

부산 신발산업의 국제경쟁력과 과제에 대한 연구

박홍주* · 빈봉식** · 송경수***

〈목 차〉

- | | |
|------------------------|----------|
| I. 서론 | V. 결론 |
| II. 부산 신발산업의 현황과 발전과정 | 참고문헌 |
| III. 부산 신발산업의 국제경쟁력 비교 | Abstract |
| IV. 부산 신발산업의 과제 | |

I. 서론

부산의 신발산업은 1980년대 후반 급격한 원화절상과 인건비의 상승, 중국, 인도네시아 등 동남아 후발 개발도상국의 부상에 따른 경쟁력 상실로 인하여 국내업체의 도산과 생산설비의 해외이전이 가속화되었다. 이로 인해 국내 신발생산기반이 무너지고, 정부의 산업정책도 신발과 같은 경공업 중심에서 조선·자동차·기계 등의 중화학공업이나 반도체·전자 등을 주축으로 한 첨단산업에 집중되면서 신발생산 및 수출감소에 따른 전반적인 수급체계의 변화를 가져와 수출중심에서 내수중심의 산업구조로 변화되었다. 이러한 결과는 세계 신발수출액 제2위, 시장점유율 16.5%를 자랑하던 부산 신발산업을 급격히 쇠퇴하는 사양산업으로 인식시키는 계기가 되었다.

* 부산 신발지식산업협동조합 전무이사
** 동의대학교 상경대학 무역학과 교수
*** 부산가톨릭대학교 경영학부 교수

부산의 주종산업으로 수출과 고용의 상당부분을 차지하던 신발산업이 침체되면서 부산지역의 실업률이 급격히 상승하여 지역경제의 주름살로 등장하게 되자, 이러한 지역경제의 현실적인 문제를 타개하기 위해 1992년부터 3년 동안 부산의 신발산업을 산업합리화 업종으로 지정하게 되었다. 그럼에도 불구하고 부산 신발산업의 회생은 어려워지고 오히려 지속적인 해외투자, 도산 및 휴·폐업업체의 증가로 신발산업의 구조조정이 대기업 중심에서 중소기업중심으로 재편되는 결과를 낳았다. 즉, 정부가 추진해온 산업합리화 정책이 시기와 비현실적인 정책상의 오류로 인해 신발생산의 절대부분을 담당해왔던 국제상사(주)나 풍영(주), 동양고무(주), (주)화승, (주)삼화, (주)태화, (주)진양 등의 대기업들이 경영합리화라는 미명아래 신발산업에서 벗어날 수 있는 빌미를 제공하게 되어 오히려 전체 신발산업의 경쟁력을 저하시키는 결과를 가져왔다.

부산 신발산업의 경쟁력 저하원인은 대기업들이 독자적인 브랜드의 개발을 마다하고 생산의 대부분을 주문자상표부착방식(OEM)에 의해서 이루어진데 있다. 이러한 생산방식은 가격, 디자인, 수량, 생산일정 등의 생산조건에 있어서 바이어(buyer)의 요구에 일방적으로 이끌려 가는 결과를 낳아 결국 중·저가의 제품생산에 의존할 수밖에 없다보니 수익성은 낮아지고, 시장변화에 신속히 대응할 수 있는 능력이 떨어질 뿐만 아니라 중국, 베트남, 인도네시아 등의 수출경쟁국에 비해 임금수준이 높아 제조원가에서 인건비가 차지하는 비중이 높아지게 되어 가격경쟁력이 뒤떨어질 수밖에 없었다. 하지만 우수한 제조기술, 부품 및 소재산업의 발달, 납기 준수, 개발능력 등 비가격경쟁력 측면에서는 후발 개발도상국들보다 여전히 우위에 있어 언제든지 신발산업을 회생시킬 수 있는 토양은 성숙되어 있다.

이러한 성숙된 여건을 고려해서 정부에서는 부산 신발산업의 육성을 위해 4개년 계획의 일환으로 2000년부터 4년간에 걸쳐 4,107억원의 국고 및 지방비 등이 투자되는 신발산업육성계획을 시행하고 있어 신발산업의 회생에 일말의 기대를 걸어 보고 있지만, 현재와 같은 국내의 고임금 구조와 정부의 경공업 경시정책으로는 경쟁력을 회복하기가 어렵게 되어 있다.

최근 부산 신발산업의 경쟁력을 회복시키기 위해 신발산업육성계획의 일환으로 고려되고 있는 것이 녹산국가공단 내에 신발관련산업의 집락화(cluster)를 통해 경쟁력을 높이는 방안과 남북경협 활성화를 통한 중소신발제조업체의 북한진출방안을 모색하는 것이다. 하나는 노동집약적인 신발산업을 지식집약적인 신발산업으로 변화시키기 위한 방안의 하나로 부산신발지식협동조합이 주축이 되어 산업자원부와 부산광역시 지원하에 추진되고 있는 신발관련기업들의 지역 및 집중화 전략이다.

즉, 부산 녹산국가공단 내의 특정블록에 신발산업을 집중화시켜 산업의 연관 시너지효과를 높이고, 노동집약적인 산업구조를 지식집약형의 산업구조로 변형시켜 고부가가치화함으로써 신발산업의 가격 및 비가격경쟁력을 강화하려는 정책을 시행해 나가고 있다. 다른 한편에서 검토할 수 있는 방안은 한국토지개발공사와 현대아산(주)이 중심이 되어 개발하려는 개성산업단지 내에 신발협동화단지의 조성을 통해 부산지역 중소기업체들이 공동으로 진출하여 저렴한 복한 노동력을 이용하여 신발생산을 도모함으로써 이전에 상실된 가격경쟁력을 회복하는 방안이다. 하지만 본 논문에서는 부산 녹산국가공단 내에 집락화를 도모하고 있는 부산 신발산업의 경쟁력을 회복시키기 위해서 검토해야할 과제들을 제시함으로써, 이에 대한 정책적 대안이 마련되어 부산 신발산업의 경쟁력을 제고하기 위한 방안을 찾고자 함에 연구의 목적이 있다. 특히 전국 신발제조업체의 85%가 집중되어 있는 부산지역 산업의 특성을 감안하여 부산지역 중소기업체들의 경쟁력을 회생시키기 위한 대안으로 제시되고 있는 녹산국가공단 내의 집락화가 성공을 거둔다면 다른 지역의 노동집약 산업들의 회생방안에도 영향을 줄 수 있을 것이므로, 이에 대한 연구는 다른 지역의 노동집약산업의 회생과 경쟁력강화를 제고하는데 참고가 될 수 있을 것이다.

II. 부산 신발산업의 현황과 발전과정

부산을 전진기지로 한때 세계 제일의 신발생산 대국으로 부산 경제성장의 견인차 역할을 담당했던 신발산업이 가격경쟁력 저하와 해외 바이어들의 이탈 등으로 사양의 길로 접어들게 되자, 기술적 측면에서 세계최고를 자랑하는 신발산업을 회생시키기 위한 정부와 지역업체의 움직임이 활발하게 이루어지고 있다. 80년대 자체브랜드의 개발없이 Nike, Reebok, Adidas, L. A. Gear, Fila 등과 같은 외국 브랜드들의 하청생산에 의존하면서도 탄탄하게 성장하던 신발산업이 1986년 아시안 게임과 1988년 서울올림픽 이후 국제상사(주)가 프로스펙스라는 자체브랜드를 개발하여 세계시장을 무대로 점차 그 기세를 확장하였다. 그후 (주)화승의 르까프, 삼성물산(주)의 라피도, 코오롱상사(주)의 액티브 등과 같은 국내브랜드들의 경쟁력이 점차 확대되자 위기를 느낀 Nike, Reebok, Adidas, L. A. Gear, Fila 등 외국 OEM업체들은 생산원가가 높다는 이유로 중국이나 인도네시아와 같은 임금이 저렴한 동남아시아 등지로 생산물량을 이전하기 시작하였다. 그 여파로 90년대로 (주)삼화, (주)성화, (주)진양, (주)신성, 태광산업(주), 태광화성(주), (주)신진산업, (주)

선영, 대성산업(주), (주)스타윈 등이 부도 내지는 회사정리절차를 밟은 데 이어, IMF 이후 내수부진과 과도한 차입경영으로 인한 금융비용부담으로 인해 1998년에는 부산 신발산업의 자존심이라 불리는 (주)화승과 국제상사(주)까지 부도가 나서 법원에 의해 和議가 진행 중에 있다. 이러한 영향으로 국내 신발산업 생산활동이 위축되면서 급격하게 경쟁력이 약화되었고, 1990년을 기점으로 <표 1>에서 보듯이 해마다 신발수출이 급격히 감소하면서 수입은 IMF이전에는 큰 폭으로 증가하였다가 IMF기간에는 일시적으로 주춤하였지만 이후 다시 지속적으로 증가하고 있다.

부산 신발산업은 세계 최고의 기술력과 경쟁적 우위를 확보하여 세계 제1위의 운동화 생산국이었던 명성을 되찾기 위해서 최근 정부에서는 총4,107억원을 투입하여 신발산업을 육성하기 위한 4개년 계획을 추진하고 있다.

<표 1> 신발류 수출입 현황

(단위: 백만 달러)

구분	1989	1990	1991	1992	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
수출	3,219	4,307	3,875	3,181	2,309	1,780	1,506	1,235	982	810	799	798
수입	43	91	92	113	153	230	352	474	438	160	193	274

자료 : 신발·피혁연구소 자료 참조

이 계획의 실현을 위한 첫 단계로 삼성경제연구소에서 10억원의 예산을 지원받아 신발산업육성을 위한 타당성을 검토하였고, 이 육성계획안 내용 중에는 단기적으로는 2003년까지 인프라를 구축하고, 중장기적으로는 2005년까지 신발산업의 기술고도화와 2008년까지는 일류화를 유도, 전통적인 노동집약형 산업을 지식집약형 산업으로 변화시키는 장기 정책과제를 제안하고 있다(삼성경제연구소, 2000). 정부에서는 이러한 타당성검토와 더불어 신발산업의 북한진출을 위해 현대아산(주)로 하여금 개성산업단지 내에 신발산업전용공단을 조성하여 부산 신발산업의 가격경쟁력을 회복하기 위한 방안을 마련하고 있다(현대아산(주), 2000).

1980년대 후반 접어들면서 부산 신발산업은 내부적으로는 임금, 환율, 원자재 가격 상승의 3고 현상과 심각한 노사분규를 겪으면서 저임금 생산기지로서의 한계에 직면하게 된다. 1980년대 후반 사회전반에 확산되었던 민주화 열기에 힘입어 심각한 수준의 노사분규가 자주 일어났고, 그로 인해 임금도 급격히 상승하면서 해외수출물량의 납기준수에도 심각한 영향을 주었다. 환율도 1986년 말 861.3원에서 1987

년 말에는 792.2원으로, 1988년 말에는 684.1원으로 절상되어 수출경쟁력에 심각한 타격을 가했고, 주요 원자재 가격도 1986년 말에 비해 1988년에는 30% 가량 상승하였다. 이러한 환경적 요인은 경영수지 악화로 이어졌고 자금력이 취약한 중소기업체들은 결국 도산의 위기에 몰리기도 하였다(강호상, 1990).

이러한 한계들이 노출되자 1987년부터 공장의 해외이전이 시작되었다. <표 2>에서 보듯이 첫 해외 투자지가 된 곳은 인도네시아였는데, 부산 신발산업협회가 조사한 자료에 의하면 1987년 1개 업체(8개 라인), 1988년 3개 업체(22개 라인), 1989년 6개 업체(39개 라인)가 인도네시아로 공장을 이전했다. 이 밖에 1990년까지 태국과 필리핀에도 각각 2개 업체(6개 라인, 5개 라인)가 진출했다(한국신발산업협회, 1998).

1980년대 미국 운동화 시장이 급격히 팽창하면서 미국시장에서 활동하는 브랜드들의 판매량도 급격히 늘어났는데, 당시로서는 한국 외에 그러한 물량증가를 감당해낼 만한 곳이 없었다. 그 결과 제조원가가 전처럼 싸지도 않았지만 바이어들은 한국기업들에게 주문을 낼 수밖에 없었다. 실제로 1980년부터 1983년까지 족당 평균 4달러 선에 머물러 있던 수출단가는 1985년에는 5달러대로, 1986년에는 6달러대로 높아졌고, 1988년에는 단숨에 8달러대로 진입하면서 급격한 상승세를 보였다. 결국 수출액이 최고점에 달했던 1990년에는 족당 수출단가가 평균 10달러 선을 돌파했다(박홍주, 2001).

<표 2> 한국 신발업체의 해외진출 현황

국 가	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
중국					3(14)	2(1)	13(30)	27(38)	8(45)
인도네시아	1(8)	3(22)	6(39)				4(8)	5(18)	6(20)
베트남						2(12)	1(2)	3(18)	8(30)
필리핀			1(3)	1(2)	1(2)		2(5)	4(12)	5(12)
태국		2(6)					4(9)	6(18)	7(15)
기타		1(-)		3(1)	1(1)		3(9)	5(15)	5(16)
계	1(8)	6(28)	7(42)	4(3)	5(17)	4(13)	27(63)	50(104)	39(138)

주 : 업체 수(라인 수)

자료 : 한국신발산업협회, 내부자료.

1990년대를 통해서 생산설비의 해외이전과 국내 생산기반의 공동화가 급속하게 진행되었고, 그 결과 부산 신발산업의 지형도도 크게 바뀌었다. 우선 OEM 생산의 규모가 크게 줄었다. <표 3>을 보면 전체 생산액에서 차지하는 수출액 비중이 1990년 72.0%를 상회하다가 1996년부터는 38.9%대로 떨어진 것을 볼 수 있다. 이것은 국내에서 생산된 신발의 2/3가량이 내수용으로 생산·판매되고 있음을 의미한다. Nike 등 해외 유명브랜드를 부착한 OEM 제품들은 이제 주로 해외공장에서 생산되어 수입되고 있고, 프로스펙스, 르까프, 액티브, 라피도 등의 내수시장을 겨냥한 국내 브랜드들조차도 일부 해외에서 생산하고 일부는 국내에서 생산하고 있다 (Adidas, 1998).

<표 3> 신발생산액에서 차지하는 수출액 비중

(단위: 백만 달러, 십억 원, %)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
수출액(달러)	4,315	3,836	3,184	2,309	1,780	1,506	1,235	982
수출액(원)	3,091	2,918	2,510	1,866	1,404	1,167	1,043	1,390
생산액(원)	4,296	4,132	3,747	2,927	2,643	2,558	2,683	2,255
수출액비중	72.0	70.6	67.0	63.8	53.1	45.7	38.9	61.6

주: 달러로 집계된 수출액에 각 연도 말 기준환율을 곱해서 원화로 환산한 후, 생산액으로 나누었다.

자료: 통계청, 한국주요경제지표, 1999. 9. p. 279.

지금까지 부산 신발산업의 발전과정을 해외 신발산업발전과정과 비교하여 보면 <표 4>와 같다(삼성경제연구소, 1999).

<표 4>에서 보면 1950년대 중반 미국 신발산업의 생산기반이 붕괴되면서 일본 신발산업이 성장기에 접어들게 되고, 미국이 브랜드 마케팅전략으로 바꾸기 시작한 1970년대에는 이탈리아와 일본의 신발생산기반이 약화되고, 대신에 대만과 한국의 신발산업이 성장기를 맞았다. 이탈리아는 생산기반이 약화되면서 고가품의 다품종 소량생산시스템으로 신발산업의 구조조성에 성공하였으나, 일본 신발산업은 자체 경쟁력의 강화보다는 브랜드전략을 통한 대만이나 한국으로의 outsourcing에 관심을 두게 되었다(Katz, 1994). 그래서 1990년대 접어들면서 대만과 부산 신발산업도 경쟁력의 약화로 중국, 베트남, 인도네시아 등지로 해외투자를 통한 산업회생을 도모하게 되었고, 자국내 신발산업들은 급격한 쇠퇴기를 맞으면서 다품종소량생산 시스템으로의 전환을 모색하게 되었다.

<표 4> 주요국 신발산업 발전과정과 조류

	1950	1960	1970	1980	1990
미 국	· 생산기반 약화	· 브랜드 전략 (Nike 1971)	· 해외생산기지 : 일본	· 빅 브랜드 미국 및 해외시장 석권(내수치중/해외확산)	· 중국/인니
이탈리아		· 생산기반 약화	· 패션기능 중시	· 구두전문생산	· 고유 브랜드
일 본	· 신발산업성장	· 생산기반 약화	· 브랜드전략(Asics, Mizuno)	· 해외생산기지 활용(한국, 대만)	· 중소기업생산체제 (소량 lot 주문생산)
대 만		· 신발산업 성장 (80년대 세계2위 수출국)	· 미국의 해외생산기지 (OEM수출 주력)	· 케미화 전문 생산	· 중소기업체제
한 국		· 성장기 (73년 신발수출 1억달러)	· 불황이후 전환기	· 피크기이후 쇠퇴	· 설비해외이전

자료 : 21C 신발산업의 지식집약화 전략, 삼성경제연구소, 1999. p. 21.

부산 신발산업은 부산경제발전에 견인차 역할을 하던 중요한 산업의 일부였으나 1990년을 기점으로 급격히 쇠퇴하기 시작하였다. 이는 1987년 6월29일 이후 폭발적으로 증가한 노사분규의 회오리 속에서 급격한 인건비의 상승과 저렴한 인건비를 바탕으로 한 후발 개발도상국가들의 등장에 따른 경쟁력의 상실 등으로 인하여 생산설비의 해외이전이 가속화되면서 국내 생산기반으로 급격히 약화되었다. 노동집약산업인 신발산업은 생산시설의 급속한 해외이전에 따른 사업체 수의 감소로 종업원수도 급격히 감소하였다. <표 5>에서 보듯 1990년도에만 하더라도 국내 총제조업 업체수 68,690개의 2.7%에 해당하는 1,860개가 신발제조업체였으나 1997년에는

92,138개의 제조업체중 불과 1.7%에 해당하는 1,559개만이 신발제조업에 해당되고 있다(박홍주, 2001).

〈표 5〉 부산 신발업체의 제조업 내 비중 추이

(단위 : %)

구 분		1985	1990	1991	1993	1995	1997
사업체수 (개)	제조업	44,037	68,690	72,213	88,864	96,202	92,138
	신발업체 (1.9)	875 (1.9)	1,860 (2.7)	1,748 (2.4)	1,885 (2.1)	1,809 (1.9)	1,559 (1.7)
종업원수 (천명)	제조업	2,438	3,013	2,918	2,885	2,952	2,697
	신발업체 (6.0)	145 (6.0)	180 (5.9)	145 (5.0)	82 (2.8)	55 (1.9)	36 (1.3)
생산액 (십억원)	제조업	77,033	176,440	205,699	255,926	634,821	434,895
	신발업체 (2.3)	1,790 (2.3)	4,296 (2.4)	4,132 (2.0)	2,927 (1.1)	2,558 (0.7)	2,255 (0.5)
부가가치액 (십억원)	제조업	26,737	70,775	86,366	108,522	159,448	181,085
	신발업체 (2.5)	678 (2.5)	1,784 (2.5)	1,852 (2.1)	1,390 (1.3)	1,196 (0.7)	1,079 (0.6)

주 : ()는 제조업 내 비중

자료 : 통계청, 광공업통계조사 보고서, 각 연도

부산 신발산업 생산액의 제조업 내 비중은 신발산업의 전성기인 1990년에 생산액이 1990년 2.4%에서 1997년 0.5%로 1.9%감소되면서 1990~1997년의 생산액 평균성장률은 제조업이 13.7%인 반면 신발산업은 -8.8%의 감소세를 기록하였다. 또 신발산업에서 부가가치액도 제조업이 1990년 2.5%에서 1997년 0.6%로 감소하여 1990~1997년의 부가가치액 평균성장률은 제조업이 14.4%인 반면 신발산업은 -6.9%를 기록하였다. 이렇게 신발산업의 제조업내 비중이 낮아지면서 세계 주요 신발수출국의 수출액이 차지하는 비중도 <표 6>에서 보듯이 1992년 세계2위에서 1996년에는 9위로 추락하였다. 그리고 세계 주요 신발수출은 이탈리아를 중심으로 한 고가품 생산, 중국과 인도네시아 등을 중심으로 한 중저가품 생산, 한국과 독일 등을 중심으로 한 특수화 및 부품소재 생산 등의 국제적 분업이 가속화되고 있다(새정치국민회의 정책위원회, 1999).

〈표 6〉 세계 주요 신발수출국의 수출액 비중

(단위 : %)

국가별	1992	1993	1994	1995	1996
이탈리아	24.14	21.6	22.19	22.08	25.78
중 국	10.05	18.13	18.76	18.75	20.67
인도네시아	4.69	5.70	5.86	5.79	3.69
태 국	3.58	3.79	4.85	6.07	6.27
스페인	4.62	4.36	5.35	5.52	6.07
포르투갈	5.71	5.08	5.29	5.20	5.41
브라질	5.22	6.68	5.04	4.22	4.80
독 일	4.74	4.14	4.15	4.08	4.01
프랑스	3.62	3.50	3.21	3.19	3.08
한 국	11.28	7.93	5.53	4.24	3.60

자료 : 한국무역협회, 무역통계연감, 각년도

또한 우리 나라의 산업별 수출순위에서도 한국의 신발수출은 1990년에는 5위의 수출품목이었으나 1998년에는 26위의 수출품목으로 추락하였다(오경태, 1999). 이렇게 우리 나라 신발이 국내수출상품에 대해 차지하는 비중이 낮아지면서 세계 신발 수출액에 대한 한국신발수출액 비율도 <표 7>과 같이 1990년에는 16.5%에서 1998년에는 2.0%로 8년만에 14.5% 낮아지면서 세계 제2위의 신발수출국에서 제9위의 수출국으로 추락하였다(영창산업, 1998).

〈표 7〉 세계 신발수출 시장에서의 한국 점유율 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	1990	1993	1996	1998
세 계	26,182	32,859	34,370	40,500
한 국	4,307 (16.5)	2,309 (7.0)	1,235 (3.6)	810 (2.0)

주 : ()는 세계시장에서의 한국비중
 자료 : 한국신발산업협회 내부자료.

부산 신발산업의 생산·수출감소로 신발산업구조는 수출중심형에서 내수 중심형

으로 변화하였다. 즉 생산기지의 해외이전 가속화에 따라 수출중심 산업에서 내수 중심 산업으로 산업구조가 바뀌면서 신발의 수입도 1990년에는 9천백만달러에서 1996년에는 4억7천4백만달러까지 증대되었다가 그후 감소를 하여 1998년부터 다시 증가하고 있다. 그리고 <표 8>에서 보듯이 국내 신발기업들이 해외로 이전하여 1999년 현재 54개 업체 229개 Line이 해외에서 가동되고 있다(한국신발산업협회, 2000).

<표 8> 해외투자 추이(남아 있는 업체)

구 분		1990	1993	1995	1999
해외투자	업체수	22	41	59	54
	생산라인수	85	133	166	229
	투자액	8.8	26.7	24.9	-

주 1) : 업체 수, 생산라인 수는 누적치, 투자액은 당해 연도 수치

2) : 1999년 5월 기준

자료 : 한국신발산업협회 내부자료

Ⅲ. 부산 신발산업의 국제경쟁력 비교

신발산업은 대표적인 경공업 분야의 산업으로서 일반적으로 신발 제조공장은 생산라인의 수로 그 규모를 표시하는데, 하루 2,000족 가량을 생산할 수 있는 보통 규모의 생산라인 1개를 설치하는데 드는 비용은 2억원 내외라고 한다. 이러한 생산라인 1개에서 한 달에 5만족 정도를 생산할 수 있으므로 족 당 2,000원 정도의 생산 마진을 남긴다면 초기 설비비용을 회수하는데는 2개월밖에 걸리지 않는 셈이다(박홍주, 2001).

또한 신발산업은 소재개발과 제품디자인을 위해 화학, 의학, 생체역학의 도움을 받기도 하지만, 장비에 의존한 기술보다는 인력의 숙련도에 더 의존하며 기술적 진입장벽도 높지 않다. 특히 신발의 생산기술은 일부 특수전문화를 제외하고는 세계적으로 거의 표준화단계에 접어들어 있고, 기술진보의 속도도 느리다. 최근에 와서 운동화의 창(sole)과 갑피(upper)에 다양한 소재가 도입되고 있으나, 생산공정은 지난 반세기 동안 거의 변화되지 않았다. 즉, 운동화의 제조는 디자인, 금형 및 패턴 제작, 소재가공 및 재단, 재봉, 라스팅, 창 접착, 마무리, 검사, 포장의 순으로 이루어

어지는데, 거의 모든 운동화의 조립공정이 이 틀에서 크게 벗어나지 않은 것은 오래된 일이다(산업자원부a, 2000).

기술집약도가 낮을 뿐 아니라 기술적 변화도 급격하지 않은 것은 성숙산업이 지난 전형적인 특징으로 볼 수 있는데, 성숙산업으로서의 신발산업은 또한 제한된 소비자시장에서 기업간 경쟁이 치열하다는 특징을 지니고 있다. 1990년대 들어 미국을 비롯한 선진국 시장은 이미 1인당 신발소비량이 연간 8켈레를 초과하는 포화상태에 도달하여 수요가 정체된 상태이고, 전세계적으로는 개발도상국들의 수요증대에 힘입어 매년 2~3% 정도의 수요 증가율을 유지하고 있을 뿐이다. 이는 시장규모가 정체되어 있기 때문에 기업간의 점유율 경쟁이 심하다는 것을 의미한다. 이는 곧 경쟁적 제품개발, 막대한 비용을 투입한 마케팅 활동, 그리고 생산기지 이전을 통한 원가절감 등의 노력으로 나타난다. 신발산업의 변화를 이끈 것은 공정혁신보다는 소재와 디자인을 통한 제품혁신이었는데, 이는 기업들이 제한된 소비자시장에서 점유율을 확보하기 위해 치열하게 경쟁한 결과로 볼 수 있다. 또한 일부 신발 대기업들의 막대한 마케팅비용은 이 분야의 새로운 진입장벽 구실을 하고 있다(부산신발지식산업협동조합, 2000).

신발산업은 자본집약도와 기술집약도는 상대적으로 낮은 반면 노동집약도는 높다는 점이 가장 큰 특징이라고 할 수 있다. 신발의 종류에 따라 다소 차이가 있지만, 혁제운동화 한 켤레를 만드는데는 250~340개의 세부공정이 필요하고, 완제품으로 나올 때까지는 300여 명의 손을 거쳐야만 한다. 인력에 의한 수작업이 많은 관계로 신발산업의 매출원가 중 인건비 비중은 19.4%로 제조업 평균(12.7%)보다 1.5배 많으며, 제조업 전체에서는 도자기류 제조업 다음으로 가장 높은 수치를 나타내고 있다(김석관, 2000).

이처럼 신발제조업체들은 인건비 비중이 높기 때문에 투입인력을 줄이고 노동생산성을 높이기 위한 공정자동화 노력을 계속하여 왔다. 그러나 결과는 극히 미약한 것으로 나타나고 있다. 예를 들어, 1980년대 독일에서는 다른 소비재산업의 노동생산성이 연평균 4%씩 증가한 반면, 신발산업은 연간 1% 정도 증가한 것에 그쳤다. 같은 시기 미국에서도 신발산업의 노동생산성 증가는 연간 1.4%에 그친 것으로 나타났다(Colazzo, 1970).

이처럼 신발 생산공정의 자동화가 어려운 가장 큰 이유로는 재료자체의 특성을 들 수 있다. 신발 갑피의 경우, 재료로 사용되는 가죽과 섬유는 유연성이 커서 고정이 어려운데다 2차원의 재료를 3차원 모양으로 재봉해야 하는 어려움이 있다. 창 의 경우에도 밑창에 주로 사용되는 고무는 가공 전에는 반고체에 가깝고, 중창에

사용되는 EVA(Ethyl Vinyl Acetate)와 같은 합성수지들은 발포공정을 통해 그 모양이 크게 바뀌어서 역시 자동화가 어렵다. 또한 제품의 종류가 패션과 소비자의 개성에 따라 자주 바뀌는 것도 자동화를 저해하는 중요한 요인이 된다. 계절에 따라 제품이 계속 바뀌고, 많은 경우 제품변화에 따라 세부공정도 바뀌기 때문에 다양한 제품형태를 포괄할 수 있는 설비를 고안하기가 어렵다. 그러한 자동화 설비가 개발된다 하더라도 기업의 입장에서는 그 설비를 도입하는 것이 모험이 될 수 있다. 특히 다품종 소량생산화하고 있는 현재의 추세에서는 더더욱 그렇다. 많은 경우, 구식의 설비라도 숙련된 인력에 의해 운영하는 것이 훨씬 더 경제적일 수가 있는 것이다(산업자원부b, 2000).

또한 신발산업의 자동화가 어려운 요인으로 산업구조적 특징이 거론되기도 한다. 신발산업 자체가 자본집약적이지 않고, 전통적으로 중소기업 위주의 산업이기 때문에 설비의 현대화가 더 어렵다는 것이다. 기업들이 새로운 생산기술을 개발하거나 개발된 기술을 활용할 능력이 없기 때문이 아니라 대부분의 기업들이 소기업이거나 가족기업이어서 최신의 설비를 쉽게 도입할 여력이 없으며, 검증되지 않은 신기술의 도입에 따르는 위험도 감수하려 하지 않는다는 것이다. 이밖에 신발제조 공정의 표준화 문제, 준비공정의 복잡성, 그리고 OEM 생산의 경우 생산량이 고정되어 있지 않은 것도 자동화의 저해요인으로 제시되고 있다.

이상 신발산업의 특성을 요약하면, 경공업으로서 낮은 자본집약도 및 기술집약도에 높은 노동집약도를 보이며, 기술의 변화가 급격하지 않고 시장의 성장이 정체된 성숙산업으로 정리할 수 있다.

현재 세계시장을 장악하고 있는 Nike, Reebok, Adidas 등 주요 운동화 브랜드들은 거의 미국과 유럽의 브랜드들인데, 이들이 판매하는 대부분의 신발들은 아시아의 하청공장에서 생산된 것들이다. 제품기획과 디자인, 그리고 마케팅과 유통은 이들 브랜드 기업들이 관장하고 생산은 아시아의 공장에서 담당하는 국제적 분업이 이루어지고 있는 것이다(Casson, 1986).

국제분업체계가 확립된 것은 1960년대 후반부터라고 볼 수 있는데, 첫 주요 생산기지의 역할을 담당한 곳은 한국과 대만이었다. 특히 한국은 값싸고 풍부한 노동력, 강력한 정부, 약한 노동조합, 잘 확립된 원자재 및 부품 공급망 등 하청생산기지로서의 최적의 조건을 갖추고 1970년대 후반과 1980년대에 세계 최대의 운동화 생산국으로 성장한다. 1990년 미국에 수입된 운동화의 57%가 한국에서 생산된 것이었다. 그러나 1980년대 중반부터 생산기지가 인도네시아, 베트남, 중국 등지로 이전되기 시작했다. 한국과 대만의 인건비가 상승하면서 이들 두 나라가 생산기지로

서의 이점을 상실하기 시작했기 때문이다. 한국의 경우 1980년대 중반 이후 민주화의 물결을 타고 거세어지기 시작한 노사분규도 생산기지의 이전을 촉진하는 원인이 되었다. 이에 비해 인도네시아 등은 낮은 인건비, 강력한 정부, 약한 노동조합 등 과거 한국이 지녔던 생산기지로서의 장점을 갖춘 나라였다.

인건비와 관련된 몇 가지 통계를 보면 국제분업체제가 이루어질 수밖에 없는 이유와 또한 시간이 지나면서 생산기지가 바뀌는 이유를 알 수 있다. 우선 <표 9>에 나타난 UNIDO의 조사에 의하면 1990년대 중반 인도네시아의 종업원 1인당 연평균 임금액은 한국과 대만의 인건비의 1/10 밖에 안 된다. 이 정도의 인건비 격차라면 생산기지의 이전은 자명한 일이다. 그런데 인건비 절대액의 차이가 이렇게 큰데도 불구하고, 매출원가에서 인건비가 차지하는 비중이 나라별로 큰 차이가 나지 않는 것을 볼 수 있다. 이는 첫째, 저임금 국가에서 생산되는 신발자체가 저가품이기 때문이고, 둘째, 저임금 국가의 노동생산성이 낮아 같은 신발을 생산하는데도 더 많은 인원이 투입되기 때문인 것으로 풀이된다. <표 10>에서 보듯이 UNIDO의 통계와 달리, 우리 업계에서 조사된 자료에 의하면 제조원가에서 차지하는 한국의 인건비 비중이 현저하게 차이가 있음을 볼 수 있다(박홍주, 2001).

<표 9> 주요 국가별 신발산업 인건비 비교

국 가	최근 연도 (LY)	종업원 1인당 임금		매출원가 비중(%)		
		연평균 증가율(%)	평균연봉 (\$1000)	원자재 및 동력	인건비	영업이익
		1985-LY	LY	LY	LY	LY
미국	1995	0.1	16.6	50.5	20.0	29.4
독일	1994	-	26.3	-	16.8	-
일본	1995	0.6	31.7	55.3	21.9	22.8
한국	1995	8.6	12.1	53.3	19.4	27.3
대만	1996	4.3	10.8	78.9	17.7	3.3
인도네시아	1996	1.2	1.3	58.7	14.0	27.4
필리핀	1995	1.7	1.6	64.9	19.7	15.5
태국	1994	-	2.3	55.6	19.2	25.2
러시아연방	1995	-	0.7	56.3	17.3	26.5

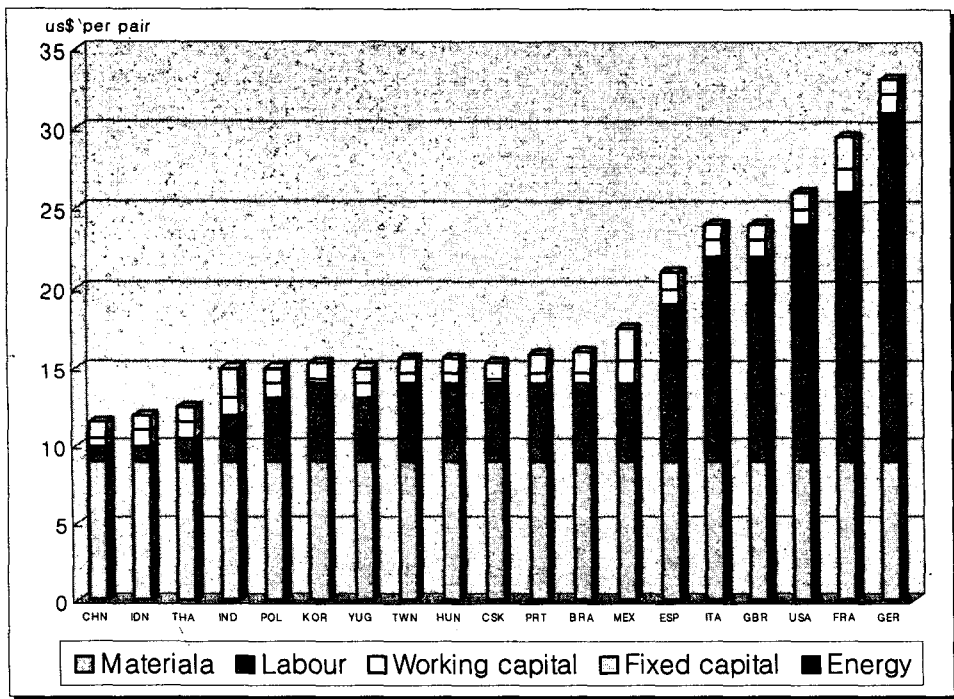
자료 : UNIDO, International Yearbook of Industrial Statistics 1999, pp. 78~79.

〈표 10〉 아시아 4개국의 제조원가 비교

(단위 : %)

구분	한국	중국	인도네시아	베트남
원자재비	57.4	69.5	65.0	65.0
인건비	27.3	11.7	12.8	13.3
기타 경비	15.3	18.8	22.2	21.7

자료: 산업자원부, 신발산업의 경쟁력 강화방안, 1997. 6., p. 23.



〈그림 1〉 19개국의 운동화 제조원가 비교

주 : BRA-브라질, CHN-중국, CSK-체코, ESP-스페인, FRA-프랑스, GBR-영국, GER-독일, HUN-헝가리, IDN-인도네시아, IND-인도, ITA-이탈리아, KOR-한국, MEX-멕시코, POL- 폴란드, PRT- 포르투갈, THA-태국, TWN-대만, USA-미국, YUG-유고
 자료 : 박홍주, 한국신발산업의 전략적 Outsourcing으로 북한진출에 관한 연구, 동의대학교 대학원 박사학위논문, 2001, p. 52.

같은 맥락에서, 국제노동기구(ILO)는 <그림 1>과 같이 1992년에 임금, 노동생 산성, 에너지비용, 원자재비, 자본비용 등 19개국의 시장조건을 근거로 표준적인 3

가지 종류의 신발에 대해 가상적 제조원가를 비교 분석한 바 있다. 남성용 정장구두, 여성용 정장구두, 혁제 운동화 등 3가지 종류의 신발 중 가장 많이 생산되는 모델을 택하였고, 같은 공정과 설비를 사용한다는 가정 하에 원가를 계산하였다. 분석 결과 3가지 종류의 신발에 대해 거의 비슷한 순위가 나타났다. 독일이 가장 높았으며 그 다음 프랑스, 미국, 영국, 이탈리아, 스페인, 멕시코 순으로 차츰 제조원가가 줄어들다가, 브라질, 포르투갈, 체코, 헝가리, 대만, 유고, 한국, 폴란드, 인도가 거의 비슷한 가격대를 형성하고, 마지막으로 태국, 인도네시아, 중국이 가장 낮게 나타났다.

이는 선진국과 저임금국간의 원가차이가 큰 것을 볼 수 있고, 그러한 차이의 주된 요인이 인건비라는 것도 알 수 있다. 혁제운동화의 경우 같은 기술을 사용하여 동일한 운동화를 생산하려면 중국에 비해 이탈리아는 2배, 독일은 3배의 돈이 드는 것으로 나타났다. 그리고 한국 및 대만과 중국과의 차이는 3달러 내외로 비교적 크지 않은 것처럼 조사되었다. 또한 이 조사는 몇 가지 변수를 다르게 하여 가상의 시나리오 하에서 제조원가를 계산하기도 하였는데, 그 중 뚜렷한 변화를 보인 것은 저임금국에서 재봉된 갑피를 수입하는 경우였다. 남성용 정장구두의 독일 제조원가는 인도의 그것에 비해 110% 높았지만, 인도에서 재봉된 갑피를 수입하여 독일에 서 조립하면 원가 차이는 23%로 줄어드는 것으로 나타났다. 이는 대부분 인건비 소요액이 수작업으로 이루어지는 재봉공정에 집중되어 있기 때문이다(산업자원부b, 2000).

<표 11>은 부산 신발산업의 기술수준을 비교해 보면 치공구 신골 설계기술이 미국·이탈리아의 20%수준, 시각디자인이 미국의 50%수준으로 낮지만, 중창제조기술, 재단기술, 재봉기술, 상품화개발분야는 100%로 세계 최고를 자랑하고 있다. 밑창제조의 정련 자동화 수준과 완제조립 가황자동화 수준은 0%수준이어서 생산성향상의 걸림돌이 되고 있고, 재단자동화, 성형자동화, 물류자동화와 같은 부분도 50-60%수준에 불과하여 경쟁력 향상을 저해하는 요인으로 작용하고 있다. 그러나 소재부문은 경쟁대상국에 비해 5~50%정도 높은 수준이고, 시제품을 개발하는 기술은 80%정도의 수준이다. 따라서 한국신발산업의 중창재단 기술수준은 세계에서 제일 높지만, 치공구 설계디자인 기술은 미국, 이탈리아의 50% 수준으로 부분적으로는 경쟁력이 있으나 디자인과 같은 중요기술은 아직도 취약하다고 평가할 수 있다(김석관, 2000).

〈표 11〉 부산 신발산업의 기술수준 평가

구 분	기술명	요소기술 내용	기술수준 평가				
			한국	경쟁 대상국			최고기술 보유국(100)
				대만	동남아	중국	
밀창 제조	정련	배합가공 자동화수준	80 30	80 60	70 30	60 30	일본 이탈리아
	밀창성형	중창제조기술 밀창제조기술	100 80	95 80	60 40	40 30	이탈리아 이탈리아
갑피 제조	재단	재단기술 자동화수준	100 40	100 50	70 20	70 20	한국 영국
	재봉	재봉기술 자동화수준 관리수준	100 60 90	90 70 90	70 40 60	60 20 40	한국 일본/독일 일본
완제 조립	성형 (lasting)	성형기술 자동화기술	90 60	90 60	70 40	60 30	영국 영국
	접착	접착기술	80	80	60	40	영국
	가황	가황기술 자동화수준	70 0	80 20	60 0	60 0	이탈리아 이탈리아
관리	생산관리	통합관리력	60	70	50	30	일본
	물류	물류자동화	60	70	50	30	일본
소재 개발	갑피소재	천연피혁	80	75	50	40	이탈리아
		합성피혁	70	80	40	30	일본
		원단류	80	80	40	30	일본
	밀창소재	고무	80	80	70	60	미국
PU		70	80	60	40	미국	
EVA		90	85	50	40	이탈리아	
신소재 등		70	80	40	30	미국	
제품 개발	디자인	시각디자인	50	45	40	30	미국
		제품디자인	60	60	40	20	미국
	시제품 개발기술	패턴개발	80	80	50	30	미국
		부품개발 상품화개발	70 100	70 100	40 60	20 50	미국 미국
치공구 제작	신꼴	설계기술	20	30	0	0	미국/이탈리아
		가공기술	80	80	40	20	이탈리아
	금형	설계기술	60	70	30	10	이탈리아
		가공기술	70	80	40	20	이탈리아

자료 : 김석관, 신발산업의 기술혁신 패턴과 전개방향 (서울: 과학기술정책연구원, 2000), p. 102.

〈표 12〉 소비자 만족도

(단위 : %로 추정된 만족도)

수출국 \ 수입국	미국	일본	독일
한국	100	100	80
대만	80	100	60
인도네시아	60	96	60
중국	60	96	-

자료 : 지역산업진흥대책, 산업연구원, 1999. p. 3.

지금까지 한국 신발업체들은 고유 브랜드 없이 OEM방식에 의한 수출에 의존해 왔고, 신발제조업체의 규모도 영세한 관계로 독자적인 마케팅을 하기에는 애로점이 많았다. 최근 (주)학산의 VITRO 테니스화 및 배드민턴화, 성호실업(주)의 TREKSTA 등산화 등은 중소규모의 신발업체 임에도 불구하고 특정한 영역의 신발개발 및 판매를 위한 마케팅을 전개하여 많은 성과를 거두고 있다. 특히 <표 12>에서 보듯이 한국에서 생산된 신발의 소비자 만족도는 선진국 시장에서 경쟁관계에 있는 국가들보다 높게 인지되고 있는 것은 부산 신발산업의 잠재력이 크다는 사실을 증명해 주고 있다(산업연구원, 1999).

IV. 부산 신발산업의 과제

부산의 신발산업이 노동집약적인 사양산업으로 전락되지 않고 지식집약형의 성장산업으로 나아가기 위해서는 몇 가지의 과제를 해결해야 할 필요성이 있다. 부산 신발산업이 갖고 있는 몇 가지의 과제를 정리해 보면,

첫째, 고임금으로 인한 가격경쟁력이 약화를 들 수 있다. 1996년도 기준으로 월 평균임금이 중국의 11배나 되는 800달러에 달할 정도로 평균임금의 과도한 격차로 인하여 고품질의 원활한 부품공급에도 불구하고 가격경쟁력이 상실되어 있다. 이러한 고임금 인건비는 신발제조 원가에도 영향을 미쳐 1996년도 기준 신발 한 켤레 당 단가가 중국의 2배나 되는 20.4달러에 달해 경쟁력 약화의 주요 원인으로 지적되고 있다.

둘째, 생산자동화 및 유연생산시스템 설비의 미흡을 들 수 있다. 대기업이나 자가 브랜드 수출업체만이 15%정도의 자동화 설비수준을 갖추고 있고, 소비자들의 다양한 수요변화에 따른 다품종 소량생산시설이 미흡하여 급격한 구조조정에 따른 규모축소로 자체 투자여력이 절대적으로 부족한 실정이다.

셋째, OEM 생산방식에 의존하여 자가 브랜드 개발이 미흡하다. 우리 나라 신발 수출의 90%이상이 OEM방식이고, 14개 업체 정도만이 자체브랜드를 개발하여 제품을 생산하여 판매하고 있으나 그 비중이 극히 미흡한 수준이다.

넷째, 외국바이어 유치 애로 및 해외마케팅의 미흡을 들 수 있다. 신발업체의 도산과 지리적 분산 및 공동전시판매장이 없어 바이어 유치에 애로점이 많고, 해외마케팅 미흡으로 자가브랜드도 수출보다는 내수에 치중하는 경향이 높다. 다행히 최근 부산 국제신발·피혁전시회(BIFOS)를 매년 부산전시·컨벤션센터(BEXCO)에서 개최하여 해외 바이어의 유치 및 마케팅쪽에 눈을 돌리고 있다.

다섯째, 해외 유명브랜드에 의한 내수시장의 잠식을 들 수 있다. 1994년부터 증가하기 시작한 신발수입 물량이 이제는 수출을 상회할 정도로 증가되고 있고, 시장 주도권도 르까프, 프로스펙스, 라피도 등을 주축으로 한 국내브랜드에서 Fila, Adidas, Reebok, Nike 등의 해외 유명브랜드 중심으로 반전되고 있다. 그 이유는 풍부한 자금력과 브랜드파워를 바탕으로 한 마케팅의 강화, 제품 및 가격우세, 젊은 층의 아메리칸 스타일 확산, 디자인의 고급화, 패션의 동시화 등에 있다. <표 13>에서 보듯이 고가브랜드 내수시장에서 국내 고유브랜드의 비중은 30%대로 하락하여 해외브랜드에 역전되고 있다.

<표 13> 고가 브랜드 운동화 판매현황

(단위 : 억 원, %)

구분	1993	1994	1995	1996	1998
해외브랜드	1,124	1,371	1,679	2,141	2,800
고유브랜드 (비중)	1,223 (52.1)	1,322 (50.1)	1,625 (49.2)	1,720 (41.6)	1,200 (30.0)
합계	2,347	2,639	3,304	4,134	4,000

주 : 해외브랜드는 나이키, 리복, 아디다스, FILA, 고유 브랜드는 프로스펙스, 르까프
자료 : 한국신발산업협회, 신발, 1998. 12. pp. 127-128.

여섯째, 재무구조가 취약하다. 부산 신발산업은 자기자본비율이 1990년에서 1991

년 사이에 적자폭의 확대로 자본이 감소되면서 부채비율이 대기업은 1100%, 중견기업은 2500%로 전국 700%보다 1.5~3배 많다. 그렇다고 기업의 재무레버리지 효과를 기대할 수도 없다. 이러한 재무구조로서는 자동화기술개발, 자가 brand개발, 마케팅활동 등에 투자할 여유가 없다. 또한 운영자금의 부족으로 인한 기업경영활동의 위축도 신발산업의 경쟁력을 저하시키는 주요한 문제점이 될 수 있다

마지막으로 연구개발투자를 소홀히 하였다. 나이키의 경우는 국내에 3개의 개발 센터를 설립 운영하여 국내의 나이키 생산기지에서도 제조할 수 있는 샘플을 제작하는 등 연구개발에 집중적으로 투자하고 있지만, 국내기업은 사양산업이라는 이름 때문에 적극적인 연구개발에 대한 투자가 이루어지지 않고 있으며, 기업의 규모가 해외이전에 따라 중소기업 위주로 전환되어 연구개발에 대한 투자여력이 부족하여 투자를 소홀히 하였다.

지난 1992년부터 1995년까지 3년간의 상공부에서 신발산업을 합리화 업종으로 지적하여 신발산업의 회생을 도모하였다. 산업합리화 업종으로 지정된 이후에도 계속적인 신발업체의 해외이전과 투자, 휴·폐업과 도산에 의한 대대적인 신발산업의 구조조정이 일어났으나 실패로 끝나고 말았다. 합리화사업이 실패로 끝난 이유는 첫째, 합리화자금 지원능력에 상응하는 신발업체들의 담보제공능력이 부족하여 대부분의 자금이 소진되지 못하였고, 둘째, 고금리 등 높은 금융비용 부담도 지원실패의 한 요인이며, 셋째, 자금의 용도지정 및 운용의 비현실성 등도 하나의 요인으로 작용한다. 즉 당시의 여건으로는 시설투자 및 개체자금 보다는 운전자금 지원이 시급하였으나 이를 간과하였다.

또 정부의 산업정책이 중화학공업 위주로 전개되고 있기 때문에 신발산업과 같은 경공업분야에 대한 지원은 상대적으로 미흡하였다. 예를 들어, 한국산업은행의 산업별 대출금 잔액추이를 살펴보면 산업에 대한 정부의 지원정도를 간접적으로 파악할 수 있는데, 1992년말 기준 제조업 대출금잔액 10조2천억 가운데 신발산업은 186억원으로 비중이 0.18%에 불과하고, 1998년에도 제조업 대출금 잔액에서 신발산업이 차지하는 비중은 0.17%에 불과하다.

이러한 신발산업은 최근 산업자원부와 부산광역시가 주축이 되어 추진중인 신발산업 육성 4개년 계획(2000년~2003년)에 따라 4,107억원을 투입하여 부산 신발산업의 경쟁력을 강화하기 위한 정책을 추진하고 있다. 정부정책에 따르면 2003년까지는 신발단지의 조성과 물류센터의 건립 등과 같은 제도약 기반을 조성하고, 2005년까지는 고부가가치 창출을 위해 자동화, 인력양성, 연구소 강화, 창업지원 등을 통해 기술고도화를 달성하며, 2010년까지는 일류브랜드의 육성과 해외마케팅강화를

통한 일류화를 달성하는 3단계로 이루어져 있다(삼성경제연구소, 2000).

따라서 신발산업의 경쟁력을 강화시키기 위한 정부의 정책적인 과제는 첫째, 신발관련 산·학·관 협력체계가 유기적으로 형성되어야 한다. 둘째, 신발산업을 반도체 등과 같이 전략산업으로 지정하여 정책적으로 육성하기 위한 재정지원을 활성화해야 한다. 셋째, 2003년에 끝나게 되는 신발산업 육성 4개년 계획을 계속적으로 뒷받침할 수 있는 재정정책 방안이 마련되어야 한다. 넷째, KOTRA 해외지사, 정부의 해외공관, 종합무역상사의 해외지사 등을 통한 해외마케팅을 전개할 수 있도록 제도화하는 등 적극적 비용 지원도 검토되어야 할 것이다. 다섯째, 신발관련 국내외 기술 및 경영정보를 업체에 제공할 수 있도록 인터넷 정보망을 구축하는데 적극 지원한다. 여섯째, 외부 정보자원 활용도 제고와 기업과 공유 활용할 수 있게 정부지원이 필요하다. 일곱째, 전자상거래를 위한 법적, 제도적 준비를 철저히 한다.

V. 결 론

오늘날 세계 신발산업의 추세는 신발산업의 가치체인(value chain)상 각각의 기능이 국제적으로 분업화되어 네트워크를 형성해 가고 있다. 즉, 선진국의 신발업체들은 신발의 디자인·개발, 생산, 마케팅 등 경영기능이 여러 국가에 분산되어 있는 세계적인 분업구조를 주도하고 있다. 반면에 개발도상국들은 생산을 전담하면서 선진국들이 주로 하고 있는 네트워크에 참여하는 형태로 세계 신발산업의 구조가 재편되고 있다.

부산의 신발산업은 1990년 43억 달러를 수출하여 세계시장에서 16.5%의 점유율을 기록하여 세계 2위의 수출국이었으나, 1998년에는 12억4천만 달러로 불과 3.6%의 시장점유율을 기록하여 세계 9위의 수출국으로 전락하게 되었다. 한국의 신발산업이 몰락하게 된 주요한 원인으로는

첫째, 신발수출의 90% 이상이 OEM방식으로 생산되고 자가 브랜드의 개발이 부진하고 해외 바이어들의 이탈에 따른 생산물량의 급속한 감소로 생산시설 대비 주문량의 부족에 있다. 둘째, 1987년 6.29 선언이후 급속한 국내 인건비의 상승으로 가격경쟁력의 상실을 들 수 있다. 1996년말 기준 부산 신발산업근로자의 월평균 임금은 중국의 11배에 해당하는 800달러에 달하여 고품질의 원활한 부품공급과 생산기술의 우월함에도 불구하고 급격한 가격경쟁력의 약화를 가져왔다.

또 부산 신발산업의 80%를 차지하던 생산시설들이 부산지역 신발산업의 공동화

현상에 따라 여러 지역으로 분산됨으로써 외국바이어 유치가 힘들어지게 되었고, 해외 마케팅의 미흡으로 (주)학산의 VITRO, 국제상사(주)의 Pro-Specs, (주)화승상사의 르까프 등 자가브랜드 수출보다는 내수에 의존하게 되었다. 1994년부터 급격히 증가하기 시작한 한국의 신발수입물량은 2000년 6월 기준으로 수출액을 넘어 서게 되었고, 특히 Nike, Reebok, Adidas 등 해외 유명브랜드들에게 내수시장의 주도권이 넘어가는 현상이 나타나고 있다. 특히 제품 및 가격의 우세, 아메리칸 스타일의 확산, 패션의 동시화 등을 충족시키는 해외유명브랜드의 마케팅전략을 한국 업체들이 따라잡지 못하고 있는 실정이다.

그러나 부산지역을 중심으로 한 한국신발산업은 생산기술, 첨단소재 및 부품산업의 측면에서는 여전히 세계 최고의 경쟁력을 가지고 있고, 태광실업(주)을 주축으로 한 Nike의 개발센터, 아세실업(주)의 Airwalk 개발센터 등이 여전히 국내에 위치하고 있는 것은 부산 신발산업의 비교경쟁우위를 나타내는 좋은 예이다. 더구나 부산 신발산업을 희생시키기 위한 정부와 부산광역시의 노력으로 2000년부터 4년간에 걸쳐 4,107억원의 국가예산이 투입되어 노동집약적 산업을 지식집약형의 산업으로 전환시키기 위한 프로젝트가 진행되고 있는 만큼 부산 신발산업의 경쟁력을 회복하기 위한 산·학·관 협력체계가 확립되어 지식집약적인 고부가가치의 제품이나 기술 및 소재의 개발에 노력을 기울여야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 강호상(1990), 한국신발산업의 경쟁력 분석과 국제화 전략, 서울 : 국제무역경영연구원.
2. 김석관(2000), 신발산업의 기술혁신 패턴과 전개방향, 서울 : 과학기술정책연구원.
3. 박홍주(2001), “한국 신발산업의 전략적 Outsourcing으로 북한진출에 관한 연구,” 동의대학교 대학원 박사학위논문.
4. 부산광역시(1999), 신발산업의 전망과 전략, 부산 : 부산광역시 경제진흥국.
5. 부산신발지식산업협동조합(2000), 부산 신발산업의 대북 투자계획과 신발산업의 전망, 부산 : 부산신발지식산업협동조합.
6. 산업연구원(1999), 지역산업진흥대책, 서울 : 산업연구원.
7. 산업자원부a(2000), 신발산업기술개발에 관한 산업분석, 서울 : 산업자원부.
8. 산업자원부b(2000), 신발산업분야 제조기술개발 : 지역특화기술개발사업, 서울 : 산업자원부.
9. 산업자원부(1997), 신발산업의 경쟁력 강화방안, 서울: 산업자원부
10. (주)삼성경제연구소(2000), 부산신발산업 육성을 위한 타당성 조사연구 : 중간보고서, 서울 : 삼성경제연구소.
11. 삼성경제연구소(1999), 21C 신발산업의 지식집약화 전략, 서울 : 삼성경제연구소.
12. 새정치국민회의 정책위원회(1999), 부산 신발산업 육성정책 공청회, 서울 : 새정치국민회의.
13. (주)영창산업 · (주)영창신기술(1998), IMF극복을 위한 신발산업의 발전방안과 대응전략, 부산 : 영창산업.
14. 오경태(1999), “부산신발산업의 가격경쟁력 제고에 관한 연구,” 동아대학교 경영대학원 학위논문.
15. 통계청(1990. 1- 2000. 12), 통계연감 및 통계자료.
16. 한국무역협회(1990-2000), 무역통계연감, 서울 : 한국무역협회.
17. 한국신발산업협회(1992. 1.-2000. 10), 신발.
18. 한국신발 · 피혁연구소(1990-2000), 신발 · 피혁산업통계자료집, 부산 : 한국신발 · 피혁연구소

19. 현대아산(주)(2000), 개성산업단지 투자환경, 서울: 현대아산(주)
20. Adidas(1998), *Making a Difference*, Herzogenaurach : Adidas.
21. Casson, M.(1986), *Multinationals and World Trade : Vertical Integration and the Division of Labour in World Industry*, London: Allen & Unwin.
22. Cheskin, M. P.(1987), Sherkin, K. J., & Bates, T., *The Complete Handbook of Athletic Footwear*, New York : Fairchild Publication.
23. Colazzo, C. J.(1970), *The Development of Research Activities in the Footwear Industry : A Study of the Potential Needs and Achievement of Research, Technology and other Intellectual Activities in the Footwear Industry*, Merrimack Valley Industrial Information Center.
24. Footwear Industries of America(1998), *Survey of the State of the Art in Footwear Manufacturing and Identification of Priorities and Mechanisms to Accelerate the Development and Application of Advanced Technology in the U.S. Footwear Manufacturing Industry*, Washington, D.C. : Footwear Industry of America.
25. Harvey, A. J.(1982), *Footwear Materials and Process Technology*, Palmerston North, New Zealand : LASRA Publication.
26. Hays, S.(1999), *The Story of Nike: Spirit of Success*, Mankato, Minnesota : Smart Apple Media.
27. ILO(1979), *The Effect of Technological Progress on Working Conditions and Working Environment in the Leather and Footwear Industry*, Geneva : ILO.
28. ILO(1984), *Social and Labour Practices of Multinational Enterprises in the Textile, Clothing and Footwear Industries*, Geneva: ILO.
29. Katz, D. R.(1994), *Just Do It: The Nike Spirit in the Corporate World*, Horbrook, MA. : Adams Media Corporation.
30. UNIDO(1999), *International Yearbook of Industrial Statistics*, UNIDO.
31. U.S. International Trade Commission(1998), *Nonrubber Footwear Quarterly Statistical Report*, June.
32. Willigan, G. E.(1992), "High-Performance Marketing: An Interview with Nike's Phil Knight," *Harvard Business Review*, July-August pp. 90~101.

Abstract

A Study on the International Competitiveness and Problems in Busan Shoe Industry

Park, Heung-ju · Bin, Bong-sik · Song, Kyung-soo

The Busan shoe industry has been the accelerating overseas transfer of production facilities due to loss of competitiveness in the wake of drastic revaluation of the won, an increase in personnel expenses and the rise of backup developing countries since the late 1980s. On account of changes in the general system of supply and demand caused by a decrease in exports and production, the industrial structure has been subjected to a transition from export to domestic demand. As a result, the Busan shoe industry, which used to rank second in the world in terms of its shoe export and to account for 16.5% in terms of its market share, started to be regarded as a fast-fading industry.

As a domestic companies have a tendency to almost all the tasks en bloc, it is true that their competitiveness is on the rapid decline for they prefer self-reliance on the premise that all the production should be dealt with for themselves. It is outsourcing that is taken into account as a strategic vehicle for converting such self-reliance into the system of low expenditure and high efficiency.