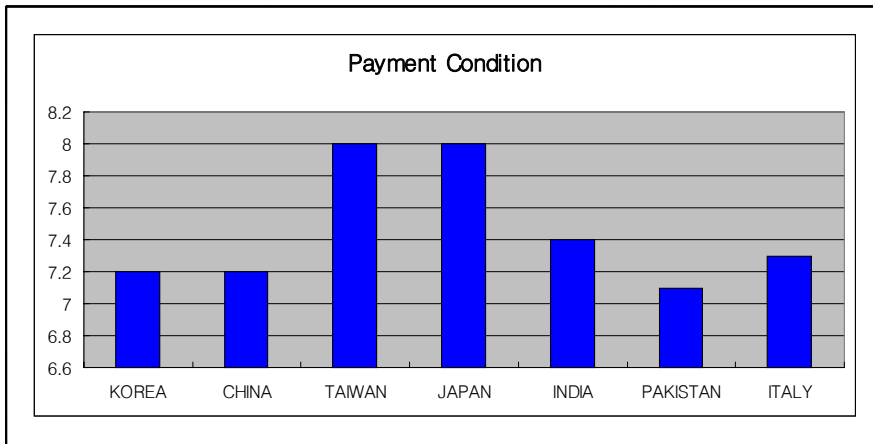
인도는 품질, 가격과 대량생산 능력에서 강한 경쟁력을 보유하고 있으며 파키스탄은 대량생산과 가격 면에서 강한 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있다.

이태리는 제품의 새로움에서 만점을 받아 역시 이태리의 신제품 개발 능력을 바이어들이 잘 알고 있음을 반증하였다. 아울러 제품의 품질도 강한 경쟁력을 나타내고 있다. 그러나 가격과 샘플서비스, 딜리버리, 리드 타임은 바이어들이 항상 지적하듯이 낮은 경쟁력을 나타냈다.









이상과 같은 내용은 뉴욕에 소재한 바이어들이 일반적으로 섬유수출국가들을 평가할 때 사용하던 내용과 일치하는 것으로 이를 재확인한 것이 본 설문조사의 결실로 나타났다.

각 국가별 경쟁요소별 경쟁력 평가점수는 다음과 같다.

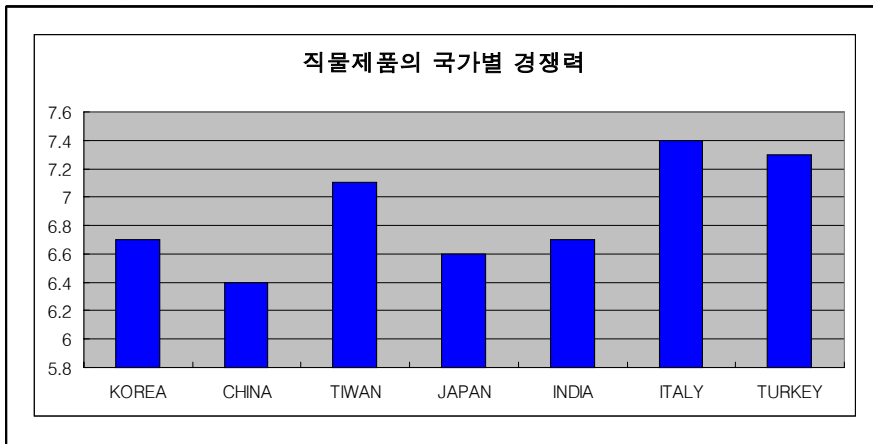
경쟁 요소	KOREA	CHINA	TAIWAN	JAPAN	INDIA	PAKISTAN	ITALY
Sample Services (샘플서비스)	7.5 (109명)	6.7 (88명)	7.6 (40명)	7.5 (16명)	7.1 (15명)	6.1 (9명)	6.6 (10명)
Timeliness of Delivery (딜리버리)	7.6 (111명)	6.4 (87명)	7.7 (39명)	7.7 (16명)	7.0 (16명)	6.8 (10명)	6.2 (10명)

경쟁 요소	KOREA	CHINA	TAIWAN	JAPAN	INDIA	PAKISTAN	ITALY
Lead Time (리드 타임)	7.6 (108명)	6.6 (84명)	7.9 (39명)	6.5 (16명)	7.2 (16명)	6.5 (8명)	7.1 (9명)
Product Quality (품질)	8.8 (112명)	6.9 (88명)	8.0 (41명)	8.6 (16명)	9.2 (15명)	7.3 (10명)	8.7 (10명)
Newness of Product (제품의 새로움)	7.0 (107명)	5.8 (85명)	7.2 (40명)	6.3 (16명)	7.2 (14명)	6.2 (9명)	10.0 (10명)
Mass Production Ability (대량생산)	7.8 (112명)	8.2 (85명)	8.1 (39명)	7.2 (15명)	8.1 (16명)	8.2 (10명)	7.4 (10명)
Price(FOB) (가격)	6.4 (109명)	8.4 (85명)	7.7 (37명)	5.5 (16명)	8.2 (15명)	8.5 (10명)	6.6 (10명)
Payment Condition (결제조건)	7.2 (91명)	7.2 (75명)	8.0 (31명)	8.0 (14명)	7.4 (14명)	7.1 (9명)	7.3 (8명)
Salesman's Communication Ability (커뮤니케이션)	7.5 (106명)	6.9 (85명)	7.5 (37명)	7.6 (16명)	7.0 (16명)	7.6 (10명)	7.4 (10명)

## 나. 국가별 직물 경쟁력 비교

### 1) 전반적인 경쟁력

바이어들은 이태리, 터키, 대만의 직물에 대하여 상대적으로 높은 경쟁력(평균 7점 이상)이 있다고 평가한 반면, 우리나라, 일본, 인도를 같은 수준에, 중국을 다소 낮은 수준의 경쟁력을 보유한 국가로 평가하였다.



국가명	평균점수	응답자 수
KOREA	6.7	75
CHINA	6.4	47
TIWAN	7.1	28
JAPAN	6.6	15
INDIA	6.7	8
ITALY	7.4	5
TURKEY	7.3	6

## 2) 경쟁요소별 경쟁력

우리나라 직물은 품질면에서 좋은 경쟁력을 가지고 있으나 가격과 제품의 새로움에서 경쟁력이 낮은 것으로 평가를 받았다. 가격경쟁력이 낮음에도 불구하고 결제조건 면에서 다른 국가에 비하여 경쟁력이 높지 않아 가격과 결제조건을 연결한 대책 마련이 필요한 것으로 평가된다. 뉴욕의 바이어들은 우리나라 업체들이 L/C거래를 너무 고집한다고 말한다. 이는 수출대금의 적기 회수뿐 아니라 쿼터배정 시 L/C를 기준으로 하기 때문이라고 한다. 따라서 결제조건에 대한 검토는 업체와 협회가 합동으로 검토하여 가격경쟁력을 높이는 방향으로 결제조건에 대한 검토가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

아울러 우리나라 직물의 새로움이 대만과 이태리에 비하여 낮은 경쟁력을 나타내고 있다. 그뿐 아니라 제품 품질도 대만, 일본, 이태리 보다 낮은 수준이어서 직물 선진국으로 발전

하기 위하여 신제품과 신기술의 개발이 절실히 요구되고 있다.

중국은 가격과 대량생산 면에서 강한 경쟁력을 보유하고 있어 낮은 가격에 오더를 수주하여 생산할 수 있는 능력을 갖추었는바 지난 수년간 생산 면에서 많은 발전이 있는 것으로 짐작된다. 그러나 아직도 제품의 새로움과 품질 면에서 매우 낮은 수준의 평가를 받아 저가품의 대량생산 제품만을 생산하고 있는 것으로 평가된다.

아울러 중국은 오더를 진행하는데 필요한 샘플서비스, 딜리버리, 리드타임에서 매우 약한 경쟁력을 보여 바이어들에게 아직 오더의 완결에 대한 신뢰감이 떨어지는 것으로 평가를 받았다. 따라서 우리나라 업체들이 바이어들에게 확실한 딜리버리와 짧은 리드타임에도 대량 오더를 성실히 수행할 수 있다는 점을 강조하여 교육하고 설명하여 우리나라의 역량을 지속적으로 홍보할 필요성이 있으며 이는 바로 우리나라 업체들이 중국에 비하여 경쟁적인 우위성을 확보할 수 있는 좋은 조건이 된다.

대만은 샘플서비스, 리드타임, 품질, 대량생산, 커뮤니케이션에서 우리나라와 대등한 수준의 경쟁력을 보유하고 있으며 이에 더하여 가격과 결제조건이 좋은 것으로 나타났다. 따라서 향후 대만 업체들이 중국의 생산업체들과 연합한 마케팅활동을 할 경우 매우 위협적인 경쟁국이 될 것으로 예상된다.

일본은 품질에서 높은 경쟁력을 평가 받았으나 가격에서 아주 낮은 평가를 받았다. 인도는 가격과 결제조건이 매우 좋으나 샘플서비스, 딜리버리, 리드타임, 제품의 새로움 면에서 낮은 경쟁력으로 평가를 받고 있다.

응답자 수가 적지만 이태리는 품질, 제품의 새로움, 커뮤니케이션, 결제조건에서 월등한 경쟁력을 가지고 있으나 딜리버리와 가격, 대량생산에서 상대적으로 경쟁력이 떨어지는 것으로 나타나고 있다. 그러나 샘플서비스와 리드타임에서 높은 경쟁력을 보여 소량주문에 철저히 응하고 매우 좋은 신제품을 생산하는 것으로 나타났다. 따라서 우리나라 업체들이 이태리 제품의 강점과 연합된 경쟁력을 갖는다면 최고의 강한 경쟁력을 보유할 수 있을 것으로 판단된다.

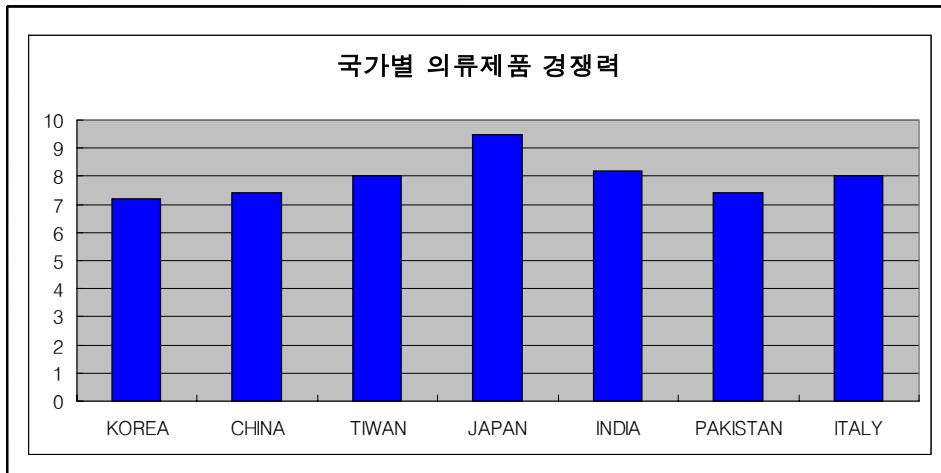
각 국가별 경쟁요소별 경쟁력 평가점수는 다음과 같다.

경쟁 요소	KOREA	CHINA	TAIWAN	JAPAN	INDIA	ITALY
Sample Services (샘플서비스)	7.3 (62명)	6.6 (45명)	7.4 (27명)	7.4 (14명)	6.2 (5명)	7.8 (6명)
Timeliness of Delivery (딜리버리)	7.6 (63명)	5.9 (45명)	7.2 (27명)	7.5 (14명)	5.8 (5명)	7.0 (6명)
Lead Time (리드 타임)	7.6 (63명)	6.2 (44명)	7.7 (27명)	6.1 (14명)	6.2 (5명)	7.8 (5명)
Product Quality (품질)	7.9 (63명)	6.1 (44명)	8.1 (28명)	8.4 (14명)	7.4 (5명)	8.6 (6명)
Newness of Product (제품의 새로움)	7.0 (62명)	5.8 (44명)	7.6 (27명)	6.8 (14명)	6.7 (4명)	9.0 (6명)
Mass Production Ability (대량생산)	9.0 (6명)	7.8 (43명)	8.1 (26명)	7.0 (14명)	7.0 (5명)	7.5 (6명)
Price(FOB) (가격)	6.5 (61명)	8.0 (43명)	7.8 (25명)	5.0 (14명)	8.0 (5명)	6.8 (6명)
Payment Condition (결제조건)	7.2 (50명)	7.0 (36명)	7.8 (21명)	7.8 (12명)	8.0 (5명)	8.6 (5명)
Salesman's Communication Ability (커뮤니케이션)	7.5 (59명)	6.9 (41명)	7.4 (25명)	7.5 (14명)	7.4 (5명)	9.0 (6명)

#### 다. 국가별 의류 경쟁력 비교

##### 1) 전반적인 경쟁력

의류에 대한 전반적인 경쟁력은 우리나라와 중국, 파키스탄만이 7점을 약간 상회하는 경쟁력을 보였다. 8점 대에는 대만, 인도가 자리를 잡았고, 일본과 이태리는 9점 이상의 높은 평점을 받았다.



국가별 전반적인 경쟁력은 다음 표와 같다.

국가명	평균점수	응답자 수
KOREA	7.2	54
CHINA	7.4	45
TIWAN	8.0	14
JAPAN	9.5	2
INDIA	8.2	11
PAKISTAN	7.4	7
ITALY	8.0	3

## 2) 경쟁요소별 경쟁력 비교

우리나라는 샘플서비스, 딜리버리, 품질, 대량생산에서 높은 경쟁력을 소유한 것으로 평가를 받았으나 가격에서는 가장 낮은 경쟁력 평가를 받았다.

중국은 대량생산, 가격, 결제조건 면에서 우리나라 보다 경쟁력이 높은 것으로 평가를 받았고 샘플서비스, 제품의 새로움에서는 우리나라와 대등한 평가를 나머지 부문에서는 우리나라 보다 낮은 경쟁력 평가를 받았다. 아울러 샘플서비스, 품질과 대량생산 면에서 우리나라와 대등한 평가를 받아 그 동안 중국에서 봉제산업이 매우 발전했음을 단적으로 느낄 수 있다.

우리나라와 중국을 비교해 보면, 중국은 오더를 수주하기 위한 샘플서비스를 열심히 하고 있으며 품질과 딜리버리도 매우 향상된 것으로 나타나고 있다. 그러나 우리나라 제품이 중국제품에 비하여 제품의 새로움 면에서 경쟁력이 높지 않게 나타나고 있어 생산면에서는 중국과의 차별적인 경쟁력을 보유하지 못하고 있는 것으로 바이어들은 인식하고 있는 것으로 나타났다.

우리나라는 중국에 비해 소프트웨어 격인 리드타임, 커뮤니케이션에서 좋은 평가를 받았으나 결제조건과 가격 면에서 낮은 평가를 받았다. 이는 우리나라 제품이 중국산과 비교하여 품질 면에서 많은 차이를 보이지 못하는 가운데 가격이 비싸며 결제조건이 까다롭다는 뉴욕 바이어들의 평을 그대로 나타내고 있다.

따라서 우리나라 업체들은 보다 강화된 커뮤니케이션과 리드타임을 무기로 하여 샘플서비스를 충실히 하고 새로운 제품개발을 촉진하고 제품 품질을 중국산에 비하여 월등하게 높여야 할 것으로 판단된다.

대만, 일본, 인도, 파키스탄, 이태리 등에 대한 응답자 수가 매우 적어 자료를 해석하기가 어려운 상태이지만 뉴욕의 바이어들이 지적하는 국가별 경쟁력의 강·약점이 그대로 나타나고 있다.

각 국가별 경쟁요소 별 경쟁력 평가점수는 다음과 같다.

경쟁 요소	KOREA	CHINA	TAIWAN	JAPAN	INDIA	PAKISTAN	ITALY
Sample Services (샘플서비스)	7.7 (47명)	7.6 (41명)	8.2 (12명)	9.5 (2명)	8.1 (9명)	6.3 (6명)	5.6 (3명)
Timeliness of Delivery (딜리버리)	7.6 (48명)	7.2 (41명)	8.3 (11명)	9.5 (2명)	7.7 (10명)	6.7 (7명)	6.6 (3명)
Lead Time (리드 타임)	7.6 (45명)	6.9 (39명)	8.3 (11명)	9.5 (2명)	7.9 (10명)	6.0 (5명)	6.3 (3명)
Product Quality (품질)	8.2 (49명)	7.8 (43명)	7.9 (12명)	10.0 (2명)	10.0 (10명)	7.4 (7명)	9.0 (3명)
Newness of Product (제품의 새로움)	7.2 (45명)	7.2 (40명)	6.4 (12명)	3.0 (2명)	7.1 (9명)	6.1 (6명)	8.0 (3명)

경쟁 요소	KOREA	CHINA	TAIWAN	JAPAN	INDIA	PAKISTAN	ITALY
Mass Production Ability (대량생산)	7.6 (46명)	8.4 (41명)	8.0 (12명)	10.0 (1명)	7.9 (10명)	8.4 (7명)	6.3 (3명)
Price(FOB) (가격)	6.2 (48명)	8.2 (41명)	8.1 (10명)	8.5 (2명)	8.3 (10명)	8.4 (7명)	6.6 (3명)
Payment Condition (결제조건)	7.2 (41명)	7.8 (37명)	8.2 (9명)	9.5 (2명)	8.0 (8명)	6.3 (6명)	5.5 (3명)
Salesman's Communication Ability (커뮤니케이션)	7.5 (47명)	7.0 (42명)	7.6 (11명)	8.5 (2명)	6.7 (10명)	7.4 (7명)	6.3 (3명)

### 3. 바이어의 조언

우리나라 섬유류가 경쟁력을 지니고 있는 것으로 판단되는 품목은 유행이 빠른 것들로 레이스 제품, 폴리에스터-스판 원단, 레이온 원단 및 씨-쓰루(See-Through) 원단 등을 들 수 있다. 이러한 제품들은 품질이 우수하고 쿼터규제가 없어지고 있어 경쟁력이 있다는 것이 업계의 설명이다.

우리나라 기본 원단의 경우 중국, 태국 및 방글라데시 등 여타 아시아 국가 제품과 비교해 가격 경쟁력이 많이 떨어져 소량 생산 및 유행에 민감한 분야로 이동할 수밖에 없다.

우리나라가 유행에 민감한 섬유 원단 분야에서 경쟁국가에 비해 우위를 점할 수 있었던 것은 유럽과 미국의 에이전트 도움이 크다. 업계 관계자들에 따르면 유행을 주도하는 유럽과 미국의 에이전트가 각종 정보를 신속히 한국 생산자에게 제공해 대처 속도가 빠르고 유행에 민감한 반응을 보이고 있다고 한다.

그러나 최근 중국 및 동남아 국가의 수출이 증가하고 정보취득 경로가 다양해짐에 따라 경쟁은 더욱 격화될 것으로 예상된다. 특히 중국의 경우 수출 드라이브 정책과 맞물려 섬유 및 의류관련 투자가 많이 이루어지고 있어 경쟁력이 급격히 상승하고 있다.

섬유관련 컨설팅 업체인 Cherish International의 Mr. Kim사장은 캘리포니아 마트와 같이 쇼룸이 모여 있고 여러 바이어가 늘 찾는 곳에 상설전시장을 설치하는 것이 우리 섬유업계의 대미 시장진출의 첩경이라고 밝히고 있다. 그는 수 차례 세미나에 참석하면서 우리 업계 및 관련 기관 인사들과 접촉했는데, 그들의 공통적인 희망사항도 미국의 바이어들과 지속적인 접촉기회를 갖기 위해 상설 전시관을 공동의 부담으로 운영하는 것이라고 부연했다.

또한 재고부담을 줄이려는 미국의 백화점이나 대형유통체인 측의 움직임에도 신속히 대응할 수 있는 체제를 갖추어야 한다. 우리와 경쟁관계에 있는 중국의 경우 수출 드라이브 정책을 펼치면서 재고 위험도 기꺼이 감수하겠다는 공격적 전략을 펼치고 있다. 업계 전문가들은 우리가 중국과 같이 행하기는 힘들므로 우리는 우리 나름대로 샘플 및 이니셜 오더에 바이어들의 요구에 충족할 수 있도록 특히 신경을 쓰고 판매처 확보와 Quick Delivery에 필요한 장치를 마련해야 할 것이라고 지적하고 있다.

소비자의 다양한 요구사항을 처리하고 신속한 납기를 맞추기 위해 스톡(Stock)세일 시스템의 도입도 고려해 봄직하다. 스톡 세일을 위해서는 정보교류의 장인 각종 유명 전시회에도 적극 참가해 시조에 앞선 유행정보를 수집해야 할 것이다.

작년에 호조를 보인 하이멀티 직물 및 스판덱스 직물은 올해에도 인기가 높을 것으로 예상된다. 그러나 베이직한 교직물은 더 이상 중국 등과 경쟁할 수 없다. 앞으로 스판을 이용한 제품을 중심으로 기술, 제품 개발에 더욱 치중해야 할 것으로 보인다.

염료의 경우 국내업체간 과당출혈경쟁을 지양하고 업계의 공조체제를 조성해야 한다. 원자재가 인상에 따른 생산원가 상승에 따르는 채산성 악화의 문제는 신제품 개발을 통한 제품의 고급화로만 해결될 것으로 보인다.

시장을 후발국에 잠식당하는 수출시장에 경쟁력을 확보하기 위해서는 제품의 고급화 및 차별화에 박차를 가해야 할 것이다. 국내 셔츠 수출의 상당부분을 담당하고 있는 미국의 경기변화에 따라 우리 업체의 성과도 결정될 것이다. 그러나 미국 바이어들이 대량물량에 대한 오더를 국제입찰을 통해 해결하고 있어 우리나라 기업의 채산성이 매우 떨어지고 있는 것이 문제다. 이러한 입찰방식은 단기간 내에 바뀌지 않을 것이므로 우리 셔츠생산업체는 경쟁국에서 따라올 수 없는 신소재 개발에 전력을 쏟아야만 한다. 소재 차별화만이 섬유 후발국가와의 경쟁에서 살아남을 수 있는 거의 유일한 대안이기에 때문이다.

부자재는 소량다품종의 고품질제품 생산이 크게 요구된다. 중국은 원가개념이 없어 바이어의 요구 가격을 상당부분 들어 주는 반면 우리나라는 매해 인건비 및 원자재 가격 상승,

바이어로부터의 가격인하 압력을 거치면서 해외 바이어를 경쟁국가에 빼앗기고 있는 실정 이기 때문이다. 중국은 대만산 원자재를 수입, 품질 및 기술력의 급격한 상승이 일어나고 있다. 우리나라는 조직을 체계화하고 해외 시장 규모에 맞는 마케팅 능력을 시급히 보완해 야 할 것으로 보인다.

또한 앞으로의 청사진은 미국의 의류, 섬유 중심지인 뉴욕과 LA를 판매기지로, 전세계를 생산기지로 하여 수출을 늘리는 일이라고 볼 수 있다. 미국-베트남간 정상교역(NTR)이 구 략 10일 양국간 비준서교환으로 체결되면서 한국업체, 특히 봉제업체의 베트남 진출이 기대 되고 있다.

미국 내 섬유, 의류 관련 업체 관계자들을 대상으로 행한 설문조사를 보면, 한국의 경쟁 국가로 베트남을 꼽는 사람들이 적지 않았다. 특히 베트남의 가격경쟁력 및 품질이 우수하 고 샘플 서비스가 좋다고 응답하거나 의견을 개진한 바이어들이 있었다. 일본과 유럽에서 베트남 봉제품은 높은 인지도를 얻고 있다고 한다. 기술력에서의 큰 향상을 바탕으로 세계 섬유산업에서 성가를 높이고 있는 것이다. 베트남의 섬유산업은 연평균 25%의 고도성장을 이어 오고 있다.

베트남의 신상품 개발 점수는 낮게 매기고 있으나 이는 한국업체의 장점인 유행의 흐름 을 경쟁국가보다 빨리 잡아내는 능력과 고품질의 이니셜 오더, 개선이 필요하긴 하지만 샘플 서비스의 우수함으로 충분히 베트남의 효용가치는 높아질 수 있다. 다만 CBTPA법안의 효력이 발생하고 2005년 쿼터의 전면폐지가 발생하면 베트남보다 중남미에 다시 더 많은 생산지로서의 메리트를 주지 않겠느냐는 지적도 있다.

아울러 미국 동남부 생산업체들의 소싱확대 추세를 적극 활용하여야 할 것이다. 미국 동 남부 시장은 전문적인 수입상이나 유통업체들을 대상으로 하기 보다는 생산업체들에게 직 접 공급방안을 찾는 것이 유리한 것으로 나타났다. 이 지역의 업체들을 대상으로 전화 설문 등을 통해 조사한 결과, 미국 내 섬유 및 의류산업의 침체와 경쟁심화 등으로 인해 기존에 수입을 하고 있지 않던 다수의 생산업체들이 새롭게 소싱을 확대해 나가고 있는 것으로 나 타나 이들 기업들을 대상으로 한 집중적인 시장진출 노력이 요구된다.

이들 업체들은 대부분 규모가 커서 원사 또는 직물생산에서부터 의류생산까지 수직 계열 화가 되어있으며, 동남부에만도 여러 주에 공장을 운영하고 있어 실제 구매담당자 별로 그 리고 지역별로도 서로 소싱에 대한 상이한 결정이 이루어질 수 있다는 점을 감안하여, 현지 생산 업체들을 접촉할 때는 해당업체들을 보다 철저히 접촉하려는 노력이 요구된다.

현지 생산업체들은 대부분 품목별로 구매담당자가 지정되어 있으며, 이들에게 샘플과 카탈로그, 그리고 회사정보 등을 제공하면, 이들은 이러한 자료들을 검토해서 소싱 여부를 결정하게 된다고 한다. 일부 대형 생산업체의 경우에는 전문 에이전트를 통해서만 소싱을 하고 있는 것으로 나타났는데, 그 대표적인 예가 스포츠의류 생산업체인 Russell사 및 유아 및 아동용 의류생산업체인 The William Carter로 이들 기업들은 모두 현재 홍콩에 본부를 두고 있는 Lee & Fung사(www.lifung.com)를 통해 한국을 포함한 전세계에서 다양한 제품을 소싱하고 있는 것으로 나타났다. 참고로, Russell사의 경우 2001년 매출액은 12억 달러를 넘어섰으며, The William Carter사의 경우에도 5억 달러가 넘는 매출액을 기록하였다.

한편, 해외 공장에서의 노사문제 처리에 신경 써야 하는 것으로 나타났다. 우리나라의 많은 기업들은 가격경쟁력 강화, 쿼터 및 관세상의 이점으로 인해 중남미나 아시아 각지에 섬유 및 의류생산 공장을 운영하고 있다. 그런데 이들 지역에서의 노사문제가 현지 기업들의 구매결정에 악영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있어 이를 해결하려는 노력이 시급한 상황이다.

Russell사의 스포츠웨어 구매담당자인 Mr. Mike Porter(Director of Sourcing)은 일부 한국기업들이 과테말라 등지에서 보여 준 현지 노동자 학대 등은 한국기업 전체에 나쁜 이미지를 심어 주고 있다고 한다. 동인에 따르면, 노동자 학대 등으로 인해 나쁜 명성을 얻은 기업과 거래를 하게 될 경우 자기 회사에도 악영향을 미칠 수 있기 때문에 한국 기업들이 이 문제를 해결하지 못할 경우 점차 미국기업과의 거래가 어려워질 것임을 충고하고 있다. 현재 미국의 노동조합 등에서도 이러한 문제점을 이슈화하고 있고 통상문제로 확대될 수 있음을 유의해야 할 것으로 보인다.

아울러 우리나라 기업들의 의사소통 능력 향상이 절실히 요구되고 있다. 우리나라 제품의 경쟁력은 높은 가격이 경쟁력 상실의 가장 큰 약점으로 지적되고 있으며, 지불조건 등에서도 보다 유연성이 요구되고 있는 것으로 나타났다. 그러나, 이러한 널리 알려진 조건들 외에도 우리나라 제품의 경쟁력을 약화시키고 있는 부분이 의사소통으로 현지 기업들은 우리나라 업체와의 의사소통이 중남미 국가나 다른 아시아 국가들에 비해 떨어진다는 점을 지적하고 있다.

미국 동남부 지역의 경우 상대적으로 뉴욕이나 캘리포니아 지역보다 국제 비즈니스가 덜 활발한 곳으로 최근에는 많은 기업들이 해외 비즈니스를 강화하고 있는 추세임을 고려해 볼 때 의사소통 능력의 배양 등 보다 많은 노력을 기울여야 할 분야로 판단된다.

물리적인 의사소통 외에도 현지 기업들이 지적하는 단점은 우리나라 기업들은 문제점이 발생할 때 자체 능력으로만 처리하려고 하는 경향이 있어 간혹 문제를 더 키우고 만다는 점이다.

대표적인 스포츠웨어 생산 유통업체인 Russell사의 스포츠웨어 구매담당자 Mr. Mike Porter(Director of Sourcing)도 이러한 경험이 있음을 밝히면서, 한국기업들이 문제가 발생할 때 혼자 해결하지 말고 주문처담당자와 협의를 통해 문제를 서로 해결하려는 노력이 필요함을 지적하고 있다.

한편, 웨어하우스 확보 등을 통한 소매점 진출 확대도 신중히 검토하여야 한다고 조언한다. 아틀란타 지역에도 AmericasMart를 통해 매년 Market Week가 개최되고 있다. 금년도도 지난 4월까지 4차례에 걸쳐 전시회가 개최되었으며, 6-8월, 그리고 10월에도 5회의 전시회가 예정되어 있는 것으로 나타났다.

아틀란타 지역의 Market Week에는 특히 미국내의 소규모 소매점들이 주로 참여한다고 하는데, 전시회를 주관하고 있는 Mr. George Lancaster(Managing Director)에 따르면, 참가 바이어의 90% 이상이 소규모 소매상인 점을 고려해 볼 때, 소량주문에 대응할 수 있는 능력이 제품공급의 관건이라고 밝히고 있다. 그는 한국기업들도 전시회에 부스를 확보, 참가할 경우 미리 미국 내에 자체 웨어하우스를 확보하거나 Pick & Pack이라는 웨어하우스 서비스 업체를 확보해 소량주문에 신속하게 대응할 수 있는 체제를 갖출 것을 권하고 있다.

아울러, Market Week가 개최되는 건물에는 이미 2천 개에 달하는 잡화 및 의류 업체들의 쇼룸이 있기 때문에 전시회에 참가하는 국내기업의 경우에는 사전, Mr. Lancaster를 접촉해서 입주기업들에 대한 정보를 입수, 사전 접촉함으로써 Market Week 기간 중 효과적인 상담을 벌일 수 있음을 귀띔하고 있다.

## VI. 대 미국 섬유 수출 확대 방안

## VI. 대 미국 섬유 수출 확대 방안

2005년 1월 1일부터 세계 최대의 단일 섬유시장인 미국의 수입쿼터 폐지는 우리나라 섬유산업에 매우 큰 환경변화를 가져다 줄 것이며 아울러 섬유산업 자체의 변화를 몰고 올 것으로 전망되고 있다.

이러한 우려는 그 동안 직물의 경우 미국의 쿼터 해제가 천연직물 위주로 이루어져 4단계에서는 우리나라의 주종 품목인 합섬직물이 대폭 해제되며 아울러 의류제품의 쿼터가 대폭 해제되기 때문이다.

실제로 2002년 1월 1일부터 EU21(자켓)카테고리의 쿼터가 해제되었는데 2001년 11월부터 우리나라에 오더가 들어오지 않는 사태가 발생하였다. 이유는 모든 오더가 중국으로 이전되어 동 카테고리 생산하는 우리나라 업체들의 대부분이 현재 심각한 경영난을 겪고 있다고 한다. 이렇듯이 쿼터 개방은 바이어들에게 폭 넓은 소싱을 허락하고 있으므로 저가에 수입할 수 있는 후발개도국으로 소싱을 옮겨 가는 것은 시간문제라고 업계는 지적한다.

아울러 뉴욕에 소재한 대형 수입상들은 이미 물동량을 관리하는 Traffic Manager로 중국계 1.5세와 2세들을 대거 고용하여 향후 중국과의 거래를 위한 조치를 만들어 나가고 있다는 소문이 돌고 있다. 아울러 중국의 대규모 생산단지인 동관(東莞)에는 최근 잡화에서 섬유, 전자제품에 이르기까지 모든 제품에 대하여 생산능력이 매년 50% 이상 증가하고 있어 중국의 WTO가입과 미국의 섬유 쿼터 해제 시 미국에 대한 수출을 배가할 수 있을 것이라고 뉴욕의 바이어들은 말하고 있다. 참고로 산업연구원은 중국의 미국 의류수입시장 점유율이 2005년도에 31%로 1999년도에 비해 18.6%포인트 상승할 것으로 예상하였음.

한편, 섬유후발국들은 WTO에서 쿼터의 조기 철폐 또는 후발국의 쿼터량 증가율 확대 등을 지난 수년간 줄기차게 요구하고 있어 4단계 쿼터철폐가 앞당겨 질 수도 있으나 미국 섬유업체들이 부시행정부에 매우 강하게 쿼터 조기철폐에 대한 반대의견을 표명하였고 행정부도 이를 받아들였기 때문에 아직은 미국의 섬유 수입쿼터의 조기철폐는 이루어지지 않을 것으로 업계는 전망하고 있다.

이제 2005년 1월 1일까지는 2년 6개월이 남아 있으며 2005년도부터는 미국에 섬유를 수출하는 국가간, 업체간 완전 자유경쟁이 이루어지는 것을 가정하여 우리나라 섬유업계는 이에 대한 대비책을 진지하게 세워야 할 것이며 이를 실행에 옮겨 4단계 쿼터 철폐가 우리나라의 대 미국 섬유수출에 호기로 작용할 수 있도록 최선을 다하여야 할 것으로 판단된다.

본 보고서에서는 이러한 관점에서 2005년 1월 1일부터 실시될 예정인 미국의 섬유쿼터 완전 해제를 위협이 아니라 우리나라 섬유에 대한 미국 수출이 한 단계 업그레이드되는 기회로 만들기 위하여 뉴욕의 바이어들과의 인터뷰를 통하여 다음과 같은 대비책을 제안한다.

## 1. 바이어와의 보다 굳건한 관계 구축

쿼터의 자유화가 이루어지면 바이어와 기존의 쿼터를 기반으로 한 비즈니스 관계가 느슨해 질 것으로 예상되고 있으며 바이어들의 소싱에 대한 선택권이 확대될 것이다.

특히 우리나라 업체들은 그 동안 국내 또는 홍콩 등지에 소재한 바잉오피스 (Buying Office)나 에이전트를 통하여 대부분 OEM 수출을 하고 있었기 때문에 바이어와의 직접적인 접촉과 유대관계를 맺지 못한 상황이다. 또한 아시아전역을 관장하고 있는 홍콩 바잉오피스는 중국계가 대부분이어서 상대적으로 중국과의 거래에 더욱 집중할 가능성도 높으므로 지적되고 있다. 따라서 이들과의 거래관계와 커뮤니케이션 관계를 굳건히 하는 노력이 필요하다.

아울러 후발개도국들의 대 미국 수출을 증대하기 위한 공격적인 마케팅이 이루어져 더욱더 수출경쟁은 치열해 질 것으로 전망되고 있다. 따라서 바이어와의 비즈니스 관계를 더욱더 굳건히 하여 오더 물량을 꾸준히 확보할 수 있는 토대를 마련하여야 할 것이다.

## 2. 생산공정의 유연성 제고

경쟁 심화로 가격경쟁은 더욱 치열해질 것으로 예상되고 있다. 따라서 기업들의 자체적인 생산공정의 유연성 (Flexibility)을 확보하여 가격의 유연성을 생산공정의 유연성으로 흡수할 수 있는 체계를 갖추어야 할 것이다.

이러한 유연성을 바탕으로 대량주문에도 신속히 응할 수 있고 아울러 소량주문도 소화할 수 있으며 샘플 서비스, 고가품의 테스트 마케팅 등과 같은 새로운 형태의 오더를 수행할 수 있다.

이를 위하여 국내의 생산공정 뿐 아니라 해외의 생산공정과 전체적인 오더관리 체계를 매우 유연하게 확보하는 능력을 갖추어야 할 것이다.

### 3. 단순 공급자에서 탈피하여 머천다이저 역할 추진

오더를 받고 제품을 제공하는 단순 공급자의 역할을 탈피하여 머천다이저 (Merchandiser)의 능력을 갖추어 바이어가 원하는 제품을 국내 뿐 아니라 해외에서도 소싱할 수 있는 체제를 갖추어야 할 것이다.

아울러 미국의 대형 체인점 및 의류전문회사들과의 거래를 지속하기 위하여 이들 기업의 재고관리 데이터시스템(미국의 대형 체인점과 의류전문회사들은 EDI(Electronic Data Interchange)로 실시간 재고관리를 하고 있음)과 연결된 공급시스템을 갖추어 실질적인 제품 공급 선으로서 역할을 하여야 할 것이다.

또한 바이어를 대신하여 L/C를 오픈 함으로써 바이어에게 금융 부담을 줄여 주는 파이낸싱(Financing) 기능도 담당할 수 있는 방안을 수립하여야 할 것이다. 이는 자체적으로 할 수도 있고 아니면 종합상사를 중간에 내세워 그들에게 수출실적을 주고 대신에 L/C를 개설토록 하는 방법도 강구하여 바이어의 금융부담을 덜어 주는 방법도 찾아야 할 것이다.

### 4. 경쟁력 있는 제품 선별과 집중

자사가 경쟁력을 갖추고 있는 제품을 선별하여 이 제품에 기업의 모든 자원을 집중하여 세계 최고의 제품을 생산하여야 할 것이다.

바이어들은 품질, 가격, 딜리버리 등 여러가지 측면을 고려하여 구매결정을 내리고 있으나 가장 중심이 되는 것은 무엇보다도 품질이다. 품질이란 바이어가 제품을 보고 비즈니스를 만들 수 있는 제품이라고 정의를 내린다. 다시 말하면 제품을 보면 사고 싶은 생각이 드는 제품으로 기본적인 품질에 더하여 패션성이 있고 색상이 특별하여 제품을 보자마자 사고 싶고 판매할 수 있다는 자신감을 느끼게 하는 제품이라고 한다.

이런 제품이면 가격이 다소 비싸더라도, 딜리버리 기간이 다소 까다롭더라도 바이어는 구입을 결정한다고 한다.

따라서 이러한 제품을 생산하는 것만이 국제적으로 경쟁력을 갖추는 것이고 세계 어느 시장에서든지 생존하고 시장점유율을 확대할 수 있는 방안이 될 것이다. 아울러 비싼 가격을 받고 실질적인 순익을 보전할 수 있는 방법이라고 조언한다.

## 5. 시장을 선도하는 제품 개발

가격경쟁의 격화로 인한 저가품의 생산이 후발개도국으로 이전되는 현상이 더욱 가속화 될 것이다 또 이렇게 생산이 이전되는 것은 시기상의 문제이지 그런 방향으로 진행될 것이라는 것은 누구도 부인하지 못하는 현실이다.

미국과 나아가 세계 섬유시장에서 선점 경쟁을 하기 위하여 유럽과 뉴욕에서 열리는 전시회와 각종 세미나에 참석하여 차년도의 제품, 패션, 색상의 트렌드를 익히고 이를 바탕으로 패션성이 높고 유행에 맞는 색상을 갖추고 미국 가격에 맞는 소재를 사용하는 제품을 생산해 내는 체계적인 제품개발 능력을 배양하여야 할 것이다.

또한 신기술 제품의 개발에도 적극적으로 참여하여야 할 것이다. 기존 섬유의 새로운 배합, 또는 새로운 직조방법으로 새로운 기능을 가진 직물을 제조하는 것은 물론, 제2의 산업 혁명이라고 일컬어 지는 나노기술(Nano Technology)에 기본을 둔 나노섬유의 개발도 하여야 할 것이다. 인조섬유이지만 천연섬유와 같은 촉감을 주고, 보다 가벼우나 더욱 더 질기고, 내구성이 강하고 물이나 오염물질이 스며들지 못하는 직물의 탄생은 미래의 섬유산업을 뿌리째 변화시킬 것으로 전망되고 있다.

## 6. 미국 내에서 직 판매 추진

우리나라에서 생산되는 좋은 품질의 제품을 가격경쟁력의 문제로 인하여 수출을 못 하는 경우에 대하여 이제는 우리나라 기업들이 연합하여 혹은 조합이나 협회가 앞장서서 미국 내에서 직접 유통하는 방안을 실질적으로 검토하여야 할 시점에 있다.

2005년도부터 미국의 섬유수입 쿼터가 완전 자유화되면 더욱더 섬유 후발개도국에서 생산된 낮은 생산원가의 섬유제품들이 미국에 밀려 들어 올 것으로 예상되고 있기 때문에 이러한 난관을 해결하기 위하여도 미국 내 직판체제에 대한 심도 있는 검토가 필요하다.

단독 전문 의류종합쇼핑센터 규모에서부터 백화점, 공장직매단지(Factory Outlet)의 매장을 임차하는 방법에 이르기까지 미국 내에서 직접 소비자들을 상대로 우리나라의 좋은 품질의 제품을 판매하는 방안을 수립할 시기가 되었다고 뉴욕의 동포 기업인들은 조언한다.

이러한 형태의 직매방법은 장·단기적으로 우리나라 제품의 브랜드를 미국 시장에 정착

시킬 수 있으며 이는 그 동안 우리나라 섬유업체가 최대의 과제로 생각하였던 우리나라 제품의 브랜드를 육성하고 아울러 선진국들의 제품들과 경쟁할 수 있는 방안이다.

## 7. 신소재 및 신기술 개발단계의 파트너 관계 구축

미국 바이어로부터 오더 수주와 수행의 관계를 넘어 제품 개발과 신기술 개발 및 신소재 개발에 이르기까지 미국 생산업체와 보다 근본적이고 실질적이며 전략적인 관계를 구축하여야 할 것이다. 이를 위하여 이들의 자본, 유통채널 등에 참여하여 사업의 파트너관계를 만들고 장기적인 사업기반을 마련하는 노력이 필요하다.

아울러 미국 섬유회사 중 특수한 기술(예, 나노기술, 3D직조방법, 유기섬유, 등)을 개발한 회사들이 많이 있으므로 이들에게 자본을 투자하여 공동으로 회사의 경영을 한다거나 이들 제품의 생산이나 판매권을 독점적으로 소유하여 보다 차원 높은 전략으로 향후 세계 섬유 시장의 변화에서 우위적인 위치를 설정하여야 할 것이다.

## 8. 창의적인 로지스틱스 체계 확립

가격경쟁의 심화와 제품 개발의 어려움 등으로 기존 섬유제품의 하드웨어 경쟁력을 증대시키는 데는 많은 비용과 시간이 소요되고 한계가 있다. 섬유제품은 규격화된 제품이 아니기 때문에 섬유제품의 소프트웨어에 해당하는 개발과 세일즈 면에서 창의적인 로지스틱스(Logistics)를 개발하여야 할 것이다.

가격경쟁에서 벗어나 섬유 수출의 소프트웨어에 해당하는 Lead Time의 단축, 납기의 단축, 패션감이 묻어 있는 제품 개발 등으로 이를 가격과 연결시키고 부가가치가 있는 오더를 수주할 수 있을 것이다.

특히 최근 미국 섬유시장은 시즌 개념이 점차 희박해져 가고 있으며 바이어들도 본 오더를 진행하기 이전에 초기 오더의 판매 상황을 보면서 짧은 납기를 두고 본 오더를 발주하기 때문에 더욱이 우리나라 업체들의 유연성 있는 생산능력이 돋보이는 시기가 되었다. 따라서 이러한 딜리버리 기간의 단축 등을 전체적인 상담에 포함시키는 토털 마케팅활동이 필요하다.

## 9. 후발개도국의 수출창구 역할

그 동안 수출 경험으로 얻은 미국 시장에 대한 지식과 인적 네트워크에 창의적인 로지스틱스를 병합하여 후발개도국(베트남, 카리비안연안국, 안데안국가, 사하라이남 아프리카국가 등)을 대 미국 수출의 창구(마케팅과 머천다이징)로 활용하여 세계적인 섬유 마케팅 활동을 하여야 할 것이다.

아울러 적극적으로 미국 수입업체들의 바이오피스와 에이전트 역할을 수 있는 역량을 키워야 할 것이다.

## VII. 선진국의 섬유산업 발전 사례

1. 이태리
2. 독일
3. 프랑스

## VII. 선진국의 섬유산업 발전 사례

우리나라 섬유산업의 선진화는 지난 수십 년간 추구해 온 사업이다. 아울러 현재 대구시에서 밀라노 프로젝트를 통하여 섬유산업의 선진화를 위한 사업을 펼치고 있다.

따라서 섬유 선진국들의 강점을 살펴보고 이를 통하여 우리나라 섬유산업의 향후 발전 방향을 조감하기 위하여 당 공사의 밀라노 무역관, 프랑크푸르트무역관, 파리무역관에서 이태리의 패션산업, 독일의 섬유산업, 프랑스의 패션산업에 대한 조사를 실시하여 다음과 같은 보고서를 작성하였다.

### 1. 이태리

동 보고서는 이탈리아섬유협회(Sistema Moda Italia)의 섬유/의류산업관련 최신보고서(Rapporto di Settore 2000; 2001년 7월 발간)를 중심으로 기술하였음.

<p>Sistema Moda Italia  주소: Viale Sarca, 223, 20126 Milano, Italy  Tel: +39 02 66103391  Fax: +39 02 66103667  www.sistemamodaitalia.it</p>
---

#### 가. 패션 산업의 개요

디자인의 독창성과 고품질로 인하여 세계적인 명성을 얻고 있는 이탈리아 패션산업은 섬유, 의류, 패션 디자인, 섬유기계 등 관련 산업분야간의 밀접한 연계를 통해 세계 최고의 경쟁력을 가지고 있다.

이탈리아 패션산업은 섬유/의류 생산업체는 대략 70,000개, 종사자수는 약 700,000명에 달하며 이탈리아 전체 제조업 부가가치 생산에 12%로 높은 비중을 차지하고 있다.

또한, 생산액의 50%이상을 수출하는 이 분야의 교역수지 흑자는 석유 등 에너지 전량 수입으로 인한 교역 적자를 상쇄하는 이탈리아의 선도산업중의 하나이다.

## 이탈리아의 섬유/의류 산업 동향

(단위: 백만 Euro)

구 분	1998	1999	2000
생 산	45,964(1.7)	44,570(-3.0)	47,1000(5.7)
수 출	24,682(1.8)	23,555(-4.6)	27,062(14.9)
수 입	11,174(7.7)	11,062(-1.0)	13,169(19.2)
교역수지	13,084(-2.6)	12,493(-7.5)	13,892(11.2)
업체 수(개사)	70,000	70,000	70,000
종업원 수(명)	696,000	689,000	686,000

자료원) 이탈리아 섬유협회(Sistema Moda Italia), 이탈리아 통계청(ISTAT)

이탈리아 면섬유 산업 협회(Associazione Tessile Italiana)

주: 1) 1 Euro = US\$ 0.89563(2001), US\$ 0.923613(2000), US\$ 1.06578 ('99),  
1936.27 ITL(이탈리아 리라;고정)

2) ( )는 전년동기 대비 증감률

이탈리아 의류산업은 가내수공업 중심으로 시작되어 운영됨에 따라, 소규모 부띠끄나 스타일리스트 중심으로 발전한 특징을 가지고 있다.

이탈리아 의류 생산량은 2000년도 약 249억 Euro로 전년대비 4.5%의 성장세를 보였으며, 매출은 6% 증가세를 보였다. 이탈리아 의류생산 업체들은 최근 몇 년동안 생산성 향상에 주력해 왔는데, 니트웨어와 여성 의류는 약 5%의 생산 증가 효과를 보았다.

## 이탈리아의 의류산업 동향

(단위: 백만 Euro, %)

구 분	1999	2000	2000/1999
매 출(해외포함)	26,425	28,003	5.9
생 산	23,822	24,904	4.5
수 출	12,087	13,713	13.5
수 입	5,225	6,200	18.6
교역수지	6,862	7,513	9.5
소 비	27,137	27,824	2.5
업체수(개사)	36,000	36,000	-
종업원 수(명)	287,000	290,000	0.7

자료원: 이태리 섬유협회(Sistema Moda Italia)

이탈리아의 2000년도 의류부분 교역수지는 약 75억 Euro로 전년대비 9.5%의 성장세를 보였다. 주요 교역수지 흑자 품목은 양말류, 스카프, 직물류 액세서리, 버튼 류로 나타나고 있다.

이탈리아의 주요 수입국은 중국(34.9%)과 루마니아(31.9%)이다. 중국으로부터의 수입액은 9억 1,722만 Euro에 달하며, 루마니아 5억 1,680만 Euro, 튀니지아 5억 1,645만 Euro 등의 순으로 나타났다. 수입물량 중 상당량은 해외로 진출한 이탈리아 기업들의 제품이 차지하고 있다.

이탈리아의 의류산업 수출입 현황

(단위: 톤, 백만 Euro, %)

구 분	수 입			수 출		
	물 량	금 액	00/99	물 량	금 액	00/99
남성복	78,356	1,589	14.6	50,319	2,430	13.3
여성복	42,096	1,107	20.1	49,370	3,479	17.2
니트웨어	105,576	1,753	15.3	85,508	3,916	9.0
남성셔츠	15,232	302	9.3	6,320	368	5.3
언더웨어	41,289	744	31.1	22,931	805	21.4
양 말	5,258	89	19.2	49,064	921	7.6
타 이	292	17	28.2	2,714	403	3.3
스카프	2,070	70	66.6	5,270	353	15.6
스카프	2,070	70	66.6	5,270	353	15.6
손수건	401	6	18.3	113	8	-24.6
직물류 액세서리	2,189	38	25.1	22,384	324	12.8
편물류 액세서리	3,690	51	17.5	1,709	72	10.7
직물 아동복	3,133	70	11.0	2,289	89	15.2
편물 아동복	4,815	110	28.5	2,310	78	9.4
기타 직물제품	7,243	88	31.1	2,634	80	21.6
기타 편물제품	1,311	6	-1.3	6,629	42	26.6
가죽 의류	2,701	150	30.8	2,290	336	68.1
총 계	315,658	6,200	18.6	311,563	13,713	13.5

자료원) 이태리 섬유협회(Sistema Moda Italia)

## 나. 발전 과정 및 원인

이탈리아의 패션산업의 발달원인은 문화적 배경, 지정학적 특성, 우수한 산업입지조건, 정부의 산업육성 노력, 관련 업체들의 협력을 통한 상호보완체제 구축 등을 들 수 있다.

이탈리아는 고대 로마시대, 중세, 그리고 르네상스 시대의 화려한 문화 유산과 예술적 환경을 가지고 있으며, 이를 바탕으로 이탈리아 인들에게는 독특한 창조력 및 미적 감각이 발달해 있다.

이탈리아 중북부 지역에는 수자원이 풍부하고, 인력이 집중되어 있어, 섬유 생산기지로서 최적의 여건을 갖추고 있다.

이탈리아의 패션산업은 산업혁명으로 경제가 급성장한 영국, 프랑스의 하청 생산 기지 역할에서 시작하였다. 이탈리아는 이들 국가들의 저가품에 대한 생산기지 및 소재 공급지로서 영국의 신사복, 프랑스의 여성복의 수공업적 하청 생산을 통해 직물/의류 생산 기술 습득 및 대량 생산 기량을 축적하였다.

지역적으로 이들 국가들과 인접하고 산업여건이 좋은 이탈리아 중북부의 비엘라, 프라도, 코모, 토스카나 및 에밀리아 지방을 중심으로 발달하였다.

1900년대 초반까지 주변국의 섬유/의류 하청국가에 머물다가 소재산업의 발달과 숙련된 섬유 전문가, 풍부한 수자원 등의 산업기반, 2차 세계대전 이후 이탈리아 정부의 집중적인 섬유산업 육성 정책과 맞물려 1950-60년대 이탈리아 의류/패션산업이 발달하기 시작하였다.

1970년대 이탈리아 패션업계의 대대적인 경쟁력 강화 노력을 통해 패션 강국으로 기반을 마련하여 이탈리아 핵심 산업으로 자리를 잡게 되었다.

## 다. 이탈리아 패션산업의 발전 방법 및 정책

이탈리아는 해외시장에서 섬유강국 및 패션대국으로 자리 매김하고 있는데, 이탈리아 패션산업의 특징을 통해 발전 방법 및 정책을 살펴 보기로 한다.

### 1) 연관산업들의 상호 발달

이탈리아는 직물, 원사, 염색 부문에서 높은 국가 경쟁력을 보유하고 있다. 특정 직물 생산에 집중되어 있지 않고, 모직물, 면직물, 견직물, 합성섬유 등 다양한 직물 제품을 생산

하고 있다. 섬유산업의 발달은 다양한 소재를 사용하는 의류제품 생산에 물적 기반을 제공하고 있다.

이와 함께 이탈리아는 섬유기계산업에도 높은 기술력을 가지고 최신 유행 직물 생산에 필요한 최첨단 섬유기계를 생산하고 있다. 아울러 이탈리아는 르네상스 등 오랜 문화유산을 가지고 있으며, 이탈리아 소비자들은 디자인을 중시하는 경향이 높아 디자인도 발달해 있어, 독특한 디자인으로 세계 디자인 산업을 선도하고 있다.

이와 같이 이탈리아는 세계적인 수준의 섬유사, 직물 산업을 통하여 의류산업관련 소재 면에서 우수한 국제 경쟁력을 보유하고 있으며, 이들 각 제조단계에서 필요한 기계산업 또한 매우 강하여, 탁월한 미적 감각 및 창조성으로 세계적 명성의 디자이너 및 디자인/의류 회사들이 많다.

이들 개별 산업들(섬유사, 직물, 의류 및 섬유기계산업, 디자인)의 경쟁력 우위요인들이 합쳐져 시너지 효과를 창출, 세계 최고의 경쟁력을 확보하고 있다.

## 2) 전문 산업단지를 중심으로 한 생산체제 운영

이탈리아 총 394만개 기업의 평균종업원수는 4명으로 이탈리아 섬유/의류업체도 중소기업 중심의 구조를 가지고 있다. 총 7만여 개의 섬유/의류 업체 중 2만여 개 업체가 가족기업으로 운영되고 있는 실정이다.

이와 같이 중소기업의 소규모 성으로 인해 이탈리아 섬유/의류산업은 오랜 기간 축적한 전문기술을 바탕으로 상호간의 보완적 협력체제를 구축하고 업체간 분업생산체제를 이루고 있으며, 이들 업체들은 지역적으로 군집하여 자생적인 산업지구를 형성하고 있다.

대표적인 산업지구로는 모직물 산업의 메카인 비엘라(Biella) 및 프라토(Prato)지역, 면직물 산업의 바레제(Varese) 지역, 견직물 산업의 코모(Como) 지역, 의류산업의 토스카나(Toscana) 및 에밀리아(Emilia) 지역을 들 수 있다.

이들 기업들은 같은 전문단지 내에서 장기간의 거래와 수시 방문 등을 통해 개별기업의 영리 추구 이상의 공동체적 유대감을 형성하고 있으며, 유통업체와 바이어를 통해 파악된 시장 동향을 상호 공유하며 관련 제품 및 기술을 개선하고 소비자 수요에 유연한 대응 방안을 마련하는 노력을 기울여, 개별업체간 전문기술 및 노하우, 유행 정보 등을 교류하고 있다.

이와 같이 전문산업단지 형성을 통해 얻는 장점은 다음과 같이 요약할 수 있다.

- 원자재/반제품 조달 용이
- 노동력 확보 용이
- 업체간 상호협력 및 경쟁을 통한 기술 개발 용이
- 정부/협회의 산업활동 지원서비스 체제 구축 용이

또한, 중소기업들의 공동적인 애로사항인 관리업무, 기술개발, 해외 마케팅 등의 취약점을 극복하기 위하여, 업체간 회계/생산/마케팅부분에서 서로 협력하는 컨소시엄 형태를 운영하고 있다.

### 3) 전문 전시회/패션쇼 개최/참가를 통한 패션산업 선도

이탈리아 섬유/의류관련 유명 전문 전시회로는 Moda In (의류용 직물; 밀라노), ModaMilano (Momi; 여성의류/결혼예복; 밀라노), Moda Prima (여성/남성/아동 의류; 밀라노), Progetto Intimo(언더웨어, 수영복; 밀라노), Mifur(가죽, 모피; 밀라노), Milano Collezioni Uomo(남성 의류; 밀라노), Mipel(가죽 및 기계; 밀라노), Pitti Immagine Uomo(남성 의류/액세서리; 피렌체), Pitti Immagine Bimbo(여성용 의류/액세서리; 피렌체), Pitti Immagine Filati(섬유사 및 니트직물; 피렌체), Pitti Immagine Casa(가정용 린넨; 피렌체), Siba(패션 악세서리; 피아첸차), Idea Como(견직물 국제 전시회; 코모), Idea Biella(모직물 국제 전시회), Prato Expo(모직물 국제전시회) 등이 있다.

이 같은 전시회/패션쇼는 중소기업들이 효과적인 판매활동 및 고부가가치 창출을 위해 각 산지 별로 섬유업계 지원기관이나 지방 정부의 협조를 받아 섬유/패션 전시회를 개최하면서 시작되어 매년 개최되고 있는데, 전세계에서 많은 관련 업체들이 참가하고 있으며 높은 국제적 명성을 가지고 있어 세계 패션산업을 선도하고 있다.

또한 직물 분야 제일의 수출 대상국인 프랑스 등의 유명한 관련전시회인 “PREMIERE VISION”등에 참여하는 등 주요 수출 대상국가에 대한 세일즈 프로모션 활동도 적극적으로 펼치고 있다.

### 4) 정부의 패션산업 육성 및 지원 노력

이탈리아는 섬유/의류 수출을 활성화하기 위하여 각 지방정부 및 ICE(이태리 무역공사),

관련 협회 (예: Sistema Moda Italia, Associazione Tessile Italiana) 등이 협력하여, 전문 전시회/ 패션쇼 개최 및 주요 수출 시장의 전문 전시회 참가 등을 지원하고 있다.

이와 함께 많은 전문 디자인 학교를 설립, 운영하여 업종별 세분화된 디자인 수요에 부응하고 있다.

5) 업체와 디자이너간의 합리적인 상호협력

이탈리아 패션산업은 업체와 디자이너간의 협력관계 구축을 통해 상호 발전해 왔다. 디자이너들은 중소 섬유업체들과의 제휴와 계약을 통해 상품기획 및 아이디어를 제공하고, 섬유업체는 이에 대한 생산, 판매, 마케팅 활동을 담당하는 등 상호 보완적으로 역할을 분담하는 형태를 보이고 있다.

6) 패션 전문교육 인프라 우수

패션 디자인관련 국공립 학교, 사립학원, 디자인연구소 등을 통해 전문 디자이너들이 양성되고 있다. 수많은 섬유/패션 종사자들은 이들 섬유/패션 전문학교 교육을 통해 기본 지식을 습득하고, 산업 현장의 전문 인력도 이들 전문교육기관을 재교육장으로 활용하고 있다.

주요 이탈리아 패션학교

교육 기관 명	교육 과정
마랑고니 (Istituto Artistico Dell Abbigliamento)	패션 디자인, 텍스타일 디자인, 패턴 메이킹, 프로젝트 매니저, 패션 코디네이터, 패션 바이어, 컴퓨터 디자인, 분야별 디자인(남성/여성/아동/니트/스포츠/속옷/모피/액세서리 등)
세콜리 (Istituto Carlo Secoli)	패턴 디자인, 패션 디자인, 분야별 패턴과정 등
에우로페오 (Istituto Europeo di Design)	산업 디자인, 컴퓨터 그래픽, 패션 장신구 디자인, 일러스트레이션
폴리모다 (Polimoda)	패션 디자인, 텍스타일 디자인, 니트패션 디자인, 패션 마케팅, 액세서리 디자인 등
도무스 아카데미 (Domus Academy)	산업 디자인, 패션 디자인, 텍스타일 디자인, 액세서리 디자인 등

이탈리아 패션학교는 실기와 현장위주의 교육을 특성으로 하는데, 강사들은 주로 업계에서 활동하고 있는 사람들이 많다.

## 라. 발전방향

이탈리아 업체들은 중소기업들의 생산현장을 중심으로 기술/제품 개발 노력이 이루어지고 있다.

정부 및 관련협회는 전문 중소기업들에 대한 마케팅 지원 활동을 펼치고 있다. 중소기업들은 대기업에 비해 마케팅 활동에 한계가 있으므로 정부 등의 적극적인 마케팅 지원활동이 요구되고 있다. 이에 따라, 섬유협회 및 정부의 협력을 받아 밀라노, 코모, 비엘라, 프라토 등에서 유명 섬유/의류관련 전시회가 매년 시즌에 따라 개최되는데, 이태리 업체들에게는 효과적인 신상품 발표 기회와 바이어들에게 신제품을 제안하는 직접적인 마케팅 장을 운영하고 있다.

전문산지 별로 전시회 및 패션쇼 등의 지속적인 개최를 통해 최신 경향, 업체간 정보교환 및 바이어의 반응을 직접 확인하는 효과적인 마케팅 수단으로 활용하고 있다.

이와 함께, 세계 유명 전문 전시회 참가를 통한 제품 홍보 및 유행 파악 노력을 들 수 있다.

정부 및 관련협회의 세계 유행 및 디자인 경향에 대한 정보 수집 및 디자인 인력 양성 노력, 업종별, 지역별 시장 전문가 육성을 통한 전문상담 지원, 중소기업 공동 브랜드 수출 지원 등을 지속하여 이탈리아 패션산업의 경쟁력을 강화하고 있다.

## 2. 독일

### 가. 섬유산업의 규모

#### 1) 고용 및 매출액

독일 섬유산업은 고용 및 매출 규모에서 10대 산업에 속해 있으나 고용과 매출 모두 감소 추세를 보이고 있다. 고용은 2000년도에 119,200명을 기록하여 1999년 대비 4.1% 감소하

였으며 1998년 대비 7.6% 감소하였다. 매출액도 2000년도에 1999년 대비 14.2%, 1998년 대비 20% 각각 감소하였다.

독일 섬유산업의 고용 및 매출 규모

	1998	1999	2000	2001
고 용(천명)	129.0	124.0	124.3	119.2
매출(10억유로)	16.4	15.2	15.3	13.12

자료원) 독일 섬유산업 연합회

2) 제품별 점유율

섬유 품목별 생산현황

(단위 : 백만 마르크, %)

	1998생산액	생산액	증감	생산액	증감
<b>섬유 합계</b>	<b>10,009</b>	<b>9,373</b>	<b>-6.4</b>	<b>10,684</b>	<b>14.03</b>
<b>원사 소계</b>	<b>2,578</b>	<b>2,200</b>	<b>-14.7</b>	<b>2,267</b>	<b>3.0</b>
모	456	298	34.6	263	-11.7
면	652	492	-24.5	559	13.6
합성	1,068	974	-8.8	1,030	5.7
인조	-	85	N.A.	78	-8.2
<b>직물 소계</b>	<b>6,460</b>	<b>5,561</b>	<b>-13.9</b>	<b>5,350</b>	<b>-3.8</b>
천연(면 제외)	1,023	827	-19.2	778	-5.9
면	1,280	1,127	-12.0	1,112	-1.3
합성	1,439	1,270	-11.7	1,254	-1.3
인조	296	219	-26.0	173	-21.0
<b>의류 합계</b>	<b>6,011</b>	<b>5,907</b>	<b>-1.7</b>	<b>6,125</b>	<b>3.7</b>
남성용	1,395	1,292	-7.4	1,169	-9.5
여성용	3,201	2,678	-16.3	2,444	-8.7
작업용	229	259	13.1	212	-18.1
가죽소재	68	59	-13.2	42	-28.8

주) 1. 1US\$ = DM 1.76 (1998), 1US\$ = DM 1.84 (1999),  
1US\$ = DM 2.12 (2000)

2. 독일 내 섬유직물 관련 통계는 소재별로 분류될 뿐, 상세한 품목별 집계는 이루어지지 않음.

자료원) 독일연방통계청

섬유 산업의 생산 중 의류는 30%를 차지하고 있으며 가정용 직물은 31%, 산업용 섬유는 39%를 각각 차지하고 있다. 가정용 직물 생산이 계속 같은 수준을 유지하는 반면, 의류 생산은 감소 추세를 보이고 있으며, 산업용 섬유 생산이 급증하고 있다.

### 3) 섬유산업의 기업 구조

전체 섬유산업에 종사하는 기업의 97%가 중소기업으로 종업원 규모 100인 이하의 기업이 절대 다수이다.

독일의 규모별 섬유업체 분포

(1999년 기준)

종업원수	업체수 (개사)		전체종사자수 (명)		매출액 (백만마르크)	
		비중(%)		비중(%)		비중(%)
20-49	454	42.5	14,962	12.4	2,950	10.0
50-99	269	26.2	19,144	15.8	4,261	14.4
100-199	186	17.4	26,073	21.6	6,429	21.7
200-499	129	12.1	38,332	31.6	9,512	32.1
500-999	25	2.3	17,074	14.1	4,918	16.6
1,000-	4	0.4	5,531	4.6	1,528	5.2
합계	1,067	100.0	121,116	100.0	29,598	100.0

주) 1US\$ = DM 1.84 (1999)  
 자료원) 독일 섬유산업 연합회

## 나. 수출입 규모

### 1) 품목별 수출입 규모

2000년도 독일의 섬유 수출은 374억 마르크로 전년대비 3.6% 증가하였다. 이중 원단과 완제품이 차지하는 비중이 83.5%로 나타나고 있다. 한편, 수입은 592억 마르크로 완제품의 비중이 76.7%를 차지하고 있다.

품목별 수출입 규모

(단위 : 백만마르크, %)

품목명	수 출			수 입		
	1999	2000	00/99	1999	2000	00/99
원 료	2,109	2,349	11.4	1,971	2,344	18.9
사	5,553	6,167	11.1	3,490	3,698	6.0
원 단	12,604	12,778	1.4	10,162	10,106	-0.6
완제품	17,972	18,483	2.8	43,514	45,402	4.3
합 계	36,129	37,428	3.6	57,167	59,207	3.6

- 주) 1. 1US\$ = DM 1.84 (1999), 1US\$ = DM 2.12 (2000)  
 2. 각 지역/국가별로 십만마르크에서 반올림하여 합계가 일치하지 않을 수 있음.  
 자료원) 독일 섬유산업 연합회

2) 지역/국가별 수출입 규모

지역/국가별 수출입 규모

(단위 : 백만마르크, %)

지 역 명	수 출			수 입		
	1999	2000	00/99	1999	2000	00/99
합 계	36,129	37,428	3.6	57,167	59,207	3.6
유 럽	32,059	32,843	2.4	38,549	38,316	-0.6
E U	20,468	20,466	-	20,610	19,006	-7.8
오스트리아	3,716	3,606	-3.0	1,303	1,244	-4.5
프랑스	2,893	2,851	-1.5	2,232	2,004	-10.2
이태리	2,107	2,234	6.0	7,368	6,968	-5.4
폴란드	2,264	221	N.A.	2,628	2,709	3.1
북 미	1,097	1,334	21.6	720	775	7.6
미 국	957	1,169	22.2	657	713	8.5
중남미	234	292	24.8	239	254	6.3
멕시코	101	126	24.8	43	53	23.3
아시아	1,536	1,729	12.6	15,652	17,843	14.0
일 본	280	309	10.4	415	401	-3.4
홍 콩	223	234	4.9	1,547	1,691	9.3
중 국	84	120	42.9	4,755	5,350	12.5
한 국	86	118	37.2	699	769	10.0
아프리카	1,034	1,029	-0.5	1,997	2,007	0.5
오세아니아	176	202	14.8	10	12	20.0

- 주) 1. 1US\$ = DM 1.84 (1999), 1US\$ = DM 2.12 (2000)  
 2. 각 지역/국가별로 십만 마르크에서 반올림하여 합계가 일치하지 않을 수 있음.  
 자료원) 독일 섬유산업 연합회

수출은 북미지역과 중남미지역을 상대로 대폭 증가한 것으로 나타나고 있다. 대 아시아지역 수출도 많이 늘어 났으며 중국과 한국에서 30% 이상의 매우 높은 증가율을 기록하였다. 수입은 멕시코와 중국으로부터 두 자릿수의 증가율을 나타내고 있다. 국가별 수출입 실적은 앞의 표와 같다.

#### 다. 독일 섬유산업의 경쟁력

##### 1) 생산단가 상승

저임금을 바탕으로 하는 아시아 지역 섬유제품의 경쟁력 상승으로 독일 내 노동집약적 제품의 생산은 거의 불가능해 졌다.

독일 섬유산업의 생산단가 구조

(1999년 기준)

	원자재	에너지	인건비	광고	운영비	감가상각	이자	기타	합계
섬유	42.4	2.3	30.5	6.5	1.7	3.9	1.3	9.1	100.0
의류	39.3	0.4	33.2	6.8	1.9	1.3	1.0	11.7	100.0
제조업전체	40.2	1.5	25.5	10.9	1.8	3.5	0.8	10.1	100.0

자료원) 독일섬유산업조합

##### 2) 화학섬유 제품

전형적인 노동집약적 제품으로 독일 관련 산업의 생산단가 상승은 불가피하다. 따라서 독일 내 일반 가정용, 의류용 화학섬유 제품 생산은 점차 감소하고 있다. 산업용 기능성 하이테크 섬유(건설, 자동차, 항공기, 환경산업용) 개발에 주력하고 있다.

##### 3) 소재로서의 섬유산업 육성

산업 소재용 섬유제품 개발로 환경산업, 건설, 하이테크 농업, 아시아 및 중남미 국가의 발전계획 등을 주요 수요처로 파악하고 있다. 아울러 Geotex, Agrotex, Protex, Ecotex 등 특수 목적의 섬유산업 육성하고 특히 독일 내에서 자동차를 비롯한 수송용 기계 산업의 발달을 기본으로 수송기계 제작용 섬유 산업이 각광을 받고 있다.

## 4) 관련 산업의 수직통합 가속

정보통신의 발달로 생산, 유통, 판매에 걸친 전 과정의 수직통합이 가능하여 공급과잉에 따른 가격 하락을 방지하고 소비자 수요를 실시간 파악하여 비용 감소 효과를 누리고 있다.

## 라. 독일 섬유산업 관련 정책

## 1) 생산기지 이전

높은 인건비 등으로 인한 생산단가 상승에 따라 생산기지의 타지역 이전이 활발하게 이루어지고 있다.

1999년 기준 섬유산업 종사자의 시간당 평균임금은 미국이 13.22유로, 스페인이 10.65유로 인데 반해 독일은 18.90유로로 21.34유로를 기록한 덴마크 다음으로 인건비 부담이 높은 나라로 나타났다.

중부 유럽 및 동구 유럽 지역의 EU가입이 추진됨에 따라 체코, 폴란드, 헝가리 등으로의 생산기지 이전이 활발하게 이루어지고 있다. 동 지역 시간당 평균 임금은 체코가 2.17유로, 폴란드가 2.45유로, 헝가리 2.01유로로 나타나고 있다.

저임금 외에 중부 유럽과 동구 유럽지역으로 생산기지를 이전함으로써 생기는 장점으로 는 서유럽과 인접한 지리적 위치, 높은 기술수준, 서유럽 취향과의 유사점 등을 들 수 있다.

의류업체의 경우 독일 내 생산은 거의 없는 실정으로 중부 유럽과 동구 유럽 지역에 자 사 생산기지를 직접 운영, 생산하는 것으로 나타나고 있다.

독일 내 생산을 고집하는 소수의 업체들 역시 중구 유럽과 동구 유럽 및 아시아 지역으 로부터 반제품을 수입하여 약간의 가공을 거치는 방식을 택하고 있다.

## 2) 분업 생산

의류업체를 중심으로 코스트 개념에 입각한 분업 생산이 활발하게 이루어지고 있다. 가 령, 남자용 셔츠의 경우 인건비가 저렴한 체코에서 봉제 과정을 거쳐 포르투갈 공장에서 완 성되어 독일 모회사가 수입 판매하고 있다.

3) 대형 유통업체와의 협력

자체 판매망이 열악한 중소기업은 대형 유통업체와 일종의 전속 계약을 체결, 안정적 공급망을 확보하고 있다.

대형 중소기업의 마케팅 네트워크를 이용, 소비자 기호에 맞는 최신 제품 생산이 가능하다.

4) 엄격한 품질/이미지 관리

중부 유럽과 동구 유럽지역으로의 생산기지 이전에 따라 가장 크게 대두되는 문제는 독일 섬유업계의 명성과 품질이 저하되고 있다는 점이다.

엄격한 기술 관리를 통해 최고의 품질을 유지하고 새로운 디자인을 개발하는데 주력하고 있다.

5) 업계간 협력 및 제휴

세계시장에서의 경쟁이 치열해지면서 독일 내 중소기업은 협력과 제휴를 통한 경쟁력 확보가 활발하게 모색되고 있다.

아울러 섬유-의류-유통 분야를 망라한 수직적 통합이 진행 중에 있다. 원단생산, 디자인 개발, 판매망 확보 등이 종합적 전략 하에 이루어지고 철저한 품질 관리, 분야별 협력, 유통체인망 확보 등으로 경쟁력을 제고하고 있다.

6) 섬유시장 자유화를 통한 수출활로 모색

WTO 섬유협정에 의거, 2005년까지 완전 자유화되는 세계 섬유시장 확대에 대비 경쟁력 있는 제품 생산에 주력하고 있다.

정부-업계간 의견 조율을 통해 세계 섬유시장 개방정책에 적극 부응하고 있다.

마. 향후 발전 방향

향후 독일의 섬유생산은 일반 가정용 및 의류용 섬유 생산 보다는 산업용 기능성 제품 생산에 주력할 것으로 예상된다.

## 1) Geotex (Buildtex)

주택, 공공시설, 댐 공사 등에 사용되는 섬유류를 일컫는 용어로서 환경에 유해를 미치지 않는 원료를 사용하고 있다.

중남미, 중부 유럽과 동구 유럽, 아시아 등 개발도상국가의 발전 프로젝트에 대량 사용될 것으로 전망되고 있다.

## 2) Agrotex

농업용, 어업용 섬유로서 특수 부직포가 주 원료이며 농작물이나 양식 어류의 성장을 도와주는 기능을 갖추고 있다.

## 3) Protex

산업안전에 사용되는 섬유로서 인체보호용, 유해방지용 기능을 갖고 있다.

군복, 소방복, 경찰복 등에 사용되어 일종의 안전장치 역할을 하며, 최근에는 각종 운동복에도 사용되고 있다.

작업장 내 안전장치 구비가 의무화되는 추세에 따라 작업복용에 대한 수요가 확장되고 있다.

## 4) Ecotex

에너지 및 수자원 보호, 오염방지, 소음방지 목적으로 생산되는 섬유로서 주로 환경보호를 목적으로 사용되는 섬유를 일컫는다.

현재까지 그리 많은 수요가 존재하지는 않으나 2005년경에는 시장이 급팽창할 것으로 전망되고 있다.

## 5) 수송기계용 섬유

자동차, 열차, 비행기, 선박, 우주선 등에 사용되는 특수 섬유로서 충격과 열에 강하고 내구성이 뛰어나다.

## 바. 관련 정책 및 전략

### 1) 정부 지원정책

#### 가) 국제 통상환경 변화에 대한 대응

- WTO 섬유협정에 의거한 시장개방 효과 분석 : 대업체 전파
- E-Commerce 활성화를 위한 재정 지원

#### 나) 전문인 양성 프로그램 운영

민간연구소와 합작으로 관련 산업 전문인 양성 프로그램 운영

#### 다) 중소기업 기술지원

독일의 모든 산업은 산업별 조합을 중심으로 전략 마련과 실행이 이루어지는 바, 연방정부 차원에서 특정산업을 위해 별도로 마련한 정책은 거의 없으며, 다만 산업별 조합의 건의를 받아들여 이를 지원하는 형태를 띠고 있다.

### 2) 업계의 전략

#### 가) 무역규제 해제에 관한 대정부 건의

섬유교역에 장애가 되는 관세, 비관세 장벽 철폐와 특정 몇몇 국가는 섬유제품에 대해 고율의 관세를 부과하고 이에 덧붙여 각종 비관세 장벽을 운영하고 있어 독일 산 섬유제품의 수출에 장애가 되고 있다.

2005년까지로 예정되어 있는 섬유쿼터 제한 철폐에 적극 대응한다.

#### 나) 해외 전시회 활용

민관 합동으로 해외에서 개최되는 유명 전시회를 활용, 독일 제품의 우수성과 독창성을 홍보한다. 해외 유명 전시회에 참가하는 독일 업체들을 지원하는 프로그램(참가비 지원, 홍보부스 공동 운영 등)을 운영한다.

## 다) High-Tex from Germany

독일 연방정부 경제기술부와 독일 전시산업협회(AUMA)가 공동으로 해외 주요 국가에서 개최하는 독일 섬유제품 및 관련 제품 전시회로 2000년 미국 애틀란타에서 개최되었고, 2002년 중국 상하이에서 개최예정(9월)이다.

독일 섬유산업의 특징을 소개하는 장으로 적극 활용 (산업용 섬유를 비롯한 하이테크 제품이 주류를 이룸)하고 있으며 주요 전시 참가자는 독일 섬유 및 직물을 포함한 모든 관련 업계로 이는 섬유직물 분야의 수직통합 구조를 반영하고 있다.

## 라) 국제 통상환경 변화 효과분석

정부 및 민간 연구소에서 변화하는 국제 통상환경이 독일 섬유산업 전체에 미치는 영향 분석에 대한 연구가 활발히 진행 중이다.

특히 최근에는 중국의 WTO 가입, 섬유쿼터 해제 후 독일 섬유산업의 구도재편(독일 내 생산비 상승에 따른 생산기지 이전, 관련 산업의 수직계열 통합, 아웃 소싱 등)에 관한 논의가 진행 중이다.

## 마) E-Commerce 적극 활용

인터넷을 통한 산업구조 재편과 경쟁력 향상이 필수적이라는 인식이 확산되고 있다. 관련 업계간 Supply-Chain-Management-System 구축 작업을 하고 섬유산업계의 E-Commerce 활성화를 위한 연방정부의 재정 지원을 요청하고 있다.

## 바) 환경친화적 제품 생산

환경산업의 발달, 환경보호에 대한 관심 확대에 따라 동 분야에 대한 독일 섬유제품의 이미지를 고착시키려고 노력하고 있다. 일명 Eco-Textil 생산과 공급 및 동 제품 생산 기술 개발을 위해 공동 노력하고 있다.

## 사) 국제화 인력 양성을 위한 전문 교육 강화

인터넷 통합 정보/지식 공유 시스템을 구축(ViBiNet)하여 전반적인 섬유 정보, 신기술 정보를 공유하고 있다.

○ 분야별 전문 교육기관

－ 아헨 섬유기술 연구소(Institut fuer Textiltechnik) :

European Master of Science 과정

- 섬유기술 및 섬유화학 분야 전문
- 주소 : an der RWTH Aachen, Eilfschornsteinstrasse 18  
52062 Aachen Germany
- Tel : +49 241 805621
- Fax : +49 241 8888149
- Homepage : [www.ita.rwth-aachen.de](http://www.ita.rwth-aachen.de)
- Email : [ita@itaserver1.ita.rwth-aachen.de](mailto:ita@itaserver1.ita.rwth-aachen.de)

－ 드레스덴 공과대학(Technische Universitaet Dresden) :

Master of Science in Textile and Clothing Engineering 과정

- 섬유 및 의류 제작 기술 전문
- 주소 : Institut fuer Textil-und Bekleidungstechnik  
01062 Dresden Germany
- Tel : +49 351 4658370
- Fax : +49 351 4658361
- Homepage : [www.tu-dresden.de](http://www.tu-dresden.de)
- Email : [itb@tudurz.urz.tu-dresden.de](mailto:itb@tudurz.urz.tu-dresden.de)

－ 니더라인 전문대학(Fachhochschule Niederrhein):

Master of Science in Textile and Garment Management

- 섬유직물 분야 마케팅, 마감기술, 디자인 전문
- 주소 : Textil-und Bekleidungstechnik, Webschulstrasse 31  
41065 Moechengladbach Germany
- Tel : +49 2161 186702
- Fax : +49 2161 186713
- Homepage : [www.fh-niederrhein.de](http://www.fh-niederrhein.de)
- Email : [Ulrich.bauer@fh-niederrhein.de](mailto:Ulrich.bauer@fh-niederrhein.de)

– 로이트링엔 전문대학(Fachhochschule Reutlingen) :

Executive Master of Science in Global Textile Marketing

- 섬유분야의 국제 마케팅 기법 전문
- 주소 : Global Textile Marketing Programm, Alteburgstrasse 150  
72762 Reutlingen Germany
- Tel : +49 7121 271255
- Fax : +49 7121 271235
- Homepage : [www.fh-reutlingen.de](http://www.fh-reutlingen.de)
- Email : [gtm@fh-reutlingen.de](mailto:gtm@fh-reutlingen.de)

– 알프스타트 지그마링엔 전문대학(FH Albstadt-Sigmaringen) :

Master in Textile and Clothing Technology (TCT)

- 섬유직물 기술 전문
- 주소 : Jakobstrasse 6, 72458 Albstadt-Ebingen Germany
- Tel : +49 7431 579213
- Fax : +49 7431 579229
- Homepage : [www.fh-albsig.de](http://www.fh-albsig.de)
- Email : [bkt@fh-albsig.de](mailto:bkt@fh-albsig.de)

아) 산학협동 프로그램 마련

정보 공유와 중소기업 기술 지원 프로그램을 운영한다.

3) 향후 발전방향

현재 독일의 섬유산업은 국내 소비량이 점차 증가하고 있음에도 불구하고 국내 생산이 현저하게 감소하는 일종의 사양산업으로 접어들고 있다.

관련 업계에서는 아시아 및 중남미 산 저가 제품과의 시장경쟁을 위해서는 특수소재와 하이테크 기술을 활용한 산업용 특수섬유와 고급품 생산에 주력해야 한다는 전략을 구상 중이다.

또한 2005년까지 예정되어 있는 WTO 섬유교역 장벽 철폐 프로그램에 따라 자국 제품의

세계시장 경쟁력 확보에 주력할 전망이다.

아울러 일반 소비자용 제품의 국내시장 개방, 산업용 하이테크 제품의 기술력 확보와 고급품 이미지 구축이 최우선 과제로 나타나고 있다.

### 3. 프랑스

다음 보고서의 자료원은 프랑스 산업자원부 (Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie) 산하 조사통계전문 기관인 SESSI에서 가장 최근 발표된 년감을 이용하였다.

#### SESSI(Service des Etudes et des Statistiques Industrielles)

- 동 기관의 Centre D'Enquetes Statistiques은 Habilleme(Garment) Maille(Knitted Fabrics) Cuir(Leather), Bijouterie(Accessories)으로 구분하여, Ms. Marie-Jeanne PRUDHOMMEAUX가 책임 조사함

주소 : rue Claude Bloch  
14024 Caen cedex, France  
전화 : 33-2) 31 45 74 50

이메일 : marie-jeanne.prudhommeaux@industrie.gouv.fr

- 또한 동 기관의 Centre d'Information 책임자인Mr. Jean-Marc Cholet는 14개의 조합 (향수, 속옷, 여성 기성복, 남성 기성복, 스포츠웨어, 오프뚜르, 모드, 작업복, 모자, 니트웨어, 섬유, 모피, 가죽, 보석) 의 후원으로 자료 수집, 조사실시함

주소 : 20 avenue de Segur  
75353 Paris 07 S , France  
전화 : 33-1) 43 19 45 22

이메일 : jean-marc.cholet@industrie.gouv.fr

#### 가. 패션 산업 총괄

프랑스는 패션산업을 모드(의상) 산업, 딜러스 산업, 여성용 아우터 가먼트 산업, 남성용 아우터 가먼트 산업, 속옷,란제리 산업, 기타의상 및 악세서리 산업, 맞춤형 산업, 스웨터 및

유사품 산업, 모피, 가죽 산업, 양말, 장갑 산업, 신발 산업, 지갑, 핸드백 산업, 향수 산업보석, 장신구 산업 등 14개 분야로 구분하고 있다.

프랑스의 모드 섬유 산업에 종사하는 인구는 대략 20만 명으로 추정하고 있는데 동 인구는 패션산업 종사자 중 스웨터나 각종 니트류, 양말, 향수, 장신구를 제외한 순수 섬유 의류의 종사자 만이다.

각종 의류 모드 생산업체 중 종업원이 20명이 넘는 업체는 2,400개로 보고 있다.(참고 : 프랑스에서는 종사자 20명 이하의 업체인 경우 산업 (Industry)이라고 보지 않고 장인 (Artisanat)으로 구분함)

생산량은 연간 173백만 프랑 (약 2천 3백만 달러)으로 이는 프랑스 총 종합 산업의 5%에 해당한다. 이중 41%가 수출을 하고 있는데, 이는 프랑스의 향수 수출 61% 에 비해서는 낮은 숫치이나 총 의류 생산 중 1/3을 수출 하고 있는 것은 패션리더로서 국가적 이미지 탓이 크다고 보이며 이들 브랜드/국가 이미지 정책의 성공을 말해 주고 있다.

이들 모드 산업은 거의 파리와 그 주변 지역 그리고 중부 르와르 강변 주변 지역에 1/3이 모여 있어 지역적 국한 산업의 특징을 보이고 있다.

산업 분야 별로 본 중요 통계치 비교

(1달러= 7.4 프랑)

	의류산업	신발 및 피혁 산업	향수 산업	장신구 산업
생산업 수	1,683	383	193	117
종사자 수	116,479	40,623	40,249	8,676
매출액 (부가세미포함/백만프랑)	75,155	23,354	67,772	6,582
투자/임대차 (백만프랑)	1,480	474	1,938	159
1인당 생산액 (천프랑)	199	216	452	276
1인당에 드는 소비 경비액	151	152	271	205
수출비율 (EXP/CAHT) %	26.7	27.7	41.4	33.4
부가 가치율 (VAHT/CAHT)%	30.8	37.5	26.9	36.3
투자율 (INV/VAHT) %	6.1	5.2	9.6	5.4
수익률 (RNC/VAHT) %	5.2	8.0	25.6	3.1
광고소비율	2.4	1.5	11.9	2.2

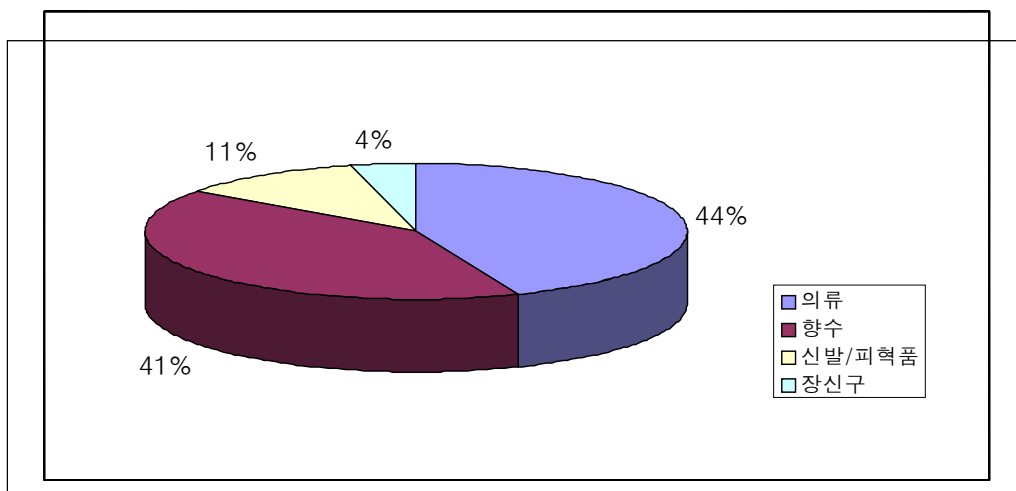
분야별 총계

(1달러 = 7.4프랑)

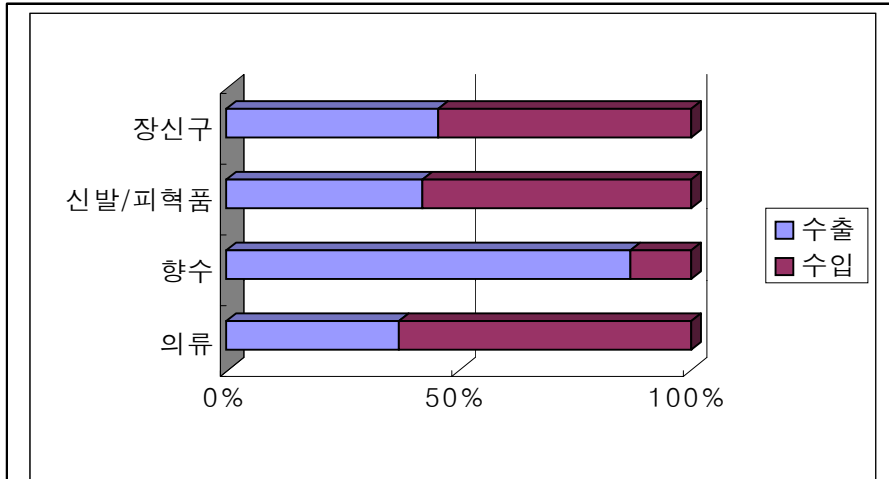
생산업 수	2,376
종사자 수	206,027
매출액 (부가 가치세 미포함) 단위/백만프랑	172,863
투자 및 임대차 (백만프랑)	4,048
종사자 1인당 생산액 (천 프랑)	255
종사자1인당에 드는 소비/경비액	177
수출비율 (EXP/CAHT) %	32.9
부가 가치율 (VAHT/CAHT) %	30.4
수익율 (RNC/VAHT) %	12.7
광고 소비율 (Pub/CAHT) %	6.0

프랑스 패션 산업중 1.2위의 자리를 다투는 것은 아무래도 모드산업, 특히 오프 꾸뛰르 라고 하는 브랜드 의류와 향수 산업인데, 전체 생산 수익율의 4/5를 차지 하고 있으나, 최근 10년간 전체적으로 동 산업은 85%의 적자를 내고 있는 실정이다. 향수와 피혁제품은 29억 프랑, 의류와 신발은 43억의 적자생산을 기록 하고 있다.

내수 매출액 도표 비교



수출입 대차도표



프랑스의 10대 수출 대상국

(1달러 = 1.13 유로)

국 가 명	유로 (단위/ 백만 유로)	수출입 대차율
독 일	1,200	- 3%
벨지움-룩셈부르크	991	+ 3%
이 태 리	963	+ 7%
영 국	809	- 2%
스 페 인	709	+14%
튀니지아	564	+12%
모 로 코	470	+5%
미 국	377	+30%
포르투갈	337	=
화 란	333	+9%

자료원) UIT (프랑스 섬유산업 조합), 프랑스 세관/2000년

## 프랑스 10대 수입 대상국

국 가 명	유로(단위 : 백만 유로)	수출입 대차율
이 태 리	2,047	+4%
독 일	1,035	+5%
벨 지 음	1,042	+2%
중 국	817	+37%
터 키	623	+11%
스 페 인	618	+12%
포르투갈	534	-4%
영 국	524	=
모 로 코	445	+5%
인 도	435	+21%

자료원) UIT + 프랑스 세관

## 나. 분야별로 본 산업 현황

## 1) 남성 아우터가먼트(Outer Garment)

최근 10년 동안 가장 적자생산을 본 분야는 남성용 의류로서 1990년 이후 50%의 생산성과 종사자를 잃었다고 한다. 종사자가 250명이 넘는 10여 개의 큰 기업만 겨우 유지를 하는 상태로, 1997년 이후 적자 생산 중 약간이나마 수출 상승을 을 보이고 있는데 생산성 효율이 겨우 197,000 프랑에 달하고 있다.

## 생산도표

(단위 : 천 개)

	제조업체	가공 업체
외투	187	120
바지	10,947	9,954
윗도리	1,108	885
잠바/파카	775	439
정장	460	319

명맥을 유지 하는 기업체는 Bidermann Europe, Devanlay, Les Complices, MSC, Na Pali, Teddy Smith, Vestra International, Weil Besancon 등이다.

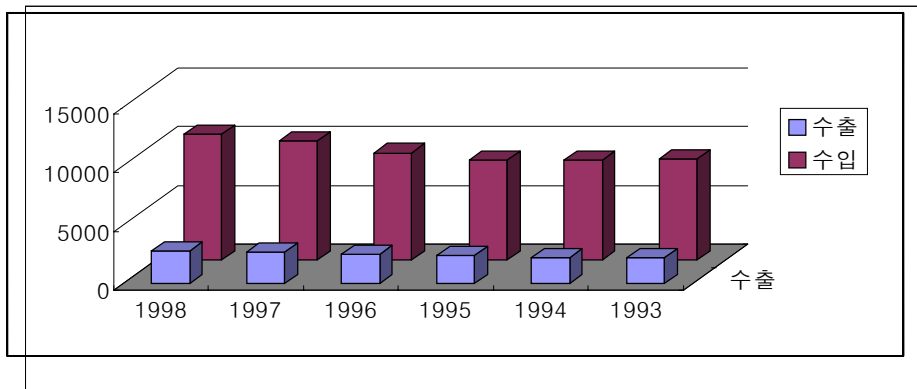
가장 잘 팔리는 품목은 바지로, 연간 10 947 000 개가 판매되고 있으며 이 도표에서 볼 수 있듯이 프랑스의 남성복 의류 산업의 특징은 제조와 가공업체가 구분되어 있어 제조업체는 브랜드를 가지고 있고, 가공업체는 하청을 맡아 그 브랜드의 의류를 제조하는 것으로 보면 된다.

참고로 Devanlay는 Lacoste 브랜드를 제조하는 제조업체이고 Bidermann은 이브 생로랑이나 랑방등의 멀티 유명 브랜드의 제조업체이다.

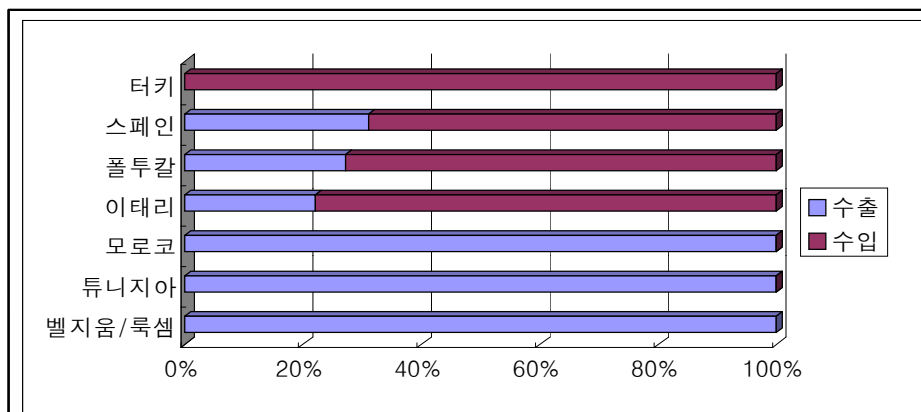
남성복의 경우 거의 프랑스 자체 내에서 생산이 없다고 볼 수 있고, 대부분 이웃 지중해 북 아프리카의 튀니지나 모로코, 그리고 동남아 몇 지역에서 하청 생산이 주로 이루어 지고 있다.

수출입 대차도표

(단위 : 백만 프랑/1달러=7.4프랑)



프랑스의 주 공급국가



2) 여성 아우터가먼트(Outer Garment)

프랑스의 여성 아우터 가먼트 의류산업의 제조업체 중 종사자 20명이 넘는 업체는 735개사로 1990년 이후 종사자 15%가 감소, 전체 의류 산업의 감소율인 30%에 비해 절반 밖에 되지 않는지만 1993년-1997년 사이 7.2% - 5.2%의 절감상태를 나타내고 있다.

여성복 역시 남성복 처럼 재단이나 디자인 등을 주어서 하청 생산해 오는 비율이 57%로서 자체 생산 33%의 거의 두배가 되고 있다.

년간 생산량 도표

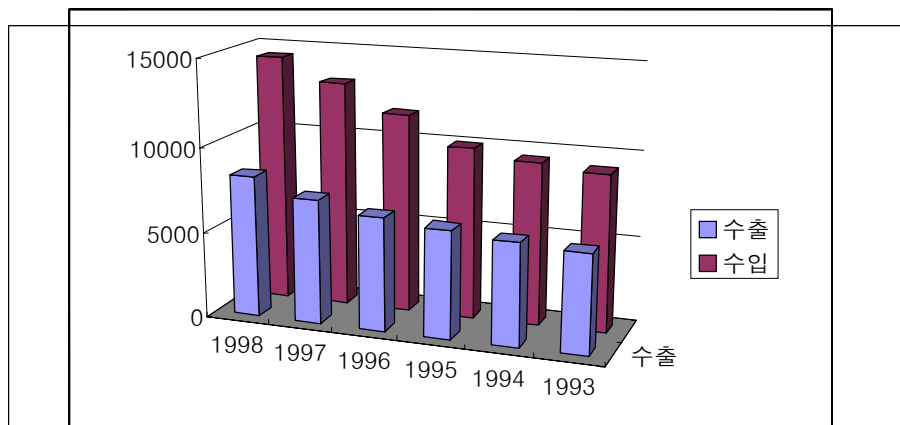
(단위 : 천개)

			생 산	가 공
바	지		11,27	8,545
치	마		9,88	7,045
원	피	스	6,90	5,170
옷	도	리	3,74	3,143
정		장	1,38	956

수출입 대차표

(단위 : 천 프랑)

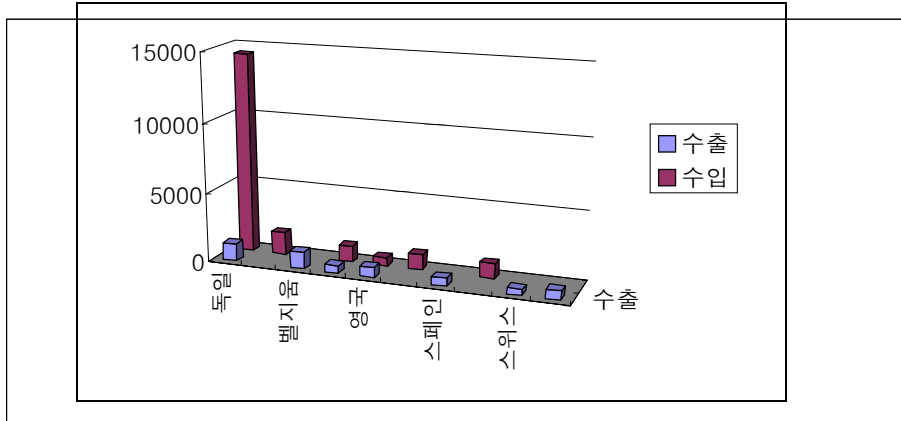
거의 수입에 의존하는 남성복과 비교, 수출율이 수입을 보다 높은 것을 볼 수 있음



명맥을 유지하는 기업체로는 Chanel Coordination, Designe Sportswear Darel, Devernois, Morgan, Passiflore, Point mousse Industrie, Promod, George Rech, Sonia Rykiel, 등이다.

프랑스 주 공급국가

(단위:백만 프랑/ 1달=7.4 프랑)



여성복은 남성복과 달라 디자인이 중요한 역할을 하기 때문에 하청생산의 과정이 좀 색 다른데, 생산업체와 디자이너, 원단공급업체, 가공업체, 공급업체가 같은 비율로 협력 체제가 잘 이루어 져야 하고, 주문생산 공급 과정이 8일로서 매우 짧아야 한다. 그리고 수입에 의존하는 남성복과 비교, 수출률이 수입률 보다 높은 것을 볼 수 있다.

3) 속옷 / 란제리 (남성 및 여성 혼합)

이 분야 역시 1990년 이후 1/3의 적자 생산을 하고 있는데, 9개의 대표적 제조업체중 500명 이상의 종사자를 소유한 업체가 5개 업체 이고, 전체 종사자 중 25 %가 프랑스 북쪽 도버해협을 끼고 있는 Pas de Calais (프랑스 레이스 제조지역)와 중부 알프스 산맥을 중심으로 한 론느강 지역 (프랑스 실크 제조지역)에 분포 되어 있다.

연간 생산량

(단위 : 천개)

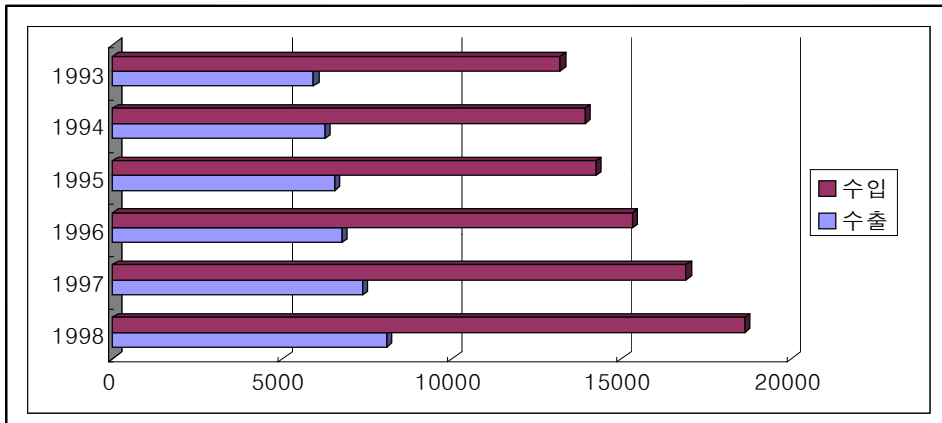
	제 조	가 공
셔 츠	31,450	17,048
슬립(여성용/어른+아이)	31,323	11,021
슬 립 (남성용/어른+아이)	29,170	14,426
브래지어	20,809	12,284
란 제 리	8,519	7,155
슈 미 즈	5,057	3,013
잠 옷	4,397	1,135

주요생산 제조 업체로는 Chantelle, Devanlay, Dim, Eminence, Lejaby SAS, Petit Bateau, Playtex France, Simone Perele, SNC Guichard Production, VF Diffusion 등이 있다.

수출입 대차도표

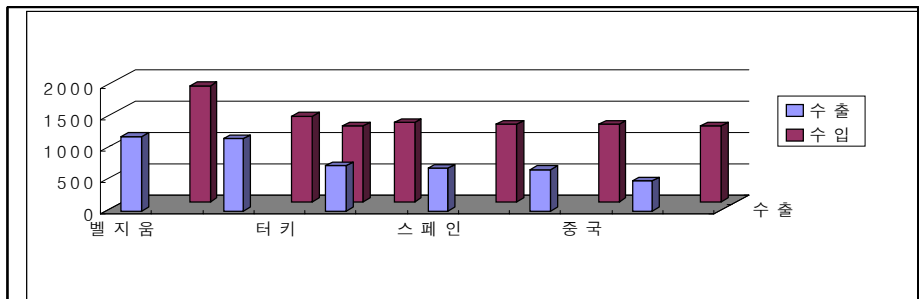
(단위 : 백만 프랑 / 1달=7.4프랑)

수입이 수출보다 월등한 것으로 적자 생산의 심각성을 추산 할 수 있음



프랑스의 주요 공급국가

(단위 : 백만 프랑)



#### 4) 스웨터류

1993년 이후 이 분야 역시 30%의 종사자를 삭감하고 적자 생산을 해 왔으나 1997년 이후 수출율을 29.3% 까지 올리고 있다.

대부분의 생산업체는 파리에서 150 km 쯤 떨어진 Troyes 지방에 모여 있는데, 이 지역은 프랑스 니트류의 가내 공업이 최초로 발생한 지역으로서 지역 전체가 가족 계열의 수공업으로 프랑스 니트, 보네트리, 스웨터 류의 발생지 라고도 할 수 있다.

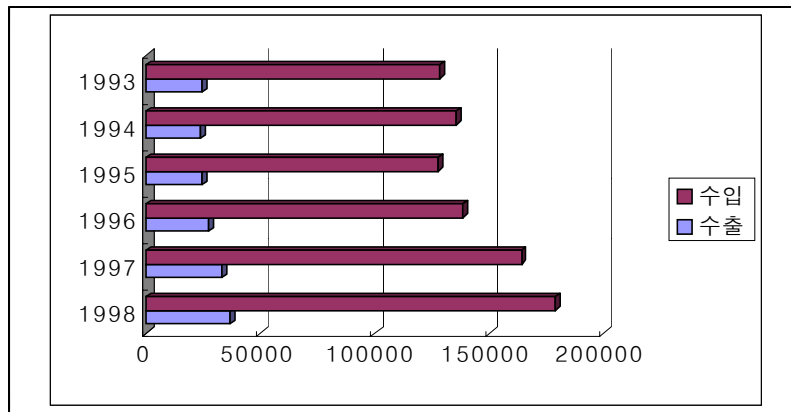
1980년 이후 프랑스의 의류산업이 장인 시스템에서 산업화 시스템으로 바뀌면서, 1990년 이후 동남아 국가의 수입산에 몰려 소기업 형태인 수공업체들이 사라지기 시작하였다.

그러나 다음 표에서 비교해 볼 수 있듯이, 수공업이나 가내 공업에서 250 명 이상의 기업으로 키워 자체 생산 가공업을 한 업체들은 현재 수출에 의존하여 살아 남아 있게 되었다.

유명 브랜드 기업으로는 Benetton, Devanlay, Gout, Hermes, Intexal, Lewinger, PascalValluit, Promode, Tricot St James 등이다.

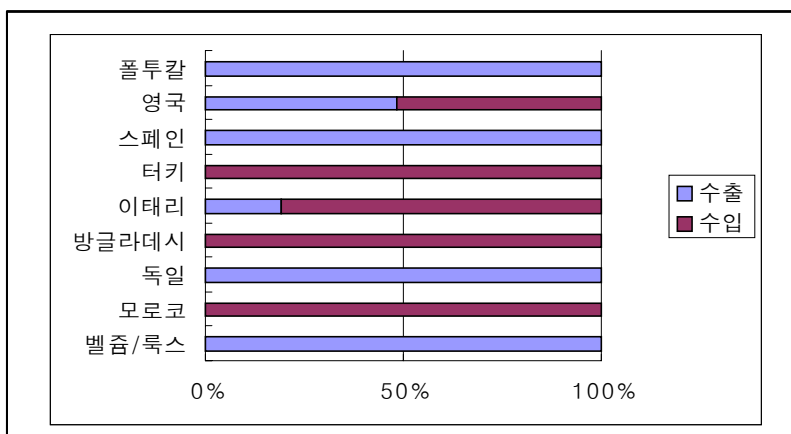
수출입 수량으로 본 대차 도표

(단위 : 천개)



프랑스 주요공급국가

(단위 : 백만프랑/ 1달러 = 7.4 프랑)



#### 다. 프랑스 패션 산업의 유지 방법 및 정책

프랑스는 1990년 이후 실질적으로 적자 생산만 거듭 해 왔지만 총 섬유산업의 분야별 호 완 정책과 각 전문 조합들의 상호 원조 활동, 유럽 공동체 작전 (Borota)을 통한 활발한 실질안 등을 통해 2005년 OMC 자유화 목표까지 과거 10여년의 누적 적자 생산과 수출율이 오를 것으로 전망하고 있다.

이는 2005년의 프랑스 섬유산업 비전을 내세워 세계 제 2의 섬유국가로서의 자존심을 되살리겠다는 목표이다.

프랑스 자체내의 산업 정책은

- 15,25 억 유로 (1 달러 = 1.1 유로) 수출 계획
- 10 000 명의 젊은 전문 종사자 채용
- 30 %의 투자 기술 교육 계획
- NTIC 투입 80% 을 달성을 주 목표로 내 걸고

유럽 공동체를 통한 세계 공략 시장에 대해서

- 15%의 세율 삭감 공고
- 범 유럽 지중해 삭감정책
- 유럽 공동체 섬유 경쟁력 정책 강화
- 세계 섬유 조합 창설에 유럽 공동체가 이니셔티브를 쥐는데 필요한 강력한 정책을 마련 하기로 작정하였다.

이 정책의 성공적 수립을 위한 구체안으로서 Ethic (윤리적 법칙)을 존중하고 3 Principles(3가지 원칙)의 기본정책을 실현하는데 총력을 기울인다.

Ethic(윤리적 법칙)은 각 분야별 전문직 조합은 그 조합원이 요청하는 모든 서비스에 응하는 새로운 효율적 안을 세워 실질적 기획으로 재 조정 할 것과 또한 그 기획의 일책으로서 법적, 행정적인 각종 절차,과정 등을 간략하고 원활하게 할 수 있도록 재 정비 하고 조합이 이 업무를 맡아 줄 것이다.

3가지 원칙의 첫째는 효율성(Efficacy)으로 소싱, 공급 정보, 유통 과정 등의 절차를 협동

작전 하여 경쟁력을 갖추는 것이며 둘째는 정체성 (Identity)으로 각 섬유 전문직의 노하우를 십분 활용, 그 특성을 살리는데 산업의 초점을 맞출 것, 그리고 셋째는 부차성 존중 (Subsidence)으로 각 유럽 공동체의 권익과 각국의 특산물 등 영토가 갖는 특성을 존중 우선권을 준다는 것이다.

아울러 유럽 공동 섬유 조합 Euratex를 결성하여 벨지움에 본부를 설치하여 Euratex의 역할의 중요성과 의무, 책임을 강화한다. 의류, 실내장식, 산업용 섬유 분야 각각의 특성을 살려 초 현대화 한 기술 개발, 공급원 로지스틱, 서비스와 종사 전문 인력 훈련 강화 프로그램 등 경쟁력 있고 다이내믹한 경영 체제로 운영 할 수 있도록 UIT (프랑스 섬유 산업 조합)과 이미 실질적인 안으로 구체적 협력 실현 중이다.

#### 라. 소재 및 기술

프랑스 섬유산업의 의류생산 분야의 적자 생산에 비해, 산업용 섬유는 발렌스를 유지 하고 있는데, 이는 신소재 개발과 하이 테크놀로지 덕분 이라고 한다.

(참고사항 : 신소재나 하이 테크놀로지의 산업용 섬유의 기술적 자료원에 대해서는 비밀사항으로 구분되어 이들의 노하우에 대한 조심스러운 부분으로서 SESSI의 조사에서도 제외된 부분 이기 때문에 어떠한 자료원을 통해서도 구체적인 정보를 구입 할 수 가 없었음)

프랑스 섬유 산업은 기술 분야별로 구분하여 정의 하고 있고 그 분포도는 다음과 같다.

- 니트 제품 11%
- 제사 16%
- 직물 24%
- 니트원단 4%
- 섬유가공 13%
- 산업용 섬유 23%
- 일반 섬유제품 10%

산업용 섬유의 점유율이 23%로 높게 나타나고 있는데 제품을 보면, 타피스리, Non-Woven, 레이스, 쿠션용 솜, 헬트,코팅섬유,밴드,리본,장식용 술,마루 깔개용 카펫 등

이 이에 속한다.

프랑스 레이스는 전세계적으로 그 섬세함과 우아함으로 이미 정평이 나 있으며, 역사가 200여년이나 되고, 산업의 29%를 차지 하고 있다.

자동차나 전자 의료산업의 75%를 차지하는 세계적 기술 섬유사 Dupont de Nemours사, 코팅 섬유의 Griffine Enduction사 등, 세계 생산의 20% 차지하는 기술 분야 섬유의 강화 정책 또한 이들 향후 대책의 일원이다.

10대 기술 산업 섬유회사들은 다음과 같다.

- Aplix SA (리본과 장식술)
- Berry Tuft (Tapisserie & Carpet)
- Griffine Enduction (Coating fabrics)
- Lainiere de Picardie (Coating Fabrics)
- Production Textile Plastique de Marne (PTPM) SA (Felt)
- Societe Generale Textile Balsan (Ribbons & Trimming)
- Societe Industirelle La Chaignaud Silac (Ribbons & Trimming)
- Tarket Sommer (Tapisseir & Carpet)
- Thuasne (Ribbons & Trimmings)

#### 마. 향후 대책

프랑스 산업의 향후 정책에 두 가지 요점은 이미지와 경쟁력 강화와 일류상품 정책 이다.

##### 1) 이미지와 경쟁력의 강화

이미지와 경쟁력의 강화를 위해 연간 계획으로 각 지역별 종사자 200명 이상의 업체15개사를 선정하여 1년간 실적 (창작력/디자인, 경쟁력, 신 소재 개발, 소비자의 선호도 등)을 평가하여 가장 좋은 5개사를 선정 집중적 후원한다.

젊은 전문 종사자 인력의 확보를 위해 패션산업의 이미지 갱신을 위하여 다음을 기획하고 있다.

가) 직업 학교와 기업의 접근 및 전시를 통한 직업학교 안내, 연수 프로그램 등 기획

나) 각 고등학교와 협찬 졸업반 학생들의 직업 상담회 등 개최

다) 각종 연수 프로그램 개최, 실질적으로 고등학생 들의 교육연수 오픈

※ 참고로 프랑스는 각 고등학교의 학과과정 중 졸업전에 최소한 1주일 이상의 실제 직업 연수 과정이 있어 모든 학생들이 의무적으로 어떤 업체든 1주일의 근무 경험을 가져야 하는 것으로 되어 있음

라) 섬유산업에 연수를 받은 젊은이들에게 구직의 우선권을 줌

마) 이미 섬유산업에 종사 하고 있는 고용인의 전문화 작업 강화

특히 기술직 종사자들의 근무환경, 숙련교육 등의 요구사항을 적극적으로 지원함

바) 연간 두 분기로 나누어, 종류별 같은 분야 종사자들의 합동 연수를 통한 기술교환과 유대관계 강화

※ 참고로 2000년 11월에 개최된 전문 직업학교 전시 (Salon National de l'Education et Metiers)에 500,000명의 방문객을 기록, 프랑스의 향후 산업정책의 구체적 프로그램의 하나인 이미지 강화와 경쟁력의 부분은 성공적으로 진행 중이라는 결과를 가지고 있음

## 2) 일류상품 정책

프랑스의 일류 상품(Industrie de Luxe)산업은 총 60여개로, 1997년 종사자 통계는 22,000명, 연간 매출액 33 억원 프랑 (1달러=7.4 프랑)에 달하고 있다.

프랑스 패션 산업의 20%를 차지 하고 있고 이중 2/3이 향수 산업의 매출액이고 이중 60% (20억 프랑 정도)를 수출하고 있다. 나머지 80%는 귀중품 특히 보석 (Cartier, Maubussion, Chaumet, Van Cleef Arpels, Bijoux Altesse, Bijoux GL 등)이고 의상은 20%를 차지하고 있다.

(참고 : 프랑스 의상부문의 일류상품(일명 오뜨 꾸뛰르)알파벳 순)

- Balamin

- Chanel

- Christian Dior
- Christian Lacroix
- Emanuel Ungaro
- Givenchy
- Hanae Mori
- Jean-Louis Scherrer
- Ted Lapidus
- Lecoanet Hemant
- Louis Feraud
- Paco Rabanne
- Torrente
- Yves Saint Lauren

(참고사항 : 오프 꾸뛰르에 분류되는 원칙은 산자부 전문직 부서에 보고되는 연간 결과에 의해 결정 되는데 종사자가 최소한 20명 이상 일 것, 작업장을 소유하고 있을 것, 연간 2회의 컬렉션에 50작 품 이상을 소개 할 것 등으로 매우 간략함)

프랑스의 일류상품은 <Comite Colbert>라는 특수 협회가 있어 매해 결과로 이 협회의 회원 선 정을 하고, 이 협회의 일류 상품 중에 프랑스의 이미지 상품 몇 개 (예, 샴페인 모에 에 사랑동, 루 이 비통, 이브 생 로랑 등)는 LVMH라는 전문 투자그룹에서 대부분의 자본을 원조 하고 있다.

### 3) 광고작전

프랑스의 섬유 산업 정책에 중요한 부분은 광고 예산으로 일류상품의 광고가 연간 총 예 산의 8.3%를 차지 하고 있다. 다른 분야의 광고예산을 살펴 보면, 의류 산업 6.3 %, 신발 산 업 3.7%, 속옷 란제리 산업 4.3%, 보석산업 2.2%, 모피 1%, 피혁제품 1.9%, 향수산업 11.9%로, 타분야와 비교시 상당한 위치를 차지 하고 있다.

아울러 향후 일류상품 산업은 광고예산을 올리는데 주저 하지 않을 계획으로 있다.

(참고사항 : 프랑스 화장품 제조사 <Oreal>은 과거 10년간 프랑스 패션 산업의 적자생산을 보충해 주는 구제자 역할을 하였는데, 2001년의 매출액이 38% 상승, 2002년 3월 주식시장의 1위를 차지 하였고, 매출액의 1/3이 수출로 수출 대상 주고객은 미국과 한국 이라고 한다.)

## ■ 참고자료

참고자료 1 : 미국 주별 의류 및 직물 생산액

참고자료 2 : 뉴욕/LA/아틀란타 의류 및 직물 바이어 리스트

참고자료 3 : 국가별 경쟁력 설문지

## 참고자료 1 : 미국 주별 의류 및 직물 생산액

## 미국 주별 의류 및 직물 생산액

(단위 : 백만달러)

State	1996	1997	1998	1999
US TOTAL	26,958	26,549	25,823	25,538
Alabama	1,091	1,040	901	825
Alaska	2	2	2	3
Arizona	72	76	77	72
Arkansas	225	175	135	106
California	4,599	4,693	4,873	5,140
Colorado	287	95	106	101
Connecticut	213	235	234	193
Delaware	35	36	35	38
District of Columbia	1	1	(L)	1
Florida	665	658	644	622
Georgia	905	1,098	1,079	1,089
Hawaii	73	76	75	82
Idaho	9	10	9	9
Illinois	371	409	392	425
Indiana	284	261	275	315
Iowa	284	110	134	127
Kansas	117	111	107	135
Kentucky	831	827	797	782
Louisiana	186	179	148	148
Maine	59	58	63	68
Maryland	191	166	203	187
Massachusetts	400	384	399	374
Michigan	1,087	1,291	1,142	1,268
Minnesota	113	108	63	68
Mississippi	777	645	603	556
Missouri	443	458	483	449
Montana	13	13	11	9
Nebraska	70	72	69	68
Nevada	25	26	29	33
New Hampshire	63	54	53	45
New Jersey	956	872	820	797
New Mexico	96	97	145	26
New York	3,527	3,500	3,223	3,255

State	1996	1997	1998	1999
North Carolina	1,691	1,467	1,415	1,355
North Dakota	7	9	10	11
Ohio	472	490	506	526
Oklahoma	164	133	205	206
Oregon	78	90	82	86
Pennsylvania	1,348	1,317	1,265	1,259
Rhode Island	24	25	28	26
South Carolina	903	756	702	652
South Dakota	46	50	45	37
Tennessee	1,019	1,101	984	812
Texas	2,089	2,231	2,232	2,153
Utah	79	68	71	63
Vermont	39	42	34	35
Virginia	458	443	429	432
Washington	205	235	228	228
West Virginia	35	32	30	24
Wisconsin	229	224	222	214
Wyoming	3	3	3	4

Note) Press release date: 6/4/01

(D) Not shown in order to avoid the disclosure of confidential information; estimates are included in higher level totals.

(L) Less than \$500,000 in nominal or real GSP.

Source: Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce.

---

## 참고자료 2 : 미국 주요 도시의 의류 및 직물 바이어 리스트

### I. 뉴욕지역 바이어 리스트

#### 1. Vantage Marketing, Inc

주 소 : 100 Vantage Drive , Avenel NJ 07001, USA

전 화 : 1-732-340-3000

팩 스 : 1-731-340-3288

구매담당 : Mr. Ira Newman, President

이 메 일 : vantage@vccinc.com

관심품목 : Shirt, Sweaters, Fleece Wear, Sportswear

#### 2. Benetton Sportswear Activewear

주 소 : 1 Sportssystem Plaza, Bordentown, NJ 08505, USA

전 화 : 1-908-291-5676

팩 스 : 1-908-291-5998

구매담당 : Mr. George Napier, President

관심품목 : Casual Wear, Cotton and Denim Apparel, Sweats

#### 3. Griffin Medical Products, Inc

주 소 : 80 Manheim Avenue, Brigeton, NJ 08302-2113, USA

전 화 : 1-856-455-6870

팩 스 : 1-856-455-6849

구매담당 : Mr. Bruno Basile, President

웹사이트 : [www.buddiesbygriffin.com](http://www.buddiesbygriffin.com)

관심품목 : Disposable Garments for Medical Trade

#### 4. Happy Chef, Inc

주 소 : 22 Park Place, Betler NJ 07405-1380, USA

전 화 : 1-973-492-2525

팩 스 : 1-973-492-0303

구매담당 : Mr. Joseph Nadler, President

이 메 일 : jsndler@aol.com

웹사이트 : [www.happychefuniforms.com](http://www.happychefuniforms.com)

관심품목 : Woven Top and Bottom Weight Fabric

5. Brian Broghers, Inc.

주 소 : 601 16<sup>th</sup> Street, Carlstadt, NJ 07072-1922, USA  
전 화 : 1-201-896-9666  
팩 스 : 1-201-896-9676  
구매담당 : Mr. Brian Chang, President  
이 메 일 : bchang2000@aol.com  
관심품목 : Casual Pants, Shorts, Sports shirts

6. Koman Sportswear MFG Corp

주 소 : 340 Washington Avenue, Carlsons, NJ 07072-2806  
전 화 : 1-201-438-2211  
팩 스 : 1-201-438-8306  
구매담당 : Mr. Il Whan Cho, President  
관심품목 : Sport shirts, Pants, Dress, Knit

7. Harper Industries, Inc

주 소 : 136 Central Ave, Clark, NJ 07066-1142, USA  
전 화 : 1-732-815-3200  
팩 스 : 1-732-815-3232  
구매담당 : Mr. Thomas Friedland, President  
이 메 일 : laura@harcrest.com  
웹사이트 : www.harcrest.com  
관심품목 : Sport shirt, Blouses, Knit shirts

8. G I Apparel, Inc

주 소 : 271 Adelpia Road Box 665, Farmingdale, NJ 07727-0665, USA  
전 화 : 1-732-919-7200  
팩 스 : 1-732-919-0568  
구매담당 : Mr. Anthony Prisco, President  
이 메 일 : qclassic@ix.netcom.com  
웹사이트 : www.giapparel.com  
관심품목 : Active wear, Tops, T-Shirts

## 9. Sequa Corp

주 소 : 3 Univerity Plaza, Hackensack, NJ 07601-6208, USA  
전 화 : 1-201-343-8180  
팩 스 : 1-201-343-7663  
구매담당 : Mr. Robert Bennett, President  
이 메 일 : info@aftersix.com  
웹사이트 : www.aftersix.com  
관심품목 : Suits, Sportjacket, Slacks

## 10. Northbury Textiles

주 소 : 481 8<sup>th</sup> Avenue, Room 1520, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-279-6996  
팩 스 : 1-212-889-9241  
구매담당 : Mr. Raymond Dawson, Senior President  
관심품목 : Knit, Woven Top and Bottom

## 11. Skip Gambert &amp; Associates, Inc

주 소 : 12 Garden Street, Newark, NJ 07105-1101, USA  
전 화 : 1-973-344-3373  
팩 스 : 1-973-344-3581  
구매담당 : Mr. Skip Gambert, President  
이 메 일 : sga@bellatlantic.net  
관심품목 : Dress shirts

## 12. Haband Co, Inc

주 소 : 110 Bauer Drive, Oakland, NJ 07436-3205, USA  
전 화 : 1-973-942-2600  
팩 스 : 1-201-405-7780  
구매담당 : Mr. Habernickel, President  
이 메 일 : mail@haband.com  
웹사이트 : www.haband.com  
관심품목 : Direct Mail Apparel

13. Keystone Adjustable Cap Co, Inc

주 소 : 1591 Hilton Road, Pennsauken, NJ 08110-1311, USA  
전 화 : 1-856-663-5740  
팩 스 : 1-800-663-5432  
구매담당 : Mr. Malcom George, President  
이 메 일 : info@keystonecap.com  
웹사이트 : www.keystonecap.com  
관심품목 : Disposable Apparel Caps, Shoe Covers, Sleeve Covers, Hairnets

14. Sunny Isle Industries, Inc

주 소 : 336 West Passaic Street, Rochelle, NJ 07662-3027, USA  
전 화 : 1-201-291-0050  
팩 스 : 1-201-291-0051  
구매담당 : Mr. Dennis Ingul, President  
이 메 일 : siind@aol.com  
관심품목 : Jeans, Denim Jackets

15. Bear USA, Inc.

주 소 : 530 Secaucus Road, Secaucus, NJ 07094-1905, USA  
전 화 : 1-201-865-4600  
팩 스 : 1-201-865-7184  
구매담당 : Mr. Thomas Hong, President  
이 메 일 : jacket@bearusa.com  
웹사이트 : www.bearusa.com  
관심품목 : Leather and Cloth

16. Pro Elite, Inc

주 소 : 100 Dorigo Lane, Secaucus, NJ 07094-2729, USA  
전 화 : 1-201-601-0400  
팩 스 : 1-201-601-0066  
구매담당 : Mr. Michael Polsky, President  
이 메 일 : info@proelite.com  
웹사이트 : www.proelite.com  
관심품목 : Sporting Goods, Outwears, Jackets, Tops, Appare;

## 17. Red The Uniform Tailor, Inc

주 소 : 2161 Whitesville Road, Toms River, NJ 08775-1175, USA  
전 화 : 1-732-901-7772  
팩 스 : 1-732-901-7337  
구매담당 : Mr. Harvey Klein, President  
이 메 일 : info-rtut@rtut.com  
웹사이트 : www.rtut.com  
관심품목 : Uniforms, Tailored Apparel

## 18. Eagle Work Clothes, Inc

주 소 : 785 Rahway Ave, Union, NJ 07083-6633, USA  
전 화 : 1-908-964-8888  
팩 스 : 1-908-964-7759  
구매담당 : Mr. Charles Fruchter, President  
이 메 일 : eaglewc@eaglewc.com  
웹사이트 : www.eaglewc.com  
관심품목 : Work clothes, Shirts, Slacks

## 19. Eureka Tents Division

주 소 : 1 Marine Midland Plaza Box 966, Binghamton, NY 13902, USA  
전 화 : 1-607-772-2200  
구매담당 : Mr. James Reyen, President  
웹사이트 : www.eurekatent.com  
관심품목 : Tentss, Backpackers, Accessories

## 20. Chano International, Inc

주 소 : 2691 West 15 St, Brooklyn, NY 11224, USA  
전 화 : 1-718-946-4041  
팩 스 : 1-718-946-4086  
구매담당 : Mr. Eli Harari, President  
웹사이트 : www.compone.com/chano  
관심품목 : Underwear, Lounge wear

21. C M Offray & Son, Inc

주 소 : Route 24 Box 601, Chester NJ 07930-0601, USA  
전 화 : 1-908-879-4700  
팩 스 : 1-908-879-8588  
구매담당 : Mr. Claude Offray, Jr, CEO  
웹사이트 : www.offray.com  
관심품목 : Ribbons and Narrow Fabrics

22. Rosebar Textile Co, Inc

주 소 : 93 Entin Road, Clifton, NJ 07014-1541, USA  
전 화 : 1-973-777-0078  
팩 스 : 1-973-777-0246  
구매담당 : Mr. Jeffrey Barrett, President  
이 메 일 : candrade@rosebar.com  
웹사이트 : www.rosebar.com  
관심품목 : Woven Top and Bottom Weight  
Apparel Fabrics

23. Sommers Plastic Products Co

주 소 : 81 Kuller Road, Clifton, NJ 07015, USA  
전 화 : 1-973-777-7888  
팩 스 : 1-973-345-1586  
구매담당 : Mr. Fred Scheter, Exec Officer  
웹사이트 : www.sommers.com  
관심품목 : Expanded Vynil Fabrics

24. Absecon Mills, Inc

주 소 : Aloe & Vienna Avenue, Cologne, NJ 08213, USA  
전 화 : 1-609-965-5373  
팩 스 : 1-609-965-7474  
구매담당 : Mr. Hpward Taylor, President  
이 메 일 : quality@absecon.com  
웹사이트 : www.absecon.com  
관심품목 : Fabrics for Home Furnishing, Furniture

## 25. Marijon Dyeing &amp; Finishing Co

주 소 : 219 Murray Hill Parkway, East Rutherford, NJ 07073, USA  
전 화 : 1-201-933-9770  
팩 스 : 1-201-933-2172  
구매담당 : Mr. Frank Mummolo, President  
관심품목 : Dyer and Finisher of Fabrics

## 26. Consolidated Trading Corp

주 소 : 1600 Route 208 South , Fair Lawn, NJ 07410, USA  
전 화 : 1-201-794-8000  
팩 스 : 1-201-794-0088  
구매담당 : Mr. Lance Weiner, President  
관심품목 : Yarn, Fabrics

## 27. Weave Corporation

주 소 : 433 Hackensack Avenue, Hackensack, NJ 07601, USA  
전 화 : 1-201-646-1500  
팩 스 : 1-201-343-6297  
구매담당 : Mr. Roger L Berkley, President  
이 메 일 : sales@weavecorp.com  
웹사이트 : www.weavecorp.com  
관심품목 : Jacquard, Cotton, Rayon

## 28. Carolace Embroidery Co, Inc

주 소 : 501 Broad Avenue, Ridgefield, NJ 07657-2329, USA  
전 화 : 1-201-945-2151  
팩 스 : 1-201-945-6305  
구매담당 : Mr. David Mann, Chairman  
이 메 일 : mail@carolace.com  
웹사이트 : www.carolace.com  
관심품목 : Lace, Bridals

29. Diversitex, Inc

주 소 : 33 Clinton Road, #106, West Caldwell, NJ 07007, USA  
전 화 : 1-973-808-4566  
팩 스 : 1-973-808-6261  
구매담당 : Mr. Bill Summers, President  
이 메 일 : designrick@aol.com  
웹사이트 : www.diversitexinc.com  
관심품목 : Converter of fabric

30. Alessi Intl/Spin Testiles LLC

주 소 : 237 West 35 Street # 201A, New York, NY 10001  
전 화 : 1-212-391-5660  
팩 스 : 1-212-391-5667  
구매담당 : Mr. Rajiv Jhunwala, President  
이 메 일 : alessi97@aol.com  
관심품목 : Silk Apparel, Dacorative Fabric

31. Ezrason's, Inc

주 소 : 37 West 37 Street, New York, NY 10018-6225  
전 화 : 1-212-768-8330  
팩 스 : 1-212-768-8327  
구매담당 : Mr. Ezra Jack Cattan, Sales  
이 메 일 : ezrasons@aol.com  
웹사이트 : www.ezrasons.com  
관심품목 : Woven Top Apparel, Home Furnishing Fabric

32. Fabyarn Trading, Inc

주 소 : 209 West 40 Street 4 Floor, New York NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-719-4593  
팩 스 : 1-212-840-0494  
구매담당 : Mr. Long Li, President  
이 메 일 : fabyarn@aweb.com  
관심품목 : Cotton, Prints, Stretch, Twills

## 33. Gehring Textiles, Inc

주 소 : 1 West 34 Street Suite 1001, New York, NY 10001, USA  
전 화 : 1-212-279-9700  
팩 스 : 1-212-279-8381  
구매담당 : Mr. Skip Gehring, President  
이 메 일 : gtsales@compuserve.com  
웹사이트 : www.militex.com  
관심품목 : Knit Lace, Nettings

## 34. Gray Lines Corp

주 소 : 260 west 39<sup>th</sup> Street, Store #4, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-391-4130  
팩 스 : 1-212-768-7618  
구매담당 : Mr. Hissa Reshad, President  
이 메 일 : info@graylinefabrics.com  
웹사이트 : www.graylinefabrics.com  
관심품목 : Cotton, Linen, Rayon

## 35. Hamil Testile, Ltd

주 소 : 469 7<sup>th</sup> Avenue, New York, NY 10018  
전 화 : 1-212-244-2645  
팩 스 : 1-212-290-2645  
구매담당 : Mr. Jerry Miller, President  
관심품목 : Solid and Print Parent

## 36 Hargro Fabrics, Inc.

주 소 : 1040 Avenue of the Americas, New York NY 10018  
전 화 : 1-212-840-7500  
팩 스 : 1-212-840-7515  
구매담당 : Mr. Kenneth Rosenberg, President  
관심품목 : Cotton, Synthetics, Blends

37. Harry Zarin, Inc

주 소 : 318 Grand Street, New York NY, 10002, USA  
전 화 : 1-212-925-6112  
팩 스 : 1-212-925-6584  
구매담당 : Mr. Harry Zarin, President  
이 메 일 : info@harryzarin.com  
웹사이트 : www.harryzarin.com  
관심품목 : Window Fashions

38. Inter Colour, Inc

주 소 : 224 West 35<sup>th</sup> Street 7<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10001, USA  
전 화 : 1-212-695-7777  
팩 스 : 1-212-695-7995  
구매담당 : Mr. Ebrahim Shaer, President  
이 메 일 : icnyc@aol.com  
웹사이트 : www.icnyc.com  
관심품목 : Apparel, Lining Fabrics

39. J L De Ball of America, Ltd

주 소 : 111 W 40 Street, New York, NY 10018-2506, USA  
전 화 : 1-212-575-8613  
팩 스 : 1-212-575-8616  
구매담당 : Mr. Bill Trienekons, President  
이 메 일 : deball@worldnet.att.net  
웹사이트 : www.jldeball.com  
관심품목 : Woven Bottom Weight Apparel Fabrics

40. Originit Fanrics NY, Inc

주 소 : 470 7<sup>th</sup> Avenue, New York, NY 10018-7606, USA  
전 화 : 1-212-244-3737  
팩 스 : 1-212-244-0685  
구매담당 : Mr. Milton Reiter, Chairman  
웹사이트 : www.originitfabrics.com  
관심품목 : Knit, Cotton

## 41. Apparel Group Intl LLC

주 소 : 512 7<sup>th</sup> Avenue, New York, NY 10018-4603, USA  
전 화 : 1-212-888-7335  
팩 스 : 1-212-302-2327  
구매담당 : Mr. Colette Mordo, CEO  
관심품목 : Sportswear

## 42. Bosselli Studio Ltd

주 소 : 202 West 40 Street #301, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-221-9220  
팩 스 : 1-212-221-9224  
구매담당 : Mr. Vincent Francis, Exec Officer  
관심품목 : Eveninwear, Jaclets, Sportswear

## 43. Dolce &amp; Gabbana USA, Inc.

주 소 : 532 Broadway, New York, NY 10012-3939, USA  
전 화 : 1-212-966-2868  
팩 스 : 1-212-966-6963  
구매담당 : Mr. Eric Silvermanh, President  
이 메 일 : dgjuniors@aol.com  
관심품목 : Apparel, Sportswear, Jeans, Blouses, Shirts

## 44. Fashion Trend LLC

주 소 : 1407 Broadway Room 1020, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-575-6556  
팩 스 : 1-212-354-5934  
구매담당 : Mr. Albert Cohen, President  
이 메 일 : fashiontrend1407@aol.com  
관심품목 : Sportswear, Tops, Shorts, Pants

45. Jonathan Stone, Ltd

주 소 : 32 West 33rd Street, New York, NY 10001, USA  
전 화 : 1-212-967-2022  
팩 스 : 1-212-967-2025  
구매담당 : Mr. John Dilaurenzio, President  
이 메 일 : info@jstone.com  
웹사이트 : www.jstone.com  
관심품목 : Coats, Jackets, Skiwear, Sweats

46. Momentrends, Inc

주 소 : 530 7<sup>th</sup> Avenue 10<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-704-0033  
팩 스 : 1-212-704-0093  
구매담당 : Robert Cohen, President  
이 메 일 : info@sculpturesilk.com  
웹사이트 : www.sculpturesilk.com  
관심품목 : Sweaters, Sportswear, Tops, Pants

47. Preger and Weritenteil, inc

주 소 : 1 East 33rd Street, New York, NY 10016, USA  
전 화 : 1-212-889-7800  
팩 스 : 1-212-213-4296  
구매담당 : Paul Rothstein, President:  
관심품목 : Socks

48. Leslie Stuart Company, INC

주 소 : 149 West 36<sup>th</sup> Street 10<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10018  
전 화 : 1-212-629-4551  
팩 스 : 1-212-629-4625  
구매담당 : Mr. David Perel  
이 메 일 : ddegan@donnadegnan.com  
웹사이트 : www.donnadegnan.com  
관심품목 : Sportswear, Tops

## 49. C F L Sportswear Trading, INC

주 소 : 350 5 Avenue, #4010, New York, NY 10118, USA  
전 화 : 1-212-564-7394  
팩 스 : 1-212-239-7498  
구매담당 : Mr. Perry Frey, President  
웹사이트 : www.cflny.com  
관심품목 : Knit Sportswear, Tops, Bottoms

## 50. Castlewood Apparel Corp

주 소 : 350 5 Avenue, room 5015, New York, NY 10118, USA  
전 화 : 1-212-564-3600  
팩 스 : 1-212-564-3680  
구매담당 : Mr. Henry Sutton, CEO  
웹사이트 : www.castlewoodapparel.com  
이 메 일 : cwapparel@aol.com  
관심품목 : Jeans, Pants, Robes

## 51. Chorus Girl, INC

주 소 : 1407 Broadway Room 504, New York, NY 10018 , USA  
전 화 : 1-212-764-0575  
팩 스 : 1-212-730-1846  
구매담당 : Mr. Roger Batra, President  
이 메 일 : batra@chorusgirl.com  
웹사이트 : www.chorusgirl.com  
관심품목 : Sportswear, Woven and Knit Shirts

## 52. Christina America, INC

주 소 : 1411 Broadway 6 Floor, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-391-0710  
팩 스 : 1-212-764-8860  
구매담당 : Mr. Robert Balit, President  
이 메 일 : ussales@christina.ca  
관심품목 : Swimsuits, Coverups

53 Crossland Associates, INC

주 소 : 501 7<sup>th</sup> Avenue, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-730-5157  
팩 스 : 1-212-730-5159  
구매담당 : Mr. Alvin Tai, President  
관심품목 : Sportswear, Tops, Bottoms

54. Custom Projections, INC

주 소 : 512 7<sup>th</sup> Avenue, Room 1710, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-278-8250  
팩 스 : 1-212-278-8961  
구매담당 : Mr. Custo Dalmau, CEO  
이 메 일 : krista@custony.com  
웹사이트 : www.custo.barcelona.com  
관심품목 : Knits, Shirts, Pants, Knit tops

55. Essential Tailored Clothing

주 소 : 1350 Ave of the Americas #1900, New York, NY 10019, USA  
전 화 : 1-212-765-8900  
팩 스 : 1-212-765-8902  
구매담당 : Russel Steingold, President  
이 메 일 : russels@earthlink.net  
관심품목 : Tailored Clothing, Suits, Pants, Jackets, Coats

56. Eurextil Import Export Corp

주 소 : 22 West 38<sup>th</sup> Street 9 Floor, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-840-6888  
팩 스 : 1-212-840-7105  
구매담당 : Ms. Sylvana Zoberg, President  
관심품목 : Knitwear, Sportswear, Tops, Bottoms

## 57. Forsythe of Canada, INC.

주 소 : 1071 Ave of Americans, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-382-1444  
팩 스 : 1-212-382-3562  
구매담당 : Mr. Harris Hester, Chairman  
관심품목 : Pants, Knit Tops, Sweaters

## 58. Goldenleo Trading, INC

주 소 : 180 Madison Avenue # 1705, New York, NY 10016, USA  
전 화 : 1-212-689-3388  
팩 스 : 1-212-689-3890  
구매담당 : Mr. Andrew Chan, President  
관심품목 : Intimate Apparel

## 59. I D T Worldwide, INC

주 소 : 1370 Broadway Room 504, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-643-1818  
팩 스 : 1-212-643-1840  
구매담당 : Mr. Henry Tawil, President  
이 메 일 : idtww@worldnet.net  
관심품목 : Knit shirts, Dress shirts, Slacks, Golf wear

## 60. Salmor Import Export Corp

주 소 : 112 West 34<sup>th</sup> Street #836, New York, NY 10120, USA  
전 화 : 1-212-736-0688  
팩 스 : 1-212-239-1886  
구매담당 : Mr. Marco Srour, President  
이 메 일 : pfboys@aol.com  
관심품목 : Sportswear, Knit tops, Shorts, Sweats

## 61. Star City Sportswear, INC

주 소 : 212 Schulyer Avenue, Kearny NJ 07032, USA  
전 화 : 1-201-246-6780  
팩 스 : 1-973-483-6780  
구매담당 : Mr. Mark Benson, CEO  
관심품목 : Sportswear, Slacks, Skirts, Blouses

62. Jenny Trading Co., INC

주 소 : 415 Perry Street, Newark, NJ 07105, USA  
전 화 : 1-973-491-9550  
팩 스 : 1-973-491-5340  
구매담당 : Stewart Rossi, President  
웹사이트 : [www.jennytrading.com](http://www.jennytrading.com)  
관심품목 : Coats, Suits, Dresses

63. Jammies Manufacturing, INC

주 소 : 381 Fayette Street, Perth Amboy, NJ 08861, USA  
전 화 : 1-732-826-3900  
팩 스 : 1-908-738-0687  
구매담당 : Mr. Andrew Glasgow, President  
이 메 일 : [mail@glasgowkids.com](mailto:mail@glasgowkids.com)  
웹사이트 : [www.glasgowkids.com](http://www.glasgowkids.com)  
관심품목 : Active wear, Knit sets

64. Spex Clothing Company, INC

주 소 : 1627 Paterson Plank Road, Secaucus, NJ 07094, USA  
전 화 : 1-201-617-0888  
팩 스 : 1-212-704-0517  
구매담당 : Mr. Sunil Mahtani, CEO  
이 메 일 : [sales@lemongras.com](mailto:sales@lemongras.com)  
웹사이트 : [www.lemongras.com](http://www.lemongras.com)  
관심품목 : Sportswear

65. Hat Attack, INC

주 소 : 4643 Bullard Avenue, Bronx NY 10470, USA  
전 화 : 1-718-994-1000  
팩 스 : 1-718-324-0519  
구매담당 : William Cedney, President  
이 메 일 : [hat@hat-attack.com](mailto:hat@hat-attack.com)  
웹사이트 : [www.hatattack.com](http://www.hatattack.com)  
관심품목 : Hats

## 66. Babyfair, INC

주 소 : 3611 14<sup>th</sup> Avenue, Brooklyn NY 11218, USA  
전 화 : 1-718-436-8100  
팩 스 : 1-718-439-0127  
구매담당 : Maurice Shamah, President  
이 메 일 : sales@babyfair.com  
웹사이트 : www.babyfair.com  
관심품목 : Dresses, Sun suits

## 67. Chava International, INC

주 소 : 6101 16<sup>th</sup> Avenue, Brooklyn, NY 11204, USA  
전 화 : 1-718-331-0606  
팩 스 : 1-718-837-8449  
구매담당 : Mr. Lea Gancfried, President  
이 메 일 : stacey4chava@aol.com  
웹사이트 : www.chavacomfort.com  
관심품목 : Knit Apparel, Tops, Sweaters

## 68. Limited Apparel, INC

주 소 : 87 35<sup>th</sup> Street, Brooklyn, NY 11232, USA  
전 화 : 1-718-832-8741  
팩 스 : 1-718-832-8749  
구매담당 : Mr. Maurice Bussu, Exec Officer  
관심품목 : Sportswear, Tops

## 69. MISS Sportswear, INC

주 소 : 68 33rd Street, Brooklyn, NY 11232, USA  
전 화 : 1-718-369-6012  
팩 스 : 1-718-369-6485  
구매담당 : Mr. Moses Fallas, Pres-Fabric Buyer  
관심품목 : Sportswear, Tops

70. Assa International Corp

주 소 : 165 Main Street, Cortland, NY 13045,USA  
전 화 : 1-607-753-1177  
팩 스 : 1-607-753-1921  
구매담당 : Mr. Marvin Skolnick, Exec VP  
이 메 일 : sales@elude.com  
웹사이트 : www.lartel.com  
관심품목 : Intimate Apparel, Daywear, Bike Shorts

71. Carole Wren, INC

주 소 : 30-00 47<sup>th</sup> Avenue, Long Island City, NY 11101, USA  
전 화 : 1-718-552-3800  
팩 스 : 1-718-937-5812  
구매담당 : Mr. Martin Leef, Chairman-CEO  
웹사이트 : www.carolewren.com  
관심품목 : Blouses, Pants, Skirts, Beachwears

72. Little Lady Sportswear, INC

주 소 : 23-41 Borden Avenue, Long Island City, NY 11101, USA  
전 화 : 1-718-729-3395  
팩 스 : 1-718-729-4742  
구매담당 : Mr. Howard Lesser, President  
이 메 일 : llsport@cwd.net  
웹사이트 : www.littleladysportswear.com  
관심품목 : Sportswear, School Uniforms

73. New Age Intimates, INC

주 소 : 29-10 Thompson Avenue, Long Island City, NY 11101, USA  
전 화 : 1-718-392-6600  
팩 스 : 1-718-392-7259  
구매담당 : Richard Delman, CEO  
관심품목 : Intimates, Sleepwear

## 74. Paddy Lee fashions, INC

주 소 : 48-49 35<sup>th</sup> Street, Long Island City, NY 11101  
전 화 : 1-718-786-6020  
팩 스 : 1-718-786-6876  
구매담당 : Mr. Ralph Covelli, President  
이 메 일 : paddylee@aol.com  
웹사이트 : www.paddylee.com  
관심품목 : Sweaters, Skirts, Dresses

## 75. ALT Sportswear, INC

주 소 : 463 7<sup>th</sup> Avenue, New York, NY 10018  
전 화 : 1-212-967-1780  
팩 스 : 1-212-967-1791  
구매담당 : Mr. Lauren Shuman, President  
이 메 일 : lshuman@altsportswear.com  
웹사이트 : www.altswear.com  
관심품목 : Sportswear, Knit shirts

## 76. Bari Jay Fashion, INC

주 소 : 225 W 37<sup>th</sup> Street, New York, NY 10018  
전 화 : 1-212-221-0445  
팩 스 : 1-212-221-0571  
구매담당 : Mr. Bruce Cohen, President  
이 메 일 : mail@bari-jay.com  
웹사이트 : www.bari-jay.com  
관심품목 : Dresses

## 77. Belford, INC

주 소 : 1441 Broadway #2401  
전 화 : 1-212-944-2020  
팩 스 : 1-212-944-0202  
구매담당 : Jack Fok, President  
이 메 일 : info@belfordcashmere.com  
웹사이트 : www.belfordcashmere.com  
관심품목 : Yarn

78. Broadway Garment Co, INC

주 소 : 1384 Broadway 18<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10018  
전 화 : 1-212-840-0165  
팩 스 : 1-212-840-3276  
구매담당 : Mr. Andrew Assael, President  
이 메 일 : info@bgcny.com  
웹사이트 : www.bgcny.com  
관심품목 : Sportswear, Pants, Skirts

79. Jeffrey & Dara, LTD

주 소 : 1400 Broadway #1902, New York, NY 10018, USA  
전 화 : 1-212-768-3244  
팩 스 : 1-212-768-3164  
구매담당 : Mr. Dennis Roth, President  
웹사이트 : www.fashionjunkie.com  
관심품목 : Dresses

## II. 로스앤젤레스(LA)지역 바이어 리스트

1. A & C Textiles

주 소 : 315 W. 9<sup>th</sup> St. #902, Los Angeles, CA 90015-4209, USA  
전 화 : 1-213-489-8975  
팩 스 : 1-213-489-8979  
구매담당 : Mr. Clayton Ertlmeier, Alan Steinfeld  
관심품목 : Acetate, Acrylic, Broad Cloth

2. AGX

주 소 : 617 S. Olive #300, Los Angeles, CA 90014, USA  
전 화 : 1-213-687-3168  
팩 스 : 1-213-687-3169  
구매담당 : Ms. Catherine Stewart-Strauss  
이 메 일 : cstrauss@agxcorp.com  
관심품목 : Textile 전반

## 3. Aptan Corp.

주 소 : 2000 S. Main St., Los Angeles, CA 90007, USA

전 화 : 1-213-748-5271

팩 스 : 1-213-748-7192

구매담당 : Mr. Ronald Tanzman

관심품목 : Textile 전반

## 4. August Fabrics

주 소 : 315 W. 9<sup>th</sup> St., Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-623-6321

팩 스 : 1-213-623-4701

구매담당 : Mr. Dede Anderson

관심품목 : 수영복 소재

## 5. Textile Collections

주 소 : 848 S. Wall Street, Los Angeles, CA 90014 , USA

전 화 : 1-213-623-8081

팩 스 : 1-213-489-3449

구매담당 : Mr. Fred Farzadmehr

관심품목 : Textile 중 Plain Dyed Triple Velvet

## 6. Alkahn Labels, Inc.

주 소 : 110 E. 9<sup>th</sup> St # A467, Los Angeles, CA 90079, USA

전 화 : 1-213-622-9544

팩 스 : 1-213-622-1653

구매담당 : Mr. Harry Herz

이 메 일 : hherz@alkahn.com

관심품목 : Labels, Printed labels

## 7. B.N.B International Textiles Inc.

주 소 : 305 E. 9<sup>th</sup> St #404, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-689-7797

팩 스 : 1-213-689-3293

구매담당 : Mr. Behdad Noorani

이 메 일 : bedad@bnbtextiles.com

관심품목 : Velvet, Slinky

8. Benzer Textile, Inc.

주 소 : 1200 S. Vail Ave, Montebello, CA 90640, USA

전 화 : 1-323-721-7204

팩 스 : 1-323-721-7206

구매담당 : Mr. Jayesh Patel

관심품목 : Fabrics, Textiles

9. Berntein Textile Group

주 소 : 110 E. 9<sup>th</sup> St #B769, Los Angeles, CA 90079, USA

전 화 : 1-213-347-6000

팩 스 : 1-213-347-6001

구매담당 : Mr. Jerry Bernstein

관심품목 : Warp knit, Circular knits

10. Cinergy Textiles Inc.

주 소 : 1506 Paloma St, Los Angeles, CA 90021, USA

전 화 : 1-213-749-4400

팩 스 : 1-213-748-3400

구매담당 : Mr. Ramin Daneshgar

이 메 일 : cinergy@aol.com

관심품목 : Textile 전반

11. Concord Fabrics-Distributor

주 소 : 760 S. Crocker St, Los Angeles, CA 90021, USA

전 화 : 1-213-612-0933

팩 스 : 1-310-536-6066

구매담당 : Mr. Stan Bloom

관심품목 : Fabrics, Cotton textiles

12. DUO Textile, Inc.

주 소 : 110 E. 9<sup>th</sup> St, # B717, Los Angeles, CA 90079, USA

전 화 : 1-213-891-0001

팩 스 : 1-213-891-0012

구매담당 : Mr. Scott Kim

이 메 일 : scott@starlion.net

관심품목 : 원단, 폴리에스터

## 13. Elite Textiles, Inc.

주 소 : 213 E. 7<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA 90014, USA

전 화 : 1-213-689-3247

팩 스 : 1-213-689-3248

구매담당 : Mr. Armin Demir

이 메 일 : elitetextilesinc@aol.com

관심품목 : Fabrics, cottons

## 14. ENY Textiles, Inc

주 소 : 2200 S. Main St, Los Angeles, CA 90007, USA

전 화 : 1-213-748-1400

팩 스 : 1-213-748-1300

구매담당 : Mr. Raymond Youssefzadh

이 메 일 : Raymond\_enytextiles@hotmail.com

관심품목 : Denims, Twill

## 15. HSIN SHEN Industrial (USA) Inc.

주 소 : 110 E. 9<sup>TH</sup> St. #754, Los Angeles, CA 90079, USA

전 화 : 1-626-272-8064

팩 스 : 1-213-622-7248

구매담당 : Mr. Thomas Lin

관심품목 : Textile 전반

## 16. Jacob Supplies, Inc.

주 소 : 501-513 E. Washington Blvd, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-763-8800

팩 스 : 1-213-763-9088

구매담당 : Mr. Jack Yang

이 메 일 : jyaho@hotmail.com

관심품목 : Fabrics, Swayed, Rhinestone

17. Morgan Fabrics

주 소 : 4265 Exchange Ave, Los Angeles, CA 90058, USA

전 화 : 1-323-583-9981

팩 스 : 1-323-588-0614

구매담당 : Mr. David Young

이 메 일 : info@morganfabrics.com

관심품목: All kinds of Woven

18. Minx International Inc.

주 소 : 812 S. San Pedro, Los Angeles, CA 90014, USA

전 화 : 1-323-892-1600

구매담당 : Mr. Habib Baghdadi

이 메 일 : admin@minxint.com

관심품목 : Fabrics

19. Kamikam Inc.

주 소 : 1507 S. Maple Ave., Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-746-9161

팩 스 : 1-213-746-4575

구매담당 : Mr. Kamran Hakimi

이 메 일 : Kamikam@cybernetcom.com

관심품목 : Knit, Woven

20. Capri USA

주 소 : 1053 Maple Ave, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-748-9098

팩 스 : 1-213-746-8126

구매담당 : Mr. Sung Tai Park

이 메 일 : capri1053@hotmail.com

관심품목 : Knit, Woven

## 21. Destinalional LA Inc.

주 소 : 1990 E. 25<sup>th</sup> St. Vernon, CA 90058, USA

전 화 : 1-323-234-7272

팩 스 : 1-323-231-2644

구매담당 : Ms. Dada Ike

이 메 일 : DestLA@earthlink.net

관심품목 : Knit, Woven를 포함한 Textile 전반

## 22. New Image Sports Wear Co., Inc

주 소 : 1404 S. Los Angeles St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-746-2081

팩 스 : 1-213-748-5741

구매담당 : Mr. Yun-Bae Kim

이 메 일 : yunbae@pachel.net

관심품목 : Knit, Woven을 포함한 textile 전반

## 23. W.Y. Textile

주 소 : 110 E. 9<sup>th</sup> St, Suite B730, Los Angeles, CA 90079, USA

전 화 : 1-213-488-3773

팩 스 : 1-213-627-4154

구매담당 : Mr. Peter Kim

이 메 일 : USYoung@msn.com

관심품목 : Knit, Woven, Cotton

## 24. Choice Sportswear

주 소 : 1430 S. Santee St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-747-1913

팩 스 : 1-213-747-2218

구매담당 : Mr. Jong W. Hong

이 메 일 : Choicesportswear@netzero.net

관심품목 : Knit, Cotton, 스포츠웨어 제조용 섬유

25. Rodin International Jean Inc.

주 소 : 1231 S. San Pedro St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-745-4580

팩 스 : 1-213-745-4579

구매담당 : Ms. Sang H. Lee

이 메 일 : LeeSangh@earthlink.net

관심품목 : Knit, Woven

26. Finamoda Casuals

주 소 : 1100 S. Wall St, #205

전 화 : 1-213-749-4594

팩 스 : 1-213-749-4584

구매담당 : Mr. Paul H. Suk

이 메 일 : Finamoda@yahoo.com

관심품목 : Woven 및 각종 원단

27. M&S Collections Inc.

주 소 : 521 E. 11<sup>th</sup> St. #5, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-748-8600

팩 스 : 1-213-748-7766

구매담당 : Mr. Sun Yong Lee

이 메 일 : MSCollections@briefcase.com

관심품목 : Knit, Woven

28. American Cruiser, Inc.

주 소 : 1075 S. Vail Ave, Motebello, CA 90640, USA

전 화 : 1-323-278-9200

팩 스 : 1-323-278-9215

구매담당 : Mr. Mohammad R. Seilabi

이 메 일 : len@amcruiser.com

관심품목 : Woven 및 각종 원단

## 29. Suncepts, Inc.

주 소 : 1714 18<sup>th</sup> St, Santa Monica, CA 90404, USA

전 화 : 1-310-450-2290

팩 스 : 1-310-450-3991

구매담당 : Mr. Troy Mitchell

이 메 일 : Suncepts@Suncepts.com

관심품목 : Knit, Woven을 포함한 textile 전반

## 30. Smash, Inc.

주 소 : 955 E. Washington Blvd., Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-489-8000

팩 스 : 1-213-489-8100

구매담당 : Mr. Isaac Banafsheha

이 메 일 : SmashMens@aol.com

관심품목 : Denim, Woven, Knit

## 31. Wintex, Inc.

주 소 : 2253 E. Washington Blvd, Los Angeles, CA 90021, USA

전 화 : 1-323-846-3600

팩 스 : 1-323-846-3607

구매담당 : Mr. Yoon Bang Kim

이 메 일 : JSJmona@aol.com

관심품목 : Denim, Woven, Knit

## 32. Happy-I Inc.

주 소 : 525 East 12<sup>th</sup> St, Suite 105, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-745-6848

팩 스 : 1-213-745-6467

구매담당 : Ms. Vivian Lee

이 메 일 : VkimLee@hotmail.com

관심품목 : Woven, Denim을 포함한 textile 전반

33. Victor Trading Co, Inc

주 소 : 500 Ala Kawa St., USA  
전 화 : 1-808-842-1455  
팩 스 : 1-808-842-1455  
구매담당 : Ms. Joice Ahn  
이 메 일 : VTCI@gte.net  
관심품목 : Knit, Woven, Denim, 폴리에스터 류

34. K. Brothers Corp.

주 소 : 3255 Wilshire Bl, Suite 1515, Los Angeles, CA 90010, USA  
전 화 : 1-213-487-6782  
팩 스 : 1-213-487-5477  
구매담당 : Mr. Jacob Oh C. Kwon  
이 메 일 : jacobisoc@yahoo.net  
관심품목 : Denim, Knit를 포함한 textile 전반

35. Cal-Top

주 소 : 1433 1/2 Santee St, Los Angeles, CA 90015, USA  
전 화 : 1-213-749-7662  
팩 스 : 1-213-749-3297  
구매담당 : Mr. In-Gill Tae  
이 메 일 : CalTopsto@aol.com  
관심품목 : Woven, Knit, Denim 등

36. Living Things Mfg. Co.

주 소 : 7250 E. Oxford Way, USA  
전 화 : 1-323-724-0101  
팩 스 : 1-323-724-7341  
구매담당 : Mr. Tony Choueke  
이 메 일 : tony@livingthingsmsg.com  
관심품목 : Knit, Woven을 포함한 대부분의 textile

## 37. Morex Ent, Inc.

주 소 : 1188 S. San Pedro, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-746-4446

팩 스 : 1-213-746-4447

구매담당 : Mr. Abraham Yadegaran

이 메 일 : Morexent@pacbell.net

관심품목 : Knit, Denim을 포함한 textile 전반

## 38. Lawman Group International

주 소 : 1100 East 14<sup>th</sup> St, USA

전 화 : 1-213-746-1660

팩 스 : 1-213-746-4357

구매담당 : Ms. Sona Chui

관심품목 : 각종 textile

## 39. Viscount USA

주 소 : 7214 Alondra Bl, Paramount, CA, USA

전 화 : 1-562-531-4371

팩 스 : 1-562-531-0280

구매담당 : Mr. Jeff S. Lin

관심품목 : Textile 전반

## 40. By Deep Collection

주 소 : 307 E. 11<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-747-1913

팩 스 : 1-213-747-2218

구매담당 : Mr. Beam Sik Jeon

관심품목 : 대부분의 textile

## 41. JHL Mode, Inc.

주 소 : 1200 S. San Pedro St, # 102, USA

전 화 : 1-213-744-1004

팩 스 : 1-213-744-3444

구매담당 : Mr. James H. Lee

관심품목 : Knit를 포함한 textile 전반

42. Pop Star Fashion, Inc.

주 소 : 525 E. 12<sup>th</sup> St, # 102, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-749-9986

팩 스 : 1-213-749-1872

구매담당 : Mr. Chung Keun Han

관심품목 : Denim, Woven, Polyester, Suede 등

43. K-Scion, Inc.

주 소 : 1018 S. Wall St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-745-6554

팩 스 : 1-213-745-6761

구매담당 : Ms. Jane Han

관심품목 : Textile 전반

44. JHL Mode, Inc.

주 소 : 1200 S. San Pedro St, # 102, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-744-1004

팩 스 : 1-213-749-3444

구매담당 : Ms. Angie Lee

관심품목 : Knit, Polyester, Velvet 등 다양한 textile류

45. Blue Diamond

주 소 : 600 W. Wahington Bl, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-747-5912

팩 스 : 1-213-747-4050

구매담당 : Mr. Young G. Joo

관심품목 : 대부분의 textile

46. LUCCS

주 소 : 629 East 30<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA, 90011, USA

전 화 : 1-323-846-3600

팩 스 : 1-323-846-3600

구매담당 : Ms. Susan Ryu

관심품목 : Knit, Nylon, Denim 등 다양한 textile

## 47. Kid's Dream

주 소 : 517 E. 12<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-748-5264

팩 스 : 1-213-748-5264

구매담당 : Mr. Kevin Kwon

관심품목 : 아동복에 필요한 textile 전반

## 48. Absolute Apparel, Inc.

주 소 : 267 W. 138<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA 90061, USA

전 화 : 1-310-527-2970

팩 스 : 1-310-527-2964

구매담당 : Mr. Amin Lakhani

관심품목 : 대부분의 textile

## 49. EZ Fabrics Inc.

주 소 : 500 E. 9<sup>th</sup> St, Los Angeles, CA 90015, USA

전 화 : 1-213-629-2600

팩 스 : 1-213-607-0920

구매담당 : Mr. Kayvan Shavolian

관심품목 : Knit, Cotton, Corduroy 등 textile 전반

### Ⅲ. Atlanta 지역 바이어 리스트

## 1. Avondale Mills Inc.

주 소 : PO Box 1109, Monroe, GA 30655-1109, USA

전 화 : 1-770-267-2226

팩 스 : 1-770-267-2543

구매담당 : Mr. Dominique Colapietro,

International Sales Manager, Fabrics Division

웹사이트 : [www.avondalemills.com](http://www.avondalemills.com)

관심품목 : 100% 면 및 테넨 직물

참고사항 : 파키스탄 등에서 수입 중

2. The William Carter Co.

주 소 : 1590 Adamson Pkwy #400, Morrow GA 30260-1775, USA

전 화 : 1-770-961-8722

팩 스 : 1-770-960-1636

구매담당 : Mr. Doug Boyle, Vice President of Sourcing

이 메 일 : doug.boyle@carters.com

웹사이트 : www.carters.com

관심품목 : 아동복 및 유아복

참고사항 : Lee & Fung사를 통해 제품을 공급받고 있음

3. Russell Corp

주 소 : 3330 Cumberland Blvd SE #800, Atlanta, GA 30339-5985, USA

전 화 : 1-678-742-8000

팩 스 : 1-678-742-8300

구매담당 : Mr. Tom Henry, Sourcing department

웹사이트 : www.russellcorp.com

관심품목 : 사냥복, 위장복 등

참고사항 : Lee & Fung사를 통해 제품을 공급 받고 있음

4. Johnston Industries Inc.

주 소 : PO Box 970, Opp, AL 36467, USA

전 화 : 1-334-493-3531

팩 스 : 1-334-493-9035

구매담당 : Mr. Coleman Moseley, Director Purchasing

웹사이트 : www.johnstonind.com

관심품목 : 린넨류

참고사항 : 현재 소량으로 오스트리아 및 유럽에서 수입중

5. Oxford Industries Inc.

주 소 : PO Box 54600, Atlanta, GA 30308-0600, USA

전 화 : 1-404-659-2424

팩 스 : 1-404-653-1545

구매담당 : Mr. Greg Vessels, Sourcing Department

웹사이트 : www.oxfordinc.com

관심품목 : 의류(정장, 셔츠 등) 및 직물

참고사항 : 현재 중국과 인도에 공장을 보유

## 6. Leigh Fibers, Inc.

주 소 : PO Box 1132, Spartanburg, SC 29304, USA

전 화 : 1-864-439-4111

팩 스 : 1-864-439-4116

구매담당 : Mr. Steve Brockman, Purchasing Manager

웹사이트 : [www.leighfibers.com](http://www.leighfibers.com)

관심품목 : 페처리 직물, 천(벼게, 가구 및 자동차 부품용)

## 7. Robinson Manufacturing Co, Inc.

주 소 : PO Box 338, Dayton, TN 37321, USA

전 화 : 1-423-775-2212

팩 스 : 1-423-775-0489

구매담당 : Mr. Fred Senseman, VP Sales

웹사이트 : [www.robinsonmfg.com](http://www.robinsonmfg.com)

이 메 일 : [fsenseman@robinsonmfg.com](mailto:fsenseman@robinsonmfg.com)

관심품목 : 반바지류, 라운지(lounge wear)

참고사항 : 중국 및 캄보디아와 거래 경험

## 8. Shadowline Inc.

주 소 : 550 Lenoir Rd, Morganton, NC 28655, USA

전 화 : 1-828-437-3821

팩 스 : 1-828-437-8423

구매담당 : Ms. Janet Swain, Purchasing Agent

웹사이트 : [www.shadowline-lingerie.com](http://www.shadowline-lingerie.com)

관심품목 : 여성용의류(intimate apparel), 나일론

참고사항 : 소규모 거래 가능

## 9. GMR Gymnastics Sales Inc.

주 소 : 6729 Marbut Rd., Lithonia, GA 30058, USA

전 화 : 1-770-484-5902

팩 스 : 1-770-484-5861

구매담당 : Mr. Mike Raines, Purchasing Agent

이 메 일 : [gmraines@pen-ogymnastics.com](mailto:gmraines@pen-ogymnastics.com)

관심품목 : 직물류 (gymnastics 스포츠웨어용)

참고사항 : 한국으로부터의 구매경험 있음

10. Lunsford-Wilson Co.

주 소 : PO Box 77008, Atlanta, GA 30357, USA  
전 화 : 1-404-753-1228  
팩 스 : 1-404-753-4871  
구매담당 : Mr. Greg Stiver, Purchasing Agent  
이 메 일 : greg\_stiver@yahoo.com  
관심품목 : 장례용 의류일체(body bags, 남성용셔츠, 넥타이 등)  
참고사항 : 한국산 제품에 관심

11. Augusta Sportswear

주 소 : PO Box 14939, Augusta, GA 30919, USA  
전 화 : 1-404-753-1228  
팩 스 : 1-404-753-4871  
구매담당 : Mr. Carol Maione, V.P. of Merchandise  
관심품목 : 반바지, 재킷, 운동복  
참고사항 : 현재 홍콩, 중국, 대만, 파키스탄에서 수입중

12. Big Horn Inc.

주 소 : PO Box 72965, Chattanooga, TN 37407, USA  
전 화 : 1-423-867-9901  
팩 스 : 1-426-867-4524  
구매담당 : Mr. Terry Fraizer, Purchasing Agent  
관심품목 : 승마용 의류  
참고사항 : 현재 대만에서 승마용 장비를 수입하고 있어 선적비용 등의 문제로 의류도 함께 수입 중

13. Consumer Product Enterprise.

주 소 : PO Box 649, Union SC 29379, USA  
전 화 : 1-864-427-9004  
팩 스 : 1-864-427-7904  
구매담당 : Mr. Richard Carr(VP Sales & Marketing)  
이 메 일 : richardc@cpe-felt.com  
웹사이트 : www.cpe-felt.com  
관심품목 : 직물류(colored fabrics or colored fibers, 폴리에스터, 아크릴 등)  
참고사항 : 멕시코 및 일부 아시아국가로부터 수입 중이며, 아크릴 및 폴리에스터 소싱에 특히 관심

## 14. Apparel Manufacturing Co. Inc.

주 소 : 5405 Webb Pkwy NW., Lilburn, GA 30047, USA

전 화 : 1-770-638-1100

팩 스 : 1-770-638-8030

구매담당 : Mr. Steven Berger, V P Sales.

관심품목 : 주문형 폴로 셔츠

## 15. Fashion Star Inc.

주 소 : 67 Liberty Church Rd, Carrollton, GA 30116, USA

전 화 : 1-770-854-4444

팩 스 : 1-770-854-8464

구매담당 : Ms. Judy Lepard, Director Purchasing

관심품목 : 직물류

## 16. Encompass Group

주 소 : 615 Macon Road, McDonough, GA 30253

전 화 : 1-770-957-3981

팩 스 : 1-770-957-8728

구매담당 : Mr. John Hanger, VP Purchasing

이 메 일 : john.hanger@encompassgroup.net

웹사이트 : www.encompassgroup.net

관심품목 : 100% 면 프린팅 직물(간호원 유니폼용)

## 17. American Uniform Co.

주 소 : PO Box 2130, Cleveland, TN 37320, USA

전 화 : 1-423-476-6561

팩 스 : 1-423-479-6241

구매담당 : Mr. Jack Seymour, Purchasing Agent

이 메 일 : jseymour@amuniform.com

웹사이트 : www.amuniform.com

관심품목 : 앞치마, 타월(테리타월, 설거지용 타월 등)

참고사항 : 과거 1970년대는 한국에서 수입을 하였으나, 현재는 중국, 인도, 네팔 등에서  
소싱 중이라고 함. 한국산 제품 수입에도 관심을 표명

18. Artee/Wrapspun

주 소 : 600 W Academy St, Cherryville, NC 28021, USA

전 화 : 1-704-435-0792

팩 스 : 1-704-435-9622

구매담당 : Mr. Sam Harrod, Purchasing Manager

이 메 일 : jfharrod@culpinc.com

관심품목 : Black forty Denier(월 3.5만파운드), 나일론사(월1.5-2만 파운드)

참고사항 : 현재 터키로부터 수입중

19. Ansel Golden Needles

주 소 : P.O.Box 803, Wilkesboro, NC 28697, USA

전 화 : 1-336-903-6000

팩 스 : 1-336-903-6023

구매담당 : Ms. Kathy Tittle, Purchasing Agent

관심품목 : 직물 및 라이너 (장갑제조용)

참고사항 : 현재 미국 기업 및 말레이시아, 중국, 태국등에서 조달

20. Stage Decorations & Supplies

주 소 : 3519 Associates Dr., Greensboro, NC 27405, USA

전 화 : 1-336-621-5454

팩 스 : 1-336-621-5484

구매담당 : Mr. Eric Lowell, Sales Manager

관심품목 : 직물(주로 커튼용)

참고사항 : 현재 미국 내 자체 및 멕시코, 말레이시아, 독일등지에서 수입 중

21. Rice Mills, Inc.

주 소 : P.O.Box 98, Belton, SC 29627, USA

전 화 : 1-864-338-6761

팩 스 : 1-864-338-8029

구매담당 : Ms. Teresa Ford, Purchasing Agent

관심품목 : 직물(bathrobe, 셔츠용)

참고사항 : 현재 미국내 자체 및 터키, 중동 등지에서 수입 중

## 22. RST &amp; B Quilting &amp; Bedding

주 소 : 369 Allen St, Woodruff, SC 29388, USA

전 화 : 1-864-476-8940

팩 스 : 1-864-476-8942

구매담당 : Ms. Nancy Toney (Purchasing Agent)

관심품목 : 직물(이불용)

참고사항 : 현재 자체 생산 및 수입을 병행

## 23. Silkworm, Inc.

주 소 : P.O.Box 1225, Mount Pleasant, SC 29465, USA

전 화 : 1-843-884-8296

팩 스 : 1-843-881-6172

구매담당 : Mr. Morris Saintsing, Director Sales

관심품목 : 티셔츠, sweat 셔츠

## 24. Premier Quilting Corp.

주 소 : 720 W. Industry Dr., Oxford, NC 27565, USA

전 화 : 1-919-693-1151

팩 스 : 1-919-693-5035

구매담당 : Mr. Lewis Lobraico

관심품목 : 직물류(이불, 커튼용)

참고사항 : 세계 각국에서 제품을 소싱 중

## 25. Ebsco Industries, Inc.

주 소 : P.O.Box 1943, Birmingham, AL 35201, USA

전 화 : 1-205-991-6600

팩 스 : 1-205-991-1175

구매담당 : Mr. Jack Breard, VP Marketing

관심품목 : 직물류(티셔츠, 모자, 바지용)

참고사항 : 현재 미국 및 해외로부터 소싱 중

26. Unimills, Inc.

주 소 : 4780 Ashford Dunwoody Rd Suite A-485, Atlanta, GA 30338, USA

전 화 : 1-770-671-8666

팩 스 : 1-770-668-0056

구매담당 : Mr. Hans Vlessing, President

이 메 일 : unimills@prodigy.net

관심품목 : 100% 폴리에스터 직물

27. Clothing Collection

주 소 : 2796 Twin Brooks Studio 6, Atlanta, GA 30319, USA

전 화 : 1-404-237-0019

팩 스 : 1-404-264-9929

구매담당 : Mr. Iloka Gibson, President

관심품목 : 스포츠웨어, 어번웨어

28. Strauss Fibers

주 소 : P.O.Box 21746, Chattanooga, TN 37424, USA

전 화 : 1-770-983-2131

팩 스 : 1-706-965-9869

구매담당 : Mr. Narry Strauss, President

관심품목 : 고신축성 직물 등

29. Nova, Inc.

주 소 : 5279 Buford Highway, Doraville, GA 30340, USA

전 화 : 1-770-457-0486

팩 스 : 1-770-457-0488

구매담당 : Mr. Simon Kim, President

이 메 일 : Novainckidskids@aol.com

관심품목 : 유아용 의류

참고사항 : 가격경쟁력 문제로 현재 중국 등지에서 소싱 중

## 30. Sox 11 Co.

주 소 : 210 East Arrowhead Drive # O-4, Charlotte, NC 28213, USA  
전 화 : 1-704-597-7304  
팩 스 : 1-704-597-5849  
구매담당 : Mr. Kevin Ahn, Marketing Director  
이 메 일 : k\_ahn@msn.com  
웹사이트 : www.sox11.com  
관심품목 : 양말류  
참고사항 : 현재 중국 등에서 소싱 중

## 31. Al Mayers Inc.

주 소 : 1400 Aliceanna St., Baltimore, MC 21231, USA  
전 화 : 1-410-276-1400  
팩 스 : 1-410-276-1414  
구매담당 : Mr. Joe Zentgraf, President  
관심품목 : Neck wear  
참고사항 : 현재 한국 등에서 소싱 중

## 32. Babt Needs, Inc.

주 소 : 605 Cameron St., Burlington, NC 27216, USA  
전 화 : 1-336-227-6202  
팩 스 : 1-336-227-7593  
구매담당 : Ms. Libby Odom/Thomas Mansfield, President  
이 메 일 : libbyodom@babyneedsinc.com  
웹사이트 : www.babtneedsinc.com  
관심품목 : 아동용 담요, 양말 등  
참고사항 : 과거 한국으로부터 양말수입을 추진한 경험 있음

## 33. Boast, Inc.

주 소 : 3820 Investment Lane, Riviera Beach, FL 33404, USA  
전 화 : 1-561-848-1096  
팩 스 : 1-561-863-5321  
구매담당 : Mr. Heather Burrows/ Mr. William St. John, President  
관심품목 : 여성의류  
참고사항 : 대만, 홍콩, 베트남 등에서 소싱

34. Volunteer Knit Apparel

주 소 : 403 Old Knoxville Hwy, New Tazewell, TN 37825, USA

전 화 : 1-403-626-8000

팩 스 : 1-423-626-2729

구매담당 : Mr. Charles Harris, Partner

이 메 일 : jvm@volknit.com

웹사이트 : jvm.com/volunteer

관심품목 : 셔츠, 면직물

참고사항 : 하이티에서만 소싱 경험

35. Susy Fashion

주 소 : 2199 NW 20 St., #4, Miami, FL 33142, USA

전 화 : 1-305-324-4008

팩 스 : 1-305-324-4058

구매담당 : Mr. Marlo Benites, President

이 메 일 : fasusy@springmail.com

관심품목 : 유아의류, 청바지 등

참고사항 : 현재 브라질에서 소싱 중

36. Tropical Sportswear Int'l

주 소 : 4902 W. Waters Avenue, Tampa, FL 33634, USA

전 화 : 1-813-249-4900

팩 스 : 1-813-249-4901

구매담당 : Mr. Manuel Deleon, Purchasing Agent

이 메 일 : mdeleon@tsionline.com

웹사이트 : www.tsionline.com

관심품목 : 의류(캐주얼, 스포츠의류)

참고사항 : 현재 중국 등에서 소싱 중

## 37. Amercare, Inc.

주 소 : 2261 Technical Parkway, N.Charleston, SC 29406, USA

전 화 : 1-843-824-0550

팩 스 : 1-843-824-2550

구매담당 : Ms. Darlene Babson, Sales Assistant

이 메 일 : sales@amercare.com

웹사이트 : www.amercare.com

관심품목 : 장갑

참고사항 : 현재 아시아, 유럽등에서 소싱 중

## 38. American Mills Safety Supply

주 소 : 7205 NW 68 Street, #13, Miami, FL 33166, USA

전 화 : 1-305-883-0028

팩 스 : 1-305-883-0071

구매담당 : Ms. Christian, Purchasing Agent

이 메 일 : christian@american-mills.com

웹사이트 : www.american-mills.com

관심품목 : 직물류, 장갑류

참고사항 : 현재 장갑을 중국과 싱가포르에서 소싱 중

## 39. Atlanta Hosiery Co.

주 소 : 4350 Commerce Circle SW, Atlanta, GA 30336, USA

전 화 : 1-404-691-3990

팩 스 : 1-404-699-7254

구매담당 : Mr. David Cohen/General Manager

이 메 일 : cohen4@aol.com

관심품목 : 면 모자, 양말

참고사항 : 현재 모자는 한국, 양말은 말레이시아에서 소싱 중

40. Berger, LLC, Ben

주 소 : 15 W. 37<sup>th</sup> Street, 15<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10018, USA

전 화 : 1-212-220-8886

팩 스 : 1-212-220-8887

구매담당 : Mr. Raymond Figueroa, Purchasing Agent

이 메 일 : figueroa@benberger.com

웹사이트 : www.benberger.com

관심품목 : 양말류, 팬티호스

참고사항 : 현재 중국, 한국 등에서 소싱 중

41. Designers in Motion

주 소 : 10825 NW, 33rd Street, Miami, FL 33172, USA

전 화 : 1-305-599-2929

팩 스 : 1-305-599-2930

구매담당 : Mr. Beverly Jordan/Controller

이 메 일 : bjordan@danieldefasson

웹사이트 : www.designersinmotion.com

관심품목 : 캐주얼 정장

참고사항 : 현재 한국 등 아시아에서 소싱 중

42. Elsie Undergarment Corp.

주 소 : 8295 W. 20<sup>th</sup> Avenue, Hialeah, FL 33014, USA

전 화 : 1-305-822-6981

팩 스 : 1-305-822-1999

구매담당 : Mr. Sam Benson, Purchasing Agent

이 메 일 : elsieunder@aol.com

관심품목 : 브래지어, 내의류

참고사항 : 현재 아시아, 유럽 등에서 소싱 중

43. Isaco Int'l Corp.

주 소 : 3651 NW 79 Avenue, Miami, FL 33166, USA

전 화 : 1-305-594-4455

팩 스 : 1-305-594-4496

구매담당 : Mr. John Solek, Director of Sourcing

웹사이트 : www.isaco.com

관심품목 : 내의류, 잠옷, 양말, 넥타이

참고사항 : 현재 아시아 각국에서 소싱 중

## 44. World American Trade Services

주 소 : 201 S. Biscayne Blvd., #106, Miami, FL 33131, USA

전 화 : 1-305-358-9535

팩 스 : 1-305-358-9536

구매담당 : Ms. Maria Calvino, President

이 메 일 : tayara2000@aol.com

관심품목 : 남성용 정장, 셔츠, 넥타이

참고사항 : 전문 유통업체로 현재 이탈리아에서만 수입 중

## 45. RB Apparel Inc.

주 소 : 440 W. 20 Street, Hialeah, FL 33010, USA

전 화 : 1-305-863-4149

팩 스 : 1-305-863-4159

구매담당 : Mr. Verena

관심품목 : 여성용 및 아동의류

## 46. Saltiel &amp; Sons Corp.

주 소 : P.O.Box 9066537, San Juan, PR 00906, USA

전 화 : 1-787-725-7908

팩 스 : 1-787-722-0166

구매담당 : Mr.Saltiel, Owner

관심품목 : 아동의류, 앞치마, 린넨류

참고사항 : 현재 중국, 싱가포르 등에서 소싱 중

## 47. Macclenny Products

주 소 : 1481 S. 6<sup>th</sup> Street, Macclenny, FL 32063, USA

전 화 : 1-904-259-2988

팩 스 : 1-904-259-2013

구매담당 : Ms. Karen Prigts, Purchasing Agent

이 메 일 : kcuny@bayerclothing.com

관심품목 : 남성용 정장, 바지, 스포츠재킷

48. Miami Motivations

주 소 : 16650 Van Gogh Dr, W.Palm Beach, FL 33470, USA

전 화 : 1-561-753-6160

팩 스 : 1-561-753-5898

구매담당 : Mr.Gary Stern, Purchasing Agent

이 메 일 : gmstern@zenithmg.com

웹사이트 : www.zenithmg.com

관심품목 : 티셔츠, 골프 셔츠

49. Palmetto Uniforms, Inc.

주 소 : 4990 SW 72 Avenue, #106, Miami, FL 33155, USA

전 화 : 1-305-667-9166

팩 스 : 1-305-667-0506

구매담당 : Mr. Rita Cruz, Purchasing Agent

이 메 일 : rita@palmettouniforms.com

웹사이트 : www.palmettouniforms.com

관심품목 : 작업복(시큐리티나 레스토랑 용도)

50. Polysindo

주 소 : 10470 NW 31 Terrace, Miami, FL 33172, USA

전 화 : 1-305-477-1454

팩 스 : 1-305-477-1603

구매담당 : Ms. Diana Gonez, Commercial Manager

웹사이트 : www.polysindo.com

관심품목 : 여성용 블라우스, 남성용 바지, 직물류(현재 인도네시아로부터 수입 중)

51. Isaco Int'l Corp.

주 소 : 3651 NW 79 Avenue, Miami, FL 33166, USA

전 화 : 1-305-594-4455

팩 스 : 1-305-594-4496

구매담당 : Mr. Philip Goldberg, Purchasing Agent

이 메 일 : pgoldberg@isaco.com

웹사이트 : www.isaco.com

관심품목 : 잠옷, 넥타이, 팬티스타킹

52. Ivory International

주 소 : P.O.Box 540208, Opa Locka, FL 33054, USA

전 화 : 1-305-687-2244

팩 스 : 1-305-685-7323

구매담당 : Mr. Mark Gilbert, Purchasing Agent

관심품목 : 여성용 스포츠웨어



- (        ) More than one kind of Apparels
- (        ) Others : specify : \_\_\_\_\_

→ go to next page Question 5 : For next page questions, please answer only about your major product you have checked at Question 4.

5. Overall, how do you rate the competitiveness of Korean Fabric or Apparel product from 1 to 10? (1 is the least competitive, 10 is the most competitive) Answer: (        )

If you don't import from or manufacture in Korea, skip Question 5 and go to Question 6

6. Please name two countries where you are importing from or manufacturing in your major product? And rate overall the competitiveness of the countries respectively ?  
(1 is the least competitive, 10 is the most competitive)

Country Name	Overall Rating
A. _____	_____
B. _____	_____

7. Please rate the competitiveness of attributes of each country's major product from 1 to 10.  
(1 is the least competitive, 10 is the most)

	Korea	Country A (Question 6)	Country B (Question 6)
Sample Service			
Timeliness of Delivery			
Lead Time			
Product Quality			
Newness of Product			
Mass Production Ability			
Price(FOB basis)			
Payment Condition			
Salesman's Communication Ability			

8. Demographic Information

-. How long have you been in the business?

( ) below 3 years, ( ) 4-5, ( ) 6-10, ( ) 11-20, ( ) Over 20

-. How many people do you employ?

( ) below 10, ( ) 11-30, ( ) 31-50, ( ) 51-100, ( ) Over 100

-. Approximately, what did you gross last year(2001)?

( ) below \$3 million, ( ) \$3-\$5 million, ( ) \$5-\$10 million,

( ) \$10-\$15 million, ( ) \$15-\$30 million, ( ) Over \$30 million

-. Compared to last year(2001), where do you see the business going this year?

( ) Much worse, ( ) Worse, ( ) Same, ( ) Better, ( ) Much better