의류봉제업체의 생산현황과 대량맞춤에 대한 인식

홍경희¹⁾ · 이지수²⁾ · 김영미 · 양진옥 · 이윤정¹⁾

¹⁾고려대학교 가정교육과

²⁾고려대학교 대학원 가정학과

The Production Situations of Apparel Sewing Company and the Perceptions about the Mass Customization

Kyung-Hee Hong¹⁾, Ji Soo Lee²⁾, Kim, Young Mi, Jinok Yang, and Yoon-Jung Lee¹⁾

¹⁾Dept. of Home Economics, Education, Korea University; Seoul, Korea

²⁾Dept. of Home Economics, Graduate School, Korea University; Seoul, Korea

Abstract : This study aims to discuss what changes Korean clothing companies and manufacturers have undergone with production facilities moving abroad due to offshore outsourcing and examine what conditions the clothing manufacturers are facing and how the clothing companies recognize those manufacturers. For these purposes, in-depth interviews were conducted with 24 firms with annual production capacity of more than 200,000 pieces among clothing brands for the domestic market, clothing exporters and promotion agencies. Those interviewed firms were the companies who were found to produce more than 200,000 pieces of clothing per year, and the interview-based survey was conducted from December 18, 2008 to January 30, 2009. The key findings from this study are as follows; first, a high percentage of interviewed firms were producing only a small number of items in Korea with a large part of their production line transferred abroad or outsourcing all of their production abroad only with their headquarters in Korea. Second, many were employing contractors rather than their own factories. Third, when asked about the wage levels of clothing manufacturers, many of the clothing companies gave responses such as: 'They are just our contractor, so we respect their decision,' 'We don't know because it's none of our business,' or 'We don't know at all.' Fourth, when asked about the work environment of clothing manufacturers, the clothing companies gave responses such as: 'We know in part,' 'To our knowledge, they conform to the Labor Standards Law,' or 'We don't know at all.' Fifth, the production line of clothing manufacturers featured straight-line systems, specialization, pairing and compounding/mixing. Sixth, it was found that clothing companies had interest in mass customization but their preparations were not satisfactory.

Key words: clothing manufacturers, clothing companies, work environment, mass customization.

1. 서 론

우리나라의 의류봉제산업 발전양상은 경제개발을 꾀하는 많은 나라들이 거치는 전형적인 산업 발전 형태를 보이고 있다. 즉, 노동집약적인 의류봉제산업은 값싼 노동력이 풍부하지만 상대적으로 기술력은 부족한 개발도상국들이 산업화를 시도할 때 가장 쉽게 진입할 수 있는 산업이기 때문이다(Dickerson, 1999). 내수시장이 상대적으로 발달되지 않은 초기 산업화 단계의 이들 나라는, 시장은 잘 발달된 반면 임금이 높아서 생산 비용이 높은 선진국의 의류시장에 공급될 제품을 생산하는 생산기지 역할을 수행한다.

우리나라에서도 의류봉제업체들은 주문자생산방식(OEM)의 생산에만 주력하다가 점점 커져가는 내수시장에 초점을 맞추어

자체 브랜드를 개발하였고, 더 나아가서는 자신들의 브랜드로 수출을 하는 단계에까지 이르게 되었다. 이러한 변화와 더불어 자본 및 기술력을 기반으로 하는 고부가가치 산업들이 발달하면서 인건비가 상승하였고, 더 이상 싸 가격만으로는 국제경쟁력을 가질 수 없는 상황이 되었다. 결과적으로 국내 의류봉제업체들은 자국에서의 생산을 축소하고, 해외소싱 또는 직접투자를 이용하여 값싼 노동력이 제공되는 나라로 생산기지를 이동하였다.

또한 지속적인 인건비 상승이외에 의류봉제업을 3D업종으로 여기는 사회의 통념 속에서 근로자들의 체조업 기피현상과 근로조건이 유리한 서비스직으로의 이직은 고기능직 인력의 감소에 주요 원인으로 파악된다. 그리고 신규인원이 채워지지 않아 기술적 노하우를 전수 및 발전시킬 인력이 없게 되자, 의류봉제생산 현장은 과거의 생산량의 절반에 못 미치는 작업량을 감당하면서 수입도 감소하게 된다. 그리하여 생산 방식은 보다 많은 수익성을 위해 도심에서 변두리 지역과 지방으로 이전되었

Corresponding author; Ji Soo Lee

Tel. +82-16-757-3204

E-mail: jisoollee@korea.ac.kr

는데, 이것은 썬 인프라 조직으로 수익성을 확보하고자 하는 노력으로 볼 수 있다. 국내 의류봉제 생산설비를 부분 자동화함으로써 인력난 해소를 꾀하고 있지만 초기 비용의 증가로 그 한계를 드러내고 있다. 따라서 지속적인 인건비와 기타 제반비용의 상승, 인력부족은 의류봉제업체로 하여금 그에 대한 대책으로 해외소싱에 적극적인 태도를 갖게 하였다.

대외적으로는 세계무역 환경이 2005년 섬유크터 폐지 이후 완전자유경쟁체제로 들어가는 상황으로 자구책 마련이 시급한 실정이다. 아울러 체결국가간 무역특혜를 부여하는 미국의 자유무역협정과 유럽연합의 단일통화협약으로 유럽 국가들의 무역규모는 확대되었고, 추후 세계무역 환경의 변화로 인해 우리나라의 수출은 더욱 더 경쟁적 상황에 놓일 것으로 예측된다.

의류봉제품 및 의류 액세서리의 수출액(시장점유율)으로 우리나라의 의류봉제산업의 위상을 살펴보면 1980년대에는 홍콩과 이탈리아에 이어 세계 3위였으나, 1990년대는 세계 5위, 1995년에는 세계 9위로 하락하였다. 이러한 침체는 현재까지 이어지고 있는 것으로 나타났다(백영하, 박재옥, 2008).

의류봉제업체에 대한 선행연구로 이범우(2003)의 연구에서는 전문 봉제 산업에 대한 기술지원이 이루어지지 않는 것으로 나타났다으며, 이에 대한 해결책으로 계획적·지속적인 생산 기술 기반의 강화대책 강구나 소요되는 전문기술 인력의 육성·공급 및 신기술의 연구개발·공급·지원 등을 제시하였다. 또한 작업자 개개인의 기능과 판단 및 노력에 의존하는 생산체제에서 탈피하고 적극적인 목표관리 체제로 전환하여 생산관리 방식을 갖추는 것이 우선되어야 한다고 하였다. 심재희, 손희순(2001)의 연구에서는 의류봉제업체를 대상으로 생산실태와 일반적 실태, 불량실태에 관한 조사 연구가 아이템별로 실시되었고, 이선희(1998)의 의류봉제업체의 생산전략 방식에 관한 연구와 박진아(1996)의 생산 자동화 현황과 생산기획 관리에 관한 연구 등이 있다. 이처럼 앞에서 제시한 선행연구의 동향을 종합해보면, 현재 국내 의류업체와 의류봉제업체가 어떠한 변

화를 겪고 있으며 국내에 남아있는 의류봉제업체의 구체적 실태를 파악한 논문은 미비한 것을 알 수 있다.

최근 급변하는 글로벌 환경에서 의류업체의 경영 악화에 따른 생산비 절감을 위한 해외소싱의 증가로 국내 의류생산환경은 다양한 변화가 있을 것으로 판단된다. 이에 본 연구에서는 우리나라 의류산업전반의 과거와 현재의 변화를 살펴보고 국내 내수 브랜드, 수출업체 및 프로모션업체를 대상으로 심층면접을 실시하여 실증적으로 분석을 하였다. 이러한 연구는 우리나라의 의류봉제업체의 실태를 파악하고 당면한 문제점을 알아봄으로써 의류봉제업체의 향후 발전 방안 구상 및 실현에 있어서 정책 입안자들에게 효율적이고 체계적인 방향을 제시해 준다는 면에서 의의가 있다고 하겠다.

2. 이론적 배경

2.1. 우리나라 의류봉제산업 현황

2.1.1. 우리나라 의류봉제산업의 변화

우리나라의 의류봉제산업은 1970년대 OEM방식으로 해외수출을 담당했으며, 1980년대에 들어서면서 수출은 감소하였지만 국내 의류생산량이 증가되었고 의류 시장은 확대되었다(서추연, 2008). 동시에 소비자들의 수입이 증가하면서 의류내수시장이 호황을 누리게 되었다. 또한 1986년 아시안 게임과 1988년 올림픽 이후 내셔널 브랜드 론칭이 활발하게 진행됨에 따라 생산업체의 수가 부족한 상태에 이르게 되자 의류봉제 생산공장에 설비투자가 집중되었다. 그러나 1997년 IMF를 전후하여 의류봉제업체 및 브랜드의 부도가 생기면서 업종의 전환이 이루어졌다. 이때부터 원가 및 임가공의 절감을 위한 해외진출이 본격화되었고 해외생산으로 인해 인건비는 30% 이상의 절감효과를 보이는 것으로 나타났다(서추연, 2008).

이러한 변화 속에서 우리나라의 의류봉제산업 현황을 살펴보면 Table 1과 같다. 의류업의 사업체수는 2007년 9,460개로

Table 1. 의류봉제산업 현황

		1991	1994	1996	1998	2000	2002	2005	2007
사업체수 (5인 이상: 명) 사업체수)	의류업	6,635	8,457	8,693	6,782	8,493	9,361	8,365	9,460
	제조업	72,212	91,372	97,143	79,545	98,110	110,356	114,133	119,606
	비중	9.2%	9.3%	8.9%	8.5%	8.7%	8.5%	7.3%	7.9%
고용(명)	의류업	210,891	203,013	181,762	131,731	150,147	143,880	114,435	126,087
	제조업	2,918,008	2,929,898	2,897,667	2,323,902	2,652,590	2,695,911	2,866,068	2,878,728
	비중	7.2%	6.9%	6.3%	5.7%	5.7%	5.3%	4.0%	4.4%
총생산량 (단위: 1백만원)	의류업	5,874,099	8,799,963	10,380,917	7,215,277	9,146,008	12,069,784	11,488,866	15,562,003
	제조업	205,698,928	299,246,191	401,952,070	425,008,343	564,834,119	634,199,359	851,927,654	990,156,197
	비중	2.9%	2.9%	2.6%	1.7%	1.9%	1.6%	1.4%	1.6%
부가가치 (단위: 1백만원)	의류업	2,826,940	4,288,059	5,195,501	3,587,136	4,342,651	5,267,075	5,686,393	7,759,269
	제조업	86,366,421	129,610,868	174,214,797	176,730,524	219,424,617	242,299,738	312,890,491	346,628,664
	비중	3.3%	3.3%	3.0%	2.0%	2.0%	2.2%	1.8%	2.2%

출처: 국가통계포털 “광공업 통계 보고서(1991-2007)”에서 각 년도 재구성.

서 전체 광공업 사업체수의 7.9%를 차지하고 있다. 이는 1991년에는 의류업의 비중이 제조업의 9.2%였던 것과 비교하면 1.3% 감소된 것이다. 의류업과 제조업의 개체 수는 지속적으로 증가추세에 있으나, 제조업의 비중은 점차 줄어드는 현상을 살펴볼 수 있다. 또한 제조업의 고용인원 역시 감소추세임을 알 수 있다. 이는 예전의 임가공과 제조중심의 의류산업이, 물류와 유통 중심의 의류산업으로의 변화를 살펴볼 수 있는 결과이다. 이와 같이 의류봉제산업의 변화는 다양한 신소재 및 디자인의 급속한 변화에 발맞추어 기기설비의 대폭적인 교체 및 IT산업과 연계된 자동봉제 방식의 구축과 봉제인력의 체계적인 교육양성이 요구되고 있다.

의류봉제업체 규모별 종사자 수를 살펴보면 Table 2와 같다. 소규모 영세 종사자 비율은 1990년 35.8%에서 2007년 71.2%로 증가세를 보였다. 반면 100-299명의 중소업체의 종사자 비율은 1990년의 비율은 22.3%에서 2007년 12.4%로 감소하였다. 이는 점차적으로 의류봉제업체의 중소기업이 줄어들고 영세업체의 비중이 늘어나고 있음을 보여주고 있다. 그리고 500-999명의 대기업 의류봉제업체의 종사자 비율은 1980년 16.4%에서 2007년 3.2%로 나타나 대기업의 의류봉제사업 전개가 거의 전무한 것으로 나타났다. 이는 내수시장의 경제적 여건과 해외시장에서의 경쟁력이 점차 떨어짐에 따라 대기업에서 투자를 전면적으로 축소해나간다는 것을 알 수 있다.

의류봉제업체의 남녀의 비율을 살펴보면 점차 여성의 비율이 낮아지고 있는 것으로 나타났다(Table 3). 1980년 76.9%에서 2006년 65.7%로 낮아졌다. 특히 1990년도를 기점으로 빠르게 변화하는 것을 알 수 있다. 이는 의류봉제업체에 근무하던 여성근로자들은 산업구조의 다양화로 인해 서비스업이나 기타

업종으로 전환했다고 분석할 수 있다.

현재 우리나라의 의류봉제업체에서 생산인력의 고령화는 급격히 진행되고 있다. 의류봉제업체 기초실태조사(“봉제업 종합”, 2006)에서 종업원 수 5인 미만의 영세한 봉제업체의 비중이 응답 업체의 44.8%로 높았으며, 생산인력의 평균 연령은 봉제사와 보조의 경우 40대 이상이 각각 전체의 78.8%, 78.9%로 나타나 고령화의 심각성을 보여주고 있다. 또한 인력수급에 있어서는 3D 업종 기피와 인건비 상승을 가장 큰 애로사항으로 꼽았다.

이러한 인력의 고령화와 더불어 근로환경의 문제들은 신규 기능인을 양성하는데 걸림돌이 되고 있어 의류생산체조에 필요한 인력의 수급이 어려운 반면에 생산설비 및 인력의 고집화는 해외에서 일어나고 있다. 이런 현상들은 국산제품의 품질저하로 이어져 글로벌 경쟁력을 저하시키는 요인이 되고 있다.

2.1.2. 의류봉제업체의 수출입변화와 임가공 사업체수 및 대기업의 외주비중

국내 의류 생산을 외부적 환경 측면에서 살펴보면 섬유쿼터 폐지 전과 후를 비교한 섬유/의류 수출 변화의 변이를 살펴보면 섬유 쿼터제 폐지 이후 섬유사, 직물, 섬유제품, 기타제품 및 섬유계 모든 항목에서 감소된 수출액 변화를 통해 섬유업계의 위기를 추측해볼 수 있다(Table 4).

우리나라 초기 의류산업에서 봉제업체는 대부분 임가공형태로 발전하였는데 최근에는 임가공 사업체수는 점차 감소하는 추세를 보이고 있다(Table 5). 1983년 전체 사업체수의 48.5%가 임가공업체였으나, 2007년에는 사업체수는 증가한 것에 반해 임가공업체 수는 42.4%로 감소한 것으로 나타났다. 이는 국내 생산성의 둔화를 초래함과 동시에 가격 경쟁력에서의 약화

Table 2. 의류봉제업체 규모별 종사자 수

종사자규모	1980	1985	1990	2000	2005	2007	2008
5-49명	18.4%	20.8%	35.8%	66.0%	70.1%	71.2%	72.7%
50-99명	8.8%	15.4%	20.5%	13.9%	10.6%	9.1%	7.7%
100-299명	28.2%	28.7%	22.3%	9.0%	7.9%	12.4%	11.24%
300-499명	11.4%	10.5%	6.6%	3.5%	3.9%	4.1%	3.6%
500-999명	16.4%	12.8%	7.7%	5.3%	4.4%	3.2%	4.8%
1000명 이상	16.8%	12.8%	7.2%	1.5%	3.1%	0%	0%
총 종사자수(명)	198,898	239,181	244,491	152,118	114,435	126,087	122,477

출처: 유구영(1992), 국가통계포털(2000-2007) “경기.기업경영”에서 각 년도 재구성.

Table 3. 의류봉제업체의 성비

	1980	1985	1990	2000	2005	2007	2008
사업체수	4,245	4,442	5,943	7,456	8,365	8,623	7,607
노동자수	198,868	239,181	244,491	152,118	144,231	126,600	122,477
남 자	45,912	60,684	75,055	54,306	49,003	43,188	39,648
여 자	152,956	178,497	169,436	97,812	95,228	83,412	82,829
전체에서 여자비율(%)	76.9%	74.6%	69.3%	64.3%	66.0%	65.9%	67.6%

출처: 노동부 통계자료(1980-2000), 국가통계포털(2005-2008) “경기.기업경영”에서 각 년도 재구성.

Table 4. 섬유쿼터 폐지 이후의 섬유/의류 수출 변화

품 목	섬유쿼터 폐지 전		섬유쿼터 폐지 이후	
	2004	2005	2006	
섬유사	2,499(6.5)	1,421(Δ10.2)	2,205(Δ25.0)	
직 물	8,350(0.5)	8,038(Δ3.7)	7,824(Δ2.7)	
섬유제품	4,243(Δ5.6)	3,564(Δ17.9)	3,203(Δ10.1)	
의 류	3,085(7Δ.9)	2,314(Δ25.0)	1,956(Δ15.5)	
기타제품	1,258(0.5)	1,251(Δ0.6)	1,248(Δ0.2)	
섬유계	15,192(Δ0.4)	13,946(Δ8.2)	13,232(Δ5.1)	

출처: 한국무역협회(2005) “2005년 섬유 쿼터 폐지에 따른 영향”, 섬유산업연합회(2006) “섬유류수출입 동향”.

Table 5. 임가공 사업체수 및 수입액

연도	사업체수	임가공사업체수	수탁제조수입액
1983	3,854	1,868(48.5%)	252,458
1988	4,817	3,094(64.2%)	650,886
2005	8,365	3,481(41.6%):5인 이상	1,854,936
2007	9,460	4,008(42.4%):10인 이상	1,255,720

출처: 국가통계포털 “광공업통계조사보고서”에서 각 년도 재구성.

Table 6. 의류제조에서의 대기업의 외주비중

연 도	1985	1990	2000	2005	2007
외주가공비/제조원가	11.7%	23.8%	35.4%	43.3%	45.2%

출처: 국가통계포털 “광공업통계조사보고서”에서 각 년도 재구성.

현상을 보여주며 낮은 임금과 가격에 대한 이점이 높은 해외소싱의 결과임을 예측할 수 있다. 반면 의류봉제업체의 인건비 증가로 수탁제조수입액은 증가한 것으로 나타났다.

Table 6에서는 대기업의 의류제조에 있어 외주 비중이 1985년 11.7%에서 2007년 45.2%로 증가한 것으로 나타났다. 이는 대기업이 직접 공장을 운영하기 보다는 소매와 유통부분으로 사업의 형태를 전환시키면서 봉제 및 가공의 경우 외주를 활용하고 있음을 유추해 볼 수 있다. 이러한 결과는 Table 7과 같이 의류업체의 지속적인 해외투자와 무관하지 않을 것이다. 의류업체의 해외직접투자는 1995년 이후 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 대기업의 외주 비중이 높은 것은 해외투자자로 볼 수 있는데 특히 해외소싱에 따른 결과로 보여 진다.

2.2. 의류봉제업체의 생산체계 및 대량맞춤(mass customization)

2.2.1. 생산체계

Table 7. 의류업체의 해외직접투자현황

연 도	1968-1989	1990	1995	2000	2003	2005	2006
건수(个)	113	54	189	204	314	390	398
금액(천달러)	80,923	83,178	248,979	124,600	243,796	343,222	372,774

출처: 국가통계포털 “해외직접투자통계연보”에서 각 년도 재구성.

의류봉제산업에서 생산체계가 중요시되는 것은 의류봉제산업이 노동집약적 산업, 즉 투자된 자본에 비해 많은 노동력을 필요로 하기 때문이다. 따라서 정해진 시간에 보다 효율적으로 많은 제품을 생산하기 위한 적합한 생산방식을 선택하는 것은 중요하다고 할 수 있다(김은희, 1998). 우리나라의 의류봉제산업은 초기 경제발전에 일조를 한 분야임에도 불구하고 다른 업종과 비교하여 현재 발전 양상은 여전히 초기상태에 머물러 있다. 다시 말해서 생산설비의 현대화가 거의 이루어져 있지 않고 기술수준 또한 낙후되어 있는데, 이것은 봉제기술의 현대화가 이루어지는 시점에서 해외소싱에 따른 기술이전과 제조업의 공동화(空洞化)현상이 발생하였기 때문이라고 보여 진다.

현재 국내 의류제조 설비는 ‘일자배열방식’이 많은 비중을 차지하고 있다. 이러한 일자배열방식은 현대 패션의 화두인 ‘다품종 소량생산’이나 ‘OR’의 한계점으로 지적되고 있다. 현재 국내에서 도입되고 있는 봉제 생산설비는 다음과 같다.

첫째, 일자배열방식(straight-line systems)은 대량생산이 가능하며, 보조대와 결합된 일렬식 배열이다. 설비 당 소요면적을 최소화할 수 있으며 작업장의 시야확보에 용이하다는 장점이 있다. 하지만 공정별로 고기능자가 확보(“94 봉제공장”, 1994)되어야 한다는 것이 전제되어야 하고 정확한 공정편성이 필요하다. 또한 결근자 문제와 공정별 근로자 재편성의 경우 새로운 문제가 야기될 수 있다.

둘째, 번들방식(progressive bundle system)은 스웨터, 셔츠, 바지, 등 스타일에 변화가 크게 없어 품목·기종별로 공정을 전문화시킬 수 있다. 이것은 각 작업자가 하나의 업무에 대해서 숙련도를 높이도록 훈련시킴으로써 효과를 극대화할 수 있다. 또한 작업자의 작업 수준과 전문가의 코칭을 통해서 높은 생산성을 이루게 되는데, 작업공정에 여러 사람들이 투입되므로 여러 작업자들 중 한명의 작업 속도가 빠르거나 늦어지면 생산의 불균형을 초래할 수 있다(Abernathy et al., 1999).

셋째, 입식방식은 작업자가 서서 작업을 하는 방식이다. 즉, 기존에 한 사람이 수십 장의 옷을 쌓아놓고 앉아서 작업했던 방식을 서서 작업하는 방식으로 교체하면서, 한 공정이 마무리되면 다음 공정으로 바로 일을 넘기도록 해 작업시간을 단축시킬 수 있다. 또한 U자 형식으로 공정을 만들어서 직원들이 보통 2-3개의 공정을 동시에 익힐 수 있게 해 ‘다품종 소량생산’체제로 전환할 수 있는 장점이 있다(“입식 생산시스템”, 2004).

넷째, 페어방식은 재단사와 미싱사 혹은 미싱사와 보조 미싱사가 2인 1조를 이루어 제품 하나당 일정 금액을 받는다. 이 방식은 관리 단위의 최적화와 실적분석에서 명확한 확보가 가능한데, (“94 봉제공장”, 1994) 조를 이루기 위해서는 고기능 인

력이 확보되어야 한다.

다섯째, 행거레이 방식 또는 UPS(unit production system)는 MOTS(mechanical overhead transport system)을 이용하여 봉제 단계를 이동하는 방식으로, 공장 내 작업시간을 단축시킬 수 있어 QR에 효과적으로 대처할 수 있다. 작업공정의 표준화를 통해서 효과를 극대화시킬 수 있지만 생산설비 설치비용이 많이 든다는 단점이 있다(Abernathy et al., 1999).

여섯째, 블록방식(team-based modular production system)은 앞/뒤판조, 소매조, 조립조, 부속조 등 공정을 그룹화시켜 관리하는 것을 말한다. 공정의 그룹화로 범위별 전문화가 가능하고, 상대적으로 개인의 수행성과보다는 팀의 수행성과가 중요하다. 작업시간이 번들방식보다 짧아서 빠르게 변화하는 소비자의 수요에 대한 대응력이 크다. 각 단위별로 관리자의 역할이 중요하며 생산성의 극대화를 위해 인센티브제를 채택한다. 그러나 다양한 공정의 업무 수행이 가능하기 위해서는 훈련이 필요하다(Abernathy et al., 1999).

2.2.2. 대량맞춤

대량맞춤은 대량생산(mass production)과 고객화(customization)라는 단어의 합성으로 만들어진 것으로 ‘고객화된 제품과 서비스를 대량으로 생산·유통시키는 것’을 목적으로 하고 있으며, 최근 경영기술과 정보기술의 발달로 가능하게 되었다(Davis, 1987). 즉, 대량생산과 대량소비의 시대는 끝나고, 고객의 개별 욕구를 충족시켜줄 수 있는 맞춤 제품, 맞춤 서비스의 시대가 열리고 있는 것이다. 이처럼 대량맞춤은 대량생산에 버금가는 효율성을 기반으로 고객의 개별 욕구를 충족시켜줄 수 있는 제품 또는 서비스를 제공하려는 접근방법이다(양희순, 이 유리, 2007).

현재 의류산업은 고객 욕구의 다양화와 경쟁 심화로 제품수명주기의 단축과 제품가격의 하락을 초래하였고 다양한 수요에 대응하기 위한 목적으로 많은 기업들은 예측생산이 아닌 주문생산 대량맞춤을 채택하고자 노력을 하고 있다(정대영, 2007). 대량맞춤을 실행하는 공급자들은 자신들의 제품과 서비스를 소비자의 욕구로부터 나오는 작은 차이까지도 맞추려는 생산방식의 지향으로, 유연성과 빠른 대응을 통해 다양성을 추구해야 한다. 이것은 짧은 상품 주기와 짧은 상품 수명 사이클을 지닌 의류업계에서 유용한 경영전략이라고 볼 수 있다. 이렇게 의류봉제산업에서의 생산방식의 변화와 대량맞춤의 필요성에 대해 지속적으로 제시하고 있지만 그 관심과 준비는 미미하다.

특히 대량맞춤을 가장 효율적으로 사용할 수 있는 분야가 의류분야임에도 불구하고 여전히 초기 생산방식의 변화는 크지 않다. 그 동안 보편화된 일자배열방식으로는 소비자의 다양성을 추구하는 것은 한계가 있다. 이 방식은 대량생산에 초점을 맞춘 방식이기 때문에 생산의 유연성을 확보하기 위해서는 UPS(unit production system)와 블록방식(team-based modular production system)과 같은 효율적인 생산방식이 제시되어야 할 것이다. 이를 위해서는 작업자의 작업수행 능력은 일정수준까

지 훈련되어야 하는데 기존에 한 가지 업무에만 치중했다면 이제는 여러 가지 업무를 수행할 수 있는 훈련이 필요하다. 이러한 생산방식의 운영은 생산 유연성과 비용에 대한 한계점을 해결할 수 있을 것이다.

3. 연구방법

3.1. 조사대상

본 연구는 국내 의류봉제업체에 대한 현황을 살펴보고자 국내 내수브랜드, 수출업체 및 프로모션업체를 대상으로 총 27업체를 심층면접을 실시하였다. 이중 본 연구의 의도와 맞지 않은 3개 업체를 제외한 24개 업체를 분석에 사용하였다.

3.2. 조사시기

본 연구에서 면접조사에 앞서 면접조사원은 박사 학위소지자 또는 박사과정생으로 구성하였고 면접 전 사전교육을 받았다. 2008년 12월 20일부터 2009년 2월 4일까지 해당업체를 개별 방문하여 면접조사를 실시하였다.

3.3. 조사내용

면접 대상이 되는 업체의 업체, 사업 시작년도, 연간생산량, 제품유형 및 타겟 소비자층에 대해 질문과 응답자의 나이, 성별, 직위, 부서, 구체적 업무, 근무연한은 응답자가 미리 준비한 반구조적 질문지에 직접 기술하도록 하였다. 질문지 구성은 ①현재 국내에서 남아 있는 품목과 공정, ②의류봉제업체의 형태와 위치(재단사, 봉제사, 아이롱사의 월급을 별도로 질문), ③의류봉제업체의 근로조건(출, 퇴근시간, 수당, 휴가, 출산 등에 대한 질문 포함), ④의류봉제업체의 생산체계, ⑤의류업체의 대량맞춤에 대한 관심과 준비도에 대해 질문하였다.

3.4. 조사대상 의류업체의 특성

본 연구의 조사대상 의류업체 특성은 다음과 같다(Table 8). 조사대상 의류업체를 살펴보면 업체는 ‘의류제조 도·소매’로 연간생산량은 ‘50만pcs 미만’(37.5%), ‘50만-100만pcs’(25.0%), ‘100만-150만pcs’(8.3%), ‘150만-200만pcs’(8.3%), ‘200만pcs 이상’(20.8%)으로 나타났다. 직원수는 ‘50명 미만’(20.8%), ‘50명-100명’(8.3%), ‘100명-200명’(25.0%), ‘200명-300명’(16.7%), ‘300명-400명’(12.4%), ‘500명 이상’(16.7%)으로 나타났다. 소비대상에 따른 분류로 ‘남녀’(30.0%), ‘여성’(37.5%), ‘유·아동’(4.2%), ‘여성 및 아동’(4.2%), ‘남녀 및 아동’(4.2%)로 나타났다. 타겟 소비자층은 ‘20대-30대’(50.0%), ‘30대-40대’(25.0%), ‘10대 이상’(12.4%), ‘40대-60대’(4.2%), ‘유·아동’(4.2%), ‘20대-30대 및 아동’(4.2%)로 나타났다. 이중 스포츠웨어 의류업체에서는 소비자의 연령을 중요하게 생각하지 않았는데, 회사에서 타겟으로 정한 연령대의 소비자층보다 연령대가 높은 노년층이나 연령대와 상관없이 다양한 연령층에서의 소비자층을 흡수할 수 있는 의류를 생산하는 것으로 나타났다. 스타일별 분

Table 8. 업체의 특성 (n=24)

사업시작 연도	분 포(%)	연간 생산량(pcs)	분 포(%)	직원수(%)	분 포(%)
1945년-1960년	4(16.7)	50만 미만	9(37.6)	50명 미만	5(20.8)
1971년-1980년	5(20.8)	50만-100만	6(25.0)	50명-100명	2(8.3)
1981년-1990년	4(16.7)	100만-150만	2(8.3)	100명-200명	6(25.0)
1991년-2000년	7(29.2)	150만-200만	2(8.3)	200명-300명	4(16.7)
2000년 이상	4(16.7)	200만 이상	5(20.8)	300명-400명	3(12.4)
				500명 이상	4(16.7)
소비대상/분류	분 포(%)	타겟/소비자층	분 포(%)	스타일/분류	분 포(%)
남 녀	12(30.0)	유 · 아동	1(4.2)	스포츠웨어	6(25.0)
여 성	9(37.5)	10대-20대	3(12.4)	정장 및 캐주얼	6(25.0)
유 · 아동	1(4.2)	20대-30대	12(50.0)	캐주얼	5(20.8)
여성 및 아동	1(4.2)	30대-40대	6(25.0)	정장류	4(16.7)
남녀 및 아동	1(4.2)	40대-60대	1(4.2)	골프웨어 및 캐주얼	3(12.5)
		20대-30대 및 아동	1(4.2)		

류를 보면 ‘스포츠웨어’(25.0%), ‘정장 및 캐주얼’(25.0%), ‘캐주얼’(20.8%), ‘정장류’(16.7%), ‘골프웨어 및 캐주얼’(12.5%)로 나타났다.

본 연구와 관련된 조사대상 의류업체에 근무하는 응답자의 특성으로 성별은 남자 14개(58.3%) 업체, 여자 10개 업체(41.7%)로 나타났다. 평균연령은 40.25세로 나타났다. 부서는 기획실, 디자인실 및 MD로 생산 및 관리와 관련된 업무에 종사하고, 직위도 응답자가 생산업체 선정 및 생산과 관련해서 생산량을 결정할 수 있는 권한 갖는 사람들로 한정하였다. 의류업체 근무연한은 평균 14.79년으로 의류생산과 관련해서 근무경력이 많았다. 특히 15년 이상 근무한 사람이 11명(45.8%)으로 비교적 연구와 관련해서 폭 넓은 자료를 얻을 수 있었다. 업무는 기획, 생산 및 생산관리에 대한 전반적인 업무를 하는 것으로 나타났다.

3.5. 조사방법

본 연구를 위한 면접에 앞서 응답자들에게 본 연구의 목적과 의의를 설명하고 정보제공 및 녹취동의서에 서명을 받았다. 면접시간은 1명당 1시간-1시간 30분이었으며, 면접 진행시 질문의 순서와 용어표현 등에 원활한 진행을 위해 면접 전 질문지의 내용을 읽어 본 뒤 적절한 응답을 하도록 유도하였다.

면접내용은 녹음되었고, 면접대상자마다 별도의 면접질문지를 사용하여 면접상황에서 발생하는 문제들과 용어에 대한 설명을 기술하도록 하였으며, 응답자의 인구통계학적 특성 및 업체특성을 기록하였다. 각 면접조사원들의 녹음된 면접 내용은 모두 녹취록을 작성하여 분석에 사용되었다.

3.6. 용어 정의

3.6.1. 의류업체

본 연구의 면접 대상이 되는 업체이며 내수브랜드, 수출업체 및 프로모션업체로 자사의 의류생산을 목적으로 자사공장이나 하청공장에 의류제품의 생산과 가공을 위탁하고 관리한다.

3.6.2. 의류봉제업체

내수브랜드, 수출업체 및 프로모션업체로부터 의류생산을 주문을 받아 생산 및 가공을 하는 업체로 의류업체의 자사공장이거나 하청공장의 형태로 운영된다. 자사공장은 의류업체로부터 전체 운영에 대해 관리 및 감독을 받으나 하청공장은 생산량과 품질에 대한 관리만 받는다. 의류봉제생산업체라고도 한다.

4. 결과 및 논의

4.1. 의류봉제업체의 현황

4.1.1. 의류봉제업체의 생산품목

국내에 남아 있는 품목에 대해 응답한 자료를 살펴보면 Table 9와 같다. 현재 조사대상 의류업체들은 해외소싱에 주력하고 있어 국내는 소량 생산분만 남아 있었다(54.2%). 이들 품목들은 작업공정이 복잡하여 대량생산이 어렵거나 회사의 이미지를 대표할 수 있는 제품이 대부분 이었다. 또한 생산은 해외에서 진행하고, 국내에는 본사기능만 남아있는 업체들도 비교적 높게 나타났다(25.0%).

4.1.2. 의류봉제업체의 형태와 위치

의류봉제업체의 형태는 하청공장과 자사공장으로 나뉘어 살펴봤는데 자사공장(8.3%)보다는 하청공장(95.8%)이 많은 것으로 나타났다(Table 10). 공장의 위치는 조사대상 의류업체가 서울에 본사를 두고 있기 때문에 관리와 물류가 쉬운 ‘서울’(66.6%), ‘인천’(16.6%), ‘성남’(16.6%) ‘기타 수도권’(16.6%), ‘의정부’(12.5%)에 위치하고 있었다. ‘지방’(16.6%)에 지사가 있는 경우 지방에도

Table 9. 국내 남아 있는 품목과 생산 공정 (n=24)

	소량 생산분	본사기능	티셔츠류	기타	니트류
국내 남아 있는 생산품목	13(54.2%)	6(25.0%)	2(8.3%)	2(8.3%)	1(4.2%)

Table 10. 의류봉제업체의 형태(복수응답포함) (n=24)

	자사공장	하청공장
의류봉제업체의 형태	23(95.8%)	2(8.3%)

Table 11. 의류봉제업체의 위치(복수응답포함) (n=24)

	서울	인천	성남	기타 수도권	지방	의정부
의류봉제 업체의 위치	16(66.6%)	4(16.6%)	4(16.6%)	4(16.6%)	4(16.6%)	3(12.5%)

있는 것으로 나타났는데 지방의 경우 나염과 유행과 비교적 관련이 적은 내의류를 생산하는 것으로 나타났다(Table 11). 이중 서울은 봉천동, 독산동, 면목동 등에 위치한 것으로 나타났다.

4.1.3. 의류봉제업체의 임금수준

현재 우리나라 의류봉제업체의 한 달 평균소득과 근무일을 살펴봄으로써 분명하게 알 수 있다(Table 12). 인건비를 보면 지난 10년 동안 2배 이상 증가된 것으로 나타났다. 그러나 전체 제조업과 비교했을 때 많은 차이가 있었다. 근무일은 23.9일에서 20.5일로 감소되었는데, 이는 주 5일제 근무의 영향으로 볼 수 있지만 이전 보다 작업량의 감소에서도 원인을 찾을 수 있을 것이다. 또 전체 산업(20.6일)이나 제조업(21.6일)과 비교해서 근무일수는 차이가 적었으나 임금은 낮은 편으로 기능인력을 양성하는데 약점으로 대두되고 있다. 즉, 생산현장에서 인건비와 작업량이 줄면서 기술자들은 정당한 대우를 받지 못하고 있음에도 불구하고, 의류업체들의 방관하는 태도는 근로자들에게 하여금 직업에 대한 의욕을 상실시키고 추후 다른 직

종으로 전환할 수 있는 여지를 남겨주고 있다.

의류봉제업체의 임금수준을 살펴본 결과는 다음과 같다(Table 13). 의류봉제업체의 임금수준에 대해 의류업체에서는 ‘하청업체이기 때문에 업체자율에 맡긴다’(41.6%), ‘직접 관리하지 않아 모른다’(20.8%), ‘전혀 모른다’(24.0%)라고 응답한 경우가 많았다. ‘정확히 알고 있다’가 12.5%로 나타났다. 대부분 업체들은 부분적으로 알고 있거나 세부사항을 모르는 경우가 많았다. 이 같은 결과는 응답자들이 생산관리와 관련된 업무를 하고 있음에도 불구하고 임금수준에 대해서 인식하지 못하고 있는 것을 보여준다.

4.1.4. 의류봉제업체의 근로환경

의류봉제업체의 인력의 근로환경에 대해 의류업체에서는 ‘일부분을 알고 있다’(37.5%), ‘근로기준법을 준수하는 것으로 알고 있다’(33.3%), ‘전혀 모른다’(29.2%)순으로 나타나(Table 14), 하청 업체 위주로 생산하기 때문에 실무자들의 관심이 낮은 것을 알 수 있다. 이것은 국내생산기반의 약화로, 대부분이 영세한 업체이기 때문에 열악한 근로환경에 대한 우려가 높아지고 있어 의류업체의 관심이 필요한 부분이라 하겠다. 일부 업체에서는 생산노동자의 고령화로 이들은 근로기준에 대한 개념이 낮고 중요하게 인식하지 않는다고 응답하기도 하였다.

“대체로 근로기준법에 의거해서 하지만 일주일에 세 번 정도 잔업을 하는 것으로 알고 있어요. 그리고 6시까지 근무하고, 성수기 때는 그런 것들이 무너진다고 봐야죠. 초과근무에 대해서는 계약할 때 원급에 잔업수당을 포함하거나 오버타임을 별도로 지급하는 경우도 있어요. (출산휴가 등의 복지부분은 어떠한가?) 복지, 그 사람들은 전문직이 아니기 때문에 회사를 그만두

Table 12. 의류봉제업체의 임금 및 근무일수

	전체 산업		제조업		의류업	
	임금	근무일	임금	근무일	임금	근무일
1998	1,426,797	24.0	1,264,477	23.6	833,106	23.9
2000	1,667,542	24.6	1,567,510	24.6	1,041,967	24.7
2002	1,947,774	24.0	1,867,171	24.1	1,247,170	24.3
2004	2,254,889	23.7	2,209,335	23.9	1,435,824	24.3
2006	2,541,886	23.7	2,551,501	23.1	1,920,565	22.9
2007.1	2,502,351	23.4	2,366,726	23.8	1,887,223	23.8
2007.2	2,583,280	20.6	2,957,609	21.6	2,063,222	20.5

출처: 노동부 “교용형태별근로실태조사” 통계자료(1998-2007)에서 각 년도 재구성.

Table 13. 의류봉제업체의 임금수준 (n=24)

	하청업체이기 때문에 업체자율에 맡긴다	직접 관리하지 않아 정확하게 모른다	전혀 모른다	정확히 알고 있다
의류봉제업체의 임금수준	10(41.6%)	5(20.8%)	6(24.0%)	3(12.5%)

Table 14. 의류봉제업체의 근로환경 (n=24)

	전혀 모른다	일부분 알고 있다	근로기준법을 준수하는 것으로 알고 있다
의류봉제업체의 근로환경	7(29.2%)	9(37.5%)	8(33.3%)

Table 15. 의류봉제업체의 생산체계(복수응답포함) (n=24)

	일자배열방식	객공제(페어방식)	분업화	복합방식
의류봉제업체 생산체계	21(87.5%)	2(8.4%)	1(4.2%)	1(4.2%)

고 나왔다가 다시 자기 몸을 추스리고 다시 일할 만한 여건이 조성되면 다시 재입사를 한다든지 다 그런 쪽이죠. 의료보험도 되는 곳이 있고 안 되는 곳도 있고 제품을 업체에 주면 다시 재하청을 하는 업체에 대해서는 열악한 부분이 있죠. 우리가 다 가볼 수는 있지만 4대 보험이 되는지 등은 못 미치죠.” (T사)

“근무시간은 보통 9-6시까지 되어 있는데요, 야근할 경우도 있고 공장마다 좀 틀려요. 야근비를 주는 데도 있고 아니면 다른 방식으로 임금을 지불하고 야근하는데 요새는 국내 생산분은 일거리가 없어서 굳이 야근까지 할 정도는 아니고 우리나라가 좀 많이 개방이 되서 임금수준은 낮지만 근무조건은 옛날보다 많이 좋아졌어요. 4대 보험되고요. 출산휴가는 요새 일하시는 분들이 젊은분들이 없어요. 그래서 40-50대 아줌마분들이 많으셔서 거의 그런 경우는 못 본 것 같아요.” (W사)

4.2. 의류봉제업체의 생산환경

4.2.1. 생산체계

의류봉제업체의 생산체계를 살펴보면 다수의 업체에서 ‘일자배열방식’(87.5%)을 선택하는 것으로 나타났다(Table 15). 이 방식은 초기 생산방식으로, 대량생산에 적합한 방식이다. 소량생산에는 적합하지 않아 현재와 같은 다품종 소량생산을 지향하는 생산구조에서는 여러 가지를 문제를 야기하고 있다. 기타로는 ‘객공제(페어방식)’(8.4%), ‘분업화’(4.2%), ‘복합방식’(4.2%)이 있었다. 객공제(페어방식)는 미싱사와 보조 혹은 재단사와 미싱사가 조를 이루어 1벌당 공임을 가져가는 것을 말하는데, 예전에 소규모의 공장에서 하던 것을 현재는 국내생산기반의 약화로 대량생산이 어렵게 되자 소규모 공장들이 시행하는 것으로 나타났다. 복합방식은 입식방식, 번들방식(바지류), 일자배열방식(티셔츠류) 및 컴퓨터방식(니트류)등 다양한 방식으로 생산하는 것으로 나타났는데, 입식방식은 자동차 조립생산처럼 서서 작업하는 방식으로 초기에는 근로자들이 적응하지 못해 실패하였으나 지금은 비교적 연령대가 젊은층에게 선호된다고 하였다. 하지만 노동의 고령화를 고려할 때 심리적 거부감으로 도입하는데 문제가 될 수 있을 것이다. 또한 입식 방식은 일자배열방식을 변형시킨 것으로 볼 수 있는데 대량맞춤에 대한 수용도가 낮았다.

“재단하고 봉제하고 완성하고 패킹까지 해서 납품하고 하는 것은 되어 있어요. 국내는 물량이 크지 않기 때문에 라인구성이 쉽지 않아요. 그냥 일자라인으로 많아야 15명 내외, 그리고 작은 공장들은 라인으로 하기에는 그렇고 5-6명 정도 라인구성으로 작업이 되는 것이 아니라 여러 가지 혼합방식으로 작업이 되겠죠.” (W사)

“복종별로 다른데요. 티셔츠 같은 경우는 대량생산의 일자라인이 많구요. 그 다음에 뽕 스웨터 같은 경우에는 거의 뽕 컴

퓨터 위주로 생산이 많구, 글썄 바지 같은 경우에는 U자가 아닌 거... 뭐라고 할까요 입식시스템이라고 하는 경우도 있죠(입식시스템은 어떤거죠?) 우리도 자동차처럼 서서 만드는 거죠 서서 작업을 하는 거죠. (앉아서 하는 것이 편하지 않나요?) 그래서 국내에는 처음에 도입을 했다가 성공을 못했어요. 그래서 한두 업체는 하는 업체가 있습니다. (작업하는 것이 빠른가요? 도입한 이유가.) 공장별로 다른데요. 나이가 많이 드신 분들은 작업을 잘 못하세요. 젊은 분들은 생산량이 많이 다르다고 하죠.” (U사)

4.2.2. 대량맞춤에 대한 관심 및 준비도

의류업체의 대량맞춤에 대한 관심을 살펴보면 “관심이 있다”(37.5%)와 “관심이 없다”(66.6%)로 응답하여 관심이 낮은 것으로 나타났다(Table 16). 대량맞춤에 대한 준비도를 살펴보면 ‘준비가 되어 있다’(8.3%)와 ‘준비가 되어 있지 않다’(91.7%)로 응답하여 관심에 비해 준비는 미흡한 것으로 나타났다. 그 이유로 의류업체들은 운영하는데 비용이 많이 들기 때문에 실시하기 어렵다고 응답하였다. 즉, 관심은 있으나 주문 시 개별단가를 책정해야하고 이때 책정된 단가가 높을 수밖에 없기 때문에 소비자에게 이해시키기 어렵고 많은 수량을 판매해야하는 어려움이 있다고 하였다. 현재 일부 의류업체에서는 사이즈, 색상 및 나염 등을 다양화시켜 이벤트성으로 판매하기도 하였는데, 수익을 목적으로 하기보다는 회사의 이미지 창출과 소량의 주문에만 대응하여 대량맞춤이라는 취지에서는 벗어나 있었다. 이 같은 결과는 의류업체들이 대량맞춤을 위한 준비에 무엇이 필요한지조차 파악하지 못하고 있으며, 대량맞춤이 생산체계와 인력구조를 필요로 한다는 점에서 준비가 전혀 안된 상태라고 보여 진다.

“생각을 안 해 본 것은 아닌데 사실 맞춤을 하려면 아이템에 들어가는 원가 형성이 높아져요. 그 원가를 높여가지고 여기에 상응하는 판매가로 판매했을 경우에 우리 유통자체에서는 소화하기 힘들거든요. 그래서 구체적으로 들어가 보지는 못했어요.” (W사)

5. 결론 및 제언

본 연구에서는 의류봉제업체의 열악한 생산 환경, 인력부족, 인건비 인상, 설비의 노후화 등 각종 비용의 상승에 따른 해외

Table 16. 대량맞춤에 대한 관심 및 준비도 (n=24)

	관심		준비도	
	있 다	없 다	있 다	없 다
대량맞춤에 대한 관심 및 준비	9(37.5%)	16(66.0%)	2(8.3%)	22(91.7%)

생산기지 이전으로 인한 국내 의류업체와 의류봉제업체는 어떠한 변화를 겪고 있으며 국내에 남아있는 의류봉제업체의 현황과 그들에 대한 국내 의류업체들의 인식은 어떠한지 알아보고자 하였다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 국내에 남아 있는 품목과 생산 공정은 소량 생산분만 남아 있거나(54.2%) 생산은 해외에서 진행하고 국내에는 본사 기능만 남아있는 업체들도 비교적 높게 나타났다(25.0%).

둘째, 의류봉제업체의 형태는 '자사공장'(8.3%)보다는 '하청공장'(95.8%)이 많은 것으로 나타났다. 공장의 위치는 '서울'(66.6%), '인천'(16.6%), '성남'(16.6%) '기타 수도권'(16.6%), '의정부'(12.5%)에 위치하고 있었다. '지방'(16.6%)에 지사가 있는 경우 지방에도 있는 것으로 나타났다.

셋째, 의류봉제업체의 임금수준에 대해 의류업체에서는 '하청업체이기 때문에 업체자율에 맡긴다'(41.6%), '직접 관리하지 않아 모른다'(20.8%), '전혀 모른다'(24.0%)라고 응답한 경우가 많았다. '정확히 알고 있다'가 12.5%로 나타났다.

넷째, 의류봉제업체의 인력의 근로환경에 대해 의류업체에서는 '일정부분을 알고 있다'(37.5%), '근로기준법을 준수하는 것으로 알고 있다'(33.3%), '전혀 모른다'(29.2%)순으로 나타났다.

다섯째, 의류봉제업체의 생산체제는 '일자배열방식'(87.5%), '객공제(페어방식)'(8.4%), '분업화'(4.2%), '복합방식'(4.2%) 등으로 나타났다.

여섯째, 의류업체의 대량맞춤에 대한 관심을 살펴보면 '관심이 있다'(37.5%)와 '관심이 없다'(66.6%)로 응답하여 관심이 낮은 것으로 나타났고 준비도는 '준비가 되어 있다'(8.3%)와 '준비가 되어 있지 않다'(91.7%)로 응답하여 관심에 비해 준비도는 미흡한 것으로 나타났다.

이와 같이 현재 축소되어가고 있는 국내 의류봉제업체의 현황 및 문제점을 분석한 본 연구의 결과는 국내 의류봉제업체의 경쟁력 향상과 지속가능한 발전 방안에 대한 정보를 제공하는 데 도움을 주고자 다음과 같은 제안을 하고자 한다.

첫째, 우수한 기능 인력 양성이 시급하다. 급격한 해외소싱의 증가는 국내 생산기능직의 고령화와 생산기기의 노후화뿐만 아니라 기술축적에도 많은 타격을 주었다. 현재 중국은 경제발전을 이루면서 지속적으로 인건비가 상승하고 있고, 품질의 저하는 다른 지역으로 소싱기지를 이전을 시도하려는 움직임을 통해 보완하려고 한다. 특히 내수 브랜드 중 인지도가 높은 브랜드의 경우, 이 같은 현상은 가속화될 것으로 판단된다. 그러나 이 같은 움직임은 국내 봉제업체들에게도 영향을 줄 수 있는 부분으로, 현재와는 다른 방식을 통해 기능 인력을 양성해야 할 것이다. 즉, 우리나라의 특성을 살린 명품 브랜드의 소싱기지 활용에 대한 관심이 필요하다.

둘째, 효율적인 생산방식을 통한 가격대비 우수한 품질을 지향해야 할 것이다. 가장 구매력이 있는 계층에게 받아들여지는 가격대비 품질의 우수성을 지향하기 위해 효율적인 생산방식을 정비하는 노력이 필요하다. 이것은 현 국내봉제업체들은 규모

가 영세하기 때문에 시설투자에 한계가 있을 것이다. 하청을 주는 의류업체측에서 봉제업체와의 지속적인 윈윈전략을 위한 투자가 필요하다.

셋째, 기능 인력의 처우 개선을 위한 노력이 필요하다. 이 같은 문제에 대해 의류업체와 봉제업체에서는 문제의 심각성을 인지하여야 하며 근로자의 복지향상을 통해 좀 더 우수한 인력을 양성시켜야 한다.

그동안 의류업체 간의 지나친 경쟁은 제품의 가격을 낮추면서 이익을 남기고자 해외소싱에 주력해 왔다. 하지만 다시 브랜드 이미지와 품질을 고려해서 국내생산을 하고자 한다면 이전의 품질은 유지하기 힘든 것이 현실이다. 더욱이 그동안 의류봉제업체를 이끌어 가던 기술자들의 고령화와 신규인력의 부족으로 더 이상 기술이 전승되지 않고 있다. 즉, 의류봉제기술의 가치가 예전만큼 대접을 받지 못하고 있고, 현재는 물량도 많지 않기 때문이다. 의류업체에서는 연구자가 제시한 방안을 기초로 국내 생산품에 대한 가치를 높일 수 있는 생산기반을 확충하는데 관심이 필요하다. 이를 위해서는 의류업체만의 노력뿐만 아니라 의류봉제업체의 관리자들도 같은 마인드로 생산설비의 고급화는 물론, 근로자들의 처우 개선에도 관심을 가져야 할 것이다.

참고문헌

- 경기기업경영. (2000-2007). *국가통계포털*. 자료검색일 2010, 3. 15, 자료출처 <http://www.kosis.kr/>
- 경기기업경영. (2005-2008). *국가통계포털*. 자료검색일 2010, 3. 15, 자료출처 <http://www.kosis.kr/>
- 고용형태별근로실태조사. (1998-2007). *노동부*. 자료검색일 2009, 2. 1, 자료출처 <http://www.molab.go.kr>.
- 광공업통계조사보고서. (1983-2007). *국가통계포털*. 자료검색일 2009, 2. 1, 자료출처 <http://www.kosis.kr/>
- 광공업통계조사보고서. (1985-2007). *국가통계포털*. 자료검색일 2009, 2. 1, 자료출처 <http://www.kosis.kr/>
- 김은희. (1998). *숙녀복 봉제업체의 봉제기기운영실태의 연구*. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 노동부 통계자료. (1998-2007). *노동부*. 자료검색일 2009, 3. 11, 자료출처 <http://www.molab.go.kr>
- 박진아. (1996). *의류산업의 생산 자동화 현황과 그에 따른 생산기획 및 관리에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박진영. (1997). 스트레치소재 의류제품의 생산실태 연구. *패션비즈니스*, 1(3), 35-44.
- 백영하, 박재욱. (2008). 한국 의류산업의 국제경쟁력 향상을 위한 결정요인. *한국의류학회지*, 32(3), 474-485.
- 94 봉제공장기술지도사업 종합결과. (1994). 봉연리뷰: 한국봉제과학연구소.
- 서추연. (2008). 한국봉제산업의 해외진출 현황. *패션정보와 기술*, 5, 10-15.
- 섬유류 수출입동향. (2006). *섬유산업연합회*. 자료검색일 2009, 2. 7, 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr/>
- 2005년 섬유 쿼터 폐지에 따른 영향. (2005). *한국무역협회*. 자료검색일 2009, 2. 1, 자료출처 <http://www.kita.net>
- 심재희, 손희순. (2001). 여성복 재킷 봉제산업의 생산 및 불량 실태

- 연구. *패션비즈니스*, 5(4), 118-126.
- 양희순, 이유리. (2007). 의류브랜드 매스 커스터마이제이션 실행수준과 소비자기대 수준. *한국의류학회지*, 31(5), 95-107.
- 유구영. (1992). 의류산업의 구조조정과 노동력의 상태변화. *한국사회과학연구소 동향과 전망*, 21, 80-101.
- 이범우. (2003). 한국봉제산업의 실태와 발전방안. *한국의류산업학회지*, 5(4), 313-317.
- 이선희. (1998). *의류제조업체의 생산전략 및 생산시스템에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- ‘입식 생산시스템’ 벤치마킹 작업능률, 품질 크게 기여. (2004, 9. 5). *한겨레신문*. 자료검색일 2009, 7. 20, 자료출처 <http://www.hani.co.kr>
- 정대영. (2007). 맞춤제품, 서비스시대 매스커스터마이제이션. *IE 매거진*, 14, 32-35.
- Abernathy, F. H., Dunlop, J. T., Hammond, J. H., & Weil, D. (1999). *A Stitch in Time*. New York: Oxford.
- Davis, S. (1987). *Future Perfect*. Reading: Addison-Wesley.
- Dickerson, K. G. (1999). *Textiles and apparel in the global economy* (3rd ed.). New Jersey: Prestice-Hall.

(2009년 9월 7일 접수/ 2009년 12월 17일 1차 수정/
2010년 3월 18일 2차 수정/ 2010년 3월 18일 게재확정)