

의류제조업의 실태와 정책방향



김왕시*

한국의류산업협회 산업진흥팀장

k0w0s0@naver.com

1. 의류제조업 실태조사의 배경 및 중요성

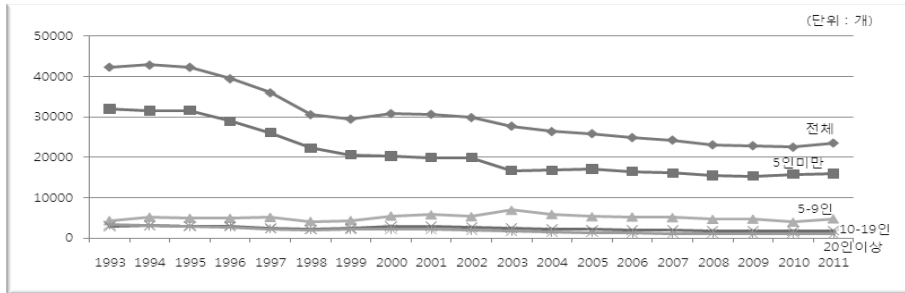
통계청 한국표준산업분류에 의하면 의류제조업이란 각종 직물, 편조원단, 가죽 등을 재단·재봉·가공하여 봉제의복, 편조의복, 모피제품을 제조하는 산업활동으로 양말, 모자, 장갑, 머플러 등 의복 액세서리 제조를 포함하는 개념이다. 흔히 말하는 ‘봉제업’을 지칭한다고 보면 되는데 과거 70~80년대 우리나라 수출산업의 역군이자 효자산업으로 동대문(청계천) 평화시장 등에서 근로자들의 웃음과 울음이 교차했던 산업이었다.

그러나 국가경제의 발전과 국민소득의 증대에 따라 우리나라의 경제개발 정책도 경공업에서 중공업, 서비스업으로 방향을 틀고 자유무역에 따른 저임금국가에서의 의류수입 증대에 따라 국내 의류제조업은 만성적인 일감부족과 영세화에 따른 구조조정이 지난 20여년 동안 진행되어 왔으며 현재까지도 계속되고 있다. 1993년도

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 고려대학교 법학과 학사
- 현)한국의류산업협회 산업진흥팀장
- 2009년부터 현재까지 산업통상자원부(구, 지식경제부) ‘섬유패션활성화 기반마련사업’의 일환으로 ‘의류제조 역량강화사업’을 국고위탁받아 의류봉제업 기반마련 및 활성화를 위한 각종 과제를 진행해 왔으며, 이번에 실리는 내용은 2013년도에 실시한 ‘전국 의류제조 집적지 실태조사’결과보고의 주된 내용을 인용, 정리하고 동대문 중심의 패션비즈니스 모델을 포함한 의류제조업 활성화를 위한 정책방향을 제안한 것임

에 42,000여개였던 의류제조업체수가 97년도에는 36,000여개, 2007년도에 24,000여개로 줄어들었고 종사자수도 1993년도 386,000여명에서 97년도 238,000여명, 2007년도 152,000여명으로 크게 감소하였다.



[그림 1] 의류제조업 규모별 사업체 수 변화추이(93년~2011년)

이렇듯 쇠락해 가는 의류제조업이 일자리 중심의 창조경제를 국정의 제1목표로 삼은 현정부에서 왜 새롭게 조명받고 있고 정계와 정부의 관심이 증폭되었을까? 그것은 이 업종이 우리나라 의류패션산업의 근간이자 중요한 제조기반을 이루고 있으며 도시서민층의 일자리 창출에 큰 기여를 하고 있기 때문이다. 이런 상황에서 제대로 된 국내 의류제조업에 대한 실태조사와 이를 토대로 한 정책개발의 방향을 세우는 일의 중요성이 인식되어 작년에 대대적인 조사가 이루어졌다.

2. 의류제조업 실태조사 결과

의류제조업 실태조사는 산업통상자원부와 서울시, 경기도, 부산시, 대구시 등 4개 지자체가 협력하여 전국 5,380개 업체에 대한 정책설문조사와 1,135명에 대한 종사자설문조사, 그리고 전국 의류제조 집적지 153개동에 대한 실شم(카운팅)조사로 이루어졌다. 여기에서 집적지란 한 개 동에 50개 이상의 의류제조공장이 밀집된 지역을 의미한다.

이번 조사에서 추정된 전국 의류제조업체수는 전국에 21,319개이며 종사자수는 약 152,000명이었다.(여기서 말하는 종사자수는 순수 의류제조공장에 근무하는 상시근로자수를 말하며, 현장에서 흔히 ‘객공’이라 칭하는 비정규직 근로자와 디자이너, 전통한복 제조업 종사자 등은 제외). 이 중 서울에만 13,753개 업체로 무려 64.5%가 밀집되어 있으며 경기도에 소재한 업체수 2,026개까지 포함하면 수도권에 74%가 밀집되어 있어 의류제조업은 대표적인 도시형 제조업임을 알 수 있다.

대표적인 의류제조업 실태결과를 분석해 보면, 대표자 평균연령이 52.6세, 사업자등록률이 56.7%에 불과하여 성장여건이 미흡하고, 사업장 임차비율은 무려 89.7%, 임가공비만을 받는 단순 주문생산방식(OEM생산방식) 비율이 85.5%로 투자동기가 부족한 상황이다.

사업체 당 근로자수는 평균 5.8명인데 대부분 주부인력에 의존하고 있으며, 50대 이상 종사자가 60%를 상회하여 젊은층의 신규인력 유입은 거의 없는 실정이다. 이러한 이유는 봉제 비숙련공의 월평균 급여가 130만원, 숙련공의 경우에도 170~190만원을 넘지 않는 낮은 임금과 상시적인 야간/주말근무 등 근무조건이 열악함, 그 러함에도 기술자 평균 숙련기간은 5.3년이라는 긴 시간을 필요로 하기 때문이다. 숙련기술자 양성에는 긴 시간이 걸리나 급여나 근로조건은 열악하기 때문에 의류 제조 인력수급상의 문제는 우리나라 전체 패션사업의 중장기 인프라구축에 있어 굉장히 위협적인 요소가 될 전망이다.

의류제조업 년평균 매출액은 365백만원으로 우리나라 소공인(소기업 중 상시근로자가 10인 미만인 사업장) 전체 년매출액의 70% 수준에 불과하다. 매출액 중 영업이익률은 13.8%이며, 비용측면에서 보면 노동집약적인 산업답게 인건비 지출이 40~50%에 이른다. 이렇듯 인건비 지출항목이 큼에도 불구하고 오더발주업체로부터 받는 임가공비는 10~20년간 물가상승률에도 못미치는 수준으로 납품단가 인하를 사실상 강요당하고 있으며, 특히 의류제조업체들의 평균 납품처가 2.7개이지만 주 납품처(1대 납품처) 의존률이 76.9%에 이르는 현실에서 적정수준의 임가공비 협상은 그저 제조업체들의 꿈일 뿐인 경우가 많다.

근로자조사의 주요 결과를 보면, 취업은 지인소개 및 스스로의 구직활동을 통해 이루어지며 구직시 애로사항은 낮은임금이다. 현 사업장 근무기간은 약 5년, 의류 제조업체 총 경력은 19년으로 대단히 길다. 평균 근무일수는 성수기에 약 23일, 비수기에 약 17일이며 일평균 근무시간은 성수기 기준 10시간이다. 근로자의 월평균 급여는 약 166만원으로 본인들의 희망임금과는 약 45만원 정도의 격차가 나는 걸로 조사되었다. 이들은 향후 9년 정도 이 직종에 계속 근무할 계획을 갖고 있다. 이들의 평균연령은 50세이고 대부분 과거 우리나라가 의류수출기지로서의 역할을 했던 70~80년대에 기술을 숙련했던 사람들이다. 현재 대부분 자녀를 성장시켜 사회로 떠나보내고 현재 및 노후를 대비하여 밥벌이를 하는 정도의 근무동기를 가지고 있는 것으로 보인다.

실셈(카운팅)조사는 통계청 전국사업체조사에 누락된 업체수까지 파악하기 위해 전국 의류제조 집적지 153개동을 선정하고 가가호호 방문을 통해 종사인원과 주요 생산품목을 조사하는 방식으로 이루어졌다. 특히 의류제조업체가 가장 많은 서울시를 주요 타겟으로 삼아 서울시 19개구 111개동에 대한 실셈조사를 진행하였으며 조사지역과 이 지역에서 파악된 업체수, 종사자수는 다음과 같다.

[표 1] 서울시 의류제조 집적지 실셈조사지역 및 업체수/종사자수

구분	지역구	동	업체수 (개)	종사자수 (명)
동북부 지역	중랑구	면목(본, 2, 3·8, 4, 5, 7), 중화(1, 2), 망우(본, 3), 상봉(1, 2), 목(1, 2), 신내1	1,362	7,703
	성북구	장위(1, 2, 3), 월곡(1, 2), 종암, 석관, 길음2 정릉(1, 2, 4), 보문, 안암, 삼선, 동선, 성북	1,270	6,111
	종로구	창신(1, 2, 3), 숭인(1, 2), 종로(1~4가, 5~6가), 이화	1,640	5,219
	중구	신당(1, 2, 4, 5, 6), 명, 회현, 광희, 중림, 을지로	1,211	5,616
	동대문구	장안(1, 2), 답십리(1, 2), 용신, 전농1 왕십리(도선 2), 성수27(1, 3), 마장동, 용답동, 금호(1가, 23가)	940	4,870
	성동구	중곡(1, 2, 3, 4), 군자, 자양4, 구의2	676	3,888
	광진구	중곡(1, 2, 3, 4), 군자, 자양4, 구의2	490	2,824
	강북구	수유(1, 2, 3), 송천, 삼양, 미아, 송중, 인수, 번1	684	2,927
	도봉구	방학(1, 2), 창2, 도봉1, 쌍문2	358	1,751
	노원구	공릉1	62	486
서남부 지역	강동구	길, 암사1, 천호2, 성내(1, 2)	101	789
	금천구	독산(1, 2, 3, 4), 가산, 시흥1	759	7,464
	구로구	구로(2, 3)	114	1,716
	관악구	조원, 신사, 미성, 은천	287	1,864
	영등포구	대림3	95	716
	양천구	신월(1, 3, 5, 7), 신정4	113	1,073
중부 지역	용산구	청파	265	797
	마포구	공덕	181	535
	서대문구	북아현	68	247

실셈조사의 주요 결과를 분석해 보면, 통계청 2011년 전국사업체조사와 비교시 폐업률은 9.75%로 조사되었으며 주요생산품목은 케주얼웨어 제조업체가 39.4%로 가장 많고 다음으로 여성정장 25.0%, 유아동복/가죽의류/내의류 등 기타의류 제조업체가 7.4%, 양말/모자/장갑/머플러 등 의류액세서리 제조업체가 3.3%, 남성정장 제조업체가 3.2%, 레저스포츠웨어가 2.3%, 유니폼류 제조업체가 1.2% 순으로 조사되었다.

케주얼웨어 중 니트(다이마루)셔츠 제조업체가 67.2%로 가장 많았고, 다음으로 스웨터 7.1%, 여성바지 6.9%, 테넌 4.5% 순이다. 니트(다이마루)셔츠 생산지는 성

북구, 중랑구 등 서울 동북부지역에 밀집되어 있으며 스웨터는 중랑구와 강북구, 동대문구에, 테님은 중구에 밀집되어 있다.

여성정장 중에는 수트정장 제조업체가 가장 많은 54.2%를 차지하고 있으며 그 외 블라우스 16.6%, 자켓/코트 11.2% 순이다. 수트정장은 주로 중구와 용산구, 동대문구, 종로구에서 생산하며 서울 동북부지역 중 동대문에서 가까운 중구, 종로구는 우분쪽에, 동대문에서 먼 성북구, 중랑구는 니트(다이마루)쪽에 특화되어 있음을 알 수 있다.

기타의류 중 가죽의류는 중랑구, 광진구에 밀집되어 있는데 특히 광진구 중곡1~3동에 밀집도가 높으며, 내의류는 영등포구 대림3동에 밀집도가 높다. 의류엑세서리 중 양말은 도봉구에 서울 전체 양말제조업체 중 81.5%가 밀집되어 있다.

3. 의류제조업 활성화를 위한 정책방향(동대문 중심)

만성적인 일감부족과 이에 따른 사업규모의 영세화 및 경영악화 등 의류제조업중은 심각한 위기국면을 맞고 있으며 향후 10년간 치열한 구조조정 과정을 거쳐 30~50% 정도는 사라질 것으로 전망된다. 그러나 의류패션산업에 있어 의류제조업은 부가가치 창출의 기반산업이며 대표적인 도시형 소공인 업종으로 도시서민층의 일자리 창출과 지역경제 활성화에 기여도가 큰 중요한 업종이다. 또한 패턴작업, 샘플작업, 후가공작업, 마무리작업, 원부자재 및 완성품 배송 등 의류제조업과 연관된 업종종사자수도 굉장히 많다. 따라서 현재까지 구축된 의류제조업중 관련 인프라를 재정비하여 기반을 다짐과 아울러 새로운 비즈니스 모델 창출을 위한 정책수립과 집행이 꼭 필요한 시점이다.

많은 전문가들이 말하는 의류제조업 활성화의 최우선순위 정책은 바로 일감창출을 위한 비즈니스 모델을 개발하는 것이고, 이를 위해 디자이너의 기획력 향상과 마케팅 지원 등 디자인 R&D와, 기획디자인의 패턴·샘플화 및 특수봉제기법 개발 등 기술 R&D의 융합을 통한 다품종 소량 하이퀄리티 상품 개발로 의류패션산업을 고부가가치 산업화하는 것이다.

의류패션산업을 고부가가치 산업으로 부상시키는 것은 상품기획과 제조, 유통(마케팅)으로 이어지는 의류제조스트림의 근본적인 변화를 필요로 하기에 말처럼 쉽지

는 않다. 비용절감을 위해 베트남, 인도네시아, 개성공단 등 저임금국가(지역)으로의 생산기지 이전은 더욱 가속화되어 국내 제조업 일감은 갈수록 줄어들고 있으며, 기획력이 부족한 중저가 의류상품의 단순 주문생산방식이 고착화되어 제조업체의 신기술개발 의지와 동기가 현저히 부족한 실정이다. 대한민국 의류패션산업의 메카인 동대문상권만 보더라도 판매가를 낮추기에만 급급하여 중국, 베트남 등에서 제조한 의류판매량은 갈수록 급증하고 있으며 잘 팔리는 상품의 디자인 카피가 공공연하게 이루어지고 있다. 국민소득 2만불 시대에 모든게 있는 동대문시장에 당연히 있어야 할 없는 2가지가 하나는 ‘디자인’, 또다른 하나는 ‘브랜드’ 라는 산업연구원 박훈 박사의 말은 그래서 더더욱 실감이 난다.

이러한 난제를 뚫고 의류패션산업을 고부가가치 산업으로 육성하기 위해서는 의류제조방식의 근본적인 변화가 필요하며 서울의 동대문은 도매상권, 소매상권, 원부자재상권, 의류제조권역 등 4개의 다채로운 섹타가 존재하여 대한민국의 새로운 패션비즈니스 모델을 개발하고 정착시키기에 적합한 인프라를 구축하고 있다. 바로 이 곳 동대문에서의 새로운 패션비즈니스 모델은 아래와 같이 디자인과 제조, 마케팅이라는 세 가지 요소가 적절히 변화되고 융합되어야 한다.

첫째로, 디자이너의 기획력 향상을 위해 국내외 트렌드 및 신소재에 대한 정보가 적기에 적절한 방식으로 제공되어야 하며 더욱 중요한 것은 이러한 기획이 실제 상품화되기 위한 패턴개발 및 샘플제작 지원이 이루어져야 한다. 기술트레이닝스튜디오를 통해 디자이너와 패턴사간의 각 샘플별 기술개발 관련 의견교환과 그 매뉴얼이 만들어져 기술포럼을 통해 전파되어야 하며, 실제 의류를 생산하는 제조업체에 구체적인 봉제기술이 전수되도록 해야 한다.

둘째, 마케팅측면에서 이들의 시제품이 실제 오더수주로 연결되기 위해 상설 쇼룸에 전시되고 제품에 대한 상세한 인포메이션 제공과 아울러 트레이드쇼(바잉쇼) 및 컬렉션을 통한 국내외 바이어마케팅이 지속적으로 이루어져야 한다. 마케팅의 성공요소는 결국 이러한 모든 시설 및 행사의 대내외적 홍보와 바이어들의 호응인데 이를 위해 의류패션 대규모상권과 관광특구로서의 역할을 하고 있는 ‘동대문’이라는 지역브랜드화를 어떻게 일구어 나갈 것인가 하는 문제로 고착될 것이다. 동대문 의류패션 인프라에 대한 상세한 사진설명과 지도를 통해 동대문의 접근성을 높일 수 있는 소개책자 배포와 이슈가 될 수 있는 상징조형물 제작 등을 예시로 들 수 있겠다.

셋째, 이러한 노력을 통해 수주한 일감은 온전히 Made In Korea 제품이어야 하며, 이를 위해 국내 의류제조업체 또는 생산자조합의 공동작업장을 통해 생산되어야 한다. 이는 의류제조업 활성화를 위한 정부나 지자체의 공적자금 투입의 당위성이며 명분임과 동시에 창의적인 일감창출과 고용증진이라는 정책목표이기도 하기에 더욱 그렇다. 단순한 일감배분이라는 차원에서가 아니라 난이도가 높고 디테일한 작업이 많은 의류제작 기술을 한 단계 높이고 개발기술을 전수한다는 차원에서 앞서 언급한 기술트레이닝스튜디오의 역할과 제조업체간의 소통이 중요할 것이다. 이를 통해 의류제조업체의 기술개발 동기와 의욕을 불러 일으키고 신규 숙련기술자 양성을 도모할 수 있다.

동대문을 포함하여 우리나라 전체 의류패션산업의 근본적인 변화를 뒷받침하기 위해 법적, 제도적 지원도 병행되어야 한다. 2012년 12월에 제정되고 작년부터 본격화된 협동조합기본법은 자발적 협업체라는 조직구성면에서 획기적인 변화를 가져왔다. 그동안 ‘협회’라는 비영리사단법인은 설립자체도 어렵거니와 임원진의 비민주적인 조직운영, 비영리라는 조직목적으로 인한 구성원들의 소극적 참여 등 많은 문제를 보였었다. ‘계’나 ‘회’라는 사적모임은 목적의 모호함과 친목도모라는 감성적인 정체성으로 인해 앞으로의 성장가능성이 매우 희박하다. 협동조합은 이러한 단점들을 보완하여 조직구성원들의 자발적 참여도를 높이고 무엇보다 조합의 영리추구라는 합일된 목적을 향해 통일된 행보를 조직적으로 이어나갈 수 있다. 이미 작년년부터 지금까지 종로구 창신동 중심의 ‘서울의류봉제협동조합’, 성북구 장위동·월곡동 중심의 ‘서울패션봉제협동조합’, 성북구 보문동 중심의 ‘봉제야 달려라 협동조합’ 등이 생겨 활발한 활동을 개시한 것은 매우 고무적인 일로 앞으로도 의류봉제조합 설립컨설팅 및 정착지원을 위한 다양한 정책이 시행되어야 한다.

법적으로는 대표적인 도시형 기술소공인 지원을 위한 ‘도시형소공인 지원법안’이 현재 국회에 입법발의되어 상정중인데 이 법안의 통과와 아울러 이를 뒷받침하기 위한 예산안 마련이 필요할 것이다. 또한 올해 소상공인지원원과 시장경영진흥원이 합병되어 소상공인지원진흥공단이 설립되고 별도의 기금이 마련되는데 그동안 소상공인지원에 비해 상대적으로 소외된 소공인 지원을 위하여 소상공인을 소상공인과 소공인으로 분리하고 소공인 지원을 위한 특별한 법적, 제도적 정비가 필요할 것으로 보인다. 마지막으로, 비수기 또는 원부자재 조달시 의류제조업체가 겪는 단기성 금융애로를 해소하기 위하여 저금리의 대출상품 개발 및 리스크 분산을 위한 신용보증 등도 필요할 것이다.