

## 실크산업의 패션기획 정보 접목을 위한 기초 조사

심정은 · 이정숙\*

씨앤티유니온 · 경상대학교 의류학 전공\*

### Primary Research for Integrating Silk Industry with the Fashion Planning Information

Jeong-Eun Sim · Jeong-Sook Lee\*

C&T Union · Dept. of Clothing & Textiles, ERI, Gyeongsang National University\*  
(2006. 7. 15. 접수)

#### Abstract

Silk Industry doesn't have enough strategic ability to plan the product for internal and external strong competition and global luxury trend in Jinju. To provide silk fashion planning information and planning method, this study investigated the fabric planning system, such as product system and problems, the method of seeking information, via questionnaires for 68 Jinju silk companies. The results were that the Korean traditional garment, Han-bok and lining of that were given more wight in Jinju Silk for domestic, and the next, neckties. These silk had produced by OEM and didn't have almost any planning ability, but nowadays buyers wanted to get some planning ideas from manufactures, not giving any planning guideline before production, more and more. For Jinju Silk Fabric Companies, planning direction of silk fabrics of vision were needed, that had to be adaptable to manufacture situation and applicable to market.

**Key words :** Silk Industry(실크산업), Recent Status of Jiniu Silk Production(진주실크생산현황), Fashion Fabric Planning(패션소재기획), Planning Information(기획정보), Planning System(기획체계)

## I. 서 론

### 1. 연구목적

실크 산업은 고부가가치, 고수익 성장산업에 속하는 만큼 치열한 경쟁이 필연적이며, 경쟁력의 정도에 따라 성장기업과 퇴출기업의 성패가 두드러지고 있다<sup>1)</sup>. 최근 지속된 한복 수요 감소와 중국, 동남아 등지로부터의 저 원가 수입품의 증가로 잠사 및 실크 원사 생산 가공기업은 경쟁력을 잃고 거의 사라졌으며, 생산업체간의 과당경쟁은 거래 가격저하, 기술개발

발 의욕 저하로 이어져<sup>2)</sup> 산업회생의 악순환 조짐 및 부정적인 인식을 확산시키고 있다. 또한 한국의 실크 섬유산업은 오랜 기간 진주를 중심으로 발전해오면서 한국 실크 생산량의 약 70-80%가 진주에서 생산되고 있으나, 진주실크는 선진국의 생산기지로서 주 문개발 형태의 OEM 방식으로 성장해왔기에 이러한 환경적 위협요인에 대처할 수 있는 기획 전문 인력 및 기획 체계력을 제대로 갖추지 못하였다. 또한 한복과 넥타이 생산에 초점을 둔 진주 실크산업은 세계 5대 실크 생산기지로서 대를 이어 축적된 기술력을 보유하고 있음에도 불구하고, 빠르게 변화하는 패션 트렌드의 정보원 및 수집 방법, 분석력 등의 정보기획 인프라 기반조성 부재로 체계적인 상품 기획이 이루어지지 못하여, 결국은 소비자 니즈 및 패션 트렌

\*Corresponding author: Jeong-Sook Lee  
E-mail: jslee@gnu.ac.kr

드에 부합하는 실크 소재 개발 부족으로 그 경쟁력을 상실하고 있다.

그러나 최근 국가 경쟁력 및 지역 경쟁력 확보를 위해 진주 실크 산업 활성화를 위한 정책적 지원과 지자체의 노력이 두드러지고, 때마침 국내·외 패션 트렌드에 있어서의 소재의 고급화와 패션화에 따른 고감성 소재 니즈가 급증하는 등 진주 실크산업의 기회요인이 제시되고 있다. 따라서 진주실크산업은 지금까지의 블라우스, 스카프, 넥타이 등의 국한된 적용 아이템에서 벗어나 여러 다양한 마켓에서의 적용 가능한 캐주얼 실크소재를 개발하여 마켓을 확산해야만 한다. 산업육성의 필요성에 따라 진주 실크산업의 현황 분석이 연구기관 등에서 이루어지고 있지만, 이들 분석은 주로 수출 혁신 및 지역 클러스터 조성 등을 위한 거시적 관점에 초점을 두고 진행되었으며, 업체들의 패션 기획력 강화를 위하여 내부적인 생산 체계를 분석한 자료는 매우 드문 실정이다.

따라서 본 연구는 한복, 넥타이 위주의 기존 한국 실크산업의 기획경쟁력 확보를 위하여 정부 차원에서 효과적인 실크 소재기획 정보를 구성, 기획 체계화를 지원하고자 하며 이를 위해 본 연구에서는 진주 실크산업을 중심으로 실크산업의 기획, 생산 현황 등의 기초 자료를 분석, 제공하는데 그 목적이 있다.

## 2. 중소기업의 소재기획체계의 중요성

한국의 섬유패션기업이 직면한 가장 중요하면서도 어려운 문제 중 하나는 바로 기획시스템 구축이다. 섬유패션기업의 상품기획체계는 일반적으로 신상품을 위한 연구개발과 같은 맥락을 가진다. 연구개발(Research & Development: R&D)이란 산업에 있어서 이용될 수 있는 기술적 정보를 획득하기 위해 투입되는 조직적인 노력의 전체를 의미한다<sup>3)</sup>. 이는 첫째, 기초연구로서 지식의 진보를 목적으로 하는 연구를 의미하며, 둘째, 특정한 실제 응용을 직접적 목적으로 삼고 행해지는 연구를 말하며, 셋째, 기존지식을 이용하여 새로운 재료, 장치, 제품, 시스템, 공정 등의 도입 혹은 개량을 목적으로 이루어지는 연구를 의미한다. 연구개발이 원활하게 이루어진다면 기술혁신이 가능할 수 있으며, 이러한 단계를 보여주는 모형을 요약하면 크게 아이디어 채택단계, 연구개발 수행단계, 그리고 실용화 단계로 대변할 수 있다<sup>4)</sup>.

소비자 요구의 급속하고 다양한 변화, 기업간의 대내외적 경쟁심화와 환경변화, 규모의 영세성이라는

특성 때문에 중소기업은 대기업보다 더 신제품 개발을 위한 연구개발이 끊임없이 요구되고 진다<sup>5)</sup>. 이러한 연구개발을 통하여 중소기업은 기술혁신을 통한 전문화, 경쟁력 강화, 소비자 욕구변화에 대처 및 기업규모의 확대의 성과를 가져올 수 있다.

기업의 마케팅력은 시장에 대해 그 기업이 가지고 있는 모든 정보라고 할 수 있으며 이러한 정보력에 의해 기업은 여러 가지 총체적인 전략을 수립하고 개발할 수 있다. Gupta와 Wilemon(1996)은 기업에게 요구되는 연구개발 능력과 현재 가지고 있는 연구개발 능력 사이에 큰 사이가 있고 효율적인 연구개발 활동이 기업 수행에 미치는 파급효과에는 기술 상품화 능력을 개발하고, 이익이 되는 전략적 제휴를 촉진하며, 새로운 제품개발과 새로운 제품 상품화 촉진에 영향을 주므로 연구개발의 중요성을 강조하였다<sup>6)</sup>.

한충민(1993, 1996)의 연구에 의하면, 고유브랜드의 수출성과와 관련된 마케팅 변수를 실증적으로 연구한 결과, OEM 수출기업보다 고유 브랜드 수출비중이 높은 기업이 대체로 독자적인 시장조사를 실시하고 제품기술이나 디자인 수준이 선진국 경쟁기업에 근접하는 제품을 보유하며 가격 경쟁력 의존도는 낮은 것으로 나타났다. 소재생산업체가 정보력을 바탕으로 한 연구개발로 신상품을 개발하는 능력을 갖추는 것은 궁극적으로 브랜드력을 갖추는 것이라 본다면 향후 자체 기획력을 갖춘 생산품 없이는 국제 경쟁력을 갖을 수 없다고 할 수 있다<sup>7,8)</sup>.

특히 시즈과 마켓에 따라 세분화, 다양화 및 차별화, 소비자 감성에 민감한 패션제품일 경우, 마켓분석 정보력을 바탕으로 한 장기적인 연구개발과 단기적인 시장 분석에 따른 제품개발이 필수적이다. 본 연구에서는 실크산업의 연구개발 현황 분석에 그 목적을 두고 한국 실크의 대다수를 차지하고 있는 진주실크를 중심으로 소재기획, 개발을 위한 아이디어 채택과 연구개발 수행 방법 분석으로 범위를 제한하였다. 이러한 연구개발 현황 분석을 바탕으로 업체들의 개발육구 고취를 위한 전문 실크 패션 기획 정보를 제공할 수 있을 것이다.

## II. 연구방법

### 1. 측정도구

본 연구의 설문항목을 작성하기 위하여 한국견직 연구원에서 제시한 매출기준 중 가장 높은 4개 실크 업체를 대상으로 2005년 4월 3일~4월 4일 기간 동안

<표 1> 설문 항목과 내용

항 목	내 용
소재기획 체계	개발 시스템, 시기 및 시즌, 주력 공정
	개발시의 문제점
	정보 수집방법
	월간신소재개발 아이템수(새로운 혼용과 조직, 가공)
	신규 디자인 개발건수(패턴 디자인)
현재 실크와 교직가능한 원사	
외적현황	생산규모, 생산특징, 생산품목

심층 면접조사를 진행하였다. 이를 통해 진주 실크업체의 기획, 생산 현황을 파악하기 위해 도출한 설문 항목은 다음<표 1>과 같다.

## 2. 조사대상 및 분석

본 연구의 조사대상은 진주 실크업체로, 주로 제직업체가 대부분이었다. 2005년 4월 7일~4월 12일 동안 견직연구원의 진주 실크업체로 등록된 100개 기업 중 설문에 응한 기업의 대표이사 및 생산담당 부장급 이상을 대상으로 전화 인터뷰 및 공장, 사무실 방문 설문을 실시하였으며 68개의 유효응답을 분석에 사용되었다. 본 연구자료의 통계적 분석은 SPSS 10.0을 사용하여 업체의 기본적인 사항에 관한 빈도 분석, 업체 개발 및 마케팅 현황에 대한 중복 응답 처리를 통한 빈도 및 백분율 분석을 실시하였다.

## III. 결과 및 고찰

진주 실크업체들의 외적 현황 파악을 위해 생산규모, 생산특징 및 생산품목에 대해 조사하였으며 그 결과, 생산규모는 70%의 업체가 연간 생산량 200,000 yards 이하인 것으로 나타났다. 생산 특징은 제직이나 후가공을 겸한 업체가 86%이며, 그 중의 61.4%가 한복 및 안감을 생산하고 있었으며, 넥타이가 9.1%를 차지하였고 양장 및 인테리어 소재를 생산하는 업체는 17.1%로 나타났다.

또한 실크와 함께 기술적으로 교직이 가능한 원사는 같은 천연 원사인 마, 면, 모 및 폴리에스테르라고 응답하여, 타원사와 교직된 패션소재로의 접목가능성을 나타내었다.

진주 실크업체들의 생산시스템에 대한 설문에서, 업체들은 다품종 소량생산과 소품종 다량생산을 병

<표 2> 생산 시스템

n=68

항 목	비율(%)
다품종소량+소품종다량	44.2
다품종 소량생산	33.3
소품종 다량생산	6.3
기 타	2.5
합 계	100.0

<표 3> 소재개발 체계

n=68

항 목	비율(%)
바이어 의뢰시	46.8
자체 시즌기획	28.6
OEM 생산	22.1
기타	2.6
합 계	100.0

행하는 경우가 44.2%로 나타났으며, 그 다음으로 다 품종 소량생산이 33.3%로 나타났다<표 2>. 소재를 개발, 생산하는 체계는 대부분 자체적으로 하기보다는 바이어가 의뢰할 경우 생산하거나(46.8%) OEM 방식(22.1%)으로 진행하고 있었다<표 3>. 특히 선행 연구를 살펴보면, 진주의 한복지 기업 70%가 생산량 50% 이상을 주문생산에 의존하며, 양장지, 넥타이 업체의 대부분은 주문 생산량이 70% 이상을 차지한다.

그러나 최근 해외 바이어-특히 미주 바이어의 경우, 제조업체 측에서 이제 오더상품이 아닌 패션트렌드에 따른 기획상품과 아이디어를 제시할 것을 요구하는 추세이므로, 진주 실크업체들은 생산위주에서 체계적인 자체 기획력 확보에 더 중점을 두어야 한다.

실크는 가격대가 높은 만큼 같은 제품에 대한 소비가 높지 않기에 디자인 등을 변화시켜 제품을 다양화하는 시스템을 채택하고 있었다. 진주의 생산 설비 자체도 소규모 업체가 많기에 소량생산을 할 수 밖에 없는 업체들도 포함된다.

소재개발 시즌은 가을(37.2%)과 봄(34.6%)을 겨냥하여 가장 많이 생산하고 있으며 실제 생산 시즌도 가을과 봄에 차기 시즌을 겨냥하여 주로 가동하고 있었다. 실크 제품을 봄, 가을에 가장 많이 한복 및 여성 의류, 넥타이로 착용하는 것을 고려할 때 계절 주기에 아주 민감한 것으로 판단된다. 따라서 여름과 겨울용 상품을 기획하여 가동율을 높이기 위해서는 기능성 실크, 혹은 아우터용 실크로의 기획아이디어 제안이 필요한 것으로 판단된다.

소재 개발시 주력공정에 대한 설문을 분석한 결과,

<표 4> 소재개발 시즌 n=68

항목	비율(%)
가을	37.2
봄	34.6
여름	15.4
겨울	12.8
합계	100.0

<표 5> 주력 공정(중복응답) n=68

항목	비율(%)
제직	36.1
나염/자카드/자수	28.6
후가공/기능차별화	14.3
선염 및 컬러	12.0
원사	9.0
합계	100.0

진주 실크업체들은 제직에 중점을 두고 있으며 (36.1%), 그 다음으로 나염이나 자카드, 자수 등의 패턴디자인 부분(28.6%)에 초점을 두는 것으로 나타났다<표 5>. 특히 제직 및 자카드의 응답으로 볼 때, 후가공 보다는 자카드 생산을 위한 조직패턴 설계에 주력한다고 볼 수 있다. 따라서 새로운 패턴과 조직감에 대한 정보가 진주 업체에게는 가장 중요함을 알 수 있다. 이러한 소재개발 시 가장 큰 문제점에 대한 설문에서, 업체들은 채산성 즉 비용이 가장 큰 문제라고 토로하고 있다(29.1%). 그 다음으로 개발 정보의 인프라 및 절대적인 실크정보 부족이 개발의 큰 애로사항으로 제시하고 있다<표 6>.

새로운 소재나 디자인을 개발하기 위해서는 샘플 개발/제작을 통해 반응 체크 및 계속 수정보완해 나가는 과정을 거치게 된다. 따라서 샘플 개발/제작 비용은 현실적으로 업체들에게 가장 큰 문제이자 부담이다. 특히 다품종 소량생산이 요구되는 실크의 경우, 감도높은 고급 제품을 생산하기 위해서는 품질, 디자인 검수과정을 반드시 거쳐야 하지만, 현재의 시장 경쟁 상태에서는 진주 실크의 차별화된 강점이 없다면 단가 조정은 불가피하다. 따라서 채산성을 위해서라도 샘플 제작 빈도를 줄이게 되며, 이러한 단계축소는 확인없는 본 상품 제작으로 향후 재고 부담 증가 및 자금 회전 감소의 악순환을 가져다 줄 것이다.

따라서 최소의 비용으로 마켓 적용가능성이 큰 상품을 개발하기 위하여 전문 정보 인프라를 구축하여

<표 6> 소재개발시 애로사항 (중복응답) n=68

항목	비율(%)
채산성 문제	29.1
정보 인프라 부족	24.5
전문실크 정보부족	19.1
시장 위축	12.7
기획/개발인력 부족	10.1
정보활용 부족	4.5
합계	100.0

<표 7> 소재개발 정보원(중복응답) n=68

항목	비율(%)
국내정보지	27.6
국내외 시장조사	25.3
인터넷	18.4
해외 소재전시회	11.5
해외 정보지	9.2
개발참고용 스와치	8.0
합계	100.0

개발이전에 충분히, 체계적으로 활용할 수 있도록 하는 것이 필요하다.

소재 개발을 위한 정보원에 대한 설문분석 결과, 대부분의 진주 실크업체들이 국내 정보지 및 국내외 시장조사로부터 정보를 얻는 것으로 나타났다<표 7>. 사전 인터뷰에서 업체들은 국내 정보지는 전문 패션정보지 보다는 잡지 등의 일반정보지를 활용하며, 국내외 시장조사는 체계적인 주거나 계획없이 필요에 의한 단회성 자료수집을 실시한다고 응답하였다. 따라서 장기적인 발전과 경쟁력 강화를 위해 체계적인 기획자료 제공 및 교육의 중요성이 제기된다.

진주 실크업체의 월간 신규 개발건수에 대한 설문에서, 업체들은 월평균 23.6건의 새로운 아이템을 개발하고 있다고 하였다<표 8>. 앞에서 제시하였듯이 한복 및 안감 생산업체(61.4%)가 가장 높은 비중을 차지하는데, 새로운 아이템 개발을 양장지나 인테리어 소재개발시에는 조직감이나 외관변화에 비중을 두는 것이 비해, 한복 및 안감의 소재적용 한계상, 조직감, 외관보다는 디자인 개발에 큰 비중을 두고 있으므로 새로운 아이템 개발을 새로운 디자인 개발과 같은 개념으로 생각하고 있었다. 이러한 새로운 아이템이나 디자인을 매달 개발한다는 것은 적극적인 개

&lt;표 8&gt; 신규 아이템 개발 건수

항 목	월 평 균(건수)	표준편차
새로운 아이템 개발 건수	23.6	32.1
새로운 디자인 개발 건수	23.5	32.1

발 의지를 나타내는 것이다. 그러나 진주 실크업체의 매출이나 바이어 오더로 생산을 진행함에 있어서 최근 몇 년간 증가변화가 크게 없는 것으로 볼 때, 이는 체계적인 기획개발 진행으로 이루어진 것은 아니라고 분석할 수 있다. 특히 앞의 소재개발시 채산성 문제가 가장 큰 것과 함께 고려해본다면, 기획력과 전문정보 부족에 따른 체계적이지 못한 개발은 기업의 경제적인 여건을 악화되고 악화된 기업재무는 다시 개발력 및 의욕저하에 영향을 주는 것으로 판단된다.

이러한 상황에서 기획정보, 인력 및 연구지원의 단편적인 지원으로는 총체적인 기업의 어려움을 해소할 수 없다. 업체의 기획개발의 인력 및 연구개발비 지원과 함께 기획정보 제공 및 활용방법에 대한 교육이 병행될 때 차별화된 실크상품 기획개발 체계를 수립할 수 있는 것이다.

#### IV. 결 론

본 연구는 한국 실크산업의 대다수를 차지하고 있는 진주 실크업체의 소재기획 현황을 분석하여 업체 현황에 맞는 실크 패션소재 기획정보를 제공함으로써 기획력 및 전문 기획정보를 강화하여 실크 산업 경쟁력을 확보하는데 그 궁극적인 목적이 있다. 이를 위하여 진주 실크업체들을 대상으로 기획, 생산 체계에 대한 심층 면접 및 설문조사를 실시하였으며, 그 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 진주 실크업체는 한복 및 안감 중심이 대부분이며 일부 업체는 넥타이 위주로 국내 생산량의 큰 비중을 차지하고 있다. 이러한 업체들은 장복 생산이 불가하므로 실크 패션 및 인테리어 생산품으로의 전환이 어렵다. 타원사와 교직가능하다고 응답하였으나 실크 중심으로 제작이 진행되기에 주로 실크를 경사로 걸어서 사용하고 있으며 원사를 수입에 의존하고 있어서 비용 등의 문제로 다양한 개발을 시도하기는 어려운 상황이었다.

둘째, 지금까지의 개발생산체계는 바이어가 구체적인 기획방향을 제시하면 생산업체는 그대로 유사하게 생산하는 방식이었으나, 이제는 바이어가 기획아이디어를 제공하지 않고 생산업체에서 기획 개발한 신상품

을 먼저 제시하라고 요구하며 그 이후 바이어가 컨셉에 따라 개발된 소재를 선택하는 방식으로 전환되고 있다. 그러나 기획력이 부족한 실크업체들이 활용할 수 있는 구체적인 실크 전문 정보는 매우 부족하므로 신제품 개발생산이 어려운 것으로 나타났다.

셋째, 앞으로는 진주 실크 업체들의 생산체계에 맞게 소폭으로 생산할 수 있으며 마켓 적용가능성이 큰 고부가가치 개발 방향의 제안이 요구된다. 또한 업체들이 개발생산에 적용할 수 있는 새로운 복합소재 조직감의 참고용 실크 스와치 정보가 제공되어야 한다. 이와 동시에 마켓 및 패션 트렌드 내용과 분석방법, 기획방법에 대한 구체적이고 체계적인 교육이 시급하다.

끝으로 본 연구는 진주 실크산업의 현황을 분석하여 향후 실크 패션기획 정보를 제공하는데 그 초점을 두고 있기에 본 연구의 결과를 다른 소재 기업으로 확대 적용하는 데는 한계가 있다. 또한 기획생산 현황 분석에 그 초점을 두고 있으므로, 후속연구에서는 생산이후 상품의 영업 활동에 대해서도 분석하여 생산과 영업 분석의 균형을 이루어야 할 것이다. 또한, 실크 패션기획 정보가 제공된 이후, 진주 업체들의 인식의 변화, 정보의 중요성 인지, 정보탐색활동의 진행 등의 파악을 통해, 패션기획 정보의 역할과 성과의 관련성을 분석하는 연구가 필요할 것으로 판단된다.

#### 참고문헌

- 1) 산업자원부(2006). 진주 실크산업 혁신 자원조사. pp. 6-20.
- 2) 한국건설연구원(2002). 실크산업 활성화 정책자료 수집을 위한 현황파악. pp. 4-18.
- 3) 김기태, 이강식(1996). 시장구조와 연구개발. 한국경제, 17(2), pp. 145-189.
- 4) 장진구(1994). 연구개발과 기술도입의 경제효과 및 상호관계분석. KIST, pp. 126-185.
- 5) 조 철(1989). 90년대 중소기업의 혁신진로와 정책. 한국기업 정책연구소, pp. 19-56.
- 6) Gupta, A.K. & Wilemon, D. (1996). Changing Patterns in Industrial R&D Management. Journal of Product Innovation Management, 13(6), pp. 671-687.
- 7) 한충민(1996). 한국기업의 브랜드 국제화에 관한 탐색적 연구: 고유브랜드 전략의 특성을 중심으로. 경영학연구, 25(2), pp. 333-353.
- 8) 한충민(2000). 중국시장에서의 마케팅전략 : 성과에 관한 탐색적 연구. 마케팅연구, 15(2), pp. 1-12.
- 9) 조성의, 김학수, 이정숙(2006). 한국 실크산업의 경쟁력 제고를 위한 운영관리전략에 관한 연구. 한국의류학회지, 30(3), pp. 425-435.