

# IMF 전·후의 국내 가구제조업의 활성화 방안에 대한 연구

## A Study on the Activation Plan of the Domestic Furniture Manufacture Before and After IMF Economic Crisis

김인호\* / Kim, In-Ho

### Abstract

The purpose of this study is to present the advanced plans to get the activation of the domestic furniture manufacture, considering the conditions of the furniture market and business environments before and after IMF Economic Crisis. These are necessary to get over some problems which result in reduction of demand, consumption, and investment under the recession. The furniture manufacture should take the occasion as a pertinent opportunity to strengthen the competitive edge and step up the exploration of the international markets. It is reasonable to conclude that the advanced plans should be designed, implemented, and expanded through the inducement of the government, manufacturers, and foreign investors.

키워드 : 가구제조업, IMF 경제위기

## 1. 서론

### 1.1. 문제제기 및 연구목적

1997년 말에 경기침체의 지속, 외채증가와 환율고평가 그리고 은행부실의 누적상황에서 동남아의 외환위기로 촉발된 단기 자본의 대량유출이라는 일종의 금융패닉(panic)사태로 우리나라의 외환위기 또는 통화위기가 발생하였다. 이러한 경제위기 이후 금리와 회사채수익률의 급등, 환율의 평가절하, 주가의 폭락 등을 초래하였다. 또한 경기는 침체되고 실업률은 증가하고 금융시장은 상당히 경색되어 경제상황이 크게 악화되었다. 이러한 IMF환경 하에서 전반적인 소비 위축 추세에 따라 국내 가구의 소비가 급격히 감소하였다. 이 같은 일련의 국내 가구의 근본적인 급감 원인은 첫째, 어떠한 상황에서도 대처할 독자적인 디자인 개발능력이 디자인 선진국에 비해 미흡하고 둘째, 가구분야에 있어서 전문적인 기능을 가진 디자이너가 부족하며 셋째, 일부 가구제조기업들이 제품의 품질이나 가격 등의 표준화를 이루지 못하고 있으며 넷째, 국외 가구디자인을 모방하는 현상의 일반화 등이다. 이러한 현실은 세계적으로 구매력 있는 디자인의 창출에 걸림돌이 될 뿐만 아니라 가구의 생산에 있어서도 비효율적이고 판매에 있어서도 매출저하의 요인으로 나타날 수 있다. 또한 거의 수입에 의존하는 원·부자

재의 조달비용의 증가와 내수시장에 집중되어 있는 생산체제에 따른 원가상승으로 동종업체간의 판매경쟁과 품질저하현상을 초래하는 등 여러 문제점을 포함하고 있다.

이에 따라 정부는 디자인 진흥정책의 일환으로서 디자인 전문성과 국제적인 경쟁력을 키워 나갈 수 있는 체계적인 디자이너의 교육에 힘을 쏟아야 할 것이며 기업의 디자인 투자확대를 위한 제도적 지원과 디자인 핵심 및 기술개발을 위한 디자인 전문회사 및 연구소를 육성하여야 할 것이며 국내 가구제조기업은 디자인 부문의 투자확대는 물론 디자이너의 자율성을 보장해야 하며 기업디자인 연구소를 통한 신재료, 신기술 개발에 대한 연구를 수행하여야 할 것이다. 따라서 국제화에 부응하기 위해서 국내 가구제조업의 특성, 현황 및 문제점 등을 파악한 후 가구제조업의 활성화 방안을 살펴보고자 한다.

### 1.2. 연구방법 및 논문의 구성

본 논문의 연구방법은 앞 절의 연구목적에 따라 주로 제 2차적 자료인 문헌조사를 통하여 가구제조업과 관련된 경제환경 변화에 따른 가구제조업의 현 상황 등을 파악하고 가구제조업의 활성화 방안을 제시하고자 한다. 특히 가구제조업의 분석에서 한국은행, 통계청, 산림청 및 무역협회 등이 공시하는 연도별 통계자료를 이용하여 그 현황을 파악하고 비교·검토함으로써 국내의 가구제조업의 활성화를 모색하는데 있어서 참고가 될 수 있는 자료를 제공하고자 한다. 본 논문의 구성으로 제 2

\* 정희원, 가야대학교 실내디자인학과 조교수

장에서는 가구제조업의 특징 및 현황 등을 살펴보고 제 3 장에서 가구제조업의 문제점을 도출하며 제 4 장에서 가구제조업의 활성화 방안을 살펴보고 제 5 장에서 결론을 맺고자 한다.

## 2. 가구제조업의 특징 및 현황

### 2.1. 가구제조업의 특징

가구제조업은 원재료 구입을 위한 자금을 투입한 후 제품 완성시까지 소요되는 시간이 장기간이고 또한 판매되어 자금이 회수되는 기간은 전체 제조업 중 최장기간으로서 원재료, 중간제품 등의 재고자산 비중이 높은 업종이다. 즉 재고자산회전율이 낮은 업종이다.<sup>1)</sup> 가구제조업의 특징을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 노동집약형 산업이다. 가구제조업은 다른 제조업에 비해 제품의 생산과정상 공정의 세분화와 다양성에 따른 많은 수작업이 요구되어 많은 종업원을 필요로 한다. 특히 목재가구제조업 및 금속가구제조업 등 모두 노동장비율, 기계장비율 및 자본집약도 등이 제조업의 절반이나 10%수준에 머무르고 있으며 높은 노동의존도를 나타내고 있어 가구제조업은 고용효과가 큰 산업이라 할 수 있다.<sup>2)</sup> 둘째, 중소기업형 산업이다. 가구제조업은 다양한 생활공간이나 환경의 차이, 소비자의 연령, 라이프스타일, 소득수준에 따라 욕구의 다양화에 부응하는 다품종 소량생산 시스템과 품목별로 전문화된 중소기업에 적합한 산업이다. 따라서 현대 사회와 같이 유행의 수명이 단기간이고 변화 또한 심한 때에는 대규모의 일괄 생산보다는 다품종 소량생산체제가 소비자의 욕구 충족을 위해 적합하다. 셋째, 고부가가치 산업이다. 1960년대 이후 목재관련 산업이 노동집약적, 자원소모적인 합판산업을 중심으로 발전해 왔기 때문에 대부분 표준화된 기술로서 부가가치가 높은 제품을 생산하기에는 한계가 있었다. 그러나 가구제조업은 목재를 가공하는 제조업 중에서 제품의 디자인과 기능에 따라 차별화가 가능하고 기술수준에 따라서 높은 부가가치를 실현할 수 있는 고부가가치산업으로 발전 가능성이 높은 편이지만 불황기에는 파격적인 가격저하로 과당경쟁양상을 초래하기도 한다. 넷째, 수요탄력적 산업이다. 가구제조업은 당기의 주택경기, 소득수준 등 경제여건에 따른 사회적 상황과 관련도가 높은 산업이다. 국민의 주요 생활필수품인 가구의 수요는 인구증가와 소득증가, 생활공간 및 사무공간의 질적 수준향상에 따라 지속적으로 증가하고 있고 고가화 되고 있으며 유행의 변화에 따라 수요를 창출할 수 있는 패션 산업이다. 다섯째, 수출산업화가 가능한 산업이다. 가

구제조업은 원재료와 제조기술보다는 디자인과 제품성능에 의한 가격결정력이 큰 산업으로 1980년 이후 다른 목재산업부문의 수출액이 감소한데 비해 가구제조업부문은 증가세를 나타내고 있으며 우리 민족의 장인정신과 독특한 문화와 섬세한 기술력에 적합한 산업분야이고 국가의 디자인 진흥정책과 국제 경쟁력 향상에 따른 수출 산업화전망이 좋은 분야이다. 여섯째, 제품수요량의 변동이 많은 업종이다. 최근 국내의 가족구조의 변화에 따른 결혼생활에 대한 인식의 변화로 이전에 국내 가구 시장의 50%를 점유한 혼례용 가구가 차지하는 비중이 타가구와 비슷해지는 경향이 나타나고 있다. 특히 인터넷의 활성화와 벤처창업과 같은 사회적 요인과 현대로 갈수록 변해 가는 신세대들의 결혼에 대한 의식 변화에 따라 소비의 증감이 이루어지는 추세이다.

### 2.2. 가구제조업의 현황

#### (1) 업종 및 규모별 가구제조업의 현황

국내 총가구제조업체수는 2001년 기준으로 3,137개 업체가 있다. <표 1>에서 국내 가구제조업체의 수를 살펴보면, 1986년을 기준으로 할 때 1987에 약 11%의 증가를 나타냈고 1988년에는 약 1.6%의 증가, 1989년에는 서울올림픽의 개최로 인하여 약 34%의 증가를 나타냈다. 이후 1991년에는 약 -4.1%, 1993년에는 약 22.5%의 증가로 국내의 경제안정상황을 반영하였으나 1997년 말 외환위기로 인한 IMF관리하에서 약 -13.5%의 감소, 1998년에는 약 -26.6%의 최대 감소추세를 보였다. IMF 외환위기기간에서 사회 전반적인 소비위축심리로 인하여 대부분의 가구제조업체가 매출 감소현상으로 사업축소 및 업종변경과 함께 소수는 부도상황에 직면한 것으로 나타났다. IMF 이후 소비자들의 저가 위주의 소비심리로 인해 생산에서도 저가원자재 생산방식이 채택되어 전반적인 품질 저하현상이 나타났으나 1999년에 진입하면서 경제가 회복됨으로써 1999년 말 이후에는 가격과 품질면에서 안정된 업체를 중심으로 국외 수출에 심혈을 기울이고 있는 것으로 나타났다.<sup>3)</sup>

<표 1> 가구제조업체수

연도 구분	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
업체 수	150	167	170	227	247	242	249	305	307	331	317	274	201	243	281
증감율	-	11.1	1.6	33.5	8.9	-2.1	3.1	22.5	.6	7.7	-4.3	-13.5	-26.6	20.6	15.9

<표 2>에서 목재가구제조업체수를 살펴보면, 2001년의 경우, 목재가구제조업체수가 2,231개로 전체가구제조업체수인 3,137개 중의 약 71%를 차지하고 있어 국내 가구제조업의 대부분이 목

1) 대한가구공업협동조합연합회, 가구소식, 1992, 10, p.23  
 2) 강호양, 장상식, 김세빈, 가구산업의 현황과 전망, 가구조합 30년사, 대한가구공업협동조합연합회, 1993, p.190

3) 통계청, 광공업통계조사보고서, 산업별 총괄자료.

재가구제조업을 중심으로 형성되고 있는 실정이다. 또한 총 2,231개에서 종업원 20명 미만의 소기업은 1,977개로 약 88%를 차지하고 있고 20명 이상 299명 이하의 중소기업은 251개로 약 11%, 300명 이상의 대기업은 3개로 약 1%를 나타냈다.

<표 2> 규모별 목재가구제조업체수(단위: 개)

연도	소기업		중소기업				대기업		합계
	5-9	10-19	20-49	50-99	100-199	200-299	300-499	500이상	
1985	588	304	119	30	19	6	6	8	1,050
1986	576	358	143	38	16	7	6	10	1,154
1987	583	412	175	44	14	7	6	10	1,215
1988	555	397	181	33	17	8	3	10	1,204
1989	728	633	265	50	23	8	9	12	1,727
1990	874	627	295	39	18	11	5	12	1,881
1991	990	659	300	59	23	11	7	12	2,061
1992	1,086	638	300	59	24	11	8	11	2,137
1993	1,503	745	321	66	27	10	17	11	2,700
1994	1,515	767	319	65	30	9	12	7	2,724
1995	1,771	726	317	59	30	10	8	8	2,929
1996	1,359	570	247	20	20	2	14	4	2,251
1997	1,202	473	194	16	16	8	6	3	1,937
1998	842	354	139	14	14	6	2	2	1,388
1999	1,109	413	185	25	19	2	3	1	1,757
2000	1,257	470	180	33	15	2	3	1	1,961
2001	1,486	491	202	32	14	3	2	1	2,231

<표 3> 규모별 금속가구제조업체수(단위: 개)

연도	소기업		중소기업				대기업		합계
	5-9	10-19	20-49	50-99	100-199	200-299	300-499	500이상	
1985	108	83	79	17	12	1	2	-	302
1986	110	105	83	23	14	5	2	-	342
1987	127	131	94	37	15	5	1	-	410
1988	162	149	121	30	20	3	1	-	487
1989	170	190	117	38	15	2	-	-	532
1990	206	194	138	30	9	4	-	-	580
1991	103	107	66	18	4	1	-	-	299
1992	120	102	72	10	4	-	-	-	308
1993	163	111	74	15	7	-	1	-	371
1994	167	100	69	14	6	-	-	-	356
1995	194	109	70	8	3	1	-	-	385
1996	187	110	60	14	3	2	-	-	376
1997	198	93	55	12	2	-	-	-	360
1998	150	82	43	7	2	-	-	-	284
1999	165	96	44	12	1	-	-	-	319
2000	204	98	66	12	1	-	-	-	382
2001	219	88	62	8	1	-	-	-	378

또한 <표 3>에서 금속가구제조업체수를 살펴보면, 2001년의 경우, 금속가구제조업체수가 378개로 전체가구제조업체수인 3,137개 중의 약 12%를 차지하였다. 이는 국내 목재 및 금속가구제조업의 영세성 및 중소기업형 산업이라는 특징을 나타내었다.

(2) 품목별 생산현황

주요 품목별 생산현황을 <표 4>에서 살펴보면, 1996년의 가구제조업체수가 -4.3% 감소한 결과로 인해 1996년에는 전년도에 비해 -1.6%만큼 감소한 약 1조 5천억원의 생산액을 기록하였다. IMF기간인 1998년은 1997년에 비해 -38.6%로 급감하여 최악의 생산액인 약 9천억원을 나타내었다. 이는 1998년의 가구제조업체가 전년도에 비해 -26.6%만큼 급격히 감소한 결과에 따른 것이라고 볼 수 있다. 또한 2000년 이후는 국내 경제전반

이 호조를 나타냄에 따라 IMF이전의 생산액만큼 점차 증가하는 추세로 근접하고 있다고 볼 수 있다.4)

<표 4> 품목별 생산현황(단위: 백만원)

구분	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
문갑	66,099	47,620	30,244	16,257	39,606	62,101	-
화장대	40,555	26,714	21,002	25,677	15,729	11,999	-
장농	570,713	595,896	600,000	402,046	361,409	385,009	451,759
장식장	218,912	183,650	307,245	158,110	156,959	285,884	38,470
목재책상	108,503	105,263	87,656	52,265	67,018	105,458	551,691
식탁	46,158	52,385	98,465	28,989	32,243	31,423	46,456
침대	326,182	331,376	215,549	147,607	182,242	230,472	185,433
소파(가정)	78,012	85,751	78,880	54,300	89,672	123,780	138,754
소파(사무)	15,949	18,655	17,890	9,464	15,271	-	-
합계	1,471,083	1,447,310	1,456,931	894,715	960,149	1,236,126	1,412,563
증감율	-	-1.6	4.6	-38.6	7.3	28.7	14.3

(3) 원자재 수급현황

가구제조업에서 사용되는 목재에 있어서 산림자원의 보호에 대한 인식이 고조됨에 따라 자연환경에서 얻는 천연재료에서 벗어나 인공 소재로의 사용이 확산되었다. 초기에는 원목을 수작업으로 판자로 만들어 가구제작에 사용했으나 합판이라는 경량의 자재의 개발로 판재는 합판으로 대체되었다. 그러나 1970년대 말 이후 남양재의 수입가격 상승으로 인해 합판의 사용은 저가의 재료로서 파티클보드나 중밀도 섬유판(MDF) 등의 개발로 줄게 되었고 최근에는 이들의 사용이 일반화 되었다. 원자재의 대부분을 수입하는 가구업체는 가구제조용 합판의 경우 연간 약 70만<sup>3</sup>가 소요되고 있고 약 90%이상을 인도네시아 등 해외수입에 의존하고 있다.5) <표 5>에 따르면 원목에 있어 국내 목재자급율은 1999년 기준으로 약 6%로 국내 수요의 약 94%를 수입에 의존하고 있는 실정이다. 국내 총목재수급실적은 1999년 기준 2,395만 8천<sup>3</sup>로 1998년에 비해 약 20%만큼 증가한 추세이나 IMF이전의 상황에 비하면 약 13% 감소되었고 내수공급량은 135만 8천<sup>3</sup>로 약 6%의 자급율을 보였다. 정부에서는 장기적인 목재수급계획으로 2040년까지 국내재 공급비율을 현 수준에서 약 50%로 증가시킬 계획으로 목재산업을 1차 가공에서 2차 및 3차의 부가가치가 높고 우수한 가공제품으로 기술이 선진화된 산업으로 발전시킨다는 전략을 가지고 있어 가구제조업의 원자재수급에 장기적인 대책이 필요한 실정이다.6)

파티클보드(PB)는 폐목재를 원료로 하는 환경친화적 재료로 2000년 초부터 자원재활용 품목으로 지정받아 국내 생산 및 수요가 증가하고 있다. <표 7>에 의하면, 파티클보드는 표면 가공기술의 발달에 따라 가구용소재로 수요가 계속 증가되어

4)임성훈, 20세기 국내 가구산업의 디자인 경향에 관한 연구, 건국대, 2001.  
5)산림청, 임산물 유통과 자료.  
6)모든정보테크, 가구저널, 1997, 5, p.79

1996년에는 100만<sup>3</sup>을 넘어서게 되었으나 1998년 국내 가구시장의 침체로 국내 수요가 65만 6천<sup>3</sup>으로 급감하게 되었다. 그러나 1999년에는 101만 5천<sup>3</sup>의 수요로 최고의 증가치를 보였다. 국산 점유율은 63.7%로 1997년의 74%보다 10.3% 낮아졌지만 2000년 우수재활용제품(Good Recycled: GR) 품목인정에 따라 국산 점유율도 높아질 것으로 보고 있다.<sup>7)</sup>

<표 5> 연도별 목재수급실적(단위: 천<sup>3</sup>, %)

구 분		1995	1996	1997	1998	1999	
수 요	합 계	25,325	27,404	26,452	20,081	27,816	
	원 목	9,284	9,225	9,328	5,798	8,317	
	제 품	16,041	18,179	17,124	14,283	19,499	
공 급	합 계	25,325	27,404	26,452	20,081	27,816	
	국내재	1,055	1,195	1,062	1,428	1,694	
	수입재	소계	24,270	26,209	25,390	18,653	26,122
		원목	8,229	8,030	8,266	4,370	6,623
		제품	16,041	18,179	17,124	14,283	19,499
목재 자급율	4	4	4	7	6		
원목 자급율	11	13	11	25	20		

<표 6> 국내 총목재수급실적(단위: 천<sup>3</sup>, %)

구 분		1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
원 목	내 재	1,184	1,173	1,055	1,195	1,062	1,428	1,358
	외 재	7,648	7,710	8,345	8,151	8,247	4,365	6,400
폐 제		925	1,213	1,526	1,704	1,723	1,185	1,732
목제품수입		15,815	15,295	16,041	18,179	17,124	14,283	16,200
원목, 목제품계		24,647	24,178	25,441	27,525	26,433	20,276	23,958
목재자급율		5	5	5	5	4	8	6

<표 7> 연도별 파티클보드 생산 및 수입량(단위: 천<sup>3</sup>, %)

구 분	1993	1994	1995	1996	1997	1998
국내 생산	435	524	548	659	720	507
수 입	516	401	434	355	253	149
합 계	951	925	982	1,014	973	656
자급율	45.1	56.6	55.8	65.0	74.0	77.3

#### (4) 수출입 현황

<표 8>에서 살펴보면, 국내 가구제조업의 수출은 1990년 이후 계속 감소하다가 1993년 이후로 점차 증가하는 추세를 보였다. 1997년 말 IMF 외환위기 하에서 1998년의 가구수출은 약 1.8%로 미미하게 증가하였고 가구수입은 약 -60%만큼 급격히 감소하였다. 이와 같은 수출부진 및 수입감소의 원인은 최근 수년간 합판 등 원자재가격상승 및 인건비상승 등의 원가상승 부담이 가중되었을 뿐만 아니라 그 동안의 내수시장중심의 종합 생산체제 및 기능 인력난으로 생산능률이 크게 저하되었기 때문이다.

7) 대한가구공업협동조합연합회, 가구소식, 2000, 5, p.71

<표 8> 연도별 가구류 수출입 추이(단위: 천<sup>3</sup>, %)

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
수 출	130,233	127,612	111,114	120,648	147,106	159,106	178,286	201,472	205,005	190,433	223,731
수 입	45,161	51,413	62,705	82,024	128,833	186,694	264,626	301,874	128,939	173,372	250,431

### 3. 가구제조업의 문제점

국내 가구제조업은 1997년 말의 외환위기와 경기침체로 내구재인 가구의 국내 시장 수요감소로 대기업은 물론이고 중소기업체까지 많은 어려움을 겪어 왔다. 또한 가구제조업체는 소비자의 새로운 수요와 부가가치를 창출하는데 있어서 발 빠르게 움직이지 못했던 것이 사실이다. 이는 디자인 개발과 투자보다는 무분별한 저가 경쟁, 디자인 모방 등으로 저급한 제품을 양산 시켰으며 이로 인해 발생하는 애프터서비스에 대해서도 많은 문제를 안고 있다. 또한 가구제조업체의 영세한 구조로 인해 고급 기능인력 양성과 기술인력의 여력을 키우는 데 어려움이 있었다고 볼 수 있다. 이는 우리의 가구제조업체가 단기적인 이익에 너무 치중하지 않았나 유추할 수 있다. 가구의 수출에 있어 더욱 가구제조업을 어렵게 하는 것은 고유디자인의 부재 즉, 세계시장에 출시할 디자인이 거의 전무하다는 것이다. 이것은 결국 가구를 수출하는데 결정적인 장애요소로 작용한다고 볼 수 있고 또한 가구의 내수시장도 마찬가지라고 할 수 있다. 그리고 국내 가구제조업에 대한 정보와 마케팅 전략을 비롯하여 소비자에 대한 제품인지도 분석, 디자인 및 판매 전략 등이 많이 부족함을 인식해야 할 것이고 국내의 중소기업체에서는 가구의 제품특성에 빠른 디자인 흐름과 소비자의 다양한 구매욕을 충족시켜 줄 다품종 및 소량생산체제를 위한 노하우와 시스템 등이 결여되어 있다고 볼 수 있다. 특히 영세 가구제조업체는 이러한 문제를 해결할 수 있는 자생력이 더욱 미흡하다.<sup>8)</sup>

### 4. 가구제조업의 활성화 방안

#### 4.1. 가구제조업의 주변 여건 변화 및 당면 과제

##### (1) 세계시장의 수요구조 변화

가구는 수입국의 문화와 동질권에 있는 가구가 선호되기 쉬우므로 수출대상국의 문화 및 기호에 적합하고 디자인과 실용성이 우수한 고급가구의 개발이 필요하다. 한국의 최대 수출시장인 일본의 가구시장 특징은 과거의 고도성장기에는 획일화, 대량체였으나, 최근의 수요추세는 다양화, 소량생산으로 바뀌고 있다.

8) 모든정보테크, 가구저널, 2001, 8, p.4

## (2) 기술개발, 제품차별화 확대추세

소득수준향상에 따라 수요의 다양화, 고급화 추세로 디자인 개발에 의한 신제품개발, 제품의 차별화가 활성화되어야 한다. 마무리의 완벽화, OEM방식의 탈피로 자체브랜드 수출을 위한 제품개발이 이루어져야 한다. 소재도 단순목재에서 목재가공제품(PB, MDF), 플라스틱 등의 우수한 원자재의 개발이 선행되어야 할 뿐만 아니라 외장을 돋보이게 하는 첨단기술의 다양한 도장재료 개발도 확대 및 추진되어야 한다.

## (3) 외국기업의 국내 시장 진출

가구제조업은 노동집약적 산업으로 시장개방에 따른 외국선진기술의 전반적인 유입은 곤란하나 수출상품의 개발은 디자인 및 기능성이 보장된 기술은 부분적인 기술도입형태가 이루어져야 한다.

## (4) 신시장 개척

가구는 전형적인 내구성 소비재로서 북방경제권과의 교류확산과 더불어 한국의 가구수출이 기대되고 있으나, 국내 제작가구는 주로 동남아의 열대산 남양재를 원자재로 사용하고 있으므로 기후와 풍토에 적응할 수 있는 가구원자재 개발이 필요하다. 구미시장이나 일본시장도 중요하지만 경제생활환경이 크게 변화하고 있는 소련, 중국 등 규모가 큰 시장개척이 중요한 과제이다.

## (5) 생산의 국제화 추세

가구제품은 과도한 부피에 따른 국제간 운송상의 난점과 원자재의 현지조달, 환율의 불안정, 수출부대비용 절감을 위해 해외현지공장 진출 및 판매전시장의 확대를 수출거점 확보가 요망된다.

## (6) 자동화 등 생산성 향상

원자재 가격상승, 임금상승 등으로 인한 수출경쟁력 약화를 생산라인 자동화를 통한 생산성 향상으로 경쟁력을 확보해야 한다.

# 4.2. 가구제조업의 활성화 방안

## (1) 기술혁신

기업의 입장에서 가구제조업의 국제 경쟁력을 제고하는 근본적이고 장기적인 방안 가운데 하나가 기술수준의 향상, 기술개발이라 할 수 있다. 세계 가구시장에서 시장점유율을 확대하기 위해서는 우수한 디자인의 제품을 제작하여 경쟁적인 가격에 공급할 수 있어야 한다. 만약 제품의 품질 수준에 불만이 제기된다면 수출 잠재력은 그만큼 제약될 것이다. 당장 가구제조업의 기술수준을 상당한 수준으로 향상시켜야 하는 것이 최대의 과제이다. 이러한 과제를 해결하기 위해서 기술발전 동향에 관해 정기적으로 정보를 제공해 줄 기관으로서 연구소가 필요하다. 가구기술 연구개발에는 기업, 연구소, 정부 등 3자가 관련되어 연구개발상의 역할이 정립되어야 할 것이다. 연구소가 설

립되면 무엇보다도 세계적 수준과 비슷한 품질의 제품을 저렴하게 만드는 방법을 최우선적으로 연구하여야 한다. 그러기 위해서 당분간 기초연구보다 공정기술, 생산관리기법에 대한 연구가 보다 중요시되어야 할 것이다. 가구인은 국제적인 감각을 갖추어야 한다. 가구는 특히 감성이 강조되는 상품이기 때문에 단순한 외국어 구사능력을 넘어서 진출하려는 시장을 충분히 이해하여야 한다. 대상국에서의 자사제품의 표적세분시장을 명확히 하기 위해서는 소비자들의 가구선호양식을 결정짓는 모든 것, 즉 소비자의 연령, 라이프스타일, 학력, 소득수준 등을 알아야 할 뿐만 아니라 그 나라의 주거환경, 전통, 기후환경까지 상세히 파악하여야 한다. 연구소에서도 가구전문인력을 양성할 수 있지만 기업내에서도 디자이너, 기술자, 기능인력들의 능력을 확대해 나갈 기회를 만들어야 한다. 그리고 현장에서 터득하는 기술들은 개인 기술화 되도록 두지 말고 기록에 남기고 전파하여 조직에 내재하는 기술로 전환되어야 한다. 또한 외국으로부터의 기술도입, 라이선스생산, 합작 등으로 기술을 가능한 빨리 습득하여야 한다.<sup>9)</sup>

## (2) 전문화, 계열화 및 국제 분업구조로의 전환

목재, 금속 가구제조업의 적정 조업규모는 50 내지 99인 고용규모로 밝혀졌다.<sup>10)</sup> 이러한 규모는 종합 생산업체의 규모가 아니라 몇 가지의 제품에 전문화하는 업체에 해당되는 규모이다. 소수의 품목에 국한해서 생산 판매할 경우 사무용 가구처럼 범용성이 있는 가구에 치중하는 것이 생산면에서나 장래 시장동향 측면에서 볼 때 유리하다. 또한 근대적인 생산기술에 의해 제작되는 단순한 외양의 가볍고 밝은 디자인의 품목이 유리하다. 이태리의 우수 가구제조업체들, 일본의 가리꼬무, 대만의 생산시스템을 보아도 가구제조업에서는 전문화, 각기 상이한 품목을 전문적으로 생산하는 8개의 제조회사(모두 200명 정도의 고용규모)와 마케팅 및 유통을 담당하는 2개회사로 구성되어 있다. 예를 들어, 이태리의 대표적인 가구제조업체의 경우 소수의 종업원을 유지하면서도 매출고를 지속적으로 신장시켜 나가는 것은 한가지 제품에 전문화하는 소규모 하청 제조업체에서 자사의 제품규격 및 설계에 따라 생산을 위탁하고 수많은 하청생산업체에서 생산된 다양한 품목을 자사의 제품계열에 통합하는 역할을 담당하는 것에 기인한다. 그래서 대기업이나 계열화를 추진하는 모기업에서는 기술, 품목, 생산설비를 계열자회사, 전문업체에 과감히 이양하고 기술개발, 디자인개발, 마케팅능력 확충 등에만 집중하여야 한다. 그리고 여기에서 한 걸음 더 나아가 국제적인 분업구조도 추진해 볼만하다고 생각한다. 즉 디자인개발은 서구의 제조업자 또는 디자이너와 공동개발을 하고 부품의 생산과 가공공정은 원자재 생산국가에서 담당하고 최종 가공 및 조립, 마무리공정은 국내 또는 수출대상

9) 조남경, 한국가구산업의 활성화 방안, 전북대, 1997.

10) 국제무역경영연구원, 한국가구산업의 경쟁력 강화방안의 연구, 1990, p.230

국에서 행하는 국제적 분업체제는 가까운 미래에 필연적으로 선택되어 보편화될 생산방식이라고 믿는다.

### (3) 생산방식의 혁신과 자동화

현재 대다수 가구제조업체는 가구산업 특성상 필요한 다품종 소량생산체제에 최적의 생산방식을 적용하고 있지 않다. 이에 대해서 기업은 나름대로의 이유를 들고 개선노력을 게을리 하고 있다. 예를 들어, 1회 생산량의 크기도 경험에 의해서 또는 주먹구구식으로 결정되고 그 크기를 맹목적으로 신봉하기도 한다. 말하자면, 1회 생산량을 계속 줄여 나가 다품종 소량생산체제로 매순간마다 생산품목을 변경하여 궁극적으로 한 단위만을 생산하여도 저렴하게 생산할 수 있는 방식을 찾고 그렇게 하기 위한 기술을 축적해야 하는데 현장에서의 개선노력은 등한시키고 있다. 미국의 기업들 중 적시적량 생산시스템(JIT: Just In Time) 체제로 운영되는 온라인 생산시설을 설치하여 필요에 의해 지니게 되는 재고수준을 감축하고 또 납기도 단축하는 효과를 얻고 있다. 셀룰라 제조공정, 즉 장비를 생산센터 한 곳에 모아 완성된 부품을 제조하는 방법을 이용하여 품질개선, 스크랩감소, 생산능력제고, 원가절감 등의 성과를 거두는 기업도 늘고 있다. 한편 Hauserman 같은 회사는 비주력 품목을 배제하여 공장시설을 통합하고 생산제품을 고급화 품목에 집중하는 집중화 전략을 구사하여 제조면적을 축소하고 종업원 생산성을 향상시키고 종업원을 줄여 나가고 있다. 비록 선진국의 공장수준까지 당장에 이르는는 힘들더라도 지금까지처럼 무계획적으로 시설을 도입하거나 생산량을 늘리기 위한 시설투자는 지양되어야 한다. 또한 비록 선진국의 자동화 수준까지 당장에 이르는는 힘들더라도 생산공정의 간단한 합리화, 스스로 할 수 있는 저렴한 부분의 자동화로부터 시작하여 점차 전공정의 자동화를 시도해 나가야 한다.

### (4) 마케팅력 강화

가구인의 경우, 수출하기 위해서는 특히 국제적 감각을 지녀야 함은 아무리 강조해도 지나칠 수 없다. 수출대상지역 소비자들에 관한 주요 사항, 연령구조, 소득수준, 라이프스타일, 기후 등 환경조건, 주거환경, 전통문화, 생활습관 등에 대한 충분히 이해가 선행되어야 하고 이에 대한 고려가 설계에 반영되어야 한다. 예를 들어, 한샘(주)에서는 구미고객을 위해 그들 고유의 야드 규격을 적용하고 있기도 하다. 취급품목을 제한하여 주력품목 몇 가지에 집중하는 것이 유리하다. 힘의 분산을 막아 취급품목만에 대해서라도 시장에서 긍정적인 포지셔닝을 행하는 것이 바람직하다. 수출대상지역 시장에 정통한 추세를 파악하고 있는 수입공급선을 찾아내고 또한 한번 거래를 맺은 이상 안정적이고 장기적인 사업관계를 유지하여야 한다. 가구는 사용 후에야 그것도 장시간 경과해야 진가를 파악할 수 있는 상품이기 때문에 거래 파트너와의 신뢰관계에 기반을 둔 장기적인 시장개발활동이 필요하다. 또한 수출거래의 방법 및 거래선의

선정시 고려되어야 할 사항은 자사제품의 특성과 사업의 규모에 적합하도록 선정되어야 한다는 점이다. 앞으로의 시장의 공략은 단품 및 개별품목으로서의 판매가 아니라 하드웨어와 소프트웨어의 동시판매형태를 띄어야 한다. 즉 생활양식, 주거양식에 대한 제안과 추천이 추가되어야 한다. 이러한 점이 제품의 설계 과정에서부터 고려되어야 하며 또한 유통과정에서 쇼룸의 디스플레이도 개별품목진열이 아니라 제안하고 싶은 생활공간개념을 잠재고객에게 제시하는 형태로 토탈디자인, 토탈패션개념이 중요시되어야 한다.

### (5) 가구제조업의 성장환경조성

가구제조업에서의 이탈방지 측면에서 본다면, 가구제조업체와 가구인들이 사업에 전념할 수 있는 여건이 마련되어야 하는데 현실은 그렇지 못하다. 다른 제조업도 마찬가지겠지만 고용인구는 서비스업으로 이탈해 나가고 자본은 사업이윤이 높은 부동산투자, 서비스업, 금융업으로 흘러 들어가고 있다. 제조업에서의 수익률이 다른 업종에 비해 상향유지 되는 것이 가장 바람직하는데 정부는 제조업 수익률이 금융투자 수익률보다 낮게 통제하는 실정이다. 정부가 당장 그리고 지속적으로 수행해 나가야 할 과제는 사회의 왜곡된 가치관의 체계를 바로잡고 수익률의 체계를 제조업이 성장력을 회복할 수 있는 방향으로 바로 잡는 일이다. 또한 정부의 정책사고의 일대전환 측면에서 살펴보면, 정부가 경제는 민간의 자율과 시장원리에 맡긴다고 한지가 벌써 오래인데도 아직도 정부의 규제와 개입은 일상적이어서 경제의 비효율화를 스스로 초래하고 있다. 형평, 소비자보호, 과소비억제 등을 명분으로 내세워 정부는 각종 인허가 등의 과정을 통해 기업활동을 규제하고 있다. 정부가 사회정의를 앞세워 시행하는 모든 규제는 진입장벽을 높여 자칫하면 기업의 지속적인 혁신활동을 지연시킬 수 있다. 우선 가구제조업에 신규로 참여하는 기업의 설립과 공장입지에서부터 자금조달 및 제품가격결정에 이르기까지 기업활동의 전과정에 걸쳐 수많은 인허가 절차와 규제를 대폭 축소시켜 기업활동이 활성화될 환경부터 조성하여야 한다.

## 5. 결론

앞장에서 먼저 가구제조업의 특징 및 현황을 통해서 문제점을 파악하고 주변여건변화에 대처할 수 있는 가구제조업의 경쟁력 있는 활성화 방안을 모색하고자 하였다. 1990년대 말 IMF 경제위기이전에는 가구제조업 또는 가구시장에서 생산성의 향상, 품질향상, 신소재 또는 신기술의 개발이나 발명 등 하드웨어적인 면을 중시했다면 IMF 이후에는 혁신적이고 차별화된 디자인, 브랜드 이미지와 고객 서비스의 변화 등 소프트웨어적인 면에 초점을 두었다고 볼 수 있다. 이는 1997년 말 경

제위기로 인해 가구시장의 소비위축현상에 기인한 것으로 볼 수 있다. 국내 가구제조업이 현 상황 및 문제점을 효과적으로 대응하기 위해서는 자생력이 결여되어 있는 영세한 가구제조업을 업종별 및 지역별로 특성화하고 동일품목의 업체를 위한 가구산업단지를 조성하여 고유브랜드를 만드는 것과 고유디자인 개발이 중요하다고 볼 수 있다. 이는 단지별 공동마케팅과 판매망을 확보하여 경쟁력을 키우고 비용의 절감을 통해 부가가치를 높이는 것이 중요하다고 볼 수 있다. 이러한 방법은 관계기관의 중소기업 지원책을 통해 해결할 수 있다. 결론적으로 장기적인 가구제조업을 활성화하기 위해서는 고유디자인의 개발, 생산설비의 현대화, 고급 기술인력양성, 신기술의 연구개발 등에 지속적인 투자가 필요할 것이다. 또한 산·학·연·관의 유기적 관계는 가구관련정보의 공유, 디자인지원, 가구제조업의 재교육기관설립 등을 포함하여 지속적인 발전을 모색할 수 있을 것이며 더불어 정부관계기관의 실질적인 재정지원과 행정적인 협력이 필요로 할 것이다. 그밖에 기업 간 전자상거래(B2B) 등으로 일컫는 인터넷 전자상거래 형태와 같이 비용과 시간을 절감할 수 있는 효과적인 판매망의 구축과 적극적인 판매방식을 필요로 할 것이다.

#### 참고문헌

1. 강호양, 장상식, 김세빈, 가구산업의 현황과 전망, 가구조합30년사, 대한가구공업협동조합연합회, 1993.
2. 금융감독원, 금융통계월보, 2002.
3. 국제무역경영연구원. 한국가구산업의 경쟁력 강화방안의 연구, 1990.
4. 대한가구공업협동조합연합회, 가구소식, 2000, 5.
5. \_\_\_\_\_, 가구소식, 1992, 10.
6. 모든정보테크, 가구저널, 1997, 5.
7. \_\_\_\_\_, 가구저널, 2001, 8.
8. 산림청, 임산물 유통과 자료, 2000.
9. 임성훈, 20세기 국내 가구산업의 디자인 경향에 관한 연구, 건국대, 2001.
10. 조남경, 한국가구산업의 활성화 방안, 전북대, 1997.
11. 통계청, 광공업통계조사보고서, 2001.
12. 한국무역협회, 수출입 자료, 2001.
13. 한국은행, 기업경영분석, 2002.
14. 한국은행, 조사통계월보, 2002.

<접수 : 2003. 2. 19>