

# 충남 지역연고산업의 지역고용을 위한 기초연구

- 공주시 유구 자카드직물산업을 사례로 -

**이민정**

충남연구원 초빙책임연구원  
minjoung1006@cni.re.kr

**송민정**

충남연구원 연구원  
minjeong0513@cni.re.kr



# 연구 요약

## 1. 연구의 배경 및 목적

본 연구에서 섬유산업에 주목한 이유는 다음과 같다. 한국의 섬유산업은 1960년대~1980년대를 걸쳐 기간산업으로서 수출주도형 경제발전을 견인했고, 고도성장기 이후의 산업구조 전환에 따라 주변산업으로 전락했다. 그 원인은, 중국의 시장개방 이후 활발해진 동남아시아 국가들에 대한 해외직접투자에서 찾을 수 있다. 그러나 섬유산지인 개별 지역에는 고유의 지속가능한 경제발전 가능성이 존재한다. 산업전체로는 사양산업화 해왔다는 사실과, 개별 지역에 내재하는 산업의 지속가능성은 분명히 구별되어야 할 필요가 있다. 어패럴 제품과 같은 일상품은 가격경쟁에 쉽게 좌우되기 때문에 개발도상국의 저렴한 제품에 크게 영향을 받는다. 하지만, 제품에 고부가가치를 입힌 또다른 제품시장을 개척한 경우를 볼 수 있다. 섬유산업의 혁신과 판로확대를 지향하는 지역 기반의 섬유산업에 주목하여 지역경제 재생의 과제를 생각해야 한다.

본 연구에서 다루는 자카드(Jacquard) 직물은 제직 및 편직의 한 공정으로, 직조기계를 사용해 복잡한 문양을 표현한 직물을 통틀어 부르는 말이다 ( 섬유산업의 Middle stream에 해당). 자카드 직물은 넥타이, 스카프 등 의류용 실크직물과 자동차 시트커버 등 인테리어용에 이르기까지 범용도 높은 직물이다. 미적, 감성적 디자인 기술, 소프트웨어, 생산기술 등 첨단 기술이 접목된다면 의류용 생산위주의 개발도상국 제품과 차별화 할 수 있는 전략적 육성 가능성을 제고할 수 있다.

공주시 유구읍의 자카드 집적지역은 일제 강점기에 평안도 등 북한지역 직조업자들이 8·15 해방과 한국전쟁 등을 거쳐 유구로 피난을 내려와 목제 직기를 가정에 설치하여 우모직을 생산한 것이 토대가 되었다. 1980년대에는 종사자가 2000여명을 넘을 정도로 호황을 누렸지만 현재는 50여개 업체가 인테리어 자카드직물을 주로 생산하여 90%이상을 수출하고 있다.

본 연구에서는 공주시내 자카드직물 업체의 현황을 살펴보고, 부문별 단계별 고용전략, 나아가 유구지역을 포함한 고용전략을 생각하고 이에 대한 지원방안을 고민하고자 한다.

## 2. 국내외 사례분석

이탈리아는 주정부의 전략적 주도로 중소기업의 육성정책을 펼치고 이를 통하여 지역경제 성장을 주도하고 있으며, 세계적인 경쟁력을 갖추 수 있도록 각종 혁신기능을 지원하고 있다. 공주시의 유구 자카드 직물산업 지원정책도 기본적으로는 영세중소기업의 산업기반육성에 중점을 두고 추진할 필요가 있다는 것을 보여주고 있다.

특히 제3 이탈리아지역은 세계적인 경쟁력을 갖춘 영세소기업의 산업집적지역으로 유구의 자카드 직물산업산지가 배워야할 많은 시사점을 제공하고 있다. 기업간에 일어나는 '유연한 전문화'와 '수평적 네트워크'는, 지역산지의 기업들이 협력과 경쟁을 하면서도 공생해가야 함께 살 수 있다는 시사점을 제공하고 있다.

지역경제활성화를 주도하는 ERVET는 주정부의 경제정책을 실행하기 위한 각종 연구와 계획을 수립하여 각 기업이나 협회 차원에서 시행할 수 있는 자금과 계획을 제공하는 중소기업진흥 정책기구이다. 주 정부와 각 산업별 협회 및 지원기구 등을 연결하는 중간자적인 위치에 있으면서 다양한 사업을 추진하는 독특한 형태의 지역산업육성기구인데, 충남 혹은 공주의 경우, 다양한 산업육성정책이 개별적, 분산적으로 진행되고 있으나 산업간 연계를 통한 시너지효과가 미흡한 실정이다. 산업집적지역을 중심으로 산업육성정책을 추진할 필요가 있으며 그 중심기구로 ERVET는 좋은 사례가 될 수 있다.

우리나라와 상황이 비슷한 일본의 경우는, 현재 섬유산지의 어려운 현실(고령화, 후계자 문제, 신규업체 진입감소 등)을 인정한 상태에서 인재육성과 기능전승, 신상품 개발을 위한 프로그램과 조직적 대응에 주력하고 있음을 알 수 있다.

한편, 지역섬유산지의 문화적 가치를 끌어올린 이벤트를 기획하여 지역활성화를 도모하고 거기에서 유발되는 새로운 수요창출을 기대하는 방법(일본 츠바메산조의 공장 페스티벌)을 통해, 문화적 가치와 산업적 가치의 시너지효과 도모를 통한 새로운 접근방식의 힌트를 얻을 수 있다.

### 3. 섬유산업 구조 및 설문분석

생산측면에서 2000년대 초반에 감소경향을 보이던 국내 섬유생산은 2006년부터 증가세로 전환, 2008년 글로벌 금융위기에 따른 경기여파에도 불구하고 성장세를 유지했다. 하지만 2010년 이후부터 수출이 답보상태에 빠지고 생산도 약한 감소세로 돌아서면서 위기감이 고조되고 있다. 국내 섬유산업은 고비용, 저효율의 생산구조로 인한 경쟁력 저하, 해외 생산기지 이전 등이 지속되면서 생산기반이 약화되고 있고, 그 결과 섬유산업의 위상도 크게 낮아진 상황이다.

잘 알려지지 않았지만, 섬유산업은 고용창출효과가 높은 산업으로, 제조업 평균을 상회한다. 섬유산업의 노동유발효과가 점차 낮아지는 추세이기는 하지만, 이는 제조업 전체에서도 나타나는 현상이다. 충남지역 섬유산업의 전국 전산업 취업유발은 10억원당 9.0명(전국유발)으로 제조업 전체(8.0명)에 비해 다소 높은 것으로 나타났다. 더불어, '충남지역 섬유산업 유발'로 한정하면 3.4명, '충남지역 전산업 유발'로 한정하면 4.1명의 취업유발효과가 있는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 '충남직물공업협동조합'의 회원 38개사(전수조사)와 탈퇴조합원 27개사(공주시 소재업체 한정)의 총 65개사를 대상으로 설문을 실시하였다. 설문결과, 주요품목으로는 침구/홈인테리어제품(43%), 의류(18%)를 가장 많이 생산하는 것으로 나타났다. 기업규모는 4명이하(61.5%), 5~9인 이하 (20%)가 대부분을 차지하고 있고, 자본금 1억~3억원(60%), 3억~5억 (26.2%)의 규모, 연매출 2억원(33.8%), 2억~5억 미만(33.8%) 규모의 업체가 많음을 알 수 있었다. 특징적으로, 매출액이 커질수록 의류, 침구/홈인테리어, 산업용제품을 취급하는 기업이 많아지는 것을 알 수 있었다. 구인방법으로는 지인소개를 통한 채용이 54.5%로 나왔는데, 특히 임가공에 필요한 인력은 대부분 지인소개를 통하는 것으로 나타났다.

유구지역 업체의 대부분(75.6%)은 충청권 이외 지역에서 원사를 조달받고 있는 것으로 나타났고, 국내도매상→본사OEM→수출을 통해 제품을 판매하고 있는 것으로 나타났다. 판매처 개척은 거래처소개와 영업이 가장 많았는데 (37%), 특히 수출업체의 경우는 인터넷 활용을 통한 거래처 개척비율이 가장 높았다.

정보수집방법은 대부분 거래처 및 관계자(84.6%), 조합 및 협회(15.4%)를 꼽았는데, 종업원 수 등의 한계로 인해 학회, 세미나, 전시회 등을 통한 정보수집의 어려움, 정보접근의 어려움 등을 토로했다.

자체브랜드를 보유한 업체는 25개사(38.5%)로 나타났는데 연매출 10억원 이상 기업 중 76.9%가 자체브랜드를 보유하고 있었다. 단, 자체브랜드 상품담당 중 디자인분야 인력이 없다고 응답한 업체가 40%, 1명(56%)에 달해 디자인분야의 취약성을 드러냈다.

희망하는 지원시책은 보조금 및 세금감면(75.4%)→ 판로개척지원(40%)→ 저리융자(33.8%)→ 정보제공(27.7%)의 순으로 나타났다.

#### 4. 정책제언

섬유산업의 업스트림 부문에서는, 현재 대기업이 중심이 되어 원사(原絲)를 개발공급하고 대금회수의 편의를 위해 벤더(vendor)를 통한 공급체계를 갖고 있어, 이것이 소규모 제작·편직 업체의 원가상승 요인으로 작용한다. 이를 개선하기 위해서는 제조업 단체(조합 등)에서 원사를 공동구매하여 대기업 방적사와 직거래를 추진하는 방법을 생각할 수 있다.

공주시 유구읍 자카드업체는 ‘충남직물공업협동조합’을 결성하여 조직적 기틀은 마련되어 있다고 할 수 있다. 공동구매와 구매한 물량의 보관을 담당하는 조합의 인력확보가 필요할 것이다. 지자체에는 대기업과의 협상 시, 조합의 역량만으로는 부족한 협상력을 서포트해주는 지원책이 요구된다.

미들스트림 부문은 현재 중소영세 직물업체들이 대기업, 벤더에게 수주를 받아 임가공 발주를 하는 형식으로 대부분 이루어진다. 이 과정에서 저가 임가공료와 수주업체간 과다경쟁이 일어나고, 이는 업체들의 경영악화를 초래하는 요인으로 작용한다. 또한, 생산인력 확보 문제, 연구개발을 위한 투자여력 부족, 판로개척의 어려움 등이 현재의 문제점으로 거론된다.

이를 개선하기 위해 가장 큰 틀에서는 ‘대-중소기업 공동협력체계 구축’이 선행되어야 할 것이다. ‘기획→생산→판매’의 연결이 원활히 이루어질 수 있는 기반이 구축되어야 한다. 전술한 이탈리아의 ‘에밀리아 로마냐’의 주정부 사례는 지자체의 적극적인 지원책의 중요성을 말해주고 있다.

공주시 차원에서는 섬유전시홍보관(공주시내), 자카드섬유마케팅센터(유구읍) 등의 인프라 측면의 지원을 하고 있고, 공주대학교에서는 산업통상자원부의 지원사업을 통해 자카드 소재 응용직물제품사업을 지원받는 등, 하드웨어와 연구개발 측면에서의 지원이 진행되고 있다.

지역 내에서의 기술이전, 품질연구 등의 지원은 '한국자카드섬유연구소'와의 적극적인 공조가 필요하다.

현재 조합에서 자카드섬유마케팅센터의 한 섹션과 공주시내의 홍보관을 이용하여 유구읍 업체들의 제품을 전시, 판매하고 있다. 우수한 제품들임에도 불구하고 접근성이 어려운 관계로 실적상승으로 연결되지 못하고 있는 실정이다. 조합의 인력보강 및 지원을 통해 해외마케팅, 국내 섬유전시회, 학회 등에 적극적으로 출전하고 홍보하여야 한다. 설문조사에서 해외바이어 응대를 위한 지원에 대한 요구가 나왔는데 상시적이지 않고 초보단계의 지원에서는 대학생 볼런티어(학생에게는 봉사활동 인정) 등과 연결하여 대응하고, 안정화단계로 진입하면 시의 매칭 보조금 지원 등을 통해 상시직원으로 고용할 수 있을 것이다.

다운스트림 부문에서는 시제품 및 완제품 제작을 위한 봉제, 디자인 전문인력이 필요하다. 자카드 직물을 이용한 제품의 디자인과 제작을 위한 인력은 지역대학 관련학과와의 연계강화가 가장 필요하다.

시제품/완제품을 위한 봉제기술은 현재 충남직물공업협동조합을 중심으로 봉제교육을 실시하여 인력양성을 하고 있다. 현재는 유구지역 내에서 소개를 받고 필요시 추가교육을 받는 시스템으로 운영되고 있으나, 이를 공주시 지원으로, 일본과 같은 '섬유학교'의 교육을 통해 교육의 지속성과 전문성 제고를 도모할 수 있을 것이다.

디자인과 관련하여 자카드직물산업만의 특수직업인 '문공사' (혹은 외장사: 새로운 자카드 문양 고안 시, Threading 수에 따라 프레임을 만들어주는 전문기술자)와 같은 직업은 필요하지만, 배우려는 사람이 없어 점차 사라지고 있다고 한다. 섬유교육 커리큘럼을 통해 이러한 전통기술 보존의 노력도 필요하다.

마케팅 부문에서는 우선, 조합이 2015년 런칭한 자카드직물 공동브랜드 '자카펙스'의 홍보가 시급하다. 충남도 혹은 공주시의 인증제도 등을 통해 공신력을 제고하고, 기념품 및 선물로 행정이 주도적으로 구매하고 소개해주는 단계가 필요하다.

다른 방법이지만, 유구지역의 산업문화적 접근을 통한 발전을 생각할 수도 있다. '유구섬유 역사전시관'이 개관하면서 문화해설사 등의 새로운 고용이 창출될 것이다. 나아가, 유구시장, 공장 벽화, 전시관, 마을재생 등을 함께 코디네이트 하는 전문가의 존재가 요구된다. 민간에서 좀더 자유로운 발상과 긴 호흡으로 유구지역과 함께 한다면 지역유산으로서의 자카드 직물 산업적 측면과 함께 섬유산업적 측면이 함께 지속할 수 있을 것이다.





# 목 차

제1장 서 론 .....	1
1. 연구의 배경 및 목적 .....	1
2. 연구의 범위 및 방법 .....	8
제2장 이론적 배경 및 선행연구 .....	10
1. 섬유정책의 변천과정 .....	10
2. 이론적 배경 : 지역고용전략 .....	17
3. 섬유산업 관련연구 .....	21
제3장 국내외 사례연구 .....	23
1. 국내 사례 .....	23
2. 국외 사례 .....	27
3. 시사점 .....	35
제4장 공주시(유구) 섬유산업을 통한 지역고용전략 .....	36
1. 섬유산업 구조분석 .....	36
2. 공주시 섬유업체 설문을 통한 과제도출 .....	44
3. 공주시 섬유산업발전 및 고용전략 .....	63
제5장 결론 및 제언 .....	67
참고문헌 .....	72

## 표 목 차

[표 1] 연도별 5대 주력수출산업 변화 .....	12
[표 2] 지역정책 패러다임의 변화 .....	17
[표 3] 일본 실천형 지역고용창조산업 .....	20
[표 4] 대구지역 섬유산업 명품화 및 세계화 사례 .....	24
[표 5] 경기도 섬유산업의 SWOT분석 .....	25
[표 6] 지역특화 인력양성체제 구축 .....	26
[표 7] 일본의 섬유인재 육성연수 강화 .....	30
[표 8] 지역산업박물관 .....	31
[표 9] 세계 주요도시의 섬유국제장터 .....	32
[표 10] 일본 지역산업의 ‘생존전략’ .....	33
[표 11] 섬유산업 분류 .....	36
[표 12] 섬유산업 추이 .....	37
[표 13] 섬유산업 일반현황(2014년) .....	38
[표 14] 국내 섬유용도별 내수시장 구조변화 .....	39
[표 15] 섬유산업 생산구조의 변화 .....	40
[표 16] 국내 섬유산업 임금현황 .....	42
[표 17] 국내 섬유업체의 연령분포 상황 .....	42
[표 18] 섬유산업의 취업 및 고용유발계수 .....	43
[표 19] 매출액과 취급품목의 관계 .....	48
[표 20] 매출액과 거래행태 .....	52
[표 21] 섬유산업 스트림 구조와 개선방안 .....	63

## 그 림 목 차

[그림 1] 지역별 고용률 추이 .....	2
[그림 2] 섬유산업 전후방 연관구조 .....	3
[그림 3] 섬유산업 단계별 관련업체의 역할 .....	4
[그림 4] 섬유산업 생태계 구조 .....	5
[그림 5] 자카드섬유 활용제품 .....	7
[그림 6] 연구의 흐름 .....	9
[그림 7] 우리나라 섬유산업의 시대별 이슈 .....	10
[그림 8] 우리나라 섬유산업 구조고도화 정책 및 목표 .....	13
[그림 9] 지역별 스트림별 섬유인프라 구축 분포도 .....	15
[그림 10] 츠바메산조 공장페스티벌 소개 .....	34
[그림 11] 섬유산업 고용추이 .....	41
[그림 12] 유구읍 직물업체 현황 .....	44
[그림 13] 주요취급품목 .....	45
[그림 14] 규모 및 종업원 평균연령대 .....	46
[그림 15] 경영기능 보유상황 .....	46
[그림 16] 자본금 및 매출액 .....	47
[그림 17] 구인방법 .....	49
[그림 18] 재무상황 변화 .....	50
[그림 19] 거래형태 .....	51
[그림 20] 원사 조달지역과 조달비율 .....	53
[그림 21] 판매형태와 판매처 개척방법 .....	54
[그림 22] 매출액과 판매처 .....	55
[그림 23] 정보수집 방법 .....	55
[그림 24] 자체상품 담당인력과 채용방법 .....	56

[그림 25] 경영개선활동 .....	58
[그림 26] 경영개선활동을 통해 느낀 한계 .....	59
[그림 27] 지역활성화 관련 활동 .....	60
[그림 28] 활용시책 및 만족도 .....	61
[그림 29] 희망 지원시책 .....	62
[그림 30] 지역산업생태계 개념도 .....	71

# 제1장 서론

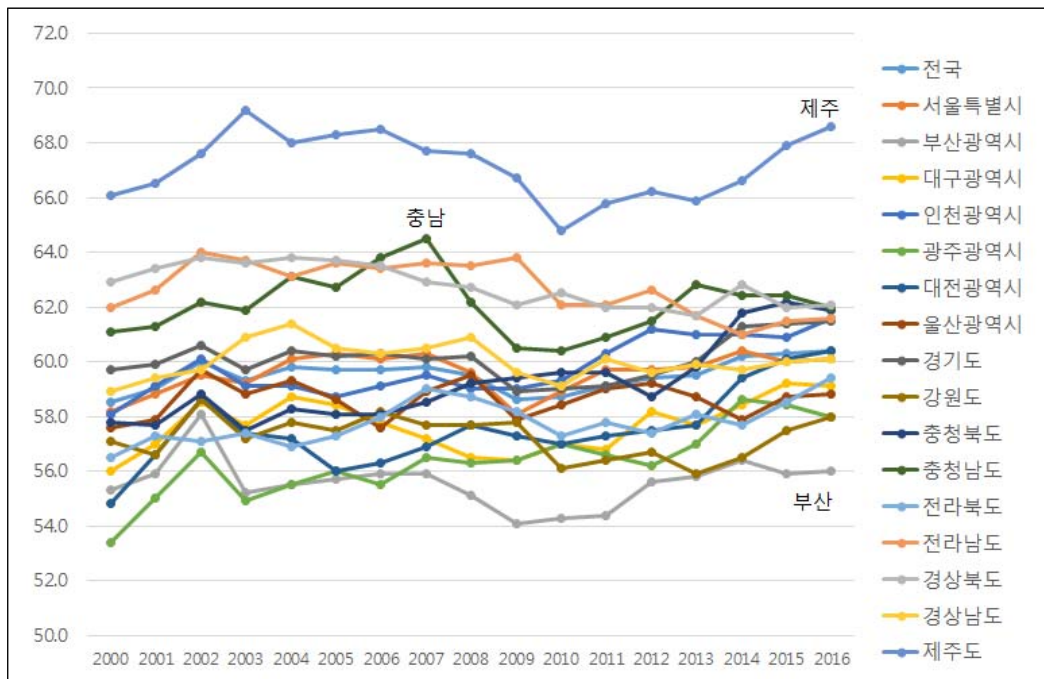
## 1. 연구의 배경 및 목적

글로벌화한 우리나라 경제상황 속에서도 가장 검토되어야 할 테마 중 하나는, 수출주도형 경제성장을 대신할 새로운 지속가능한 경제모델의 제시이다. 2008년 금융위기 후의 경기후퇴로 글로벌화한 수출산업 수익의 대부분은 국내 지역중소기업과 국민에게 환원되지 않았고, 소비침체가 그대로 국내수요 저하로 이어지는 악순환에 빠져있다. 이러한 상황을 바꾸가기 위해서는 ‘대기업-하청기업’이라는 종래의 경제구조, ‘대도시-지방간 격차’를 만들 수 밖에 없는 경제모델에서 벗어나야 한다는 필요성이 점차 강해지고 있다.

본 연구에서 섬유산업에 주목한 이유는 다음과 같다. 한국의 섬유산업은 1960년대~1980년대를 걸쳐 기간산업으로서 수출주도형 경제발전을 견인했고, 고도성장기 이후의 산업구조 전환에 따라 주변산업으로 전락했다. 그 원인은, 중국의 시장개방 이후 활발해진 동남아시아 국가들에 대한 해외직접투자에서 찾을 수 있다. 그러나 섬유산지인 개별 지역에는 여전히 고유의 지속가능한 경제발전 가능성이 존재한다. 산업전체로는 사양산업화 해왔다는 사실과, 개별 지역에 내재하는 산업의 지속가능성은 분명히 구별되어야 할 필요가 있다. 의복, 어패럴 제품과 같은 일상품은 가격경쟁에 쉽게 좌우되기 때문에 개발도상국의 저렴한 제품에 크게 영향을 받는다. 하지만, 제품에 고부가가치를 입힌 또다른 제품시장을 개척한 경우를 볼 수 있다. 섬유산업의 혁신과 판로확대를 지향하는 지역 기반의 섬유산업에 주목하여 지역경제 재생의 과제를 생각해야 할 이유가 여기에 있다.

한편, 이규용 외(2014)는 근년 고용전략 및 노동시장정책의 수립집행에 있어 지역의 중요성을 강조한다. 산업성장을 통한 일자리창출과 유지의 구체적 공간으로서 지역을 대상화하고 접근하고 있다. 연구에서 바라보는 지역은, 일자리에 초점을 맞추면 일자리 창출의 최종 전달 체계에서 마지막 단위이다. 여기에서 지역차원의 일자리 창출전략을 모색해야 하는 중요성이 도출된다. 단, 지역에서의 고용문제는 지역산업구조, 인구 및 노동공급 특성 등의 지역적 요인은 물론 중앙-지역 간의 균형발전, 지방분권 및 관련된 권한 이양 등의 복합적 요소가 얹혀있음을 유의해야 한다. 연구에서는 지역고용정책의 수립 및 전개방향 등을 논할 때에는 지역적 특성을 반영한 정책 기획, 전달체계 효율화 관점에서 중앙-지자체 간 유기적 협력이 필요하다고 지적한다. 동 연구에서 ‘지역고용정책’이 아닌 ‘지역고용전략’이라고 개념확장을 시도하는 것도, 이제는 중앙정부 주도의 수직적·하향적 방향이 아닌 지역주도의 수평적·상향적 전환을 주장하는 것임을 유추할 수 있다.

(그림 1) 지역별 고용률 추이

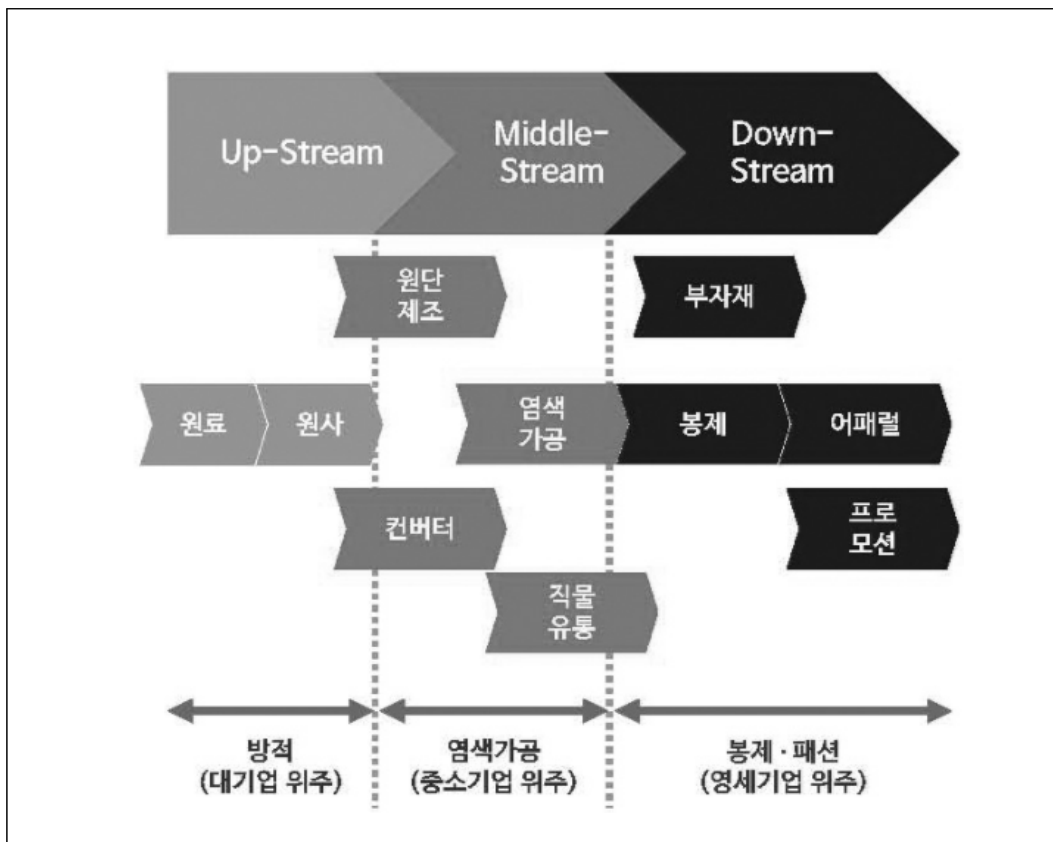


자료) KOSIS. 행정구역별 경제활동인구

[그림 1]은 우리나라의 지역별 고용률을 나타내고 있다. 충남의 경우, 2016년도 기준, 15개 광역자치단체 중 3번째로 높은 고용률을 보여주고 있는데 특징적인 점으로는 국가정세 및 정책(IMF 경제위기, 수도권 규제완화 등), 글로벌 경기여파(2008년 리먼쇼크)와 고용률의 추이가 비슷하여 충남의 고용여건이 국가정책과 글로벌 경기에 민감하다는 것을 알 수 있다.

충남은 국가주력산업과 관계기업들이 입지한 북부권 4개 지역을 중심으로 산업, 고용정책이 추진되어 온 관계로, 이러한 경향이 나온다는 것을 알 수 있다. 전술(前述)한 바와 같이, 이러한 상황을 바꿔가기 위해서는 지역연고산업의 산업산지를 중심으로 ‘대기업-하청기업’ ‘대도시-지방간 격차’의 현행의 경제구조를 탈피할 수 있는 전략을 마련해야 한다.

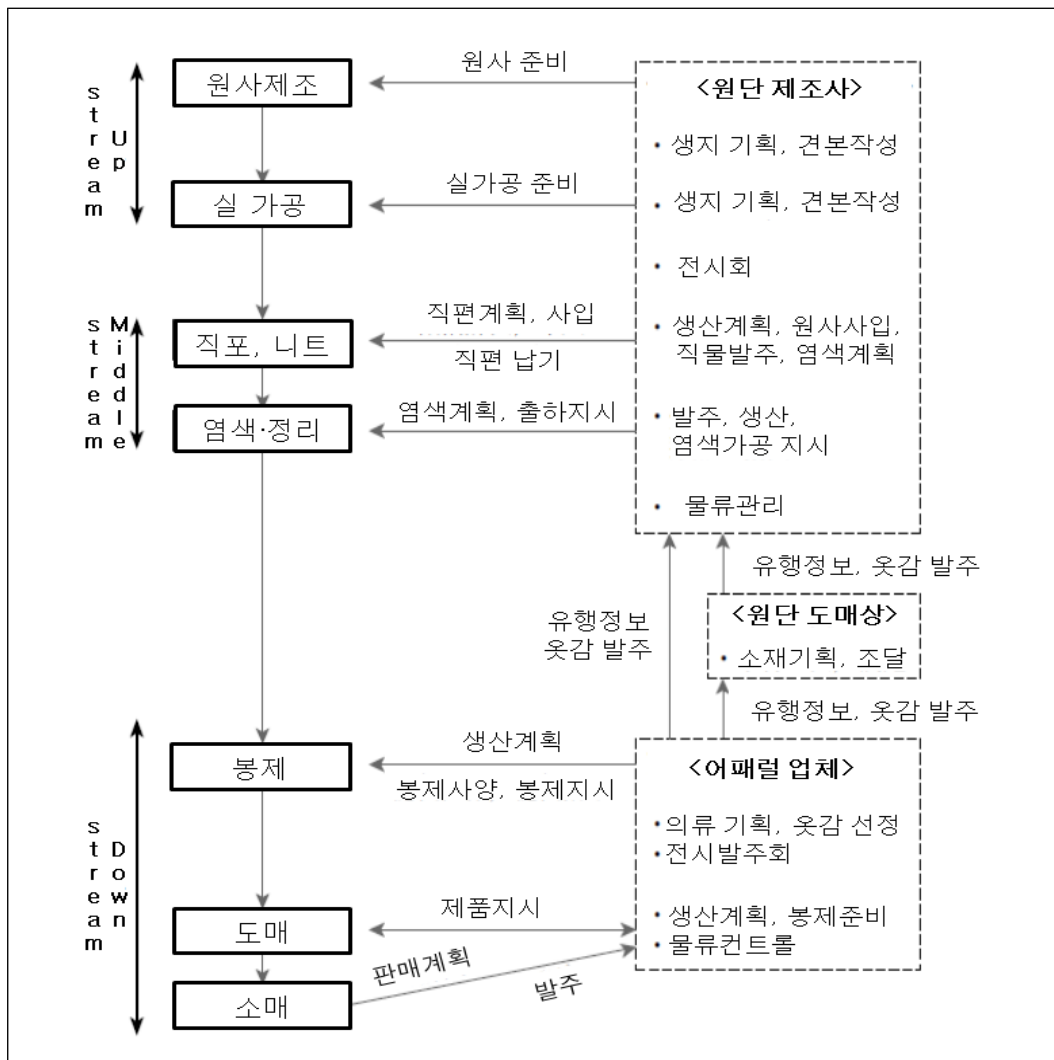
[그림 2] 섬유산업 전후방 연관구조



자료) TIN뉴스(2016.11.2. 기사) ([http://www.tinnews.co.kr/sub\\_read.html?uid=12484](http://www.tinnews.co.kr/sub_read.html?uid=12484))

섬유산업은 제조공정과 원료수급 특성에 따라, 제조공정에서는 원사·방직·제직·편직·부직포·염색·가공·봉제·판매유통 등의 업종으로 분류할 수 있고, 원료섬유에 따라 화섬·면직물·모직물·견직물 등으로 업종을 분류할 수 있다. 또한 섬유산업은 원료의 공급, 제조, 가공, 유통업종이 협력적 구조로 운영되는 특징을 가지고 있어 각 단계가 지역고용전략을 엮어낼 분야로 연결될 수 있다(그림 3 및 4 참조).

[그림 3] 섬유산업 단계별 관련업체의 역할

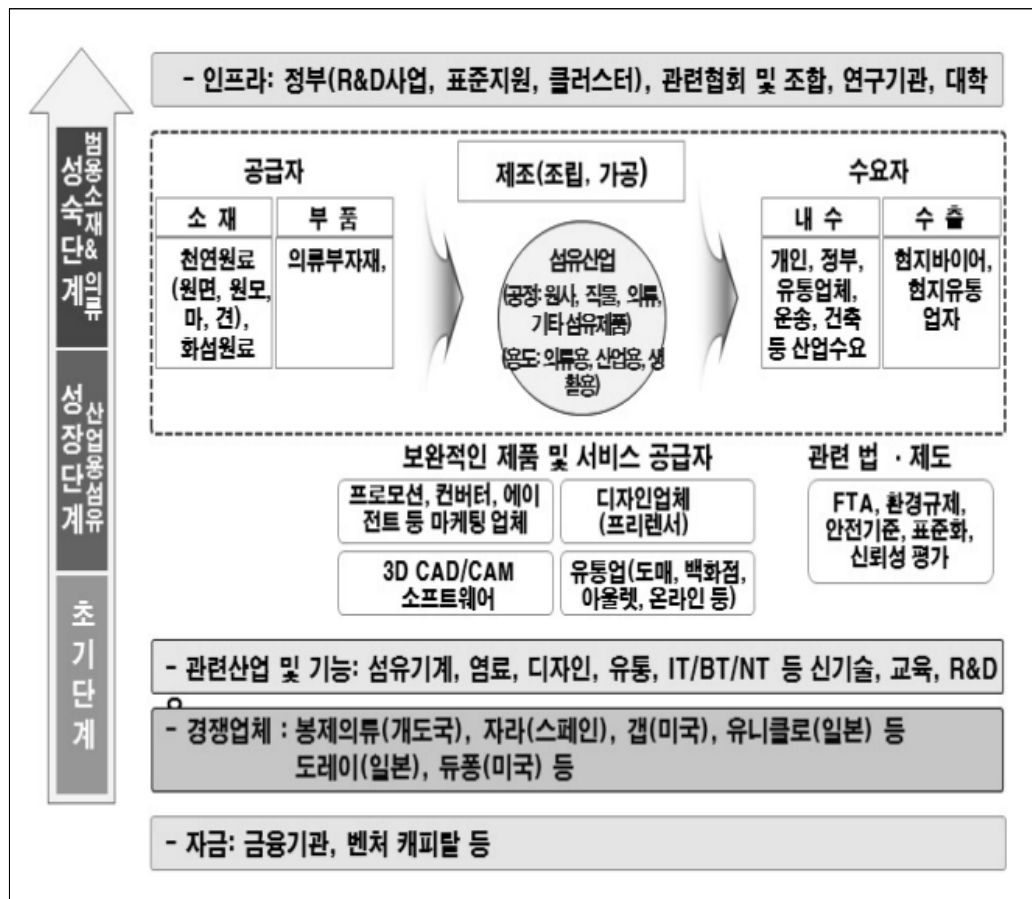


자료) 高橋 (2013)



[그림 4]는 섬유산업의 생태계 구조를 나타내고 있다. 국내 섬유산업은 스트림(stream)별로 균형된 생산기반, IT·BT·NT 등 융합기술 활용 잠재력, 수요기반 등에서 상당한 경쟁력을 보유한 반면, 신소재 및 응용제품 개발 등 기술수준과 제품기획력이 미흡하다는 한계를 갖고 있다. 생산기반 약화, 섬유제품 부문의 글로벌 경쟁력 격화 등은 생태계 발전을 제약하는 요인으로 작용하고 있는데, 이는 본 연구에서 다룬 유구지역의 섬유산업에서도 보이는 문제점이다. 즉, 현재 '성숙단계'에 있는 의류, 섬유소재 취급의 구조에서 '성장단계'인 산업용 섬유로 생산 포트폴리오를 바꾸도록 유도하고, 각 단계와 공정에 필요한 인력을 양성하고 연계해 줄 필요가 있다.

(그림 4) 섬유산업 생태계 구조



자료) 한국고용원(2015)

본 연구에서 다루는 자카드(Jacquard) 직물은 제직 및 편직의 한 공정으로, 직조기계를 사용해 복잡한 문양을 표현한 직물을 통틀어 부르는 말이다 ( [그림 2,3]에서 Middle stream에 해당). 원래는 직물(woven), 즉, 위사와 경사로 이루어진 천에만 붙는 이름이었지만, 후에 기계편물(knit)이 등장하면서 무늬가 들어가게 짠 두겹의 니트에도 자카드라는 이름을 붙이게 되어, 지금은 직물과 편성물 양쪽에서 모두 자카드라는 용어를 사용한다. 이는 복잡하고 커다란 문양을 넣어 짠 옷감이라는 공통점을 갖고 있다.

자카드는 사용하는 원사의 종류에 따라서 브로케이드, 태피스트리, 양단, 다마스크 등으로 나뉘지는데, 작고 단순한 문양보다는 복잡하고 큰 무늬로 구성되어 있는 것이 특징이다. 자카드 직물은 넥타이, 스카프 등 의류용 실크직물과 자동차 시트커버 등 인테리어용에 이르기까지 범용도 높은 직물이다. 미적, 감성적 디자인 기술, 소프트웨어, 생산기술 등 첨단기술이 접목된다면 의류용 생산위주의 개발도상국 제품과 차별화 할 수 있는 전략적 육성 가능성을 제고할 수 있다. 지역마다 집적분야가 조금씩 다른데, 진주지역은 의류용 실크자카드 직물, 유구지역은 인테리어용 자카드직물, 대구경북지역은 화섬 자카드 직물이 집적되어 있고, 아직 까지 대부분은 중저가 직물을 OEM방식으로 생산하는 수준이다.

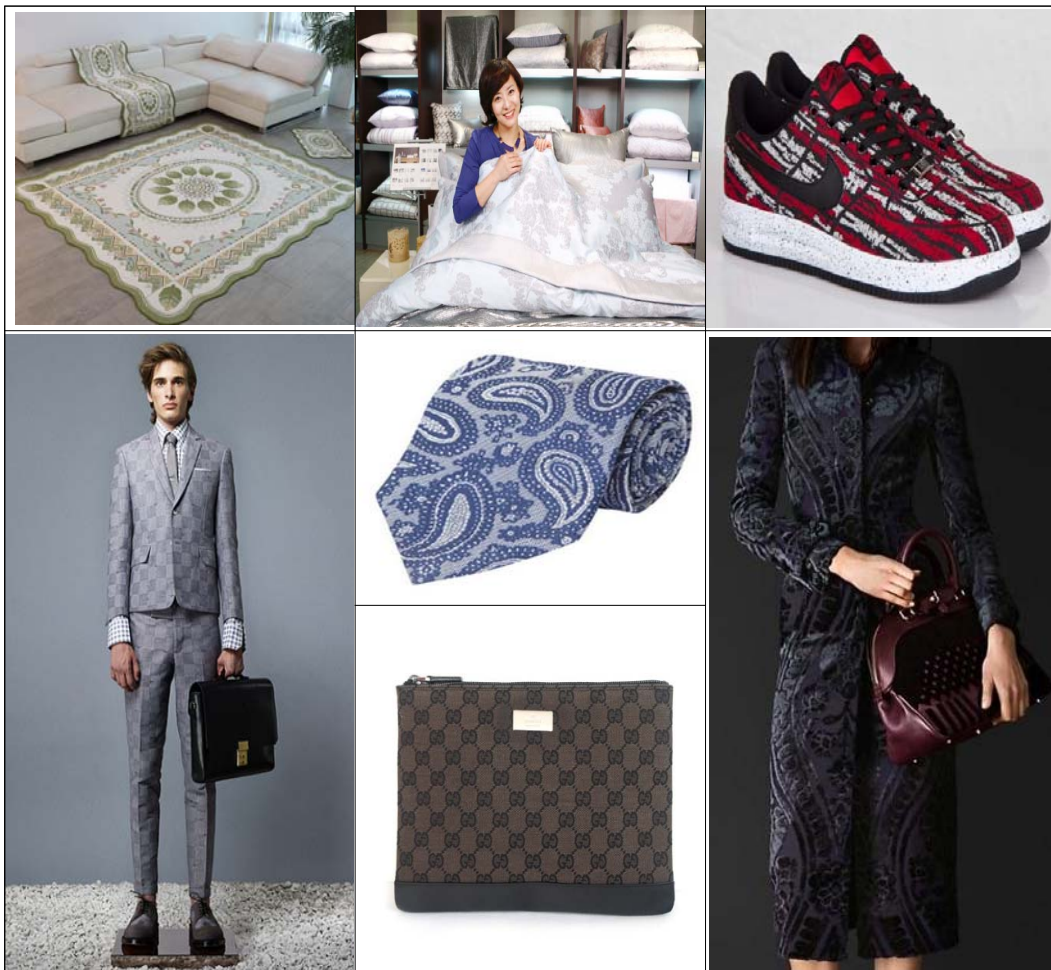
공주시 유구읍의 자카드 집적지역은 일제 강점기에 평안도 등 북한지역 직조업자들이 8·15 해방과 한국전쟁 등을 거쳐 유구로 피난을 내려와 목제 직기를 가정에 설치하여 우모직을 생산한 것을 토대로 한다. 1950년대 중반 이후 인견생산이 늘고 직조업이 호경기를 누리면서 250여 공장, 3,000여대 직기와 3,000여명 직공이 근무하는 명실상부한 인견생산지로 자리매김을 하였다. 1960년대 초 두 차례에 걸친 인견사 수입금지 조치 등은 유구 자카드 직조업의 성장에 일시적인 걸림돌이 되었지만, 이때 오히려 동력직기화라는 혁신을 이루면서 1970년대 석유파동 전까지 최대 호황기를 누리게 된다. 당시 주로 칠보양단, 색동, 본견갑사, 코롱양단, 물양단 등이 주요생산품이었으며, 유구의 색동은 전국제일의 명성을 얻었다고 한다. 유구는 전국에서 유일하게 색동을 생산하였고 1970년대 유구에서 생산된 인조견 제품이 전국 생산량의 70%를 점하였고 1980년대에는 종사자가 2,000여명을 넘을 정도로 호황을 누렸다. 이러한 배경에는 자카드 직조기술이 대를 걸쳐 전수된 덕분에 전국 제일의 기술경쟁력을 갖추어, 전국의 직조 기술자들을 유구지역으로 한층 끌어들이는 요인으로 작용한 점 등이 있다.

하지만 1990년대 이후 중국산이 수입되고 국내 수요가 줄면서 지금은 50여 업체 정도로 크게 감소된 상태이다. 현재 유구지역에서는 인테리어 자카드직물을 주로 생산하여 90%이상을 수출하고 있고 있다.

전술(前述)한 바와 같이 자카드는 원단직조의 한 공정으로, 여러 분야에 광범위하게 응용될 수 있다. 패션의류소재, 가정용 인테리어 소재, 산업용 분야에서도 개성화, 다양화에 따라 사용 분야는 얼마든지 확장될 잠재력을 갖고 있고, 근년에는 산업용 분야가 성장세를 보이고 있다.

생산량의 90% 정도를 수출하고 있음에도 불구하고 글로벌 섬유시장에서 저평가에 머무르고 있는 점, 경쟁력 열위를 벗어나기 위해 2002년 충남직물공업협동조합이 결성되어 네트워크 구축과 첨단소재 개발을 위한 협업기반을 마련하였으나 아직 성과는 미미하다.

(그림 5) 자카드섬유 활용제품



자료) 구글 이미지

유구지역의 자카드 섬유산업은 산업진흥기반구축에서 접근해온 측면이 강한 반면, 기술 개발과 연구개발 기능이 취약하였다는 한계점을 지적받아 왔으나, 대학(공주대학교)을 중심으로 국비지원사업에 지원, 2014년 산업통상자원부의 지역연구(전통)산업육성사업에 ‘자카드 및 전통한산모시 소재응용 직물제품 글로벌 명품화 사업’이 선정되어 3년간 약 19억원의 사업비를 지원받는 등, 전통기술의 R&D를 통한 글로벌 명품화를 끊임없이 시도하고 있다.

본 연구에서는 공주시내 자카드직물 업체의 현황을 살펴보고, 부문별 단계별 고용전략, 나아가 유구지역을 포함한 고용전략을 생각하고 이에 대한 지원방안을 고민하고자 한다.

국내연구에서 섬유산업 육성방안에 대한 연구는 거의 없고, 지역고용 관점에서의 연구물도 부족한 실정이나, 충남 지역연구산업으로서 자카드 직물산업의 위상 등을 생각할 때 지역고용 전략 수립이라는 새로운 접근법을 통한 연구는 필요하다고 판단된다. 이에 본 연구에서는 국내외 사례를 통해 지역섬유산업 육성의 시사점을 도출하고 공주시내(대부분이 유구지역에 입지) 자카드 관련업체의 설문을 통해 현재의 문제점과 희망하는 지원시책 등을 파악한다.

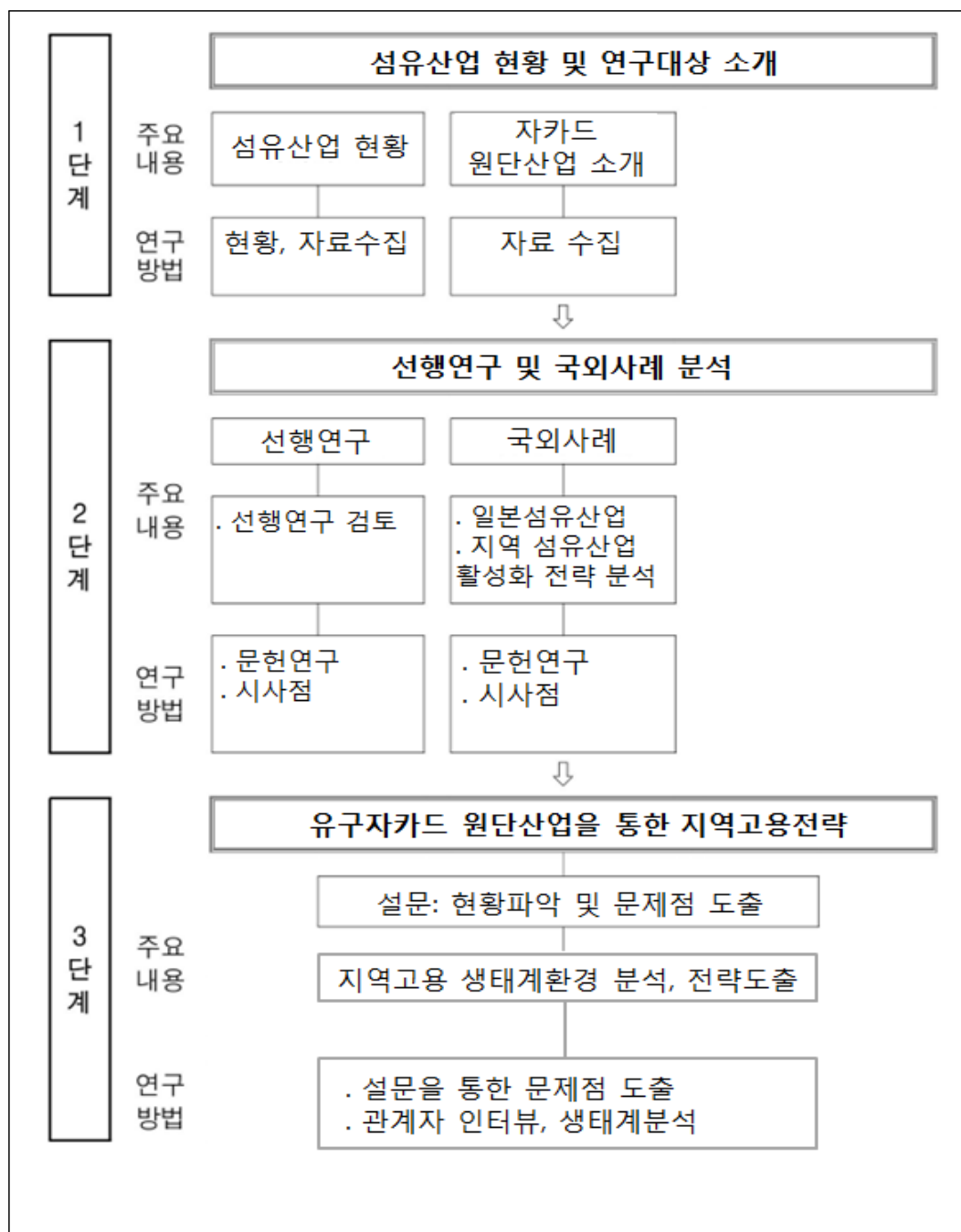
## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 공주시 섬유산업, 특히 유구지역 자카드 산업의 실태를 조사하고 부문별 단계별 문제점을 파악하여 공주시 섬유산업의 지역고용전략을 모색하는 것을 목적으로 하고 있다.

전술한 연구목적을 위해 본 연구는 다음과 같은 연구범위를 설정하고자 한다. 시간적 범위는 특별히 설정하지 않지만, 설문조사에서는 10년 이상의 기간을 두고 기업의견을 묻고자 한다. 선행연구의 경우에도 특정기간 설정 없이 참조할 수 있다. 내용적 범위는 유사국내외 사례, 설문을 통한 기업실태조사, 전략모색 등을 중심으로 한다.

연구방법은 설문분석과 통계자료 활용을 중심으로 할 것이다. 필요에 따라, 공주시 및 충청도 담당공무원, 기업인, 전문가 등의 인터뷰를 병행한다.

(그림 6) 연구의 흐름

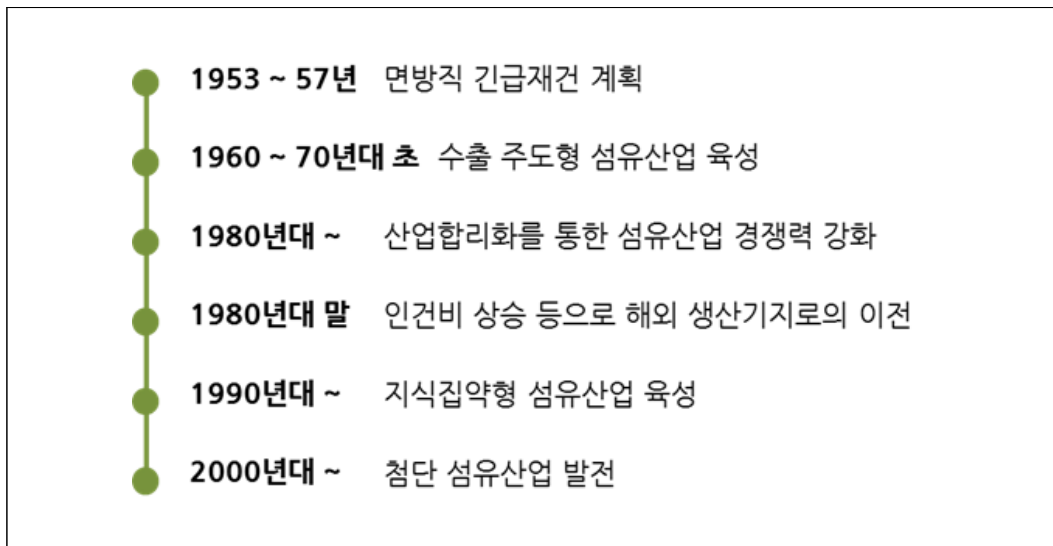


## 제2장 정책개괄 및 선행연구

### 1. 섬유정책의 변천과정

#### 1) 섬유산업의 시대별 발전과정 및 정책변화<sup>1)</sup>

〔그림 7〕 우리나라 섬유산업의 시대별 이슈



자료) 이재덕 외(2014)

1) 산업연구원 이재덕 외(2014) 재정리

### (1) 1960년대 이전

1960년대 이전, 천연섬유 분야(면방, 모방 등)는 전후 복구사업의 일환으로 투입된 생산설비, 값싼 원면 도입 혜택 등을 통해 자급자족 단계에 이르게 되었으며 특히 정부차원에서도 민생 안정과 생필품 부족 현상 해소를 위하여 섬유와 같은 소비재공업 분야 재건에 노력하였다. 한국정부의 '면방직긴급재건계획(1953~57)'의 추진으로 면방시설에 대한 재건은 여타 시설보다 신속하게 이루어 졌으며 더욱 발전하는 계기로 작용하였다.

한국 섬유산업이 다른 여타 산업에 비하여 신속하게 자급자족이 가능했던 점은 외국원조자금 투입의 효과도 있었으나, 풍부한 인력 공급이 가능하였기 때문이다. 또한, 같은 시기 정부차원에서 국내에서 생산 가능한 품목의 경우 수입을 원칙적으로 불허하는 제도를 시행함에 따라 섬유산업이 더욱 발전하는 계기로 작용하기도 하였다.

### (2) 1960년대 ~ 1970년대

1960년대 초반 이후 협소해진 내수시장으로 인하여 수입대체 중심의 성장전략의 한계를 인식하고, 외화획득 등을 목적으로 하여 경공업 제품인 섬유 수출을 확대하는 정책을 시행하게 되었다.

정부의 적극적인 지원으로 섬유산업은 수출산업으로 성장하였고, 합성 섬유 생산이 본격화 되면서 기존의 천연섬유 중심에서 합성섬유로 빠르게 전환되었다. 합성섬유 발달로 원자재 조달이 원활해짐에 따라 수출 경쟁력 측면에서도 크게 향상되는 효과를 가져오기도 하였으나, 이로 인해 면제품 공급과잉현상이 발생하기도 하였다.

또한 1969년 '대구지방공업단지'가 조성되고 다수의 직물업체들이 이전함에 따라 직물 클러스터를 형성하였고, 이를 기반으로 세계 의류 및 섬유 수출을 주도하였다(1970년대에 한국은 홍콩, 대만 등과 함께 세계 의류 수출의 Big 3로 불리기도 함).

### (3) 1980년대 ~

제 1차 석유위기 등으로 인하여, 세계적인 경기 불황으로 수출 부진과 더불어 선진국을

중심으로 한 신보호무역주의가 새로운 무역 장벽으로 작용하기 시작하였다. 또한, 저렴한 인건비를 앞세운 개도국이 세계 섬유시장에서 가지는 점유율이 높아짐에 따라 우리나라의 경공업 위주(섬유산업 등) 수출의 경제성장이 한계점을 드러내기 시작하였다.

특히, 국내의 인건비 상승 등으로 인하여 인력 확보에 어려움을 겪으면서 의류 및 섬유산업 업체들은 해외로 생산기지를 이전함에 따라 수출 부분에서의 하향세를 나타냈다. 즉, 대량생산 제품은 해외생산을 주로 하게 되고 고급 패션 제품들은 국내에서 생산하는 등 기존 수출산업 중심에서 내수산업으로 전환하게 되었다.

〔표 1〕 연도별 5대 주력수출산업 변화

	순 위				
	1	2	3	4	5
1977	직물제 의류	편직제 의류	선박	기타신발	합판
1980	직물제 의류	편직제 의류	기타신발	선박	폴리에스터 직물
1985	선박	직물제 의류	편직제 의류	기타신발	집적회로 반도체
1990	집적회로 반도체	스포츠화	직물제 의류	선박	편직제 의류
1995	집적회로 반도체	승용차	선박	폴리에스터 직물	기타 전자 응용기기

자료) 산업연구원(2011), 「2011 경제발전경험모듈화사업: 숙련집약 섬유산업 육성경험」

#### (4) 1990년대 ~

1980년대 중·후반 이후, 국·내외 산업환경의 변화로 인해 섬유산업을 포함한 경공업 산업의 고도성장이 어렵게 되면서, 이에 대응하여 다양한 방안이 마련되었다. 정부 및 기업은 새로운 디자인과 소재 등의 개발이 향후 성장의 핵심요소가 될 것이라 인식하고 이와 관련된 부분에 대한 투자를 확대 실시하였다.

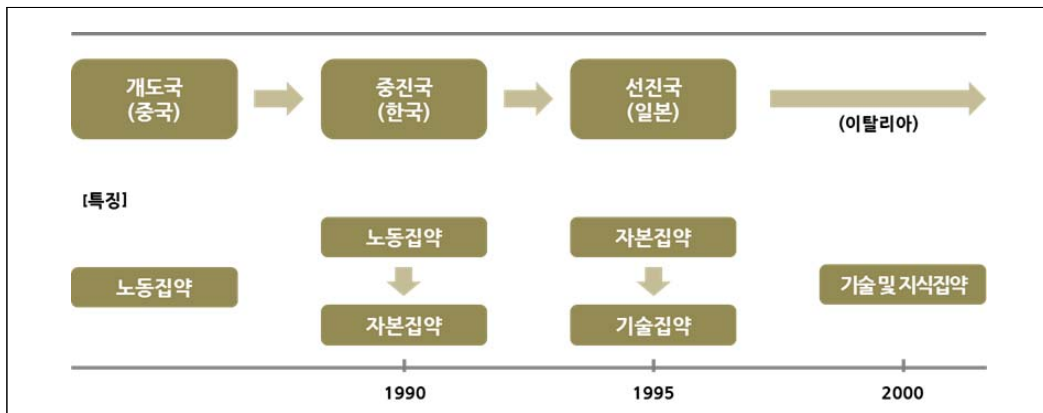
R&D 지원을 통한 새로운 제품 제발을 통해 섬유 수출 산업화에 집중하는 한편, 패션디자인 부문의 육성을 위하여 한국섬유산업연합회(KOFOTI)가 패션업체와 패션디자인 등 연구개발을 위한 설비나 장비 구입에 필요한 자금을 저리 융자 지원하기도 하였다.



또한 단기간에 기술집약형 산업구조로 섬유산업 구조를 개선하기 위하여 산·학·관으로 구성된 섬유산업 구조개선위원회에서 섬유산업 구조 개선을 위한 7개년 계획을 수립하기도 하였다. 이 계획에서 기존의 소품종 대량 생산방식에서 탈피하여 시장 수요에 맞춘 다품종 소량생산방식으로서의 전환을 촉구하였다. 이를 위해 새로운 섬유소재 개발과 주요 핵심 기술개발, 패션 국제화를 위한 신진 디자이너 발굴, 자동화 및 최신 설비로의 교체 등이 필요하다고 제안하였다.

1990년대 이후에는 기존 의류 수출에서 기술 및 자본 집약적인 직물 분야와 산업용 섬유 분야의 수출을 높이하고자 노력하였다.

〔그림 8〕 우리나라 섬유산업 구조고도화 정책 및 목표



자료) 산업연구원(2011), 「2011 경제발전경험모듈화사업: 숙련집약 섬유산업 육성경험」

#### (5) 2000년대 ~

섬유산업은 1998년 IMF 외환위기를 겪으면서 다른 산업들과 함께 기업 구조조정을 통해 사업이 축소되거나 재조정되었다. 기업들은 주력 핵심분야를 제외하고 수익성이 낮은 사업을 정리하거나 영위 업종의 업그레이드를 통해 수익성을 개선하였다. 섬유산업 관련 대기업들은 범용 대량생산품의 경우 국내에서의 생산을 중단하고 해외 생산을 늘리거나 수입을 확대 하였으며, 국내에서는 고부가가치화 및 차별화가 용이한 고품질 및 고기능성 섬유, 산업용 섬유등의 생산에 박차를 가하였다.

특히, 2005년 완전 섬유쿼터 폐지(섬유무역자유화)로 인하여 세계 시장에서 중국 및 아시아권 등 개도국의 시장 점유율이 높아지게 되었고, 이에 대응하여 개도국과의 경쟁이 상대적으로 덜한 탄소섬유 등과 같은 첨단 및 고기능 섬유에 치중하게 되었다.

## 2) 국가차원의 섬유산업 발전 전략

### (1) 인프라 구축

국가차원에서 섬유산업 육성을 위해 산업단지를 조성하는 등 인프라 구축을 통해 국가경제 및 지역개발의 주요 거점 역할을 수행하도록 하였다. 섬유관련 산업단지는 구로공단이 최초이며, 당시 일본 교포기업 유치 및 의류봉제품 수출 증대를 위하여 건설되었다. 구로공단의 성공 요인은 저가의 아파트형 공장으로, 공장의 공급과 집적화 등을 통한 저비용 저규제 등이 있으며, 제일교포 수출기업의 유치는 선진기술과 노하우 습득 및 해외시장 정부 수집 등을 용이하게 하여 수출 증대에도 크게 기여하였다.

이후, 경북 구미지역에 '구미 국가산업 제1단지'를 조성으로 섬유관련 대기업이 입주, 화학 섬유산업 발전을 견인하기도 하였다. 1980년대 후반에는 비산업색단지(대구광역시)와 반월염색단지(경기도)가 조성되어 고부가가치 염색 가공기술 발전을 이루기도 하였다.

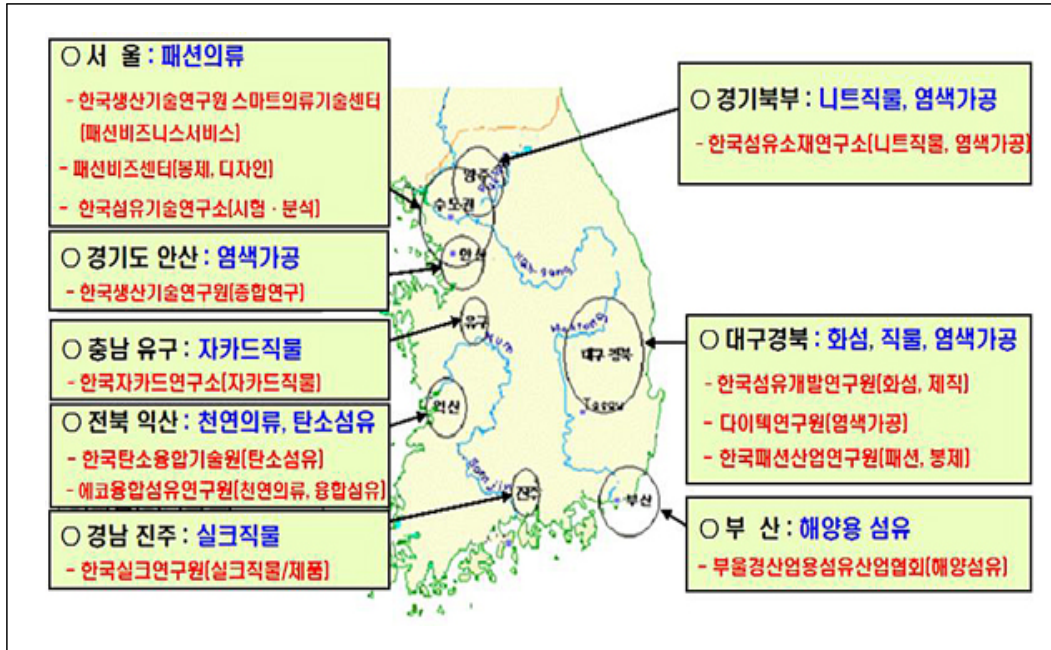
1990년대 말 이후에는 대규모 공업단지 조성 보다는 인력수급, 시장접근 등에 있어 장점을 가지는 대도시 주변 지역에 중·소규모 아파트형 공장 형태로 봉제업체들이 발달하기 시작하였다.

### (2) 전문 섬유연구소

지역 섬유단지를 중심으로 기술 및 기능 관련 인력 양성과 중소기업들의 애로사항(인력난 등)을 해결하기 위하여 섬유연구소들과 수출 섬유제품들의 품질검사 등을 맡아서 담당하는 섬유수출검사기관들이 설립되기 시작하였다.

특히, 1990년대 이후 섬유산업이 발달한 대구지역 이외에도 지역별 섬유전문연구소(센터)등이 설립되었다. 이들 연구소에서는 지역별 특성을 고려한 섬유 부문별로 중소기업 기술 개발 지원, 인력양성, 마케팅 지원 등의 업무를 담당하여 지역 섬유 산업 발전에 큰 기여를 하고 있다

[그림 9] 지역별 스트림별 섬유인프라 구축 분포도



자료) TIN뉴스(2017.5.9.) “2017 한국섬유패션산업의 미래방향과 과제” 재인용

### (3) 인력양성

노동집약적 특성을 가지는 섬유산업의 경우, 제조과정에서 작업자의 기술 및 기능 숙련 정도에 따라 품질과 생산성에도 영향을 미치기 때문에 현장 중심의 기술, 기능인력의 양성이 중요하다. 현장 기능인력 양성사업은 지역별 섬유전문연구소(시제품지원센터) 등이 주체가 되어 지역 특성에 맞게 추진하고 있다. 교육프로그램은 소재나 공정기술, 하이테크섬유기술교육, 디자인 및 직물설계, 봉제 및 패턴기술, 생산·품질관리, 패션 유통 및 근로별 마케팅 등 기획·디자인에서부터 제조 및 판매(마케팅)에 이르기 까지 다양하게 이루어져 있다.

또한 정부는 의류봉제 관련 기업의 인력공급 확대를 위하여 무료 교육과 취업알선 등의 사업을 추진하고 있으며, 특히 여성가장이나 장애인 등 유취인력에 대한 교육프로그램을 운영 중에 있다.

섬유산업 인력양성을 위해서는 섬유산업인적자원개발협의체 운영, 정부 및 부처간의 업무 협조와 재정적 지원 확대가 요구된다.

#### (4) 해외시장 개척지원

##### ① 해외시장 개척단 파견

수출 유망품목을 발굴하고, 고급 고부가가치 섬유 수출 확대를 위하여 해외 전시회 참가 지원과 같은 마케팅 분야를 적극적으로 지원하고 있다. 특히, KOTRA가 주체가 되어 국제 섬유전시회 참가 지원의 일환으로 뉴욕 등에서도 한국 섬유 관련 전시회 등이 개최되고 있다.

##### ② 국제 섬유전시회 개최

매년 해외 바이어 유치와 홍보를 위하여 최신 섬유소재전시회를 서울과 대구에서 개최한다. PIS(Preview In Seoul)과 PID(Preview In Daegu)는 봄, 가을 연2회 개최되는데 봄에는 대구에서, 가을에는 서울에서 개최한다. 특히, 2000년대 이후 한류 확산으로 인하여 중국 및 동남아 등의 의류봉제품 수출 활성화로 원사, 직물류 등에 대한 다양한 정보를 교류할 수 있는 두 행사는 큰 호평을 받고 있다.

## 2. 이론적 배경 : 지역고용전략

### 1) 지역고용전략의 배경 및 구성요소

산업 및 고용정책의 경우 국가 차원의 정책 목표 달성을 위해 지역차원의 고용정책 및 전략의 중요성이 더욱 커지고 있으며, 지역 고용전략의 효과 및 효율성 향상을 위해 지역의 산업 및 역량 강화가 필요하다.

OECD(2011)는 ‘공간-장소에 기초한 정책(place-based policies)’라는 새로운 지역정책 패러다임을 제시하면서, 지역 내 잠재력을 이끌어 내는 능동적인 정책 및 전략의 중요성을 강조하였다. 이 지역정책 패러다임은 성장의 기회가 어느 지역이나 존재한다는 원칙을 가지고, 지역 성과의 향상을 위하여 ① 지역 기업의 성과에 영향을 미치는 직·간접적인 요인을 포괄하는 발전 정책, ② 외생적 투자 혹은 기업 이전 보다는 내생적 자산에 집중하는 정책, ③ 기회요인을 강조하는 정책, ④ 협상에 기초한 거버넌스를 추구하는 정책 이 네 가지의 집합을 이야기 한다.

[표 2] 지역정책 패러다임의 변화

	과거의 패러다임	새로운 패러다임
목적	상대적으로 부족한 지역의 지리적 약점에 대한 일시적 보상	지역경쟁력 강화를 위하여 지역 잠재력 활용
조정단위	행정 단위	기능적 경계지역
전략	분야별 접근	계획 및 전략의 통합
수단	보조금과 정부 보조	연성자본과 경성자본의 혼합 (노동시장, 기업환경, 사회적자본, 네트워크 등)
행위자	중앙정부	지방정부

자료 : OECD(2009)

또한, Potter(2012)의 경우 지역단위의 고용정책 및 전략의 영역을 6가지로 설정하였다. 첫째, 실업자와 미취업자를 노동시장으로 통합하는 정책으로 노동시장 참여 촉진 정책, 임금 보조프로그램, 자영업지원프로그램등을 활용하는 것이다. 둘째, 숙련 개발 정책으로 훈련,

숙련수요평가, 훈련공급과 숙련수요의 매칭등이 있다. 셋째, 기업활동 지원과 기업가정신 촉진 정책 등으로 기업 활동을 촉진시키는 정책이다. 넷째, 산업의 생산성 향상 정책으로 기업지원 서비스나 혁신 지원 프로그램 제공등이 포함된다. 다섯째, 산업과 대학간 지식 클러스터 구축과 같은 지식이전 정책, 마지막으로 부문개발정책으로 전략적인 업종 선정, 네트워크 구축 등이 해당된다(이규용,2013).

## 2) 지역고용전략의 중요성

지역고용전략은 과거의 지역고용정책처럼 자원 조달 정도에 그치는 수동적 성격에서 탈피하여 지역의 잠재력을 극대화 하고 지역 경쟁력과 고용성과 향상을 목표로 추진되어야 한다. 지역 잠재력을 높이는데 있어 중요한 요소는 변화에 대한 적응력이며, 지역 수준에서의 고용 전략은 그러한 변화에 효과적으로 대응하는데 긍정적 영향을 미칠 것이다. 지역 수준의 고용 전략이 필요한 이유는 지역 혁신의 가능성과 새로운 고용기회의 창출, 경제적 위기 극복에 적극적인 대응을 하기 위함이다(이규용 외, 2014).

봉미란·이영민(2016)은 지역별 고용수준이나 고용전략 이행에 있어 특성과 차이가 뚜렷하다는 점에서, 지역노동전략 및 지역노동시장에 적합한 예산을 투입하고 이에 따른 지역별 고용전략이 수립되어야 지역고용성과를 높일 수 있다고 주장하였다. 양적 고용정책에 집중하고 일괄적인 국가차원의 고용전략 수립 보다는 지역별 고용현황을 분석하고 그 특성에 따라 고용 전략을 마련하는 것이 중요하다.

지역별 특성을 반영한 지역 고용창출은 숙련개발전략을 통해 달성할 수 있으며, 이와 같은 고용전략의 육성은 지역 내에서 전반적인 노동시장의 파급효과와 더불어 지역발전에 기여할 수 있다. 때문에 지역산업 육성과 지역의 일자리 문제를 해결하기 위해서는 지역 주도의 책임성이 명확하게 확립될 필요가 있으며, 지역산업 육성과 관련된 경제산업, 기술, 교육, 규제 등 많은 분야의 정책들이 지역단위에서 통합적으로 형성되고 일괄되게 추진될 필요가 있다(김영수, 2013).

### 3) 지역고용전략의 해외사례2)

#### (1) 미국 : WIRED 프로그램

미국의 WIRED(Workforce Innovation Regional Economic Development)사업은 지역사회와 지역산업의 연계를 통하여 지속적인 일자리 창출 및 지역 경쟁력 강화를 목표로 노동부가 2006년 이후 추진한 시범사업이다. '지역'에 대한 새로운 개념을 기초로 하여 산·학·관 파트너십을 활용하여 고용 및 훈련을 동시에 해결하는 지역혁신 전략이라 할 수 있다.

지역과 관련된 교육 및 훈련기관, 산업계, 정부 등의 파트너십을 통해 고용기회 확대와 고숙련, 고임금 일자리 창출로 지역경제발전 및 지역 경쟁력을 높이는 것을 목표로 하며, 다음의 6단계 절차를 거쳐 진행한다.

- 1단계 : 전통적인 행정구역 단위를 넘어서서 유사한 경제구조를 지닌 지역을 중심으로 지역경제구역을 재구성(기능지역)
- 2단계 : 지역의 주요 자산을 대표할 수 있는 리더십 팀의 구성
- 3단계 : 지역 자산의 특성을 토대로 해당지역의 SWOT분석 실시
- 4단계 : 분석 결과를 활용하여 지역 정체성 및 경제적인 비전 공유
- 5단계 : 경제적 비전 달성을 위한 전략 및 구체적 실행계획 수립
- 6단계 : 지역자산 활용 및 실행

#### (2) 일본

##### ① 실천형 지역고용 창조산업

고용의 기회가 상대적으로 부족한 지역에서 지역관계자의 창의를 살린 자발적인 고용창출을 중앙정부가 지원하는 방식이다. 2007년에 시작된 지역고용창조추진사업과 2008년의 지역고용 창조구현사업을 2012년부터 '실천형 지역고용 창조산업'으로 통합하여 실시하였다.

2) 산업연구원(2014), '지역산업 고용정책의 실태 및 활성화 전략' 참고 및 재정리

고용창출의 효과가 높다고 판단되거나 지역고용 기회 증대 등 파급효과가 좋은 사업을 대상으로 ①고용확대, ②인재육성, ③취업촉진, ④고용창출실천 등을 지원하는 사업으로, 각각의 내용은 아래와 같다.

〔표 3〕 일본 실천형 지역고용창조산업

사업명	사업내용
① 고용확대	(사업주와 관련) 신규창업, 새로운 분야로의 진출, 사업확대 등 지역 고용기회 확대를 목표로 함 예) 기술지원, 경영상담, 노무관리 등
② 인재육성	(구직자와 관련) 지역 인력수요에 부합하는 구직자 능력 개발 및 인재양성 예) 기술훈련, 직장체험, 인턴쉽 등
③ 취업촉진	사업 ①과 ②의 사업주 및 구직자를 대상으로 지역구직자의 취업촉진 도모 예) 구인정보의 수집 및 제공, 취업박람회 개최 등
④ 고용창출실천	사업 ②에서 육성된 구직자들을 지역산업에 고용될 수 있도록 다양한 취업기회 마련 및 제공 예) 지역 브랜드상품의 개발, 상품 판로 확대, 관광객 유치 등

## ② 전략산업 고용창조 프로젝트

2008년의 경제위기 극복과정에서 제조업이 소재한 지역의 경우 공장 해외이전 등으로 지역 경제가 타격을 입는 경우가 있어 이들 지역이 스스로 설정하는 제조업 중심의 전략적 산업에 대해 중앙정부가 선별적으로 지원함으로써 고용의 안정을 강화하고자 하는 취지로 실시한 사업이다.

전략산업 고용창조 프로젝트는 산업정책과 연계하여 지역 전략산업(제조업 위주) 등에서 안정적이고 질 좋은 고용을 창출하고 이를 통한 지역경쟁력을 강화하는 것을 목적으로 한다. 지역 관계자간 네트워크 구축 및 지역인력 수요 파악, 인력확보차원의 대응등과 관련된 ①지역매니지먼트 강화, 신규창업, 새로운 분야진출, 연구개발에 의한 사업확대 등 ②사업주의 고용확대 지원, 지역 인력수요를 고려한 인력육성 등을 통한 ③구직자 인력육성, 지정된 기업이 시설정비 및 고용 지원금 지원, 저리대출 지원 등 ④지정사업주 신규채용 조성 네 가지의 사업 내용으로 이루어져 있다.

도도부현은 지역관계자(자치단체, 기업, 교육 및 연구기관, 금융기관 등)로 구성하는 협의회를 설치하여 사업을 실시하는 것이 특징이다.



### 3. 섬유산업 관련연구

이임자(2013)에 따르면, 섬유산업의 경우 글로벌 금융위기 이후 다시 회복세로 돌아서면서 안정적인 궤도에 재진입 할 것이라는 조심스러운 평가가 나오고 있기도 하다. 국제적 경제 위기의 영향으로 섬유산업의 생산 및 수출이 감소추세를 보이기도 하였으나, 경기 회복과 더불어 안정적인 성장세에 대한 기대감이 커지고 있다는 것이다. 섬유산업이 장기적으로 경쟁력을 확보하기 위해서는 투자전략이나 경제적 지원도 중요하지만 지역 차원에서 당면한 문제 해결 및 환경변화를 살펴보고 이에 대한 대응전략을 마련도 중요하다.

심혜정 외(2015) 역시 섬유산업은 어려운 경제여건 속에서도 양호한 성장세를 유지하고 있다면서 섬유산업의 가능성에 대한 긍정적 측면을 이야기하였다. 후발 신흥국가들과의 경쟁 심화, 생산기지의 해외이전 등의 상황에도 불구하고 위기를 극복하면서 꾸준한 성장세를 유지하였으며 기술개발이나 생산구조 전환 등을 통해 새로운 도약도 가능하다고 전망하였다.

또한 이춘근(2013)은 섬유산업이 의식주와 관련이 있고, 영구적 수요를 가진다는 점에서 지속적으로 새로운 수요창출이 가능하다는 장점을 가진 산업으로 정의하였다. 대구지역을 사례로 하여 이루어진 연구에서는 대구지역 섬유산업의 현황 등을 시계열적으로 살펴보고 기업분야, R&D분야, 네트워크 및 인력분야 등에서 가지는 문제점을 파악한 후 향후 풀어나가야 할 과제에 대해서도 제안하였다. 특히 변화하는 환경변화에 즉각적으로 대응할 수 있는 인력이나 인프라 구축, 새로운 기술 개발 등이 필수적으로 뒷받침 되어야 한다고 주장하였다.

지역 고용과 성장에 대한 연구들은 해외에서 많은 연구들이 축적되어 왔으며, 지역 내의 고용성장에 대한 연구에서 최근에는 지역 간 비교 혹은 국가 간 비교로 그 영역이 확대되고 있는 추세이다. 하지만, 국내의 경우 지역고용전략 수립을 마련할 수 있는 지역 간 비교나 지역 산업 성장요인을 확인하는 실증적인 연구는 충분히 이루어지지 못하였다(이삼열 외, 2009). 우리나라는 주로 중앙정부 주도의 고용전략 및 정책이 만들어져 추진되어 왔고, 2000년 이후 본격적으로 지역중심의 고용전략의 필요성에 대한 인식이 생겨났다고 할 수 있다(강은영 외, 2015).

전명숙 외(2007)의 연구에서는 의류 및 섬유산업 클러스터를 중심으로 한 지역발전 전략과 지역 파트너십에 대해 동대문, 남대문, 대구지역의 사례를 살펴보았다. 사례 연구를 통해 고임금 국가에서는 전통산업이 사양화 될 것이라는 제품수명주기이론의 결정론적 관점에 대한 비판과 더불어 오히려 의류 및 섬유 산업의 경우 지역별 다양한 전략을 전개하고 있다는 점에서 국가

경제에서 차지하는 비율이 감소할지라도 수출이나 고용에서는 여전히 중요한 위치를 차지하고 있다고 주장하였다.

한국고용정보원의 권우현 외(2015)는 섬유산업 인력 수요 전망이라는 주제로 우리나라 섬유산업의 전반적인 현황분석 뿐만 아니라, 섬유산업의 향후 부가가치 고용창출의 가능성에 대한 분석을 실시하였다. 섬유산업이 세계시장 흐름 변화에 적절하게 대응하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 지역섬유산업 현장이 필요로 하는 인력이 원활하게 공급되어야 하기 때문에 이를 위한 적절한 고용전략의 중요성을 강조하였다.

이상훈 외(2009)는 경기도 북부지역이 섬유 산업의 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과가 상대적으로 크게 나타난다는 현황을 바탕으로 지역산업으로의 육성 방안에 대한 근거를 제시한 바 있다.

지역 연고산업 특성 및 지역고용전략에 대한 또 다른 연구로는 김학훈(2004), 정순관(2006)의 연구가 있다. 이들은 연구지역을 대상으로 산업의 구조와 고용현황 등을 통해 지역 경제에 기여하는 특성에 대해 분석하였다. 김학훈(2004)의 경우 1980년대와 2000년대의 청주지역 지역산업 특성과 고용 등을 분석하여 약 20년간 지역 고용성장을 추동해온 산업에 대해 밝혔다. 또한, 정순관(2006)은 광주와 전남지역이 국가 경제성장에 어떠한 영향을 받고 있으며, 제조업이 연구지역의 고용성장을 이끄는 데 큰 기여를 하고 있음에 대해 연구하였다.

이들 연구들은 연구지역이 분석기간 동안 어떠한 지역연고산업을 기반으로 성장하였으며 지역고용의 현황 자체에 대해 설명하였다는 점에서는 의미가 있으나, 지역적 특성에 맞춘 지역 고용 전략 혹은 그러한 고용전략이 지역연고산업에 미치는 영향 등의 부분에 대해서는 다소 미흡한 점을 가지고 있다.

## 제3장 국내외 사례연구

### 1. 국내사례

#### 1) 대구 '섬유명품산업 전략'

대구는 '섬유도시'답게 지자체 차원의 지원부서 뿐만 아니라 다양한 지원 기관으로 8개 이상의 섬유 관련 연구소가 있으며, 이 기관을 활용하여 섬유 산업의 명품화를 추진 중에 있다. 한국 염색기술연구소, 한국섬유개발연구원, 한국봉제기술연구소, 한국패션센터, 한국섬유기계 연구소, 한국섬유마케팅센터 등 섬유 패션 연구기관이 계속 출범 중에 있으며 고기능성 및 융합섬유 소재 개발, 해외 수출 관련 글로벌 마케팅 지원, 물 없는 염색 산업 육성, 글로벌 대구 침장 특화산업 및 브랜드 육성 등을 추진할 계획에 있다.

대구지역에서 섬유산업의 명품화 및 세계화에 성공한 기업의 사례를 살펴보면 다음과 같다.

(표 4) 대구지역 섬유산업 명품화 및 세계화 사례

기업	제품 및 기능	성공요인	벤치마킹 내용
A기업	기능성 아웃도어 관련 섬유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차별적 섬유소재 개발로 아웃도어용 원단 개발</li> <li>- 자체 염색회사 설립으로 고품질 염색기술로 원단을 차별화 하였음</li> <li>- 염색 및 후가공한 원단에 독자 상표를 등록하고, 관련 품목의 family 브랜드 출시</li> <li>- 자체 섬유연구소를 설립, 전문 연구인력 투입으로 기능성 섬유제품을 개발(특허 보유)</li> <li>- 글로벌 어패럴 브랜드와 공동 파트너십 구축</li> <li>- 베트남 하노이 봉제 공장, 상하이, 뉴욕, 프랑크푸르트 지사화(글로벌 지사화)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 차별화를 위해 소재연구 등 제품의 품질경쟁력 개선을 지속적으로 추구</li> <li>- 글로벌 지사화 등을 통해 수출시장 다변화 위험 분산이 가능함</li> </ul>
B기업	여성 관제리용 의류 및 섬유	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 여성 관제리용 가운, 블라우스용 합성섬유 등 틈새시장을 공략하여 성공한 사례</li> <li>- 수요자 요구에 즉각적으로 대응하여 1주일 안에 제작 및 납품을 완료하는 시스템 구축</li> <li>- 해외 진시화 등에 활발히 참여하고 정보를 활용하고 있음(섬유 활용 및 주력 아이템 개발 관련 아이디어 수집)</li> <li>- 트렌드에 적합한 원단을 개발(자체 개발 원단 500여종, 2015년 대한민국 섬유 소재 품질 대상 수상)</li> <li>- 끊임없는 바이어와의 미팅, 정보 입수 후 즉각적인 제품 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 욕구에 맞는 원단의 자체개발과 염색을 통해 제품경쟁력 확보</li> <li>- 다품종 고개맞춤 유연생산을 기본으로 하여 수요자 대응성을 높임</li> <li>- 경영자가 직접 영업 등에 참여하고, 최근 트렌드 파악을 위해 국제 전시회 등에 적극적인으로 참여</li> </ul>
C기업	벨벳제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 벨벳 생산의 95%를 세계 120여개국에 수출(중동, 중앙 아시아, 중남미 지역 등)</li> <li>- 집중적 세분시장 특화와 고부가가치 제품 개발 및 특화로 벨벳으로 만들 수 있는 모든 분야에 집중(패션에서 산업용 섬유소재까지 생산 - LCD 러빙포 개발)</li> <li>- 고유 상표권을 등록하고, 세계 시장에서의 브랜드화로 벨벳이 의류용이라는 인식에서 탈피하는데 기여</li> <li>- 고객 니즈에 대응하는것에서 그치지 않고, 새로운 아이디어 발굴을 통해 벨벳의 사용영역을 확대하여 제품의 다각화 실현</li> <li>- 기업 내 중앙연구소 설립으로 다양한 제품 및 섬유 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 벨벳에 특화하여 글로벌 브랜드로서의 위상 구축</li> <li>- 산업협력사업으로 개발된 산업용 벨벳으로 글로벌 시장에 진출</li> </ul>
D기업	3D 자카드 (패션의류용 폴리에스테르)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 좁은 시장에서의 제품 차별성(틈새시장인 폴리에스테르의 3D 입체 자카드 제직 특허)</li> <li>- 자체 기술 개발실을 구축하여 차별적, 기능적 소재 개발로 해외시장 개척</li> <li>- 벤더, 에이전트 등 다양한 유통 채널을 활용하여 비즈니스를 확대시킴</li> <li>- 글로벌 SPA브랜드 등 어패럴 기업들과의 공급 파트너 관계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 섬유시장 흐름을 파악한 후 틈새 시장 공략으로 자카드 제직 전문화</li> <li>- 자체 기술연구소를 활용하여 연구개발 외 정부 위탁과제를 수행</li> </ul>

## 2) 경기도 섬유산업

경기지역의 경우 기 구축된 니트산업단지를 활용, 다품종 소량생산 및 단납기시스템을 구비하여 다양한 가공기술이 가능하다는 것이 강점이다. 특히, 수도권과 인접한 지리적 여건 등으로 인해 관련 산업과의 연계가 용이하다는 이점을 가지고 있다. 경기도가 섬유산업에 있어 가지는 약점은 영세 혹은 중소기업의 기업이 개별입지 형태로 입지하고 있다는 점이다. 하지만, 국가 간 자유무역협정이 체결됨에 따라 관세 인하 등으로 인해 무역장벽이 완화되면서 관련 기업과 연구지원기관 등의 집적되면서 섬유산업 발전에 기여할 수 있는 인프라가 꾸준히 확충되고 있다는 것이 특징이다. 위협 요인으로서는 해당 분야의 인력수급이 점점 어려워지고, 인건비 등에서의 가격 경쟁력 약화, 환경규제 등이 포함된다(이상훈 외, 2009).

[표 5] 경기도 섬유산업 SWOT 분석

강점요인(S)	약점요인(W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 니트 생산의 메카</li> <li>- 다품종 소량생산 및 단납기 시스템 구축</li> <li>- 다양한 가공기술의 보유(편직, 염색가공 등)</li> <li>- 수도권과 인접한 지리적 이점</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영세 중소기업 중심(50인 이하)</li> <li>- 섬유업체의 개별입지에 따른 환경 비용 증가</li> <li>- 인적, 물적 인프라 부족</li> <li>- 업체 간 정보교류의 장 부족</li> </ul>
기회요인(O)	위협요인(T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가간 FTA 체결 증대</li> <li>- 중국 WTO가입으로 인한 관세 인하</li> <li>- 섬유전용산업단지 및 유통시설 등 집적화 추진</li> <li>- 선유관련 연구소, 종합지원센터 등의 입지에 따른 인프라 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원유가 상승에 따른 유틸리티 비용 증가</li> <li>- 선진국 무역블록화</li> <li>- 쿼터제 폐지에 따른 개도국과의 경쟁력 약화</li> <li>- 신규 전문인력 수급의 어려움</li> </ul>

자료) 경기연구원 이상훈 외(2009)

또한, 경기도는 「경기도 섬유산업 육성 및 지원조례」 제 6조에 따라 섬유산업을 지속적이고 체계적으로 육성하고자 5년마다 종합계획을 세우고 있다. ‘경기도 섬유산업 종합 육성계획(2012년 ~ 2016년)’에서는 5년간 총 6,382억 원(국비 2,244 / 도비 555 / 시·군비 278 / 민자 3,302)을 투자하여 3대 분야 21개 단위사업을 추진하였다.

2차년도 계획(2017년 ~ 2021년)에서는 시설 관련 지원을 더욱 확충하고 체계화 하는 것을 우선 목표로 하면서, 관련 연계기관과 기업과의 협조를 통해 경기지역의 섬유 산업 발전 전략을 수립하고 있다. 또한 섬유산업을 통해 질 좋은 일자리를 창출하면서, 경기도 섬유산업의 고도화를 추진하기 위한 다양한 정책(4대 전략, 12대 핵심과제)을 담고 있다.

### 3) 섬유산업 인력양성 방안 및 전략

섬유산업은 산업용, 의료용, 의류용, 인테리어용 등 다양한 용도의 아이템 발굴이 가능하고 고 기능화로 차별화 한다면 개도국 수출시장 잠식에 대한 발빠른 대응도 가능하다. 즉, 새로운 해결책 마련을 위해 관련 인력 양성에 대한 다양한 방안 마련이 필요한 시점이다.

[표 6] 지역특화 인력양성체제 구축

특화지역	인력양성 모델 명	인력양성 기관	양성 유형	특화분야
서울	마켓주도형 패션의류 인력양성단	한국생산기술연구원 (의류스웨터기술센터) 한국 의류학회 유한디자인인력개발원 국제패션연구진흥원	시장주도형	패션 봉제 마케팅
경기	신기술융합형 염색가공 인력양성단	생산기술연구원 (시화염색가공센터)	기술주도형	염색 가공
충남 대전	미래주도형 산업용섬유 인력양성단	생산기술연구원 (산업용 섬유연구센터)	기술주도형	산업용 섬유
전북	현장맞춤형 니트산업 인력양성단	한국니트산업연구원	시장주도형	섬유 패션
대구 경북	스트림통합형 섬유패션 인력양성단	한국섬유개발연구원 한국염색기술연구소 한국패션센터 계명대학교 한국섬유기계연구소	기술주도형	섬유 패션
경남	패션밀착형 직물디자인 인력양성단	한국견직연구원	시장주도형	직물 디자인

자료) 지식경제부, 산업연구원(2012), 2011 경제발전경험모듈화 사업: 숙련집약 섬유산업 육성경험

섬유산업 발전을 견인할 수 있는 인력 양성 방안으로 국내·외 전문가 및 대학과 연구소를 연계하는 네트워크를 구축하여 지도인력 Pool을 구축하고 관련 교육을 체계화 하여 신제품 개발, 성장공정의 효율화, 품질향상 등을 추구할 수 있다. 또한, 지속적 기술개발을 위하여 고도화된 전문 산업인력이 필요한 분야에 대해서는 관련 수요를 충족시키기 위한 인력양성 및 취업자 재교육 방안 등이 마련되어야 한다. 글로벌 생산의 보편화로 해외 아웃소싱 부분도 단순 생산 부분에만 그치는 것이 아니라 소재, 디자인, 기획 및 관련 연구 등을 담당할 수 있는 분야로 확대될 필요가 있다.

지역별 섬유관련 인력양성 모델 및 인력양성기관, 유형 등은 [표 6]과 같다.

## 2. 국외사례

### 1) 이탈리아 ‘제3이탈리아’

제2차대전후 “유럽의 낙제생”으로 낙인찍혔던 이탈리아 경제는 1980년대 들어 ‘전후 제2의 기적’이라 불릴 정도의 발전을 일궈는데 그 요인으로 이탈리아 중북부의 이른바 ‘제3 이탈리아’라고 불리는 지역에서 공생적 중소기업군에 의한 지역적 발전을 이루었기 때문이다. 즉, 에밀리아 로마냐주, 베네통주, 토스카나주 등에 집적한 중소기업과 장인기업이 전문성을 심화시키면서 지역적으로 다양한 네트워크를 형성했다. 이 ‘전문화’ 중소기업에 의한 지역네트워크의 전개는, 이들 지역의 경제발전을 촉진시킨 것 뿐만이 아니라, 이탈리아 경제전체의 발전을 이끌었다.

MIT의 피오르(M.Piore) 교수와 세이블(C.Sabel) 교수는 『제2의 산업분수령』에서 현대의 대량생산체제는 여러 측면에서 한계를 노정했는데, 그 극복 사례로, 많은 중소기업의 지역적으로 집적을 통한 “유연한 전문화(Flexible specialization)” 시스템을 편성하고, 지역적으로는 상호 신뢰를 기반으로 “경쟁과 협조의 수평적 네트워크”를 통해 혁신잠재력을 높인 “제3 이탈리아” 지역을 높게 평가했다.

이 제3 이탈리아의 특징은 다음 4가지로 정리된다.

- ① 특정분야의 중소기업이 집적하여 다양한 니즈에 유연하게 대응하면서 고도로 전문화하여 생산

- ② 중소기업들이 지역내 분업을 발전시켜, 수평적이고 긴밀한 네트워크를 형성
- ③ 산지내에서 기술혁명과 제품개발을 둘러싼 경쟁이 보이는 한편, 산지를 발전시키기 위한 상호신뢰 기반의 기업간 공동, 연계가 존재
- ④ 산지내 기업네트워크를 지탱하는 CNA(전국직물인연합회)와 주정부에 의한 지원시스템이 효과적으로 발휘

특히 에밀리아 로마냐 주정부가 설립한 ERVET(지역경제활성화공사)의 케이스는 유명하다. 1974년 설립되어 민관 파트너십으로 운영되는 ERVET는, 오늘날 에밀리아 로마냐 지역이 이탈리아에서 가장 경제적으로 성장한 지역으로 발전시킨 역할을 해왔다고 평가받고 있다. 주정부가 지분의 80%를 보유하고 나머지는 지역금융기관, 상공회의소, 지역내 하위지자체, 각 산업협회가 보유하는 구조로 지방정부법에서 그 역할을 규정하고 있다. ERVET는 지역의 각종 서비스센터를 총괄하는 조정자로서, 주정부 전체의 통합적 프로젝트를 구상, 실행하고 관련연구 수행, 지역기업에 정보제공 및 기술지원 등을 담당하고 있다.

ERVET가 설립된 이후 다양한 서비스센터가 설립되었는데 예를 들어 Centro Ceramico (세라믹산업), CITER(섬유제조업) 등이 있다. 특히 CITER(섬유제조업센터)는 주정부와 산업지구의 460개 업체가 출자하여 설립하였다.

영세업체만으로는 첨단패션정보와 기술정보를 수집하는데 한계가 있다는 것을 인식하고, 동 센터가 세계의 정보를 수집,분석하여 다음 시즌의 유행상품에 대한 개발지원 등을 돕는다.

기타 산업들에 대해서도 주정부는 11개의 범산업 서비스센터를 설립하여 지원하고 있다. ASTER(기술이전센터), CERMET(품질연구인증센터), DEMOCENTER(산업자동화서비스센터) 등이 수평적, 범산업적 서비스센터로서의 기능을 담당하기 위해 설립되었다.

## 2) 일본 '지역섬유산지 활성화전략'

일본의 섬유산업에서는 직포단계 하부의 중소영세기업 사업자의 비중이 높아, 1970년대의 고도경제성장기에는 방직업과 직포업에 대해 각각 법률(섬유법)을 근거로 설비조정이 시행되었다. 직포업의 조정설비는 중소기업안정법을 근거로 시작되어, 동법의 개정법인 중소기업단체법에 인계되었고, 1963년3월에 성립된 중소기업근대화촉진법이 적용되었다. 특히 산지를 형성하고



있던 직포업에서는 산지단위로 동업자 조합이 조직되어 조합단위로 설비처리가 실시되었다.

종래, 일본에서 섬유업계의 제조업자는 방직, 직포, 니트, 염색, 봉제 등의 전문제조가공에 특화해 사업을 전개해 왔으나, 근래의 시장규모 축소 경향과 IT기술발전 등을 이유로, 유통 구조가 크게 변화하여 제조업자들 중에도 자체제품/상품의 개발에 힘쓰는 기업이 증가하고 있다. 또한, 지역활성화의 관점에서 산지기업에 대한 관심이 높아져, 미디어나 SNS등을 잘 활용하여 실적으로 연결시키는 기업도 나오고 있다.

제조업자들은 기술개발, 수주의 소규모화에 대한 대응과 공정합리화 등을 통한 비용감축을 추진하는 등, 각사에서는 업무개선 등의 움직임이 보이고 있지만, 업체 감소경향은 계속되고 있어, 분업체제 유지, Made in Japan 생산체제 재구축이 과제로 제기되고 있다.

#### ① 인재육성과 기능전승

근년, 일본에서도 섬유업계의 어려운 경영환경으로 인해 신규채용이 난항을 겪고 있고, 한편으로는 제조작업자의 고령화가 빠르게 진행되고 있어, 기술전승과 인재육성이 중요한 테마로 대두되고 있다. 예전에는 생산자동화가 진행되는 속에서도 제조현장 경험과 각 제조 기술원리, 가공노하우 등을 가진 인재가 풍부했던 관계로 전문 노하우를 외부에서 활용할 수도 있었지만, 이런 인재들의 고령화로 인한 퇴직과 신규진입자 감소로 인해 다음세대에 기술전승이 충분히 진행되지 못하고 있다.

근년에는 시장다양화에 대응하여 신상품 개발 요구가 많아지고 있어, 이에 대응할 소재 개발과 가공, 제조기술 노하우가 점점 중요해지고 있지만, 지금까지 숙련경험자가 대응해왔던 체제도 한계를 맞이하고 있다.

다른 한편, 기술전승을 위한 교육연수는 예전에는 지역산지별 조합을 중심으로 실시해 왔으나, 요즘은 조합원감소, 사업채산성 악화 등의 이유로 대부분 실시되지 않고 있다. [표 7]에서 보듯 섬유산업 관련강좌는 전국적으로도 상당히 적어졌다. 더불어, 실제 가공, 제조 등의 현장교육도 중요한데, 이는 기술사와 공적 연수기관 연구원 등이 강사가 되어 섬유산업 지원기관 등을 중심으로 실시되고 있다.

사원교육을 실시할 여유가 없는 업체의 사정, 외주활용 사업형태가 정착되면서 사내에 섬유/제조기술 지식과 노하우를 가진 인재가 적어진 요인 등을 감안하면, 외부의 집합연수사업의 중요성은 점점 커지고 있다. 아직은 퇴직자 인력을 강사로 활용할 수 있어, 초기에 대응하는 것이 중요하다.

〔표 7〕 일본의 섬유인재 육성연수 강좌

연수명	수강대상자	연수내용
섬유베이직강좌	섬유관련기업	소재, 텍스타일, 가공 등 섬유제조 기초지식 습득
어패럴제품 기초강좌	섬유관련기업	염색, 봉제와 어패럴제품에 관한 기초지식 습득
고성능·고기능성 섬유의 현상과 향후	섬유관련기업	특수기능계, 섬유에 관한 기초지식 습득
텍스타일 칼리지	섬유관련기업	텍스타일 제조에 관한 기초지식 습득
섬유·미래학원	섬유관련기업 경영자, 후계자, 경영간부	섬유사업경영에 관한 지식습득과 네트워크 구축
섬유서당	(협)칸사이 패션연합조합원	섬유소재와 제품품질생산에 관한 기초지식 습득
염색코스	교토 시내의 염색관계 중소기업	소재, 약제, 가공기술 등 염색기술의 기초습득
‘니시진오리’ 코스	교토 시내의 염직관계 중소기업, 유통업자	니시진오리(西陣織)에 관한 염색, 제조 등의 제조기술 기초 습득
이시카와 섬유대학	섬유관련기업	섬유에 관한 기초~응용, 기업경영까지의 지식 습득
섬유 모노즈쿠리 연수	섬유관련기업 신입직원, 구직자	섬유소재 제조에 관한 기초지식 습득
키류 섬유대학	키류 산지의 섬유관련사업자	섬유 기획·생산·마케팅 등 사업기초 습득

자료) 大阪府商工労働部(2016)

## ②신상품개발

제조업체가 자사의 기술노하우를 활용하여 자체상품을 개발하고, 이를 판매한다는 이야기는 말하기는 쉽지만, 실제 제품의 개발에 있어서는 기술 뿐 아니라 시장니즈에 맞는 디자인 대응이 무엇보다 중요하다. 산지제조라는 이미지는 품질의 우수성은 전해질지 모르나 디자인 측면에서의 매력은 별개의 문제이다. 이 경우, 제조업체는 투자적 관점에서 디자인 감각이 뛰어난 인재와 연계하거나 자사인재를 자체적으로 육성하는 등의 방법으로 사내 디자인 감각을 향상시키는 것이 중요하다.

한편에서는 사업기획자가 판매능력을 갖고, 제조를 담당하는 산지기업과 연계하여 오리지널 상품을 전부 프로듀스하는 사업을 전개하여, 고정팬 획득을 통해 성공하는 사례도 나오고 있다. 이처럼 제조업체에 있어서도 외부기업과의 연계를 통해 적극적으로 오리지널 기획사업을 실행하고, 스스로가 폭넓은 지식과 노하우를 갖는 것, 나아가, 새로운 사업체제 구축을 추진하는 것이 향후 지역산지기업의 성공포인트이다.

### 3) 지역섬유산업의 문화가치적 활용

#### (1) 섬유박물관과 섬유장터<sup>3)</sup>

세계적으로 섬유관련 박물관은 1,224만관(섬유 종합 박물관 131천관, 직물관 233, 역사관 92관 등)이 있으며, 이들 박물관은 지역의 다른 문화·관광 요소들과 결합하여 지역경제 활성화에 기여하고 있다. 또한, 지역 전통산업을 기반으로 한 특화박물관 조성 등의 사례에서 지역 전통산업의 계승 및 새로운 발전 전략 등을 확인할 수 있다. 지역산업 자체를 브랜드화 하여 관광 명소로 개발하여 기존 섬유산업 자체에서 발생하던 경제적 가치에 비해 더 많은 가치 창출을 기대할 수 있다. 다양한 방법들이 있겠지만, 대표적으로 ① 기업과 지역관광상품의 결합, ② 지방정부와 기업과의 결합, ③지역의 랜드마크, 기업 이미지가 담긴 문화, 전시, 테마공원 등이 있을 수 있다.

[표 8] 지역산업 박물관

섬유(직물)를 활용한 지역경제 활성화	지역 전통산업기반을 활용한 특화
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프랑스 리용 ‘직물역사박물관’</li> <li>- 프랑스 액상프로방스 ‘장시용단박물관’</li> <li>- 스웨덴 브로스 ‘직물박물관’</li> <li>- 그리스 아테네 ‘직물박물관’</li> <li>- 네덜란드 엔스헤데 ‘직물박물관’</li> <li>- 스위스 빈터투어 ‘직물박물관’</li> <li>- 중국 항저우 ‘실크박물관’</li> <li>- 일본 요코하마 ‘직물역사박물관’ 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 독일 줄링겐 ‘칼 박물관’</li> <li>- 스위스 제노바 ‘시계박물관’</li> <li>- 이탈리아 카라라 ‘대리석박물관’</li> <li>- 영국 콜브룩데일 ‘철 박물관’</li> <li>- 일본 츠바메산조 ‘공장 페스티벌’ 등</li> </ul>

3) 대구경북연구원(2007), 섬유문화테마파크 조성에 관한 조사연구 - 지역섬유 활성화를 중심으로 -.

또한 섬유관련 세계 주요국들에서는 ‘섬유국제장터’등을 조성하여 볼거리 제공 및 특화 판매기능을 강화함으로써 수출기능 활성화와 경제적 효과를 신장시킬 수 있다.

[표 9] 세계 주요도시의 섬유국제장터

국가명	도시명(지역)	섬유장터	비고
일본	오사카	Com Art Hill	
미국	LA	Jobber(유통센터)	
	뉴욕	7th Street(패션 거리)	
홍콩	홍콩	Sham Shuipo	
싱가포르	자라술탄	Textile Center(하이패션 스트리트)	
멕시코	멕시코시티	Xogongo	인도, 중국상인
사우디	제다/리야드	Commercial Center	
UAE	두바이	Linking Road	
쿠웨이트	쿠웨이트 시	Commercial Area	

## (2) 일본 츠바메산조(燕三條) ‘공장 페스티벌’

일본에서 지역산업(地場産業)이란 ‘자연환경의 우위성과 원자재원(源)의 존재, 풍부한 노동력과 특수한 기술, 유력한 상인의 존재 등을 조건으로 산지를 형성해온 중소기업’으로 정의한다. ①특정지역에서 발생하여 역사가 깊음, ②특정지역에 동일업종의 중소영세기업이 집중입지하여 ‘산지’를 형성, ③생산판매구조가 ‘사회적 분업체제’를 형성, ④그 지역독자적인 ‘특산품’을 생산, ⑤시장을 넓게 전국과 해외에서 찾아 제품을 판매 등을 특징으로 하고 있다. 지역산업에 많은 업종으로, 직물, 염색품, 도자기, 칠기, 금공품, 인형 등이 있다.

장기화되는 일본경제의 불황과 해당기술장인의 고령화, 후계자 문제 등을 타개하기 위해 일본의 지역산업들은 ‘생존전략’을 전개하고 있다. 전략은 크게 10개 정도로 카테고리화 할 수 있는데 본문에서는 이 중, ⑧산업관광 전략부문의 츠바메산조 사례를 다루고자 한다.

[표 10] 일본 지역산업의 '생존전략'

	전략항목	주요사례
1	사업전환(제품업종)	츠바메산조(제품다양화), 사바에(제품다양화, 이업종진입)
2	네트워크(공동화)	도쿄 오타구(발주수주네트워크) 스미다구("러쉬 스미다"(공동수주그룹화))
3	콜라보레이션	토치기현 전통공예 8업종 "토치기 기술위원회" 타카오카 동기(銅器)과 야마나카 칠기의 융합
4	산학관 연계	도쿄 스미다구"에도코 1호 프로젝트" (시바우라공대, 도쿄해양대, 해양연구개발기구 등)
5	디자인력	야마가타(야마가타 카롯체리아 연구회, 야마가타 공방), 이마지 타올
6	브랜드력	이마지타올(브랜드화사업), 사바에안경(브랜드 육성), 오타구(오타브랜드추진협의회)
7	직판점	이마지 타올(도쿄출점)
8	산업관광	스미다구(스미파), 츠바메산조(공장 페스티벌), 카사마 야키(히마츠리), 유키즈무기(기모노Day 유키)
9	해외전개 (수출, 현지진출)	이마지 타올(런던), 오타구(태국 진출)
10	인재유지, 육성	카사마 야키(작가유치), 오타구(프론티어 스미다학원)

자료) 熊坂 (2014)

일본의 니가타(新潟)현 츠바메산조(燕三条)<sup>4)</sup>의 공장 페스티벌은 "開け, KOUBA!!<sup>5)</sup>"를 모토로 하여 일반인들이 평소 접하기 힘든 공장을 개방하는 축제라고 할 수 있다. 축제는 청년들이 새로운 일자리를 찾아 마을을 떠나고, 지역 산업이 고령화 문제에 직면하게 되면서 새로운 가치를 창출하기 위해 시작되었다. 고령화된 장인들이 지켜나가는 공장을 오픈하여 제작과정을 직접 확인하고 체험할 수 있는 기회를 제공하는 것이다.

츠바메산조 지역은 에도시대부터 일본의 금속 가공 산지로 자리매김 한 역사가 깊은 지역이며 식칼, 프라이팬, 식기 등의 조리도구에서부터 프레스, 주조, 기계가공 등 다양한 금속 가공

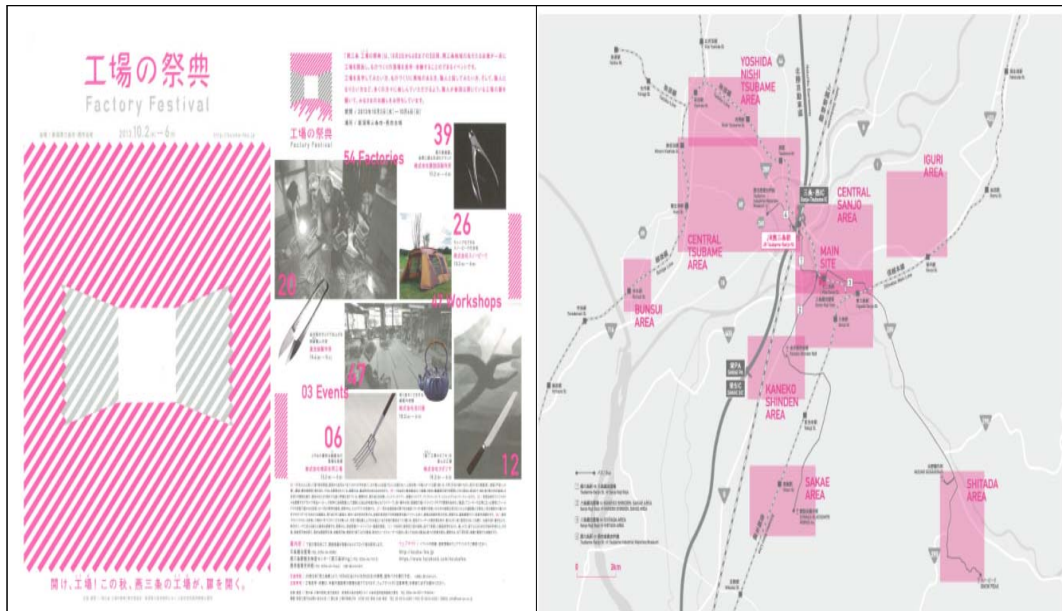
4) 니가타현 츠바메(燕)시와 산조(三条) 지역을 합쳐 통칭. 두 지역을 합쳐 인구 17.6만명 규모

5) 평소에 일반인은 출입할 수 없는 공장에 들어갈 수 있는 것을 빗대어 "열려라 참깨!"를 변형하여 "열려라, 공장!"으로 슬로건을 만들

제조업이 집적하고 있는 곳이다. 츠바메산조 팩토리 페스티벌에서는 ‘모노즈쿠리 정신(장인정신)’을 모토로 하여 ‘팔기위해’ 집중하는 것이 아니라 ‘전통방식’ 자체와 전통방식으로 만들어진 ‘물건’ 그 자체의 가치를 먼저 생각하는 것이 특징이다. 일본 내에서도 이미 다양한 기술의 개발로 대량생산, 자동생산이 대부분 구축되었으나 츠바메산조 지역은 전통 방식을 고수하는 공장들이 대부분이며 이것이 새로운 문화 자원으로 자리매김 하고 있다는 점에서 가치를 찾을 수 있다.

흔히 ‘전통체험’이라고 일반적으로 생각하는 것 이상으로 ‘공장(생산공간)’에서 배우고 체험하는 과정을 통해 ‘전통’을 ‘관광문화’로 만드는데 성공한 사례라고 할 수 있다.

[그림 10] 츠바메산조 공장페스티벌 소개



### 3. 시사점

이탈리아는 주정부의 전략적 주도로 중소기업의 육성정책을 펼치고 이를 통하여 지역경제 성장을 주도하고 있으며, 세계적인 경쟁력을 갖추 수 있도록 각종 혁신기능을 지원하고 있다. 공주시의 유구 자카드 직물산업 지원정책도 기본적으로는 영세중소기업의 산업기반육성에 중점을 두고 추진할 필요가 있다는 것을 이탈리아의 사례는 보여주고 있다.

특히 제3 이탈리아지역은 세계적인 경쟁력을 갖춘 영세소기업의 산업집적지역으로 유구의 자카드 직물산업산지가 배워야할 많은 시사점을 시사점을 제공하고 있다. 기업간에 일어나는 ‘유연한 전문화’와 ‘수평적 네트워크’는, 지역산지의 기업들이 협력과 경쟁을 하면서도 공생해 가야 함께 살 수 있다는 시사점을 제공하고 있다.

지역경제활성화를 주도하는 ERVET는 주정부의 경제정책을 실행하기 위한 각종 연구와 계획을 수립하여 각 기업이나 협회 차원에서 시행할 수 있는 자금과 계획을 제공하는 중소기업진흥 정책기구이다. 주 정부와 각 산업별 협회 및 지원기구 등을 연결하는 중간자적인 위치에 있으면서 다양한 사업을 추진하는 독특한 형태의 지역산업육성기구인데, 충남 혹은 공주의 경우, 다양한 산업육성정책이 개별적, 분산적으로 진행되고 있으나 산업간 연계를 통한 시너지효과가 미흡한 실정이다. 산업집적지역을 중심으로 산업육성정책을 추진할 필요가 있으며 그 중심기구로 ERVET는 좋은 사례가 될 수 있다.

우리나라와 상황이 비슷한 일본의 경우는, 현재 섬유산지의 어려운 현실(고령화, 후계자 문제, 신규업체 진입감소 등)을 인정한 상태에서 인재육성과 기능전승, 신상품 개발을 위한 프로그램과 조직적 대응에 주력하고 있음을 알 수 있다.

한편에서는 섬유업 자체와는 관계없는 접근방법이지만, 지역섬유산지의 문화적 가치를 끌어올린 이벤트를 기획하여 지역활성화를 도모하고 거기에서 유발되는 새로운 수요창출을 기대하는 방법을 소개하였다(츠바메산조의 공장 페스티벌). 현재 유구의 충남작물공업협동조합에서도 ‘자카드 축제’를 개최하고 있지만 기존의 마을축제와 크게 다르지 않고, 관련 업체의 참가도 그리 높지 않은 실정이다. 유구전통시장, 직물공장 벽화, 유구 자카드, 11월 18일 개관한 ‘유구 섬유역사전시관’ 등을 엮어 ‘문화적’ 가치와 ‘산업적’ 가치의 시너지효과를 도모할 수 있는 새로운 접근방식이 요구된다.

## 제4장 공주시 섬유산업을 통한 지역고용전략

### 1. 섬유산업의 구조 분석

#### 1) 섬유산업 분류

섬유산업을 한국표준산업분류표에 따라 분류하면 [표 11]과 같이 분류 된다. 산업 중분류 수준에서 섬유산업은 섬유제품 제조업;의복제외, 의복,악세서리 및 모피제품 제조업 등이 포함 되고 관련하여 화학물질 및 화학제품 제조업;의약품 제외 등으로 구분할 수 있다.

섬유제품 제조업에는 섬유사 및 직물 제조업, 염색가공 제조업, 기타 섬유관련 제품 제조업 등 소분류 5개 산업과 세분류 9개 산업이 포함되고 의복, 의복 액세서리 및 모피제품 관련 제조업에는 의류, 액세서리 등 소분류 4개 산업과 세분류 8개 산업이 속해 있다. 화학물질 및 화학제품 제조업에는 화학섬유 제조업만 관련 업종이라 할 수 있다.

[표 11] 섬유산업 분류

중분류	소분류	세분류	산업CODE
섬유제품 제조업; 의복제외	방직 및 가공사 제조업	방직 및 가공사 제조업	1301
	직물직조 및 직물제품 제조업	직물 직조업	1321
		직물제품 제조업	1322
	편조원단 및 편조제품 제조업	편조원단 제조업	1331
		편조제품 제조업	1332
	섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업	섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업	1340
	기타 섬유제품 제조업	카펫, 마루덮개 및 유사제품	1391



		제조업	
		끈, 로프, 망 및 끈가공품 제조업	1392
		그 외 기타 섬유제품 제조업	1399
의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	봉제의복 제조업	정장 제조업	1411
		내의 및 잠옷 제조업	1412
		한복 제조업	1413
		기타 봉제의복 제조업	1419
	모피가공 및 모피제품 제조업	모피가공 및 모피제품 제조업	1420
	편조의복 제조업	편조의복 제조업	1430
	의복액세서리 제조업	편조의복 액세서리 제조업	1441
		기타 의복액세서리 제조업	1449
화학물질 및 화학제품 제조업; 의약품 제외	화학섬유 제조업	화학섬유 제조업	2050

자료) 통계청, 「표준산업분류표」

## 2) 섬유시장의 동향 및 구조변화

국내 내수시장 규모는 2000년 31조원에서 연평균 5% 이상의 높은 성장을 지속하여 2013년에는 63조원을 초과하였다. 그러나 섬유산업의 높은 내수시장 성장세는 국내시장 확대 요인보다는 수입증가에 기인하는 측면이 더 강하다. [표 12]에서 보듯, 섬유산업 부문에서 수입액 증가가 가장 높아, 수입액이 2007년~2016년간 62.8% 증가하여, 국내시장 확대를 견인한 것을 알 수 있다.

[표 12] 섬유산업 추이

(단위: 천톤, 백만불)

	2007년	2010년	2013년	2016년
내수량	665	785	831	739
생산량	1,914	1,951	2,073	1,886
수입액	8,909	9,924	13,281	14,507
수출액	13,446	13,899	16,072	13,807

자료) 한국섬유산업연합회 (통계청, 한국무역협회, 수출입은행자료)

주) 1. 생산, 내수통계는 삼유사(면서, 모사, 화섬사) 물량기준

2. 수출, 수입통계는 섬유류(사, 직물, 섬유제품) 금액기준

품목별로는 화학섬유를 제외하고 모두 성장세를 기록하였는데, 특히 의복이 연평균 10% 정도의 높은 성장세를 나타내, 전체 내수에서 차지하는 비중이 2000년 29.2%에서 2013년 48.8%로 크게 높아져 국내 섬유시장 내수시장은 의류중심으로 재편되고 있는 것을 알 수 있다. 이는 수요측면에서 가격대·스타일·용도·캐릭터 등에 따라 시장이 다양화·세분화·차별화·전문화되고 있는 것에 기인한다(한국고용정보원 권우현 외, 2015).

생산측면에서는 2000년대 초반에 감소경향을 보이던 국내 섬유생산이 2006년부터 증가세로 전환, 2008년 글로벌 금융위기에 따른 경기여파에도 불구하고 성장세를 유지했다. 하지만 2010년 이후부터 수출이 답보상태에 빠지고 생산도 약한 감소세로 돌아서면서 위기감이 고조되고 있다.

국내 섬유산업은 고비용, 저효율의 생산구조로 인한 경쟁력 저하, 해외 생산기지 이전 등이 지속되면서 생산기반이 약화되고 있고, 그 결과 섬유산업의 위상도 크게 낮아진 상황이다. 섬유산업 업체수의 제조업내 비중은 2000년 16.7%이었으나 2014년 11.9%로 하락했고, 고용 비중도 2000년 14.6%에서 7.5%로 급격히 하락했다. 생산액의 제조업내 비중(전국)은 2000년 6.9%에서 2014년 2.6%으로 낮아졌고, 부가가치액 비중도 2000년 7.6%에서 2014년 3.1%로 낮아졌다(표 13 참조).

[표 13] 섬유산업 일반현황(2014년)

구분		업체수 (개사)	고용 (명)	생산 (십억원)	부가가치 (십억원)
전국	제조업	397,171	3,957,394	1,489,213	484,485
	섬유산업	47,248	297,552	38,394	15,147
	비중(%)	11.9	7.5	2.6	3.1
충남	제조업	14,937	265,732	177,045	56,531
	섬유산업	734	5,872	1,348	368
	비중(%)	4.9	2.2	0.8	0.7

자료) (업체수, 고용)전국사업체조사(1인이상), (생산, 부가가치) 광업제조업조사(10인이상)  
(수출) 한국무역협회 자료

섬유는 용도별로 의류용 섬유, 생활용 섬유, 산업용 섬유로 나뉜다. 의류용 섬유는 의류를 만드는데 필요한 섬유, 생활용 섬유는 침구류·인테리어제품·청소용품 등 가정·생활용 제품을 만드는데 필요한 섬유, 산업용섬유는 스포츠장비·자동차·건축·토목·침대 등 연관산업의 중간재로 사용되는 섬유를 지칭한다.

내수시장은 의류용 섬유가 절반가까이 차지하고 있지만 [표 14]에서 보듯, 산업용 섬유가 내수시장 확대를 견인하고 있다. 2010년~2014년 기간동안 연평균 9.6%의 높은 증가율을 보이며 2014년현재 11조 7530억원에 달한다. 이는 신발, 가방, 고무, 플라스틱, 자동차, 전자부품 등에서 수요증가가 이끈 측면과 섬유의 성능향상 및 용도 다변화로 인해 섬유가 가죽, 플라스틱, 금속 등을 대체하고 있는 기능고도화 측면에 기인한다.

반면 생활용섬유는 같은기간에 연평균 5.6% 증가로 낮은 성장세를 기록했다. 이는 민간소비 위축 등에 기인한다고 판단된다.

[표 14] 국내 섬유용도별 내수시장 구조변화

(단위: 십억원, %)

	2005년기준			2010년기준		연평균증가율		
	2000	2005	2010	2010	2014	2000~2005	2005~2010	2010~2014
의류용	11,986 (53.7)	8,732 (48.6)	9,855 (45.4)	12,801 (51.3)	16,470 (49.6)	-6.1	2.4	6.5
생활용	4,681 (21.0)	3,589 (20.0)	3,944 (18.1)	4,003 (16.0)	4,985 (15.0)	-5.2	1.9	5.6
산업용	5,659 (25.3)	5,635 (31.4)	7,930 (36.5)	8,155 (32.7)	11,753 (35.4)	-0.1	7.0	9.6
합계	22,326 (100.0)	17,956 (100.0)	21,729 (100.0)	24,959 (100.0)	33,207 (100.0)	-4.3	3.9	7.4

자료) 산업연구원 박훈(2016), 한국은행 산업연관표

주) 섬유범위는 화학섬유, 방직사, 직물, 염색가공, 의류를 제외한 섬유제품 포함

섬유산업의 생산구조를 살펴보면, 업스트림은 경기침체에 따른 수요부진 속에 제품가격 하락, 베트남 등으로의 해외이전에 따른 수출대체 등의 영향으로 최근(2011년~2014년) 감소 추세이다. 미들스트림은 2000년대 이후 중국의 수입수요 둔화<sup>6)</sup>에 따른 대(對)중국 수출부진, 국내 의류생산 감소에 따른 섬유소재 수요 부진, 대만과의 경쟁심화 등으로 낮은 증가에 머물렀다. 다운스트림은 2011년 이후 급격한 내수위축에도 불구하고 수출증가로 인해 상대적으로 소폭감소에 그쳤다.

[표 15] 섬유산업 생산구조의 변화

		생산액(십억원)		생산구조(%)		연평균증가율(%)	
		2006	2014	2006	2014	2006~2011	2011~2014
up-stream	화학섬유	3,464	5,480	10.7	12.6	11.2	▲2.3
	방직사	2,000	2,702	6.2	6.2	8.4	▲3.4
	소계	5,464	8,183	16.8	18.8	10.2	▲2.7
middle-stream	직조직물	3,984	4,681	12.3	10.7	5.9	▲4.0
	견직물	88	43	0.3	0.1	▲7.4	▲10.6
	모직물	458	273	1.4	0.6	▲3.6	▲10.6
	면직물	462	589	1.4	1.3	6.2	▲1.9
	화섬직물	2,178	2,922	6.7	6.7	8.5	▲3.7
	편직물	798	855	2.5	2.0	3.8	▲3.9
	산업용직물	3,495	4,277	10.8	9.8	11.5	▲10.8
	염색가공	3,575	4,425	11.0	10.1	4.1	0.3
	소계	11,053	13,382	34.1	30.7	7.3	▲5.2
down-stream	의류	12,890	17,468	39.7	40.1	7.1	▲1.3
	스포츠의류	2,014	4,903	6.2	11.2	6.2	11.2
	위생유니폼	332	700	1.0	1.6	1.0	1.6
	유아복	258	501	0.8	1.1	0.8	1.1
	편조의복	1,396	1,753	4.3	4.0	4.3	4.0
	기타 섬유제품	3,044	4,577	9.4	10.5	5.9	4.1
	가정용	853	1,246	2.6	2.9	4.8	4.9
	산업용	2,190	3,331	6.7	7.6	6.4	3.8
	소계	15,934	22,045	49.1	50.6	6.9	▲0.3
전체		32,451	43,610	100.0	100.0	7.6	▲2.4

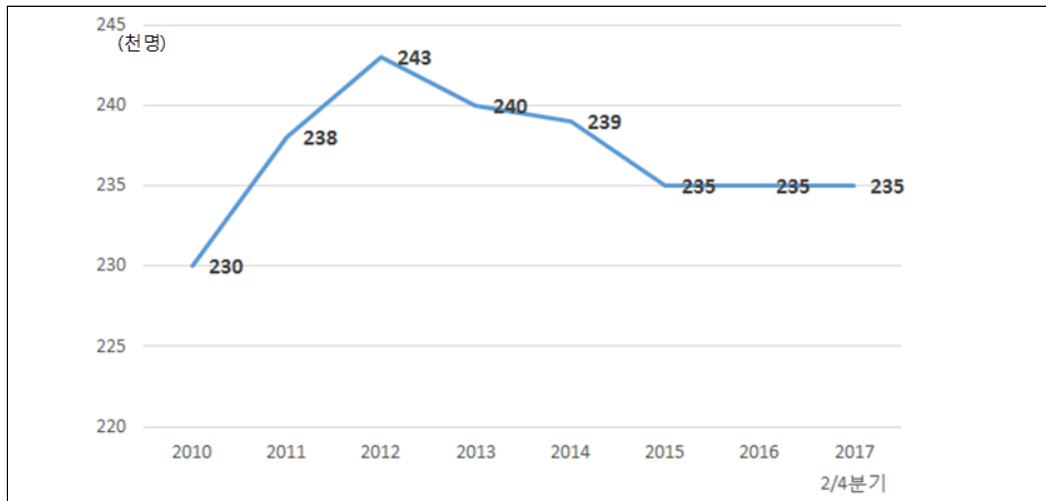
자료) 통계청, '광업제조업조사보고서'

6) 중국은 1990년대 후반이후, 중저가품 생산능력 향상으로 인해 중저가품은 수입을 줄인 반면, 중국에서 생산되지 않는 차별화, 고부가가치 직물 수입은 지속적으로 증가

### 3) 섬유산업의 고용

전술(前述)한 것처럼 섬유산업의 전반적인 생산감소 경향에도 불구하고, 산업용 섬유 분야의 견인에 의해 사업체수와 고용자수가 증가세를 보였다가 최근 답보상태에 있다.(그림 11 참조)

[그림 11] 섬유산업 고용 추이



자료) 산업통상자원부 (2017.8)

주) 출처가 고용부인 관계로 [표 13]과 수치에 차이가 있을 수 있음.

임금 면에서 국내 섬유산업의 월평균 임금은 2009년 178만원에서 2014년 222만원으로 25.2% 증가하였지만, 이는 제조업 평균 318만원의 70% 수준이다. 특히 기타 섬유제품 업체가 165만원으로 가장 낮은 수준임을 알 수 있다(표 16 참조).

또한, 최근 많이 개선되었지만, 국내 섬유산업은 아직도 임시·일용직 종사자 비중이 높은 수준으로 2014년기준 9.6%에 달한다. 이는 제조업평균 4.1%의 2.4배 수준이며, 상용근로자와 일용·임시직간 임금격차도 매우 크다(산업연구원 박훈, 2016).

〔표 16〕 국내 섬유산업 임금현황

(단위: 만원/월)

	화섬	섬유사	직물	염색 가공	의류	기타 섬유 제품	섬유산 업	제조업
2009	288	178	199	182	170	165	180	259
2014	411	235	257	241	199	213	229	318

자료) 통계청, '광업제조업조사 보고서'

[표 17]에서 보듯, 국내 섬유업체 종사자의 연령분포는 대부분 40~50대로 신규진입 연령대인 20대는 매우 적은 것으로 조사되었다. 직능별로는 기능직, 기술직의 고령화가 가장 심하다.

〔표 17〕 국내 섬유업체의 연령분포 상황

		연령분포(%)			
		30대미만	30대	40대	50대이상
업종별	산업용섬유	14.8	30.3	37.3	17.7
	생활용섬유	17.7	29.7	37.4	15.2
	의류용 섬유	11.2	20.4	38.4	30.0
직능별	디자이너	26.9	43.6	21.8	7.7
	사무직	16.8	34.6	32.7	15.8
	연구직	16.0	33.9	35.7	14.4
	기술직	8.5	29.6	31.6	30.2
	기능직	11.5	14.7	43.5	30.3
전체		18.3	23.6	33.5	24.6

자료) 산업연구원 박훈(2016)

그러나 잘 알려지지 않았지만, 섬유산업은 고용창출효과가 높은 산업으로, 제조업 평균을 상회한다(표 18 참조).

섬유산업의 노동유발효과가 [표 18]과 같이 점차 낮아지는 추세이기는 하지만, 이는 제조업 전체에서도 나타나는 현상으로 기타 다른 산업들의 고용효과도 점차 저하되고 있음을 확인할 수 있다. 섬유산업의 경우 다른 경공업(가죽·신발, 음식료 등)과 함께 타 산업(자동차, 철강, 정밀기기 등)대비 높은 취업 및 고용유발 효과로 일자리 창출에 중요한 역할을 담당하고 있다.

충남지역 섬유산업의 전국 전산업 취업유발은 10억원당 9.0명(전국유발)으로 제조업 전체(8.0명)에 비해 다소 높은 것으로 나타났다. 더불어, ‘충남지역 섬유산업 유발’로 한정하면 3.4명, ‘충남지역 전산업 유발’로 한정하면 4.1명의 취업유발효과가 있는 것으로 나타났다.

[표 18] 섬유산업의 취업 및 고용유발계수

(단위: 명/십억원)

	취업유발계수					고용유발계수			
	전국				충남	전국			
	2000	2005	2010	2013	2013	2000	2005	2010	2013
섬유 및 의복	21.3	17.0	12.9	10.8	9.0	16.8	13.1	8.6	8.6
가죽·신발	25.8	18.6	14.5	12.3	10.0	20.9	15.0	10.0	10.0
음식료	38.5	27.2	21.8	15.5	15.9	10.4	8.9	7.8	7.8
자동차	14.4	10.8	8.8	8.8	8.8	11.7	8.9	6.9	6.9
철강	7.6	5.2	4.6	4.6	5.1	6.0	4.1	3.3	3.3
정밀기기	18.8	14.4	9.1	8.8	8.0	15.4	12.1	6.8	6.8
제조업	18.8	11.1	7.8	8.1	8.0	10.4	7.9	5.4	5.4

주) 지역산업연관표는 2013년이 최신자료. 고용유발계수는 지역단위로 산출할 수 없음,

자료) 한국은행, 산업연관표, 지역산업연관표

7) 노동유발계수는 생산의 파급과정에서 직접적 혹은 간접적으로 유발되는 노동량을 계량적으로 표시한 것이다. 특정 산업 부문의 생산물 한 단위(산출물 10억 원)를 생산하는데 필요한 노동량을 포함한 개념이다

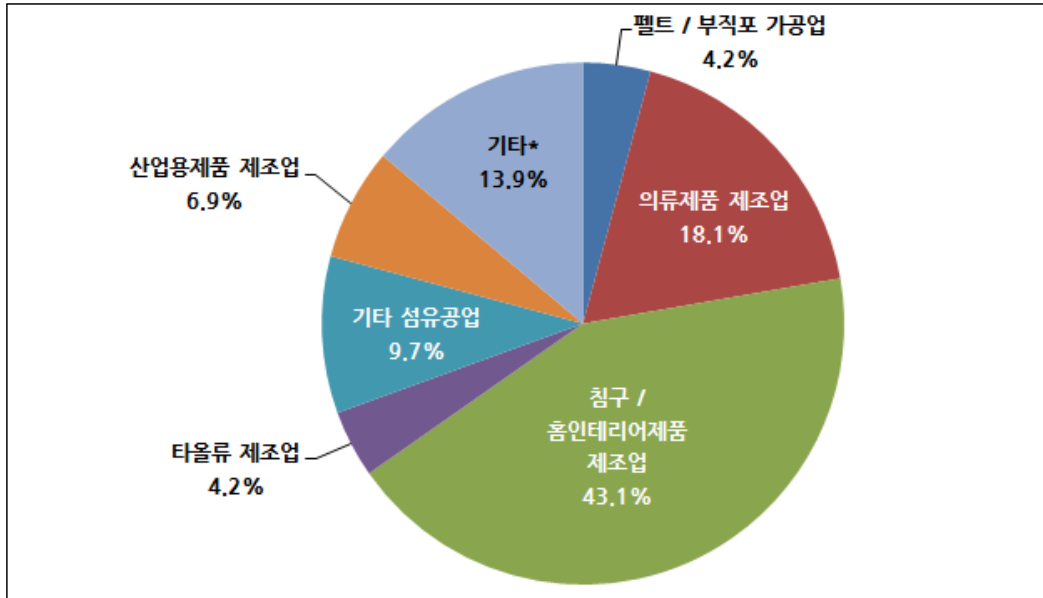




## 2) 설문분석

### (1) 기업개요

[그림 13] 주요취급품목(복수응답 가능)



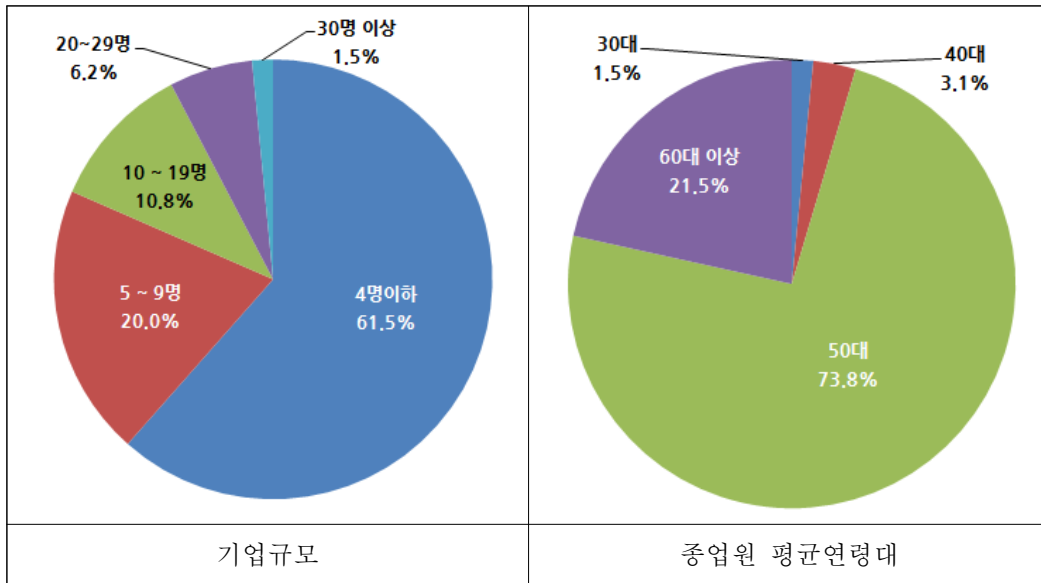
주) 기타섬유공업: 그물, 레이스 등

기타 : 의장, 섬유기계 판매 및 설치, 청소용품, 디자인개발, 염색 및 염조제 등

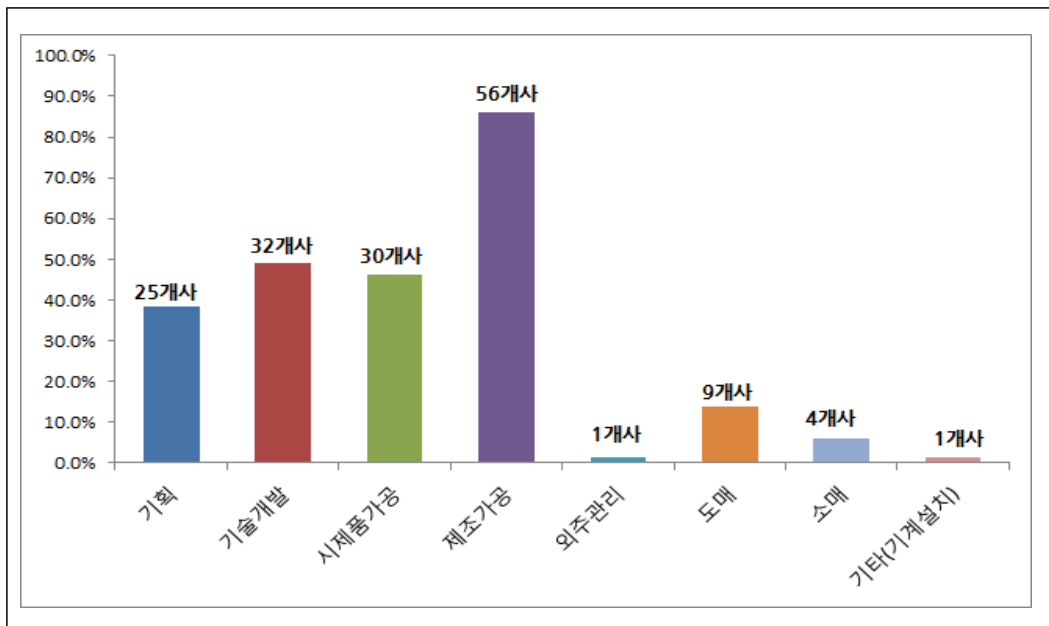
먼저 유구읍의 섬유기업들의 주요품목을 묻는 질문(복수응답 가능)에 대해 절반에 가까운 31개사(43.1%)의 기업이 침구/홈인테리어제품을 제조하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로, 의류제품 13개사(18.1%)과 기타 섬유공업 7개사(9.7%), 산업용제품 제조업 5개사(6.9%)의 순으로 나타났다. 타올류 제조업과 펠트/부직포 가공업도 각각 3개사(4.2%)로 나타나, 유구읍 섬유기업들의 대부분이 의류 이외의 제품을 다루고 있는 것으로 나타났다.

기업규모는 4명이하(61.5%), 5~9인 이하(20.0%)로 광공업통계에 잡히지 않는 10인미만 사업체의 비중이 매우 높게 나타났다. 종업원의 평균연령은 50대(73.8%)가 가장 높아 고령화에 대한 시급한 대책을 요하지는 않는다고 생각할 수 있으나, 종업원 평균연령 60대 기업이 21.5%로 유구지역 섬유기업의 상당한 비중을 차지하고 있어, 평균연령 50대 기업과 함께 생각하면 약 15년 후부터는 유구지역 섬유기업의 자연도태가 본격화 될 것을 예상할 수 있다.

(그림 14) 규모 및 종업원 평균연령대



(그림 15) 경영기능 보유상황 (복수응답)

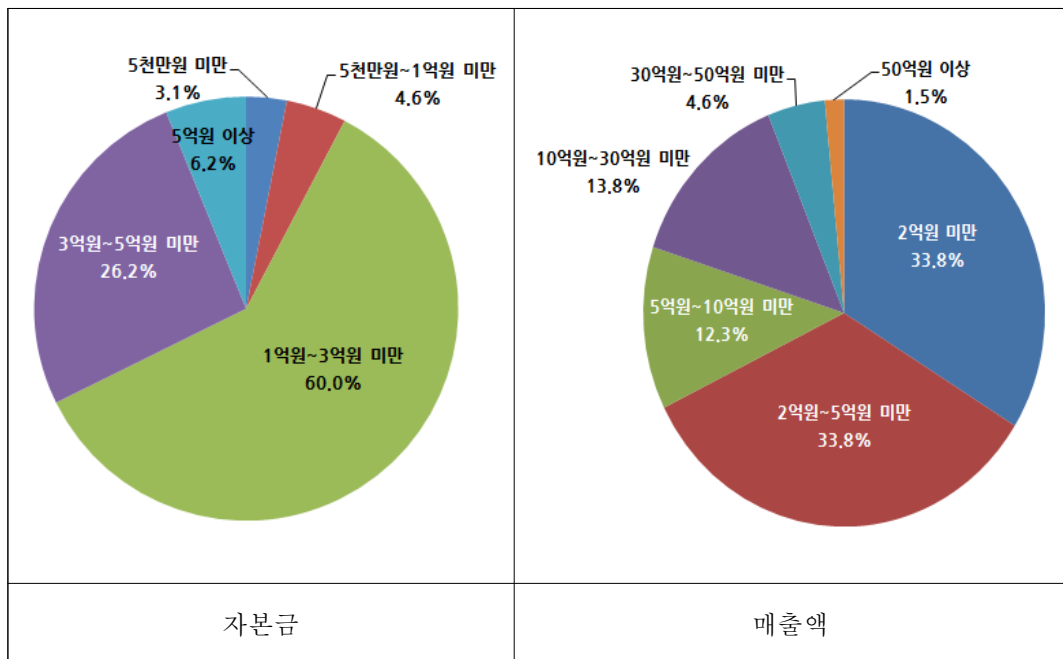


[그림 15]에서 보듯, 기업이 보유하고 있는 경영기능에 대해(복수응답), 전체 65개사 중 거의 대부분인 56개사가 제조가공 기능을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 기술개발(32개사), 시제품가공(30개사), 기획(25개사)의 순으로 나타나, 전체 기업의 절반 정도는 제품 개발이 가능한 것으로 나타났다. 도매(9개사)와 소매(4개사) 기능을 갖추고 있는 기업도 입지 기업의 10% 정도 비율로 나타났다.

자본금 규모 중 가장 큰 비중은 1억원~3억원 미만 기업으로 60%(39개사)를 차지했다. 다음이 자본금 3억원~5억원(26.2%, 17개사), 5억원 이상(6.2%, 4개사), 5천만~1억원(4.6%, 3개사)의 순이었다.

매출액의 경우, 연매출 2억원 미만과 2억~5억원 미만이 각각 33.8%(각 22개사)로 나타났다. 다음이 10억~30억원 미만(13.8%, 9개사), 5억~10억원 미만(12.3%, 8개사)의 순이었는데, 영세기업이 대부분인 유구지역에도 연매출 30억~50억원 미만의 기업이 3개사, 50억원 이상의 매출을 올리는 기업도 1개사가 있는 것으로 파악되었다.

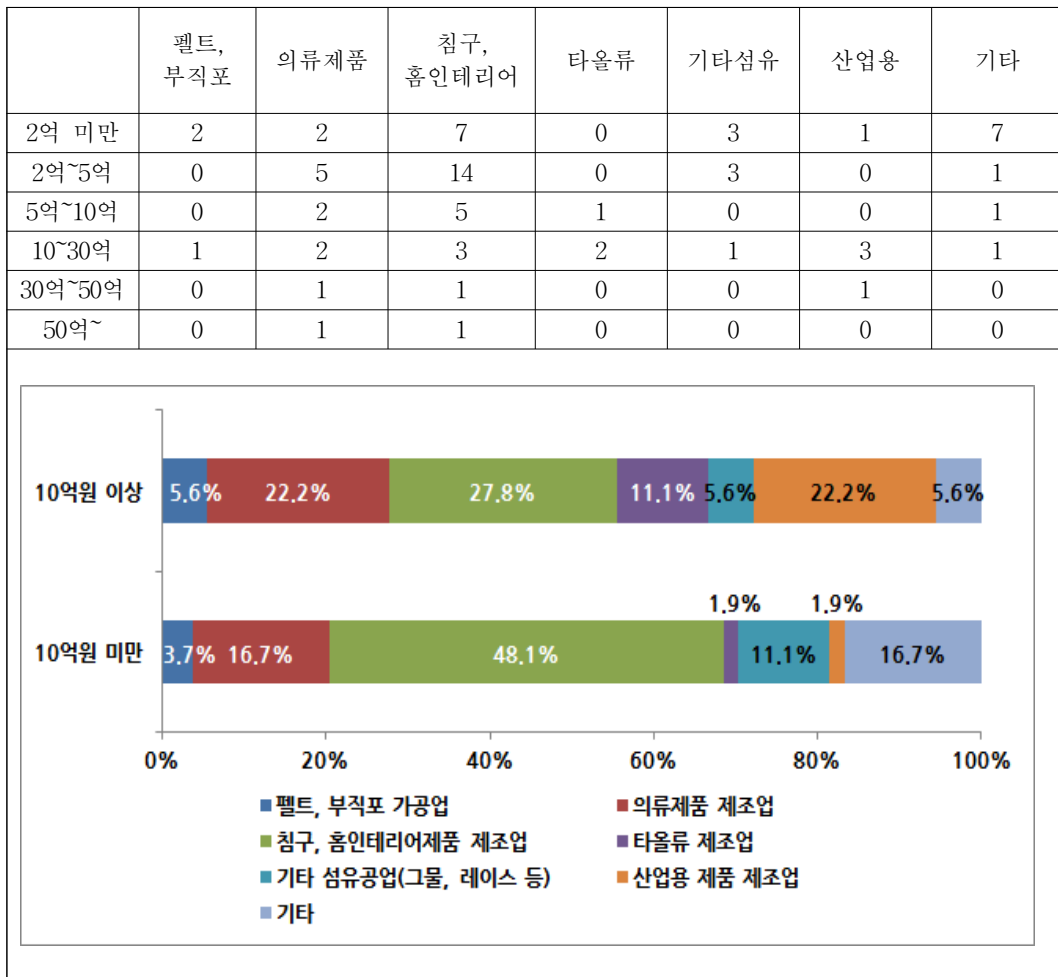
[그림 16] 자본금 및 매출액



[표 19]에서 기업의 매출액 규모와 취급품목의 관계를 살펴보면, 매출액 2억~5억원의 기업의 대부분은 침구/홈인테리어 제품을 취급하고 있는 것으로 나타났다. 이는 매출액 5억~10억원 규모에서도 동일하게 나타났다. 매출액이 커질수록 의류, 침구/홈인테리어, 산업용 제품을 취급하는 기업이 많은 것을 알 수 있다.

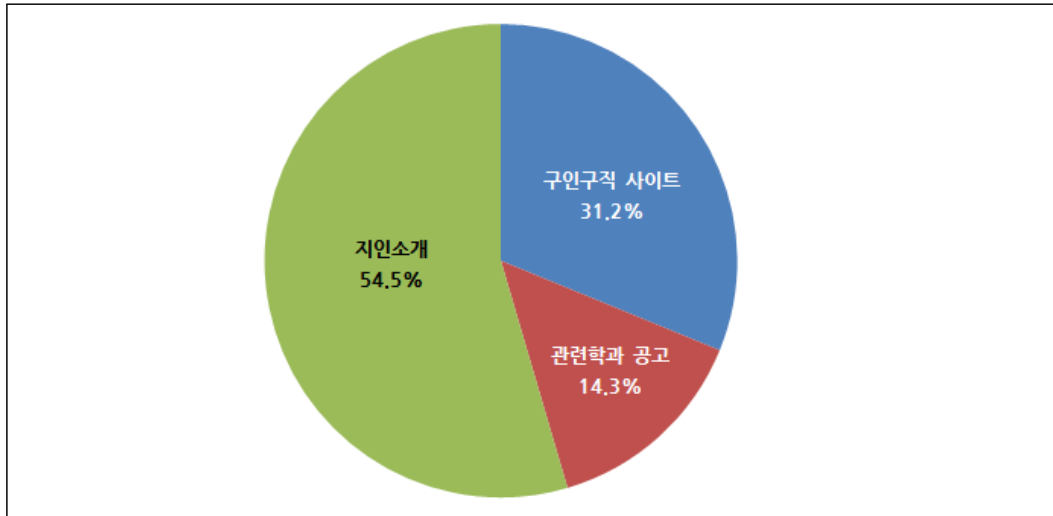
매출액 10억원을 기준으로 보면 매출액 10억원 미만의 기업 중 거의 절반이 침구/홈인테리어(48.1%)로 나타났으나, 10억원 이상의 기업들에서는 침구/홈인테리어(27.8%), 의류(22.2%), 산업용(22.2%)으로 나타났다.

[표 19] 매출액과 취급품목의 관계



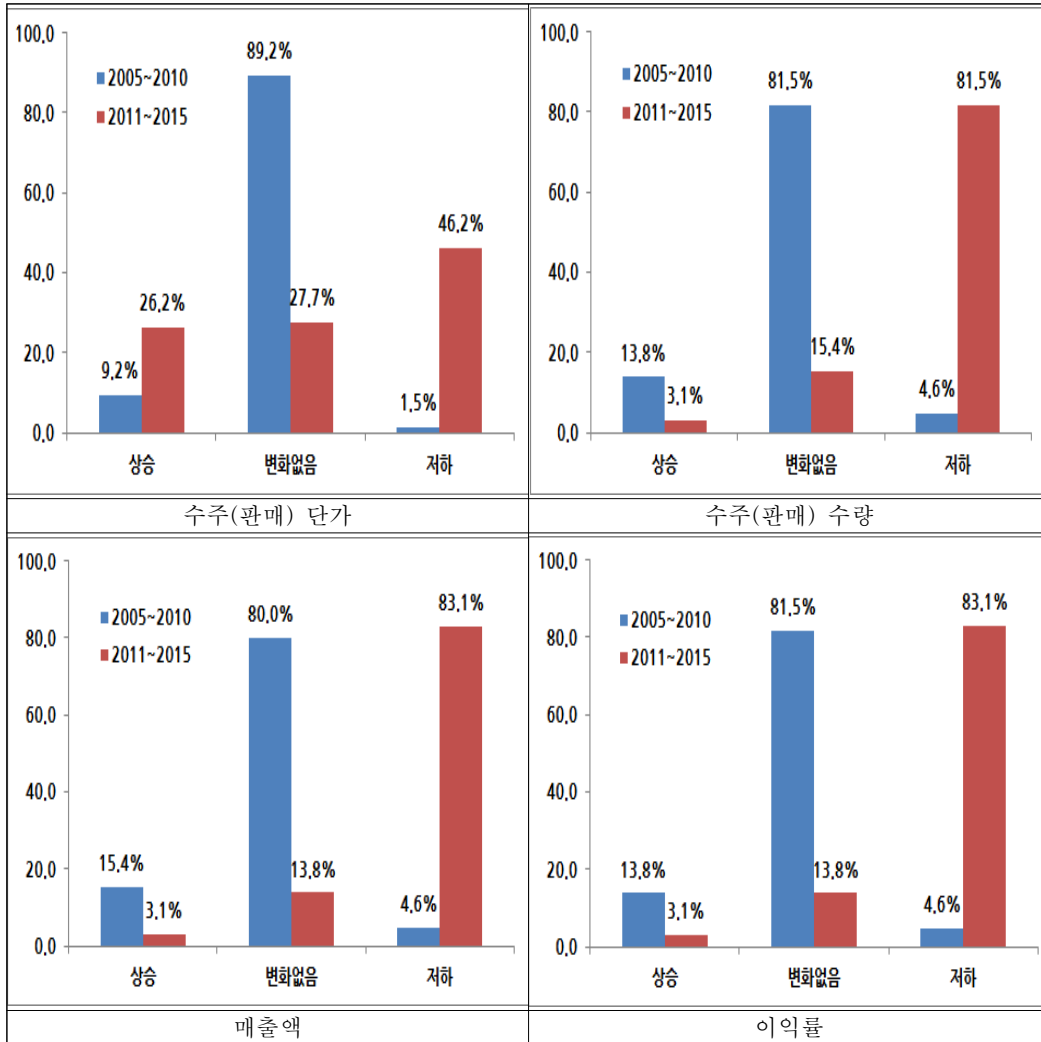
일반적인 구인방법에 대해서는 지인소개를 통한 채용이 54.5%로 높게 나타났다. 물론 구인구직사이트(31.2%)와 관련학과 공고(14.3%)를 통한 루트의 구인도 있지만, 임가공 등에 필요한 인력의 경우 지인소개를 통한 구인이 일반적이기 때문으로 해석할 수 있다.

[그림 17] 구인방법



근래 10년간의 재무상황을 묻는 설문에서, 수주(판매) 단가가 2010년까지는 큰 변화없이 유지되었지만(89.2% 응답), 2010년 이후로는 낮아졌다고(46.2%) 응답했다. 단, 단가가 올랐다는 응답(26.2%)과 변화없다는 응답(27.7%)도 상당수 존재했다.

[그림 18] 재무상황의 변화(2010년 전후로)



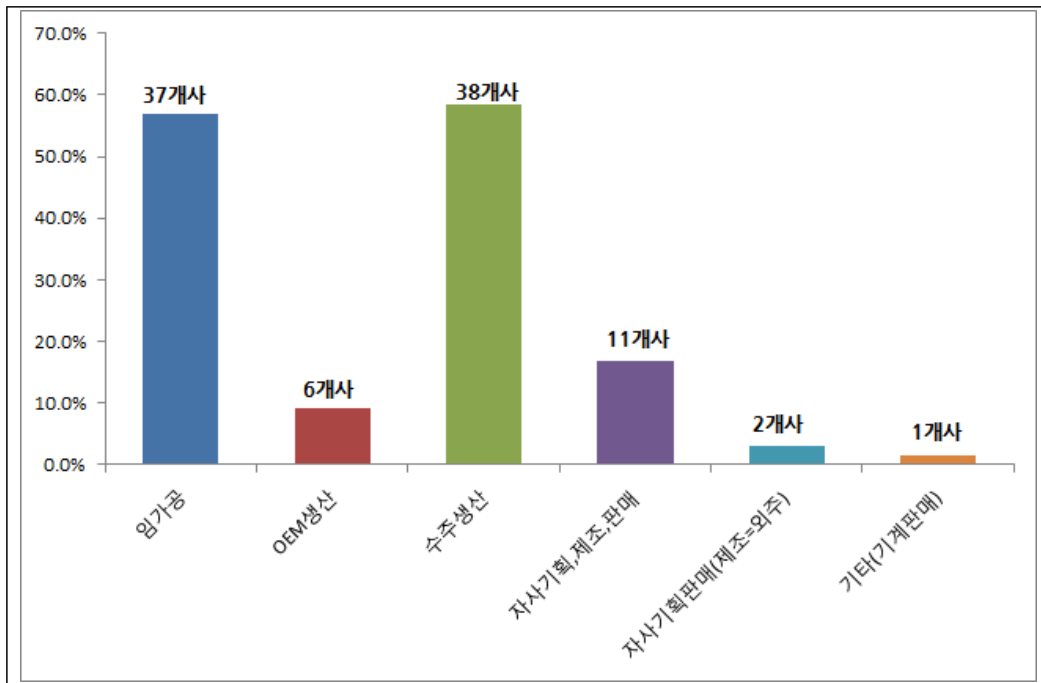
그러나 수주(판매) 수량에 대해서는 최근 상황이 매우 악화되었음을 알 수 있다. 즉, 2010년까지는 어느정도 유지되었지만(81.5%), 2010년 이후에는 수량이 감소되었다고(81.5%) 응답했기 때문이다.

매출액과 이익률에 대해서도 수주(판매) 수량과 비슷한 경향의 응답이 나타났다. 2010년을 기점으로 매출액과 이익률이 악화되었다는 응답이 80% 넘게 나타나, 유구업 섬유기업들의 재무상황 악화를 엿볼 수 있다.

## (2) 거래관계

거래형태를 묻는 질문에서(복수응답 가능), 유구지역 섬유기업 중 38개사(58.5%)는 자사에서 기획·제안하고 수주생산하는 형태로 운영하는 것으로 나타났다. 임가공 형태로 운영하는 곳은 37개사(56.9%)로 나타났는데, 임가공만 하는 기업도 있지만 (11개사), 대부분 수주생산(19개사), OEM생산(3개사), 자사기획 생산(4개사) 업체가 임가공 거래형태를 함께 갖고 있는 것으로 나타났다.

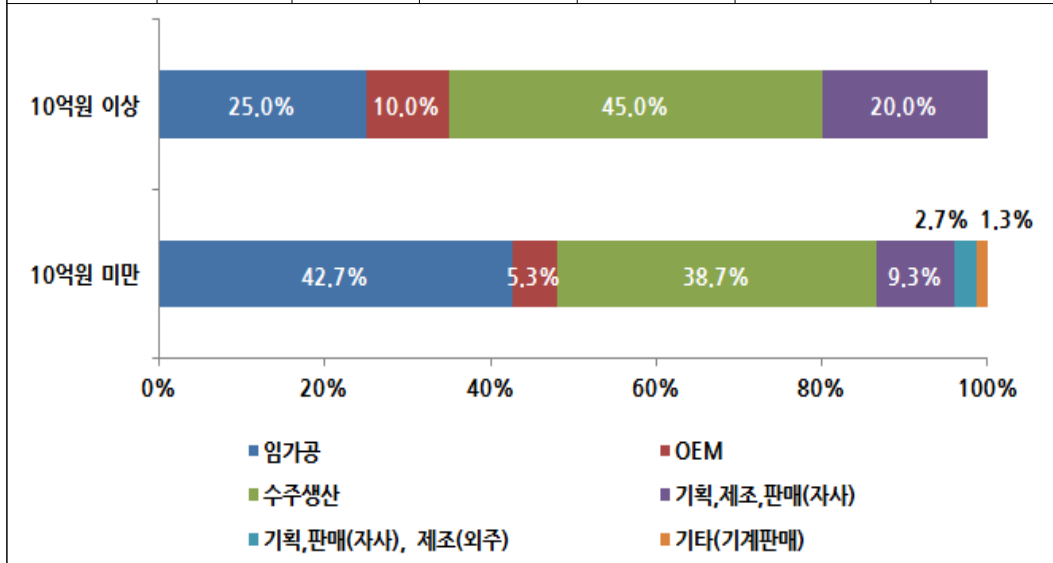
[그림 19] 거래형태(복수응답)



[표 20]는 매출액과 거래형태의 관계를 나타낸 것이다. 임가공 거래형태와 수주생산의 업체의 대부분은 매출액 5억미만으로 나타났다. 매출액 10억 이상의 업체는 자사 기획·제안한 제품의 수주생산과 자사의 기획·제조·판매 업체의 비중이 높게 나타났다. 연매출 30억원 이상의 업체는 자사가 기획·제안한 상품의 수주생산 형태로 운영되는 것으로 나타났다.

(표 20) 매출액과 거래형태

	임가공	OEM	수주생산	자사 기획· 제조·판매	기획판매(자사) 제조(외주)	기타
2억 미만	9	2	11	5	2	1
2억~5억	17	1	13	1	0	0
5억~10억	6	1	5	1	0	0
10~30억	3	2	5	4	0	0
30억~50억	1	0	3	0	0	0
50억~	1	0	1	0	0	0



유구지역 업체들의 섬유관련 원사 구입처는 방적회사(32.7%)과 원사도매상(24.0%), 수입(18.3%)의 순으로 나타났다.

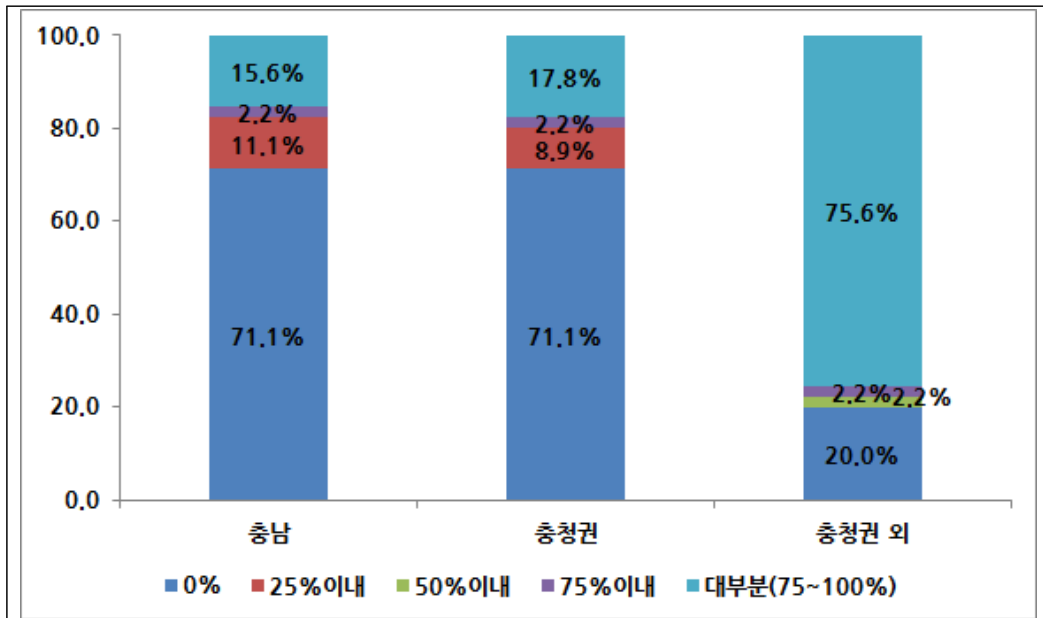
최근 1년간 조달지역과 조달 비율을 알아본 설문에서(그림 18), 유구지역의 업체들은 대부분 (75.6%) 충청권 이외의 업체에서 원사를 조달하고 있는 것으로 나타났다. 유구지역 섬유업체들의 70% 이상은 충남+충청권(대전,충북 포함)에서 원사를 조달하지 않는다고 답했다.

충남에서 원사를 조달한다고 답한 업체 중, 17.8%는 절반 이상을 조달한다고 답했다.  
충청권에서 조달하는 비율은 약간 높아져 20%가 절반이상 조달한다고 답했다.



충청권 이외에서 조달받는 비율은 훨씬 높아, 77.8%가 절반이상을 충청권 외에서 조달한다고 나타났다. 원사는 대기업 방적회사에서 생산하고 있는 관계로(그림 2 참조), 방적회사가 없는 충청권과는 연계관계가 적을 수 밖에 없다고 보아야 할 것이다.

〔그림 20〕 원사 조달지역과 조달비율



유구지역 섬유업체들은 거의 대부분 국내도매상(52개사)에 제품을 판매하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 본사(OEM)에 판매 (18개사), 수출(11개사)의 순으로 나타났다. 수출국으로는 중국, 베트남, 미국, 유럽, 일본 등이 거론되었다.

본사(OEM) 판매하는 업체(18개사) 중 절반 가량인 11개사는 국내도매상 판매도 병행하고 있는 것으로 나타났고, 수출업체(11개사) 중 대부분인 9개사도 국내도매상 판매를 병행하는 것으로 나타났다.

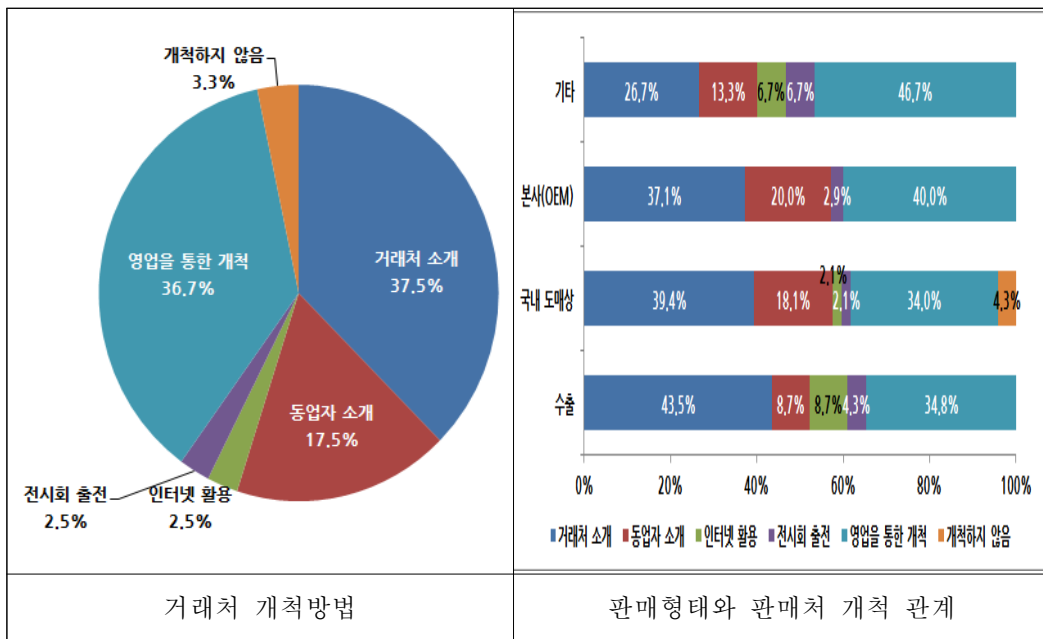
판매처 개척방법(중복응답)에 대해서는 업체 대부분이 거래처소개(45개사)와 영업(44개사)를 통해 개척한다고 응답했다. 다음으로 동업자소개(21개사)를 통한 개척도 높게 나타났다.

수출업체의 경우, 거래처소개를 통해 판매처를 개척하는 경우가 가장 많고 영업과 동업자소개 순으로 높게 나타났다. 수출업체의 경우에는 인터넷 활용을 통한 거래처 개척 비율이 가장 높게 나타난 점이 흥미롭다. 국내도매상과 거래하는 업체도 거래처소개→영업→동업자소개의 순으로 판매처를 개척한다고 응답했다. 본사(OEM)에 판매하는 업체의 경우에는营업을 통한 개척비율이 가장 많고 거래처소개와 동업자소개의 순으로 나타났다.

전시회출전을 통한 개척은 상대적으로 적게 나타났는데 도청, 경제진흥원 등의 지원프로그램을 적극적으로 활용할 필요가 있다고 판단된다.

반면, 거래처 개척을 하지 않는 업체도 약 10%(4개업체) 정도로 나타났는데, 이유로는 인력과 체제 등의 미비, 경험상 효과가 없음, 영업방법을 모름 등이 거론되었다.

〔그림 21〕 판매형태와 판매처 개척방법 (복수응답)

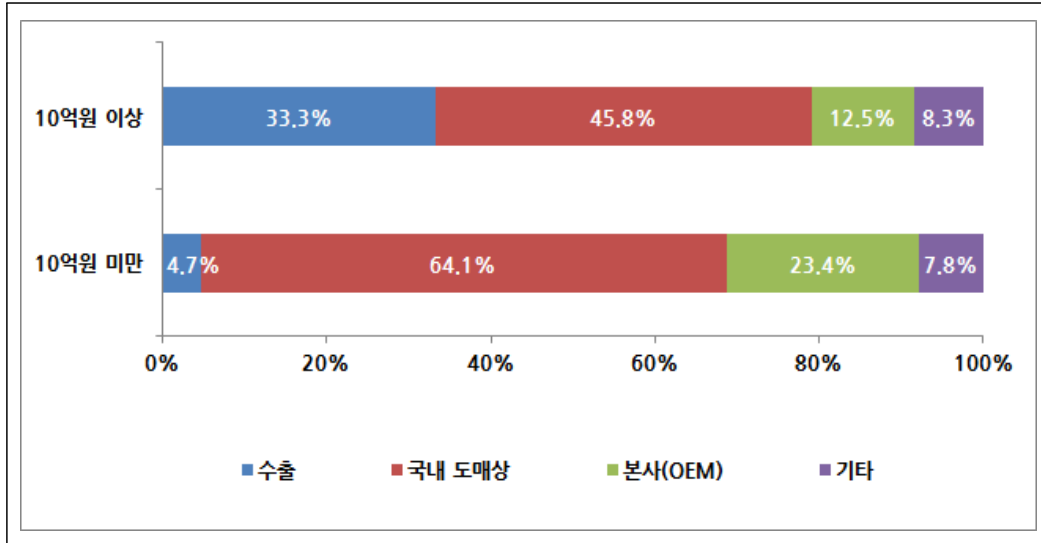


주) 기타: 전국판매, 국내제조업체, 쇼핑몰 등

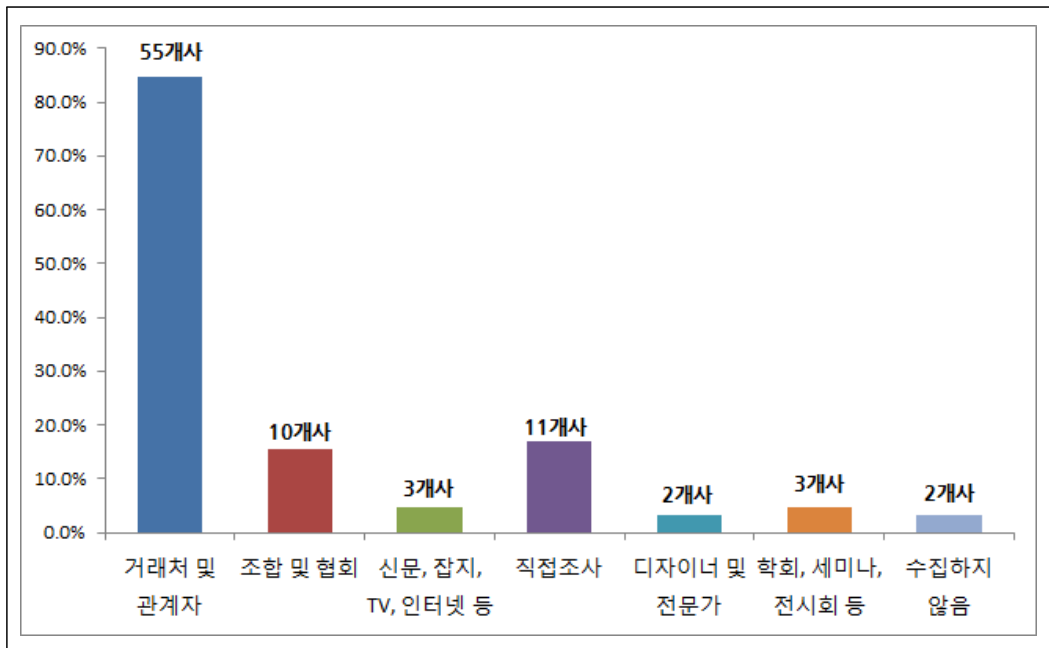
매출액과 판매처의 관계에서, 연매출 10억원을 기준으로 10억원 미만의 업체에서 수출을 하는 곳은 3개사, 연매출 10억원 이상의 업체에서는 8개로 나타났다. 10억원 미만의 업체에서는 41개사가 국내도매상에 판매한다고 응답했고, 10억원 이상의 업체는 11개사로 나타났다.

본사(OEM) 방식은 10억원 미만에서는 15개사, 10억원 이상에서는 3개사로 나타났다.

〔그림 22〕 매출액과 판매처



〔그림 23〕 정보수집 방법 (복수응답)

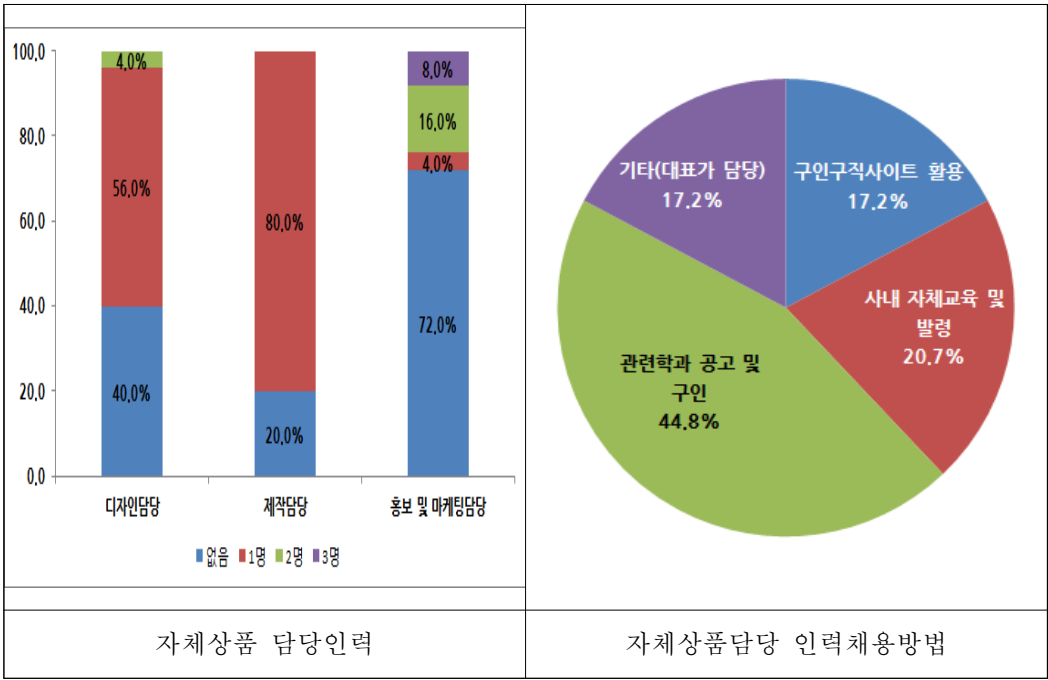


판매처 및 시장니즈에 관한 정보수집방법을 묻는 질문에 대해(그림 23), 거의 대부분이 거래처 및 관계자(55개사), 다음으로 직접조사(11개사), 조합 및 협회(10개사) 등을 꼽았다. 업체종업원 수 등의 한계로 인해, 학회, 세미나, 전시회 등을 통한 정보수집의 어려움, 전문가를 찾기 어려운 정보접근의 어려움 등을 알 수 있다. 약 1/3의 업체는 조합을 통해 정보수집을 하고 있고, 전문가에 대한 정보접근의 어려움을 읽을 수 있는 점에서, 조합과 자카드연구소의 역할은 향후에 더욱 중요해질 것이라 생각된다.

### (3) 경영활동

유구지역 섬유업체 중 자체브랜드상품을 보유한 업체는 25개사(38.5%), 미보유 업체는 40개사(61.5%)로 나타났다. 매출액과의 교차분석 결과, 연매출 10억원을 기준으로 10억원 미만의 경우에는 71.2%가 자체브랜드를 갖는 않는 것으로 나타났고, 10억원 이상의 경우는 76.9%가 자체브랜드를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

(그림 24) 자체상품 담당인력과 채용방법



자체브랜드 상품 담당 중, 디자인분야 인력에 대해, 없음(40%), 1명(56.0%)로 응답하여 기능성과 함께 디자인이 중요한 동 분야에서의 취약성을 드러냈다. 시제품제작 담당에 대해서는 1명(80%)과 없음(20%)의 응답을, 홍보 및 마케팅 담당도 없음(72%)이 가장 많이 나타나, 자체브랜드 상품 제작을 위한 디자인, 시제품, 홍보 등의 체제가 거의 마련되어 있지 않는 것을 알 수 있었다.

자체상품 관련 전문인력 채용에 대해 관련학과 공고 통한 채용(44.8%)이 가장 많았고, 사내 자체교육(20.7%) 비중도 상당히 높았다. 대표가 담당한다는 응답도 있어(17%), 관련학과를 통한 공고를 통해 채용하는 경우와 사내에서 자체적으로 운영하는 경우로 크게 양분되는 것을 알 수 있다.

자체 브랜드를 보유하지 않는 40개사는, 그 이유로 전문인력부족(37.5%), 사내체제 미비(27.5%), 자금부족(10%) 업무포화(25%) 등을 거론했다.

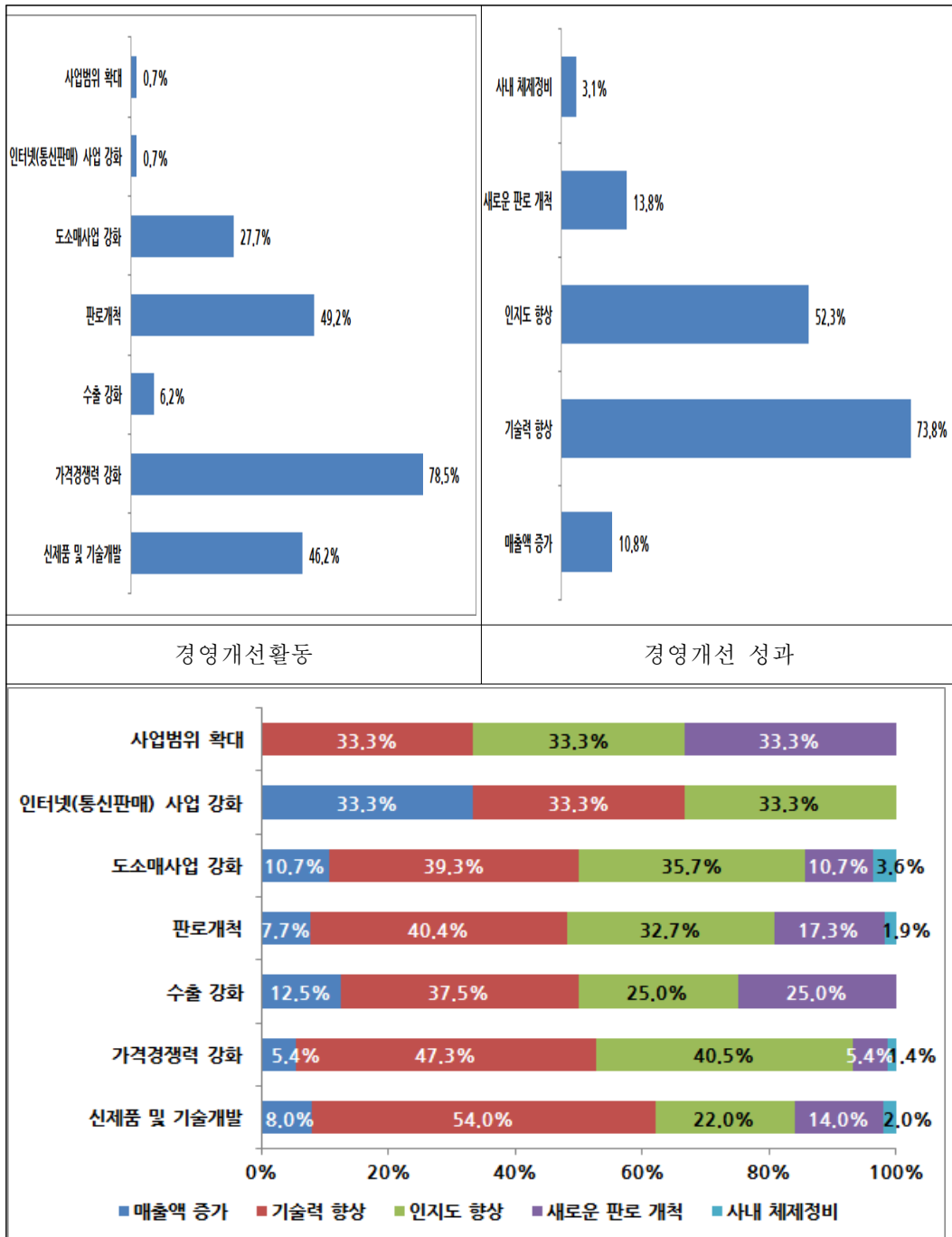
[그림 25]에서는 최근 5년간 실시해온 경영개선 활동에 대해, 거의 대부분인 51개사(78.52%)가 가격경쟁력 강화, 즉, 가격인하를 응답했다. 다음으로 판로개척 32개사(49.2%), 신제품 및 기술 개발 30개사(46.2%), 도소매업 강화 18개사(27.7%) 등이 올라왔다.

이러한 경영개선의 성과로 업체들은 기술력 향상 (73.8%), 인지도향상(52.3%), 판로개척 (13.8%), 매출액 증가(10.8%)의 성과를 거론했다.

경영개선활동과 효과의 관계를 살펴보면, 대부분의 경영활동을 통해 업체들은 기술력향상 효과를 가장 크게 본 것으로 응답했다. 가격경쟁력 강화 활동의 업체는 '인지도 향상' 측면에서 다른 경영활동보다 큰 효과를 본 것으로 나타났고, 인터넷 사업강화를 시도한 업체는 '매출액 증가'측면에서 가장 높은 응답을 했다. 사업범위 확대를 시도한 업체는 '새로운 판로개척' 측면에서 다른 경영활동보다 큰 효과를 보았다고 응답했다.

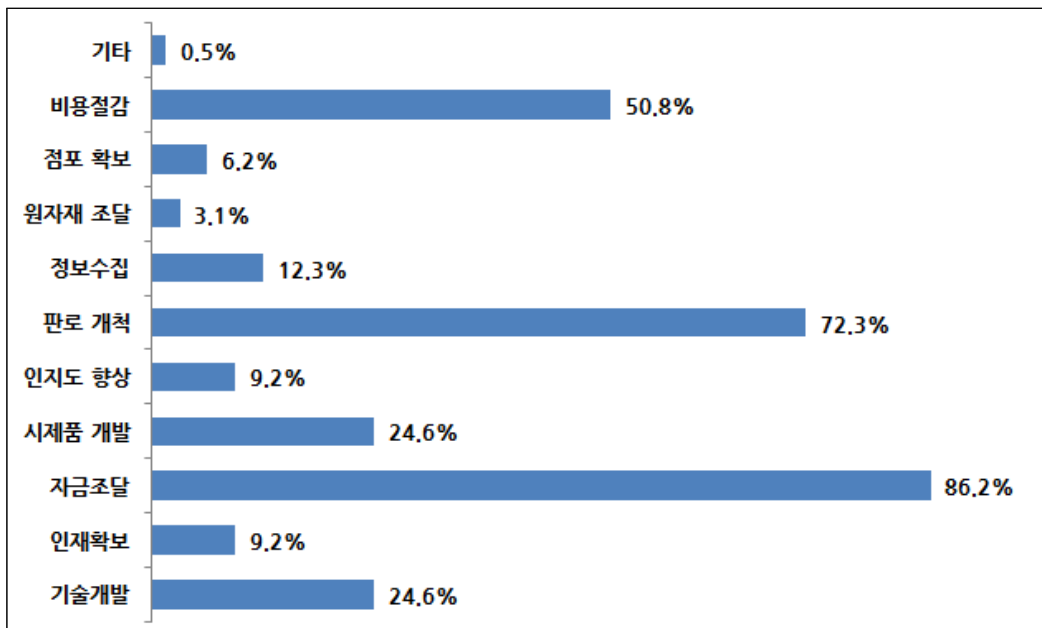
도소매사업 강화를 시도한 업체의 경우에는 '사내 체제정비'의 효과를 보았다고 응답했는데, 이는 인력재배치로 인한 효과를 의미하는 것으로 해석할 수 있다.

[그림 25] 경영개선활동 (복수응답)



한편, 경영개선활동을 통해 느낀 한계에 대해서는 거의 대부분의 업체가 자금조달의 한계(56개사)와 판로개척의 어려움(47개사), 비용절감 방법의 어려움(33개사)를 거론했다. 시제품 개발, 기술개발, 정보수집 등, 자사인력과 현재의 방법 만으로는 새로운 무언가를 시도하기 힘든 한계를 지적한 점도 눈에 띈다. 기타 의견으로는 지자체(여기서는 공주시)의 홍보에 대한 아쉬움을 거론한 내용도 있었다.

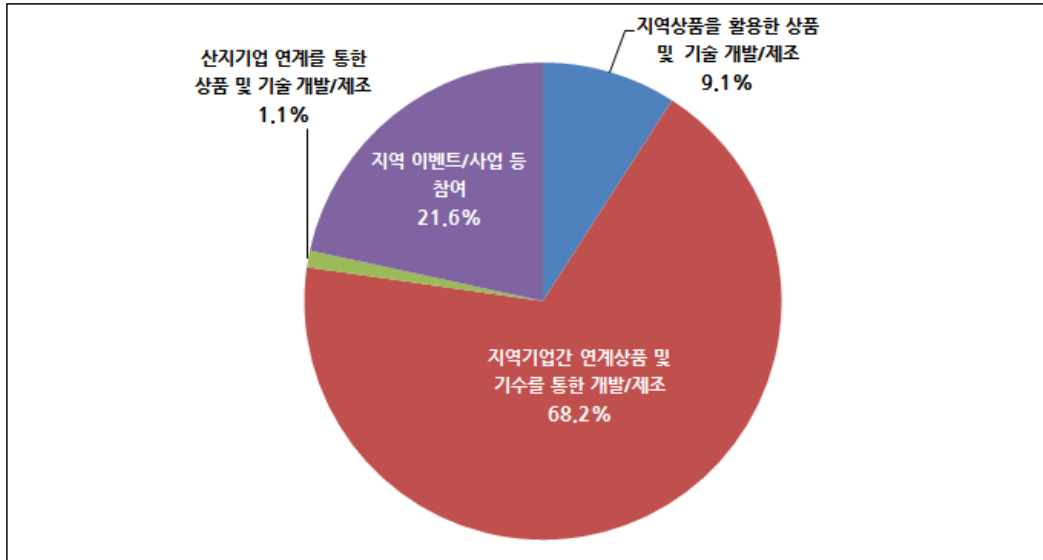
〔그림 26〕 경영개선활동을 통해 느낀 한계



지역활성화와 관련하여 어떤 활동을 하고 있는지에 대하여, 대부분의 업체가 지역기업간 연계상품·기술을 통한 개발·제조를 하고 있다고 꼽았다(60개기업). 조합, 개별모임 등의 정형화되지 않은 교류를 통해 지역내에서 기술교류와 개발, 제조가 일어날 수 있는 사회적 자본(Social capital)이 축적되어 있는 것으로 보인다. 실제, 지역상품을 활용한 상품, 기술개발 등의 응답이 약 10% 정도 있는 것과는 연관하여 해석할 수 있겠다.

또한 지역이벤트 및 사업 등에 참여한다는 업체도 있었는데(19업체), 실제로, 2017년 11월 17일~19일에 개최된 ‘유구자카드섬유펜스티벌’에는 지역주민과 업체들이 참여하여 활기찬 모습을 볼 수 있었다.

[그림 27] 지역활성화 관련 활동



#### (4) 공적 지원시책 활용

유구지역 섬유기업들은 활용해본 지원시책과 그 효과에 대해 다음과 같이 응답했다.

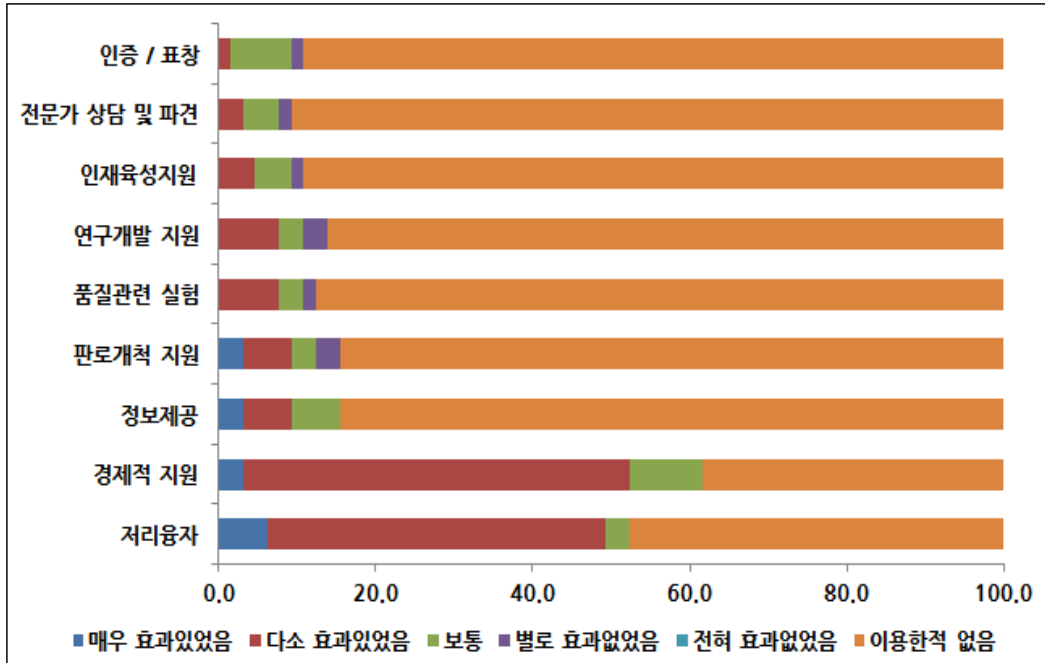
저리융자사업의 경우, 52.3%의 기업이 활용했고 이에 대해 49.3%가 효과있음(다소+매우)으로 응답했다. 보조금/세금감면에 대해서는 이용률(61.5%)과 만족도(52.3%)가 가장 높은 것으로 나타났다. 기타 시책들에 대해서는 이용률이 20%에 미치지 못하는 것으로 나타났다.

‘이용한 적 없음’의 응답률이 이렇게 높은 것은, 정보수집 제한으로 인한 미이용, 절차 어려움, 시책 이용을 위한 준비 및 이를 위한 인력 부족 등, 다양한 측면으로 생각할 수 있다. 시책이용시 불편함을 묻는 질문(복수응답)에서 52개사(80%)가 ‘복잡한 신청절차’, 다음으로 이용후 정산서류 복잡(35개사, 53.8%), 부족한 지원비용(26개사, 20%) 등을 꼽았다. 기타, 정보획득 자체가 어렵다, 지원내용이 부실하다는 의견도 나왔다.

영세업체가 많은 유구지역내 업체들을 위해 조합 등이 주축이 되어 정보수집과 활용을 위한 제반사항 준비 등을 맡아주는 등의 방법을 통해, 업체들의 한단계 발전과 어려움 해소에 도움이 될 수 있을 것이다.



〔그림 28〕 활용시책 및 만족도

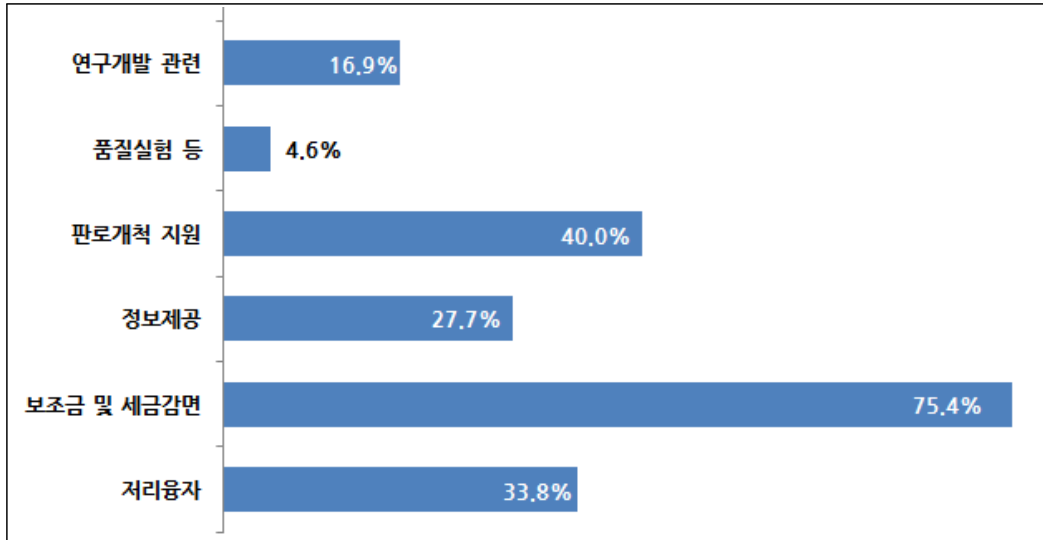


희망하는 지원시책으로 가장 많이 꼽은 것은 보조금 및 세금감면이었다(49개사). 지원금액 자체가 좀더 충실하길 바라는 상기 설문지의 응답과 연결하여 향후 보조금 정책에 활용해야 할 것이다.

다음으로 판로개척지원(26개사), 저리용자(22개사), 정보제공(18개사), 연구개발·디자인 등의 서포트(16.9%), 품질실험(3개사) 등이었다.

이 중, 판로개척지원, 저리용자 등은 공주시 등 행정의 지원을 통해 가능할 것이고, 정보 제공은 조합의 적극적 활동을 통해, 연구개발·디자인, 품질실험은 자카드연구소의 협력을 통해 가능할 것이다. 조합과 연구소가 인접해 있고, 행정과 지속적인 교류를 통해 체계를 정비 한다면 충분히 섬유산지로서의 잠재력을 제고할 수 있을 것이라 기대한다.

(그림 29) 희망 지원시책



기타 의견으로 다음의 의견들이 제시되었다.

- ① 외국바이어 응대에 대한 전문인력 양성 혹은 지원 필요
- ② 전문적 마케팅 교육 필요
- ③ 특정섬유제품(텐셀, 라이오셀 등)에 대해 공주시 제품으로 확고히 하여 시 차원에서 적극적으로 연구 및 지원 필요
- ④ 지원시책의 규제가 많고 까다로운 조건, 복잡한 절차 및 서류 간소화 필요

### 3. 공주시 섬유산업의 발전 및 고용전략

섬유산업 스트림 상에서 각각의 문제점을 짚고 그에 따른 개선방향과 함께, 설문내용과 선진사례들의 교훈을 반영하여 고용전략과 지원방안을 생각해보고자 한다(표 21 참조).



업스트림 부문에서는, 현재 대기업이 중심이 되어 원사(原絲)를 개발공급하고 대금회수의 편의를 위해 벤더(vendor)를 통한 공급체계를 갖고 있어, 이것이 소규모 제·편직 업체의 원가상승 요인으로 작용한다. 이를 개선하기 위해서는 제조업 단체(조합 등)에서 원사를 공동 구매하여 대기업 방적사와 직거래를 추진하는 방법을 생각할 수 있다.

공주시 유구읍 자카드업체는 ‘충남직물공업협동조합’을 결성하여 조직적 기틀은 마련되어 있다고 할 수 있다. 공동구매와 구매한 물량의 보관을 담당하는 조합의 인력확보가 필요할 것이다. 지자체에는 대기업과의 협상 시, 조합의 역량만으로는 부족한 협상력을 서포트해주는 지원책이 요구된다.

미들스트림 부문은 현재 중소영세 직물업체들이 대기업, 벤더에게 수주를 받아 임가공 발주를 하는 형식으로 대부분 이루어진다. 이 과정에서 저가 임가공료와 수주업체간 과다경쟁이 일어나고, 이는 업체들의 경영악화를 초래하는 요인으로 작용한다. 또한, 생산인력 확보 문제, 연구개발을 위한 투자여력 부족, 판로개척의 어려움 등이 현재의 문제점으로 거론된다.


이를 개선하기 위해 가장 큰 틀에서는 ‘대·중소기업 공동협력체계 구축’이 선행되어야 할 것이다. ‘기획→생산→판매’의 연결이 원활히 이루어질 수 있는 기반이 구축되어야 한다. 전술한 이탈리아의 ‘에밀리아 로마냐’의 주정부 사례는 지자체의 적극적인 지원책의 중요성을 말해주고 있다.

[표 21] 섬유산업 스트림 구조와 개선방향

섬유·패션산업 스트림		현 재	개선방향
U P		<ul style="list-style-type: none"> <li>대기업 중심 원사 개발공급               <ul style="list-style-type: none"> <li>대금 회수를 위해 벤더를 통한 공급으로 소규모 제·편직업체의 원가상승 요인으로 작용</li> </ul> </li> <li>장기간 거래 중소기업에만 제한적으로 직거래 판매</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>원자재 유통구조 개선               <ul style="list-style-type: none"> <li>제조업체 단체(조합 등)에서 원사 공동구매로 대기업과 직거래 추진</li> <li>공동구매 및 보관 지원</li> </ul> </li> </ul>
	원사(fiber) (대기업)		
	→ 		
	사가공(texturizing)* (중소기업)		
	↓		

M I D D L E			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벤티, 대기업에서 임가공 발주               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저가 임가공료, 업체간 출혈 경쟁</li> <li>- 경영악화로 투자여력 미흡</li> </ul> </li> <li>• 생산인력 확보 어려운 실정</li> <li>• 제품의 판로개척 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대-중소기업 공동 협력체계 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획, 생산, 판매로 연계되는 클러스터 구축 사업화 지원</li> </ul> </li> <li>• 생산인력 양성교육 및 지원</li> <li>• 전시회 지원, 해외마케팅 운영 등 제품 판로지원</li> </ul>
	제직(weaving) (중소기업)	편직(knitting) (중소기업)		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 벤티, 대기업에서 임가공 발주               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저가 임가공료, 업체간 출혈 경쟁</li> <li>- 경영악화로 투자여력 미흡</li> </ul> </li> <li>• 생산인력 확보 어려운 실정</li> <li>• 제품 연구개발 투자여력 부족</li> <li>• 제품의 판로개척 어려움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대-중소기업 공동 협력체계 구축               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획, 생산, 판매로 연계되는 클러스터 구축 사업화 지원</li> </ul> </li> <li>• 생산인력 양성교육 및 지원</li> <li>• R&amp;D 사업비 지원을 통한 신기술제품 및 생산제품 판로 지원</li> </ul>
	염색(dyeing) (중소기업)	가공(finishing) (중소기업)		
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 업체가 생산한 원단을 한곳에 공동 전시 필요               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 바이어가 에이전트를 통해 개별업체별 구매계약 추진으로 마진 저하</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “자카드섬유마케팅센터”를 통한 원단전시 및 마케팅 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업체별 생산 원단을 한곳에 공동전시 및 마케팅 지원</li> <li>- ‘자카드섬유전시홍보관’ 및 대중이 좀더 찾기 쉬운 곳에 전시 및 판매 지원</li> </ul> </li> </ul>
	원단(fabric)	마케팅(marketing) (중, 대기업)		
D O W N			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 道내 생산원단을 이용한 의류               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 완제품 생산기반 봉제 인프라 미비</li> <li>- 봉제인력 양성 및 공장건립 필요</li> </ul> </li> <li>• 패션기획 등 디자인 전문인력 양성교육 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 봉제 관련교육 지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘자카드섬유마케팅센터’에서 교육 실시</li> </ul> </li> <li>• 의류디자인 전문인력양성지원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 센터, 대학관련학과에서 인력양성교육 지원</li> </ul> </li> </ul>
	디자인 / 봉제(design / sewing) (중소기업)			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 道내 생산 원단을 이용한 의류 전문 생산·판매기반 미비</li> <li>• 의류판매 전문 대기업 입지 부재</li> <li>• 원단, 의류제품 우수성 홍보미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 원단, 의류 상설 판매기반 조성               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자카드섬유마케팅센터와 섬유전시홍보관에 상설 전시장 운영 중 (접근성이 좋지 않아 효과 미흡)</li> </ul> </li> <li>• 섬유관련 대기업</li> <li>• 국제규모 패션쇼, 전시회 등 참가지원</li> </ul>
	의류(clothes) : 중소, 대기업			

↓

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 섬유업체 대부분이 영세하여 자체 마케팅능력 부족             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주문받아 임가공 생산</li> </ul> </li> <li>• 생산제품의 적정이윤 보장 등 대-중소기업 동반성장전략 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중소기업 생산제품의 공동판매 등 마케팅 지원강화             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 市 혹은 센터에 에이전트 담당자 배치</li> <li>- 道, 市의 인증</li> <li>- 道, 市의 기념품으로 납품, 이를 통한 홍보</li> </ul> </li> </ul>
마케팅(marketing) : 중소, 대기업		

자료) 경기도 섬유산업육성종합계획(2012) 수정

특히 유구와 같이 대도시와 인접하지 않은, 읍단위 지역에 입지한 중소영세업체들에게는 기획을 위한 정보수집 단계부터 어려움을 겪게 된다. 설문결과처럼 4명이하 규모가 약 60%인 업체들은 공장운영 자체에 급급하여 획기적이고 트렌드를 이끌 디자인과 상품을 기획하는 것은 거의 불가능하다. 다행스럽게도 공주시 차원에서는 섬유전시홍보관(공주시내), 자카드섬유마케팅센터(유구읍) 등의 인프라 측면의 지원을 하고 있고, 공주대학교에서는 산업통상자원부의 지원사업을 통해 자카드 소재응용직물제품사업을 지원받는 등, 하드웨어와 연구개발 측면에서의 지원이 진행되고 있다.

지역 내에서의 기술이전, 품질연구 등의 지원은 ‘한국자카드섬유연구소<sup>8)</sup>’와의 적극적인 공조가 필요하다. 현재 연구소와 조합, 대학 간의 연계가 잘 이루어지지 않고 있으나, 새로운 연구소장 취임과 함께 공식적·비공식적인 회합 기회를 자주 마련하여 정보를 공유하고 의견을 교환하는 것이 바람직하다.

생산인력확보에 대해서는 유구읍에 살게 하는 것도 가능하겠지만, 젊은 층은 도시적 삶에 익숙한 현실을 인지하여, 공주 중심지 혹은 대전과의 주거근접성을 어필하거나 공동기숙사를 지원하는 방식으로 젊은 신규진입자 취업을 유도하는 방안 등을 고려할 필요가 있다.

현재 조합에서 자카드섬유마케팅센터의 한 섹션과 공주시내의 홍보관을 이용하여 유구읍 업체들의 제품을 전시, 판매하고 있다. 우수한 제품들임에도 불구하고 접근성이 어려운 관계로 실적상승으로 연결되지 못하고 있는 실정이다. 조합의 인력보강 및 지원을 통해 해외마케팅, 국내 섬유전시회, 학회 등에 적극적으로 출전하고 홍보하여야 한다. 설문조사에서 해외바이어

8) 2002년 산업통상자원부의 산업기술기반조성사업으로 2003년 ‘한국자카드섬유기술지원센터’ 설립

응대를 위한 지원에 대한 요구가 나왔는데 상시적이지 않고 초보단계의 지원에서는 대학생 볼런티어(학생에게는 봉사활동 인정) 등과 연결하여 대응하고, 안정화단계로 진입하면 시의 매칭 보조금 지원 등을 통해 상시직원으로 고용할 수 있을 것이다.

다운스트림 부문에서는 시제품 및 완제품 제작을 위한 봉제, 디자인 전문인력이 필요하다. 자카드 직물을 이용한 제품의 디자인과 제작을 위한 인력은 지역대학 관련학과와의 연계강화가 가장 필요하다. 특히 한국자카드섬유연구소는 공주대, 건양대 등 지역대학과 연계한 교육 및 취업알선의 사업을 수행했기 때문에, 동 연구소를 통한 교육과 고용의 기회창출도 가능할 것이다.

시제품/완제품을 위한 봉제기술은 현재 충남직물공업협동조합을 중심으로 봉제교육을 실시하여 인력양성을 하고 있다. 현재는 유구지역 내에서 ‘알음알음’ 방식으로 소개를 받고<sup>9)</sup> 필요시 교육을 받는 시스템으로 운영되고 있으나, 이를 공주시 지원으로 일본과 같은 ‘섬유학교’의 교육을 통해 교육의 지속성과 전문성 제고를 도모할 수 있을 것이다.

디자인과 관련하여 자카드직물산업만의 특수직업인 ‘문공사’ (혹은 외장사: 새로운 자카드 문양 고안 시, Threading 수에 따라 프레임을 만들어주는 전문기술자)와 같은 직업은 필요하지만, 배우려는 사람이 없어 점차 사라지고 있다고 한다. 섬유교육 커리큘럼을 통해 이러한 전통기술 보전의 노력도 필요하다.

마케팅 부문에서는 우선, 조합이 2015년 런칭한 자카드직물 공동브랜드 ‘자카팩스’의 홍보가 시급하다. 충남도 혹은 공주시의 인증제도 등을 통해 공신력을 제고하고, 기념품 및 선물로 행정이 주도적으로 구매하고 소개해주는 단계가 필요하다.

다른 방법이지만, 유구지역의 산업문화적 접근을 통한 발전을 생각할 수도 있다. 11월 19일에 ‘유구섬유역사전시관’이 개관하면서 문화해설사 등의 새로운 고용이 창출되었다. 나아가, 유구시장, 공장 벽화, 전시관, 마을재생 등을 함께 코디네이트 하는 전문가의 존재가 요구된다. 민간에서 좀더 자유로운 발상과 긴 호흡으로 유구지역과 함께 한다면 지역유산으로서의 자카드 직물산업적 측면과 함께 섬유산업적 측면이 함께 지속할 수 있을 것이다.

---

9) 주민자치센터에서 하는 ‘홈패션교실’ 교육과정 수강자 중에 솜씨가 좋은 분들을 뽑아 필요시 추가교육을 하는 방식으로 채용

## 제5장 결론 및 제언

본 연구에서 섬유산업에 주목한 이유는 다음과 같다. 한국의 섬유산업은 1960년대~1980년대를 걸쳐 기간산업으로서 수출주도형 경제발전을 견인했고, 고도성장기 이후의 산업구조 전환에 따라 주변산업으로 전락했다. 그러나 섬유산업인 개별 지역에는 고유의 지속가능한 경제발전 가능성이 존재한다. 산업전체로는 사양산업화 해왔다는 사실과, 개별 지역에 내재하는 산업의 지속가능성은 분명히 구별되어야 할 필요가 있다. 의복, 어패럴 제품과 같은 일상품은 가격경쟁에 쉽게 좌우되기 때문에 개발도상국의 저렴한 제품에 크게 영향을 받는다. 하지만, 제품에 고부가가치를 입힌 또다른 제품시장을 개척한 경우를 볼 수 있다. 섬유산업의 혁신과 판로확대를 지향하는 지역 기반의 섬유산업에 주목하여 지역경제 재생의 과제를 생각해야 할 이유가 여기에 있다.

본 연구에서 바라보는 지역은, 일자리에 초점을 맞추면 일자리 창출의 최종 전달체계에서 마지막 단위이다. 단, 지역에서의 고용문제는 지역산업구조, 인구 및 노동공급 특성 등의 지역적 요인은 물론 중앙-지역 간의 균형발전, 지방분권 및 관련된 권한 이양 등의 복합적 요소가 얹혀있음을 유의해야 한다. 동 연구에서는 ‘지역고용정책’이 아닌 ‘지역고용전략’이라는 개념확장을 통해, 중앙정부 주도의 수직적·하향적 방향이 아닌 지역주도의 수평적·상향적 전환을 주장하고자 한다.

섬유산업은 제조공정과 원료수급 특성에 따라, 제조공정에서는 원사·방직·제직·편직·부직포·염색·가공·봉제·판매유통 등의 업종으로 분류할 수 있고, 원료섬유에 따라 화섬·면직물·모직물·견직물 등으로 업종을 분류할 수 있다. 또한 섬유산업은 원료의 공급, 제조,

가공, 유통업종이 협력적 구조로 운영되는 특징을 가지고 있어 각 단계가 지역고용전략을 엮어낼 분야로 연결될 수 있다.

국내의 타 섬유업체 집적지역인 대구는 ‘섬유도시’답게 지자체 차원의 지원부서 뿐만 아니라 다양한 지원 기관으로 8개 이상의 섬유 관련 연구소가 있으며, 이 기관을 활용하여 섬유 산업의 명품화를 추진 중에 있다. 고기능성 및 융합섬유 소재 개발, 해외 수출 관련 글로벌 마케팅 지원, 물 없는 염색 산업 육성, 글로벌 대구 침장 특화산업 및 브랜드 육성 등을 추진할 계획에 있다.

경기도의 경우 기 구축된 니트산업단지를 활용한 다품종 소량생산 및 단납기시스템을 구비하여 다양한 가공기술이 가능하다는 것이 강점이다. 특히, 수도권과 인접한 지리적 여건 등으로 인해 관련 산업과의 연계가 용이하다는 이점을 가지고 있다. 경기도가 섬유산업에 있어 가지는 약점은 영세 혹은 중소기업의 기업이 개별입지 형태로 입지하고 있다는 점이다. 경기도는 「경기도 섬유산업 육성 및 지원조례」 제 6조에 따라 섬유산업을 지속적이고 체계적으로 육성하고자 5년마다 종합계획을 세우고 있다

국외사례로 먼저, 이탈리아는 주정부의 전략적 주도로 중소기업의 육성정책을 펼치고 이를 통하여 지역경제 성장을 주도하고 있으며, 세계적인 경쟁력을 갖출 수 있도록 각종 혁신기능을 지원하고 있다. 특히 제3 이탈리아지역은 세계적인 경쟁력을 갖춘 영세소기업의 산업집적지역으로 기업간에 일어나는 ‘유연한 전문화’와 ‘수평적 네트워크’는, 지역산지의 기업들이 협력과 경쟁을 하면서도 공생해가야 함께 살 수 있다는 시사점을 제공하고 있다. 지역경제활성화를 주도하는 ERVET는 주정부의 경제정책을 실행하기 위한 각종 연구와 계획을 수립하여 각 기업이나 협회 차원에서 시행할 수 있는 자금과 계획을 제공하는 중소기업진흥 정책기구이다. 산업집적지역을 중심으로 산업육성정책을 추진할 필요가 있으며 그 중심기구로 ERVET는 좋은 사례가 될 수 있다.

일본의 경우는, 현재 섬유산지의 어려운 현실(고령화, 후계자 문제, 신규업체 진입감소 등)을 인정한 상태에서 인재육성과 기능전승, 신상품 개발을 위한 프로그램과 조직적 대응에 주력하고 있음을 알 수 있다.

한편에서는 섬유업 자체와는 관계없는 접근방법이지만, 지역섬유산지의 문화적 가치를 끌어올린 이벤트를 기획하여 지역활성화를 도모하고 거기에서 유발되는 새로운 수요창출을



기대하는 방법을 소개하였다(츠바메산조의 공장 페스티벌). 유구전통시장, 직물공장 벽화, 유구 자카드, 11월 19일 개관한 ‘유구 섬유역사전시관’ 등을 엮어 ‘문화적’ 가치와 ‘산업적’ 가치의 시너지효과를 도모할 수 있는 새로운 접근방식이 요구된다.

설문조사를 기반으로 섬유산업 스트림 별로 생각할 수 있는 발전정책과 고용정책은 다음과 같다. 업스트림 부문에서는, 현재 대기업이 중심이 되어 원사(原絲)를 개발공급하고 대금회수의 편의를 위해 벤더(vendor)를 통한 공급체계를 갖고 있어, 이것이 소규모 제직·편직 업체의 원가상승 요인으로 작용한다. 이를 개선하기 위해서는 제조업 단체(조합 등)에서 원사를 공동 구매하여 대기업 방적사와 직거래를 추진하는 방법을 생각할 수 있다.

공주시 유구읍 자카드업체는 ‘충남직물공업협동조합’을 결성하여 조직적 기틀은 마련되어 있다고 할 수 있다. 공동구매와 구매한 물량의 보관을 담당하는 조합의 인력확보가 필요할 것이다. 지자체에는 대기업과의 협상 시, 조합의 역량만으로는 부족한 협상력을 서포트해주는 지원책이 요구된다.

미들스트림 부문은 현재 중소영세 직물업체들이 대기업, 벤더에게 수주를 받아 임가공 발주를 하는 형식으로 대부분 이루어진다. 이 과정에서 저가 임가공료와 수주업체간 과다경쟁이 일어나고, 이는 업체들의 경영악화를 초래하는 요인으로 작용한다. 또한, 생산인력 확보 문제, 연구개발을 위한 투자여력 부족, 판로개척의 어려움 등이 현재의 문제점으로 거론된다.

이를 개선하기 위해 가장 큰 틀에서는 ‘대-중소기업 공동협력체계 구축’이 선행되어야 할 것이다. ‘기획→생산→판매’의 연결이 원활히 이루어질 수 있는 기반이 구축되어야 한다. 전술한 이탈리아의 ‘에밀리아 로마냐’의 주정부 사례는 지자체의 적극적인 지원책의 중요성을 말해주고 있다.

공주시 차원에서는 섬유전시홍보관(공주시내), 자카드섬유마케팅센터(유구읍) 등의 인프라 측면의 지원을 하고 있고, 공주대학교에서는 산업통상자원부의 지원사업을 통해 자카드 소재 응용직물제품사업을 지원받는 등, 하드웨어와 연구개발 측면에서의 지원이 진행되고 있다.

지역 내에서의 기술이전, 품질연구 등의 지원은 ‘한국자카드섬유연구소’와의 적극적인 공조가 필요하다.

현재 조합에서 자카드섬유마케팅센터의 한 섹션과 공주시내의 홍보관을 이용하여 유구읍 업체들의 제품을 전시, 판매하고 있다. 우수한 제품들임에도 불구하고 접근성이 어려운 관계로

실적상승으로 연결되지 못하고 있는 실정이다. 조합의 인력보강 및 지원을 통해 해외마케팅, 국내 섬유전시회, 학회 등에 적극적으로 출전하고 홍보하여야 한다. 설문조사에서 해외바이어 응대를 위한 지원에 대한 요구가 나왔는데 상시적이지 않고 초보단계의 지원에서는 대학생 볼런티어(학생에게는 봉사활동 인정) 등과 연결하여 대응하고, 안정화단계로 진입하면 시의 매칭 보조금 지원 등을 통해 상시직원으로 고용할 수 있을 것이다.

다운스트림 부문에서는 시제품 및 완제품 제작을 위한 봉제, 디자인 전문인력이 필요하다. 자카드 직물을 이용한 제품의 디자인과 제작을 위한 인력은 지역대학 관련학과와의 연계강화가 가장 필요하다.

시제품/완제품을 위한 봉제기술은 현재 충남직물공업협동조합을 중심으로 봉제교육을 실시하여 인력양성을 하고 있다. 현재는 유구지역 내에서 소개를 받고 필요시 추가교육을 받는 시스템으로 운영되고 있으나, 이를 공주시 지원으로, 일본과 같은 ‘섬유학교’의 교육을 통해 교육의 지속성과 전문성 제고를 도모할 수 있을 것이다.

디자인과 관련하여 자카드직물산업만의 특수직업인 ‘문공사’ (혹은 외장사: 새로운 자카드 문양 고안 시, Threading 수에 따라 프레임을 만들어주는 전문기술자)와 같은 직업은 필요하지만, 배우려는 사람이 없어 점차 사라지고 있다고 한다. 섬유교육 커리큘럼을 통해 이러한 전통기술 보존의 노력도 필요하다.

마케팅 부문에서는 우선, 조합이 2015년 런칭한 자카드직물 공동브랜드 ‘자카팩스’의 홍보가 시급하다. 충청도 혹은 공주시의 인증제도 등을 통해 공신력을 제고하고, 기념품 및 선물로 행정이 주도적으로 구매하고 소개해주는 단계가 필요하다.

다른 방법이지만, 유구지역의 산업문화적 접근을 통한 발전을 생각할 수도 있다. ‘유구섬유 역사전시관’이 개관하면서 문화해설사 등의 새로운 고용이 창출될 것이다. 나아가, 유구시장, 공장 벽화, 전시관, 마을재생 등을 함께 코디네이트 하는 전문가의 존재가 요구된다. 민간에서 좀더 자유로운 발상과 긴 호흡으로 유구지역과 함께 한다면 지역유산으로서의 자카드 직물 산업적 측면과 함께 섬유산업적 측면이 함께 지속할 수 있을 것이다.

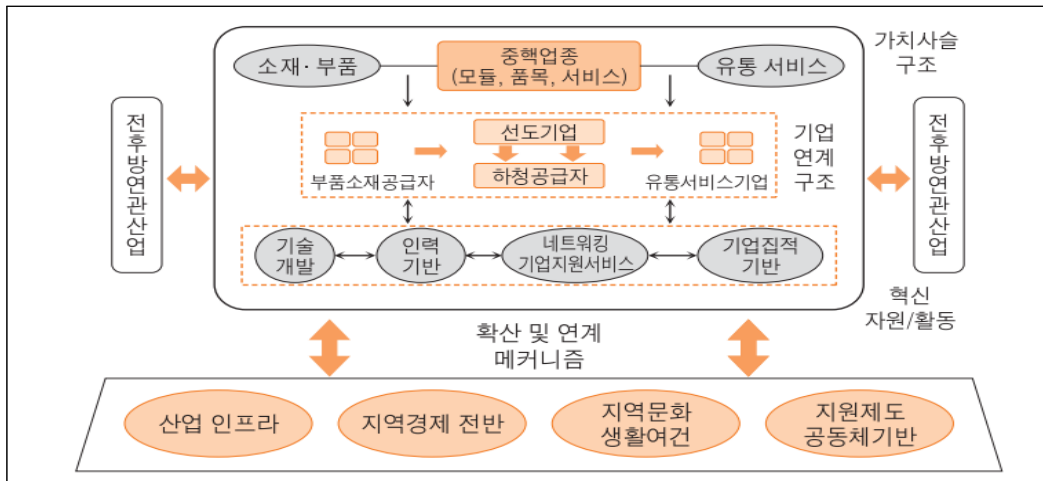
[그림 30]은 지역산업생태계<sup>10)</sup>의 간략한 개념도이다. 지역고용을 고민하고 지역산업을 보존,

10) 지역산업생태계란 “일정 지역공간 내에서의 산업생태계로, 중핵업종 중심의 가치사슬 구조를 근간으로 기업간 연계구조와 혁신자원 및 활동이 유기적으로 결합하고, 경제권역 내의 전후방 연관산업, 지역경제 전반, 산업인프라, 문화, 제도 등과 연계 확산 메커니즘을 통해 상호작용하는 동태적 진화 발전시스템”이라고 규정할 수 있다(산업연구원 김영수 외, 2012)

발전시키는 것은 결국 지역산업생태계를 건강하게 유지시키려는 것과 맥을 같이 한다.

이러한 지역산업생태계의 건강성을 진단하는 요소로 생산성(수익성), 강건성, 혁신성을 들 수 있다. 즉, 생태계 구성원들이 동일한 제품/작업을 더 낮은 비용으로 완성시켜가는지, 외부충격에 영향을 받고도 존속하는지, 기술발전이나 소비자 니즈 변화에 능동적으로 대응하고 틈새를 창출해가는지 등을 통해 이 지역의 산업생태계의 건강함을 살펴보는 것이다.

〔그림 30〕 지역산업생태계 개념도



자료) 김영수 외(2012)

제3이탈리아의 사례에서 지역내 기업들의 ‘경쟁과 협력이 공존하는 수평적 네트워크’와 ‘분업적 전문화’의 사례는, 지역기업들이 산업생태계를 구축함에 있어, 단순히 집적되어 있는 것을 넘어 가치사슬체계를 중심으로 다양한 네트워크 활동을 통해 협력과 상호의존성을 가지면서 발전하는 것을 보여준다. 산업생태계에 있어 중심(anchor)역할을 하는 것은 그 지역의 중핵기업이 될수도 있고, 지자체 혹은 기관, 조합이 될 수도 있다. 건강한 생태계가 자발적으로 자연스럽게 형성되면 가장 바람직하지만, 지자체와 지원기관을 중심으로 이를 발굴하거나, 기업간 네트워킹을 할 수 있도록 만드는 방안 강구도 필요하다.

특히 본 연구의 사례지역인 공주시 유구지역은 섬유산업에서 미들스트림 공정분야를 중심으로 성장해왔지만, 재도약을 위해 다운스트림으로의 확장과 산업융섬유로의 특화 등을 고민하고 있다. 기본데이터 등의 구축이 거의 되어있지 않았던 본 지역산업 연구에 본 연구가 조금이나마 일조할 수 있기를 희망한다.

## 참 고 문 헌

- 강은영(2015) 「해외지역고용사업 사례조사 I」, 한국고용정보원.
- 권우현 외(2015) 「섬유산업 인력 수요 전망」, 한국고용정보원.
- 김영수·박재곤·정은미(2012) 「산업융합시대 지역산업생태계 육성방안」, 산업연구원
- 김영수(2013) ‘지역산업의 고용동향과 일자리 창출 정책 방향’, 산업경제 특집호, 산업연구원.
- 김학훈(2004) ‘청주시의 산업구조 변화와 고용성장’, 청주대학술논문집, 2, 549-570.
- 박훈(2016) ‘국내 섬유산업의 가치사슬 구조변화와 발전전략’, 산업연구원
- 이규용 외(2014) 「한국의 지역고용전략(I) -이론과 쟁점-」, 한국노동연구원
- 이규용 외(2014) 「한국의 지역고용전략(II) -실행전략의 모색-」, 한국노동연구원
- 이규용 외(2015) 「지역고용전략 사례연구 시리즈」, 한국노동연구원
- 이규용(2013) ‘한국 지역고용정책의 현황 및 쟁점’
- 이삼열 외(2009) ‘지역별 고용의 특성과 성장요인에 관한 연구’, 정부학연구, 15(1), 49-79.
- 이상훈 외(2009) 「경기 북부 섬유산업 육성방안」, 경기개발연구원
- 이재덕 외(2014) 「한국형 ODA 산업분야 연구 : 발전경험 시리즈 [섬유산업]」, 산업연구원.
- 이형진, 천종숙(2008) ‘국내 섬유산업의 공급망 구조 및 특성에 관한 연구’ 2008년  
대한산업공학회/한국경영과학회 춘계공동학술대회
- 전명숙 외(2007) 「지역발전전략과 지역파트너십 연구」, 한국노동연구원.
- 정순관(2006) ‘지역산업발전의 영향요인분석과 지방정부의 대응방안’ 한국거버넌스학회보,  
13(2), 129-150.
- 산업통상자원부(2017.8.11.) ‘섬유산업 제도약 발전전략’
- 한국무역협회 국제무역연구원(2017) 「대구섬유산업의 수출명품화전략」

OECD(2009), Regions Matter: Economic Recovery, Innovation and Sustainable Growth: OECD;Paris.

OECD(2011), OECD Regions at a Glance 2011, OECD;Paris.

高橋啓 (2013) ' 繊維産業政策の変遷ー繊維工業から繊維・ファッション産業へ '  
「大原社会問題研究所雑誌」no.652

熊坂敏彦 (2014) ' 「地方創生」における「地場産業振興」の重要性 '  
「筑波経済月報」2014年12月号

大阪府商工労働部 (2016) 「国内繊維産地の活性化戦略に関する調査報告書」

섬유패션산업통계 각월호, 한국섬유산업연합회

한국섬유산업연합회([www.kofoti.or.kr](http://www.kofoti.or.kr))

한국섬유개발연구원(<http://superfiber.textopia.or.kr>)

표준화로드맵 정보활용사이트(<http://roadmap.ksa.or.kr>)

섬유패션산업 전문신문 TIN뉴스(<http://www.tinnews.co.kr>)

패션인사이트([www.fi.co.kr](http://www.fi.co.kr))

## 부 록

<b>공주시 섬유산업 활성화를 위한 조사</b>	<b>일련번호</b>			
	<b>조사원 성명</b>			

안녕하십니까? 공주시 섬유산업의 발전을 위해 항상 관심과 협력을 아끼지 않는 여러분께 진심으로 감사드립니다. 본 연구원은 공주시 섬유산업 활성화 및 고용전략 모색연구를 진행하고 있으며, 이 연구에 대해 다양한 의견을 수렴하기 위하여 공주시내 섬유기업에 대한 실태조사를 실시하고 있습니다.

귀사의 의견은 통계법 33조에 의거하여 철저히 비밀이 보장되며, 설문지 모든 응답과 기업관련 내용은 연구이외 목적으로는 절대 활용되지 않습니다. 바쁘시더라도 본 조사의 취지를 이해하시어 설문지 답하여 주시면 감사하겠습니다.

2017년 10월

■ 충남연구원 산업경제연구부 초빙책임연구원 이만정  
☎ 041-840-1172

■ 충남연구원 산업경제연구부 연구원 송민정  
☎ 041-840-1189

<b>I. 답변자 정보</b>		<input type="checkbox"/> 업종코드 : (면접원 직접기재)	
------------------	--	--	--

기업명			
주소	공주시		
설립년도			
답변자 성명		소속부서 및 직책	/
연락처	(041) -	E-mail	

### II. 기업 개요

**1. 직물업을 하고 계신 귀사의 주요품목은 무엇입니까?(복수응답 가능)**

① 펠트·부직포 가공업

② 의류제품 제조업

③ 침구, 홈인테리어제품 제조업

④ 타올류 제조업

⑤ 기타 섬유공업(그물, 레이스 등)

⑥ 산업용제품 제조업

⑦ 기타 ( )

**2. 귀사가 보유하고 있는 경영기능은 무엇입니까? (복수응답 가능)**

① 기획

② 기술개발

③ 시제품가공

④ 제조가공

⑤ 외주관리

⑥ 도매

⑦ 소매

⑧ 기타 ( )

**3. 귀사의 종업원수는 몇 명입니까?**

① 4명 이하

② 5~9명

③ 10명~19명

④ 20명~29명

⑤ 30명 이상

4. 귀사 종업원의 평균 연령대는 어떻습니까?

- ① 20대                      ② 30대                      ③ 40대                      ④ 50대                      ⑤ 60대 이상

5. 귀사의 자본금은 어느 정도입니까?

- ① 5천만원 미만              ② 5천만원~1억원 미만              ③ 1억원~3억원 미만              ④ 3억원~5억원 미만  
⑤ 5억원 이상

6. 귀사의 2016년도 매출액 규모는 어느정도입니까?

- ① 2억원 미만                      ② 2억원~5억원 미만                      ③ 5억원~10억원 미만  
④ 10억원~30억원 미만              ⑤ 30억원~ 50억원 미만              ⑥ 50억원 이상

7. 귀사의 재무상황을 개략적으로 알려주십시오.

	2005~2010년 상황			2011~2015년 상황		
1. 수주(판매) 단가	①상승	②변화없음	③저하	①상승	②변화없음	③저하
2. 수주(판매) 수량	①증가	②변화없음	③감소	①증가	②변화없음	③감소
3. 매출액	①증가	②변화없음	③감소	①증가	②변화없음	③감소
4. 이익률	①개선	②변화없음	③악화	①개선	②변화없음	③악화

III. 거래관계

8. 귀사의 거래형태는 어디에 해당합니까? (복수응답 가능)

- ① 임가공                      ② OEM생산                      ③ 자사의 기획·제안에 따른 수주생산  
④ 자사에서 기획·제조·판매              ⑤ 자사에서 기획판매(계조는 외주활용)  
⑥ 기타(                      )

9. 귀사의 섬유관련원사 구입처는 어디입니까? (복수응답 가능)

- ① 수입                      ② 방적회사                      ③ 직물조합  
④ 원사 도매상                      ⑤ 지인 및 타업체에서 소량구매                      ⑥ 구입처 없음(문 10 으로)  
⑦ 구입처 없음

9-1. 문 9의 구입처 중, 출납에 입지한 기업에서 최근 1년간 조달비율(금액 기준)은?

- ① 0%                      ② 1/4(25%) 이내                      ③ 1/2(50%) 이내  
④ 3/4(75%) 이내                      ⑤ 거의 대부분 (75%~100%)

**9-2. 충청권(대전, 세종, 충남, 충북)에 입지한 기업에서 최근 1년간 조달비율(금액 기준)은?**

- ① 0%                                      ② 1/4(25%) 이내                                      ③ 1/2(50%) 이내  
④ 3/4(75%) 이내                                      ⑤ 거의 대부분 (75%~100%)

**9-3. 충청권 이외에 입지한 기업에서 최근 1년간 조달비율(금액 기준)은?**

- ① 0%                                      ② 1/4(25%) 이내                                      ③ 1/2(50%) 이내  
④ 3/4(75%) 이내                                      ⑤ 거의 대부분 (75%~100%)

**10. 귀사의 제품 판매처(수주처)는? (복수응답 가능)**

- ① 수출 (주요 수출국 : )  
② 국내 도매상                                      ③ 본사(OEM 경우)                                      ④ 기타 ( )

**10-1. 문 10의 판매처(수주처) 개척방법은? (복수응답 가능)**

- ① 거래처 소개                                      ② 동업자 소개                                      ③ 인터넷 활용  
④ 전시회 출전                                      ⑤ 상담회 개최                                      ⑥ 영업으로 개척  
⑦ 종합상사 등을 활용                                      ⑧ 신문잡지 등에 광고                                      ⑨ 팜플렛 등 배포  
⑩ 기타( )                                      ⑪ 개척하지 않음 (문 10-2로)

**10-2. 판매처(수주처)를 개척하지 않는 이유는? (복수응답 가능)**

- ① 현재 단골처로도 충분해서                                      ② 영업방법을 몰라서                                      ③ 인력·체제 등이 구비되지 않아서  
④ 과거에는 했지만 효과가 없어서                                      ⑤ 기타( )

**11. 판매처와 시장의 니즈(needs) 정보수집 방법은? (3개까지 응답 가능)**

- ① 설문 실시                                      ② 거래처, 관계자 등에서 수집                                      ③ 조합·협회 등에서 수집  
④ 신문·잡지, TV, 인터넷 등에서 수집                                      ⑤ 직접 관찰(점포, 변화가 등)  
⑥ 디자이너·전문가를 통해 수집                                      ⑦ 학회·세미나·전시회 등에서 수집  
⑧ 기타( )                                      ⑨ 수집하지 않음

**III. 사업활동**

**12. 자체제작 상품(브랜드 상품)을 보유하고 계십니까?**

- ① 보유하고 있음                                      ② 보유하고 있지 않음 (문 13-3 로)





16. 해외와의 관련상황은 어느 정도입니까? (복수응답 가능)

- ① 해외에서 자사(自社)생산      ② 해외의 합병기업에서 생산      ③ 해외기업에 위탁생산  
 ④ 해외기업에서 제품·부재를 구입      ⑤ 해외기업에 판매  
 ⑥ 기타( )

17. 최근 5년간 실시해온 경영개선 활동은? (3개까지 응답 가능)

- ① 신제품, 신기술 개발      ② 가격경쟁력 강화      ③ 수출강화  
 ④ 판로개척      ⑤ 도소매사업 강화      ⑥ 인터넷·통신판매사업 강화  
 ⑦ 사업범위 확대      ⑧ 사원능력개발(OJT 등)      ⑨ 특별히 없음

17-1. 상기 활동을 통한 성과는? (3개까지 응답 가능)

- ① 매출액 증가      ② 기술력 향상      ③ 인지도 향상  
 ④ 새로운 판로·거래처 개척      ⑤ 외부네트워크 확대      ⑥ 사원 능력향상  
 ⑦ 사내 체제정비      ⑧ 기타( )

17-2. 상기 활동을 통해 느낀 과제 및 필요성은? (3개까지 응답 가능)

- ① 기술개발      ② 인재확보      ③ 자금조달  
 ④ 신제품 개발 및 실험      ⑤ PR, 인지도 향상      ⑥ 판로·거래처 개척  
 ⑦ 정보수집      ⑧ 원자재 조달      ⑨ 사업공간(점포) 확보  
 ⑩ 비용절감      ⑪ 사내 체제정비      ⑫ 기타( )

18. 지역활성화에 대한 활동은? (복수응답 가능)

- ① 지역상품을 활용한 상품·기술 개발·제조      ② 지역기업간 연계상품·기술을 통한 개발·제조  
 ③ 산지기업간 연계한 상품·기술 개발·제조      ④ 지역의 이벤트 및 사업 등에 참가  
 ⑤ 기타( )

IV. 공적 지원시책 활용상황

19. 귀사가 지금까지 활용한 지원시책의 효과를 체크해 주십시오

지원시책 내용	이용한 적 있음					⑥ 이용한적 없음
	① 매우 효과있음	② 다소 효과있음	③ 보통	④ 별로 효과있음	⑤ 전혀 효과없음	
1) 저리융자						
2) 보조금, 세금감면 (설비투자 등)						

지원시책 내용	이용한 적 있음					⑥ 이용한 적 없음
	① 매우 효과있음	② 다소 효과있음	③ 보통	④ 별로 효과있음	⑤ 전혀 효과없음	
3) 정보제공 (메일링 서비스 등)						
4) 판로개척 지원 (전시회, 수출단, 홈페이지구축 등)						
5) 품질실험·데이터 측정 (연구기관 활용)						
6) 연구개발, 디자인, 상품개발 지원						
7) 인재육성지원 (교육비, 세미나 등)						
8) 전문가 지도상담 및 파견						
9) 인증, 표창						
10) 기타 ( )						

20. 향후 희망하는 공적 지원시책은 무엇입니까? (2개까지 응답 가능)

- |           |                 |                   |
|-----------|-----------------|-------------------|
| ① 저리융자    | ② 보조금, 세금감면     | ③ 정보제공            |
| ④ 판로개척 지원 | ⑤ 품질실험, 데이터측정   | ⑥ 연구개발, 디자인, 상품개발 |
| ⑦ 인재육성 지원 | ⑧ 전문가 지도상담 및 파견 | ⑨ 인증, 표창          |
| ⑩ 기타 ( )  |                 | ⑪ 특별히 없음          |

21. 이용한 지원시책의 불편사항은 무엇입니까? (2개까지 응답 가능)

- |              |                                  |                |
|--------------|----------------------------------|----------------|
| ① 정보를 알기 어려움 | ② 복잡한 신청절차                       | ③ 이용 후 정산서류 복잡 |
| ④ 부족한 지원비용   | ⑤ 지원내용(예. 디자인지원, 전문가 카운셀링 등)의 부실 |                |
| ⑥ 기타( )      |                                  |                |

22. 기타 의견이 있으시면 자유롭게 기입해 주십시오.



■ 집 필 자 ■

연구책임 · 이민정 충남연구원 초빙책임연구원

연구진 · 송민정 충남연구원 연구원

전략연구 2017-40 · 충남 지역연고산업의 지역고용을 위한 기초연구

-공주시 유구 자카드직물산업을 사례로-

글쓴이 · 이민정, 송민정

발행자 · 강현수 / 발행처 · 충남연구원

인쇄 · 2017년 12월 31일 / 발행 · 2017년 12월 31일

주소 · 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (32589)

전화 · 041-840-1172(산업경제연구부) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1129

ISBN · 978-89-6124-436-7 03350

<http://www.cni.re.kr>

© 2017, 충남연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.  
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.