

---

# 국내 아웃도어 현황 조사 및 경쟁력 강화방안 연구

---

2015. 08.

한 국 니 트 산 업 연 구 원

# I. 아웃도어 산업의 개념 및 분류

## □ 아웃도어란?

- 인도어(Indoor)에 상대되는 단어
- 도시를 벗어나 자연과 인간이 활동(Activity)을 통해 접목하는 것
- 자연을 매개체로 행하여지는 비경쟁적이고 동력을 사용하지 않는 친자연적 행위



## □ 아웃도어 패션

- 자연에서의 소박한 생활을 지향하는 아웃도어 라이프에서 파생된 패션
- 야외 스포츠나 레저 활동을 위하여 적용되는 의복→최근에는 '집 밖에서 착용하는 모든 활동복'으로 개념 확대
- 등산복, 스키복 등의 산악활동을 위한 의류부터 조깅복, 자전거, 수상스포츠 등 다목적 스포츠 의류까지 통칭함

## □ 아웃도어 산업의 분류



⇒ 아웃도어 활동을 4개 영역으로 분류, 각 활동 영역에서 “몸을 보호하기 위하여 기능적(functional)으로 착용하는 의류제품, 모자, 가방, 신발 및 기타 몸을 보호하는 소품과 의류 위한 기능성 소재”로 구분

## Ⅱ. 국내외 아웃도어 시장 현황

### ① 국내 아웃도어 시장 현황

- 최근 5개년 연평균 성장률 25.0%로 2014년 7조원, 2015년 약 8조원의 시장으로 추정
- 현재 국내 아웃도어 산업은 성장기를 넘어 성숙기에 돌입!!
- 아웃도어 패션트렌드가 현재 및 미래 패션산업을 주도할 전망 - 2012년부터 5개년 연평균 성장률 13.2% 전망

| 아웃도어 패션시장 규모 및 성장률 추이

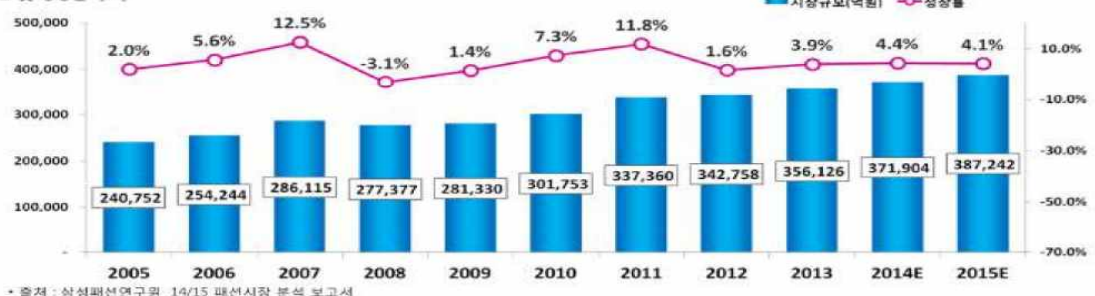


- 경기침체에도 불구하고 아웃도어 시장은 패션시장 성장률의 4.4%를 상회하는 성장률 9.4%를 보임
- 아웃도어 패션시장이 전체 시장의 15.1% 점유
  - \* 2011년부터 10%를 상회하는 점유율 상태
  - \* 아웃도어 사업의 비중이 점차 커지면서 패션사업의 주도적인 역할 수행

| 아웃도어 패션시장이 전체 시장에서 차지하는 비중(점유율)

2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년(E)
2.6%	3.4%	4.2%	4.3%	5.2%	6.5%	8.2%	9.4%	12.1%	15.4%	16.6%	15.1%

| 한국 패션시장 규모 및 성장률 추이



○ 국내 아웃도어 시장의 확대 요인

- 국내 소득 수준의 향상 및 주 5일 근무제 정착에 따른 여가시간 확대 → 레저 인구의 증가
- 라이프 스타일의 변화에 따른 다양한 액티빌, 페스티벌, 캠핑의 등장
- 저성장, 저금리, 저환율 3저 시대에 따른 소비 위축 → 개인 여행 및 휴식에 따른 투자 집중
- 아웃도어 패션제품의 사용용도 다변화 → 차별화된 아이템으로 넓은 소비자 층 형성
- 녹색성장시대의 도래 → 자전거, 올레길 걷기 등의 유행에 따른 아웃도어 제품의 수요 증가
- 제품의 감성적 디자인 및 기능성 향상으로 시장 확대
- 유명 연예인을 이용한 스타 마케팅의 영향

○ 국내 아웃도어 시장은 국내 시장에 직진출한 해외브랜드들과의 주도권 경쟁 심화

\* 국내 수입시장이 연평균 성장률 15.6%로 성장 → 무역역조현상 심화 초래

| 아웃도어 의류 수입액 추이

2000년	2005년	2010년	2013년	2015년 E	연평균증가율	
					00~05	06~10
US\$ 265,992천 (한화 3천억)	US\$ 452,497천 (한화 5천억)	US\$ 935,281천 (한화 1조 1천억)	US\$ 1,444,826천 (한화 1조 6천억)	US\$ 1,930,773천 (한화 2조 1천억)	11.2%	15.6%

\*산출근거: 한국무역협회, 한국무역통계 KOTIS, \* 아웃도어 의류만 계상(가방, 신발, 안경 제외)

○ “카테고리 다각화와 신시장 창조”가 시장 포화상태를 극복할 장치

- =====
- ⇒ 다수의 아웃도어 품목이 다양해지고 세분화되는 단계에 이르면, 지속적인 성장과 역동적인 산업 확산 가능
- ⇒ 기존의 아웃도어 기업들은 등산복 시장은 포화상태에 도달했다고 판단, 후발주자들과의 경쟁 대신 캠핑, 골프라인 등으로 확장, 선회하는 경향 → 다양한 용품 시장이 부각되며 동반 성장세
- =====

## ② 해외 아웃도어 시장 현황

○ 글로벌 아웃도어 의류시장은 181억불(19조 9천억원) 추정

- 세계시장 최근 5년간 연평균 성장률 4.4%

\* 미래에도 3.5% 성장 전망

\* 세계 최대 시장인 유럽은 금액적으로는 소폭 감소하였고 반면, 미국과 중국은 증가

구 분	2013년(F)	2015년 (exp)	2017년 (exp)
세계 시장 규모	US\$ 181억 (한화 약 19조9천억)	US\$ 194억 (한화 약 21조3천억)	US\$ 208억 (한화 약 22조9천억)
미국 (점유율)	US\$ 28억(15.5%) (한화 약 3조 8백 억)	US\$ 29억(14.9%) (한화 약 3조 2천 억)	US\$ 31억(14.9%) (한화 약 3조 4천 억)
유럽연합 (점유율)	US\$ 66억(36.5%) (한화 약 7조 6천 억)	US\$ 70억(36.1%) (한화 약 7조 7천 억)	US\$ 75억(36.1%) (한화 약 8조 2천 억)
중국 (점유율)	US\$ 10억(5.5%) (한화 약 1조 1천 억)	US\$ 12억(6.2%) (한화 약 1조 3천 억)	US\$ 13억(6.3%) (한화 약 1조 4천 억)

\*출처: Writing Solutions, Aroq Limited in United Kingdom, November 2012.

- 산출근거: 2013년까지 5개년 연평균 4.4% 성장으로 추정된 자료 기준. 2017년은 4개년 3.5% 성장으로 전망한 자료

○ 아웃도어 산업은 다양한 낙수효과로 국제 경제 활성화를 견인하는 주요 산업으로 평가됨

- 2014년 미국 아웃도어 시장 규모는 약 130조

- 미국인의 아웃도어 참여율은 2000년 이래 50% 이상 기록, 꾸준한 시장규모 유지

\* 아웃도어 활동에 소비되는 연간지출액, \$465(어패럴 \$137) : 금융, 헬스케어 다음으로 큰 비중 차지

\* 아웃도어 제품의 판매 시장 규모(\$121), 이와 관련한 여행 유발효과(\$525)로 약 4.5배, 70조 이상의 경제 유발효과를 가짐

○ American Outdoor Market

- 세계 1위 시장으로 안정적인 시장을 유지하며, 다양한 아웃도어 활동의 개념 확립

- Fitness Activities, snow sports, water sports 등 다양한 아웃도어 활동이 인기를 끌며, 시장을 구축함

\* 1950년대 서핑에서부터 출발하여 60's 백팩킹, 70's 조깅, 80's 등산 및 해변 스포츠가 아웃도어 시장의 확대를 주도

\* 이와 같은 아웃도어 시장의 확대는 미국의 Urban style 유행 변화에 따른 영향으로 파악 됨

- 아웃도어 시장에서 Walking의 비중이 54%로 매우 높으며, 세계적인 흐름에 따라 당분간 유지될 것으로 전망

### ○ Chinese Outdoor Market

- 중국 아웃도어 산업은 소비자 라이프스타일 성장 추세에 따른 비약적 성장이 기대
- 선진국 시장에 비하여 낙후되어 있으나, 시장 전체의 시장가능성과 함께 아웃도어 시장의 성장 가능성이 큼
- \* 중국의 아웃도어 산업은 막 성장기에 돌입, 기존 산업 노동력의 분할에 의하여 유리한 조건 보유
- \* 과거 10년 동안 연 평균 49% 성장
- 향후 40% 이상 고속 성장하며, 2015년 600억 RMB시장 규모를 달성할 것으로 예상

## Ⅲ. 아웃도어 수출입 동향

### ○ 국내 아웃도어 제품의 수출입 현황 분석

- 분류기준 : 한국 무역협회, 한국무역통계 HS코드 10단위 기준
- \* 2004년~2013년, 10년간의 무역수지, 수출입동향, 세계 주요국의 시장 점유율 현황 분석
- \* HS 코드 분류 기준은 다음과 같음
- 총 6개 품목에 대한 동향 분석 진행
- \* 아웃도어 별도 항목이 없으므로 일부 아웃도어 외, 스포츠 및 레저용품까지 포괄하여 집계되었을 수 있음

구분		HS code	설명	
의류	재킷	6210201000	제5903호의 직물로 만든	남성용 의류
		6210301000	것(PU코팅된 2L, 2.5L,	여성용 의류
		6210401000	3L 원단으로 만든 재킷	기타 남자 또는 소년용
		6210501000	및 의류)	기타 여자 또는 소녀용
	남성용 윈드 재킷	6201910000	남자 또는 소년용의 오	양모 또는 섬수모제의 것
		6201920000	버코트, 카코트, 케이프,	면제의 것
		6201931000	클룩, 아노락, 윈드치터,	합성섬유의 것
		6201990000	윈드재킷 등 이와 유사한 의류	기타 방직용 섬유제의 것
	여성용 윈드 재킷	6202910000	여자 또는 소녀용의 오	양모 또는 섬수모제의 것
		6202920000	버코트, 카코트, 케이프,	면제의 것
		6202931000	클룩, 아노락, 윈드치터,	합성섬유의 것
		6202990000	윈드재킷 및 이와 유사한 의류	기타 방직용 섬유제의 것

구분		HS code	설명	
	스키슈트	6211201000	스키슈트	인조섬유제의 것
		6211310000	트랙슈트, 스키슈트, 수영복 등	양모, 섬수모제의 남자용
		6211320000		면제의 것
		6211331000		합성섬유제의 것
		6211390000		기타 방직용 섬유, 남자용
		6211410000		양모 또는 섬수모제의 것
		6211420000		면제의 것
		6211431000		인조섬유제의 것
		6211490000		기타 방직용 섬유제의 것
신발	스포츠용 신발	6402190000	바깥바닥을 고무, 플라스틱	기타
		6402911000	틱, 가죽 또는 합성레더로, 감피는 가죽으로 만든 것	발목을 덮는 것(방한화)
		6402992000		농구화, 체조화 등
		6403190000	바깥바닥을 고무, 플라스틱	기타
		6403912000	틱, 가죽 또는 합성레더로, 감피는 방직용 섬유로 만든 것	발목을 덮는 것(방한화)
		6403992000		등산화
		6404110000	바깥바닥을 고무, 플라스틱, 가죽 또는 합성레더로, 감피는 방직용 섬유로 만든 것	스포츠용 신발류
	스키부츠	6401921000	방수신발류	발목을 덮는 것(스키부츠)
		6402120000	바깥바닥과 감피를 고무 또는 플라스틱으로 만든 신발류	스키부츠, 크로스컨트리 스키화 및 스노보드 부츠
		6403120000	바깥바닥을 고무, 플라스틱, 가죽 또는 합성레더로, 감피는 가죽으로 만든 것	스키부츠, 크로스컨트리 스키화 및 스노보드 부츠
장갑		4203212000	의류부속품, 운동용으로 특수 디자인 한 것	골프장갑
		4203213000		스키장갑
		4203214000		모터사이클 장갑
		4203216000		테니스장갑
		4203292000	기타	방한용 장갑
		6216001000	장갑류	플라스틱, 고무 침투, 도포 또는 마복한 것
		6216009000		기타
가방		4202112000	트렁크, 슈트케이스, 서류가방, 학생가방 및 이와 유사한 가죽, 합성가죽, 플라스틱, 방직용 섬유제 등으로 전부 또는 피복하여 만든 것	표면이 가죽인 것
		4202122000		표면이 방직용 섬유인 것
		4202199000		기타
모자		6506119011	모자류	합성섬유제의 것
		6505009021		운동모
텐트		6306220000	타포린, 천막, 차양, 텐트 및 캠프용품	합성섬유제의 것
		6306290000		기타 방직용 섬유제의 것



○ 국내 아웃도어 제품의 무역수지 현황

- 2004년부터 지난 10년 간 국내 아웃도어패션제품의 무역수지는 적자규모가 크게 확대됨
- 이는 내수시장 확대에 따른 수입급증, 국산 제품의 국제 경쟁력 열세에 따른 수출 감소가 원인

(단위:천달러)

	2004년	2007년	2010년	2013년	2014년
아웃도어 의류	-70,898	-405,977	-695,080	-1,746,547	-2,136,025
(재킷)	2,291	-29,153	-108,925	-335,437	-427,682
(남성용 윈드재킷)	-6,063	-75,761	-200,793	-622,922	-757,682
(여성용 윈드재킷)	-29,082	-82,638	-201,925	-459,832	-570,872
(스키슈트)	-38,044	-218,425	-183,437	-328,358	-380,238
가방	-92,687	-170,886	-206,939	-248,413	-256,679
모자	-	-	-	-37,903	-47,456
장갑	-15,318	-27,224	-62,379	-73,979	-73,838
신발	-207,183	-543,860	-762,525	-1,211,400	-1,460,834
(스포츠용 신발)	-199,253	-525,979	-742,661	-1,178,448	-1,433,438
(스키부츠)	-7,930	-17,881	-19,864	-32,952	-27,396
텐트	916	-8,769	-25,187	-102,142	-95,482
전체	-385,170	-1,156,716	-1,752,110	-3,420,384	-4,070,314

출처 : 한국무역협회, 한국무역통계 기준

○ 국내 아웃도어 패션산업의 수출 현황

- 2004~2007년 미국, EU 등의 섬유수입쿼터 폐지로 후발 개도국에 시장을 잠식 당함에 따라 수출이 감소함
- 2010~2013년 국내 기능성 소재 기업의 국제적 경쟁력 확보 및 고기능성 제품 개발을 통하여 수출 증가세 기록
- 주요 수출시장인 미국, 일본, EU의 수출은 평균적인 하락세를 보인 반면, 대중국 수출의 비중이 비약적으로 증가함

(단위:천달러)

	2004년	2007년	2010년	2013년	연평균증가율	
					04~07	08~13
아웃도어 의류	111,756	41,131	45,238	74,081	-15.8	13.4
(재킷)	14,538	2,246	4,798	4,046	-21.3	13.4
(남성용 윈드재킷)	50,843	6,704	5,976	18,357	-21.7	29.0
(여성용 윈드재킷)	24,186	6,735	8,172	14,294	-18.0	18.7
(스키슈트)	22,189	25,446	26,292	37,384	3.7	7.8
가방	16,152	16,769	10,865	39,839	1.0	22.9



	2004년	2007년	2010년	2013년	연평균증가율	
					04~07	08~13
모자	-	-	-	23,533	-	-
장갑	12,043	12,902	7,926	5,879	1.8	-9.1
신발	134,826	77,003	98,063	134,837	-10.7	12.5
(스포츠용 신발)	134,472	76,999	97,603	133,489	-10.7	12.2
(스키부츠)	354	4	757	1,348	-24.7	5,600
텐트	6,463	2,224	3,101	2,529	-16.5	2.3
전체	281,240	150,029	165,193	280,698	-11.7	14.5

출처 : 한국무역협회, 한국무역통계 기준

#### ○ 국내 아웃도어 패션산업의 수입 현황

- 국내 아웃도어 제품 수입은 2000년대 이후 지속적으로 높은 증가율을 보임
- 의류의 경우, 비약적인 내수 시장 증가로 중국과 베트남 생산 공장에서의 역수입 증가에 따라 높은 수입 증가 유발
- 중저가품은 중국, 베트남 등지에서 수입, 고가제품은 이탈리아, 독일을 비롯한 유럽, 미국, 일본에서 수입함

(단위:천달러)

	2004년	2007년	2010년	2013년	연평균증가율	
					04~07	08~13
아웃도어 의류	18,654	447,108	740,318	1,820,628	14.8	12.6
(재킷)	12,247	31,399	113,723	339,483	15.2	15.1
(남성용 윈드재킷)	56,906	82,465	206,769	641,279	7.7	14.5
(여성용 윈드재킷)	53,268	89,373	210,097	474,126	10.1	13.5
(스키슈트)	60,233	243,871	209,729	365,740	18.8	5.6
가방	108,839	187,655	217,804	288,252	10.5	5.8
모자	-	-	-	61,436	-	16.7
장갑	27,361	40,126	70,305	79,858	8.0	8.3
신발	342,009	320,863	860,588	1,346,237	11.2	9.0
(스포츠용 신발)	333,725	602,978	839,967	1,311,937	11.2	9.0
(스키부츠)	8,284	17,885	20,621	34,300	13.4	8.0
텐트	5,547	10,993	28,288	104,671	12.4	14.9
전체	666,410	1,316,745	1,917,303	3,701,082	11.4	10.1

출처 : 한국무역협회, 한국무역통계 기준

○ 2014년 수출입 현황

- 전년대비 수출과 수입 모두 증가율이 큰 폭으로 감소하여, 국내 시장규모가 다소 안정화 되었다고 판단됨
- 그러나 여전히 수입액이 수출액의 약 15배를 상회하고 있어 이에 대한 대책마련이 시급함

(단위:천달러)

품목명	수출실적				수입실적			
	2013년		2014년		2013년		2014년	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
아웃도어 의류	74,081	63.8	78,731	6.3	1,820,628	145.9	2,216,756	21.6
가방	39,839	266.7	67,377	69.1	288,252	32.3	324,056	12.4
모자	23,533	-	31,329	33.0	61,436	-	78,785	28.2
장갑	5,879	-25.8	6,380	8.5	79,858	13.6	80,218	0.5
신발	134,837	37.5	104,203	-22.7	1,346,237	56.4	1,565,037	16.3
텐트	2,529	-18.4	2,323	-8.1	104,671	270.0	97,805	-6.6
전체	280,698	69.9	290,343	3.4	3,701,082	93..	4,360,657	17.8

출처 : 한국무역협회, 한국무역통계 기준

## IV. 글로벌화를 위한 정책 제언

### 국내 아웃도어 산업의 강점과 약점

#### ① 인력 및 디자인 현황

- 상품기획 및 디자인 인력 부족
- 시장 수요 대응 제품에 대한 개발 미흡(제품화 과정교육 부재)
- 기업에서는 신입의 재교육비용 절감을 위해 3년 이상의 경력자 선호
- 낮은 임금 및 열악한 근무환경에 의한 조기 퇴사로 3년 이상 경력 디자이너가 절대 부족
- 아웃도어 브랜드의 급증으로 인력 부족 현상이 매우 심각
- 아웃도어는 기능성+실용성 및 디자인이 조합되어야 하는 분야로 전문적인 지식과 노하우를 필요로 함
- 일회적인 디자이너들과의 협업은 디자인력 향상에 한계를 지님

## ② 소재 및 생산현황

- 범용 소재 생산능력은 우수, 고감성/고기능성 소재개발 미흡
- 고가의 gore-tex, windstopper사용으로 로열티 해외유출 심각
- 중국의 유 기술 발전으로 저가형 고품질 범용 소재 시장을 장악함
- 국내 아웃도어 산업은 우수한 생산기술 및 품질관리 노하우를 보유함
- 생산인력의 고령화, 젊은 인력 유입 단절로 생산성 향상에 한계
- 대다수의 브랜드는 자체 기술개발 보다 마케팅 및 유통에 주력
- 과도한 시장 경쟁에 따른 제품 품질 및 기능성 저하로 시장의 신뢰성 하락의 부작용 발생

## ③ 브랜드/유통 및 마케팅

- 세계적인 글로벌 브랜드 부재
- 무분별한 시장 진출로 각 브랜드 특성에 따른 제품의 오리지널리티 확보 및 마케팅 전략 부재
- 소비자 지향의 내수시장/바이어 지향 OEM 수출에 의존
- 해외 시장 진출 전략의 미흡으로 유럽 및 유럽시장 진출 후 가시적 성과를 올리지 못하고 있음
- 글로벌 시장의 '친환경 패션 경영' 전략에 대한 대응이 부재 : 국내 아웃도어 브랜드의 환경 인식 및 대처가 필요함

## 글로벌화를 위한 기본 방향

### ① 생산기반 강화

- 아웃도어 산업단지 조성
  - 기능성 섬유소재와 아웃도어 섬유패션 제품의 연계 및 효율적인 공동 기술개발 진행을 통한 제품의 고기능화 및 품질향상 유도 가능
  - 분산되어 있는 산업 인프라의 재편 및 체계화를 통한 인프라 내 시너지 창출
  - 아웃도어 산업단지 조성을 통해 해외에 있는 가공 및 봉제공장을 다시 한국으로 유입시키고, 이에 따른 지역경제개발 및 일자

## 리 창출 등의 파급효과 기대

### ○ 기술역량 확충을 통한 특성화·전문화

#### - 품목별 차별화된 맞춤형 기술지도

\* 다양한 아웃도어 품목별 특성 분석 및 기업에 따른 맞춤형 기술 지도

\* 해외 전문가 및 코오롱, 제일모직, LF 등 의류 대기업 퇴직 기술자 등을 활용한 영세 업체들의 기술지도 제공

#### - 공동 R&D Center를 통한 애로기술 해결

\* 산업 전반의 애로기술 해결 및 불량 제품에 대한 결함 원인 분석, 대책에 대한 기술지도/지원, 신기술 보급

### ○ 지속가능한 생산 시스템 구축

#### - 친환경 글로벌 생산 시스템 구축을 위한 클린사업장 조성 사업 지원 및 네트워크 구축

\* 생산과정 및 환경, 근무여건 등에 대한 원칙 강화 → 생산기반의 환경 개선

\* 친환경 인증 획득을 통한 친환경 기업의 이미지 구축

#### - 작업환경 개선, 3D 업종 탈피를 통한 젊은 인력 유인

## ② 기술 및 인력개발

### ○ “복합기능성 소재개발”을 통한 아웃도어 패션제품의 고부가가치화

#### - 극한의 외부환경에서 신체를 보호해 주는 기능이 진화하는 소재 차별화가 필요

\* 초경량, 기능성, 활동성, 에코, 자연친화, 쿨비즈 6대 기능이 아웃도어 소재의 핵심

#### - 각 브랜드 특성에 맞는 자체 소재 개발 진행

\* 컬럼비아 Omni-Heat, 노스페이스 Hyvent, 네파 e-Vent, 블랙야크 아크테릭스 등

#### - 패션트렌드를 주도하는 색상, 문양, 외관디자인 등도 중요

### ○ 독창적 디자인 기술 개발

#### - 아웃도어 산업현장의 수요를 반영한 디자인 교육 시스템 구축

- \* 대학 패션디자인학과의 교육을 스타일리즘과 모델리즘 모두를 균형있게 교육할 수 있도록 교육 과정 개편
- \* 산업현장의 수요 반영을 위한 현장실습의 학점화

- 아웃도어 활동에 따른 동작 특성, 패턴, 색상, 문양 등의 디자인 요소에 대한 전문 지식 교육
- 글로벌 아웃도어 디자이너 및 전문가 컨설팅을 통한 국내 브랜드의 독창성 확보 및 디자인 경쟁력 증진



#### ○ 아웃도어 산업 전문 인력 양성

- 아웃도어 섬유패션산업 산학 협력협의회 설립 → 산학협력 아웃도어 패션제품 개발 프로젝트 추진
- \* 예비 졸업생 및 석/박사급 연구 인력의 프로그램 참여를 통한 핵심 전문가 양성
- \* 산학 공동개발 과제 수행을 통한 실무경험 부여 및 아웃도어 산업체로의 취업 유도
- 아웃도어 패션산업 연구기반 구축
- 아웃도어 전문대학, 최고경영자 과정 신설을 통한 전문가 양성 시스템 마련


### ③ 글로벌 브랜드 창출 및 마케팅력 강화

#### ○ 토종 아웃도어 브랜드의 브랜드 가치 확보

- 해외 전통 아웃도어 브랜드의 국내 시장 진출 확대와 아웃도어 제품 세분 환경에서는 토종 브랜드의 생존전략 “브랜드 밸류 강화”가 차별화

**콜핑 KOLPING**  
  


- 1983년 출범하여 30년 동안 자연의 가치를 소중하게 여기는 마음으로 KOLPING이란 아웃도어 전문 브랜드 설계
- ‘친근한 브랜드’, ‘실력있는 브랜드’, ‘신뢰받는 브랜드’를  
목표로 순수 국산 브랜드로서 스포츠 시장 점유 1위를 목표로 전개 중
- 글로벌 아웃도 브랜드로의 도약을 위해 브랜드 전략 및 글로벌마케팅 가동
  - 베이징 ISPO 및 난징아웃도어 전시장을 구성하여 중국을 중심으로 글로벌 시장 진출
  - 2015년에는 독일 아웃도어 쇼를 시작으로 유럽시장 타겟의 공격적 마케팅 진행 예정



○ 글로벌 시장으로의 해외진출 및 마케팅 지원

- 중국 등 신흥시장 개척 도모를 위한 국내 아웃도어 브랜드의 해외 진출 지원
  - \* 시장 현황, 현지화 전략 수립 및 자립기반 조성 지원
  - \* 해외 주요국 아웃도어 활동 지역에 한국 아웃도어 섬유제품 체험장 및 멀티샵 개설
  - \* 해외 인지도가 높은 한상 네트워크와의 교류를 통한 국내 아웃도어 패션 브랜드의 신흥시장 진출 공조
- 글로벌 아웃도어 전문 전시회 참가 및 개최를 통한 해외 바이어와의 지속적 유대관계 구축
- 한류 연계 마케팅 지원 : 아웃도어 제품제품 전시, 로드쇼 개최, SNS 홍보 영상물 제작 등
- 스포츠 마케팅 전략 구사
  - \* 매년 개최되는 각종 이벤트를 통한 대외 인지도 확보
  - \* 2018년 평창 동계올림픽 등을 활용한 국내 브랜드 이미지 제고 및 수출 증대 도모