제10장 생활용품산업

섬유패션산업과 사무관 최만현

제 1 절 완 구 산 업

1. 현 황

가. 특 성

완구산업은 오락성을 중심으로 한 다양한 착상에 의해 창조성이 발휘되는 아이디어 산업으로 최근 영화·만화 및 케릭터 산업과의 연관성이 점차 확대되고 있으며, 소재·형태·유희방법에 따라 상품의 종류가 다양할 뿐만 아니라 수요의 소득탄력성이 크고 제품의 수명이 짧은 산업이다. 또한, 소재·부품 등 관련산업에 대한 의존도가 높고 소자본·소규모 시설로도 생산이 가능한 노동집약적 산업이다.

해외시장에서 우리 나라 완구제품의 경우 품질·디자인·신뢰도·성능 등 비가격경쟁력에서는 중국, 태국 등 경쟁국보다 우위를 나타내고 있지만 가격경쟁력의 경우 임금수준이 낮은 후발개발국과 대비하여 동일제품의 경우 10～15%정도 열위에 있다.

나. 국내동향

봉제완구를 중심으로 주요 경공업 수출산업으로 성장하여 온 우리 나라 완구산업은 1988년이후 고임금 등으로 생산여건이 악화되고 중국 등 저임금 국가로 생산기지가 이전됨에 따라 1987년도에 60%이던 봉제완구의 국내생산비중이 2003년에는 불과 0.1% 수준으로 크게 축소되는 등 생산기반이 급속히 악화되었다.

이에, 국내 완구제조업체는 노동집약적 산업구조에서 전세계적으로 수요가 늘고 있는 금속플라스틱제 완구, 작동완구, 전자완구 등 기술집약적 산업구조로의 전환을 추진한 결과 동 품목 생산업체가 국내 완구제조업체의 약 60%를 차지하게 되었으나, 아직까지 홍콩, 싱가폴, 미국 등 경쟁국 대비 기술 및 디자인면에서 경쟁력이 떨어지고 부품의 규격화, 표준화가 저조한 실정이다.

〈표 Ⅴ-10-1〉 완구제조업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2,696	633,199	242,300
완구제조업(B)	299	5	446	204
B/A (%)	0.27	0.18	0.07	0.08

* 자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서(2003)

우리 나라의 완구류 수출은 1987년 1,077백만불을 정점으로 1990년대 들어 연평균 11.6%의 급속한 감소추세를 나타내고 있으며, 지난 1985년 미국으로의 수출비중이 75.1%에 달했던 지역편중현상이 2003년에는 미국 26.3%, 일본 19.8%, EU 9.2%와 함께 부품류를 중심으로 중국으로의 수출이 증가, 동지역으로의 수출이 완구류 총수출의 26.1%를 차지하는 등 수출 시장의 다변화가 이루어지고 있다.

반면 수입은 우리기업의 해외투자확대와 함께 중국을 중심으로 APEC 국가로부터 중·저가품을 중심으로 급증하였으나 IMF의 영향으로 1998년 대폭 축소되었다가 1999년부터는 예년 수준의 증가세를 보이고 있다.

〈표 Ⅴ-10-2〉 수출·입 실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	610	188	206	180	159	156	△10.7
수 입	43	120	180	161	201	199	13.6

* 자료 : 한국무역통계(MTI 코드 기준)

다. 해외동향

세계 주요 생산국으로는 약 6,000개의 완구 제조업체가 밀집되어 있는 중국을 비롯하여 대만, 홍콩, 일본, 미국, 프랑스 등이 있으며, 우리 나라의 실질적 경쟁국이라 할 수 있는 대만, 홍콩의 경우 특정부품을 전문적으로 생산하는 부품 중소기업이 많고 계열화가 잘되고 있으며 인접한 중국으로의 OEM 생산 등을 통해 우리 나라보다 경쟁력이 앞서고 있는 실정이다.

세계 제1의 완구시장인 미국의 경우 2000년 기준 내수가 230억불에 이르고 있으며, 그 다음으로 EU와 일본이 각각 125억불과 72억불의 시장규모를 갖고 있다.

2. 주요시책

봉제완구 등 노동집약적 품목은 인력난 등 국내 생산환경 악화로 이미 중국, 동남아 등 후발개발국으로 생산기반이 이전되고 있는 실정으로 정부는 플라스틱제 완구, 작동완구 등 고부가가치 제품생산체제로의 전환을 위하여 완구용 IC칩, 유모차 설계기술 등에 산업기반기술개발자금을 지원하였으며, 노후설비 개체, 시설 자동화를 위하여 산업기반기금에서 설비 및 운전 자금을 장기로 융자하여 주고 있다.

향후에도 정부는 완구산업의 국제경쟁력을 제고하기 위하여 ST(Safety Toy:안전완구표시) 제도의 조기정착과 대상품목을 확대하고, 산업기반기금, 산업기반기술개발자금 등 정책자금을 지속적으로 지원하여 핵심 소재·

부품개발 및 부품의 전문화, 표준화를 추진 비봉제완구의 품질고급화와 원가절감을 달성함은 물론 해외박람회 참가확대 등을 통한 마켓팅지원으로 수출시장개척을 최대한 지원할 계획이다.

3. 전 망

봉제완구의 경우 해외로 생산기지를 이전하여 투자 진출국에서의 우회수출을 확대하고 있으며, 승용물, 플라스틱완구 등 비봉제완구제품의 디자인 및 소재개발을 통한 제품의 고급화와 IC칩, 컴퓨터와 접목할 수 있는 하이테크 완구개발이 추진되고 있다. 또한, 남북경협을 통한 대북투자 진출이 조기에 이루어질 경우 북한지역의 풍부한 노동력을 활용함으로써 완구산업의 재도약에 큰 힘이 될 것으로 전망된다.

제 2 절 가 구 산 업

1. 현 황

가구산업은 전통적인 노동집약산업이며 실용성과 예술성을 갖춘 생활용품산업으로 생활환경, 연령, 소득 등에 따라 다양한 소비자의 욕구를 충족해야 하는 제품의 특성상 전형적인 다품종 소량생산체제를 유지해 왔다. 또한 소득증대와 함께 생활공간, 사무공간의 질적 수준 향상욕구가 강화됨에 따라 시장수요가 점차 고급화되고 있어 생산기술 및 디자인 개발여부 등에 따라 고부가가치 창출이 가능한 산업이다.

특히 우리 나라의 가구산업은 1970년대 중반 이후 아파트 공급의 확대 등 건설업의 호황을 계기로 목재 및 건설과 관련된 대기업이 가구산업으로 대거 진출함에 따라 산업의 기반이 조성되었으며, 1980년대에는 정부와 업계가 수출산업화 노력을 가속화하여 1989년에 1억9천만불의 수출실적을 달성하는 등 연 평균 20%이상의 높은 수출 증가율을 보인 바 있다.

그러나, 1990년대 들어 신도시 건설 등에 따른 내수시장 치중과 주요 수출시장인 미국과 일본의 수요감소, 국내 인건비 상승에 따른 국제경쟁력 약화로 수출이 크게 감소하였다. 이러한 와중에서도 1995년부터는 중동, 러시아 등 신시장의 개척과 사무용 가구, 부엌가구 등의 수출호조로 수출이 다시 증가세를 보이고 있으며, 최근 환율안정 및 성공적인 구조조정 등을 바탕으로 해외시장 개척활동을 적극 전개하고 있다.

한편 가구의 수입은 국민소득증대에 따라 이태리 등의 고급가구와 동남아 목재자원 보유국 제품이 큰 폭의 증가세를 나타내어 1996년 최고 309백만불까지 급증하였으나, IMF한파로 1998년도에는 수입이 급격히 감소되고 내수시장도 크게 위축되었다. 그러나 2000년 이후, 벤처기업의 급증으로 신흥고소득층이 형성되면서 수입과 수출이 증가세를 보이고 있다.

〈표 Ⅴ-10-3〉 가구제조업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2,696	633,199	242,300
가구제조업(B)	3,259	45	5,519	2,104
B/A (%)	3.0	1.7	0.87	0.87

* 자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서(2003)

〈표 Ⅴ-10-4〉 수출·입 실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	139	174	180	158	163	194	2.8
수 입	55	209	209	221	349	449	19.1

* 자료 : 한국무역통계(MTI 코드 기준)

2. 주요시책

정부는 가구산업의 진흥을 위하여 가구업체의 경쟁력 강화, 해외시장 개척활동 등을 적극 지원하고 있다.

가구류 수출산업화방안의 일환으로 1981년부터 시작된 국내가구전시회는 국제전시회로 그 규모와 범위를 확대하여 1984년부터 격년제로 11회에 걸쳐 개최하였다. 특히 2002년에 개최된 "제11회 서울국제가구 및 목공기계전시회"는 세계 16개국에서 193개의 업체가 출품하고 수출상담액 및 계약금액도 843만불에 달하는 등 국제 전시회로 점차 정착해 나가고 있다.

그밖에도 중소생산업체의 경쟁력을 높이기 위하여 노후시설 개체, 시설자동화 등을 위한 생산성 향상자금 및 고부가가치화자금의 저리융자 등 가구류 생산기반 구축을 위한 지원을 강화하고 있다.

3. 전 망

국내 가구산업은 IMF이후 내수시장위축으로 많은 어려움을 겪어왔으나, 2001년 하반기 이후 부동산 경기의 활성화에 따라 다소 회복기미를 보이고 있다. 가구산업의 활성화 및 재도약, 수출경쟁력의 강화를 위해 가구전문단지의 조성 및 확대, 전문기능인력의 지속적인 양성, 품질, 디자인 개선을 통한 고급품개발, 특별소비세 등 관련 세제의 정비 등을 추진하여 국내는 물론 해외시장의 판로개척에 적극 대처해야 할 것으로 보인다.

제 3 절 운동용구산업

1. 현 황

가. 특 성

운동용구산업은 국민건강과 복지향상, 문화국가의 척도로서 전반적인 국민의식 및 소득수준과 밀접한 관련이 있고 생산품목이 다양한 산업으로 1970년대 이후 급속한 경제성장과 더불어 스포츠인구 증대 등 국내수요 급증에 따라 유망산업으로 부각됨과 동시에 수출산업으로의 성장기반을 구축하였다. 특히 '86아시아경기대회 및 '88서울올림픽대회 개최를 계기로 해외에 진출할 수 있는 호기를 맞기도 하였으나, '90년대 들어 급격한 인건비 상승으로 가격경쟁력이 하락하여 체육기자재를 제외한 공류, 글러브류 등의 제조업은 대부분 해외로 진출함으로써 국내생산기반이 매우 취약해져 있다.

운동용구 산업의 특성으로는 소득수준에 따라 수요가 변동하는 높은 소득탄력성, 짧은 제품의 라이프사이클, 유행 민감성, 제조공정의 자동화 곤란, 다단계적인 중소기업형 노동집약적 산업으로 인한 낮은 부가가치, 높은 고용창출 효과, 소재개발 등 전후방산업 발전에 의존비율이 높은 산업 등이라 할 수 있다. 품목별 경쟁력에 있어서는 런닝머신, 낚시대 등 일부 품목을 제외하고는 품질, 디자인, 기능성 등 비가격경쟁력에서 선진국에 뒤지고 있으며, 가격면에서는 중국 등 후발개발국과의 경쟁에서 뒤지고 있는 실정이다.

나. 국내동향

운동용구 제조업체는 2002년 기준 총 392개사이고 생산액은 약 5,830억원규모이나 20인이하 업체가 전체의 약 70%이상을 차지하고 있어 대부분 영세규모로 운영되고 있다. 2003년도 기준 수출은 전년대비 5.3%

감소한 273백만불, 수입은 전년대비 22.9% 증가한 556백만불을 기록하였다.

〈표 Ⅴ-10-5〉 운동용구제조업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2.696	633,199	242,300
운동용구제조업(B)	392	7	583	261
B/A (%)	0.35	0.25	0.09	0.1

* 자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서(2003)

〈표 Ⅴ-10-6〉 수출·입 실적

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	593	585	374	321	288	273	△6.3
수 입	163	426	330	360	453	556	10.8

* 자료 : 한국무역통계(MTI 코드 기준)

2. 주요시책

국민체육진흥법 제16조에 의거 우수체육용구생산업체를 지정하여 자금지원과 기술지도를 실시하고 있으며, 국내운동용구의 발전을 위하여 참가비 지원 등을 통해 각종 전시회 및 해외박람회 참여를 유도하고 있다.

또한 품질향상과 고부가가치 제품의 생산을 장려하기 위하여 노후시설 교체 및 시설의 자동화지원자금을 계속 지원할 계획이다.

3. 전 망

품목별로는 국제적인 공인기구에서 품질인정기준을 획득하는 업체가 점차 증가하는 추세이며, 첨단장비와 소재를 스포츠산업에 접목시켜 고기능, 고품질의 신제품을 개발한 결과 런닝머신 등은 세계적인 수준에 이르고 있다. 고부가가치인 골프, 스키 등의 레저스포츠용품은 세계인구의 수요증가 등에 영향을 받아 집중적인 투자를 하여 성장가능성이 높으며, 남북경협을 통한 대북투자시 노동집약적인 품목은 활성화할 것으로 기대된다.

제 4 절 악 기 산 업

1. 현 황

우리 나라 악기산업은 목재를 주재료로 사용하고 있는 피아노제조업, 기타아, 바이올린 등 현악기제조업과 전자악기제조업이 주력으로, 피아노와 기타아(Guitars) 부분에 특화되어 있으며, 관악기, 전자악기, 타악기 부문은 취약하여 수입에 의존하고 있다. 우리 나라 악기산업이 전제조업에서 차지하는 비중은 1%미만으로 미미하나, 기타아(전기기타아 포함)는 세계 제1위 생산·수출국으로 2002년에 934천대를 수출하였고 어코스틱피아노는 일본, 독일, 중국에 이어 세계 제4위의 생산·수출국으로 2002년에 14천대를 수출하였다.

수출은 1986년에 1억불을, '88년에 2억불, '94년에 3억불을 돌파하는 등 급신장을 가져왔으나 '90년대 후반부터 주요 악기 수출국의 대중국 투자로 중국이 세계 악기 제조업의 중심지로 급부상하여 저가품의 세계시장을 급속히 잠식함에 따라 일본, 미국, 중국, 독일에 이은 세계 제5위 수출국이 되었으며 '03년에는 226백만불을 수출하였다.

악기는 문화생활용품으로 소득수준에 따라 수요가 크게 변동하는 품목으로 최근 세계 악기수요는 종전의 전통악기에서 라이프싸이클이 짧고 유행에 민감한 전자악기로의 전환추세에 있다. 세계 전자악기시장에서 70%

이상을 차지하고 있는 일본과 경쟁하기 위해서는 우리 나라도 기술집약적이고 고부가가치 상품인 디지탈 피아노, 신디사이저, 키보오드 등 전자악기에 집중적인 개발과 품질향상에 집중 투자 하여 첨단의 기술력을 인정받아야 할 것이다.

〈표 Ⅴ-10-7〉 악기제조업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2,696	633,199	242,300
악기제조업(B)	155	7	581	312
B/A (%)	0.14	0.25	0.09	0.13

* 자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서(2003)

〈표 Ⅴ-10-8〉 수출입 실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	255	364	290	227	228	226	△1.0
수 입	61	102	83	83	104	105	4.6

* 자료 : 한국무역통계(MTI 코드 기준)

2. 주요시책

정부는 1984년부터 세계 최대 악기박람회인 독일 프랑크푸르트국제악기 박람회 참여를 지원하고 '99년부터 미국악기 박람회의 한국관을 구성 많은 중소기업 생산업체가 참여할 수 있도록 참가비용을 지원하는 등 침체된 악기수출을 활성화시켜 왔으며, 세계일류상품으로 2001년에는 피아노와 기타아, 2002년에는 신디싸이저를 선정, 해외 마케팅 활동에 주력해 왔다.

3. 전　망

악기는 산업사회에서 결핍되기 쉬운 국민정서 순화를 위한 문화생활용품이나 최근의 경기침체와 PC보급확대 등으로 국내 피아노 시장은 급격히 감소하는 추세이며, 수출에 있어서도 주요 수입국인 미국, 일본의 경기회복 지연으로 재고가 누적되는 등 악기수요 감소와 중국, 인도네시아, 멕시코, 동구권 등 후발 개도국과의 치열한 경쟁으로 우리 나라 악기산업은 국내외적인 어려움에 직면하고 있다.

이러한 어려움을 극복하고 수출을 활성화하기 위해서는 품질, 디자인개발을 통한 고급품개발과 세계 악기시장에서 전자악기에 대한 수요가 증가하는 추세임을 감안하여 전자악기 생산에 필요한 첨단 음원IC 개발 등 지속적인 기술개발 투자가 이루어져야 할 것으로 보인다.

제 5 절　귀금속·보석산업

1. 현　황

귀금속·보석은 미려성, 희소성, 내구성, 불변성, 가치저장성을 동시에 보유하고 있으며, 종류, 색상, 크기에 따라 품질이 다양하고 소비자의 취향에 따라 패션지향적인 규격화가 곤란한 품목으로 디자인 및 생산기술 개발여부에 따라 고부가가치 창출이 가능한 무공해형 제품이다.

우리 나라의 귀금속·보석산업은 불과 20여년으로 타국에 비하여 그 역사가 일천하지만 급신장세를 보여왔다. 이는 동 산업을 수출특화산업으로 육성하기 위하여 1975년 및 1987년 두차례에 걸쳐 이리공업단지내에 귀금속·보석 제 1, 2단지를 조성한 것이 그 주요 계기로 볼 수 있다.

우리 나라 귀금속 보석에 대한 원자재(원석) 생산현황은 자수정과 옥 등 극히 일부분만 생산되고 그 이외의 보석과 원석은 전량 수입에 의존하고 있으며 그 수요 역시 매년 증가추세이나, 우리 나라는 대부분의 원재료를 외국으로부터 수입하여 완제품으로 가공함으로써 부가가치를 높여 재수출 또는 내수로 판매하고 있다.

그러나 음성거래로 인한 시장왜곡, 다품종 소량생산으로 인한 과도한 물류비용 등으로 내수시장 기반이 취약하며, 여타 노동 집약적 산업과 마찬가지로 국내 인건비 상승 및 기능인력 부족으로 경쟁력이 크게 약화되어 1990년대 들어 수출이 연평균 0.2%의 증가에 불과하였으나, IMF사태 이후 무너진 내수시장에서 벗어나 해외사장에 진력함으로써 오히려 전화위복이 되어 수출산업으로서 굳건히 자리매김해 나가고 있으며, 수출대상국가의 다변화를 꾀해 나가고 있다.

가. 제조업체

제조업체는 세공제품(Hand Made)제조업과 주물제품(Casting)제조업으로 분류된다. 세공제품, 즉 핸드 메이드 제조업은 소매상으로부터 귀금속 재료와 디자인을 받아서 수공으로 가공하여 줌으로서 일반 가공비만 받고 있는 형태를 말하며 2명이상 10명이내의 종사자가 대부분이다. 주물제품 제조업은 제조시설을 갖추고 원자재(금, 은)을 자체 구입하거나 또는 주문자로부터 제공받아 제품을 생산하는 5명이상 200명내외의 종사자를 보유하고 있다. 유통구조의 특성상 서울에 세공업 및 주물업이 약 60%로 편중되어 있다.

나. 판매업체

판매업체는 귀금속·보석·신변 장신구류와 칠보 장식등 시계를 포함한 판매형태를 취하고 있으며 종사자는 2인이상 5인이내가 대부분이며, 제품 유통구조의 특성상 서울에 도매상 75.2%(2,000업체), 소매상 20.5%(7650업체)가 편중되어 있다. 전국적으로는 도매상이 2,660업체 소매상이 37천개 업체이며 전체 판매업체의 종사인원은 약 75,000명으로 파악된다.

〈표 Ⅴ-10-9〉 귀금속·보석산업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2,696	633,199	242,300
귀금속·보석제조업(B)	357	5	564	167
B/A (%)	0.32	0.19	0.09	0.07

자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서(2003)

〈표 Ⅴ-10-10〉 수출·입 실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	69	72	349	391	317	823	18.9
수 입	71	126	137	135	167	159	6.6

2. 주요시책

귀금속·보석산업의 육성을 위하여 정부는 영세 중소기업이 대부분인 귀금속보석업계의 자금력 부족에 따른 원석확보 어려움을 해소하고자 1979년부터 1981년까지 3차에 걸쳐 중소기업진흥기금에서 23억원을 원석비축자금으로 지원한 바 있다.

또한, 최근의 수입시장 개방추세에 내수시장을 보호하고 수출시장 확대를 위한 기반을 마련하고자 산업기술기반조성자금을 지원, 1996년부터 서울산업대학교에 “귀금속공예 전문가 과정”을 개설하여 연간 50여명의 전문 기술인력을 양성한 바 있으며, 산업의 고부가가치화를 위해서는 산업디자인진흥원을 통해 기업들의 디자인개발을 지원하고 있다.

특히, 보석 및 귀금속제품의 경우 높은 소비세율을 피하기 위한 밀수와 무자료거래가 성행하고 있는 현실을 감안하여 2001년에 특별소비세 부과대상을 100만원 이상에서 200만원 이상으로 인상하고, 세율은 30%에서 20%로 대폭 인하하였다.

‘03년에는 유통구조개선, 원부자재의 효율적 수급, 기업간 협업체계 구축 등을 통한 생산성 증대를 위하여 귀금속가공업협동조합연합회 주관으로 B2B사업(’03～‘04, ’03 정부지원 4.9억원)을 추진중에 있다.

3. 전 망

가. 국내시장

국내시장은 전통적으로 혼례예물 등을 통한 재산적 가치로서의 구매 경향이 강했으나, 최근들어 유행에 따르는 패션 지향적인 소비형태가 많이

이루어지고 있으며, 판매방식도 road shop외 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑몰이 활성화 되고 있다.

나. 수입시장

해외 명품에 대한 선호 및 국내 제품에 대한 신뢰저하로 해외브랜드제품의 수입은 꾸준히 증가하고 있으며, 국내 소비계층의 양극화로 고급품의 수입은 계속 증가할 것으로 보인다.

다. 수출시장

디자인 개발 및 해외 보석 쇼 참가확대, 2003년 7회(1월 동경국제보석전시회, 2월 미국 올랜도 보석 쇼, 3월 홍콩 보석 쇼, 5월 중동 듀바이 보석 쇼, 6월 미국 라스베거스 보석 쇼, 8월 미국 뉴욕 보석쇼, 9월 홍콩 보석쇼)와 신제품 개발로 지속적으로 성장해 나갈 것으로 전망된다.

제 6 절 문 구 산 업

1. 현 황

문구산업은 소량 다품종의 제품 특성상 금속·합성수지·제지·목재·철강 등 여러 분야의 산업과 연관되어 있으며, 유행에 민감하고 제품의 수명이 짧아 디자인이 중요시되고 있다. 특히, 최근 캐릭터 제품에 대한 소비자들의 선호와 다양한 제품의 개발로 캐릭터 제품의 시장점유율이 점차 확대되고 있다.

산업환경의 변화에 따른 컴퓨터의 보급 확대로 컴퓨터 악세사리 및 전자 문구로의 영역이 변화되고 있으며, 전자상거래의 확대에 따른 유통구조의 변화로 커다란 변혁기를 맞이하고 있다.

또한 세계화의 급속한 진전으로 국내외 시장에서의 경쟁이 더욱 치열해지고 있으며, 경쟁력 확보를 위하여 신제품개발을 통한 해외시장 개척에

주력하고 있다. 저가 제품의 경우 중국과의 가격경쟁에 밀려 세계시장에서 경쟁을 할 수 없을 뿐만 아니라, 국내에서 공급되는 제품의 경우도 반제품 등의 형태로 수입되는 등 국내제조업체는 어려움을 겪고 있다.

〈표 Ⅴ-10-11〉 문구제조업 현황

구 분	업 체 수 (개)	종업원수 (천명)	생 산 액 (10억원)	부가가치 (10억원)
전 제조업 (A)	110,356	2,696	633,199	242,300
문구제조업(B)	482	10	1,605	535
B/A (%)	0.44	0.37	0.25	0.22

* 자료 : '02 광업·제조업통계조사보고서 (2003)

〈표 Ⅴ-10-12〉 수출·입 실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1991	1995	2000	2001	2002	2003	연평균 증감률
수 출	211	325	400	395	363	348	4.3
수 입	58	118	104	98	120	124	6.5

* 자료 : 한국무역통계(MTI 코드 기준)

2. 주요시책

정부는 한국문구의 국제경쟁력 확보를 위하여 디자인개발 및 품질 고급화를 통한 신제품개발과 해외전시회 참가 등을 통한 적극적인 해외시장 개척을 모색하고 있다.

문구산업의 세계화 촉진을 위해 서울문구전시회 개최 및 해외 문구전시회 참관 사업을 추진하고 있으며, 신기술·신제품 개발 및 품질향상 촉진을 위한 신제품 경진대회를 매년 개최하고 있고, 품질경영운동의 확산·정착 유도를 위하여 관련 교육 및 정보를 제공하고 있다. 또한, 국제경쟁력 강화를 위하여 최고 경영자 세미나 및 주제별 연구 세미나를 정기적으로 개최하고 있고, 문구제품의 품질향상 및 경영 환경 변화에 대응하기 위한 조사 연구 사업을 실시하고 있다.

그리고, 문구업체의 경영안정을 위하여 공동구매 및 판매사업의 활성화를 추진하고 있고, 문구업계의 협업 공동화를 위하여 매년 5월중에 '문구의 날' 기념행사를 개최하고 있으며 문구박물관의 개설을 추진하고 있다.

3. 전 망

국내 문구산업은 1980년대 저임금을 바탕으로 앨범 등 저가품 수출단계를 거쳐 디자인, 품질 등을 중요시하는 중·고가품 수출단계로 접어들어 앞으로 지속적인 성장이 전망된다. 특히, 디지털 환경하의 상품구조 변화에 따른 제품개발 및 전자상거래 기반구축 등 대외경쟁력 강화에 적극적으로 대비하고 있다.

향후에도 정부와 업계에서는 자기상표 개발확대 및 해외홍보 강화, 제품의 고급화 추진, 해외 유명 전시회 참가 확대 등을 적극적으로 추진해 나갈 것이다.

제7절 피 혁 산 업

1. 피혁산업 현황

가. 산업의 특성

원피가공업은 종업원수 50인 이하의 중소영세업체가 전체의 80% 이상을 점유하는 전형적인 중소기업형 업종이며 원피를 가죽으로 변화시키기 위한 고가의 설비와 기술을 필요로 하는 산업이다.

피혁원단은 의류·신발·가방 및 핸드백·지갑·벨트 등의 생활용품은 물론 자동차시트에 이르기까지 매우 다양한 고급소재로 활용되고 있으며, 제품별·용도별 소비자 성향별로 각각 특성이 다른 수천종의 피혁원단이 중소·영세기업을 중심으로 다품종 소량주문 방식으로 생산되고 있는 것이 세계적인 추세이다.

특히 피혁가공업은 신발·의류·혁제품의 품질을 결정하는 핵심 소재산업인 동시에 원피가공 생산제품의 대부분을 수출하고 있는 수출주도 산업이다. 그러나, 원자재(원피)의 98% 이상을 수입에 의존하고 있으며, 폐수·악취·유해가스 등을 배출하는 전형적인 공해산업이며 3D업종의 하나라는 지적을 받고 있는 등 많은 어려움이 있다.

〈표 Ⅴ-10-13〉 국내 원피가공업체 추이('02)

구 분	1995	1999	2000	2001	2002
업체수(개)	326	317	328	303	275
종업원수(천명)	13.0	10.5	10.3	9.3	8.6
생산액(억원)	19,210	19,180	19,180	22,358	20,562
수 출(백만불)	1,546	1,177	1,363	1,249	1,123

자료 : '02광업·제조업통계조사보고서(2003)

나. 국내동향

우리 나라의 피혁산업은 우피원단 생산이 주류를 이루고 있으며 기술면에서는 선진국과 대등하며 패션에서는 세계에서 이태리 다음으로 인정받고 있는 산업이라 할 수 있다.

또한 우리 나라는 구제역등 가축전염병 예방을 위해 원피 수입국을 선진국 20여개국으로 한정하고 있음에 따라 미국등지의 고가원피 수입의존도가 90% 수준으로 높은 실정이어서 생산원가 절감을 통한 경쟁력을 높이기 위해서는 원자재의 수입선 다변화가 절실히 필요한 실정이다.

한편, 국내 원피가공업은 시설의 노후화, 자동화시설의 미흡 및 공해업종으로 인한 인력난 등 생산기반의 취약에도 불구하고, 우리 나라는 세계 주요 피혁수출국으로 부상하여 매년 25%이상의 고성장을 보여 왔다. 그러나, 피혁산업이 환경오염을 유발한다는 인식의 확대와 피혁제품의 경우 인건비가 차지하는 비중이 높아 생산시설이 중국 등으로의 해외이전이 가속화됨에 따라 매년 12~13%의 수출 감소세를 보이고 있으며, 특히 2003년말 미국지역의 광우병 발생으로 원피수입가격의 급등으로 원자재 확보에 어려움을 겪고 있다.

〈표 V-10-14〉 연도별 수출입 실적

(단위:백만불)

구 분		'95	'98	'99	'00	'01	'02
원 피	수 입	981	544	536	677	706	803
원 단	수 출	1,548	1,189	1,183	1,362	1,249	1,039
	수 입	908	335	431	490	545	317

자료 : 한국무역협회

다. 해외동향

피혁선진국인 이태리 등이 분업화에 의한 다품종 소량 생산체제로 다양한 고부가가치제품을 생산, 세계 피혁산업을 주도하고 있다. 특히 이태리는 '80년대 초반부터 다품종 소량생산을 위한 제품별 전문생산시스템을 갖추고, 이를 토대로 브랜드화를 추진하는등 피혁특성에 맞는 구조조정을 성공적으로 추진함으로서 가격경쟁력을 높이고 있다. 또한, 국제적인 패션전시회 개최를 통해 세계유명 디자이너와 바이어에게 매년 수천 종의 새로운 제품을 소개함으로써, 패션소재의 진원지로서 가치를 드높이고 수출증대에도 크게 기여하는 요인이 되고 있다.

한편, 중국 등 후발개도국들은 풍부한 원자재와 인력, 정부의 피혁 및 봉제산업 육성정책에 따라 급속한 신장세를 나타내고 있고 한국인 기술자들이 중국에 들어가 제품을 생산함에 따라 기술면에서도 우리 나라와 비슷한 수준에 도달하고 있다.

2. 주요시책

우리 나라 피혁산업은 생산량의 90%이상를 수출하는 수출위주의 산업으로 기업규모면에서는 국내 275개 피혁원단제조 업체가 8.6천명을 고용하고 있으며, 업체의 98%인 271개업체가 종업원 200인이하인 중소기업형 산업이다. 자체 기술개발 여력이 부족하여 피혁가공 전문기술 수준은 선진국에 비하여 열위에 있으며, 중견기업의 경우도 소품종 대량 생산체제로 소재의 다양화가 선진국에 비해 뒤떨어지고 있는 실정이다.

또한 피혁산업은 일반적으로 국민들에게 공해산업으로 인식되어 인력난에 시달리고 있으며, 전체시설의 65%를 차지하는 노후시설의 개체가 부진하고 공정 자동화율도 40% 수준으로 전반적인 생산기반이 취약한 것으로 분석된다.

이에 따라, 정부는 피혁전문단지를 경기 반월, 부산 장림에 이어 동두천에 피혁단지를 조성하여 공해방지를 위한 폐수공동처리시설을 확보 공동이용토록 적극 지원하였으며, 현장애로기술을 신속히 해결하기 위하여 동두천 및 부산장림 등 피혁전문단지내에 한국신발·피혁연구소 분소를 설립·운영중에 있다.

세계 일류수준의 피혁원단 생산기반을 조성하기 위하여 정부는 안정적 원료확보를 통한 수출경쟁력 강화, 피혁가공 기술의 선진화, 생산설비의 자동화, 피혁산업의 환경친화적 산업화를 기본방향으로 장·단기대책을 추진할 계획이다.

단기대책으로는 피혁원료의 안정적 확보를 위하여 원피수입국을 향후 중국과 중남미지역으로 확대, 다변화하고, 현재 원피 기본관세(2%)에 대하여 무세율을 추진함으로써, 업계의 부담을 경감하는 한편 피혁원단 전시관 건립, 국내 및 해외 유명전시회 참가확대 등 수출마케팅 활동에 대한 지원을 강화해 나갈 계획이다.

또한 한국신발·피혁연구소를 피혁전문연구기관으로 육성하여 산·학·연 협동 연구개발 체제를 확대해 나가며, 피혁처리용 Coating재료제조기술 및 합성탄닝제 개발 등 고품질 피혁제조 기술개발에 대한 자금을 지원할 것이다. 특히 피혁산업이 공해산업이라는 오명을 씻기 위하여 폐수처리 및 폐슬러지 관련 기술개발을 공통애로 기술개발 과제로 선정 적극 지원해 나갈 계획이다.

중장기대책으로는 우선, 3～5년에 걸친 장기간의 연구결과에 따라 기술개발이 가능하고 선진화 진입을 위한 발판으로 기초 및 응용기술이 요구되는 선진피혁가공기술, 미래지향 피혁소재, 피혁약품성능강화, 환경오염경감기술 등 고급소재 가공기술 및 고성능 약품을 개발하여 국내 피혁제조 기술을 선진국 수준으로 향상시켜 나갈 계획이다. 이를 위하여 한국신발·피혁연구소를 중심으로 산업기반기술개발사업자금을 지원토록 추진하고 피혁전문 단지를 추가 확대하고, 공동폐수처리장 건설확대 및 피혁폐기물 재활용공장을 건설·운영하여 폐기물처리비용 절감과 환경친화적 기반 구축을 적극 지원할 것이다.

3. 전 망

피혁원단 수요는 전세계적으로 완만한 상승국면이 예상되고 주 수출지역인 동남아지역의 경제회복으로 견조한 수출증가세를 계속 유지할 것으로 전망된다.

우리 나라 피혁산업은 신발산업의 호황시에 신발용 가죽원단을 생산하여 공급함으로써 크게 성장하였으나, '90년대들어 진행된 중국과 동남아 지역국가들의 신규진입으로 수출시장 경쟁이 더욱 치열해지고 있다.

앞으로, 국내 신발업계의 쇠퇴와 해외이전으로 인해 해외 수출비중이 더욱 크게 증가할 것으로 전망되고, 내수도 그 동안 수입에 의존하던 자동차용 시트가죽과 송아지가죽 등을 수입 대체하는 등 생산제품을 다양화하고 품질수준을 높여나갈 것으로 보인다.