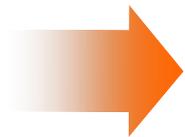
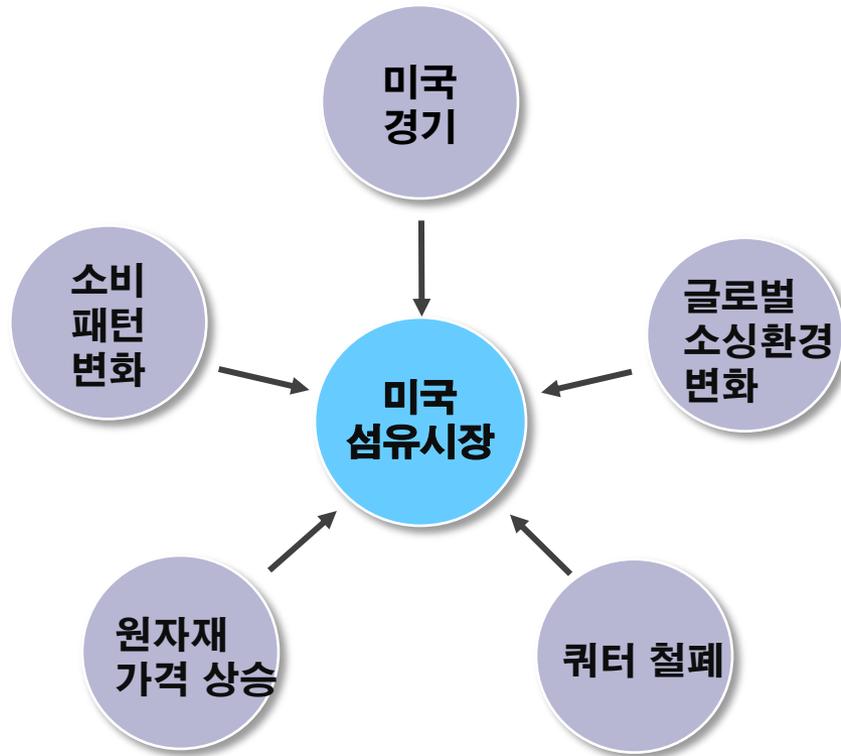


2010년 미국 섬유시장 및 바이어 소싱전략 변화

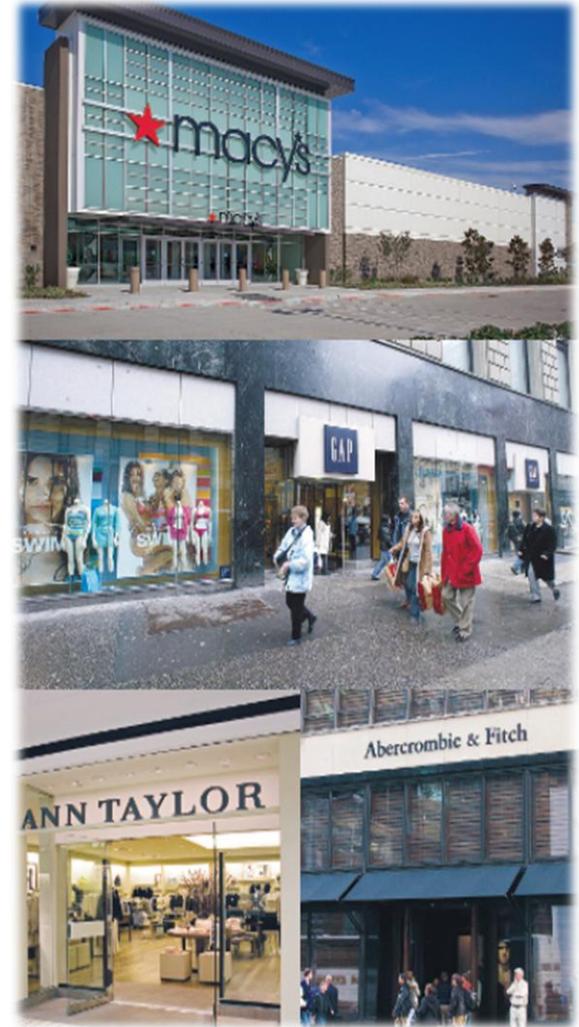
목 차

- I. 미국 시장의 변화
- II. 미국 섬유시장 동향
- III. 미국 섬유 수입시장 동향
- IV. 변화하는 미국 섬유시장
공략을 위한 권고사항

2010년 미국 섬유시장



새로운 시장모습 형성



■ 미국 경제, 완만한 회복세

- 2010년, 완만한 회복 기대와 함께 순조로운 출발
 - 경기회복세 강도 약하고 민감

■ 최근 ‘레이어링 효과’ 시장분위기 반전 - 다시 더블딥 우려

- 유럽발 경제위기
- 걸프만 기름 유출에 따른 피해 확산
- 불안한 주식시장
- 중국과의 통상 문제 등등

■ 주요 경제지표로 보는 미국 경기 현황

미국의 주요 경제지표 현황

(단위 : 전기대비 %)

경제지표	2008	2009					2010
	연간	연간	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
실질GDP	0.4	-2.4	-6.4	-0.7	2.2	5.6	3.0
산업생산	-2.2	-9.8	-19.0	-10.4	6.4	6.8	7.5
개인소비(실질)	-0.2	-0.6	0.6	-0.9	2.8	1.6	3.5
소비자 신뢰지수	58.0	45.2	29.9	48.3	51.8	51.0	51.7

자료원 : 미국 상무부, 컨퍼런스보드 등

미국 실업률 현황

경제지표	'09.10월	11월	12월	'10.1월	2월	3월	4월
실업률(%)	10.1	10.0	10.0	9.7	9.7	9.7	9.9

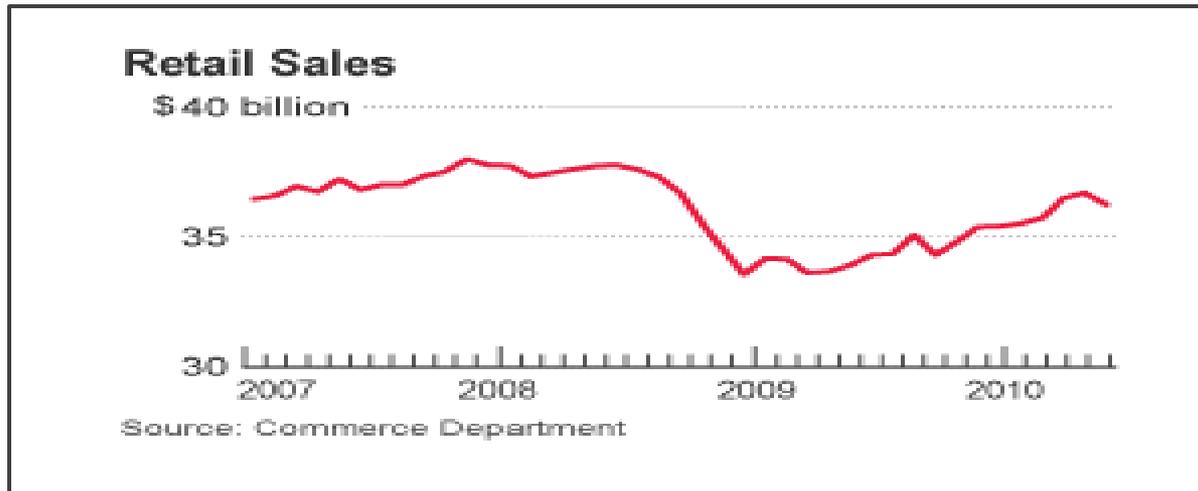
자료원 : 미국 상무부

■ 미국 경제구조 내 소비의 중요성

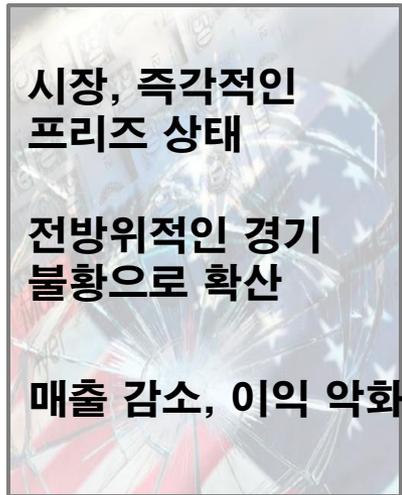
- 소비지출, 미국 GDP의 70~75% 차지
 - 소비지출의 절대적인 비중
 - 미국 경제 성장 원동력
 - 미국 경제 회복은 소비 회복으로 판단
 - 소비가 살아야 진정한 의미의 회복이라는 일반적 견해



- 경기 개선에도 소비지출은 정체
 - 금융 산업의 과도한 발달 - 금융경기와 실물경기의 회복 시차 발생
 - 미국인들, 경기회복에 대한 확신 주저
 - 소비여력 아직 부족 (실업률 10%) - 고용 없는 회복 무의미
 - 장기간 절약에 지친 소비자들, 소비심리는 다소 개선



Reset 경제



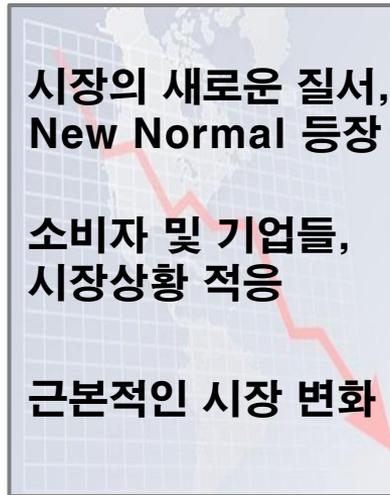
시장, 즉각적인
프리즈 상태

전방위적인 경기
불황으로 확산

매출 감소, 이익 악화

금융위기 발생

2008년



시장의 새로운 질서,
New Normal 등장

소비자 및 기업들,
시장상황 적응

근본적인 시장 변화

경기침체 장기화

2009년



시장환경 혼란

시장 Reshape 뚜렷

스마트 소비패턴
효율경영, 실질성장

저성장 시대

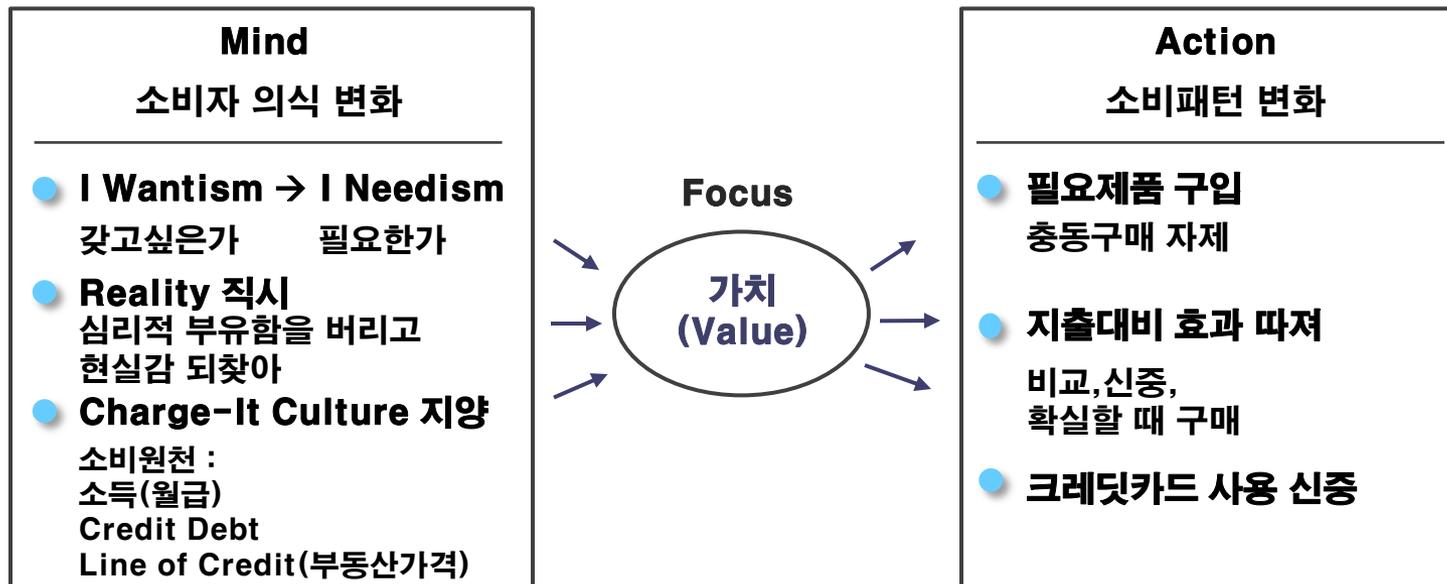
2010년

- 새로운 시장질서 New Normal
- 미국 소매시장, 새롭게 짜여지는 판
 - 소비자 변화
 - 기업 변화
- 근본적인 변화 성격
 - 경기 회복 후에도 예전으로 되돌아가지 않을 것으로 전망



■ 미국 소비자 변화

- 스마트한 소비자, 정교해지는 소비패턴
- 소비자들 핵심 구매기준 : '가치'
 - 감성적 소비 감소, 합리적 소비 증가
 - 스스로 막강한 정보력 (인터넷, 스마트폰, 소셜미디어)



■ 미국 기업 변화

- 규모가 아닌 효율 경영, 실질적 성장 추구
 - ‘규모’ 가 아닌 ‘실력’ 의 힘만이 생존을 가능하게 한다는 자성
 - 경영 효율과 수익의 중요성
- 지출삭감, 신규매장 오픈 축소, 공급업체 압력, 인원 정리
- 소비수요에 대한 정밀 분석, 시장 원동력 적극 모색
- 포지셔닝과 비즈니스 방식에 대한 전면 검토
- 장기전망에 근거한 전략 실행
- 민첩함, 융통성 확보를 위한 운영방식

→ 글로벌 의류 소싱업체 Li & Fung USA 사장,

“오더가 작아지고, 오더 횟수가 작아지고, 오더 규모가 작아지고, 취급품목 수가 줄고, 가격이 낮아지며, 매장수가 줄고 있다” 당분간 시장은 스몰월드라고 언급

■ 전세계 최대 단일 시장 위치 확고

전세계 지역별 의류 소매시장 규모 및 비중 (2008년)

(단위 : US\$ 십억)

지역	시장 규모	비중	(참고) '06 비중
미국	304.1	34.3%	34.6%
유럽	282.3	31.8%	30.5%
아시아-태평양	220.5	24.8%	25.0%
그외	80.7	9.1%	9.8%

전세계 지역별 의류 소매시장 성장 전망

(단위 : US\$ 십억)

지역	2013년 예상 시장규모	2008년~2013년 성장률
미국	323.2	1.2%
유럽	307.0	1.7%
아시아-태평양	272.3	4.3%

자료원 : Datamonitor ('10.6월 최신)

■ 미국인들의 의류 소비지출

미국 의류 소비지출 규모 및 성장률

(단위 : US\$백만, %)

연도	2006	2007	2008	2009	2010*
지출액	270,450	280,461	276,525	266,791	276,256
성장률	4.4	3.7	-1.4	-3.5	3.6

*주 : 2010년 1분기 결과를 근거로 추정한 연간 전망치임.

자료원 : 미국 상무부

미국인 소비지출 중 의류 비중

2006	2007	2008	2009	2010*
2.90%	2.85%	2.73%	2.64%	2.67%

*주 : 2010년 1분기 결과를 근거로 추정한 연간 전망치임.

자료원 : 미국 상무부

미국의류 제품별 소비지출 규모 및 성장률

(단위 : US\$백만, %)

연도	2006	2007	2008	2009	2010*
여성의류	158,885	165,203	162,244	156,323	162,332
성장률	4.6	4.0	-1.8	-3.7	3.8
남성의류	97,424	100,643	99,520	96,181	99,149
성장률	4.1	3.3	-1.1	-3.4	3.1
유아의류	14,141	14,615	14,761	14,287	14,775
성장률	4.8	3.4	1.0	-3.2	3.4

*주 : 2010년 1분기 결과를 근거로 추정한 연간 전망치임.

자료원 : 미국 상무부

2009년 소비지출 비중

(단위 : US\$백만)

구분	비중	금액
전체 의류	100.00%	266,791
여성의류	58.76%	156,323
남성의류	35.89%	96,181
유아의류	5.35%	14,287

*주 : 2010년 1분기 결과를 근거로 추정한 연간 전망치임.

자료원 : 미국 상무부

- 침체기 2년간 억눌렸던 의류 소비, 제한적 회복 전망
- 2010년, 소극적 수준의 수요 발생 중
- 2010년-2011년, 의류 소비수요 성격
 - 억눌렸던 소비심리가 다소 풀리면서 패션산업 다소 회복세
 - ‘Frugal fatigue(절약에 지친)’ 소비자 보상심리 작용
 - 의류제품 교체수요 발생 (제품 수명, 사이즈, 트렌드 변화 요인)
 - ‘Pent up(억눌린)’ 수준의 제한적 소비

■ 소비자 구매품목 속 키워드

multi-use fashion trend value

- 활용도 높은 아이템 (드레스, 가디건 등)
- 패션 트렌디한 저가 아이템
- 장식이 달린 기본 아이템
- 하이 & 로우 패션믹스



■ 판매 호조세로 출발, 시장회복 기대했으나 예상보다 부진

4-5월 매출 하락세 보이며 반전, 대형할인점 실적 나쁘고 백화점 호전, 의류판매 혼조
 → 2009년과 매우 다른 양상 전개

백화점 매출 추이

업체명	'09.10월	11월	12월	'10.1월	2월	3월	4월	5월
Bon-Ton	3.1	-6.0	-2.6	5.3	0.5	11.4	-5.0	-1.1
Dillard' s	-8.0	-11.0	-7.0	-5.0	2.0	9.0	-5.0	0.0
JC Penney	-4.5	-5.9	-3.8	-4.6	1.2	5.4	-3.3	-1.8
Kohl' s	1.4	3.3	4.7	6.5	3.7	22.5	-7.7	3.5
Macy's	-0.8	-6.1	1.0	3.4	3.7	10.8	1.1	1.4
Neiman Marcus	-6.2	-12.7	4.9	4.5	5.1	9.2	13.7	5.6
Nordstrom	6.5	2.2	7.4	14.0	10.3	16.8	7.5	3.7
Saks	0.7	-26.1	9.9	7.0	2.0	12.7	3.2	5.8
Stage Stores	-0.1	-12.5	-2.2	-11.3	-3.9	8.6	-8.3	-2.9
평균	-0.9	-8.3	1.4	2.2	2.7	11.8	-0.4	1.6

전문체인점 매출 추이

업체명	'09.10월	11월	12월	'10.1월	2월	3월	4월	5월
Abercrombie & Fitch	-15.0	-17.0	-19.0	8.0	5.0	5.0	-7.0	-3.0
Aeropostale	3.0	7.0	10.0	6.0	7.0	19.0	-5.0	1.0
American Eagle	-5.0	-2.0	7.0	10.0	6.0	15.0	-6.0	-3.0
Banana Republic	5.0	-4.0	-3.0	4.0	6.0	10.0	-2.0	1.0
Buckle	4.3	1.4	6.6	-1.2	5.1	7.2	-5.7	-5.4
Cato	0.0	0.0	7.0	-4.0	3.0	24.0	-7.0	3.0
Destination Maternity	-5.2	-11.6	-1.2	-8.1	-9.3	-3.3	-6.3	-3.9
Gap (U.S.)	-6.0	-4.0	1.0	2.0	0.0	11.0	-6.0	-2.0
Hot Topic	-2.6	-11.7	-10.9	-13.1	-7.0	-7.5	-12.5	-9.0
Old Navy	14.0	6.0	7.0	10.0	5.0	13.0	-1.0	1.0
Victoria' s Secret	-6.0	3.0	-6.0	17.0	10.0	19.0	7.0	7.0
Wet Seal	-1.3	-5.0	-4.6	-3.7	4.7	6.3	-6.1	-5.3
Zumiez	-8.9	-8.5	0.3	1.8	11.2	13.2	2.1	7.1
평균	-1.4	-3.5	-0.2	1.1	3.4	9.1	-3.6	-0.7

대형 할인유통점 매출 추이

업체명	'09.10월	11월	12월	'10.1월	2월	3월	4월	5월
BJ' s	3.7	1.0	2.7	2.9	3.9	7.3	0.8	3.5
Costco	4.0	2.0	4.0	2.0	4.0	3.0	4.0	5.0
Ross Stores	9.0	8.0	12.0	8.0	11.0	14.0	3.0	5.0
Stein Mart	-4.9	-7.2	-2.0	-2.5	-9.3	1.0	-5.4	-4.5
Target	-0.1	-1.5	1.8	0.5	2.4	10.3	-5.9	1.3
TJ Maxx	10.0	8.0	14.0	12.0	10.0	12.0	4.0	4.0
평균	3.6	1.7	5.4	3.8	3.7	7.9	0.1	2.4



날씨 및 국내외 사건 영향 있었으나 전반적인 회복 강도 약해, 하반기 및 2011년 경기 불확실

■ 시장 내부

금융위기 직후	경기회복기
<ul style="list-style-type: none"> • 금융위기라는 문제가 뚜렷했음 • 상황에 극단적인 위기감 조성 <p>→ 문제가 분명했지만 그것이 너무 커 패닉 상태</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 경기회복 기대감으로 문제인식 흐림 • 상황에 익숙해져 위기감 희석 <p>→ 문제가 분명하지 않아서, 또는 시장이 불확실해서 혼란 가중</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 문제점 예측 가능 • 구조조정, 매장수 감소, 대폭 세일 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 문제 예상 어렵고 불투명, 대책 마련 어려움 <p>→ 더욱 정교하고 디테일 한 상황 파악 필요</p>

■ 시장 외부

- + 최근 중국 인력 부족 등 글로벌 소싱환경 변화
- + 유럽발 경제위기 나비효과
- + 원자재 가격 상승

➔ GAP사 CEO “소비환경이 여전히 매우 불안정하다”

“비즈니스 패턴이 매 주, 매 주말마다 바뀌고 있어 예측하기가 매우 어렵다”

제품 차별화

자체·독점 브랜드 전략 : 차별화된 머천다이징, 수익 확보

2009년 vs. 2010년 제품 전략 차이점

2009년	2010년
<p>팔리는 제품에 모든 업체들이 몰리는 현상 → 업체간 차별화 부재</p> <p>브랜드 충성도, 쇼핑지 선호도 저하 공통적으로 취급하는 팔리는 제품에 대한 높은 의존도, 한계</p>	<p>기업들의 머천다이징 전략 전환 → 제품 차별화</p> <p>Must-Have 제품 개발과 자체브랜드(Private Label), 독점판매 브랜드(Exclusive Brand), 한정판 라인 런칭에 집중</p>

제품 차별화

- Target 한정판 디자이너 컬렉션



- JC Penney 독점 및 자체브랜드



- Kohl's 독점 및 자체 브랜드



재고 최소화

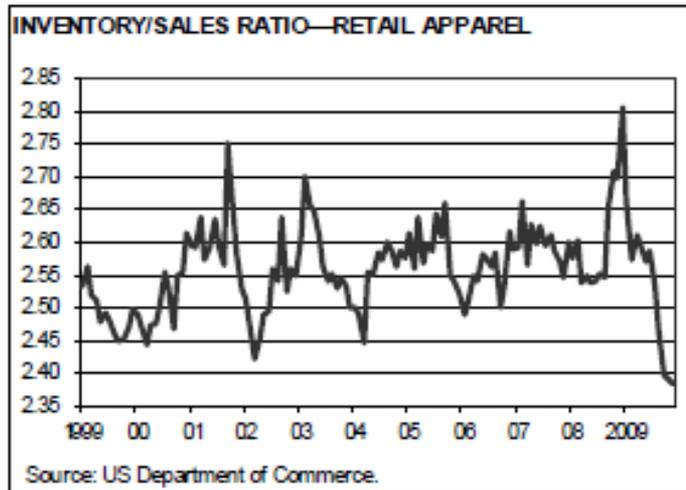
**재고 최소화 전략: 'Less is More' 강화
최소한의 낮게, 최대한 팔릴 제품으로만 유지**

- 2009년 재고 수준을 전년 대비 평균 15% 낮춰 2010년 작년과 비슷한 수준 유지
 - 물량 : 최소한의 수준만 보유, 트렌드를 타거나 패션 상품일수록 재고 수준은 더욱 낮음
 - 재고내용 : 지금 당장 시장에서 팔릴 수 있는 제품 (Open-to-Buy), 시장에서 검증된 제품(Tried-and-True)
 - 제품 입고 주기 : 시즌임박추세, 검증된 제품에 대하여 반복 오더 발주

재고 최소화

■ 재고 최소화 전략의 4가지 효과

- 재고부담을 줄여 건강한 재정상태 유지
- 판매 후 남은 제품 대폭 세일에 드는 시간과 비용 절감
- 소비자 세일 인식 개선되며 정상가 판매 증가로 수익 확보
- 제품의 희소가치 높여 구매심리 자극 – “품질의 미덕”



낮은 재고로 Father's Day에 품질현상을 빚은
Brooks Brothers 폴로 셔츠



가격 최적화

**가격 최적화 전략 : 과도한 세일 지양, 기획을 통한 정기세일
합리적인 가격 책정, 정상가 판매 유도**

- 저가 제품군에서부터 고급 제품군에 이르기까지 ‘밸류(Value)’의 중요성
 - 모든 부분 가격에 매우 주의
- 가격대 15~40%까지 낮추거나 가격대 낮은 새로운 라인 추가
 - Calvin Klein, 남성수트 정상가
 - Juicy Couture, Chico's, Ann Taylor, Coldwater Creek 등 정상가 인하
 - 고급브랜드 Jil Sander, 가격대 40% 낮춘 Navy 라인 런칭
 - BCBG, 가격대 낮춘 The Generation 브랜드 라인 런칭
- 소비가 이루어지는 정확한 가격 모니터링
 - 일일(day-by-day) 단위로, 어떤 제품이, 어디서, 어느 가격에 팔리고 있는지 분석

오더 싸이클

**‘Now Trend’ 전략 : 오더 싸이클 단축, 오더주기 세분화 정착 중
시장공급 타이밍, 스피드의 중요성**

- ‘Order chopping’ 이뤄져, 기존의 연중 시즌별 4회 스탠다드 오더 사라지고 있음
 - 패스트 패션 업체처럼 연중 16회 이상 오더 발주
 - 기획에서 생산, 딜리버리, 매장 디스플레이까지 기존 관행보다 촉박하게 진행
- 미국 의류공급 스피드의 중요성

소비자 시장 관찰 → 시즌 임박하여 인기 예감제품 소량 오더 → 반응이 좋으면 재오더

빠른 딜리버리 요구

즉시 딜리버리 요구

- Saks, JC Penney, Macy’ s 등, 공급시스템의 패스트화 도입 추진
- BCBG, 패스트 패션 공급 위한 The Generation 브랜드 라인 런칭
- Ann Taylor 등, 기존 시즌별 1,2 딜리버리에서 최근에는 6월, 7월, 8월 월별 딜리버리 추세
- Banana Republic 등, 한 시즌내 제품 순환주기 3~4회로 증가
- JC Penney, 해외 딜리버리 기존 52주 → 총 17 주 이내로 단축
생산기간 기존 25주 → 최근 12주까지 단축 추진

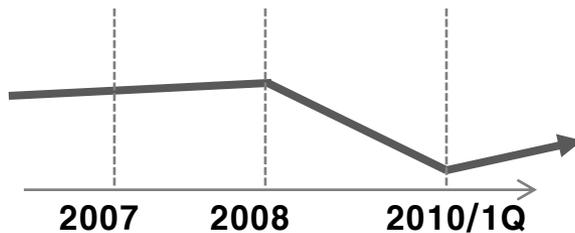
공급 업체

선택과 집중 전략 : 납품업체 소수정예화, 핵심 프로그램만 진행

- **납품업체(벤더) 오더, 부익부 빈익빈 현상**
 - 기본적인 오더량이 줄어들다 보니, 구매력을 집중하여 가격과 품질을 보장할 수 있는 납품 업체들로 Pool 구성 → 납품업체 업그레이드
 - 쿼터 종료 후 납품업체와의 장기적인 관계 더욱 중요
 - Target, Gap 사례
- **정말 필요한 Core Program 외, 나머지 프로그램들은 보류하거나 철회**
 - Target : 외의류(Outwear) 25% 구매 감소, 바지 오더 대폭 감소
 - Macy' s : Linen Program 취소
 - JC Penney : 전 Style을 100% place 하지 않음
 - Forever 21: Better Basic Program 진행, 물량 확보하여 필요 시 생산
 - SAKS : 재고 20% 추가 감소, 트렌드와 일치하는 것만 확보

- 미국 업체들의 독점 및 자체 브랜드 개발과 오더 싸이클 단축은 공급업체들에게 생산의 소량화 추세를 의미
- 최근 많은 공급업체들이 바이어들로부터 오더 발주 증가세를 밝히고 있으나, 이것이 실제 경기회복 및 시장수요 상승세에 따른 것인지 점검할 필요
- 하반기 경기가 불확실해, 미국 기업들은 상황에 따라 민첩하고 융통성 있게 움직여야 하는 실정
- 저가에서 럭셔리 카테고리에 이르기까지 좋은 품질의 합리적인 가격대, 제품의 밸류화 추구 지속 전망
- 바이어들, 재고 전략을 구사할 때 전적으로 공급업체 의존 자신들이 재고 부담을 갖지 않기 위해 공급업체에 전가하는 셈

수입실적동향



■ 2년간 수입실적 감소 후 2010' 1분기 회복세로 반등

- 2007년까지 수년간 증가세를 보이다 2008년 금융위기 이후 경기 침체 영향으로 수입감소세로 급 전환
- 2010년 경기회복에 대한 기대로 의류 수입 증가한 것으로 파악

■ 저가제품 수입증가와 시장의 가격 인하, 수입실적에 반영

- 물량감소율보다 가격인하율이 높아 발생한 가격압박으로 저가 의류 위주의 수입이 이루어지고 가격인하가 실시됨
- 2007년까지 수입량이 수입액보다 높거나 비슷했던 상황과 상반됨
- 2008년부터 금액 하락폭이 깊어져 2009년까지 약 2배의 격차
- 2010년 1분기 수입량은 11.4% 증가했으나 수익액은 2.4%증가에 그쳐 무려 5배의 차이

■ SM(평방미터)당 수입단가(FOB기준), 2006년 이후 지속 하락, 2009년 6.1% 급락

- 2010년 1분기에도 수입단가는 2.3% 하락해 하락세 지속
- 침체 장기화로 인해 시장에서 가격이 핵심요소로 작용하기 때문

미국 전체의류 수입량 동향

(단위 : 백만SME, %)

연도	2006	2007	2008	2009	2010 1월-3월
수입량	22,539.2	23,332.1	22,694.0	21,317.1	5,257.3
증감율	2.4	3.5	-2.7	-6.1	11.4

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국 전체의류 수입액 동향

(단위 : US\$백만, %)

연도	2006	2007	2008	2009	2010 1월-3월
수입액	71,629.8	73,922.6	71,568.4	63,104.8	15,202.0
증감율	4.2	3.2	-3.2	-11.8	2.4

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국 전체의류 수입단가 동향

(단위 : US\$/SME, %)

연도	2006	2007	2008	2009	2010 1월-3월
수입단가	3.18	3.17	3.15	2.96	2.89
증감율	1.8	-0.3	-0.5	-6.1	-2.3

자료원 : 미국 상무부 섬유국

III. 미국 섬유 수입시장 동향

1. 미국의 의류 수입동향

세부 품목별 수입 동향

- 2009년 세부품목별로는 ‘인조사 기타 의류’ 와 전반적 ‘면 제품’ 수입량이 높음
- 수년간 지속되는 여성용 드레스인기, 상의류의 선전 확인 가능.
- 소비자 절약 구매패턴 영향으로 패션트렌드와 상관없고 필요성이 적은 품목들 수입실적 크게 감소
 - 수입증가 품목 : 인조사 드레스(16.0%), 면 드레스(12.1%), 여성용 블라우스(10.6%) 등
 - 수입감소 품목 : 남성 인조사 니트셔츠(-24.7%), 면 내의류(-16.9%), 여성용 면 코트(-16.7%) 등

미국 세부품목별 의류 수입량 동향(2009년)

(단위 : 백만SME, %)

순위	CAT	품목명	2009			수입량	증감율	점유율			
			수입량	증감율	점유율						
-	-	전체 의류	21,317.2	-6.1	100.00	10	332	면 양말	668.3	1.4	3.14
1	659	인조사 기타 의류	2,043.7	9.0	9.59	11	336	면 드레스	650.8	12.1	3.05
2	352	면 내의류	1,764.1	-16.9	8.28	12	639	여성용인조사니트셔츠/블라우스	615.1	10.6	2.89
3	348	여성용 면 바지류	1,572.5	-1.5	7.38	13	651	인조사 잠옷류	614.5	3.5	2.88
4	339	여성용 면 니트 셔츠/블라우스	1,301.6	-7.0	6.11	14	340	남성용 면 비니트 셔츠	563.1	-6.1	2.64
5	347	남성용 면 바지류	1,042.8	-4.3	4.89	15	638	남성용 인조사 니트 셔츠	531.5	-24.7	2.49
6	338	남성용 면 니트 셔츠	996.8	-11.3	4.68	16	652	인조사 내의류	526.7	-5.9	2.47
7	239	영아용 의류	824.5	-3.9	3.87	17	335	여성용 면 코트	517.3	-16.7	2.43
8	351	면 잠옷류	777.3	-15.7	3.65	18	359	면 기타 의류	515.7	-11.1	2.42
9	636	인조사 드레스	716.6	16.0	3.36	19	635	여성용 인조사 코트	441.1	-4.9	2.07
						20	647	남성용 인조사 바지류	427.5	-6.6	2.01

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국전체의류 - 국가별 수입량 동향

(단위 : 백만SME, %)

순위	수입국명	2008		2009			2010 1월-3월	
		수입량	증감율	수입량	증감율	점유율	수입량	증감율
-	전체	22,694.0	-2.7	21,317.1	-6.1	100.00	5,257.3	11.4
1	중국	7,788.7	-3.0	8,623.2	10.7	40.45	1,937.8	29.1
2	베트남	1,527.7	19.9	1,612.2	5.5	7.56	431.3	14.0
3	방글라데시	1,436.2	6.2	1,383.7	-3.7	6.49	372.8	-0.2
4	인도네시아	1,099.2	3.3	1,069.6	-2.7	5.02	320.8	9.6
5	온두라스	1,331.1	8.9	1,005.8	-24.4	4.72	272.5	17.7
6	인도	882.8	1.7	907.2	2.8	4.26	264.7	1.8
7	멕시코	1,035.2	-14.5	882.9	-14.7	4.14	225.7	7.4
8	캄보디아	888.4	2.5	750.7	-15.5	3.52	215.2	13.1
9	엘살바도르	836.0	3.2	646.9	-22.6	3.03	169.1	11.0
10	파키스탄	692.9	-0.4	638.1	-7.9	2.99	144.8	-0.4
23	한국	174.9	-14.8	96.3	-44.9	0.45	17.0	-17.7

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국전체의류 - 국가별 수입액 동향

(단위 : US\$백만, %)

순위	수입국명	2008		2009			2010 1월-3월	
		수입액	증감율	수입액	증감율	점유율	수입액	증감율
-	전 체	71,568.4	-3.2	63,104.8	-11.8	100.00	15,202.0	2.4
1	중 국	22,922.6	0.8	23,503.1	2.5	37.24	5,244.9	14.9
2	베트남	5,223.5	19.8	5,068.3	-3.0	8.03	1,311.4	7.7
3	인도네시아	4,028.4	1.2	3,861.0	-4.2	6.12	1,096.6	2.7
4	멕시코	4,014.5	-11.2	3,391.3	-15.5	5.37	811.8	4.4
5	방글라데시	3,441.6	10.9	3,409.8	-0.9	5.40	883.3	-5.8
6	인도	3,073.3	-3.0	2,846.1	-7.4	4.51	836.8	-2.2
7	온두라스	2,604.0	3.7	2,031.6	-22.0	3.22	505.0	8.7
8	캄보디아	2,375.6	-2.0	1,870.5	-21.3	2.96	486.4	-2.5
9	엘살바도르	1,533.6	3.2	1,298.3	-15.3	2.06	326.2	9.1
10	파키스탄	1,489.6	-0.6	1,305.8	-12.3	2.07	289.3	1.8
26	한 국	505.5	-19.4	281.3	-44.4	0.45	52.1	-26.9

자료원 : 미국 상무부 섬유국

미국전체의류 - 국가별 수입단가 동향

(단위 : 백만SME, %)

순위	수입국명	2008	2009	2010 1월-3월
		수입단가	수입단가	수입단가
-	전체	3.15	2.96	2.89
1	중국	2.94	2.73	2.71
2	베트남	3.42	3.14	3.04
3	방글라데시	2.40	2.46	2.37
4	인도네시아	3.66	3.61	3.42
5	온두라스	1.96	2.02	1.85
6	인도	3.48	3.14	3.16
7	멕시코	3.88	3.84	3.60
8	캄보디아	2.67	2.49	2.26
9	엘살바도르	1.83	2.01	1.93
10	파키스탄	2.15	2.05	2.00
23	한국	2.89	2.92	3.06

주 : 순위는 수입량 기준임.

자료원 : 미국 상무부 섬유국

■ 금융위기로 인한 의류시장 수요변화와 소싱국들의 생산환경 변화

■ 미국의 대 중국 쿼터 철폐

➔ 자유경쟁체제 돌입 글로벌 공급체인 변화

글로벌 소싱환경 변화

금융위기 이후 경기침체기	2010년 경기회복기
<ul style="list-style-type: none">• 시장수요 급감으로 주요소싱국 생산규모 급격한 축소 (특히 중국)• 바이어들, 생산비용 저렴한 소싱지 개발 나서, 번거로운 절차 감수	<ul style="list-style-type: none">• 글로벌 시장수요 회복되면서 기존 생산공장, 인력부족현상 → 생산비용 및 인건비 상승으로 연결• 중국 내륙 이동 또는 타 아시아국 소싱지 전환 본격 검토

■ 금융위기 이후 주요 의류 생산국들의 생산규모 축소, 특히 중국 직원 규모 33% 감소

미국발 경제위기 이후 주요 의류 생산국들의 직원손실 현황(2008년)

	중국	베트남	인도네시아	인도	방글라데시	파키스탄
의류 수출규모 (US\$ 십억)	\$120.0	\$9.0	\$6.3	\$10.9	\$10.9	\$3.9
직원규모(명)	30 million	2 million	1 million	35 million	3 million	2.5 million
직원손실(명) 추정	10 million (33%)	20,000- 30,000 (1.0~1.5%)	41,000- 100,000 (4~10%)	300,000~ 1 million (0.9~3%)	0 (0%)	200,000 (8%)

주 : 수출규모 중 베트남, 캄보디아, 방글라데시는 2007년 통계치임. 직원규모는 의류, 원단 합계임.

자료원 : World Bank, Forstarter(2010)

■ 2010년 전세계 경기 회복세와 함께, 시장수요가 살아나면서 중국 오더 증가

- 그러나 이미 중국의 의류 생산규모는 1/3로 축소돼 인력 부족 현상 → 납기문제, 중국 인건비 상승

- **바이어들, 중국 내륙으로 갈까, 다른 아시아로 갈까**
 - 미국 소비지출의 약한 회복세로, 제품가격 압박은 여전한 상황
 - 원자재 가격 상승과 중국 인건비 상승으로 생산비용은 증가
 - 생산비용 증가해도 중국 연안지역 공장 잡기 힘들고 안심할 수 없어
 - 따라서 중국 내륙지방 또는 다른 아시아 국가로 소싱 전환할 지 고민



바이어들은 이 같은 중국 소싱의 문제가 일시적인 것이 아니라고 판단
중국 내륙 및 인도네시아, 방글라데시, 파키스탄 등으로 글로벌 소싱지 다각화
소싱지 전환을 이미 추진중이거나 본격적인 검토 중

아시아 의류 생산국 강점 및 약점, 임금수준 비교 (2009년)

국가명	강점	약점/위험	시간당 임금
중국	<ul style="list-style-type: none"> · 인력: 경험 풍부, 생산성 높고 기술 우수한 전문 인력 보유 · 미국의 중국산 쿼터 철폐 · 원단 및 의류 다양성, 품질 신뢰 · 테크놀러지 투자 (물류 향상) · ‘Can Do’ 정신과 비즈니스접근법 · 정부 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 인력 부족 및 유치 경쟁심화 · 인건비 상승, 노동법 강화 · 위안화 절상 · 인플레이션으로 인한 생산비용 증가 · 에너지 비용, 물류비용 상승 · 제품 안전성 문제 	<p>\$1.88~ \$1.44</p>
베트남	<ul style="list-style-type: none"> · 중국 대안지 (소싱 및 의류산업 외국인직접투자 측면) · 원단 산업 발달 (한국과 대만기업 투자 증가) · 인건비 대비 성실한 인력 · 비교적 안정적인 비즈니스 환경 · 정부 지원 · 동(Dong)화 평가 절하 · ASEAN 국가들과의 무역협정 	<ul style="list-style-type: none"> · 전문 인력 부족 (기술, 패션, 관리 부문) · 원단 수입의존도 여전히 높은 수준 	<p>\$0.38</p>

자료원: 바이어 인터뷰, World Bank

아시아 의류 생산국 강점 및 약점, 임금수준 비교 (2009년)

국가명	강점	약점/위협	시간당 임금
인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> · 기반 잡은 대량 생산시설 · 저렴한 인건비, 인력 이직률 낮은 편 · 대규모 내수시장 · 원단산업 전통이 길고 정제 	<ul style="list-style-type: none"> · 높은 에너지 비용 · 기계 낙후 · 전반적인 비즈니스 환경 - 비호의적 관료주의, 세금, 협력문제 등 	\$0.44
인도	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 다양성 (남부 아시아국가 최고) · 가격, 융통성, 스피드 · 대량 오더에서부터 소량 맞춤형 오더까지 바이어 요구 수용 · 복잡한 공정의 고급제품 스피디한 생산 가능 · 정부 지원 · 내수시장 성장 	<ul style="list-style-type: none"> · 규모의 경제 부족 - 직원수 10명 이내 영세업체 80% 차지, 직원수 49명 이상 업체 단지 6% · 불안정한 루피(Rupee)화 환율 - '07/'08년 루피화 절상, 이후 '09년 달러 대비 루피화 25% 하락 · 원자재가격 인플레이션 · 경쟁국 대비 높은 생산비용 (전력, 운영, 거래비용 등) 	\$0.51

자료원: 바이어 인터뷰, World Bank

IV. 결론 및 권고사항

- 미국 의류 소비는 경기 회복과 함께 완만하게 살아날 전망
- 회복 강도가 약해 업체들의 다각도 노력 수반
소비자 선호와 트렌드 변화에 따라 바이어들의 구매계획 지속 수정
업체들 선택과 집중, 실제 오더량은 증가하지 않을 것으로 예상
- 소비자 구매욕구 자극을 위해 트렌드 지향, 제품의 차별화 더욱 강화
- 과거 고가화 추세 탈피, 합리적인 가격 책정과 정상가 판매 증가 추세
- 팔리는 제품 키워드 : 다용도, 패션트렌드, 밸류
- 리드타임 단축, 재고 부담이 공급업체에 떠맡겨지고 있어
공급 스피드와 샤프한 가격은 기본이자 핵심
- 효율과 수익 위해 공급과정 단축 모색
해외 공장에게 시장상황에 대한 이해력, 더 많은 생산전 활동 요망

IV. 결론 및 권고사항

- 중국산 의류 경쟁력은 시장수요 증가, 쿼터 철폐로 인해 더욱 강화
그러나 중국 생산환경 변화로 글로벌 소싱체계 변화 예고
- 바이어들, 가격을 위해서라면 소싱지 다변화로 발생하는 복잡한 절차 감수
- 쿼터가 없어진 시장, 바이어들 단순 납품이 아닌
장기적인 파트너십 업체 선호

V. 결론 및 권고사항

- **지금 이 바이어 마케팅이지만 불확실한 환경 속 납품업체 의존도 높아져**
- **대응할 수 있는 경쟁력은 전문성과 융통성**
 - 가장 잘 하는 것을 확실히 해두고 이를 바탕으로 민첩하게 움직여야
 - 생산라인 전문성, 유연성 동시에 갖추려는 노력
- **가격경쟁력에 대한 끊임없는 검토**
- **스피드와 신속한 커뮤니케이션의 어필**
스피드, 소량 오더 수용할 수 있는 생산체제 마련
- **미국 시장 트렌드, 변화 정보 수집 - 이를 근거로 한 생산시스템 구축**

감사합니다