

국내소재산업의 경로구성원간의 효율적 네트워크 형성방안에 관한 탐색적 연구

황선진 · 유영선*

성균관대학교 생활과학대학 의상학과 교수 · 경원전문대학 의상디자인과 겸임교수*

21세기 패션 산업의 핵심인 소재가 고부가가치의 경쟁력을 갖기 위해서는 소재를 개발하고 생산하여 판매하는 경로구성원들이 패션소재에 대한 트렌드에 대한 감성적 요소와 빠르고 다양한 소비자 욕구에 관한 마케팅적인 요소가 균형 있게 발전하여야 한다. 그러나 현재 우리나라 소재산업은 소재생산업체와 의류업체간의 연계가 원활히 이루어지지 않아 유기적인 관계 속에서 서로의 정보를 공유하여 시너지효과를 내지 못하고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 국내 소재산업의 전반적인 현황과 문제점을 파악하여 급변하는 글로벌 환경 속에서 국내소재산업의 경쟁력제고를 위한 효율적 네트워크를 모색하는 기초를 세우는 것이 목적이다. 이를 위해 본 연구에서는 우리나라 소재산업의 현황과 문제점에 관해 소재산업의 주요 경로구성원인 소재기획, 소재 생산, 소재 유통을 담당하는 원사업체, 직물 생산업체, 동·남대문 의류 및 원단 도·소매상, 원단 컨버터, buying office, 어패럴과 정보사 등 23개 업체의 실무자들을 대상으로 질적 연구인 심층면접(In-depth interview)법을 통해 분석하였다. 우리나라 소재 산업의 주요 경로구성원들의 심층면접을 통해 나타난 우리나라 소재유통의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 우리나라 소재생산 업체나 소재 중간상인 컨버터 그리고 의류업체의 소재 담당자들은 소재 기획 시 주요 정보원으로 국·내외 패션전문정보지와 전시회, 수입원단 샘플이나 국내의 유명 의류브랜드의 의류상품을 주로 이용하였다. 그러나 외국의 소재정보는 국내시장에 그대로 적용하기가 어렵고 국내정보의 경우도 자체조사와 분석을 통해 트렌드를 예측하기보다

해외정보를 카피하는 수준에 머물고 있어 앞으로 소재업체를 위한 좀더 세분화되고 전문화된 정보가 필요함을 보여주었다.

둘째, 외국의 Premier Vision 등과 같은 해외 소재전시회는 소재산업 구성원간의 정보공유와 수주의 장으로서의 역할을 함으로서 활용되고 활성화되고 있으나 국내전시회는 저가 소재의 수출위주의 전시회로 출품소재의 수준이 낮아 국내 의류업체들의 수주의 장으로 활용되지 못하고 있어 이에 대한 정책적 지원이 필요함을 보여주고 있다.

셋째, 소재 생산 부분에서의 문제점은 소재 생산 업체간의 지나친 카피행위, 고부가가치 소재를 생산하겠다는 생산관련 업체의 적극적 개발의지 및 마인드결여, 설비노후화와 생산 및 전문인력 부재, 소롯드 생산의 어려움과 후가공공정의 취약 등이 중요한 문제점으로 부각되었다.

넷째, 우리나라 소재산업의 소재 판매 및 유통 부분에서는 내수 시장 크기의 한계, 불합리한 상거래 관행, 폐쇄적인 소재 유통경로, 해외 시장개척을 위한 전시회 및 바이어 정보 부족이 중요한 문제점으로 나타났다.

이처럼 우리나라 소재 유통의 가장 근본적인 문제점은 소재 유통 경로 구성원들 간의 유기적인 네트워크가 매우 취약한 것으로 나타났다. 따라서 앞으로 우리나라 소재산업의 고부가가치를 위해서는 대구지역 등 소재 생산업체들과 경인지역을 중심으로 형성된 소재 판매와 유통업체 그리고 소재를 사용하는 의류업체 간의 원활하고 유기적인 경로 흐름을 지원할 정책적인 방안 에 대한 다각적 접근이 경로단계 별로 세워져야 할 것이다