정책 간담회
발표자료(10.12.16)

# 숙련집약형 패션산업 육성방안

(New Vision for Skill-intensive Fashion Industry)

2010. 12. 16

지 식 경 제 부

# 목 차


Ⅰ. 추진 배경 ····· 1

Ⅱ. 현황 및 문제점 ····· 5

1. 숙련집약형 패션산업의 중요성 ····· 5

2. 국내 패션산업의 현황 ····· 6

3. 주요 문제점 ····· 8

Ⅲ. 목표 및 추진전략 ····· 9

Ⅳ. 추진 대책 ····· 10

1. 아시아 TOP 10 패션 브랜드 육성 ····· 10

2. 고급패션 생산기반 재건 ····· 14

3. 숙련인력의 안정적 공급 ····· 18

4. 제조, 서비스 기술 경쟁력 강화 ····· 22

Ⅴ. 기대 효과 ····· 25

Ⅵ. 세부 추진 일정 ····· 26

# Ⅰ. 추진 배경

□ **(글로벌 패션시대) 토탈패션 중심의 글로벌 브랜드**가 세계시장 장악

○ **선진국**은 **글로벌 브랜드***를 육성하여 세계 패션의 흐름을 선도

* 세계의류브랜드순위: Louis Vuitton(1위), H&M(2위), Nike(3위), Gucci(4위), ZARA(5위) (Interbrand 2009 발표)

○ 의류·신발·안경 등을 **토탈패션(Total Fashion)화**하여 단일 브랜드 이미지와 경쟁력을 제고하고 세계시장을 지속적으로 확대

* Louis Vuitton (佛) : 가방(1854) → 가방 + 가죽제품 + 의류 + 귀금속
* Swarovski (墺) : 귀금속(1895) → 보석 + 가방 + 악세사리
* Nike (美) : 신발 (1971) → 스포츠 의류 + 스포츠 용품
* Gucci (伊) : 가방(1921) → 의류 + 안경
* Fendi (伊) : 피혁(1925) → 의류 + 안경 + 귀금속 + 신발
* Uniqlo (日) : 의류(1984) → 의류 + 잡화

□ **(국내 패션산업)** 글로벌 트렌드에 뒤쳐져 패션경쟁력 약화

○ 우리 패션기업들은 좁은 내수시장에 안주하는 등 **글로벌 시장진출***을 등한시하고, 토탈브랜드화는 아직 초기단계

* 한국 세계시장점유율 순위: 섬유(9위), 의류(23위), 귀금속(26위)
* 글로벌화 애로요인(%): 정보부족(37.7), 약한 브랜드파워(33.3), 해외판매 네트워크부족(27.3) 순

○ 해외브랜드와의 치열한 내수경쟁으로 **토종브랜드의 잇단 부도**

* 부도사례: 톰보이('10.7월, 국내시장 안주), 쌈지('10.4월, 무리한 사업확장)

○ 기존 숙련인력 이탈 및 고령화*, 신규인력 확보 애로 등 **인력난 가중**

* 제조업 인력의 고령화(%): 40대 이상 65.5 (의류 84.0, 안경 78.4)

□ **(숙련인력)** 전문성과 경험을 갖춘 **숙련인력 확보가 경쟁력 결정**

○ **선진국**은 **숙련인력을 바탕**으로 고감성·고기능성 제품개발

○ **최근** 해외투자 기업 및 고급제품 주문의 **U-turn 추세**는 패션산업에 새로운 도전과 기회로 작용

◇ 국내 패션산업은 **숙련집약 전문인력**을 적극 발굴·육성하여 **글로벌 브랜드** 및 **토탈패션화**함으로써 경쟁력 제고 필요

## 참고1 글로벌 패션산업의 변천

□ 패션산업은 유럽, 미국 등 **큰 소비시장을 중심으로 빠르게 진화중**

○ '70년대에는 **QR(Quick Response) 전략**을 중심으로 **대규모 소비**시장에서 **효율적인 유통 구조**와 **'소품종 대량생산'** 체제를 기반으로 성장

- QR(Quick Response) 전략은 90년대 **IT 기술의 급속한 발전**을 거치면서 **최근 패션산업 트렌드의 근간을 형성**

○ '80년대에는 OEM(Original Equipment Manufacturing) 방식에서 발전된 ODM(Original Design Manufacturing)을 통해 **브랜드 기능이 강화**

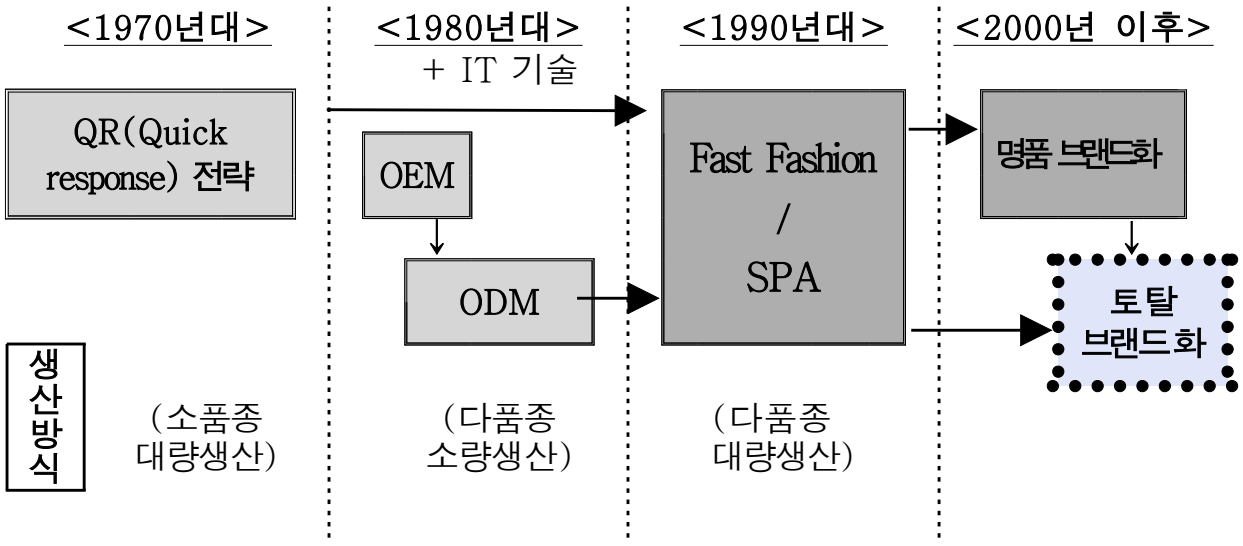
- **'다품종 소량생산'**을 통해 가치를 높이고, 소비자의 다양한 욕구를 충족

○ '90년대에는 효율적 유통구조와 브랜드 가치를 결합하여 다품종 대량생산이 가능한 **Fast Fashion, SPA*** **전략**이 시장에서 통용

* SPA : Specialty Retailer's Store of Private Label Apparel

○ 2000년대 명품브랜드화가 진전되면서 안경, 신발 등 **토탈 브랜드화 시대로 진화**되고 있음

<패션산업의 진화 단계>



## 참고2 글로벌 패션 시장의 트렌드

◇ 글로벌 시장은 서구경제의 침체영향으로 **실용적 가치구매**와 **라이프스타일 소비**로 소비행태가 변화

◇ 글로벌 브랜드의 신흥 시장 확대에 맞춰 제조·유통의 일체된 **新유통시스템** 및 **온라인·모바일 마케팅**이 확대

### □ 구매·소비 : 실용적 가치구매와 라이프스타일(lifestyle)소비로 진화

○ 소비자는 **일회적 과시구매***에서 **실용적 가치구매****로 변화

* 대량·초과구매, ** 실용적 가치와 사회적 가치를 오래 지속할 수 있는 구매

| 구매형태 | 【Fast Fashion】<br>일회성·과시 구매 | → | 【가치지향적 Fashion】<br>실용적·가치 구매 |
|---|---|---|---|

○ **대중명품 소비**보다 소수를 위한 **라이프 스타일(Lifestyle)형 브랜드 소비***로 변화

* 자기만의 개성과 취향을 실현할 수 있는 소비형태

| 소비유형 | 【대중명품, Mastige】<br>단독샵, 판매전시 | → | 【감성취향Lifestyle】<br>편집매장, 문화공간 |
|---|---|---|---|

### □ 제조·유통 : 제조·유통의 일체화, 온라인·모바일 유통 확산

○ 가격경쟁력이 있는 **제조·유통형 SPA*** 시스템의 확대

* 디자인, 생산, 유통까지 한 업체가 모두 운영, 빠른 트렌드를 반영, 재고 최소화, 이윤극대화

| 제조시스템 | 【시즌단위, Collection】<br>선제조 + 후구매 | → | 【1-2주단위, 생산+유통(SPA)】<br>선주문+후제조 (디지털생산) |
|---|---|---|---|

○ **온라인 시장***의 급성장 및 **쇼셜미디어****활용마케팅의 확산 및 **스마트폰, 모바일 앱(App)** 등 **디지털 유통*****이 확대

* 모바일유통, 인터넷 쇼핑몰, **트위터, 페이스북, 유튜브, 기업블로그

*** 위치기반서비스, 터치스크린, 증강현실 이용, 모바일 앱(Application), QR 코드

| 유통시장 | 【오프라인 시장】<br>명품브랜드, 백화점 | → | 【온라인시장, 디지털유통】<br>글로벌화, Ubiquitous |
|---|---|---|---|

## 참고3 선진국 사례 : 이태리의 글로벌 패션 전략

◇ 패션 경쟁력 강화 전략

○ **(육성방향)** 글로벌 브랜드와 네트워크 강화, 업종클러스터 구축, 디자인·숙련인력 육성, 산·학 연계 인턴쉽 등 추진

＊ 국제전시회(밀라노컬렉션, IDEA COMO 등) 개최를 통해 세계 트렌드 주도

○ **(섬유·의류)** 품목별 전문화된 단지 구축 및 업체간·**스트림간 협력체제 구축**, 디자이너와 생산자와의 긴밀한 연계

＊ 집적지 : 꼬모(실크의류), 비엘라(남성의류), 까르피(니트의류) 등

○ **(안경)** 세계 최대 안경쇼(Mido쇼, 밀라노) 개최를 통해 세계 안경 중심지 역할, 안경의 패션화를 추구하여 **세계 유행을 주도**

○ **(신발)** 신소재 개발 및 디자인 설계기술 개발을 통해 세계 등산화의 **고기능성·고부가가치화** 선도

○ **(귀금속) 전문화된 귀금속단지**(비첸자, 아레조, 발렌자포) 조성, 기획·디자인·생산·판매를 연계하여 지식집약형 산업 유도

◇ 정책적 시사점

○ 최소 3년 이상 생산현장 경험을 통해 전문기술과 지식을 습득한 **숙련 인력을 활용**하여 최고급 명품 생산

＊ **생산·유통인력**은 숙련도와 경험이 높은 10년 이상의 인력이 다수, **개발인력**은 창의성 있는 3~10년 인력이 다수 구성

○ 품목별 전문화된 **생산 집적지 구축**을 통해 패션제품의 글로벌 공급기지 역할 수행

○ 첨단 신소재 개발, 독창적인 디자인 개발 및 **토탈 패션 브랜드화**를 통해 세계 명품시장을 선도

＊ 이태리 대표브랜드 : Gucci, Fendi, Prada, Armani, Versace, Ferragamo

# Ⅱ. 현황 및 문제점

## 1 숙련집약형 패션산업의 중요성

□ **(개념) 숙련된 인적자원**을 활용하여 **패션제품**을 생산하는 업종

○ 현장 훈련과 교육을 통해 고도기술을 습득한 **숙련인력***이 기반

* 유·무형의 체화된 고기능·고도 기술과 지식을 보유한 경력이 **3년 이상**인 인력

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




□ **(범위)** 패션과 연계 가능한 **의류, 섬유, 신발, 귀금속, 안경** 등 5대 업종

○ 제조업 대비 취업유발계수, 생산유발효과 등이 큰 분야

* 숙련집약형 패션산업의 선정기준: ① 취업유발계수 10 이상, ② 부가가치율 35% 이상, ③ 생산유발효과 2.0 이상, ④ 패션디자인과 연계가 가능한 분야

□ **(특징) 브랜드 가치**가 중요하고 **전후방 고용창출효과**가 큰 산업

○ 소비자의 감성을 디자인화함으로써 **높은 브랜드 가치 창출**

* 브랜드 가치(억불, Interbrand, '09년) : H&M 154, Gucci 82, ZARA 68, Chanel 60

* H&M(스웨덴,144억불 매출): 현대차(매출 249억불, 브랜드가치 46억불)의 브랜드가치 3.3배, 매출 0.6배 해당

○ **서비스업 수준의 고용 창출***과 **유통 분야와 밀접히 연계**됨

- 기획·디자인 등은 **고급인력**을, 생산분야는 **취약계층** 흡수 가능

* 취업유발계수('08): 숙련집약형산업 13.7, 제조업 8.0, 서비스업 16.2

○ **패션유통 분야**는 최근 내수 확대로 **고용창출 증대 가능**

* 패션유통 고용(천명) : ('06) 348 → ('08) 377 → ('10) 392

## 2 국내 패션산업의 현황

□ **(산업동향)** 글로벌 금융위기 이후 **생산, 수출 등 점차 회복세**

○ **생산·수출**은 작년 감소세에서 벗어나 금년 증가세 전환

* 생산증가율(%): ('05) △5.0 → ('06) △1.3 → ('07) 2.2 → ('08) 7.7 → ('09) 1.0 → ('10) 6.7
* 수출증가율(%): ('05) △8.7 → ('06) △5.3 → ('07) 1.0 → ('08) △0.8 → ('09) △12.4 → ('10) 18.1
* 수입증가율(%): ('05) 8.7 → ('06) 19.9 → ('07) 12.8 → ('08) 0.6 → ('09) △15.0 → ('10) 28.5

○ **설비투자**는 전반적 경기상승의 영향으로 **회복세로 반전**

* 경공업투자(조원) : ('00) 2.4 → ('05) 3.1 → ('07) 4.2 → ('08) 3.9 → ('09) 3.5 → ('10) 3.4

□ **(산업구조) 업체수는 47,617개**로, 전체 제조업체 중 15.2%를 차지

○ 10인 미만 업체가 85.7%에 이르는 등 **영세업체가 대부분**

* (10인 미만 업체) 제조업 81.6%, **숙련 85.7%**, (20인이상 업체) 제조업 27.9%, **숙련 2.9%**

○ 품목별로 산업집적지를 형성하며, 지역산업으로 성장

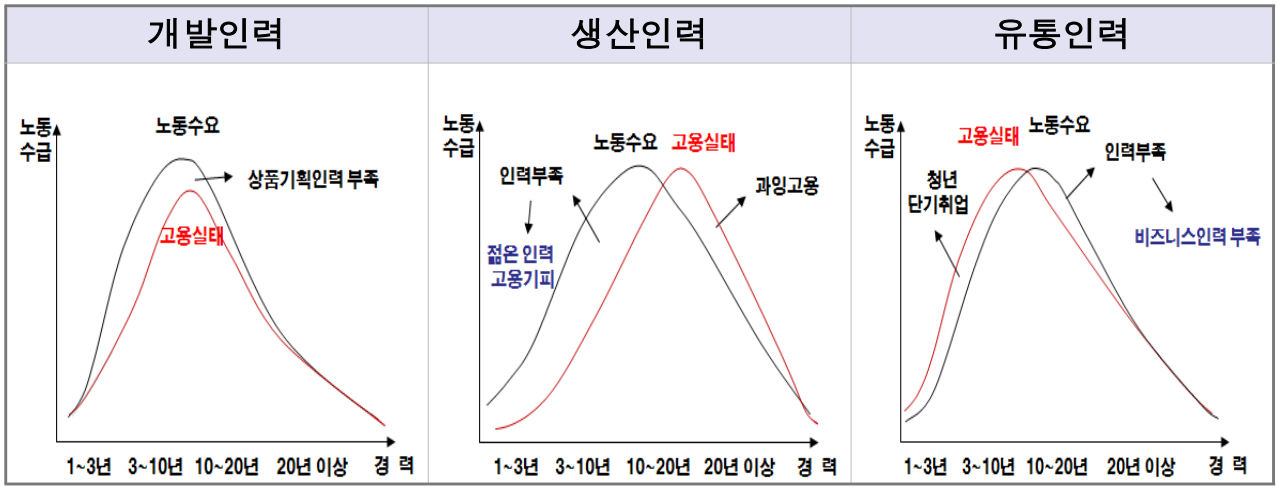
* 의류(수도권), 섬유(대구, 경기), 안경(대구), 신발(부산), 귀금속(서울, 익산) 등

□ **(인력구조) 생산인력은 311천명**으로 전체 제조업 중 9.8% 차지

○ 고용('05-'09)은 연평균 5.6%감소하였으나, 제조업은 1.7% 감소

* 인력고용 부족률('09년, %) : 의류 11.3, 섬유 9.8, 신발 7.5, 귀금속 10.5, 안경 9.0 (KIET 업계설문조사 결과)

# 참고4 국내 숙련집약형 패션산업의 인력구조 (2010년)




< 숙련집약형 패션산업 인력구조 >

(단위: 천명, %)

| 구분 | 경력(년) | 의 류 | | 섬 유 | | 신 발 | | 귀금속 | | 안 경 | | 합계 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 천명 | (%) | 천명 | (%) | 천명 | (%) | 천명 | (%) | 천명 | (%) | 천명 | (%) |
| 개발인력 | <3 | 1.5 | 18.5 | 0.22 | 18.2 | 0.03 | 2.3 | 0.7 | 23.3 | 0.05 | 25.0 | 2.5 | 18.2 |
| | 3-10 | 2.2 | 27.1 | 0.34 | 27.3 | 0.04 | 3.1 | 1.1 | 36.7 | 0.07 | 35.0 | 3.7 | 27.0 |
| | 10-20 | 3.6 | 44.4 | 0.6 | 54.5 | 0.6 | 46.2 | 1.1 | 36.7 | 0.04 | 20.0 | 5.9 | 43.1 |
| | 20≤ | 0.8 | 9.9 | 0.01 | 0.9 | 0.6 | 46.2 | 0.2 | 6.7 | 0.03 | 15.0 | 1.6 | 11.7 |
| | 소계 | 8.1 | | 1.1 | | 1.3 | | 3.0 | | 0.2 | | 13.7 | |
| 생산인력 | <3 | 2.8 | 20.0 | 5.4 | 4.0 | 0.4 | 2.1 | 0.8 | 11.3 | 0.1 | 3.0 | 9.6 | 3.1 |
| | 3-10 | 4.2 | 30.0 | 8.1 | 6.0 | 0.6 | 3.1 | 1.3 | 18.3 | 0.2 | 6.1 | 14.3 | 4.7 |
| | 10-20 | 35.3 | 24.9 | 40.3 | 30.0 | 7.7 | 40.1 | 4.2 | 59.1 | 1.3 | 39.4 | 88.8 | 29.1 |
| | 20≤ | 99.0 | 70.1 | 80.6 | 60.1 | 10.5 | 54.6 | 0.7 | 9.9 | 1.6 | 48.5 | 192.4 | 63.1 |
| | 소계 | 141.4 | | 134.3 | | 19.2 | | 7.1 | | 3.3 | | 305.1 | |
| 유통인력 | <3 | 55.9 | 13.0 | 4.7 | 12.0 | 8.8 | 28.0 | 5.2 | 20.0 | 2.9 | 18.0 | 77.5 | 19.8 |
| | 3-10 | 83.8 | 19.5 | 7.0 | 17.9 | 13.2 | 42.0 | 7.8 | 30.0 | 4.4 | 27.3 | 116.2 | 29.6 |
| | 10-20 | 111.8 | 40.1 | 15.6 | 39.9 | 7.8 | 25.0 | 5.2 | 20.0 | 5.7 | 35.4 | 146.1 | 37.3 |
| | 20≤ | 27.9 | 10.0 | 11.7 | 29.9 | 1.6 | 5.0 | 7.8 | 30.1 | 3.2 | 19.9 | 52.3 | 13.3 |
| | 소계 | 279.5 | | 39.1 | | 31.4 | | 26.0 | | 16.1 | | 392.1 | |
| 계 | 소계 | 429.0 | | 174.5 | | 51.9 | | 36.1 | | 19.6 | | 711 | |

## 2 주요 문제점

□ **(브랜드파워)** 세계시장 진출 잠재력을 보유한 브랜드가 있으나, 낮은 인지도, 투자 부진 등으로 **마케팅 경쟁력 취약**

○ **세계수준의 글로벌 브랜드 부재**로 고부가가치 시장 개척에 한계

* 세계시장점유율('00 →'08, %) : 한국(4.3→1.6), 이태리(9.1→8.0)

○ 대기업은 **국내시장에 안주**하고, 중소업체들은 **브랜드 투자 소홀**

* 글로벌 명품브랜드의 국내 진출로 외국 글로벌 브랜드와의 경쟁에 취약

□ **(제조기반)** 섬유 등 패션연관 산업기반은 균형있게 갖추고 있으나, **생산기지의 해외이전 등으로 국내 제조기반 취약**

* 해외투자(백만$) : ('90) 105 → ('00) 259 → ('05) 570 → ('07) 534 → ('09) 273
* 해외투자 업체수(천개) : ('95) 75 → ('00) 60 → ('05) 54 → ('08) 49 → ('09) 101

○ 해외 저가품(중국 등)의 대량 수입으로 국내생산이 감소하여 **제조기반 약화 초래**

○ 선진국은 **핵심 제조기반을 자국내 확보**하여 제품의 고급화 추진

* 이태리 : 생산집적화, 일본 : 90년대말 '제조기지 U턴화' 추진, 스페인 : ZARA는 제품제조를 자국에서 수행, 글로벌 기업으로 급성장

□ **(숙련인력)** 명품제조 능력은 있으나, 명품 제조기술을 전수시킬 숙련인력의 **양적 수급 애로**

○ 신규인력의 취업 기피로 개발·생산인력의 **상시 부족 현상 발생**

○ 3년미만 비숙련 인력도 89천명으로 전체 인력의 12.6% 차지

○ 디자인 인력은 의류분야에 편중되어 **토탈 브랜드 확산에 애로**

* 패션디자인 인력 공급 규모('09년) : 91개 대학, 연 7,000명

□ **(기술경쟁력)** 섬유제조 및 염색기술이 세계최고 수준이나, 신소재 개발이 미흡하고 **협력강화** 필요

○ 안경, 귀금속, 신발 분야에 대한 고기능성 소재 R&D 지원이 미흡

○ 제조업간(브랜드대기업-협력업체), 제조업-유통업체간 **상생협력 취약**

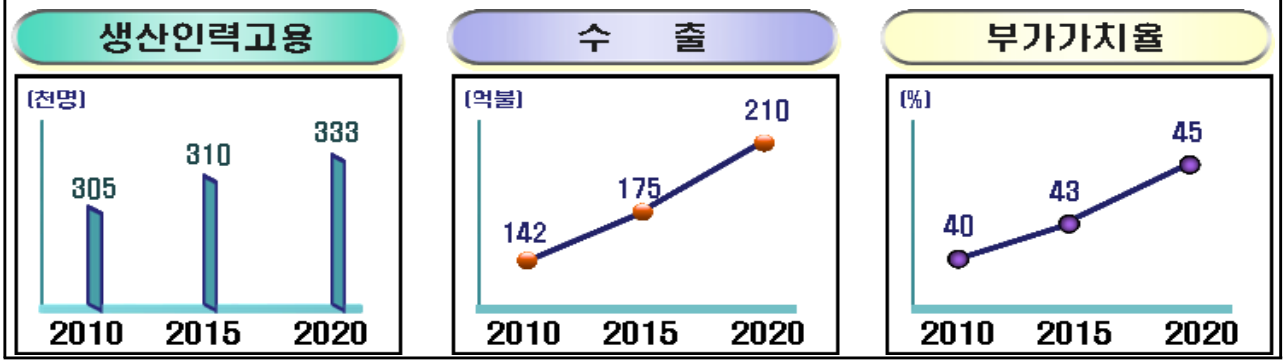
# Ⅲ. 숙련집약형 패션산업의 육성방안

## 발전 비전

**선진국형 제조기반 확보와 토탈패션 브랜드 육성을 통한 고용창출 실현**

– 2020년 신규고용 3.2만명, 수출 210억불 달성 –

## 발전 목표




| 추 진 전 략 | 추 진 대 책 |
|---|---|
| 1. 아시아 TOP 10 패션 브랜드 육성 | ① 아시아 TOP 브랜드 10개 발굴 및 육성<br>② 유망브랜드의 글로벌 성장 강화<br>③ 신진브랜드의 내수시장 기반 확보 |
| 2. 고급패션 생산기반 재건 | ① 지역특화된 고급 생산기반 구축<br>② 업종별로 특성화된 패션지원시설 확충 |
| 3. 숙련인력의 안정적 공급 | ① 우수한 개발인력의 공급체계 구축<br>② 생산인력의 숙련도 향상<br>③ 패션서비스 인력의 전문화 제고 |
| 2. 제조, 서비스 기술경쟁력 강화 | ① 10대 핵심품목 기술 개발<br>② 스트림간 상생협력 지원 강화 |

# Ⅳ. 추진 대책

## 1 아시아 TOP 10 패션 브랜드 육성

◈ 新소비 시장으로 부상하고 있는 아시아 지역 중산층을 겨냥한 **'아시아 TOP 브랜드'**를 **'20년까지 10개 육성**

### 1-1 아시아 TOP 브랜드 10개 발굴 및 육성

□ **(육성방안) 글로벌브랜드 창출을 위해, 아시아 시장을 우선 공략**

○ **2020년까지 아시아 TOP 브랜드 10개 육성 목표**

- 성장 가능성이 높은 **고급·중급품 시장**을 목표시장으로 설정

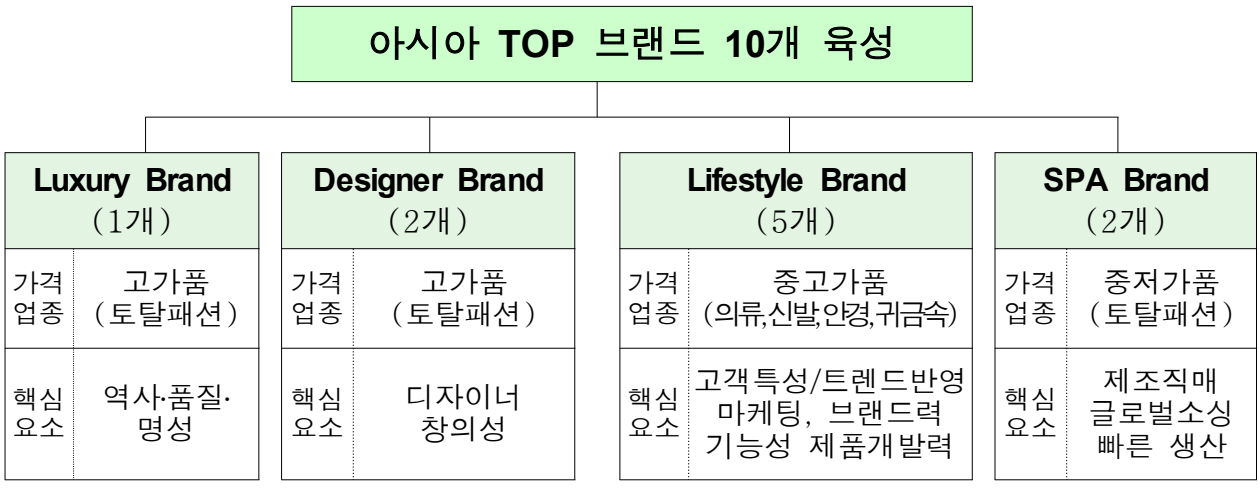
  * 아시아 중산층 시장규모 : ('90) 1.4억명 → ('08) 8.8억명 (중국 4.4억, 인도 2.1억)

○ 아시아 중·고급품 시장에 맞는 **4가지 유형의 브랜드群의 20개 후보 브랜드**를 발굴하여 육성

□ **(추진주체) 「글로벌 패션브랜드 육성사업단」 운영**

○ 패션관련협회, KOTRA, 생기원, 브랜드 컨설팅 기관 등으로 **「글로벌 패션브랜드 육성사업단」**을 구성하여 사업 추진

  * '09년부터 추진한 의류중심의 브랜드 육성사업을 확대



## 1-2 유망 브랜드의 글로벌 성장 강화

□ **(추진방안) 4개의 브랜드群의 특성**을 감안하여 **해외진출 및 글로벌 성장 지원**

| (브랜드군) | Designer Brand | Luxury Brand | Lifestyle Brand | SPA Brand |
|---|---|---|---|---|
| 선진국 사례 (예시) | 세계 디자이너 제품 (Vivienne Westwood, Donna Karan, Marc jacobs) | 명품 (LVMH, Gucci, Chanel, Bvlgari) | 라이프스타일, 기능성제품 (Polo, Levi's/ Nike, North Face) | Fast Fashion (ZARA, H&M, Uniqlo) |

* **개별**(의류, 신발, 가방 등) **또는 토탈패션 브랜드**를 중심으로 재무건전성, 경영능력, 상품개발력, 브랜드 파워 등 평가

### ① (디자이너 브랜드) 지속적인 브랜드 가치 제고

○ 유명 전시회 및 **컬렉션에 참가 지원** (KOTRA, 문화부, 서울·부산·대구시 등)

* 의류(홍콩패션위크, 북경Chic 등), 안경(JCK라스베가스쇼), 주얼리(홍콩주얼리, 바젤보석), 신발(BISS, ISPO China), 섬유(홍콩인터스코퍼, Texworld 등)

○ 세계적인 디자이너 발굴을 지원하는 **'한-중-일 패션위크'** 추진

- 해외 공관과 국내기관의 협업을 통한 **'패션문화행사'** 추진

* 서울시(Seoul's 10 Soul)·문화부(Concept Korea)·지경부 합동 지원프로그램 발굴

○ 디자이너 브랜드를 지원하는 **'벤처캐피탈 민간투자자금'** 활성화

* 해외진출자금, 생산수주 확대, 국내외유통망 확보지원 등

### ② (명품 브랜드) 해외 유망브랜드의 인수 촉진

○ 최근 경영악화 등으로 매물이 나올 가능성이 높은 **중소형 해외 유망브랜드를 발굴**하여 **인수·합병*** 지원

* 국내 PEF, 글로벌 M&A 펀드 등 민간투자펀드 활용

* (사례) '05.11월 성주D&D에서 MCM(獨) 인수, '07년 휠라코리아가 휠라 인수

### ③ (Lifestyle 브랜드) 현지시장 진출 및 현지화 지원

○ 시장진출에 필요한 **'현지시장의 종합정보 조사*'** 지원(패션협회)

* 지역별 소비자분석(라이프스타일 등), 유통정보 등 제공

○ 아시아 진출거점(중국 등)별 **'한국기업 디자인공동관*'**개설

* 민간공동 디자인개발 중국관(KOTRA 비즈니스센터내) 개설 추진

○ **국가차원의 해외진출 프로그램**('KOTRA프로그램*)을 연계 활용

* 지사화사업, 해외전시회참가, 무역사절단 파견, 수출인큐베이터, 공동물류센터 등

○ **한류활용, 공익마케팅** 등을 통한 **현지인지도 제고**

- **'한류드라마'를 활용**하여 아시아 소비자들의 Lifestyle과 연계

* 한류스타 패션홍보 사절단 파견, '한류패션 브랜드 특별전' 개최 등

- **'공익캠페인 활동*'**을 통한 진출기업의 브랜드 인지도 향상

* 재난구호(지진, 쓰나미 등)활동, 환경보호, 난민지역학교 등 지원

### ④ (SPA 브랜드) 글로벌 유통망 구축 및 성장·대형화

○ 현지유통전문가, 韓商 등 **현지 유통 네트워크 구축**

- 중국, 인도 등 신흥 시장에서 **'글로벌 패션韓商대회'** 개최

- 지역별 현지전문가, **한상들과의 유통협력** 지원

* 광고·물류·유통 등 '현지 진출 네트워크' 및 '한-중 글로벌 네트워크' 구축 등

○ 국내 유통점(백화점 등)과 협업을 통한 **현지 유통시장 동반 진출**

* 중국시장 진출을 통한 중국의 '제2의 내수시장화' 중점추진

- 롯데, 이마트 등 유통업체와 **아시아 지역에 공동진출** 지원

○ 국내외 경쟁력 있는 **글로벌 소싱처**를 발굴·제공

* 국내(고가)및 국외(중저가)의 소싱처발굴, 소싱정보(원부자재 조달 등) 제공

## 1-3 신진 브랜드의 내수시장 기반 확보

### □ (신진 브랜드) 국내 비즈니스 기반 확대

○ 창의적인 **'한국패션 신진디자이너 100인'**을 선정 지원

* 민관합동 '신진디자이너 100인전' 개최하여 지원확대 (문화부+서울시+지경부등)

○ 사업 기반을 확장하도록 **국내 비즈니스 매장**을 제공 확대

* 두타 신진디자이너 창업관(중기청), 롯데백화점(서울시), 동대문센터(지경부) 등 지원

○ 디자이너의 **자생적 패션 집적지**(가로수길, 한남동길, 삼청동길 등)를 지자체별로 맞춤 비즈니스 활동 합동지원 (서울시 각구청)

* 강남패션페스티벌(강남구), 패션문화페스티벌(문화부) 등 지역대중문화행사와 연계

○ 해외 유명 디자이너와의 교류 확대

* 세계 유명 디자이너 초청, 국내 디자이너와의 정기적인 컬렉션 개최 및 교류 추진

- **'모바일 브랜드 패션쇼*' 개최** 등을 통해 마케팅 지원

* 모바일 패션쇼용 앱기술 개발지원, Fashionnet Korea 운영

### □ (중소 내수브랜드) 내수 기반 강화

○ 중소 내수브랜드의 **마케팅 활동** 지원

- **서울섬유교역전**(Preview in Seoul)*를 **패션전문전시회**로 개편

* PIS내 패션브랜드관을 별도구성, 텍스타일·패션대전, 봉제컬렉션, 패션포럼 등 연계

○ **'내셔널브랜드 컬렉션'** 개최로 내수브랜드 마케팅에 활용

* 디자이너 및 중소브랜드 중심, (예) 일본 Girl's collection (자국 브랜드 홍보 목적)

## 2 고급패션 생산기반 재건

◈ 제반여건이 잘 갖춰진 패션집적지를 **'패션지식기반 집적지구'로 지정**하여 **한국대표 클러스터로 육성**

◈ 패션전용단지를 건립하여 **선진국형 생산기반을 재구축**하고, 패션지원시설 확충으로 **고급 패션제조 기반**을 강화

| | 패션특구 | 패션전용공단 | 패션집적센터 |
|---|---|---|---|
| (기능) | 제조+유통 결합 | 토탈패션 제조공장 | 제조업체 밀집 + 종합지원시설 |
| (조성) | 2개 (동대문,대구봉무동) | 1개 (경기북부) | 10개 (전국 패션업종 밀집지역) |

## 2-1 지역특화된 고급 생산기반 구축

□ **(패션특구)** 패션기업의 대표적 패션집적지를 **'패션지식기반 집적지구'**로 지정하고, 역동적인 **'아시아 패션명소'**로 육성

＊ 산업집적활성화및공장설립에관한법률 제22조에 근거한 지정절차: (시도지사 지정요청→ 현장조사·지정심사→ 지경부 지정), 서울시 및 대구시 검토를 통해 추진

○ 동대문 지역 등을 **'아시아 패션 허브'**로 육성하여 **패션실험의 장**(제조+유통)과 **패션트렌드 발신기지**로 발전

＊ (예시) 동대문 : 첨단기술의류기술센터 설립 추진, 대구봉무동 : 패션창작 스튜디오 운영
＊ 동대문, 대구봉무동 지정 추진('11년～)

□ **(패션단지) 경기북부에 '토탈패션전용단지'** 조성을 검토

○ 의류, 귀금속 등 토탈패션 업종이 입주하고, One-Stop 지원할 수 있는 단지 형태로 조성 추진(산단공, 경기도 등)

＊ 산단공 추진검토, 약33만㎡ 규모, 사업기간('12～'18년), 토탈패션업종 위주

**< 경기북부 >**

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

□ **(패션센터)** 전국에 산재한 패션기업들의 토탈 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

| 기 존 | 발전 모델 | 결 과 물 |
|---|---|---|
| 생산업체 | < 패션제조업 > | 고급제품 생산 |
| 패션인력 | 명품 제조 (숙련인력) | 취업·창업, 경험축적 |
| 기술, 교육, 설비 | + 패션디자인 (패션디자이너)<br>+ 기술지원,인력양성 (지원인력) | 맞춤형 종합지원 가능 |

## 2-2 업종별로 특성화된 패션지원시설 확충

□ **대구**(안경)**, 부산**(신발)**, 익산**(귀금속)**등 지역특화 패션지원시설 확충**

○ **'대구 안경 집적지**(대구 북구)**'** 내 영세 부품업체 및 디자인 업체에 **안경테 제조 기술 향상 및 협업체제 구축** 지원

- 안경 디자인 및 가공 애로 기술 지원을 위한 **'안경 R&BD 연구소'** 추진 (한국안경산업지원센터내 설립 추진, 대구시)

○ **'부산 신발집적지'**에 **부품소재·제품 R&D, 신뢰성 평가,** 마케팅 지원 등 신발종합연구 지원

- '한국신발피혁연구소'를 **'신발산업진흥원'**(가칭)으로 확대 (부산시)

* 재원은 국비 및 기존 부지매각대금 활용, 녹산산업단지내 설립 추진

○ **'익산 귀금속 집적지'**에 **귀금속 디자인 및 기술지원**을 위한 **'귀금속 디자인·기술연구소'** 구축 추진 (익산시)

□ 안경 물류·유통구조 개선을 위한 **안경 공동물류센터**(대구) 및 원사 물류지원을 위한 **원사 공동물류센터***(양주) 설치

* G-Textopia내 '원사 공동물류센터' 설치

## 사례1 동대문 지역의 패션 특구 지정

◇ **(특구지정)** 패션기업(의류·귀금속제조 + 브랜드유통)이 집적한 **동대문 및 인근지역**을 **'패션지식기반집적지구'**로 지정('11년)

* 동대문지역: 8만개가 넘는 업체와 커뮤니티 형성, 패션업중 기업들이 집적하여 교류활성화와 교육 등을 통해 경쟁력 제고

◇ **(육성방향)** 상품기획·생산·유통·쇼핑 등이 결합한 패션·귀금속 산업의 대표 **패션 클러스터**로 육성 지원

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

* 한국의 **패션실험실**(제조+유통)에서 **아시아 패션 허브**로 발전

| | 기 존 | | 변 경 |
|---|---|---|---|
| 지원 방향 | (동대문) 패션의류 집적지 + 소싱처<br>(종로구) 귀금속 | ⇨ | 동대문(고부가가치 지식산업확산 + 아시아 쇼핑센터) + 종로(귀금속)<br>⇒ 아시아의 패션 명소 |

◇ **(지원내용)** 동대문 패션 클러스터의 **창작활동을 장려**하고 기업간 협업을 통하여 **동대문 브랜드 창출** 지원

○ 제조, 유통 등을 종합적으로 조율하고, 아시아의 패션 트렌드를 리드하는 **'아시아 패션허브'**로 발전

○ 매년 동대문 **창작스튜디오 디자이너 100명**을 배출하여 패션 제조업체와 디자이너간 협업, 시제품 마케팅지원(서울시, 10년~)

○ **동대문 첨단의류기술센터**('11년말 완공)를 중심으로 동대문 소재 봉제기업들간 교류를 활성화

○ 종로구내 **'귀금속보석 기술혁신지원센터 건립'**을 통한 지역 네트워크 구축, 마케팅지원, 디자인 및 기술 지원

* 서울 주얼리산업 혁신기반구축사업 (지역연고산업진흥사업, 5년 30억원)

## 사례2 대구 이시아폴리스(봉무동) 패션특구 지정

◇ **(특구지정)** 패션기업 및 섬유생산 기능을 집적한 **대구 이시아폴리스** 지역을 **'패션지식기반집적지구'**로 지정('11년~)

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

◇ **(육성방향)** 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

| | 기 존 | | 변 경 |
|---|---|---|---|
| 지원 방향 | (이시아폴리스) 의류패션 연구 및 생산,마케팅<br>(중구) 주얼리 | ⇨ | 이시아폴리스 (지식산업기반 고부가가치 의류패션 연구/마케팅) + 중구(주얼리) ⇒ **동남권 패션특구육성** |

◇ **(지원내용)** 패션의류, 주얼리 분야의 대구경북지역 소재 **기업들간 교류를 활성화**하고, **경쟁력 강화와 판로개척** 지원

○ **대구텍스타일 Complex조성**을 통한 섬유·패션제품의 글로벌 통합마케팅 사업운영체제 구축 및 비즈니스 공간조성

○ 디자이너 육성을 통한 패션제조업체와 디자이너간 협업, **시제품 마케팅 및 판로 지원**

○ **창업보육 센터 및 중견기업육성 Program 운영**(10개/년 규모)

○ 첨단도심형 패션의류봉제 **제품생산 공간 구축**

## 3 숙련인력의 안정적인 공급

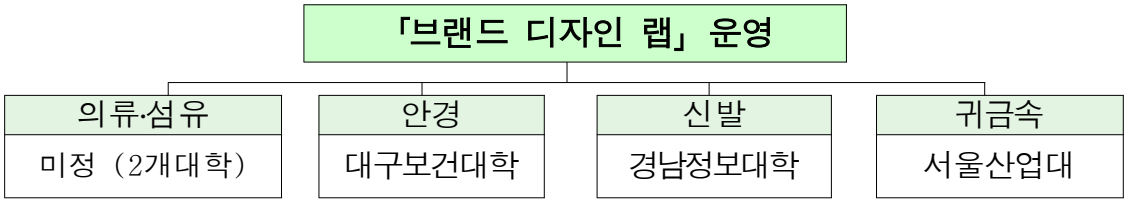
◈ 패션전문 인력을 **개발·생산·유통** 부문별로 신규인력을 **발굴**하고 기존 인력 **재훈련 추진**

◈ 개발인력은 **브랜드 디자인 기획**, 생산인력은 **숙련도 향상**, 유통인력은 **마케팅 교육**에 중점을 두고 육성

### 3-1 우수한 개발인력의 공급체계 구축

□ **(신규인력)** 경험과 능력을 갖춘 세계적 **브랜드 디자인 인력** 양성

○ 우수 패션관련 대학에 **'Brand Design Lab**(BDL)'을 운영, 스트림간 기술과 경험을 습득한 **토탈 디자이너를 양성** (연 100명)




* 5개 대학지정(각 20명), 상품R&D, 생산기술 등 개발업무 습득

○ **브랜드 디자인 창작 활동***(연 100명)을 지원하여 창의적인 신인 디자이너를 양성하고, **'패션기업 인턴쉽***(연 40명) 확대 지원

* 창작활동 : 토탈패션집적센터(시울시 3개 포함) 및 창작스튜디오(서울시) : 100명, '창업·창직인턴(노동부) 및 '1인 창조기업 지원(중기청)' 활용
* 패션기업 인턴쉽 운영 : 패션단체주관, 50개 브랜드기업 대상, 중소기업 인턴(고용노동부) 등 활용

□ **(기존 인력)** 토탈 패션이 정착·확산되도록 기업인력 재교육

○ 업종별 단체(섬산연 등) 및 지원기관*, 지방자치단체 등과 연계하여 **기업의 재직자 훈련** 지원 확대 (5개 기관)

* 섬산연, 대구섬유연합회, 대구안경센터, 부산신발산업진흥센터, 주얼리산업연합회 등
* 5개 기관(각 100명), 고용노동부의 재직자 훈련지원제도 활용

- 기업이 자발적으로 훈련 프로그램에 참여할 수 있게 하는 인센티브 추진

## 3-2 생산인력의 숙련도 향상

□ **(신규인력)** 여성, 청년, 취약계층의 **인력유입 여건을 개선**

○ **도심 여성인력**에게는 **TFC**(연 200명)에서 취업과 연계된 패션 기술 교육을 실시하여 **'도심형 숙련 일자리'** 제공

* 토탈패션집적센터 10개(서울시 3개포함) 운영 : 50개기업 입주 예상

○ **대학·청년인력**에게는 대학·기업·단체간 협약에 의한 숙련 맞춤 교육훈련* 지원 및 **'패션인력 멘토링 제도**(연 100명)' 추진

* 한국폴리텍대학, 패션기업, 섬유산업연합회 등 연계 맞춤교육훈련('10년~, 고용노동부)

**< 패션인력 멘토링 제도(안) >**

- 대학생은 생산현장에서 요청하는 단기 프로젝트(6개월 이내)를 수행하여 학점을 이수하고, 기업은 성적우수자 우선취업기회 부여, 우수개발제품 사업화
- 귀금속(서울산업대 귀금속공예학과), 신발(경남정보대 신발패션과), 안경(대구보건대 안경광학과)부터 우선 추진

○ 인력수요가 많은 신발·가방·주얼리 등 **특성화高 지정** 추진

- 산업계·특성화高간 지원협약을 체결, **현장 맞춤형 기능인력**을 양성 (실습장비지원, 산학겸임교사, 교과과정개발, 학생멘토링 등)

* 신발(부산 산업과학고) 특성화고 기지정, 가방·주얼리분야에 추가지정 검토

○ **취약계층**에게는 '봉제업지원센터(의류산업협회)'를 통한 **숙련기술 제공**(연 50명) 및 취업을 연계

* 취약계층 (새터민 1만8천명, 수형자 3만명, 다문화가정 등)

□ **(기존인력) 숙련도 향상**을 위해 기존인력을 대상으로 재교육 강화

○ 기존인력의 재교육은 업종별 **'숙련인력 양성기관'**에서 추진

**「숙련패션인력 양성프로그램」(총괄: 생기원)**

| 의류·섬유 | 안경 | 신발 | 귀금속 |
|---|---|---|---|
| 패션봉제아카데미, 그린의류지원센터 | 대구안경산업 지원센터 | 부산신발산업진흥센터 | 주얼리산업 연합회 |

* 5개 기관(각 100명), 2단계 교육 과정 운영– 기초 3개월 + 숙련(현장) 3개월
* 고용노동부의 재직자 훈련지원제도 등 활용

- **패션분야 명장**을 숙련인력 양성 지도인력으로 활용하여, 산업현장의 필요한 **숙련도 향상기술 교육**을 실시

  * 숙련인력 명장 :49명 (패션디자인 3, 편물 4, 양복 등 29, 신발류 2, 귀금속 가공 11)

○ **명칭개명, 우수인력 포상, 패션쇼**를 통해 봉제기술의 우수성을 널리 홍보하여 **패션 기능 인력의 자긍심 고취**

- 패션종사자의 명칭을 **현대적으로 개명***하고 '패션기능 경진대회'를 통해 우수인력을 **선정·포상***하고, **봉제패션쇼** 개최

  * 예) 미싱사재단사봉제사 → 봉제 디자이너, 보석세공사 → JA(주얼리 아티스트) 등

  * 정부와 민간(브랜드기업)포상을 연계, 숙련종사자의 자긍심 고취와 지원효과 극대화

## 3-3 유통 인력의 전문성 제고

□ **(신규인력)** 시장기능에 따라 기업의 자연 충원 유도

○ 도소매 분야 **패션유통 전문점**(대리점) 창업을 권장하고, 유통 전문인력의 취업 장려

○ 기업 수요가 급증하고 있는 매장관리자, 상품전문가 등 양성을 위해 **'패션유통 전문가 양성 프로그램*'** 운영 (연 100명, 3주과정)

  * 패션유통 전문인력 양성 – MD전문교육기관 및 패션지원기관을 활용 (노동부, 섬산연)

□ **(기존인력)** 해외진출에 필요한 일부 전문인력(글로벌패션전문가) 양성

○ 기존 패션비즈니스 전문기관 등을 활용하여 브랜드 해외진출과 브랜드 현지화에 필요한 **글로벌 패션 전문가** 양성

- 장기적으로 글로벌 전문유통 인력양성을 위한 **'패션 비즈니스 스쿨*'** 설립 추진

  * 패션전문대학원 형태로 설립(연 100명 규모, 50명 x 2회), 지역별 글로벌 상품전문가, 글로벌 소싱처 관리자 등 글로벌 전문인력 양성

**참고5** **패션업종 인력구조 변화**

(단위 : 천명)

| 업종 | 고용 목표 (2010/2020년) | 추진 대책 |
|---|---|---|
| 개발 | 경력 / 2010 / 2020<br>20년이상▶ 1.6 → 2.3<br>10-20년▶ 5.9 → 8.7<br>3-10년 ▶ 6.2 → 13.3 | •브랜드 디자인 랩 운영<br>•토탈디자인 창작활동 지원<br>•패션기업 인턴쉽<br>•기존인력 재교육 |
| 생산 | 20년이상▶ 192 → 206<br>10-20년▶ 89 → 68<br>3-10년 ▶ 24 (30.5) → 59 (33.3) | •도심여성-숙련일자리연결<br>•대학청년인력맞춤교육<br>•숙련인력 멘토링 제도<br>•취약계층 숙련기술습득<br>•숙련인력 양성 재교육 |
| 유통 | 20년이상▶ 52 → 59<br>10-20년▶ 146 → 244<br>3-10년 ▶ 194 → 184 | •패션유통 전문가 양성<br>•글로벌 비즈니스 인력양성<br>•글로벌패션비즈니스쿨설립 |

< 5대 패션업종별 인력구조 목표 (2010/2020년) >

(단위 : 천명)

| 업종 | 의류 | 섬유 | 신발 | 귀금속 | 안경 |
|---|---|---|---|---|---|
| 개발 | 2010 2020<br>20년이상▶ 0.8 1.5<br>10-20년▶ 3.6 5.3<br>3-10년▶ 3.6 8.3 | 2010 2020<br>0.01 0.1<br>0.6 0.7<br>0.6 1.2 | 2010 2020<br>0.6 0.4<br>0.6 1.2<br>0.06 0.4 | 2010 2020<br>0.2 0.3<br>1.1 1.5<br>1.8 3.3 | 2010 2020<br>0.03 0.02<br>0.04 0.1<br>0.1 0.2 |
| 생산 | 20년이상▶ 99 108.8<br>10-20년▶ 35.3 27.2<br>3-10년▶ 7.1 24 | 80.6 83.8<br>40.3 27.9<br>13.4 28 | 10.5 10.8<br>7.7 7.6<br>1.0 3.3 | 0.7 0.8<br>4.2 3.9<br>2.1 3.1 | 1.6 1.5<br>1.3 1.3<br>0.3 0.9 |
| 유통 | 20년이상▶ 27.9 35.4<br>10-20년▶ 111.8 177<br>3-10년▶ 139.7 140.6 | 11.7 8.6<br>15.6 21.6<br>11.7 13 | 1.6 4.2<br>7.8 21.1<br>22 16.8 | 7.8 5.7<br>5.2 14.4<br>13 8.6 | 3.2 4.7<br>5.7 10.3<br>7.3 3.7 |

## 4 제조, 서비스 기술경쟁력 강화

◈ **고기능성 제품개발·IT융합**을 촉진하여 **패션제품의 고급화 지원**

◈ **생산공정간**(스트림) **R&D 협력**을 강화하고, 제조-유통간 **상생협력 활성화** 지원

### 4-1 10대 핵심품목 기술 개발

□ **(고기능성 제품) 첨단 신소재·신공정 개발**을 위한 **기술혁신 촉진**

○ 신제품 개발을 위한 **'패션산업 기술로드맵*'** 수립 및 **신섬유 기술로드맵'**('09.11)의 체계적 이행

* 에코 및 스마트 신발소재, 3D 안경, 귀금속 셋팅기술 등을 포함, 3년단위 수립

○ 친환경·고기능성·고감성 중심의 **10대 R&D 핵심품목 개발**

**< 10대 핵심부품 >**

▣ 섬유 : ① 친환경 섬유, ② 고기능성 섬유
▣ 신발 : ③ 성장촉진신발, ④ 에코신발, ⑤ 스마트신발
▣ 안경 : ⑥ 패션스포츠안경, ⑦ 3D디지털안경, ⑧ 인체친화 플라스틱안경
▣ 귀금속 : ⑨ 3색링(Trinity-La-Belle), ⑩ 세발셋팅 반지

○ **'패션소재 친환경-기능성 인증마크'** 지원(패션소재협회)

* 국제수준의 인증 시험방법 구축, 인증제 발급시스템 체계를 마련

□ **(IT융합) 제품개발** 및 **제조공정**에 **IT를 접목**하여 신시장 창출

○ 3차원 디지털 휴먼을 기반으로 쇼핑·주문·제조 공정을 IT화 하는 **'3D 디지털패션 제조·유통 시스템'**을 개발·보급

* 3D 인체정보기반 맞춤주문형 생산(i-Fashion)및 유통(Digital Clothing)개발 추진
* 동대문 첨단의류기술센터에 시범운영('12년~) 및 패션업계 등 보급 활성화

○ 패션제품 모바일 홍보를 위한 **스마트폰 앱(App)의 보급** 확산

* 스트림 제품 개발 선정과제의 제품소개 App.개발 병행 지원

○ 패션제품에 IT기술을 적용한 **스마트·인텔리전트 의류** 상용화 추진 (IT를 활용한 웰니스 스마트의류 시스템 개발('09~'14, 100억원, 생기원))

## 사례3 패션-IT 융합 : 디지털 패션 맞춤제조·유통 시스템

◇ 필요성

○ **패션제조 공정의 IT화**를 통한 **신시장 창출** 및 **글로벌 시장 주도**

○ '3D 기반 디지털패션 제조·유통 시스템 개발'을 통해 패션 산업의 **새로운 부가가치 창출** 지원

◇ 시스템 개요

○ 3D 소비자(디지털휴먼)와 3D 의류제조 IT 기술을 기반으로 한 3D 유비쿼터스 쇼핑, 맞춤제조 등 IT융합비즈니스 창출

< 시스템 개념도 >




◇ 활용분야

○ 맞춤주문형 디자인-제조-유통 서비스 플랫폼 구축, 실물의상의 3D 디지털 콘텐츠화 등 **'소비자 맞춤주문형 의류패션 제품' 개발**

◇ 활용사례

○ 소비자의 3D 디지털휴먼(아바타, 손·발·머리 등)을 활용한 **맞춤신사복**·셔츠·숙녀복, **맞춤장갑**(골프, 조종사, 승마 등), **맞춤군복**·교복, 맞춤신발, 맞춤운동복(골프웨어, 야구유니폼 등)

## 4-2 스트림간 상생협력 지원 강화

□ **(공동협력 R&D)** 스트림별 컨소시엄을 구성하여 **R&D 지원 활성화**

○ **'스트림 기술개발협력사업*'**의 단계적 지원 확대

* **3개 이상 섹터**에서 3**개 이상 업체**가 컨소시엄을 구성하여 참여
* 사업예산(300억원/년 수준)을 **단계적으로 500억원까지 확대** 추진

□ **(상생협력)** 브랜드 대기업과 중소협력업체간 **상생협력 강화 모색**

○ 제조, 유통, 마케팅 분야 등에서 **'상생협력 성공사례' 개발·확산**

- 브랜드기업(대기업)이 패션복합몰(생산·판매·문화공간)을 조성하고, 중소협력업체에게 임대공장 제공 및 주문, 기술경영지도 등 지원

**<상생 협력 사례 >**

- **(LG패션)** 양주 패션복합단지 건설(37천$m^2$, 740억원 소요) : 열악한 의류제조업체에게 임대공장 지원, 중소기업과 디자인·생산·기술력 공유를 통한 상생 추구
- **(한섬)** 팩토리 아울렛(구로공단내 아파트형 공장 : 5층규모, 1천$m^2$ 규모): 13개 업체입주, 400명 고용, 협력업체 입주지원, 사입 및 일감확보 등 안정적 기업운영 지원

□ **(유통거래)** 제조기업과 대규모 유통점과의 **공정한 유통·거래 질서 확립** 및 패션제품의 지식재산권 보호

○ 대규모 유통점과의 **표준거래계약서 제정·보급, 불공정 거래행위**(판매수수료 인상 등)**에 대한 조사 강화** 지원 (공정위)

* 백화점 등 대규모 소매점 입점시 특정매입 표준거래계약서 사용 권장, 대규모 소매점(백화점) 불공정 거래행위 조사 강화(공정위)

○ 위조품 확인(스마트폰 활용) 등 **패션 순정품의 유통**과 상표권 침해 단속 등 **지식재산권 권익 보호** 지원 (지식재산권보호센터)

# Ⅴ. 기대 효과

## 1 경쟁력 제고

| 구 분 | 기술경쟁력(%) | | | 지식경쟁력(%) | | | 부가가치율(%) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | '10 | '15 | '20 | '10 | '15 | '20 | '10 | '15 | '20 |
| 숙련집약형 패션산업 | 80 | 85 | 90 | 60 | 70 | 80 | 40 | 43 | 45 |

* 자료 : 산업연구원('10), 기술수준과 지식경쟁력은 선진국대비 %

○ **기술경쟁력** : 고기능성 섬유·의류신발, 신소재 안경, 귀금속 개발 등으로 **'20년에 선진국의 90% 수준으로 향상** 기대

○ **지식경쟁력** : 디자인역량 강화, 글로벌 브랜드 육성 및 해외시장 진출 등으로 **'20년에 선진국의 80% 수준으로 제고** 기대

○ **부가가치율** : 첨단 신소재 개발, IT 융합, 패션디자인력 강화, 제품의 고부가가치화 등으로 **'20년에 45%에 수준·접근 전망**

## 2 성장 산업으로 변모

| 구 분 | 생 산(조원) | | | 수 출(10억불) | | | 고 용(천명) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | '10 | '20 | 증가율 | '10 | '20 | 증가율 | '10 | '20 | 증가율 |
| 숙련집약형 패션산업 | 41 | 64 | 4.5 | 14 | 21 | 4.1 | 711 | 743 | 0.04 |

* 자료 : 산업연구원('10), 증가율은 '10~'20년 기간의 연평균 증가율

○ **생 산** : 생산기반 확충, 고부가가치 제품 생산 확대, 수출증가 등에 힘입어 '10년 41조원에서 **'20년에 64조원으로 증가 전망**

○ **수 출** : 고부가가치 제품 생산과 글로벌 브랜드의 해외시장 진출을 통한 글로벌 시장 개척, FTA를 활용한 차별화된 마케팅 전개 등으로 **'20년에 210억불로 증가 전망**

○ **고 용** : 생산증가, 고용환경 개선과 미래비전 제시를 통한 인력 유인으로 **'20년까지 32천명의 신규 고용창출 기대**

# Ⅵ. 세부 추진 일정

| 정책과제명 | 추진일정(년) | 담당부처 |
|---|---|---|
| **1. ASIA TOP 10 패션브랜드 육성** | | |
| **1-1. 아시아 TOP 브랜드 10개 육성** | '10～'20 | 지경부 |
| **1-2. 유망 브랜드의 글로벌 성장 강화** | | 지경부, 문화부, 중기청, 서울시 |
| - 글로벌 패션브랜드 육성사업단 운영 | 계속 | 지경부 |
| - 패션전시회, 컬렉션 및 패션문화행사 지원 | 계속 | 문화부, 중기청, 지자체(서울시 등), 지경부 |
| - 시장조사센터 및 현지 공동디자인 지원 | '12～15 | 지경부 |
| - KOTRA 지원프로그램 활용 | 계속 | 지경부(KOTRA 등) |
| - 아시아 진출, 현지마케팅 및 성장 대형화 | '11～15 | 지경부 |
| **1-3. 신진 브랜드의 내수시장 기반 확보** | | |
| - 신진브랜드 국내 비즈니스기반 제공 | '11～15 | 지경부, 문화부, 서울시 |
| - 중소브랜드의 내수기반 확보 | '11～15 | 지경부 |
| **2. 고급패션 생산기반 재건** | | |
| **2-1. 지역특화된 고급 생산기반 구축** | | |
| - 패션지식기반집적지구 지정 추진 | '11～계속 | 서울시, 대구시, 지경부 |
| - 경기북부 패션전용공단 조성 | '12～18 | 경기도, 지경부 |
| - 지역별 토탈패션집적센터 지원 | '11～16 | 지자체, 지경부 |
| **2-2. 업종별로 특성화된 패션지원시설 확충** | | |
| - 대구안경, 부산신발, 익산 귀금속 패션지원시설 확충 | '11～15 | 대구시, 부산시, 전북도, 지경부 |
| - 공동물류센터(대구안경, 경기원사) | '11'～15 | 대구시, 경기도, 지경부 |
| **3. 숙련인력의 안정적 공급** | | |
| **3-1. 우수한 개발인력의 공급체계 구축** | '11～계속 | 지경부, 노동부, 중기청 등 |
| **3-2. 생산인력의 숙련도 향상** | '11～계속 | 지경부, 노동부, 법무부, 통일부 |
| **3-3. 유통인력의 전문성 제고** | '11～계속 | 지경부, 노동부 |
| **4. 제조, 서비스 기술경쟁력 강화** | | |
| **4-1. 10대 핵심품목 기술 개발** | '11～계속 | 지경부 |
| **4-2. 스트림간 상생협력 지원 강화** | '11～계속 | 지경부, 공정위 |