국정감사 정책자료집

2012 지식경제위원회 국정감사

사람중심 일자리와 패션산업

2012.10

민주통합당
DEMOCRATIC UNITED PARTY

국회의원 전 순 옥

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

목 차

1. 국내 패션의류산업 발전방안 /.....03

2. 동대문 패션산업 현황 및 과제 /.....13

3. 강북섬유벨트 창설 방안 /.....20

4. 지역별 제조산업을 통한 일자리 창출 /.....24

5. 손기술 산업의 육성을 통한 고부가가치 패션산업 기반 구축 /...41

6. 패션지원정책 부처간 유기적 협력 /.....53

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

1. 국내패션의류산업 발전 방안

국내 패션의류산업 발전 방안

1. 국내 패션의류산업 현황과 구조적 문제점

(1) 산업 현황

□ 국내 패션의류, 고부가가치 창출 산업

○ 상품기획 - 봉제 - 마케팅으로 구성된 패션의류산업은 전·후방산업(소재, 유통)과의 밀접한 연계, 브랜드 가치를 결합되어 고부가가치 창출

- 부가가치율('09년) : 의류 48.0%, 제조업 평균 33.4%를 크게 상회

*상품기획·디자인, 마케팅 등 패션비즈니스 서비스가 패션의류의 고부가가치화 및 시장창출 등 산업 성장의 핵심 요소

□ 고용창출효과 매우 높아

○ 취업유발효과(명/10억원) : 의류 14.7, 화학제품 6.5, 전기전자 6.7, 조선, 7.3, 자동차 8.8, 일반기계 10.1

○ 패션의류 연관 산업 취업자 수('09년) : 총 45만명

- 섬유소재·가죽 11만명, 패션의류 14만명, 의류소매유통 20만명

□ 시장 규모는 승용차, 전자제품보다도 훨씬 커

○ 국내 패션의류시장은 패션제품의 다양화·고급화, 라이프사이클 단축 등으로 확대되어 '11년 40조원으로, 내수시장 전체의 13.5% 차지

<패션의류 소비관련 지표 현황>

단위 : 조원, %

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	연평균증가율	
								05~08	08~11
내수시장규모	30.36	32.34	33.90	33.16	34.95	38.12	40.36	3.0	6.8
내국인 소비지출	21.25	22.73	24.18	23.96	23.92	26.19	27.62	4.1	4.8
외국인 구매액	9.11	9.61	9.72	9.19	11.03	11.93	12.75	0.3	11.5

자료 : 통계청, 한국은행
주 : 외국인 구매액 = 내수시장 규모 - 내국인 소비지출

*국내 시장규모(조원) : 음식료품 67, 차량연료 51, 의류 40, 승용차 32, 가전제품 15, 컴퓨터·통신기기 13, 화장품·의약품 20

○ 최근 외국 관광객들의 의류구매가 동대문, 명동 중심으로 급증

*의류구매 : '11년 13조원, '08~'11년 기간 연평균 11.5%의 높은 증가

○ 내국인 의류소비도 경기부진에도 불구 4.8%의 견실한 증가

□ 생산과 부가가치 크게 증가

○ 국내 패션의류산업은 높은 내수증가, 경쟁력 확보 업체 중심의 산업구조 재편, 해외투자 둔화 등에 힘입어 생산과 부가가치가 증가

- 생산증가율(연평균) : '00~05년 4.5%→'05~09년 7.2%로, 2.7%p 상승

*서울시 생산 : '05년 9.6조원 → '09년 13.3조원으로, 연평균 8.4% 증가

- 부가가치증가율 : '00~05년 6.0% → '05~09년 7.1%로, 1.1%p 상승

□ 서울시에 업체 밀집

○ 패션의류업체들은 유통시장이 발달한 서울에 밀집

- 서울의 생산 비중 : '00년 66.4% → '09년 81.4%로 크게 상승, 절대적인 수준

- 서울의 사업체수 비중 : '00년 50.7% → '09년 53.6%로 상승

○ 서울시 중에서도 동대문시장권은 동대문시장 진출을 위해 업체가 밀집하면서 최대의 소비지인 동시에 최대의 생산지 역할 수행

- 동대문시장권(중구, 종로구, 동대문구, 성북구) 업체 비중 : '00년 37.8% → '07년 38.4%로, 0.6% 포인트 상승

- 동대문시장 인접권인 중랑구(10.4%)도 많은 사업체 밀집

□ 영세 업체 위주로 산업 재편

○ 국내 패션의류산업은 업체들이 높은 인건비 부담을 줄이기 위해 인력을 감축하면서 영세 업체 위주로 재편

- 즉, 업체들이 인력을 줄이면서 중견기업은 중소기업으로, 중소기업은 영세 업체(가내 수공업형, 가족생계형)로 전환

- 종사자 10인 미만 영세업체 비중 : '00년 83.4% → '09년 87.6%

(2) 구조적 문제점

□ 기획·디자인력 열세

○ 상품 기획력과 독창적인 디자인 개발력 부족으로 제품 고부가가치화 한계 및 시장 수요에 대응한 제품 개발 미흡

- 우리나라는 매년 7천여 명의 패션 디자인 인력이 배출되고 있지만, 상품 기획·마케팅 등 비즈니스 인력은 부족

- 신진 디자이너들이 낮은 임금(100만~150만원) 때문에 기업에서 1~2년 이상을 견디지 못하고 퇴사함으로써 독창적인 디자인을 개발할 수 있는 3년 이상 된 숙련 디자이너가 절대적으로 부족

□ 국내 패션브랜드 경쟁력 약화

○ 국내 브랜드들은 외국 글로벌 브랜드와의 경쟁력 취약

- 중소업체들은 브랜드 투자를 소홀히 하고, 대기업 브랜드들은 국내시장에 안주하여 글로벌 인지도가 미흡

- 이에 따라 우리나라는 세계 수준의 글로벌 브랜드 부재

○ 하이패션시장은 조르지오 아르마니, 프라다, 구찌, 버버리 등 글로벌 명품 브랜드가 장악

○ 글로벌 SPA 브랜드들이 매장 고급화, 높은 브랜드 인지도 및 토털 브랜드화를 통해 경쟁력을 확보하며 국내 토종 중소 브랜드들의 시장을 잠식

- 특히, 내수시장에서는 최신 유행을 빠르게 반영하는 Fast Fashion*을 요구하지만, 영세업체로 구성된 국내 패션의류업계는 이에 부응하지 못하고 있는 실정

*Fast Fashion : 최신유행을 즉각 반영하여 빠르게 생산, 저렴한 가격으로 유통

- 글로벌 SPA 브랜드의 매출액(억원) : 2008년 1,350 → 2010년 5,800 → 2011년 8,000, 5.9배 증가

* 유니클로 : 725('08) → 3,280('11), 4.5배, 자라 : 343('08) → 1,800('11), 5.2배 증가, H&M : 국내 진출 2년도 되지 않아 2011년 632억원의 매출 기록

* 백화점 : 유니클로 등을 대형 공간에 입점시키기 위해 국내 중소 브랜드 퇴출

* 최대 상권 명동 : 많은 국내 중소 매장들이 글로벌 SPA 브랜드에 밀려 폐업

□ 패션의류 제조기반 취약

○ 80년대 후반부터 생산공장의 해외 이전, 설비투자 감소, 인력 고령화 등으로 국내 제조기반 약화 및 제조업체들의 영세화 가속

- 특히, 국내 브랜드업체들이 가격경쟁력 우위를 확보하기 위해 저임금 국가에서 의류 소싱 확대 및 국내에서 봉제 축소

*사업체수(천개) : '95년 42.1 → '00년 30.6 → '05년 25.6 → '09년 22.6

*종사자 10인 미만 영세업체 비중 : '00년 83.4% → '09년 87.6%

○ 열악한 근로환경, 낮은 임금, 발전비전 부재에 따른 젊은 층 인력의 유입 단절 및 생산인력의 고령화로 인해 인력 부족 심화

- 인력부족률(%) : 11.1%, 특히, 종사자 5~9인 가내수공업 형태 봉제공장은 29%로 높은 수준

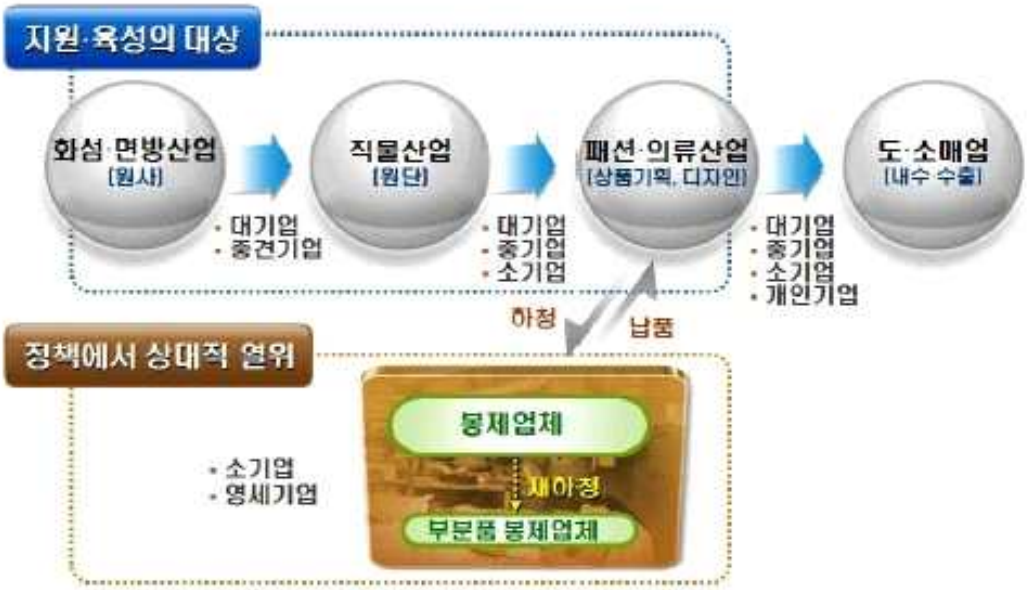
*인력고령화(%) : 40대 이상 92.6(40대 35.7, 50대 45.5, 60대 11.4), 20대 1.3

*임금수준 : 의류산업 182만원, 제조업 평균 258만원의 70%에 불과
특히, 봉제업체 인건비는 평균 152만원으로 더욱 낮아

*공장의 경우 임대료가 싼 지하공간에 많이 위치해 있고, 비좁은 공간, 환기문제 등 작업환경이 매우 열악한 상태

○ 특히, 패션의류 제조기반 위축에도 불구하고 그 동안 정책의 사각지대에 놓임으로써 경쟁력 크게 악화

- 하지만 이탈리아 등 패션 선진국들은 아직도 품목별 전문화된 생산 집적지 구축을 통해 패션제품의 글로벌 공급기지 역할 수행



· 오랜 생산현장 경험을 통해 전문기술과 지식을 습득한 숙련 인력을 활용하여 최고급 명품 생산

○ 이처럼 국내 패션 제조기반 취약 및 브랜드업체들의 해외 의류 소싱 확대 등으로 의류수입 급증

- 수입의류의 내수시장 점유율(%) : '90년 6.8 → '05년 25.2 → '11년 34.9로 크게 상승

2. 고용창출을 위한 패션의류산업 발전 방안

(1) 브랜드업체의 경쟁력 강화를 통해 젊은 인력의 고용 창출

□ 패션비즈니스 서비스 혁신역량 강화

○ 상품기획, 디자인, 마케팅 등 패션비즈니스 서비스 혁신역량 강화를 통해 국내 중소 브랜드의 경쟁력 강화

- 패션비즈니스 서비스분야에서 기획인력, 디자인인력, R&D 인력 등 유능한 젊은 인력의 고용 창출이 가능

○ 비즈니스 서비스 인력을 체계적으로 양성할 패션비즈니스 스쿨 설립

- 현장 적응력이 부족한 인력만을 양산한다는 대학교육의 문제점을 보완할 수 있도록 현장 교육 중심의 패션비즈니스 스쿨을 패션 전문대학원 형태로 개교

* 일본 사례 : '92년 우수한 패션산업 인재 육성을 목적으로 통상산업성(현 경제산업성)의 지원과 400여개의 섬유패션업체의 출원(50억엔)을 받아 "패션산업 인재육성기구"를 설립하고 '98년에 "패션비즈니스 스쿨"을 개교

○ 대학이 디자인 중심 교육에서 벗어나 패션비즈니스 교육을 강화하고 현장 중심의 패션 비즈니스 실무 교육을 위한 인턴십 프로그램 운영

- 방학을 활용하여 산업현장 교육을 직접 받을 수 있도록 대학 패션디자인 교과과정의 9학점 정도를 현장실습 학점화

○ 전통문화·예술을 접목한 지역 특화브랜드 육성 지원

- 예로 전주한지 - 백제전통 문양 - 니트패션을 결합한 특화 브랜드 개발 지원

□ 국내 중소 브랜드업체의 마케팅 활동 지원

○ 한류를 활용하여 국내 중소 브랜드 마케팅을 강화할 수 있도록 K-POP 스타 걸그룹 공연과 연계한 내셔널브랜드 컬렉션 개최 지원

*일본 사례 : Girl's collection을 통해 자국 브랜드 홍보

○ 중국을 제2의 내수시장화 할 수 있도록 국내 중소 브랜드의 중국시장 진출 지원

(2) 고급 패션의류 제조기반 구축을 통한 유휴인력 흡수

□ 지역 거점별 패션의류 제조업체 지원센터 구축

○ 패션의류 제조기반 유지를 위해 지역 거점별·업종별 지원센터 구축 지원

○ 특히, 동대문시장에 설립한 "패션비즈센터"가 중소 업체의 혁신역량 강화 및 제품 품질수준 향상을 유도할 수 있도록 운영

*정부는 견실한 중소 패션의류 제조업체 지원을 통한 산업 활성화를 위해 패션의류 제조업체 입주 및 업계 지원시설을 갖춘 "패션비즈센터" 건립

- 정부는 본 센터에 50여개 성장 유망 패션의류 제조업체를 발굴·입주시켜 패션의류산업 발전을 선도할 수 있는 선도기업(leading company)으로 육성

·가내수공업형 및 영세 소기업 지원을 통해 자생력 확보 가능한 자립형 업체로의 전환 유도

- 패션의류 제조업체와 대형 유통업체 및 동대문시장 등지의 도매업체와의 매치메이킹 시킬 수 있는 "마케팅연계센터" 구축

·이를 위해 패션의류 제조업체들의 생산품목 및 품질 수준 등의 D/B화

- 봉제기술 교육프로그램에서 교육을 받은 교육생은 물론이고 패션의류 제조업체에 취업을 희망하는 근로자들을 패션의류 제조업체에 취업을 연계해 줄 수 있는 "취업연계센터" 구축

· "취업연계센터"는 업체들의 부족 인력을 파악할 수 있는 시스템을 구축함과 동시에 구직자들이 언제든지 확인할 수 있도록 시스템 구축(구인 및 구직 D/B 구축)

□ 영세 패션의류 제조업체 전용 협동화 사업장 조성

○ 노동집약적 도시형 산업인 패션의류 제조업체의 경우 주부인력 등 유휴인력의 활용이 쉬운 주택이나 아파트밀집지역 등 도시 주변지역에 산재해 있는 것이 특징

○ 따라서 패션의류 제조기반 조성 차원에서 이러한 산재되어 있는 소규모 업체들을 입주시킬 수 있는 영세 패션의류 제조업체 전용 협동화 사업장을 지역별·업종별로 조성

- 특히, 클린사업장 조성을 통해 작업환경 개선 및 3D 업종의 이미지 탈피를 통해 젊은 인력 유인

□ 패션봉제 기술교육 강화

○ 패션의류 제조업체의 인력부족문제 해결을 위해 고령 인력의 재교육 및 장애인, 북한 이탈주민, 결혼이민자 등 취약계층 유휴인력 유인을 위한 봉제기술교육훈련 프로그램 개발

- 특히, 현장 인력의 재교육을 통해 다품종·소량 생산이 가능한 토탈 기능인력 양성

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

2. 동대문 패션유통의 현황과 과제

1. 동대문패션시장 현황

구분	상가명	설립년도	점포수(개)	주요 품목
재래 전통 도매 상권	광장시장	1905	5,000	원단, 부자재, 종합의류
	평화시장	1961	2,070	종합의류, 부자재
	동화상가	1969	600	단추, 라벨, 자수
	통일시장	1969	750	부자재, 남성복
	신평화패션타운	1969	1,100	내의, 종합의류
	동대문종합시장	1970	3,040	원단, 부자재, 혼수용품
	제일평화시장	1979	800	고급여성의류, 종합의류
	동평화시장	1980	1,600	브랜드 이월상품
	맥스타일	1980	430	종합의류
	남평화시장	1980	500	보세의류, 패션잡화
	광희패션몰	1980	750	가죽, 모피류, 보세의류
	AREA6	1980	730	가죽, 모피류, 캐주얼의류
	청평화시장	1984	730	보세의류, 이월상품
	신발상가A,B,C	1990	1,000	신발
	골든타운	1990	150	피혁, 원단
	우일프라자	-	180	원단, 부자재
	16개 상가		19,430	
신흥 도매 상권	아트프라자	1990	470	여성의류, 진의류
	디자이너클럽	1994	770	여성의류, 캐주얼의류
	스튜디오W	1996	450	정장류, 캐주얼의류
	팀204	1996	280	여성정장류, 캐주얼의류
	해앙엘리시움	1997	550	여성의류, 남성의류
	apm	1999	700	캐주얼의류, 잡화
	테크노	1999	160	남성의류, 여성의류
	뉴존	2000	1,500	캐주얼의류, 잡화, 임부복
	8개 상가		4,880	
서부상권 (소매)	밀리오레	1998	1,000	캐주얼의류, 잡화용품
	두산타워	1999	760	종합의류, 아동복, 혼수용품
	헬로 apm	2000	1,100	캐주얼의류, 잡화용품
	굿모닝시티	2008	400	캐주얼의류, 잡화용품
	4개 상가		3,260	

2. 동대문패션시장 특징

우리나라 의류패션산업은 서울 동대문·남대문지역 일대가 핵심적 역할을 해온 바, 이 지역을 중심으로 산업환경적 특징을 살펴보면, ①패션과 관련된 모든 산업의 지역적 집적화, ②세계최대의 QR 시스템(Quick Response System) 및 SCM을 갖춘 패션 완결지, ③전국 대상의 중앙도매산지이자 독특한 쇼핑문화 공간, ④외국상인들이 상시적으로 찾는 국제화된 시장 등임

(1) 의류패션과 관련된 모든 산업의 지역적 집적화

○ 동대문지역은 패션에 관련된 모든 원부자재와 봉제공장, 도소매판매서비스 등이 가까운 지역에 집중되어 있어 자기완결적 산업구조를 갖고 있음

- 동대문종합시장은 모든 원단, 원사 등 중요 원자재를, 동화시장은 국내 최대의 배지, 라벨, 장식 등 의류 부자재와 자수, 날염 등의 서비스를 제공
- 봉제공장들이 동대문 주변에 전문 생산분야에 따라 소규모로 밀집되어 있으며, 취급 아이템이 다양화되면서 1곳만이 아니라 2~3곳의 공장을 통해 신속하게 제품을 생산할 수 있음

○ 동대문지역은 크게 전통재래상권, 현대식 도매상권, 신흥소매상권으로 나뉘어 상가간 취급품목과 업태를 달리하고 있으나 원단 및 부자재·의류·패션을 총망라하고 있음

- 평화·신평화 등 전통재래시장은 의류를 포함해 패션악세사리, 가방, 신발 등을 원스톱으로 판매하며, 디자이너클럽 등 현대식 도매상권은 숙녀의류를 중심으로, 두타·밀fp오레 등에서는 10~20대를 주고객으로 의류패션관련 제품을 특화하여 판매하고 있음

(2) 세계최대의 QR 시스템 및 SCM을 갖춘 패션 완결지

○ 동대문(흥인지문) 1km 반경 내에서 기획-제조-생산-판매가 동시에 이루어지는 세계 최대의 QR시스템 및 SCM을 갖춘 패션 완결지로서, 타 시장에 비하여 진입장벽이 낮고 동대문 패션상품의 백화점 진출, 브랜드 런칭 등이 활성화되면서 고학력 패션 전문가들의 유입이 많아지고 있음

- 동대문지역은 종로5가 광장시장부터 청계8가 신설종합시장까지 약2Km
- 1일 매출액 800억원, 연간 매출액 약 10조원
- 1일 유동인구 40만명, 입국외국인 49%가 동대문 방문

○ 동대문지역의 점포들은 독립형 소기업으로 기획-생산-판매가 동시에 이루어지는 QR시스템(Quick Response : 신속한 물류대응) 및 SCM(Supply Chain Management : 공급망관리)를 갖춤으로써, 고객의 수요를 즉각적으로 만족시키며 패스트 패션(Fast Fashion)시장을 장악할만한 인프라를 보유함

- 시장내 상인 혹은 디자이너는 시장변화나 판매에 관련된 정보를 신속하게 입수, 반영하여 상품을 기획하고 의사결정과정이 빠름
- 다품종 소량생산 및 단납기 시스템에 의한 경쟁력 확보
- 수평적 구조 속에 치열한 경쟁을 거친 생존노하우의 축적

○ 국내 의류패션산업에서 동대문지역은 약3만6천개의 매장을 통해 '패션인큐베이터'의 기능을 하고 있음
- 국내 내셔널브랜드에 비해 소규모·소자본으로 위험부담을 최저화시키며, 다양한 브랜드 런칭의 실험과 상품판매 경험을 축적함

(3) 전국 규모의 패션 도매시장

○ 동대문시장은 전국 의류유통의 30%를 차지하여 경인지역은 물론 부산, 제주도 등 전국의 지역 도소매상들이 의류구입을 위해 동대문을 방문함

- 전통재래시장 뿐 아니라, 90년대 이후 현대화된 도매상가로 전국 소매상인들이 급증
- 서부상권의 소매점들은 동부상권의 도매상가들로 부터 물건을 공급받아 상호경쟁과 협력관계를 형성함
- 2000년 이후 10년 간 유동인구는 1일 60만 명에서 75만 명으로 증가함 (출처 : 매일경제, 2011.9.11)

○ 인터넷패션유통 및 패스트패션의 급성장 등으로 인한 동대문패션 수요 증가함. 특히 2005년 청계천 복원사업 이후 해외 관광객 등을 포함한 패션 유동인구가 급증하고 있음
- 유행상품의 개발로 인터넷패션상품의 80%가 동대문패션 상품임

(4) 국제화된 패션시장

○ 다양한 상품구색과 합리적 가격으로 인해 외국 도매상인들의 방문급증
- 동대문지역을 찾는 해외 바이어의 대부분은 중국, 대만과 일본이 70% 이상을 차지하며, 최근에는 중앙아시아, 남미, 아프리카 등지에서도 중저가 의류제품을 구매하기 위한 해외바이어가 급증하고 있음

- 특히 다양한 디자인샘플에 의한 오더구매가 일상화되고 있으며, 바이어와의 신뢰관계에 의한 반복적, 일정규모 이상의 수출계약이 이뤄지고 있음

<동대문의 외국 관광객과 바이어 규모>

(명/%)

	연간 방문객 수	신흥소매상권	전통재래상권	현대식 도매상권	전체 비율
중국	320,000	32.1	20.3	36.8	29.2
일본	300,000	31.4	31.9	28.6	27.7
대만	130,000	11.1	11.5	16.1	12.1
홍콩	120,000	9.1	3.9	17.9	11.0
기타	220,000	16.4	23.3	10.7	20.2

출처 : Research Report by GS Brands, 2008.
조동성, 서울시의 패션산업 클러스터, 의류학회 동대문 세미나 발표문, 2011. 재인용.

○ 중국, 일본을 중심으로 해외 수출이 증가되고 있음

- 수출은 동대문 상인의 해외시장 직수출, 외국 바이어의 동대문 방문 구입, 해외브랜드와의 협력을 통한 방법 등 다양한 방식으로 이루어지고 있음
- 하지만, 이를 도매업체-수출프로모션업체-정부기관 등이 유기적으로 협력하는 종합적이고 체계적인 지원체계의 부재 속에 동대문패션의 해외수출은 자연발생적 수준에서 정체되고 있음

<동대문의 국가별 수출 비율 현황>

(%)

	신흥소매상권	전통재래상권	현대식 도매상권	전체 비율
중국	38.9	35.4	36.6	36.9
일본	22.2	34.5	23.9	29.4
대만	0.0	11.9	23.6	16.6
홍콩	0.0	8.0	12.0	9.3
기타	38.9	10.2	1.6	7.7

출처 : Research Report by GS Brands, 2008.
조동성, 서울시의 패션산업 클러스터, 의류학회 동대문 세미나 발표문, 2011. 재인용.

(5) 해외 관광객이 상시적으로 찾는 국제화된 복합관광문화공간

○ 젊은 층 대상의 상품구성으로 원스톱 쇼핑이 가능함
- 서울거주 10~20대 80%가 월1~4회 동대문시장 방문
(출처 : 한국섬유신문·SD패션디자인 공동설문조사 결과)

○ 다양한 이벤트 개최 등으로 패션상품 뿐 아니라 유희성을 동시에 제공하는 쇼핑문화공간으로 탈바꿈
- 연예인 초대, 패션쇼 등 이벤트 개최와 젊은 층의 문화적 욕구를 충족시킴으로서 산업집적 효과 극대화

○ 서울시 등에서 '동대문 패션 페스티벌' 개최
- 동대문상권을 찾는 시민과 관광객들에게 볼거리와 즐길거리를 함께 공유하는 문화축제임
- 인기연예인 공연 등 쇼핑이벤트와 패션쇼, 바이어초청 수출상담회, 사은 및 경품행사 등 다양한 프로그램을 제공함

3. 동대문지역 패션산업의 SWOT 분석

4. 동대문지역 패션산업의 문제점

○ 산업전반적 측면
- 중국산 저가격 패션상품의 유입으로 전 복종에서 급격한 매출 감소
- 저가격 할인매장 PB브랜드의 확대 및 가격파괴 의류상품의 출현
- 동대문지역 패션 종사자들의 협력체제 및 교류 부재

○ 생산 및 제조 측면
- 3D업종으로 분류되어 젊은 봉제인력의 수급부족으로 인한 노령화 가속
- 인건비 상승과 가내 수공업 형태의 열악한 근무환경
- 중국, 동남아국가들의 낮은 인건비를 바탕으로 한 저가 봉제시장의 잠식

○ 디자인 및 기획 측면
- 제도권 브랜드나 동일업종 히트상품의 카피를 통한 디자인력 약화
- 패션잡지 및 명품 브랜드 디자인 카피로 인한 차별성 저하
- 트렌드 변화, 유행상품 및 소비자 욕구에 대한 조사 분석의 부재

○ 유통 및 수출 측면
- 초저가 상품제공을 위한 인터넷에서의 중국산 초저가 상품의 범람
- 가격 및 품질, 디자인 등의 국제 경쟁력 약화로 인한 수출 저조
- 전문적인 유통인력 및 수출 인력의 부족

5. 동대문지역 패션산업의 활성화방안

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

3. 강북 섬유패션벨트 창설 방안

SECTION 1

서울 강북 섬유패션벨트 및 허브 구상

서울 강북패션벨트 시설구상

서울 강북 패션벨트의 시설과 활동내용	
패션특구(동대문)	· 동대문을 중심으로 패션진흥 벨트 조성 · 동대문디자인플라자(DDP) 연계활용
패션산업단지 조성 (서울 강북지역)	· 동대문을 중심으로 패션진흥 벨트 조성
지역패션허브센터 (RFC : Regional Fashion Center)	· 서울의 강남북의 패션문화산업의 연구개발 콘트롤타워 · 패션, 첨단영상, 경영마케팅, 문화콘텐츠, 전통문화 통합전개 · 베네통의 파브리카형 크리에이티브경영센터
토탈패션 집적센터 (TFC : Total Fashion Center)	· 패션, 섬유와 관련한 지역적 특성을 충분히 살릴 수 있는 센터 · 기술혁신을 주도적으로 창출하는 센터
패션혁신센터 (FIC : Fashion Innovation Center) - 대학	· 지역 특성을 고려한 패션 재교육 · 디자인 / 경영 / 마케팅 교육

SECTION 1

서울 강북 섬유패션벨트 및 허브 구상

서울 강북 패션벨트의 국가적 위상

서울 강북 섬유패션벨트와 동대문 섬유패션 특구는 전국 섬유패션 집적지의
제조 · 유통 산업을 컨트롤 하고 아시아 패션 명소 로 위상 강화

동대문 패션 허브(패션 특구)
아시아 패션 명소
동대문 패션의류 집적지
종로구 귀금속 집적지

경기북부(패션단지)
경기북부 염색 집적지
경기북부 염색업체, 2,500개
섬유종합지원센터(양주),
섬유소재연구소(양주),
신발피혁연구소분원(동두천), 염색공단

대구(패션특구)
'패션 지식기반 집적지구'
섬유패션 종합 클러스터(이시아폴리스)
대구 안경 집적지(대구 북구)
동남권패션특구

익산(귀금속)
익산 귀금속 집적지

부산(신발)
부산 신발 집적지

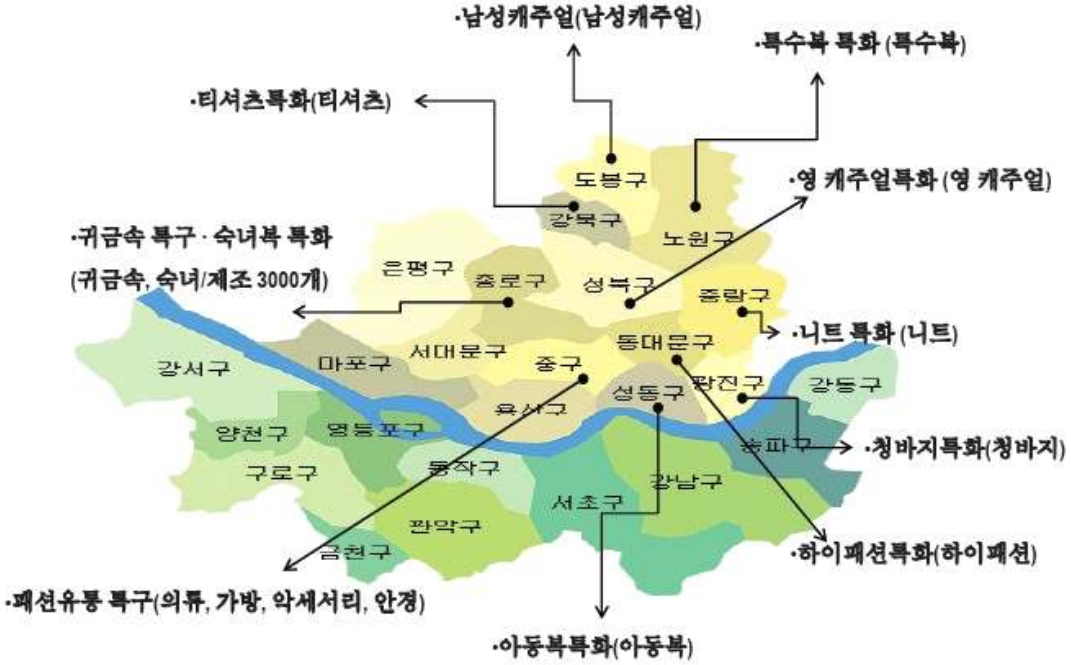
30

*서울 강북지역 일자리창출을 위한 동대문 섬유패션허브 창설 구상(황동열 교수)

SECTION 1

서울 강북 섬유패션벨트 및 허브 구상

서울 강북패션벨트 거점구상



SECTION 1

서울 강북 섬유패션벨트 및 허브 구상

서울 강북패션벨트 기능구상

아시아 패션의 메카

- **강북지역의 지역경제활성화 및 일자리창출 기회**
  - 강북지역의 열악한 지역경제의 돌파구 마련
  - 시민 모두가 참여하는 고용창출기회 확대
- **아시아 패션의 메카로 위상정립**
  - 기존 정책에서 이루지 못한 패션파우어의 응집과 분출구역할
  - 세계인이 공감하는 패션언어의 개발과 발신
- **국가 패션산업의 연구개발능력의 총아**
  - 고기능성 섬유 및 첨단스마트기술의 선도적 활용
- **강북지역의 패션도시브랜딩**
  - 서울 강북지역의 패션창의도시브랜딩
  - 일본패션협회, 생활문화를 살리는 <도시만들기> 사례
  - 중국 대련시 패션도시, 북경 798 군수공장터에 패션스튜디오 사례
- **Glocalism토탈패션 창조센터**
  - 강북지역만이 보유하고 있는고유 특성을 이해하는패션프로젝트
  - 고도 서울의 궁궐, 성곽, 스토리 등을 소재로 한 패션문화창출
- **패션킬러콘텐츠 발굴**
  - 'Made in Korea'를선도하고 한류스타가 참여하는 스타마케팅의 전형
  - 최상의 'K-life style' 구현, 바이어와 관광객이 참여하는 전시

SECTION 1

서울 강북 섬유패션벨트 및 허브 구상

패션문화산업 중심 동대문디자인프라자(DDP) 조성

디자인콘텐트경영의 한계

▪ 디자인콘텐트의 특성, 공간기능과 역할 관련하여, 수익구조 창출 및 경영요소 빈곤
– 국내의 문화시설에서도 연구, 자료보존, 교육기능 등은 운영비용을 고려하여 외부 관련기관 연계활용

· 프랑스 퐁피두센터 등 미술관 사례보다는 디자인산업연계 기능과 수익구조를 확보하고 있는 소니센터, 폭스바겐 아우토슈타트 등에 대한 경영사례분석이 필요함

아시아 패션중심 허브기능으로 전환검토

▪ 패션문화산업은 도시브랜딩을 위한 다양한 기능과 역할 수행
– 일본 도쿄의 패션매장은 최상의 미술관기능을 수행함 : 루이뷔통, 랑콤등
– 해외 최고 미술관, 박물관에서도 패션관련 전시회 개최, 성황
뉴욕구겐하임미술관 아르마니전시, 뉴욕 메트로폴리탄박물관 알렉산더 맥퀸전시회 성황

· 뉴욕패션위크, 파리패션위크는 도시 명소화및 관광객 증대를 위한 도시브랜딩 핵심요소임
· 동대문은 전통문화(궁궐, 성곽, 중요무형문화재등)를 활용한 한국적 패션브랜드의 발굴과 확산이 가능

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

4. 지역별 패션제조산업을 통한 일자리 창출

▪ 우리는 서울지역 패션산업을 주목해야 하나?

- 서울강북의 8개 구에 걸쳐 종사하는 사람만 **약 35만 명**이 넘는다.

- 재래식 패션제조시스템이며, **종사자 85%** 또한, **제도권 밖에 종사**하고 있다.
  (※ 패션제조 사업장의 약 85%가 사업자 등록증 없으며, 각종 사회적 보험도 없음)

- 전국 각 지역 **시장 네트워크를 갖춘 연계효과가 큰 거대 패션시장**이다.

- **여성인력이 높은 도심형** 노동집약적 제조산업이다.

- 패션의 제조와 유통 및 관련 부품 등이 집적화된 **최적의 인프라를 갖춘 지역임**

1 WHAT : 패션제조산업으로...

▪ 패션제조산업은

지속 가능한 **좋은 일자리**(3D ➡ 3L) 만들 수 있다!

3D		3L
힘들고(difficult) 더럽고(dirty) 위험한(dangerous)	좋은 일자리 ➡	배우고(learning) 자유로워지고(liberating) 삶을 바꾸는(life-changing)

▪ 좋은 패션 제조기업 모델화

업종별 패션제조산업 + Design 패션기업 + 지역별 문화산업 = 패션제조 전문기업 육성 / 패션문화 기업 육성

1 HOW : 지역별 특화를 통해...

- 지역별, 업종별 집적화된 **제조 특화지구**가 필요함

➡ 지역별 패션제조 전문기업 집적지 형성 : 일자리 창출

※ 패션 제조업공장수는 10개 구에 35,000개 약 20만 명 종사

구분	형태	내용	집적화 지구
종로구	유통 제조	귀금속 제조 약 3,000개	귀금속 특구 숙녀복 특화
중구	유통	의류, 악세서리, 안경 제조 약 2,400개	패션유통 특구
성북구	제조	제조 약2,700개	영 캐주얼 특화
성동구	제조	조사 안됨	아동복 특화
동대문	제조	제조 약 3,000개	하이패션 특화
중랑구	제조	조사 안됨	니트 특화
광진구	제조	조사 안됨	청바지 특화
강북구	제조	조사 안됨	티셔츠 특화
도봉구	제조	조사 안됨	남성 캐주얼
노원구	제조	조사 안됨	특수복 특화

2 패션산업 규모 및 종사자 현황

▪ 2009년도 우리나라 패션산업 규모는 37조 8,923억 원이며, 섬유산업을 제외한 협의의 패션산업은 2009년 20조 3,599억 원 규모로 전년대비 각각 6.8%와 9.6% 증가세를 보임

구분		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
광의	금액	42,614,651	39,960,189	39,514,496	33,003,332	32,609,853	32,931,819	35,475,144	37,892,315
	성장률	-	-6.2%	-1.1%	-16.5%	-1.2%	-1%	7.7%	6.8%
협의	금액	17,801,962	17,173,351	16,631,550	16,077,320	16,580,719	16,991,909	18,580,452	20,359,897
	성장률	-	-3.5%	-3.2%	-3.3%	3.1%	2.5%	9.4%	9.6%

** 품목별 수입비중은 섬유제품이 37.3%, 의류제품이 34.2%, 잡화가 28.5%로 엇비슷한 수준

▪ 국내 패션산업 규모는 전체 제조업 중 3.4% 규모를 차지하고 있는 반면, 사업체수는 11.3%, 종사자수는 7.6%를 점유하고 있음

- 국내 패션산업이 제조업에서 차지하고 있는 출하액 비중은 2002년 6.7%에서 2009년 3.4%로 점진적인 감소

-사업체수의 경우에도 2000년 제조업의 21.5%에서 2009년 11.4%로, 종사자수의 경우에도 2002년 14.3%에서 2009년 7.6%로 감소

* 패션산업 통계현황보고(2011), 한국콘텐츠진흥원

2 동대문지역의 패션산업 규모 및 종사자 현황

- 서울패션산업의 집중적 핵심역량은 있으나,(제조와 유통이 대규모로 집적화됨)

전문화되고 특화된 글로벌 경쟁력은 부족함

동대문지역 패션산업 현황	
관광특구 면적	58만 6,000㎡(동대문 상가)
상가 수 (원단/재료 포함)	27개 - 야간 도매상가 : 13개 - 기타 영업상가 : 14개
점포 수	3만 1,500개
주요 품목	의류, 잡화, 장신구, 생필품 등
시장 종사자	상인포함 약 15만 명 / 1일 유동인구 : 100만 명
연간 관광객 수/ 매출액	250만 명 / 1일 총매출액 : 약 500억 원
총 제조 공장 수/ 종사자 수	8개 구 35,000개 약 20만 명

2 패션산업의 문제점 1

- **세계적인 인력 배출수준에도 불구하고, 전문인력 공급 체계 미흡으로 수요공급의 불균형**

– 패션전문 교육과정에서 배출되는 인력은 연간 1만 명으로 세계적인 수준임에도 불구하고 전문인력은 부족한 인력 왜곡 상태

※ 패션산업(봉재 의복 및 모피) 전문가 인력부족률 : 6.22% (제조업 평균 4.97%) (중소기업청, 2008)
※ 섬유산업 종사자 평균연령(40.2세)과 의복 모피 종사자 평균연령(38.6세)은 제조업 종사자 평균연령 37.4세) 보다 상대적인 노령화 추세(노동부, 2008)

- **하청생산(OEM)에 의존하는 산업구조로 고유의 디자인 기획 능력 미흡**

- 한국패션기업의 경우 하청생산에 의존하고 있는 상태로 창의적인 디자인 기획 및 생산이 부진한 실정
- 한국의 라이프스타일 기반으로 패션 트렌드를 선도하지 못하고 서구의 디자인을 모방하는 수준으로 저부가가치 생산구조 고착
- 국내 고유의 패션트랜드를 해외 바이어에게 선보이는 국내 박람회의 경우 국제적 호응이 미흡한 이벤트성 행사수준이라는 평가를 받음

- **내수시장의 위축과 무역수지 악화로 한국패션 경쟁력 하락 추세**

– 국내 패션산업 성장률은 출하액, 업체 수, 종사자수 모두 마이너스 성장이거나 정체를 보이며 내수시장 위축 추세

– 중국, 인도 등 아시아 개도국들에 의한 시장잠식으로 패션산업의 수출 감소로 인한 대외무역수지 악화 추세 심화

※ 2005년 이후 패션시장 성장률 (0.3%), 업체수 증가율 (-0.9%), 종사자수 증가율 (-4.8%)
※ 한국 패션시장 수출 성장률 (-4.5%), 무역수지 성장률 (-16.7%)

<한국 패션 산업의 현황>

2 패션산업의 새로운 해석1

- **패션은 창의성을 중심으로 예술과 비즈니스 및 기술을 연계하여 창조산업 발전을 견인하는 역할을 수행**
- 패션은 예술적 요소인 패션디자인, 기술적 요소인 섬유생산 . 정보요소인 트랜드 및 마케팅 등 3개 분야가 융합하여 시너지 효과를 이끌어내는 산업
- 선진국의 경우 패션산업을 창조산업, 저작권 산업 분류에 포함되어 영화, 게임, 애니메이션의 문화산업 장르와 함께 같은 정책적 틀에서 육성 되어지고 있는 추세

※ 영국 문화부(DCMS), 유럽7연합(EU), 세계지적재산권기구(WIPO), 국제연합무역개발협의회(UNCTAD)의 창조산업 지원 범위에 패션을 포함하여 육성

2 패션산업의 새로운 해석2 - 당면 과제

- **창의적 아이디어를 중심으로 하는 창조경제의 부상**

- 산업 활동을 중시하는 문화산업의 개념으로는 시대적 변화를 수용하는데 한계를 느낀 서구의 여러 국가들이 창의성과 지적재산권을 강조하는 창조산업이라는 개념을 정립
- 창의경제 확산정책을 위해 정부부처와 공공기구 등의 네트워크 구축을 통한 유기적이고 통합적인 정책 추진

※ 영국, 네덜란드, 덴마크, 스웨덴, 호주, 싱가포르, 홍콩, 중국 등 창조산업을 표방하는 국가들도 창조적 아이디어를 핵심 투입요소로 삼고 다양한 정책을 추진하고 있으며, EU도 창조 경제의 분류기준 수립

※ 영국의 경우 '창조적 그물망(The Creative Grid)' 구축을 위해 교육, 지적재산, 기술 등 7개 분야의 워킹 그룹을 조직하여 창의적 인력을 양성하고, 창조산업을 육성하기 위해 관련 부처들을 통합적으로 조정

당면 과제	**창의성 증진을 위한협력 네트워크 구축을 통해 한국 패션문화 확산을 위한 국가 아젠다(Agenda) 마련**

3 숙련집약형 패션산업의 특성

▪ 숙련된 인적자원을 활용하여 패션제품을 생산하는 업종

- 현장 훈련과 교육을 통해 고도기술을 습득한 숙련인력이 기반

(※ 숙련인력: 유·무형의 체화된 고기능·고도 기술과 지식을 보유한 경력이 3년 이상인 인력)

▪ 상품기획(기획·디자인), 제조(봉제·가공), 마케팅 공정의 패션산업은 전·후방산업 (소재, 유통)과 밀접히 연계된 가치사슬 구조 형성

※ 제조(봉제 가공) 문제점 : 숙련집약형 패션산업과 전. 후방 산업에 지원과 투자가 이루어진 반면, 패션제조 부문에 대한 지원이 전무

3 숙련집약형 패션산업 육성을 위한 전략 – 제조기반 구축방향

일자리 창출 프로젝트 1

패션 특구 조건	제반 여건이 잘 갖춰진 패션 집적지를 '패션지식기반 집적지구'로 지정하여 한국대표 클러스터로 육성
패션 특구 내용	패션전용단지를 건립하여 선진국형 생산기반을 재구축하고, 패션지원시설 확충으로 고급 패션제조 기반을 강화해야 함

	패션 특구(1단계)	패션전용단지(2단계)	패션허브센터(3단계)
기능	제조, 유통 집적지	트랄 패션 제조공장	각 제조업체 밀집 + 종합지원시설
조성	2개 (동대문, 대구 성서공단)	패션 : 서울 강북지역 섬유 : 대구 성서공단	10개 지역 (지역별 패션업종 밀집지역)

3 숙련집약형 패션산업 육성을 위한 전략 - 내용

일자리 창출 프로젝트 1

패션 특구 역할

▪ 패션기업의 대표적 패션 집적지를 '패션지식기반집적지구'로 지정하고, 역동적인 '아시아 패션명소'로 육성(서울시 및 대구지역)

(※산업집적활성화및공장설립에관한법률 제22조에 근거한 지정절차 : 시도지사 지정요청→ 현장조사,지정심사→ 지경부 지정)

- 동대문지역 등을 '아시아 패션 허브'로 육성하여 패션실험 장(제조+유통)과 패션트렌드 발신기지로 발전

※(예) 동대문 지역 : 첨단기술의류기술센터 설립 , 패션창작 스튜디오 운영, 대구 : 봉무동 지정 추진('13년~)

패션 단지 내용

▪ 강북지역별로 '토탈패션 제조전용단지' 조성을 검토

- 의류, 귀금속 등 토탈 패션업종이 입주하고, One-Stop 단지 형태로 조성 추진 (산단공과 지자체등)

(※ 산단공 추진검토, 사업기간('13~'18년), 토탈 패션업종 위주)

< 강북 지역 >

- 지리여건: 내수시장인 동대문, 남대문 시장과 근거리 위치, 단납기 가능
- 주변환경: 섬유종합지원센터(양주), 섬유소재연구소(양주), 신발피혁연구소분원(동두천), 염색공단 등 반경 10km내
- 기업현황: 경기북부 염색업체, 2,500개 중소섬유업체 지원, 염색업체와 니트업체와 협업을 통한 완결형 생산 납품

3 숙련집약형 패션산업 육성을 위한 전략 - 방안

패션 특구 방안

▪ 전국에 산재한 패션기업들의 도달 패션화 및 클러스터화 촉진을 위해 **'토탈패션 집적센터(TFC)'** 신설

- 지자체 수요조사 및 타당성조사 등을 거쳐 전국에 10개소 설치

※ 토탈패션 집적센터 시범사업: '11년부터 추진, 국비 + 지자체 매칭

※ 전국의 패션 집적지를 중심으로 깨끗하고 저렴한 임대공장 (유휴건물 리모델링 또는 아파트형 공장 건립) 지원
: 부산, 동두천, 익산 등 우선 추진

기존	발전 모델	결과물
생산업체	< 패션제조업 >	고급제품 생산
패션인력	명품 제조 (숙련인력)	취업·창업, 경험축적
기술, 교육, 설비	+ 패션디자인 (패션디자이너)	맞춤형 종합지원 가능
	+ 기술지원,인력양성 (지원인력)	

참고 숙련집약형 패션산업 육성을 위한 전략 - 서울지역

특구 지정

▪ 패션기업(의류, 귀금속제조 + 브랜드유통)이 집적한 동대문 및 인근지역을 '패션지식기반집적지구'로 지정('13년)

※ 동대문지역: 8만개가 넘는 업체와 커뮤니티 형성, 패션 업중 기업들이 집적하여 교류활성화와 교육 등을 통해 경쟁력 제고

육성 방안

▪ 상품기획·생산·유통·쇼핑 등이 결합한 패션·귀금속 산업의 대표 패션 클러스터로 육성

- 패션 트렌드를 선도하는 '패션발신기지'로 발전시키고, 재미와 즐거움을 제공하는 '아시아의 패션 명소'로 육성

※ 한국의 패션실험실(제조+유통)에서 아시아 패션 허브로 발전

지원 방향	기 존	변 경
	(동대문) 패션의류 집적지 + 소싱처	동대문(고부가가치 지식산업 확산 + 아시아 쇼핑센터) + 종로(귀금속) ⇒ 아시아의 패션 명소
	(종로구) 귀금속	

참고 숙련집약형 패션산업 육성을 위한 전략 - 대구지역

특구지정

▪ 패션기업 및 섬유생산 기능을 집적한 대구 이시아폴리스 지역을 '패션지식 기반집적지구'로 지정('11년 ~)

※ 이시아폴리스 : 스포비즈연구센터, 대구텍스타일Complex, 한국폴리텍섬유패션대학, 복합상업.유통단지 조성 중, 이를 통한 one-stop 비즈니스 단지조성

육성 방향

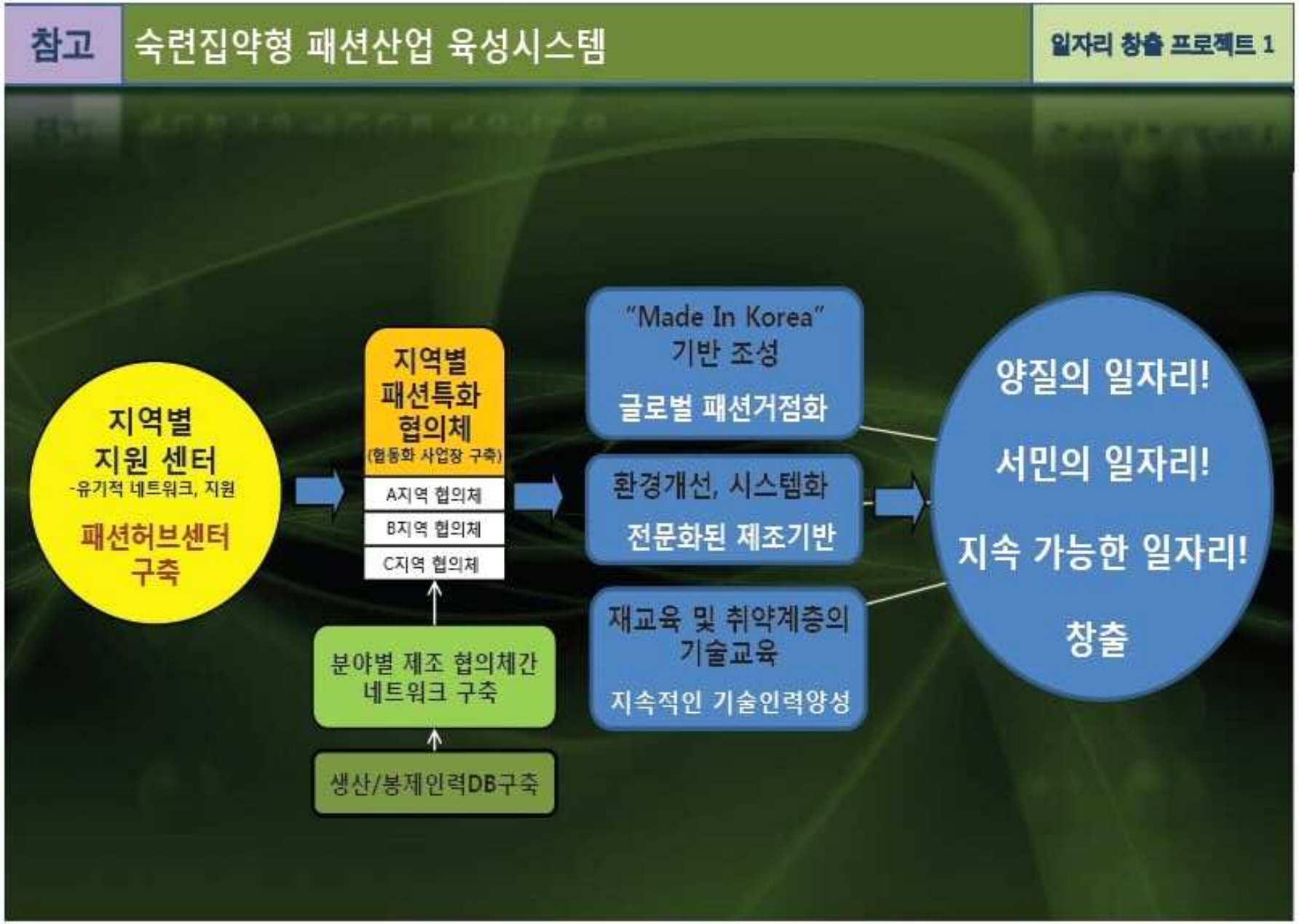
▪ 대구지역 섬유생산지를 활용한 패션제품의 연구개발, 생산, 유통 등이 결합한 '동남권 패션특구'로 육성

- 섬유 제조를 기반으로 의류패션(동구), 주얼리(남구), 안경산업(북구)를 연계한 '섬유패션 종합 클러스터'로 발전

※ 섬유패션 종합 클러스터 : 섬유기반(개발,생산,유통) + 토털패션제품화 센터 역할

지원 방향

기 존	변 경
이시아폴리스 의류패션 연구,생산,마케팅	이시아폴리스 (지식산업기반 고부가가치 의류패션 연구/마케팅) + 중구(주얼리) ⇒ 동남권 패션특구육성
(중구) 주얼리	


참고
숙련집약형 패션산업 육성시스템
지역별
지원 센터
-유기적 네트워크, 지원
패션허브센터
구축
지역별
패션특화
협의체
(협동화 사업장 구축)
A지역 협의체
B지역 협의체
C지역 협의체
분야별 제조 협의체간
네트워크 구축
생산/봉제인력DB구축
"Made In Korea"
기반 조성
글로벌 패션거점화
환경개선, 시스템화
전문화된 제조기반
재교육 및 취약계층의
기술교육
지속적인 기술인력양성
양질의 일자리!
서민의 일자리!
지속 가능한 일자리!
창출

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

5. 손기술산업 육성을 통한 고부가가치 패션산업 기반구축 방안

손기술 산업의 육성을 통한 고부가가치 패션산업의 기반구축 방안

1. 손(手)기술 산업

■ 손기술 산업 정의

○ 손(手)을 사용하여 지식·경험이 축적되어 고도의 기술과 창조적인 디자인이 결합된 결과물을 상품화하는 산업

▶이탈리아의 패션산업은 문화와 유통측면으로 접근하는 프랑스와는 달리 기술과 제조 측면으로 접근하고 있음

▶ 현재 우리나라는 손기술과 제조 측면으로 접근, 서울을 중심으로 보면 의류봉제(동대문 지역), 가방(성수동), 보석(종로), 시계·구두·신발(성수, 창신동) 등으로 분류할 수 있음

○ 오랫동안 축적된 전문기술을 통해 장인, 명품 기술자 등으로 일컬어지는 최고의 기술자들과 그들이 보유하고 있는 손기술에 대한 가지를 존중하고 활성화시킴으로서 명품화를 통한 패션산업의 경쟁력 제고

▶ 특히 이탈리아는 기술과 기술인에 대한 존중 및 다각적인 지원을 통해 각 지역특화산업을 발전시킴으로서 명품화를 통한 독특한 경쟁력을 보여주고 있음

■ 손기술 산업 육성의 필요성

○ 우리나라 패션산업은 섬유소재 및 유통산업과 연계되어 고부가가치를 창출하는 브랜드화 시대에 진입.

▶ 국내 패션의류시장의 규모는 라이프 사이클 및 제품의 질 향상 등으로 인해 2011년 40.4조원으로 내수시장 전체의 13.5%를 차지

▶ 2011년 기준 자동차 32조원, 가전제품 15조원, 컴퓨터·통신기기 13조원보다 큰 내수 시장 규모로, 매년 꾸준한 상승세를 나타내고 있음

○ 그러나 외국의 명품 글로벌 브랜드의 국내 진출 및 내수시장 경쟁력 취약으로 국내 패션제조산업 기반 붕괴 위기

▶ 해외 글로벌 명품·SPA 브랜드의 국내 진출 확대 및 국내 중소패션기업의 브랜드 투자력 미약, 내수 의류시장의 50%를 차지하는 대기업 브랜드는 안정된 내수시장을 고집

▶ 해외시장에서는 낮은 인지도와 투자력 한계, 고부가가치 제품개발력 한계 등으로 인해 글로벌 경쟁력 저하

○ 3만불의 선진국대열에 진입하는 시점에 손기술을 활용한 도심중심의 고부가가치의 일자리, 지식을 기반으로 하는 창조산업의 청년일자리에 대한 필요

▶ 우리 사회는 실업 문제를 일자리 창출에서 찾고 있으나, 관련된 일자리는 고용의 질과 양이 동시에 충족되는 정책으로서 방향 전환 필요

▶ 우리 패션제조 산업의 현실은 해외로 생산공장을 이전하면서 저임금과 근로환경의 열악함, 일감 및 산업인력 부족 등으로 산업의 영세화가 가속되고 있음

○ 현재의 패션제조 기반을 중심으로 스트림간 특화된 기업들이 컨소시엄을 형성하고, 주변의 문화·관광산업과의 결합을 통해 도시형 제조 및 관광 특구를 구축하는 이태리형 손기술 제조 산업을 육성해야 함

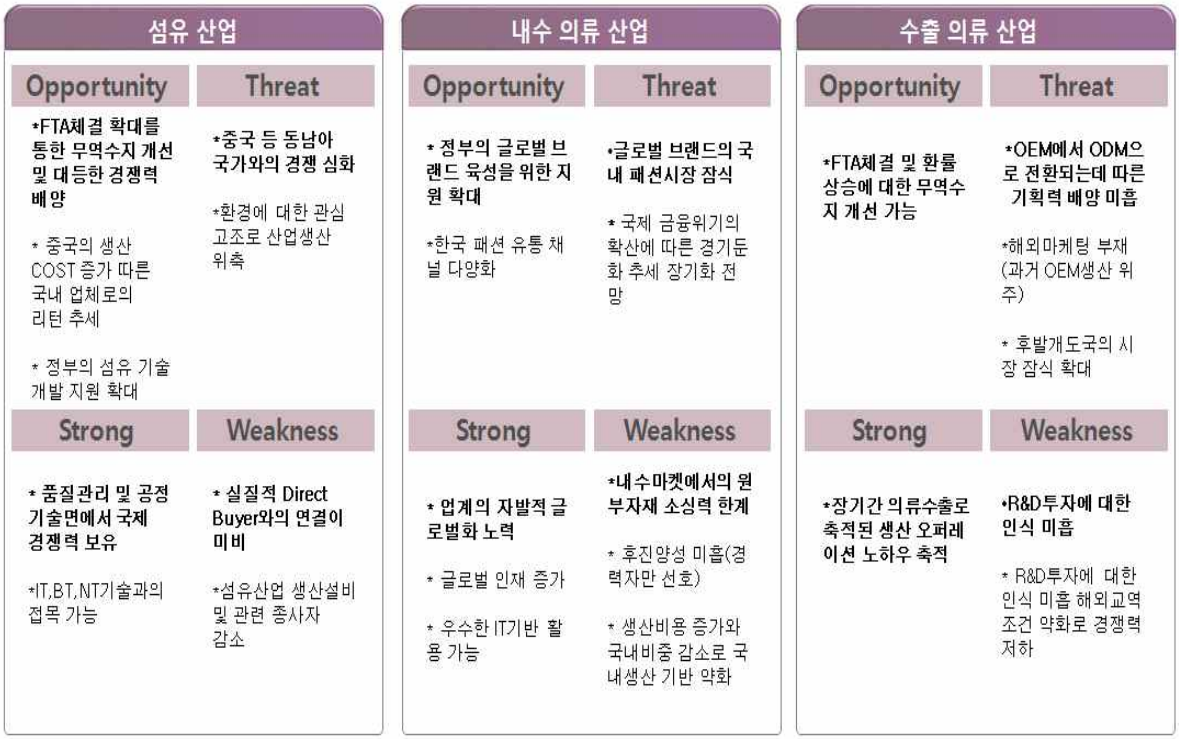
▶ 장인정신을 중심으로 한 제조기반과의 긴밀한 협업으로 산업 클러스터 구축 및 지역적 문화콘텐츠와의 네트워킹을 통해 특화된 패션제조지역으로의 이미지 제고

(사례) 90년대 초부터 수제화 생산메카로 형성된 성수동 '수제화 거리'는 중소제조 업자 350여개가 모여 공동매장을 만들고, 서울시가 특화존으로 지정

※ 서울시는 중소기업 중심의 수제 상품이 중심이 된 전통시장, 골목상권이 업그레이드될 수 있도록 디자인과 문화가 접목된 이태리형 창조경제, 창조산업을 적극적으로 육성하고자 함

2. 우리나라 패션 클러스터 산업의 현황

■ 국내 패션산업의 환경 분석



■ 한국 패션산업의 클러스터 현황

○ 지역별 특성화 육성정책에 따라 각 시·도 단위 클러스터별로 패션섬유산업 중심의 경쟁력 강화 집중되어 있음

▶ 수도권은 기획 및 디자인, 유통산업, 경기도는 소재가공 및 환/경편물산업, 충청남도는 자카드직물산업, 경북/대구지역은 화섬직물 및 수퍼섬유산업, 전라도는 천연섬유 및 환편물, 탄소섬유산업, 경남 진주는 실크직물, 부산은 모직물 및 산업용섬유산업으로 특화되어 있음

○ 현재 우리나라는 단위 클러스터의 스트림간 연계부족으로 한국 패션산업 동반성장을 위한 네트워크 인프라가 부재한 상황이며, 클러스터별 독자적 경쟁력 강화에도 불구하고 글로벌 도약의 한계점을 드러내고 있음

○ 이태리, 일본 등 해외 섬유패션 강국들의 경우 지역의 소재와 제조업, 관광업 등이 **통합 클러스터**를 형성하여 잦은 교류를 통해 정보를 공유함으로서 국가의 글로벌 브랜드를 창출하여 경쟁력을 도모하고 있음

○ 우리나라도 지역의 특화된 섬유패션 산업을 중심으로 타 산업간의 장인(손기술 기술자)들을 중심으로 한 이업종간 연대 강화와 공동 프로젝트 수행을 통한 **융합 클러스터 구축**이 필요함

■ 이탈리아의 산업 클러스터

○ 이탈리아의 300만 중소기업은 국가 전체 기업 수의 99%, 고용의 75%를 차지

▶ 세계적 미래학자 앨빈 토플러는 미국식 대량생산체제의 문제점을 타개할 대안으로 이탈리아 가족형 중소기업이 미래 기업형태가 될 것으로 진단

○ 이탈리아의 클러스터들은 오랫동안 축적해 온 기업의 전문기술을 분업체제에 적용시켜 각 기업들이 함께 서로 나누는 상호보완적인 협력체제를 이룸

▶ 이탈리아 전역에는 약 30개의 사이언스&테크노파크가 운영 중에 있으며, 혁신클러스터 코디네이터 역할을 맡은 이탈리아 사이언스테크놀로지파크 연합회(Associazione parchi scientifici e technologici Italiani, APSTI)가 존재

▶ 이탈리아에는 북부지방 블렌타(Brenta) 지역에 위치한 지역특화형 신발 클러스터, 세계적인 피혁산업 클러스터인 Santa Croce Sull'Arno, 모데나(Modena)지역은 타일, 의료기기, 레지오 에밀리아(Reggio Emilia)에는 타

일과 패션산업으로 특화된 클러스터가 조성

○ 각 지역의 중소기업들은 제조생산의 각 공정별로 특화된 기업들이 서로 간의 협조체제를 통해 클러스터 효과를 나타냄

▶ 기업 간의 독특한 공정별 컨소시엄을 형성하여 연구개발, 물류, 마케팅 등 생산 전반에 걸친 긴밀한 협조체제를 구축하고 있는 것이 특징

▶ 유기적인 생산 공정별 협조체제는 기술혁신과 제품 다양화로 연결되어 세계적인 품질의 명품 제품을 생산하는 데 일조

▶ 지역적 네트워크를 바탕으로 한 기술결합 형태의 이탈리아 클러스터는 장인정신을 바탕으로 한 특징을 통해 그들만의 독특한 경쟁력을 제시

○ 이탈리아 클러스터들의 성공에는 지자체와 정부의 과감한 지원책과 함께 업체들 간의 공동이익을 향한 타협과 신뢰가 기반

▶ 이탈리아 정부는 지역특화 산업을 발전시키기 위해 각 지역에 맞는 지원시책을 발굴, 지역에서 자생적으로 관련산업이 발전할 수 있는 토대를 마련

▶ 각 지역마다 전문학교와 지원기관, 기업들이 함께 하나의 클러스터 시스템을 형성하고 있으며, 정부는 적절한 자금과 정보지원을, 대학은 관련된 정보를 지원

○ 특히 **기술과 기술인을 존중하는 이탈리아의 문화와 사회풍토가 지역산업 클러스터 발전에 커다란 영향 부여**

▶ 전문 기술인에 대한 존중 및 고임금 부여, 기술인력 양성을 위한 정부와 지자체는 지원정책, 장인정신 중심의 중소기업과 기술혁신시스템의 운영이 클러스터산업의 활성화 제고

3. 손기술을 통한 고부가가치 패션제조산업 기반구축을 위한 제안

■ 동대문을 중심으로 한 손기술 장인중심의 패션제조산업 클러스터구축

○ 동대문은 도·소매업의 패션제품 유통구조를 중심으로 상권 및 문화·관광적 요소가 갖추어진 지역으로 클러스터 형성에 적합한 것으로 판단

○ 또한 원사, 원단, 부자재 시장을 비롯하여 디자인 및 봉제 등 관련 소규모의 제조기반이 집적화되어 있으며, 패션제품의 내수·수출을 통한 유통이 활성화되는 지역임

○ 오랜 역사를 통해 패션으로 특화된 산업으로 형성된 동대문 지역에는 각 제조기반의 손기술 장인이 위치하고 있어 각 연계산업별 장인을 중심으로 한 연대강화와 공동 프로젝트 수행 필요

■ 전문성을 갖춘 손기술 인력의 지속적 양성 공급

○ 성공적인 패션산업 클러스터 형성을 위해 지역 내에 관련 전문학교와 지원기관, 기업들을 하나의 시스템으로 구축하여 다각적인 정보지원 제공 필요

○ 동대문 클러스터 내에 봉제, 가방, 보석, 신발 분야 등 관련 산업의 전문학교를 설립하여 명품 제품화를 위한 손기술 장인 양성을 위한 전문기술교

육기관 필요.

▶ 집적지 : 동대문(봉제), 종로(보석), 가방(성수동) 등

▶ 교육 : 실무적 기능을 익힌 손기술 인력과 기획/디자인 능력을 익힌 디자이너를 양성하고 클러스터 내 제조기반과 상호 교류를 통한 실무 위주의 기술인력 양성

▶ 일터 : 동대문을 중심을 업종별 집적지에 필요 인력 즉시 공급 및 창업 지원

■ 패션제조산업 클러스터 지역의 창조적 제조 환경 조성

○ 창조적 손기술 장인 양성을 통해 고부가가치의 명품 패션제품 개발을 위한 제조 환경 조성 필요

▶ 손기술 장인들을 “수(手·修·秀) 디자이너“로 명칭 개선 확산을 통해 기술자로서의 자긍심 부여와 직업에 대한 존중 및 인지도 향상

▶ 손기술 명장 선발, 명패 달아주기, 우수 창작소(공방, 사업장 등) 국내외 홍보 지원을 통해 우리나라 패션산업 장인들이 창작을 자유로이 할 수 있는 기반 마련

○ 소규모 제조기반을 Clean 사업장으로 환경개선을 통한 이미지 변화 도모

▶ 동대문 인근 지역을 손기술 산업으로 특화된 문화적 거리로 재창조하여 문화·관광산업과 연계된 지역 클러스터 형성

▶ 봉제 광장, 가방 거리, 시계 골목 등 동대문 패션 클러스터에 어울리는

거리 이름 부여 및 문화콘텐츠 개발을 통한 다양한 상품화 지원

○ 동대문 패션산업 클러스터의 활성화를 위한 ‘동대문 패션산업 재단’ 설립

▶ 동대문 인력(100만명)의 제조 환경을 공익적 관점에서 개선하고, 점진적 수요에 맞춰, 우선순위에 맞게 지원할 수 있는 관리기관 성격의 재단 설립 필요

▶ 소규모이나 손기술 장인들이 집적화되어 있는 동대문 제조기반을 중심으로 스트림간 기업들의 일감 지원을 통한 산업 활성화로 지역 활성화 연계 도모

▶ 다양한 사회적 이슈에 대응하고, 지원정책 및 인프라 구축의 우선적인 수요 도출을 위한 기구의 역할로 지역 클러스터 형성에 이바지

■ 손기술 패션 창작품의 국내외 마케팅 지원

○ 손기술 장인들이 창작한 패션제품을 홍보 및 판매할 수 있는 지속적인 국내외 쇼룸 지원사업 필요

▶ 동대문 손기술 패션산업을 중심으로 사회적 기업 형태 또는 협동조합 형태의 마케팅 지원기관 설립을 통해 동대문 지역의 손기술 장인들의 창작품이 부가가치를 인정받을 수 있도록 지원

▶ 손기술 패션제품 창작자들을 위한 창업 지원정책과 지속적으로 창작품을 홍보 및 판매할 수 있는 쇼룸지원 사업이 필요하며, 창작품을 소개할 수 있는 미니 패션쇼 및 다양한 이벤트 문화행사와 연계하여 널리 홍보할 수 있는 기회 부여

▶ 단발적인 해외전시회 지원이 아니라, 손기술 창작 패션제품이 해외 바이어들에게 인지될 수 있도록 지속적인 참여 지원 및 해외 상설 쇼룸(홍보관)을 주요 도시에 설립하여 인지도를 높여주는 것이 필요함

○ 동대문 패션제품 가게 지도 (동대문 yellow page) 출간

▶ 신평화(옷), 동대문-창신아래길(신발) 등을 동대문 지역의 문화관광적 콘텐츠와 연계하여 외국인 Tour Course 개발

○ 각 동대문 건물 또는 요지(square)에 Help or Info Desk 설치

▶ 온/오프라인 손기술 패션제품 판매장 및 원·부자재 매장 등을 안내하는 특화된 안내소 운영

4. 제도적 인프라 구축

■ 동대문 지역을 중심으로 한 지식산업화지원을 위한 법률 제정 필요

▶ 동대문 기존 건물을 문화적 가치로 보존하는 법률, 기존 산업을 역사 및 문화적 자산으로 유지 발전시키는 법률, 현행의 문화적 가치를 살리는 방향으로 개발되도록 도시환경 규제 등

▶ 오랜 역사를 갖고 동대문을 중심으로 유지되고 있는 우리나라 패션산업의 집적지및 상권이 무너지지 않도록 동대문 지역의 상권 특성화 유지 필요

■ Vision < DongDaeMoon을 아시아의 '피렌체'로 !!! > 캠페인 전개

▶ 동대문 지역의 다양한 문화행사와의 병행을 통한 동대문 패션클러스터 활성화 도모

▶ 동대문지역의 축제와도 병행하여 외국인들에게 우리나라 손기술 패션제품을 홍보할 수 있는 연계 행사 기획

2012 국정감사 지식경제위원회 정책자료집

사람 중심 일자리와 패션산업

6. 패션지원정책 부처간 유기적 협력

1. 범부처 패션정책조정기구 “패션산업정책협의회” 활성화 필요

○ 최근 패션산업 정책은 각 부처에서 별도의 체계에 따라 개별적으로 추진됨으로써 지원부처간 상호 유사한 분야의 투자, 지원기관간 불필요한 경쟁 등 정책 추진 역량이 분산되는 문제가 있었음

○ 지난해 5월 지식경제부, 문화체육관광부, 서울특별시는 디자이너, 브랜드 등 고부가가치 패션산업을 육성하여 패션강국으로 도약하기 위해 부처의 역량을 한데 모으기로 하고, 이를 위해 범부처 차원의 정책조정기구인 “패션산업정책협의회”를 신설하였음

2. 정책의 실효성 제고를 위한 부처간 차별화된 역할 분담

○ 문화부 : 창의적 패션 디자이너 육성, 한국패션문화의 대중화 및 해외진출에 집중

○ 지경부 : 패션브랜드기업의 글로벌화, 패션인력의 육성 및 명품봉제 생산기반 확보에 집중

○ 서울시 : 세계 5대 패션도시로의 도약, 서울패션위크의 글로벌화, 동대문의 세계 패션메카로의 육성에 적극 노력

3. 부처간 합의한 패션지원 정책사업의 확대 추진

① 스타 패션디자이너 육성

ㅇ 세계적인 디자이너 발굴 및 육성을 위하여 창의적 디자이너의 인큐베이팅, 비즈니스 기반 확보, 글로벌 해외진출 등을 종합 지원

- 우수 패션인력의 통합 발굴 (대한민국패션대전 & 인디브랜드페어)
- 패션 디자이너 종합 인큐베이팅 지원
- 서울 패션위크 행사 확대
- 패션 디자이너의 글로벌 시장 진출 지원 (10SOUL, 컨셉코리아)

② 글로벌 패션브랜드기업 육성

ㅇ 패션기업의 글로벌화를 위한 패션브랜드 국내 성장기반 확보 및 중국 등 글로벌 시장진출을 지원

- 패션브랜드기업의 글로벌 진출 지원
  (글로벌브랜드 육성, 패션펀드 조성, 해외전시회 지원)
- 한류 활용 아시아 마케팅 지원
- 고급 생산기반 확보를 위한 패션봉제업 육성

③ 범부처 패션산업 인프라 구축

ㅇ 패션산업육성을 위한 글로벌 패션정보 제공, 동대문 패션명소 육성, 협의기구 구성 등 범정부 차원의 인프라를 구축 지원

- 동대문을 아시아 패션메카로 육성 (DDP의 패션산업 활용)
- 패션정보 통합 제공 및 홍보 강화
- 범부처 패션산업정책협의회를 통한 협조 구축

④ **숙련인력의 안정적인 공급을 통한 생산기반 강화**

- ㅇ 패션 전문 인력을 개발하거나 기존 인력을 재훈련시켜 숙련인력을 안정적으로 공급
- ㅇ 기존 서울시에서 운영하고 있는 3개 생산지원센터의 지원 예산 확대를 통한 수혜 효과 확장
  - 숙련집약형 토탈패션산업 현장인력 재교육 확대
  - 성동토탈패션지원센터
  - 중랑패션지원센터
  - 동대문의류생산지원센터

2012 지식경제위원회 국정감사 정책자료집

사람중심 일자리와 패션산업

민주통합당 DEMOCRATIC UNITED PARTY

국회의원 **전 순 옥**

서울시 영등포구 의사당대로 1 국회의원회관 633호

전화 02-788-2758 | 전송 02-788-0343 | spark@soonok.kr