



2/0/2/1 세계시장 진출전략 설명회

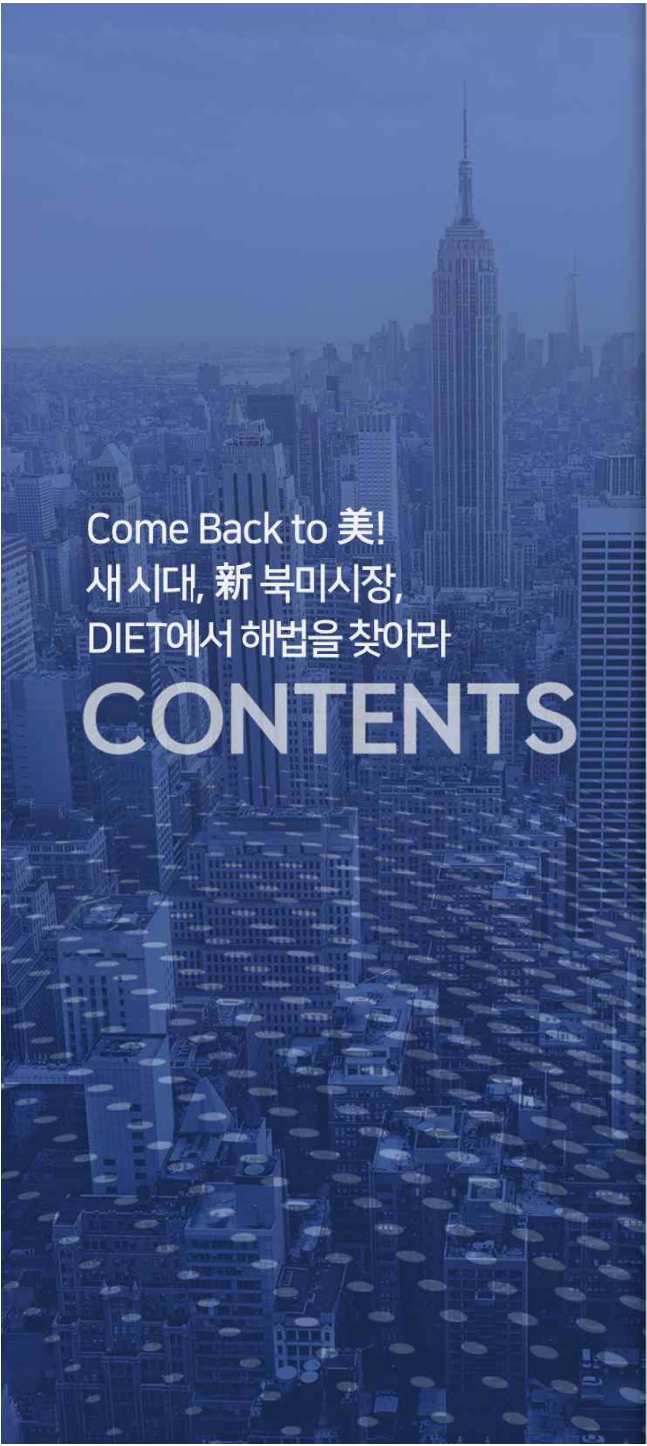
# Come Back to 美!

새 시대, 新 북미시장, DIET에서 해법을 찾아라

Digitalization, Infrastructure, Environment, Telecommunication



KOTRA 북미지역본부 | kotra



Come Back to 美!  
새 시대, 新 북미시장,  
DIET에서 해법을 찾아라

# CONTENTS

## I

2021년 전망 및 전략적 가치

## II

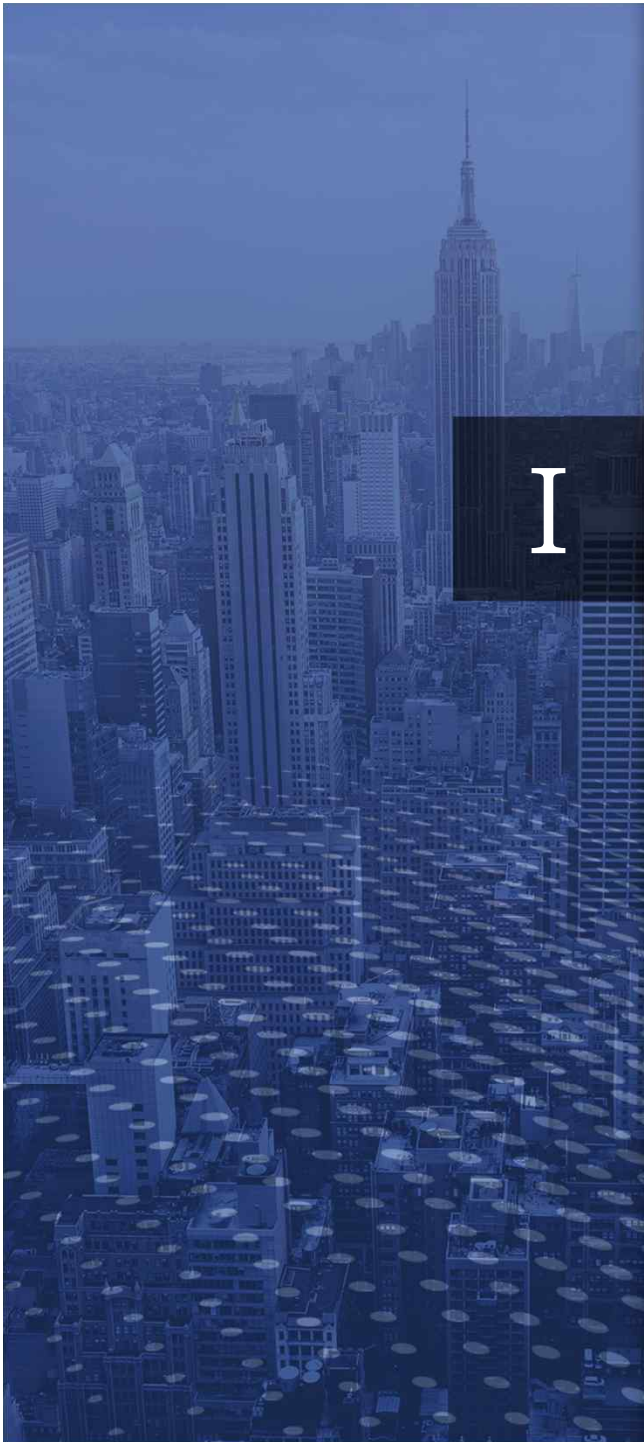
코로나19 이후 시장변화 양상

## III

2021년 기회요인과 진출전략

## IV

2021년 시장진출 유망 품목 및 서비스



I

## 2021년 전망 및 전략적 가치

# 1. 북미시장 개요

북미

## ▶▶ 2021 북미시장 개황



502 백만명



30세 미만 28%



GDP \$ 23.2조



2.27%('19) → 2.7%



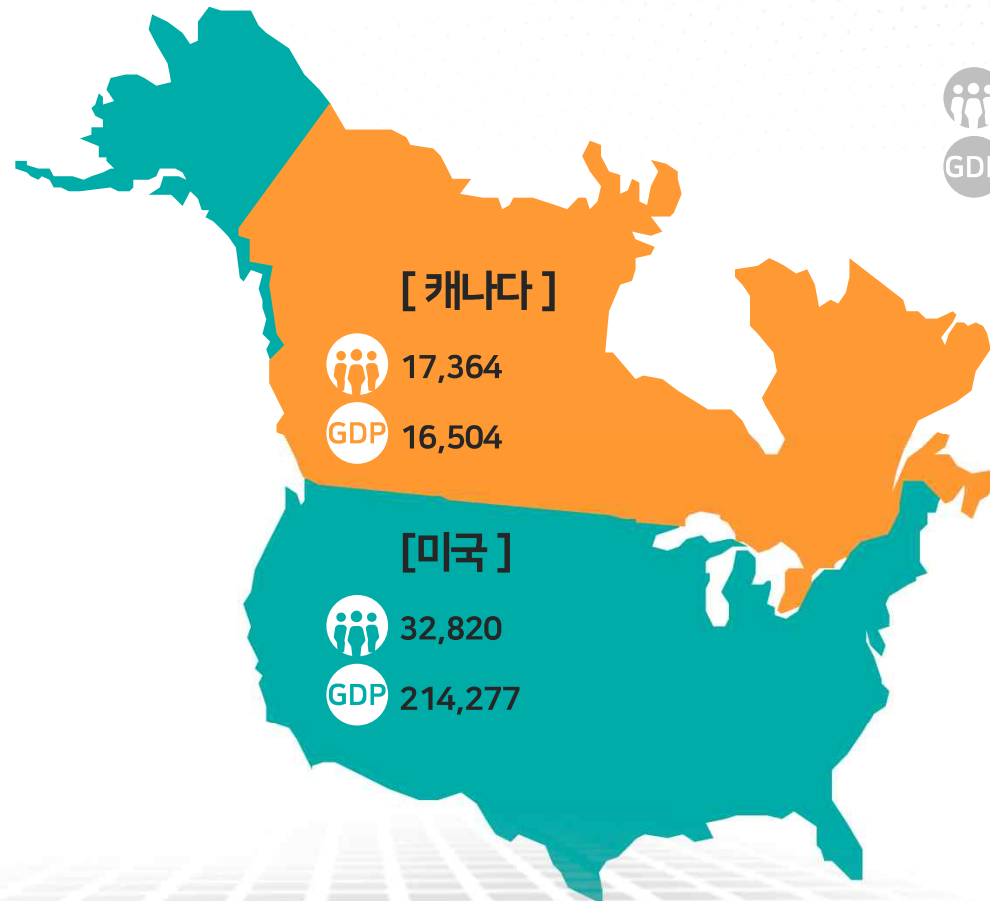
수입시장 규모 \$2.9조



인구, 만명 ('19)



GDP 억달러 ('19)





## 2. 국가별 메리트

북미

### 미 국

**세계 최대 소비시장**  
(World Largest Market)

**글로벌 정치·경제·금융 중심지**  
(Global Finance Center)

**미래 신성장 산업 메카**  
(Nexus of Innovation)

**글로벌 기업의 무한경쟁 시장**  
(World Most Wanted Market)



## 2. 국가별 메리트

북미

### ▶▶ 캐 나 다

세계 10위 경제대국

(World 10th Largest Market)

풍부한 천연자원과 제조업 기반

자유무역, 완전개방시장

USMCA 생산거점



### 3. 2020 시장현황

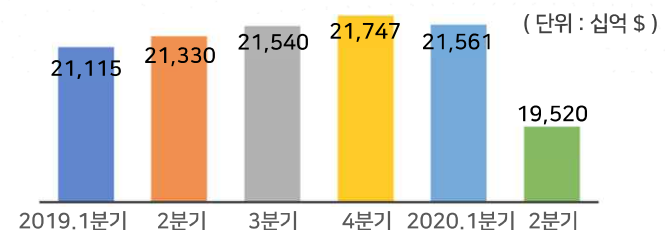
북미

▶▶ 미 국

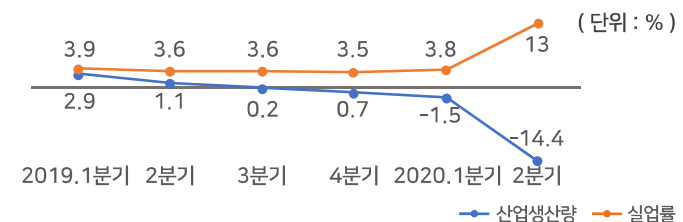


- ✓ **코로나19 최대 확진자 발생 및 2차 웨이브 시작**  
→ 11월 일평균 확진자 10만명 초과, 연말 누적 확진자 1,300만명 돌파 예상
- ✓ **1930년 대공황 이후 최악의 경제상황**  
→ 2020 GDP 성장률 -4.6%, 내수 -4.3%, 실업률 8.5%, 산업생산 -8.0%
- ✓ **인종 및 계층 간 갈등 심화**  
→ (인종) George Floyd 사건 외 다수, (계층) 소득 불균형, 개발 불균형 등
- ✓ **미·중 갈등 첨단기술, 지식재산권 등으로 확대**  
→ (미국) 휴스턴 중국 총영사관 폐쇄, 중국기업 제재, (중국) 충칭 미 영사관 폐쇄
- ✓ **46대 대선, 민주당 바이든 전 부통령 당선**  
→ (대선) 바이든 승리, 트럼프 불복 및 일부 스윙 스테이트 州정부 소송 추진

2019~2020 분기별 미국 GDP 현황



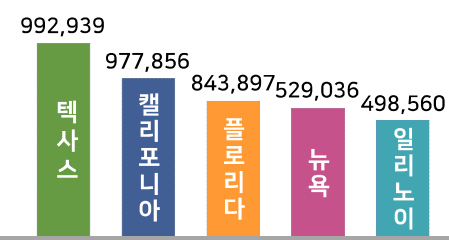
2019~2020 분기별 미국 산업생산량 및 실업률 추이



미국 코로나19 확산 추이



미국 주별 코로나19 누적 확진자



2020 미국 제조업 구매자 선행지수(PMI)



### 3. 2020 시장현황

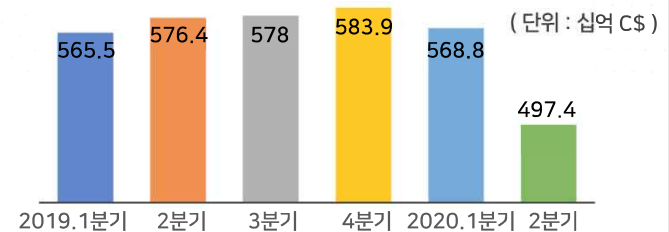
북미

#### ▶▶ 캐 나 다

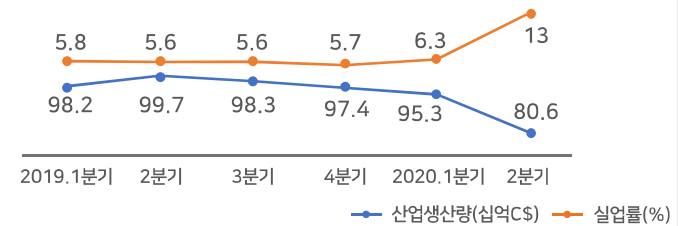


- ✓ 하반기 코로나19 확진자 급증세  
→ 퀘벡, 토론토, 밴쿠버 등 경제 중심지역 10월 일일 확진자 최대 5천명 기록
- ✓ 원자재 의존적 경제 구조의 취약성 개선 필요성 대두  
→ 국제유가 하락세 장기화 전망, 연간 수출 52% 감소, 新성장동력 필요성 대두
- ✓ 중국과의 갈등 이슈 증가, 加 무역투자여건 악화  
→ (화웨이) 창업자 2세 체포, (투자제한) 중국 광산매입 금지, (홍콩) 加 망명 허용
- ✓ USMCA 발효, 북미 3개국 RVC 구축 주도권 확보  
→ 멕시코 대비 경쟁력 우위 확보, GVC 조정을 통한 기준 충족 및 對美 수출 확대
- ✓ 對中, 對美 의존도 완화를 위한 다자 간 협력 강화  
→ 대중 수출여건 악화에 따른 대체시장 발굴, 아시아, 중남미, EU 등 교류 다변화

#### 2019~2020 분기별 캐나다 GDP 현황



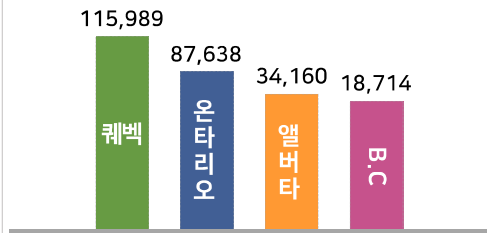
#### 2019~2020 분기별 캐나다 산업생산량 및 실업률 추이



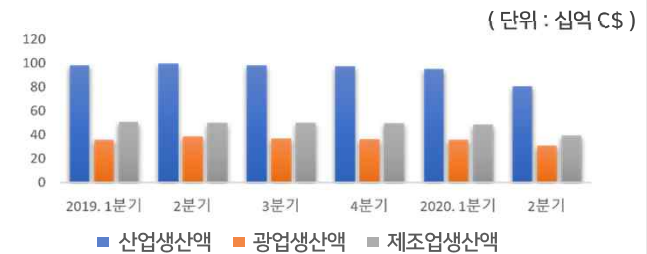
#### 캐나다 코로나19 확산 추이



#### 캐나다 지역별 코로나19 누적 확진자



#### 2020 캐나다 산업 생산 현황





## 4. 2021 경제 전망

북미

### 미 국



[ GDP ] 2021년 4.0% 성장 전망

[ 실 업 ] 연간 실업률 6%代 하락

[ C-19 ] 백신개발 및 접종 개시



#### 2021 시장전망

- ✓ (코로나19) 2021년 코로나 백신 개발 및 투약 개시  
→ 美 보건부, 2021년 4월까지 백신 접종 완료 추진  
(경기부양책) 바이든 정부, 2차 패키지 신속 추진  
→ 저소득층, 실업지원, 기업지원 등 포괄적 지원  
(내수) 단기 내수진작 및 중장기 경제체질 개선정책  
→ (단기) 재난지원금 지급, (중장기) 내수의존 완화  
(산업) "Build Back Better" "Buy American" 정책추진  
→ 미국우선주의, 리쇼어링 우대제도 강화 예상  
(미중분쟁) 1:1 대응에서 1:多 관계로 전환 전망  
→ 우방국과 다자간 대응 및 국제무대 선도국 재등극

### 캐 나 다



[ GDP ] 2021년 4% 성장 전망

[ 실 업 ] 연간 실업률 7.7%

[ C-19 ] 확산세 심화 및 경기둔화



#### 2021 시장전망

- ✓ (코로나19) 국내 확산세 억제에 총력 전망  
→ 2021년 상반기 안정 및 백신 유통 전망  
(국제유가) 대체산업 육성 및 패러다임 전환 추진  
→ 트뤼도 총리, 2021년 친환경 인프라 구축 선언  
(USMCA) 최대 무역대상국인 對美 수출여건 개선  
→ 협정 활용 및 이행을 위한 요건 충족작업 본격 개시  
(캐중갈등) 교역 중단 상황 지속, 5G 중국산 배제  
→ 한국 등 대중 교역수요 대체국가로 부상 가능  
(다자관계) 對美, 對中 의존도 완화 필요성 증가  
→ CPTPP(한태평양경제동반자협정), MERCOSUR 등

## 5. 2021년 주요 이슈

북미

### ▶▶ 2021 북미시장 Key Points

#### ✓ 미국 46대 대통령 취임 ('21.1.20)



- 민주당 조 바이든 (Joe Biden) 전 부통령 46대 대통령 취임
- 코로나19 대응, 인종·계층간 차별, 경제이슈 등 해결과제 산재
- 민주당 집권에 따라 미국 대내외 정책의 대대적 수정 예상
- 미국의 다자간 협력정책, 대북 정책 및 동북아 정책 변화



#### ✓ 코로나19, 對中관계, 경기회복, 다자간 협력 등



- (코로나19) 하반기 2차 웨이브 본격화, 양국 모두 연중 일일 확진자 최다 기록
- (대중관계) (美) 對中정책, 국제공조 강화 예상, (加) 화웨이 이슈 등으로 긴장관계 지속
- (경기회복) (美) 2차 경기부양책 및 재정투자 확대 (加) 산업구조 전환, 다자간 협력 필요성 대두
- (국제협력) (美) WHO 재가입, WTO 영향력 강화, (加) 유럽, 중남미, 아시아 등 협력 다변화



#### ✓ USMCA 발효에 따른 북미 경제통상여건 변화



- 미국-캐나다-멕시코 3개국 간 북미 Super RVC 구축 가능성 부상
- 코로나19 여파, USMCA 활용 미국기업의 GVC 전환 수요 자극
- 자동차, 철강 등 우리기업 대미 수출산업 일부 영향 불가피



## 6. 2021 시장의 전략적 가치

북미

### ▶▶ 바이든 당선자 주요 공약

공약	주요내용	▶▶ 2021 전략적 가치 변화
01 Build Back Better	SOC 분야 및 환경, 산업육성 등 핵심 분야 정부투자확대	[ 기회 ] 프로젝트 증가 및 국내기업 진출기회 확대 [ 위기 ] 자국기업 우선 및 미국산 자재 사용 등 요건 강화
02 Buy American	리쇼어링 인센티브 / 차등과세 미국기업 GVC 재편 가속	[ 기회 ] 우리기업 對美 투자진출 여건 개선 및 기회 증가 [ 위기 ] 美-아시아 GVC 재편에 따른 비즈니스 수요 감소
03 Climate Change	환경기준 강화 / 탄소국경세 부과 친환경 에너지 적용 확대	[ 기회 ] 친환경 에너지시장 확대, 첨단기술 수요 증가 [ 위기 ] 자동차, 철강, 석유화학 등 수출여건 악화
04 Foreign Policy	다자간 협력체제 강화 우방국 중심 외교통상정책 對中, 對北 정책 변화	[ 기회 ] 우방국 상계관세 및 세이프가드 철회 가능성 [ 위기 ] 동북아 정책 변화, 중국-미국 택일 압박 증가



## Ⅱ

# 코로나19 이후 시장변화양상

# 1. 코로나19 확산현황 및 경제여파

북미

## ▶▶ 북미지역 코로나19 확산 현황

➤ 누적 확진자 : **10,517,967**명 (11.10)

➤ 누적 사망자 : **250,311**명 (11.10)

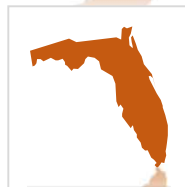
### ➤ 주요지역 누적 확진자



**Texas**  
1,009,031명



**California**  
988,879명



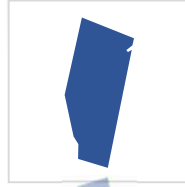
**Florida**  
852,174명



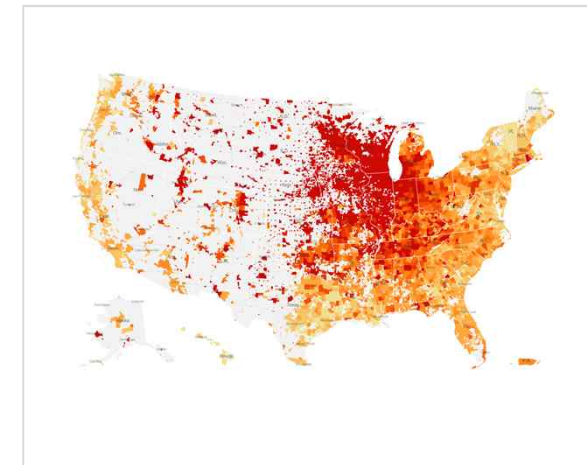
**Quebec**  
117,151명



**Ontario**  
90,227명



**Alberta**  
34,873명

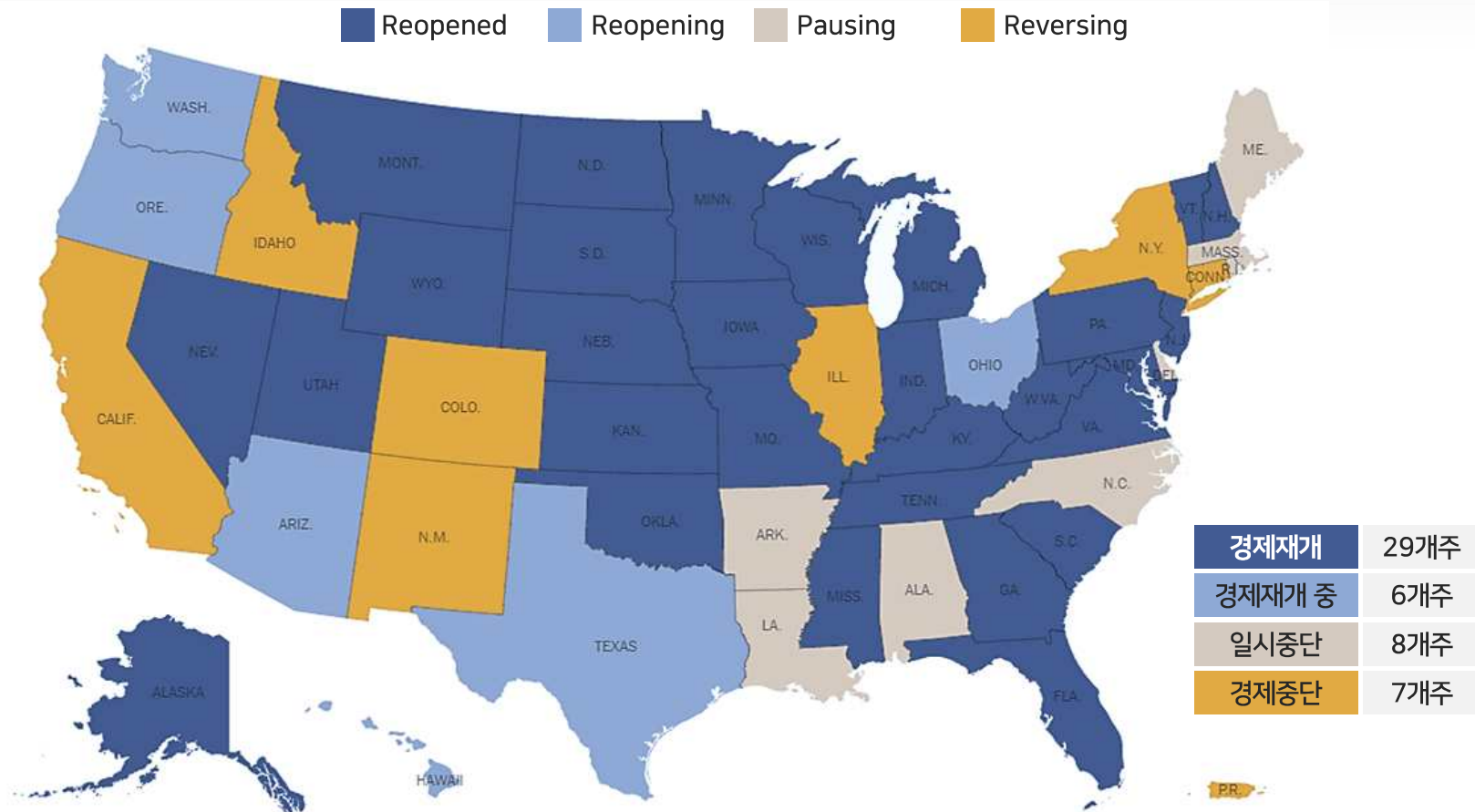




## 2. 미국 주별 경제재개 현황

북미

### ▶▶ 미국 주별 경제재개 현황 (11.11)



### 3. 코로나19 관련 경기부양책 현황

북미

#### 미 국

- ✓ 1차 부양책 자금 대부분 소진
- ✓ 2차 경기부양책을 추진 중이나, 민주당과 공화당 간의 의견 차이로 추진 보류 상태

#### 1차 경기부양책 주요 내용

지원분야	투입규모(달러)
개인현금지원	2,500억
학자금 대출 상환유예	-
실업급여 증액	2,600억
기업대출 프로그램	5,000억
항공사 및 공항지원	320억
병원 자금지원	1,170억
자영업/소상공인 지원	-
주택담보 압류 유예	-
식료품 지원	4.5억
해외체류 미국인 귀국지원	3,24억
국제원조	11.15억

#### 2차 경기부양책 주요 내용

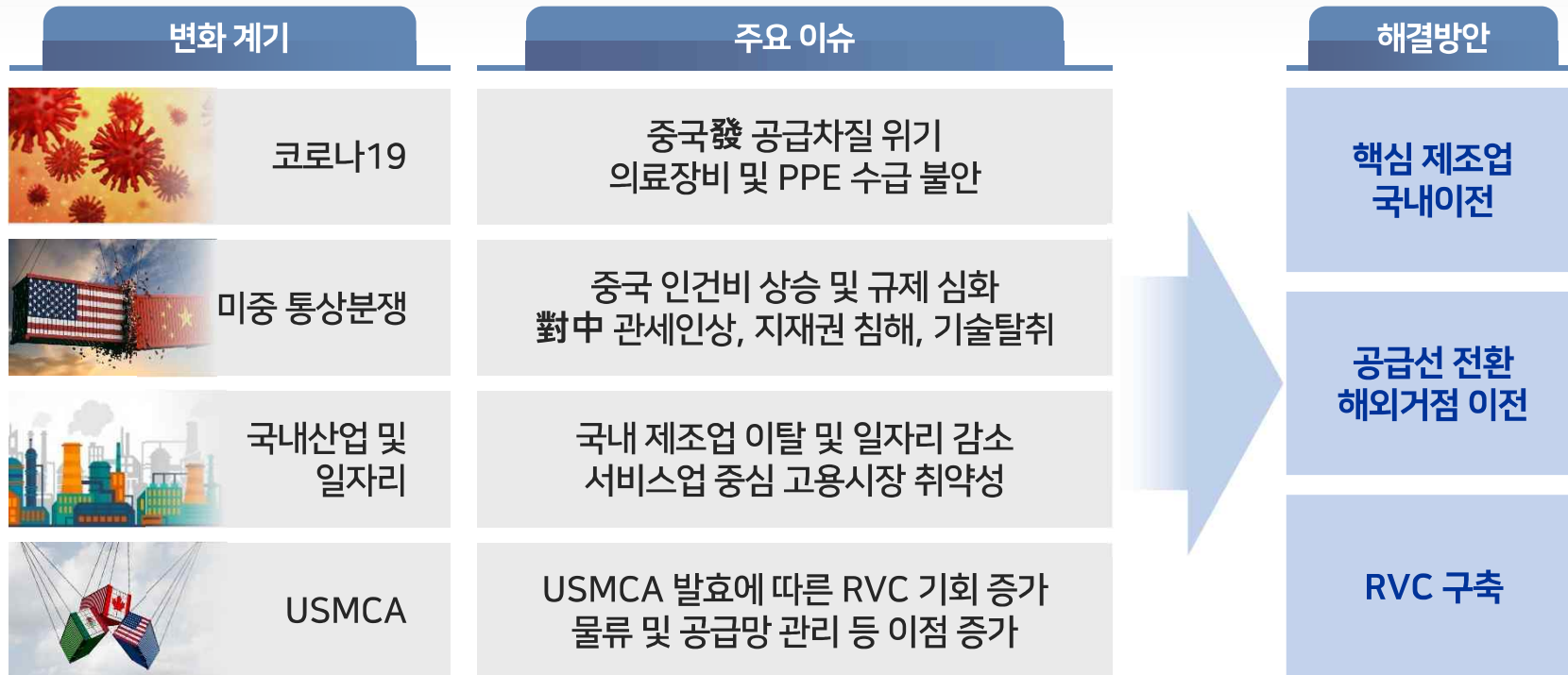
지원분야	Heroes Act (민주당(안) 5월) *부결	투입규모(달러) (공화당(안) 7월) *추진중
예산규모	3조 달러	1조 달러
재난지원금	성인 1인당 1,200달러 (미성년자 부양가족 1인당 500달러)	좌동
부양가족 지원금	최대 3명까지 인당 1,200달러	연령제한 없이 인당 500달러
실업자 혜택	주당 600불 특별급여 지급	주당 200달러로 시작 주정부 지원금을 합산해 직전 급여의 70% 보전을 위해 주당 최대 500달러 지급
실업자 혜택기간	~2021.1.31	주당 200달러(~9월), 직전급여 70% 보전(~12월)
급여보호 프로그램	신청기한 12.31로 연장	1,900억 달러 추가배정
노동자 세금 감면	급여 15,000불 이하 80% 세금 감면	급여 30,000불 이하, 65% 세금 감면
교육재개 지원	초중고교 지원 580억 달러 대학교 등 지원 420억 달러	수업재개 초중고교 700억 달러, 대학교 등 290억 달러, 인디언 교육청 10억 달러, 주정부 지원 50억 달러
코로나19 감염 법적책임 보호	N/A	5년간 학교, 기업, 병원 등을 대상으로 한 코로나19 관련 소송 금지
코로나19 진단지원	N/A	160억 달러 배정

- ✓ 캐나다는 중소기업 및 개인지원, 코로나19 확진자 및 확진자 가족 지원 중심 총 C\$ 820억 규모의 자금 투입 이후 별도 추가 부양책 시행계획은 없으며, 현재 C\$ 75억 규모 친환경 에너지 인프라 프로젝트 자금 배정을 위한 검토 작업 중

## 4. 시장 변화 동향 - GVC

북미

### ▶▶ Global Value Chain (GVC)



## 4. 시장 변화 동향 - GVC

북미

### ▶▶ Global Value Chain (GVC)

#### 01. 핵심 제조업 국내이전

- ✓ 해외 공급망에 의존하고 있는 24개 주요 산업 중 첨단장비, 반도체 등 12개 산업이 **공급망 이전을 단행했거나 단행할 계획**
- ✓ 특히, 12개 산업 중 반도체, 소프트웨어, 자동차, 원부자재 등 10개 산업이 **현재 공급망을 북미로 이전하겠다고 응답**

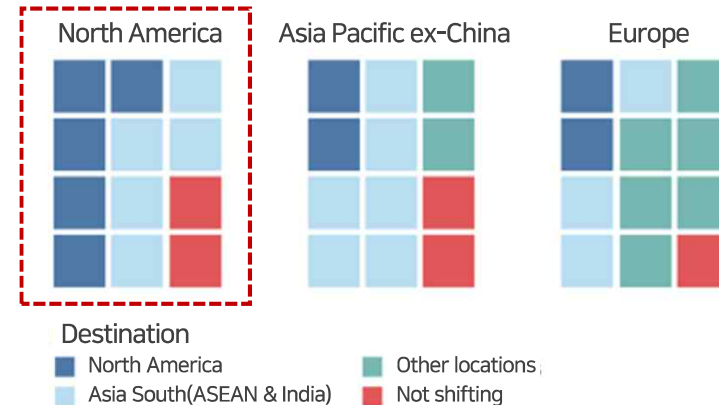


#### 2021 Key Point

- 바이든 대통령당선자의 Made in All of America Plan은 트럼프 대통령과 오바마 전 대통령의 산업정책 혼합형태
- 첨단산업, 미래 신성장산업 중심 리쇼어링 정책 강화와 자국 기업 해외 생산제품 수입 관세 상향 조정 등 추진 예상

중국, 아시아진출 미국기업 국내이전 가능성 증가

#### < 북미기업 리쇼어링 희망지역 >



#### < 산업별 북미기업 리쇼어링 의사 유무여부 >

산업	유무여부	산업	유무여부
첨단장비	●	자본재	●
반도체	●	원부자재	●
소프트웨어	●	의료바이오	●
가전/의류	●	식품	X
유통	●	가정용품	X
자동차/자동차부품	●	식품/생필품 유통	●

\* 자료원: Bank of America

## 4. 시장 변화 동향 - GVC

북미

### ▶▶ Global Value Chain (GVC)

#### 02. 공급선 전환 및 해외거점 이전

- ✓ 미중 통상분쟁으로 인한 비즈니스 여건 악화도 핵심 사유이나, 중국정부정책 변화, 인건비 상승, 각종 규제증가 등이 근본적 원인
- ✓ 생산제품의 최종 소비국가 또는 인접지역 이전을 통해 물류비용 절감과 안정적 생산·공급체계 구축을 희망하는 것으로 분석

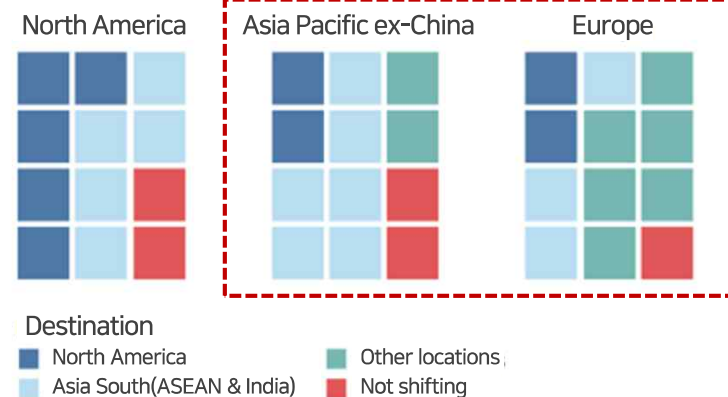


#### 2021 Key Point

- 바이든 대통령당선자의 대 중국 정책은 강도차이는 있으나, 공정한 시장경제체제 및 인권이슈 등으로 압박 강화 예상
- 동맹국 연대 및 공조강화 기조에 따라, 脫중국 수요 국내 흡수 기회 확대 및 국내기업의 미국진출 여건 개선 전망

對中 견제 지속으로 우리기업 기회와 위기 공존

#### < 북미기업 리쇼어링 희망지역 >



#### < 산업별 북미기업 脫중국 의사 유무여부 >

산업	유무여부	산업	유무여부
첨단장비	●	자본재	X
반도체	●	원부자재	●
소프트웨어	X	의료바이오	●
가전/의류	●	식품	●
유통	●	가정용품	X
자동차/자동차부품	●	식품/생필품 유통	X

\* 자료원: Bank of America



## 4. 시장 변화 동향 - GVC

북미

### ▶▶ Global Value Chain (GVC)

#### 03. USMCA 활용 북미 RVC 구축

- ✓ 자동차, 철강 등 미국 제조업의 경쟁력 강화가 예상되며, 회원국 간 수출장벽 완화로 **대체 공급선 활용가치 상승**
- ✓ 제도적 RVC 구축 여건 조성 및 물류, 공급기일 단축 등의 이점으로 **아시아 GVC 대비 일부 강점을 보유한 것으로 분석**

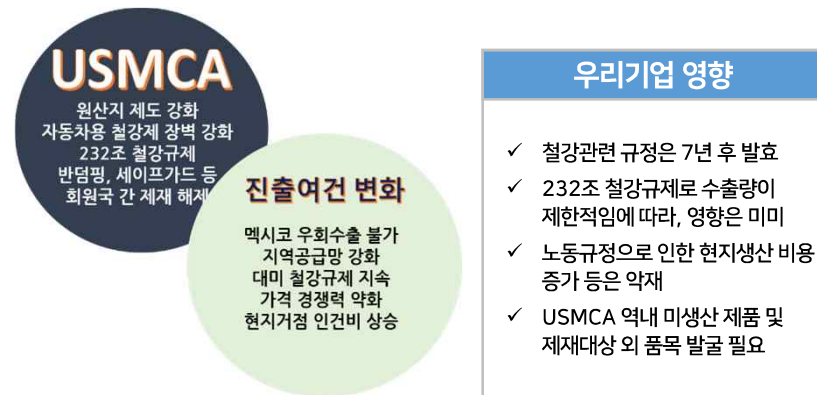


#### 2021 Key Point

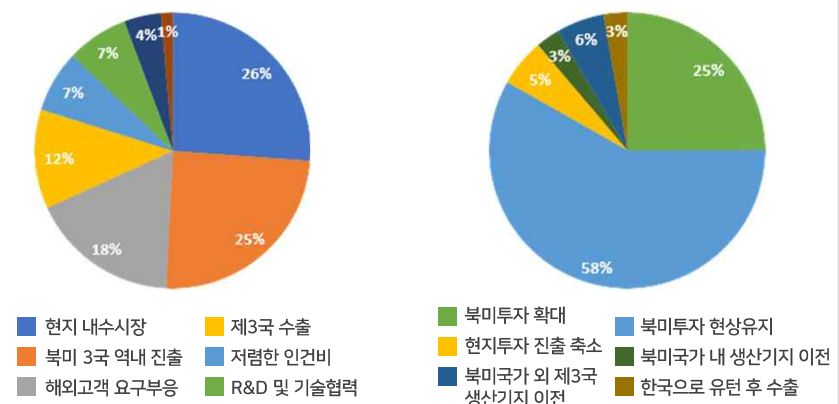
- USMCA를 통해 미국을 생산거점으로 한 미-캐-맥 3개국 협력 강화 및 Super RVC 구축 가능성도 배제 불가
- 한미, 한캐 FTA 활용 확대를 통한 대기업 주도의 대중소 동반 투자진출 등을 통해 북미 RVC 참여 확대 필요

USMCA 발효로 미국, 캐나다 진출여건 개선

#### < 철강분야 USMCA에 따른 여건 변화 >



#### < 북미시장 진출 사유 및 USMCA 대응 전략 >





## 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

### ▶▶ Consumer Market

➤ Keyword : Post Covid-19, The Next Normal

Trend	Consumer Behavior	업계 대응
Value & Essential	절약, 필수품 중심 구입	식품, 생활용품, 가정용품 등 생필품 중심 마케팅 강화 
Digital & Omnichannel	온라인 쇼핑 득세	온라인 서비스, 온오프라인 융복합서비스 확대 
Shock to Loyalty	브랜드 충성도 감소	PL 브랜드 비중 확대 
Caring Economy	위생관념 강화	친환경, 항균 마케팅 
Homebody Economy	집콕생활	DIY, 홈엔터테인먼트 강화 

## 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

### ▶▶ Consumer Market

#### 01. 생필품 마케팅 강화

- ✓ 가용소득 감소 및 미래 불확실성으로 소비심리가 위축되면서 소비자들은 식료품, 가정용품, 홈엔터테인먼트 外 지출 축소
- ✓ 특히 외식, 가전제품 등에 대한 지출 의향이 대폭 감소한 것으로 나타났으며, 화장품 등에도 소비 감소동향 감지



#### 2021 Key Point

- 소비시장 위축이 지속되면서 품목별 부익부 빈익빈 현상이 이어지고 있으며, 가격이 구매결정에 핵심 기준
- 주요 유통망도 인기제품 外 신규 주문 감소, 신제품 시판 보류 재고상품 우선 판매 등으로 제조업체 진입여건 악화

특정품목 수요집중, 제품별 진출여건 차이 확대

#### < 미국 소비재 제품별 구매 의사 조사결과 (McKinsey) >

Food and grocery	Groceries	
	Snacks	
	Tobacco products	
	Takeout/delivery	
	Alcohol	
	Quick-service restaurants	
	Restaurant	
Apparel	Footwear	
	Apparel	
	Jewelry	
	Accessories	
Household	Non-food child products	
	Household supplies	
	Personal-care products	
	Skin care & makeup	
	Furnishing & appliances	
Entertainment	Home entertainment	
	Outside entertainment	
	Books & prints	
	Consumer electronics	
Services	Pet-care services	
	Fitness & wellness	
	Personal-care services	
Travel & transportation	Gasoline	
	Vehicle purchases	
	Short-term home rentals	
	Travel by car	
	Cruises	
	Adventures & tours	
	International flights	
	Hotel/resort stays	
	Domestic flights	

# 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

## ▶▶ Consumer Market

### 02. 온라인, 온오프라인 융복합 서비스

- ✓ 아마존 등 온라인 유통 매출이 31.8% 이상 증가함에 따라, 기존 오프라인 유통망도 온라인 마케팅 비중 확대
- ✓ BOPIS (Buy Online, Pick up in Store), 구매대행 서비스 보편화, 오프라인 매장은 온라인 유통 물류센터로 전환



#### 2021 Key Point

- 중국형 Live Commerce 등 신개념 온라인 마케팅 기법 경쟁적 도입 (Amazon, Google, Facebook 등)
- AR, VR 도입, 오프라인과 유사한 소비자 경험 제공
- Physital, Omni-Channel 등 융복합 서비스 확산

온오프라인 모두를 갖춘 기업이 생존하는 시대

### < 미국 주요 유통 리테일러 온라인 전환 사례 >

기업	온라인 매출	사례
Target	195%	공산품 외 신선/냉동식품 BOPIS 서비스 확대
BestBuy	242%	오프라인 매장을 도시 내 물류거점으로 활용
Walmart	97%	미국 내 5,000개 매장 BOPIS 서비스 제공
Starbucks	N/A	400개 매장 폐쇄, BOPIS 거점으로 재편

### < 미국 소비자 품목군별 온라인 서비스 이용현황 >

Food & grocery	Groceries	
	Snacks	
	Tobacco	
	Takeout & delivery	
	Alcohol	
Apparel	Footwear	
	Apparel	
	Jewelry	
	Accessories	
Household	Non-food child products	
	Household supplies	
	Personal-care products	
	Skin care & makeup	
	Furnishings & appliances	
	Over-the-counter medicine	
	Vitamins/supplements	
Entertainment	Entertainment at home	
	Books, magazines, newspapers	
	Consumer electronics	
Fitness & wellness		

## 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

### ▶▶ Consumer Market

#### 03. PL브랜드 수요 증가

- ✓ 코로나19 이후 원부자재 수급 불안 및 완제품 품귀현상 등이 지속되면서, 브랜드 중심 소비에서 Availability 중심 소비로 전환
- ✓ 대형 온오프라인 유통망의 PL제품이 품질과 가격 경쟁력을 갖추면서 수요증가 및 세부 품목 다양화 진행 중

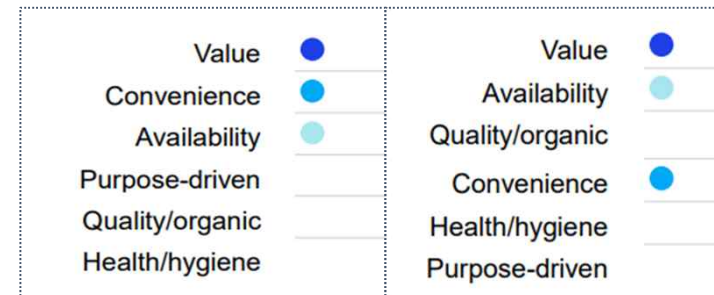


#### 2021 Key Point

- 가격경쟁력 중심의 PL 시장이 코로나19 이후, 미국 유통망의 핫이슈로 부상하면서, 브랜드 이미지 구축과 고급화 진행
- PL제품에 대한 소비자들의 인식도 긍정적으로 변화하는 추세이며, 대형유통망과 중소 브랜드 간의 PL브랜드 협업도 증가

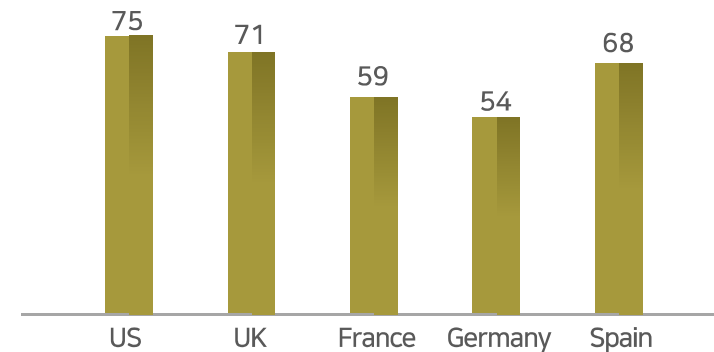
PL 브랜드 수요증가, 취급상품 다변화 진행 중

#### < 코로나19 이후 새로운 매장 이용 및 새로운 브랜드 구입 이유 >



\* 자료: McKinsey

#### < 코로나19 이후 소비 패턴을 바꾼 소비자 비중 >



\* 자료: McKinsey



## 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

### ▶▶ Consumer Market

#### 04. Caring Marketing

- ✓ 미국 소비자들의 소매점 방문 시 가장 중요하게 생각하는 요소는 **매장의 청결과 고객 접점의 위생관리**
- ✓ 또한 판매제품의 위생 수준과 포장재 등도 구매결정의 핵심 요소로 부상하였으며, **Sustainability에 대한 인식도 강화**

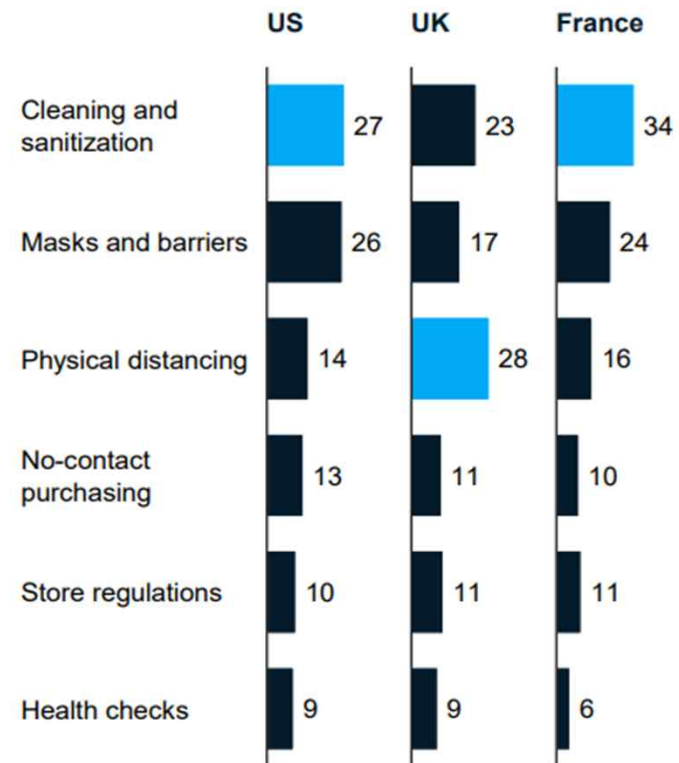


#### 2021 Key Point

- 개인 위생용품, 살균용품 및 오프라인 매장 비접촉 결제방식 선호도 증가에 따라 관련 용품 수요 대폭 증가
- 기업의 종업원 위생관리 및 감염방지를 위한 장치 마련 등도 코로나19 시대 고객들의 구매결정요소로 등장

위생관리 체계가 고객 유치의 관건으로 부상

#### < 미국 및 유럽 주요국 소비자의 외부 소비활동 시 매장선택 기준 >



\* 자료: McKinsey

## 5. 시장 변화 동향 - 소비시장

북미

### ▶▶ Consumer Market

#### 05. 집콕생활

- ✓ 외부활동에 대한 거부감이 증가하면서, 코로나19 초기 OTT 서비스 수요의 폭발적 증가를 경험
- ✓ 최근 이러한 트렌드는 구매대행, 배달서비스, 의료서비스 등으로 확대되고 있으며, 신규 서비스 플랫폼 출시 증가



#### 2021 Key Point

- 코로나19 상황 장기화로 북미 소비활동은 디지털화가 5년 이상 앞당겨진 것으로 평가
- 현지 온라인 플랫폼 구축 및 비대면 서비스가 가능한 기반 구축이 미국 진출의 선제조건으로 부상

자체 또는 기성 플랫폼 활용 온라인 서비스 중요

#### < 미국 소비자 분야별 온라인 서비스 이용 현황 >

Entertainment	Online streaming	
	Watching e-sports	
	Playing online games	
	TikTok	
Delivery	Restaurant delivery	
	Grocery delivery	
Food & shopping	Quick-service restaurant drive through	
	Restaurant curbside pickup	★
	Store curbside pickup	★
	Buy online for in-store pickup	
Communications	Videoconferencing: professional	
	Video chat: personal	
	Remote learning: self	
	Remote learning: my children	★
Wellness	Spending time outdoors	
	Online fitness	
	Wellness app	
	Digital exercise machine	
	Telemedicine: physical	★
	Telemedicine: mental	★

★는 50% 이상 수요증가 분야

\* 자료: McKinsey



### III

## 2021년 기회요인과 진출전략

# 1. 코로나19 이후 북미시장 SWOT 분석

북미

## 강점(Strength)

- 세계 최대 경제 블록
- 경제, 산업 트렌드 선도
- 풍부한 천연자원
- 첨단기술 및 산업의 메카

## 약점(Weakness)

- 성장세 둔화 및 수요 감소
- 정치적 불확실성 증가
- 높은 노동비용
- 시장 진입장벽 상승

- (신정부)인프라 투자확대
- 정보통신 서비스 시장 성장세
- 의료바이오, 환경산업 각광
- Sustainability 인식 강화

- 자국산 우대정책
- 환경규제 강화
- 로컬 메이드 선호도 증가
- 마케팅 채널 감소

## 기회(Opportunity)

## 위협(Threat)



## 2. 코로나19 이후 북미시장 진출 전략

북미



정보통신, 의료바이오, 친환경 등 미래 성장산업 공략 확대

### ▶▶▶ 북미지역 5G 기술 혁신과 투자 강화

- ✓ (트럼프 대통령) 차세대 통신망 5G 이니셔티브 발표 및 관련 규제 철폐, 5G 펀드 조성 등을 통해 향후 글로벌 통신시장에서 주도권 쟁취 의지 발표
  - 향후 10년간 약 204억 달러의 예산을 5G 무선통신망 구축에 투자 전망

### ▶▶▶ 신재생에너지 및 기타 친환경 산업 중심 진출 확대

- ✓ (바이든 당선자) 그린 뉴딜에 준하는 차세대 환경-경제 융합 정책을 공약으로 제시하고 2050년까지 탄소배출 제로 목표 제시
  - 10년간 연방 예산 1.7조 달러 투입 및 주정부, 민간기업으로부터 총 5조 달러 투자유치



[ 바이든 당선자 공약 관련사항 ]





## 2. 코로나19 이후 북미시장 진출 전략

북미



### 디지털 플랫폼 기반 소비자 마케팅 확대 및 온라인 활용 확대

#### ▶▶▶ 비대면 시대, 디지털 마케팅으로 승부

- ✓ 온라인 쇼핑 수요의 폭발적 증가에 따라, 대형 오프라인 유통망에 의존한 북미진출 구조를 현지플랫폼과 자체 플랫폼을 활용한 온라인 중심으로 전환
  - 對북미 소비자 진출방식을 B2B 중심에서 B2C로 전환하고 온라인을 매개로 한 viral 마케팅 강화 필요

#### ▶▶▶ Clean, Green, Sustainability 등 로컬 시장 트렌드 활용 강화

- ✓ 코로나19 확산으로 기존 Sustainability 트렌드가 일부 계층에서 시장 전체로 확산됨에 따라, 주력 수출 소비재인 화장품, 식품 등 생활소비재 마케팅 전략 수정
  - 지방정부의 환경규제 강화에 따라, 제품성분, 포장재 등에 대한 기준도 상향 조정되는 추세로 전략적 대응 필요



## 2. 코로나19 이후 북미시장 진출 전략

북미



정부조달 시장을 활용한 안정적 진출 기반 확보

▶▶▶ (신정부) 우방국 연대강화 정책 및 정부조달 확대 정책 활용 추진

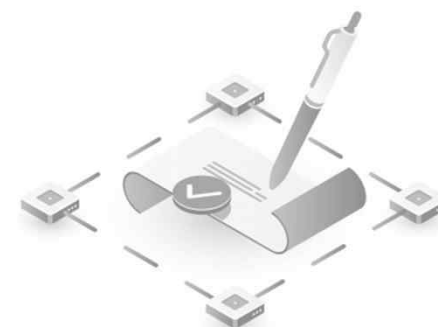
- ✓ 바이든 당선자 첫 임기 4년 간, 연방조달 및 R&D 투자에 총 7천억 달러를 투입하여, 미국 연방정부 조달시장은 1.3조 달러로 확대 전망
  - 전기차, 친환경 에너지, 5G, 초경량 소재, 인공지능 등 차세대 첨단기술에 투자가 집중될 예정

▶▶▶ (신정부) 연방정부 주도 SOC 신규투자 프로젝트 참여

- ✓ 교육시설 현대화, 도로, 농어촌 통신망, 대중교통 시스템에 1,800억 달러 투입 예정
  - 2025년까지, 미국 인프라 현대화 및 노후시설 정비에 최대 4.5조 달러 소요 전망



[ 바이든 당선자 공약 관련사항 ]



## 2. 코로나19 이후 북미시장 진출 전략

북미



### 투자진출 및 로컬기업 전략적 제휴 등 현지화 추진

#### ▶▶▶ (신정부) 미국 공급체인 재건 정책 활용 기업간 투자 및 제휴 강화

- ✓ 집권 후 100일 내 미국 제조업 서플라이체인 검토 및 공급체인의 문제점과 구조적 한계를 점검하고 국내 산업 성장 기반 마련을 위한 세부 정책 추진 예정
  - 미국 내 제조업 활성화를 위한 세제혜택 및 보조금 지급, 주요국 무역협정 이행점검 강화 등 추진 예정

#### ▶▶▶ (신정부) 우방국과의 협력확대 기조 활용, 한-미 산업 협력 모멘텀 마련

- ✓ 연방정부의 니즈가 집중된 첨단산업 중심 교류를 확대하고, 양국 협력 분야를 반도체, 소프트웨어, 의료바이오, 환경산업 등으로 업그레이드 할 수 있는 기회 확보
  - 미국이 필요로 하고 우리가 적정 수준의 기술을 보유한 산업 위주의 협력 채널 구축 필요



[ 바이든 당선자 공약 관련사항 ]








# IV

## 2021 시장진출 유망품목

# 2021 시장진출 유망품목

북미

유망분야	세부품목	선정사유
 <b>무선통신장비 자율주행 전장부품</b>	5G 통신망 장비 공공 와이파이 장비 차량용 센서, 디스플레이 반도체	미연방정부 5G 투자확대 지자체 스마트시티 조성 프로젝트 증가 자율주행차 보편화 IT기기, 데이터센터 구축 수요 증가
 <b>의료바이오</b>	바이오시밀러 복제의약품 디지털 헬스케어	바이든 신정부 의료체계 개선추진 미 정부 바이오시밀러 도입확대 코로나19로 원격진료 및 자가진단 수요 증가
 <b>클린뷰티 친환경 소비재</b>	천연 화장품 식물성, 유기농 식품 친환경 용기	Clean, Green 키워드가 소비시장의 핵심 가공식품 지양, Vegan, Gluten Free 인기지속 친환경 규제법안 발효로 플라스틱 사용 불가
 <b>화장품</b>	스킨케어 기능성 화장품 기타 소품	온라인 플랫폼에서 가장 인기있는 제품으로, 온라인 유통망은 물론 SNS를 활용한 D2C 마케팅으로 안정적 매출 유지 가능

# 2021 시장진출 유망품목

북미

유망분야	세부품목	선정사유
 <b>의료</b>	원격진료 플랫폼 원격진료 장비	코로나19 확산 이후 보건네트워크 기능 약화 정부 주도의 원격진료 활성화 및 보급 확대
 <b>생활</b>	홈트레이닝 플랫폼	비대면 서비스 선호도 확대로 기존 오프라인 피트니스 센터 및 퍼스널 트레이너 수요가 온라인 기반으로 이전되면서 시장 70% 성장
 <b>교육</b>	이러닝, 교육콘텐츠	국공립, 사립 교육기관의 온라인 수업 비중이 확대되면서, 이러닝 콘텐츠 수요 증가 집콕 장기화로 유아아동용 교육 플랫폼 인기
 <b>보안</b>	시큐리티 서비스	재택기업 증가, 공공시설 인력 최소화 등으로 방법 등 보안네트워크 현대화 수요 대폭 증가
 <b>제조업</b>	3D 프린팅	산업용 3D 프린팅 수요가 증가하면서 2019년 시장규모 45억달러, 전년대비 24% 성장 제품설계 자동화, 소재다변화 추세로 인기 지속



# 감사합니다

북미지역본부장 | kotra

