

섬유 쿼터 철폐 후의 세계 무역에 대한 미국의 전망

미국 어패럴 및 풋웨어 협회 부회장 ‘폰 이븐손’씨가 일본에서 행한 수제(首題)에 관한 강연 내용을 소개한다.

2005년 1월 1일, 세계의 어패럴 시장은 새로운 무대를 맞았다. 이에 따라 미국, EU 및 캐나다는 모든 의류 수입품에게 적용해 오던 쿼터를 철폐하였다. 오늘날 미국이나 EU의 어패럴 기업들은 쿼터 철폐와 동시에 일부 섬유 품목이 파도와 같이 방대한 물량이 밀고 들어오자, 어패럴 기업의 보호 요청으로 한시적이거나 세이프 가드 조치를 취하고는 있지만, 앞으로는 실질적인 시장 원리에 따라 최고의 노동 환경에서 제조된 최상의 퀄리티의 제품을 가장 좋은 가격과 적절한 타이밍으로 제공할 수 있는 기업을 찾아, 세계 어디서나 의류를 조달할 수 있는 상황에 이르는 과정과 앞으로 펼쳐 나갈 상황에 대하여 검토해 본다.

◎ 섬유 쿼터가 도입된 경위

1960년대에 미국은 의류 수입품에 대하여 정식으로 대상국과 품종에 따라 쿼터를 실시하고 있었다. 그러나 국제적인 무역 교섭에 관한 물을 만들려는 우루과이 라운드(Uruguay round)에서 미국은 제품과 서비스에 대한 해외 시장을 개방한다는 목적을 달성하기 위하여, 유럽이나 캐나다와 함께 10년 이내에 모든 쿼터를 철폐하는 데 동의하였다. “섬유봉제품협정(ATC)”이라고 하는 동의는 1995년에 81개국이 참가한 세계무역기구(WTO)가 설립되는 계기가 되었다.

그런데 이와 같은 시책이 모두 미국의 섬유와 어패럴 메이커들을 실질적으로 보호할 수 있었을까? 40년 이상 쿼터를 실시하였으나 섬유·어패럴 업계에서는 1990년 이래로 100만명 이상의 실업자가 생겼으며, 현재 미국에서 판매되고 있는 의류의 90% 이상이 수입된 것들이다. 앞에서 말한 보호가 업계를 보호하지 못한 것은 분명하다.

그러면 수입하는 데 따라 큰 은혜를 입은 것은 누구일까? 무엇보다도 먼저 생각되는 것은 미국의 소비자들이었다. 수입됨으로써 소비자들은 질이 보다 좋은 의류를 보다 싼 값으로 언제나 구입할 수 있었다. 두 번째로 생각나는 것은 미국의 어패럴 기업들이다. 이 기업들은 미국의 소비자가 원하는 것을 바로 제공할 수 있었으며, 더욱이 제공하는 과정에서 미국 국내에서 15만명 이상의 고용 효과를 내면서 끊임없이 수익을 올리고 있었다.

◎ 쿼터 프리 후의 미국 시장

그러면 앞으로는 섬유 무역이 어떻게 펼쳐질 것인가? 이 과제는 세 가지의 중요한 문제를 검토해 볼 필요가 있다.

첫째는 앞으로 모든 것이 중국의 향하여 갈 것인가? 둘째는 모든 것이 중국으로 몰리는 것이 좋은 일인가 또는 나쁜 일인가? 셋째로는 만일 나쁘다고 하면 어떻게 하여야 하나?

쿼터 철폐 후의 의류 산업은, 여러 연구 결과들이 앞으로 중국이 세계에 제품을 공급하게 될 것으로 예측하고 있는데, 이러한 연구 결과는 여러 가지 중요한 사실을 무시하고 있다. 예컨대, 미국/도미니카공화국 자유무역협정(CAFTA)에 관한 협의가 추진되고 있으며, 유럽의 일반특혜제도(GSP)에 관한 프로그램을 재검토하도록 제안 받고 있는 등, 미국이나 유럽에서는 개발 도

상국으로부터 어패럴을 면세하도록 하는 액세스(access)를 확대하려고 노력하고 있다. 또한 이러한 연구는 캄보디아 기업의 사회적 책임 문제나 중국이 곧 닥칠 노동력 부족이나 임금 상승과 같은 문제도 무시하고 있다.

중국이 수입국의 어패럴 업계를 휩쓸고 있는 것은 좋지 않다고 할 수 있을까? 중국은 질이 좋은 제품을 제조하는 효율적이며 신뢰할 수 있는 서플라이어라고 생각하는 사람이 많다. 미국의 어패럴을 중국 하나에 모든 것을 걸 것인가? 풋웨어나 장난감과 같은 비슷한 수준의 상품 시장을 생각해 보면 참고가 될 것이다.

중국의 빠른 성장이 좋지 않다면 우리는 어떻게 해야 하나? 세이프 가드로서 쿼터를 다시 설정하는 것이 이 문제에 대한 해결책은 될 수 없다. 세이프 가드를 발동하더라도 이미 잃은 고용이 미국으로 되돌아오지는 않는다. 그런 고용은 다른 장소로 갈 뿐이다. 세이프 가드로 쿼터를 설정하는 것은 미국의 섬유 기업뿐만 아니라 쿼터가 철폐된 상황에서 각국의 섬유·의류 산업이 경쟁력을 키우는 데 플러스가 되는 조치가 아니라 오히려 후퇴시키는 것이 된다. 좋은 예로서 CAFTA에 의하여 중미가 중국과 경쟁하는 것을 지원함으로써 미국의 섬유 업계에게 가장 성장이 빠른 시장인 이 지역에서 미국의 섬유 판매액이 증가하게 된다. 또한 미국도 유럽도 유연한 원산지 규칙에 따라 개발 도상국에게 면세의 액세스를 허용하는 정책을 검토 중이다. 쿼터가 철폐된 후, 개발 도상국이 경쟁력을 키우기 위한 적극적인 조치를 미국의 어패럴 업계는 강력하게 지지하고 있다.

◎ 재촉 받고 있는 시스템의 구축

그러나 우리들은 미국이 성숙 시장이라는 것을 잘 알고 있으며, 또한 유럽도 성숙 시장이다. 앞으로의 참된 성장은 미국 브랜드의 의류에 대하여 온

세계가 시장을 새로 개방하는 것이다. 이것이 세계의 어패럴 시장을 펼쳐나가는 제2단계이다.

다시 말해서 개발 도상국으로부터 다른 개발 도상국으로 수출이 이루어져야 한다. 우리들의 새로운 모토는, 세계 어디서나 미국 브랜드의 섬유나 의류를 제조하여 이들의 제품을 세계 어디에서나 판매할 수 있도록 되어야 한다는 것이다. 그렇다고는 하나 시장을 보호할 수 있도록 상당히 높은 장벽을 만들어 놓은 개발 도상국이 많다. 그러므로 우리들은 이러한 시장을 뚫고 들어가려는 것을 방해하고 있는 장벽을 제거하는 조치에 주력하고 있다.

궁극에는 미국의 어패럴 기업이 필요하여 구하고 있는 것은 예측 가능성, 다시 말하면 효율적인 룰에 따라 의류를 관리하는 시스템이다. 미국의 소비자는 끊임없이 변화하는 니즈에 따라(미국의 소비자는 품종이 더 다양해지고 퀄리티가 더 향상되고 가격도 더 싸진 의복을 사고 싶다고 생각하고 있다), 한편에서는 직업 윤리적, 인도적으로 마음 써 주는 노동 환경에서 제품을 제조하면서 계속하여 이익을 볼 수 있다는 미국 어패럴 업계의 오직 하나뿐인 목적은 그와 같은 시스템에 의하여 달성될 수 있을 것이다. ♣