

한국 의류산업의 국제경쟁력 위상 변화와 수출 특성 연구

백영하 · 박재옥[†]

한양대학교 의류학과

International Competitiveness and Export Features for Korea's Clothing Industry

Young Ha Baek · Jae Ok Park[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

(2007. 3. 8. 접수)

Abstract

During 40 years, clothing industry which took a charge of a pivotal role to lead Korea's economy development falls in a harsh state to maintain an international competitiveness by means of low wage-based-export and tech-deficit-past competitive advantage. From January first 2005 when the World Trade Organization started that developed countries abolished import quota on textile and apparel products. Therefore, the purpose of this study is to analyze Korea's apparel international market share, grasp Korea's apparel international competitiveness position, and examine the export features to enhance international competitiveness. We targeted members of Korea Apparel Industry Association among the 500's exporters of textile and clothing items in 'The Import and Export Textile Product 2003'. Total 70 sheets were used of final data analyzing. Also, the statistical data of WTO were selected for inquiry about the position of international competitiveness of clothing products made in Korea.

First, the comparative analysis of the amount of export and international market share of each country's clothing products to capture the position of Korea's international competitiveness of clothing industry under the statistical data of WTO showed that Korea's international market share has been decreasing since 1989, and ranked in the 19th showing 1.31% in 2004.

Second, as concerned with Korea's clothing export features, the experience of clothing companies in Korea was uniformly distributed like less than 10 to 30 and more than 30 years and knitted and woven male and female wears which cost mid price were exported to U.S.A. and Europe and Japan. Export items were usually manufactured by Original Equipment Manufacturing way and directly exported through an exclusive responsible part for export.

Key words: International competitiveness, Export features, Korea's clothing industry and companies; 국제 경쟁력, 수출 특성, 한국 의류산업 및 기업

I. 서 론

한국의 의류산업은 과거 40년 간 한국 경제발전을

주도하는 기본 산업으로서 중대한 역할을 담당하였다. 수출액으로 살펴보면, 1989년 의류수출액은 최고 92억 4천 3백만 달러에서 점차 감소하여 1997년에는 1989년의 절반이 안 되는 42억 4백만 달러를 나타내었고, 세계 의류시장에서 차지하는 비중도 1988년 최

[†]Corresponding author

E-mail: jaepark@hanyang.ac.kr

고 10.6%에서 1997년에는 2.2%까지 하락하는 모습을 보였다. 무역수지 면에서 다른 산업과 비교해보면, 의류산업은 2004년도 수출액이 약 152억 달러(US \$)이고 수입액이 약 64억 달러(US \$)로 무역수지 면에서는 약 88억 달러(US \$)의 흑자를 기록하여(한국산업연합회, 2005), 아직 가능성이 있는 산업으로 볼 수 있다. 하지만, 의류수출액 감소와 세계 의류시장점유율 감소와 같은 현상들이 나타나는 것은 저임금에 기초한 수출이나 기술 개발이 결여된 과거의 경쟁우위로서는 더 이상 경쟁력을 유지하기 어렵다는 것을 보여주고 있다. 또한, 세계 의류무역환경은 2005년 1월 1일부터 세계무역기구(World Trade Organization: WTO)의 무역체제에 따라 쿼터 제도가 완전히 폐지되어 완전 자유경쟁체제로 들어갔다. 이에 따라 상대적으로 쿼터 배정 물량이 많았던 우리나라는 수출에 어려움을 겪고 있다. 우리나라 의류산업은 저임금 국가의 급속한 부상에 당면하여 새로운 발전 전략을 필요로 하고 있다. 중국, 태국, 인도네시아, 파키스탄 등 후발개도국이 풍부한 자원과 저임금 노동력을 바탕으로 세계 시장의 저급품 분야에서 확고한 경쟁우위를 나타내고 있어 우리나라를 급속히 추격하고 있다. 또한, 체결국간의 무역특혜를 부여하는 미국을 중심으로 한 자유무역협정과 유럽연합(Europe Union: EU)의 단일통화통합으로 인해 유럽 국가들의 무역규모가 부상하였고, 유럽연합에 의해 주도되고 있는 의류제품에서 액세서리에 이르는 광범위한 환경규제로 수출 여건이 더욱 어려워졌다.

이에 본 연구의 목적은 이렇게 변화된 환경에서 한국 의류산업의 국제경쟁력 위상을 파악하고, 의류 수출액을 유지 및 증가시키기 위하여 한국 의류기업의 수출 특성에 대한 연구를 하여 위기 상황에 있는 한국 의류산업 및 기업의 수출 증진 전략을 수립하는데 실질적인 도움을 주는 것이다. 그러므로 본 연구는 한국 의류산업의 국제경쟁력 실태를 파악하고, 국내 의류학계 및 업계에 의류수출 특성에 대한 자료를 제시하여 의류산업에 종사하는 기업의 세계화 활동에 도움을 줄 수 있는 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 한국 의류산업의 특징

의류산업이란 패션산업의 일부분으로서 의류상품

의 생산과 판매에 관련되는 모든 산업을 의미하며, 그 특성을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 의류산업은 노동집약적 산업인 동시에 기술집약적 산업으로(정준연, 1991; 최대현, 1991), 인간의 솜씨와 같은 좋은 기술이 부재하기 때문에 노동비용은 항상 최종비용에서 높은 퍼센트를 차지하는 노동집약적 산업이고, 따라서 의류산업에서 전체 공정의 자동화는 불가능하다. 고임금의 선진국 의류기업들이 가격 의식적 시장을 위해 저임금의 개발도상국으로 생산을 이동시키게 하는 결과를 가져왔다(Godley, 1997; Navaretti & Perosino, 1995). 둘째, 의류산업은 정보산업으로(권영순, 1995; 손미영, 2003), 최근 단축된 유행주기와 다양해진 세계적인 소비자 취향, 전세계로 퍼져있는 생산과 판매 네트워크 체제로 인해 신속하고 정확한 정보의 분석과 예측은 더욱 중요해지고 있다. 셋째, 의류산업은 제품수명이 짧은 패션성 산업이고(정준연, 1991; 최대현, 1991), 이로 인하여 위험부담률이 높은 산업이다(권영순, 1995). 소비자로부터 항상 새로운 제품 개발을 요구받는 패션성 산업이고, 수요가 계절이나 기후의 변화를 비롯하여 예상하지 못한 사회경제적인 요인에 의해서도 영향을 받기 때문에, 타 산업에 비하여 우연적요소가 많이 잠재되어 있어 그만큼 위험 부담률이 높은 산업이다. 넷째, 의류산업은 저가품과 고가품의 가격차이가 큰 산업으로(정준연, 1991; 최대현, 1991), 일반적으로 원단에서 완제품에 이르는 공급사슬에서 유행과 디자인, 소재선택, 미적감각 표현방법에 따라 부가가치가 매 단계마다 높여질 수 있고 브랜드 이미지와 스타일 등에 따라 고부가가치를 실현할 수 있는 산업이다(박광희 외, 2003). 다섯째, 의류산업은 관련 산업의 의존도가 높은 산업이다(박광희 외, 2003; 정준연, 1991; 최대현, 1991). 생산공정 관점에서 보면 최종 생산단계인 소비제품을 생산하는 업종으로 원사, 직물, 염색, 부자재 등의 섬유 관련 산업뿐만 아니라 재봉기, 편직기, CAD/CAM(Computer-aided design/Computer-aided manufacturing) 등 기계 및 전자산업 과도 연계성이 높은 산업이며 타 산업과도 유기적인 정보교환이 필요한 산업이다.

한국의 의류산업은 이러한 특성을 가지고 1960-70년대 한국 경제발전을 주도하는 산업이 되었다. 그러나 국내의 환경변화와 후발개도국의 성장으로 인해 1980년대 후반부터 세계 의류시장에서 경쟁력이 점차 약화되었다. 1960년대-1980년대 중반까지 한국 의류 수출의 증가에 대하여 박남규(1991)와 박진수(1994)

는 시기별 경쟁력 요인에 대해서 연구하였는데, 1960년대는 경쟁력 형성기로, 1970년대는 경쟁력 성장기로, 1980년대는 경쟁력 조정기로 분석하였다. 또한 지혜경, 이은영(2006)은 세계 주요 의류수출국의 수출패턴을 1950년대부터 1990년대까지 분석하였다. 한국은 1960년대 중반부터 1980년대 중반까지 홍콩과 함께 가장 높은 경쟁력을 유지하였으나 1980년대 후반부터는 중국에 추월당하며 경쟁력이 급속히 하락하였는데, 이는 가격경쟁 중심의 의류수출이 세계 경제주기와 환율에 반응한 것이고, 또한 다수의 인구를 바탕으로 한 낮은 임금노동력을 가진 후발개도국에게도 쉽게 침식당한 것이기 때문이라고 하였다.

2. 국제경쟁력의 개념

국제경쟁력이라는 용어는 매우 널리 쓰이고는 있으나 다양한 정의가 존재하는 용어로, 경제협력개발기구(Organization for Economic Co-operation and Development: OECD, 1978)에서는 국제경쟁력을 세계시장에서 경쟁하여 획득한 무역성과로서의 국제경쟁력과 무역성과에 영향을 주는 요소의 변동과정으로서 국제경쟁력을 구분하고 있다. 한편 국제경쟁력 평가보고서로 유명한 스위스의 세계경제포럼(World Economic Forum: WEF)이나 국제경영개발원(The International Institute for Management Development: IMD)의 경우에도 각기 다른 국제경쟁력 정의를 내리고 있다. 세계경제포럼(WEF)은 국제경쟁력을 1인당 국내 총생산이 계속적으로 고성장을 기록할 수 있도록 하는 국가의 능력, 즉 생활수준을 획기적이고 지속적으로 끌어올릴 수 있는 경제적 능력으로 정의하고 있다. 그러나 국제경영개발원(IMD)은 국제경쟁력을 세계 시장에서 다른 나라보다 더 많은 부가가치를 창출할 수 있는 국가나 기업의 능력이라고 정의하고 이 경쟁력은 자산과 프로세스, 매력성과 공격성, 세계 경제와 국내에서의 지역경제를 각각 관리하고 또 이들의 관계를 경제사회적 모델로 통합함으로써, 부가가치를 창출하고 국가의 부를 증가시키는 능력이라 정의하고 있다. 결국, 국제경쟁력이란 경제주체들이 경쟁 대상의 경제 주체에 비해 지속적으로 경쟁우위를 차지하기 위해 유·무형의 경쟁력 창출 자원을 축적하고, 축적된 자원을 효율적으로 사용할 수 있도록 제도와 관행을 변화시켜 나아갈 수 있는 사회역량을 복합적으로 모아서 국제경쟁에서 우위를 점할 수 있는 복합

적인 개념으로 이해할 수 있다.

3. 한국 의류산업의 국제경쟁력 요인

1960-70년대 한국 경제발전을 주도하는 산업이었던 의류산업은 국내·외 환경변화와 후발개도국의 성장으로 인해 1980년대 후반부터 세계 의류시장에서 경쟁력이 점차 약화되었다. 따라서 의류산업의 국제경쟁력 약화가 급속해진 1990년대부터 한국 의류산업의 국제경쟁력에 관한 연구가 많이 이루어졌다.

박남규(1991)과 박진수(1994)는 시기별 경쟁력 요인에 대해서 연구하였는데, 1960년대-1980년대 중반까지 한국 의류수출의 증가에 대하여 국제경쟁력 각변화 단계마다 다음과 같은 요인들이 경쟁력을 갖게 하였다고 분석하였다. 1960년대는 경쟁력 형성기로, 양질저임의 노동력이 노동집약적 산업에 투입된 점, 산업에 대한 상대적 지식이 축적된 점, 정부의 전후복구의지 및 차관을 통한 업계 지원, 기업가의 부에 대한 의지, 경제 원조, 국내 수요의 상승 등이 중요한 영향을 미쳤다고 하였다. 최대현(1991)도 1960년대의 의류수출 신장은 당시 한국의 풍부하고 저렴한 노동력으로 쉽게 활용될 수 있는 산업 영역이었고 정부가 신발, 가발, 합판 등 다른 경공업 제품과 함께 의류제품을 주로 수출 상품으로 지정하여 각종 금융, 세제, 행정 등의 정책적 지원을 하였기 때문이라고 하였다. 1970년대는 경쟁력 성장기로, 당시 근로자의 높은 교육수준과 빠른 기술 습득, 정부의 본격적인 수출 드라이브 정책, 섬유산업의 특별법을 바탕으로 한 세계금융수출절차 간편화, 기업가의 경쟁적 생산설비 확대, 주문자 상표 부착(Original equipment manufacturing: OEM) 방식을 통한 수출 증대, 종합상사의 발달, 석유화학산업의 발달 등과 같은 경쟁력 강화 요인이 영향을 미쳤다고 하였다(박남규, 1991). 박진수(1994)도 정부의 수출 지원책 및 로컬(Local) 제도를 통한 기업 지원, 업체들의 저가 제품 위주의 주문자 상표 부착(OEM) 방식 수출 및 화섬산업의 발달을 활용한 화섬소재의 대량 의류수출, 해외 시장의 수요 증가, 선진국 의류제품의 경쟁력 하락에 따른 상대적 이점, 선진국들의 보호무역주의 하에서도 최혜국 대우를 받았던 점 등이 유리하게 작용하였기 때문이라고 하였다. 1980년대는 경쟁력 조정기로, 높은 임금인상, 낮은 노동생산성, 높은 인력이동 등이 요소창출 메커니즘으로 진전되지 않아 차별화 전략이 추진되지 못하였다고 하였다

(박진수, 1994). 또한 섬유기계산업, 염색산업 등의 경쟁력이 높아졌으나 의류산업의 경쟁력과 직결되지 못한 점, 도시공장 입주규제 대책 등으로 공장 등록인가를 얻기 어려워 무등록 업체가 다수인 점, 저임금 저가 제품을 대량으로 공급하는 후발개도국의 성장 등으로 성장률이 낮아졌다고 하였다.

한편 이은주, 권경란(2001)은 이 시기인 1980년대의 급격한 임금 인상으로 지금까지 세계 의류시장에서 가졌던 저가경쟁 우위가 침식당하였으며 유엔(United Nations: UN)의 원화절상 요구에 따라 1985-1989년에 원화가 절상되어 수출에 어려움을 가중시켰다고 하였다. 많은 연구에서 1990-1997년의 의류수출 감소는 인건비 등 생산원가의 급격한 상승, 기능 인력 및 기술 인력의 부족, 물류비용 증가, 과도한 금융비용 부담, 해외 직접투자에 의한 해외 생산의존도 심화, 주문자 상표 부착(OEM) 방식 생산에 의한 자체적인 제품개발가능 취약 등의 국내적 요인과 주요 수출 대상국인 미국과 유럽연합(EU)의 경기침체, 중국동남아 등 후발개도국의 적극적인 참여에 따른 가격경쟁력 열세, 북미자유무역협정(North American Free Trade Agreement: NAFTA) 발표 이후 한국 의류제품의 주요 수출 대상국인 미국의 수입선 전환 등의 대외적 요인이 큰 영향을 미쳤다고 하였다(성주영, 1996; 오윤경, 1998; 이은향, 1997). 또한 1980년대 후반부터 한국의 급격한 두자리수의 임금 상승 추세

가 경쟁국에 비해 제품 제조원가를 상승시키는 요인이 되어 가격경쟁력을 약화시켰다고 하였고, 김용주(1999)도 1975년 이후 20년간 한국 의류산업의 임금 상승율은 노동생산성보다 3.9배 정도 빠른 증가를 보여 경쟁력 약화에 영향을 주었다고 하였다.

4. 한국 의류산업의 국제경쟁력 위상 분석

한국 의류산업의 국제경쟁력 위상을 세계 주요 의류수출국들과 비교하기 위한 의류(Clothing) 제품수출액 자료는 세계무역기구(World Trade Organization: WTO)의 통계자료(http://stat.wto.org/StatisticalProgram, 시계열 시리즈 Time Series)를 이용하였다. 통계자료 선택시 대상 품목은 의류제품으로 하였다. 세계무역기구의 의류제품 분류기준은 표준국제무역분류(Standard International Trade Classification: SITC) Revision 3의 Division 84 항목인 의류 및 의류 악세서리 제품(Articles of apparel and clothing accessories)으로 되어있다(World Trade Organization, 2005). 수출국은 세계 주요 의류수출국인 중국, 홍콩, 이탈리아, 미국, 멕시코, 스페인, 한국 등을 선택하였고, 수출액 자료를 선택하였다. 수출액은 본선 인도 가격(Free on board, f.o.b. value)으로서 US dollar(US \$)로 제시 되어있다. 마지막으로, 자료 수집 연도는 자료접근이 가능한 1980년부터 2004년까지로 선택하였다.

<표 1> 1980-2004년 한국 의류제품(SITC Revision 3, Division 84)의 총 수출액, 시장점유율, 순위

(단위: 1억 달러(US \$), %)

년 도	수출액	시장점유율	순 위	년 도	수출액	시장점유율	순 위
1980	29.49	7.27	3	1993	61.66	4.79	4
1981	38.68	9.85	3	1994	56.53	4.02	5
1982	37.74	9.88	3	1995	49.57	3.13	9
1983	37.07	9.65	3	1996	42.21	2.54	9
1984	45.01	10.12	4	1997	41.92	2.36	11
1985	44.50	9.68	3	1998	46.51	2.50	11
1986	54.83	9.11	3	1999	48.71	2.64	10
1987	75.37	9.70	3	2000	50.27	2.55	10
1988	86.94	10.30	3	2001	43.06	2.23	11
1989	90.96	9.33	3	2002	39.62	1.95	11
1990	78.79	7.29	5	2003	36.40	1.57	16
1991	74.20	6.33	5	2004	33.91	1.31	19
1992	67.70	5.12	5				

자료출처: Statistics Database. (2006). World trade organization. Retrieved August 31, 2006, from http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDDBViewData.aspx?Language=E

의류제품 수출액과 세계 시장점유율로 살펴본 한국 의류산업의 국제경쟁력 위상은 자료접근이 가능한 1980년에 29.5억 달러(US \$)로 홍콩과 이탈리아를 이어 세계 3위였다. 1990년은 78.8억 달러(US \$)로 세계 5위, 1995년은 49.6억 달러(US \$)로 세계 9위로 하락하였다. 하강흐름은 더욱 가속화되어 1997년에는 41.9억 달러(US \$)로 세계 11위를 기록하였다. 2003년은 36.4억 달러(US \$)로 세계 16위, 2004년은 33.9억 달러(US \$)로 세계 19위로 급락하였다.

<표 1>에 제시한 자료는 세계무역기구(WTO)의 통계 자료로서, 의류제품 수출액은 표준국제무역분류(SITC) Revision 3의 Division 84 항목인 의류 및 의류 악세서리 제품의 수출액 자료(하위 항목으로 나뉘어지지 않은 수출액 통계자료)를 제시하였다.

1980년대는 의류제품 수출액과 시장점유율이 계속적으로 증가했고 수출액으로는 세계 3위의 의류수출국으로 성장하였다. 특히, 1989년은 의류제품 수출액이 90.96억 달러(US \$)로 최고를 기록하였고, 1988년은 우리나라 의류제품의 세계 시장점유율이 10.30%로 가장 많은 점유율을 차지하였다. 그러나 1980년대의 상승 흐름과 달리 1990년부터는 의류제품 수출액

과 시장점유율이 모두 하락하기 시작하였다. 1997년 외환 위기를 겪은 후, 2-3년 동안은 의류제품 수출액이 증가하였지만, 2001년부터 다시 감소하는 경향을 나타내고 있다. 또한 1996년까지 세계 의류 시장점유율에서 한 자리수 순위를 나타내던 우리나라는 1997년부터 10위권 밖으로 밀려났다. 특히, 2003년과 2004년에는 16위와 19위를 기록하였고, 시장점유율도 1%대를 나타냈다.

이와같이 한국의 의류제품 수출액은 계속 감소하고 있는데, 산업자원부와 한국 섬유산업연합회의 2005년 자료에 의하면 이는 고부가가치 의류제품 비중이 낮고, 패션 의류 브랜드의 구축이 미흡하며, 생산 기반이 약화되고, 개도국의 급부상에 의한 것이라고 문제점을 진단하였다. 특히, 1990년 이후 아시아의 중국과 인도네시아, 방글라데시, 베트남 등의 국가가 저임금의 노동력을 이용한 의류제품 수출을 통해 경제발전을 하기 시작하면서 우리나라의 의류수출액은 급격히 감소하였다.

각국의 국제경쟁력을 파악하기 위해 세계 의류제품 수출 국가 중에서 2004년 의류제품 수출액과 세계 시장점유율을 기준으로 하여 상위 20위 국가를 살펴

<표 2> 1980-2004년 연도별 각국의 의류제품(SITC Revision 3, Division 84)의 시장점유율 (단위: %)

순 위 (2004년)	연도별 시장점유율 국가	1980년	1985년	1990년	1995년	2000년	2004년
1	China	4.00	5.33	8.94	15.19	18.27	23.97
2	Hong Kong, China	12.26	14.61	14.25	13.45	12.27	9.72
3	Italy	11.29	11.57	10.95	9.11	6.78	6.95
4	Germany	7.10	6.23	7.29	4.76	3.71	4.35
5	Turkey	0.32	2.63	3.08	3.86	3.31	4.34
6	France	5.65	4.21	4.32	3.57	2.74	3.05
7	Mexico	0.01	-	0.54	1.72	4.37	2.79
8	Belgium	2.46	1.65	1.85	1.80	2.00	2.42
9	United States	3.11	1.71	2.37	4.20	4.37	1.96
10	United Kingdom	4.45	3.30	2.81	2.72	2.10	1.93
11	Romania	-	-	0.34	0.86	1.18	1.83
12	Indonesia	0.24	0.74	1.52	2.13	2.40	1.73
13	Bangladesh	0.00	0.36	0.59	1.24	1.98	1.72
14	Netherlands	2.16	1.64	2.02	1.75	1.38	1.62
15	Thailand	0.66	1.25	2.61	3.16	1.90	1.57
16	Viet Nam	-	-	-	-	0.92	1.54
17	Spain	0.77	0.69	0.55	0.92	1.06	1.45
18	Portugal	1.56	2.20	3.23	2.30	1.43	1.34
19	Korea, Republic of	7.27	9.68	7.29	3.13	2.55	1.31
20	Tunisia	0.83	0.61	1.04	1.47	1.13	1.27
각 국 시장점유율 합계		64.14	68.42	75.60	77.36	75.84	76.83

자료출처: Statistics Database. (2006). World trade organization. Retrieved August 31, 2006, from <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDViewData.aspx?Language=E>

의류제품 수출액 통계자료를 이용하여, 세계 전체의 의류제품 수출액 중 특정 국가의 수출액을 백분율 자료로 활용하여 각국의 의류제품 시장점유율을 제시.

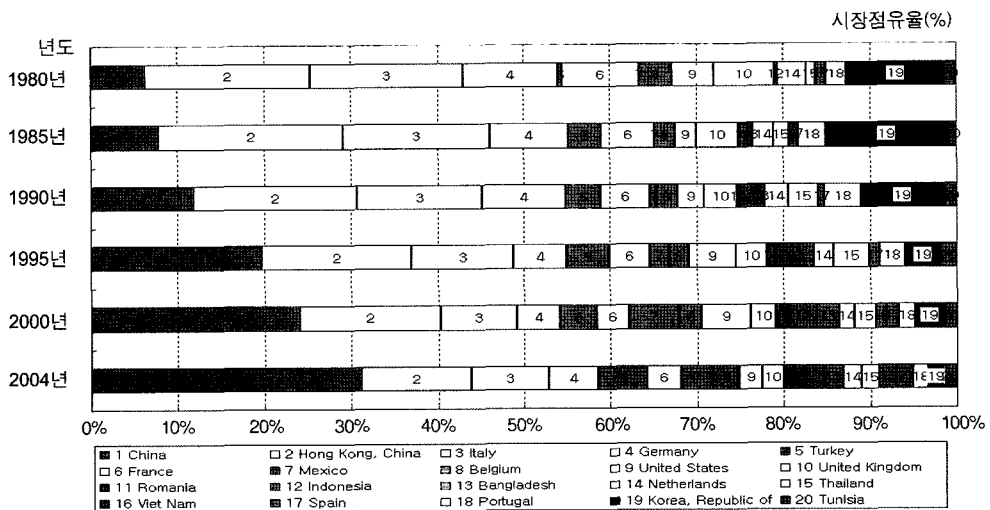
보았고 <표 2>에 제시하였다.

각국의 의류제품 시장점유율은 세계 전체의 의류제품 수출액 중 특정 국가의 수출액을 백분율로 살펴본 것으로, 2004년도 의류제품 세계 시장점유율 순위는 중국이 23.9%로 1위였고, 홍콩이 2위, 이탈리아가 3위였다. 유럽의 패션 강국인 독일, 프랑스, 영국이 10위권 안에 들었고, 11위-20위까지는 저임금의 노동력이 풍부한 인도네시아, 방글라데시, 베트남, 태국 등이 있었다. 또한, 스페인은 1980년에는 의류제품 세계 시장점유율이 0.77%에 불과하였지만, 2004년도에는 1.45%로 17위를 기록하며 빠른 성장을 보여주고 있다.

1980년부터 5년 단위로 각국의 의류제품 세계 시장점유율 변화를 가로 막대 그래프로 살펴보면 <그림 1>와 같다. <그림 1>의 회색 가로 막대 그래프로 표시된 국가는 2004년도에 의류제품 세계 시장점유율이 1980년도에 비해 증가한 국가로 중국, 터키, 멕시코, 벨기에, 루마니아, 인도네시아, 방글라데시, 베트남, 스페인, 튀니지 국가가 이에 속한다. 백색 가로 막대 그래프로 표시된 국가는 2004년도에 의류제품 세계 시장점유율이 1980년에 비해 감소한 국가로 홍콩, 이탈리아, 독일, 프랑스, 미국, 영국, 네덜란드, 포르투갈, 한국이 이에 속한다 이들 국가 중에는 1970-80년대 유럽의 패션 강국들이 많이 포함되어 있었다. 주목할 점은, 다른 국가들에 비해 우리나라의 의류제품 시장점유율 하락 폭이 매우 크다는 점에 있다. 의

류제품의 제조 공정이 제3세계로 넘어가는 새로운 국면에서 세계적인 브랜드를 소유한 유럽의 패션 강국, 유통적인 면에서 혁신을 달성한 홍콩과 미국은 잠시 주춤하는 시기가 있었지만, 차별화된 전략으로 자국의 의류제품 시장점유율을 증가 및 유지하였다.

세계 시장에서 한국 의류산업의 경쟁력 하락에 비해 다른 의류수출국들은 경쟁력이 성장하거나 유지하는 비교적 다른 양상을 보이고 있는데 이들 국가의 전략은 다음과 같았다. 아시아 국가 중에서 홍콩의 의류업체들은 1980년대에 급격한 코스트 상승에 직면하였을 때, 대대적으로 중국이전을 시작하였다. 이러한 신속한 대응은 홍콩내의 임금상승에 따른 경쟁력 약화를 보완하는 작용을 하여 의류제품의 수출 경쟁력을 높이는 결과를 가져왔다. 베트남은 1990년대 후반부터 의류수출국으로 두각을 나타내기 시작하였다. 이는 1980년대 후반부터 개혁·개방정책을 채택한 이후 외국자본의 99%까지 합작투자를 허용하였기 때문이며, 특히, 2000년 미국과 무역협정을 체결하여 의류산업을 위한 유망 해외 진출국이 되었기 때문이었다(김혜수 외, 2002). 아시아 국가 외에 터키, 멕시코, 루마니아, 스페인 등의 약진도 두드러졌다. 후발개도국으로 최근 주요 의류수출국이 된 중미의 멕시코는 전통적으로 멕시코의 의류산업은 저임금의 장점에도 불구하고 비효율적인 영세성, 기술의 낙후성, 저품질 등으로 아시아 국가들과 경쟁에 어려움을



<그림 1> 1980-2004년 년도별 각국의 의류제품(SITC Revision 3, Division 84)의 시장점유율 변화 가로 막대 그래프
 자료출처: Statistics Database. (2006). World trade organization. Retrieved August 31, 2006, from <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDViewData.aspx?Language=E>

겪었으나(조상국 외, 1994), 1994년 북미자유무역협정(NAFTA)으로 관세철폐의 혜택대우를 받아 미국의 해외 직접투자가 활발해지면서 의류수출이 급격히 증가하게 되었다. 스페인은 전통적으로 패션 강국이 많은 유럽에서 최근 가장 괄목할 만한 성장을 이룬 국가로서 'Zara', 'Mango' 등 경쟁력 있는 세계적인 브랜드로 주목받고 있다. 스페인은 1980년에 의류제품 수출액이 약 \$3억로서 29위였고 이와 같은 순위는 2000년까지 지속되다가 2001년에는 약 \$22억으로 25위, 2002년에는 약 \$27억으로 19위, 2004년에는 약 \$37억으로 17위를 나타냈다. Hines and Bruce(2001)의 연구에 의하면, 이는 2002년 유럽연합(EU)의 단일통화 통합 정책으로 경쟁력이 상승과 더불어 스페인 패션 브랜드의 선택의 범위가 넓은 상품과 최신 트렌드 반영, 가격대비 소비자 만족을 높이는 제품력과 고객반응관리(Consumer Response Management: CRM), 차별화된 마케팅 전략과 연구개발(Research and Development)에 대한 지속적인 투자, 발 빠른 판매시점(Point-of-sale: POS) 시스템에 따른 물류시간 단축, 각 스토어들의 유기적인 통합 판매망과 민첩한 정보 교환 전략 때문이었다. 마지막으로 재도약에 성공한 미국에 대해서 지혜경(2002)은 신속대응시스템(Quick response system: QRS)과 공급사슬관리(Supply chain management: SCM)와 같은 의류산업 구조혁신 프로그램을 실행하여 최근 경쟁력을 높여 나가고 있기 때문이라고 하였다.

III. 연구문제 및 방법

1. 연구문제

한국 의류기업의 수출 특성인 주력 수출 의류제품 품목 및 가격대, 주요 수출 국가, 수출 의류제품의 상표, 의류제품 수출 방식에 대해서 알아본다.

2. 연구방법

1) 측정도구 및 연구대상

기업의 수출 현황 및 특성에 대하여 알아보기 위해 선행연구들을 통하여 주력 수출 제품품목 및 가격대, 주요 수출 국가, 수출품의 상표, 의류제품의 수출 방식을 선다형 및 기술형으로 측정하였고, 선다형의 경우 중복 응답이 가능하도록 하였다. 한국 의류기업이 주력으로 수출하는 제품을 알아보기 위해 본 연구에서 사용

한 품목 분류 기준은 표준국제무역분류(SITC) Revision 3의 Division 26(섬유와 섬유폐기물), Division 65(섬유사, 직물, 제조품과 관련 제품), Division 84(의류 및 의류 악세서리 품목)로 하였다.

본 연구에서 의류기업은 표준국제무역분류(SITC) Revision 3의 Division 26, 65, 84항목의 제품을 생산하는 기업으로 하였고, 연구대상 기업 선정은 '2003 섬유제품수출입현황(한국의류산업협회, 2004)'에서 500대 섬유제품수출업체 중 의류산업협회회원 250대 기업으로 하였고, 주소와 전화번호 및 팩스번호, 대표자의 성명 등을 확인하였다. 이러한 과정을 거쳐 2005년 5월부터 6월 초까지 이들 기업의 관리자를 대상으로 설문을 하였다. 설문방법은 연구대상으로 선정된 기업에 전화를 하여 설문에 대한 내용을 말씀드린 후, 직접 방문하거나, 이메일이나 팩스를 통하여 설문지를 전달 및 수거 하였다. 총 250부의 설문지 중에서 81부(32.4%)의 설문지가 회수되었으며 불성실한 11부를 제외하고 최종 70부를 분석에 사용하였다.

본 연구에 참여한 1950년 이후 설립된 의류기업 70곳의 특성은 <표 3>과 같다.

또한, 설문응답자의 특성은 다음과 같다. 응답자의 직급은 대표이사 6명(8.6%), 이사 4명(5.7%), 부장과 과장 각각 18명씩(25.7%), 대리 13명(18.6%), 사원 11명(15.7%)로 나타났다. 근무부서는 수출영업부서가 55명(78.6%)로 가장 많았고, 관리부서가 6명(8.6%), 기획부서가 2명(2.9%), 기타부서가 7명(10.0%)으로 나타났다. 경력은 1년 이상-5년 미만자가 25명(35.7%)으로 가장 많았고, 5년 이상-10년 미만자가 21명(30.0%), 10년 이상-15년 미만자가 13명(18.6%), 15년 이상-20년 미만자가 6명(8.6%), 20년 이상-25년 미만자가 3명(4.3%), 25년 이상-30년 미만자가 2명(2.9%)로 나타났다.

<표 3> 설문대상 의류기업의 특성

특 성	구 분	빈 도(%)
총 고용인수	1명 이상 - 10명 미만	10(14.3)
	10명 이상 - 50명 미만	16(22.9)
	50명 이상 - 100명 미만	5(7.1)
	100명 이상- 500명 미만	27(38.6)
	500명 이상	12(17.1)
수출 경험	1년 이상-10년 미만	27(38.6)
	10년 이상-30년 미만	26(37.1)
	30년 이상	17(24.3)
2004년 총 매출액 중 수출액 비중	1% 이상 50% 미만	4(5.7)
	50% 이상 -100% 미만	21(30.0)
	100%	45(64.3)

<표 4> 한국 의류기업의 수출 의류제품

(n=70)

순 위	주력 수출 제품	업체수(%)	순 위	주력 수출 제품	업체수(%)
1	니트 남녀복	20(29.8)	9	모직물	2(2.8)
2	우븐 남녀복	13(18.1)	10	린넨	1(1.3)
3	합성섬유	9(13.2)	10	면직물	1(1.3)
4	스포츠,골프웨어	6(8.5)	10	편직물	1(1.3)
5	남녀 캐주얼	5(7.5)	10	펜시사	1(1.3)
6	울(wool)	3(4.1)	10	기능성소재 의류	1(1.3)
6	합성섬유 직물	3(4.1)	10	양 말	1(1.3)
6	유·아동복	3(4.1)			

IV. 연구결과 및 분석

1. 한국 의류기업의 수출 특성

1) 한국 의류기업의 수출 의류제품

본 연구에 참여한 한국 의류기업의 수출 의류제품은 <표 4>와 같다. 한국 의류기업의 주력 수출제품은 니트 남녀복을 주로 수출하는 기업이 20개(29.8%)로 가장 많았고, 우븐 남녀복을 수출하는 기업은 13개(18.1%)였고 그 뒤를 이어 합성섬유, 스포츠 골프웨어, 남녀 캐주얼, 울, 합성섬유 직물, 유아동복, 모직물, 린넨, 면직물, 편직물, 펜시사, 기능성소재 의류, 양말을 수출 주력 제품으로 하는 기업들이 있었다. 특히, 의류기업의 주력 수출 제품 품목 중에서 니트 남녀복이나 스포츠, 골프웨어, 남녀 캐주얼 등과 같이 편직제 및 단품류가 많았다. 지혜경(2002)의 연구에 의하면, 이것은 선진국들이 신속대응시스템(QRS)나 공급망관리시스템(SCM) 등의 기술혁신을 바탕으로 우븐 남녀복과 같은 복잡한 생산라인이 필요하고 기획상 짧은 생산주기가 필요한 품목들은 자국에서 생산하여 소비자의 수요에 즉각적으로 대응하고, 비교적 운송기간이 길지 않으면서 수시로 추가 주문할 수 있는 베이직 및 뉴베이직 스타일의 바지, 셔츠, 티셔츠, 브래지어 등 단품류는 선진국 인접지역의 저임금 국가에서 소싱하는 전략을 사용하기 때문이었다. 또한, Abernathy et al.(1999)은 시준에 한번씩 기획 주문할 수 있는 패션성 있는 편직의 저지, 폴오버, 가디건, 직물제 남녀 바지, 셔츠, 블라우스, 직물제 남성 파카 등 캐주얼 단품류는 아시아 지역에서 주로 소싱을 하고 있기 때문이라 하였다.

2) 한국 의류기업의 수출 의류제품 가격대

본 연구에 참여한 한국 의류기업의 수출 의류제품 가격대는 <표 5>와 같다. 주력 수출 의류제품의 가격

대에 대한 설문은 각 기업이 주력으로 수출하고 있는 제품의 가격대를 업체가 주관적으로 평가한 것으로 고가, 중가, 저가로 구분한 항목에 응답하게 하였다. 그 결과, 중가의 제품을 수출하는 업체가 42개(60.0%)로 가장 많았고, 고가의 제품을 수출하는 업체가 12개(17.2%)로 그 뒤를 이었다. 소득과 생활수준의 향상으로 인하여 소비자들은 좋은 품질의 제품을 선호하게 되는 수요의 고급화현상이 나타나고(박광희 외, 2003) 있는 시점에, 고가의 의류제품을 수출하여 고부가가치를 창출하기 위해 상품기획개발력의 강화, 기획제품을 효율적 생산·판매할 수 있는 선진국형 생산체제로의 변화가 필요하다고 본다.

3) 한국 의류기업의 의류제품 주요 수출 국가

본 연구에 참여한 한국 의류기업의 의류제품 주요 수출국은 <표 6>과 같다. 설문에 응답한 한국 의류기업의 주요 수출국으로는 미국, 유럽, 일본이 전체의 84% 이상을 차지하였고, 특히 한국 의류기업의 50%가 미국으로 의류제품을 수출하는 것으로 나타났다. 지혜경(2002)의 연구에 의하면, 1962년부터 2000년까지 수출 기간 내내 한국 의류기업의 총 의류수출의 50.5~76.0%를 미국과 일본으로 수출하였고, 따라서 한국 의류 수출업체들은 오랜 동안 미국과 지속적인 관계를 맺어 왔으므로, 현재 확보하고 있는 미국 시장에서의 점유율을 계속 유지, 확대할 수 있는 수출 전략을 마련해야 한다고 하였다. 또한, 강현수(1995), 오윤경(1998)의 연구에서 한국 의류기업의 의류수출이 과도하게 미국과 일본 시장에 편중되어 이루어지고 있는 점은 향후 의류수출을 지속적으로 확대해 나가는데 장애요인이 될 수 있다고 지적하였고, 이러한 현상은 대부분 외국 바이어들의 주문에 의한 주문자 상표 부착(OEM) 방식으로 이루어지고 있기 때문에 선진국들의 수요 변화나 경기 변동에 크게 영향을 받을 뿐 아니라 수입국의 수입규제에도 쉽게 당할 수 있다

<표 5> 수출 의류제품의 가격대

주력 수출 제품의 가격대	빈 도(%)
고 가	12(17.2)
중·고가	4(5.7)
중 가	42(60.0)
중·저가	6(8.6)
저 가	4(5.7)
저·중·고가	2(2.8)

<표 6> 의류제품 주요 수출국

순 위	수출국	업체수(%)
1	미 국	35(50.0)
2	유 럽	14(20.0)
3	일 본	13(18.7)
4	캐나다	5(7.1)
5	홍 콩	2(2.8)
6	중 국	1(1.4)

고 지적하였다.

4) 한국 의류기업의 수출 의류제품 상표

본 연구에 참여한 한국 의류기업의 수출 의류제품 상표는 <표 7>과 같다. 한국 의류기업이 주로 수출하는 제품의 상표는 60.0%의 기업이 주문자가 건네준 디자인에 따라 제조업체는 단순히 생산만하여 주문자의 상표를 부착하는 주문자 상표 부착(OEM) 방식을 택하고 있었고, 21.0%의 기업이 주문자가 요구하는 제품을 제조업체가 기획·디자인·생산하여 주문자나 유통업자의 상표를 부착하는 제조업자 설계 생산(Original Design Manufacturing: ODM) 방식을 택하고 있었다. 또한, 기업 고유상표인 자사브랜드로 수출하고 있는 기업은 10.5%, 상표없이 하청의 형태로 수출하는 기업이 8.5%를 차지하였다. 중복 응답한 기업들 중에서 12개 기업이 주문자 상표 부착(OEM) 방식과 제조업자 설계 생산(ODM) 방식을 함께 택하고 있었고, 3개의 기업이 주문자 상표 부착(OEM) 방식 및 제조업자 설계 생산(ODM) 방식과 기업 고유상표를 이용하여 제품을 수출하고 있었다.

5) 한국 의류기업의 의류제품 수출 방법

마지막으로 본 연구에 참여한 의류기업의 수출 방법에 대한 결과는 <표 8>과 같다. 한국 의류기업이 의류제품을 수출할 때 한 가지 방법으로 하기 보다는 직접 수출과 간접 수출 방법을 함께 이용하여 수출을 하므로 설문에 대해 복수 응답을 하게 하였다. 전체 설문응답 기업 중에서 복수 응답을 하지 않은 기업은

<표 7> 한국 의류기업의 수출 의류제품 상표

수출품의 상표	업체수(%)
상표없이 수출	8(8.5)
OEM 방식(Original Equipment Manufacturing)	57(60.0)
ODM 방식(Original Design Manufacturing)	20(21.0)
기업 고유상표(자사브랜드)	10(10.5)

<표 8> 한국 의류기업의 의류제품 수출 방법

수출 방식	세부내용	업체수(%)
간접 수출	무역상사 수출 대행업자	22(23.4) 6(6.4)
	현지 도·소매업자 수출 전담부서 해외 지사 현지 판매법인	9(9.6) 41(43.6) 13(13.8) 3(3.2)

19개 였는데, 단수 응답의 경우 수출 전담부서나 무역상사를 통해 수출을 하는 기업이 많았다. <표 8>과 같이 한국 의류기업이 의류제품을 수출하는 방식은 기업 내부에 수출 전담부서를 두고 기업에서 직접 수출을 하는 방식이 43.6%로 가장 많았고, 그 다음은 무역상사를 통해 간접 수출을 하는 기업이 23.4% 였다. 해외 지사를 두고 직접 수출 방법으로 수출하는 기업은 13.8%였고, 현지 도·소매업자를 통해 직접 수출하는 기업은 9.6%였다. 수출 대행업자를 통해 간접 수출하는 기업은 6.4%, 해외에 현지 판매법인을 두고 직접 수출하는 기업은 3.2%를 차지하였다. 의류 제품을 수출하는데 있어 기업이 수출에 관한 사항을 직접 통제할 수 있는 직접 수출 방식을 택한 기업들은 비교적 중·고가품의 의류제품을 수출하는 기업들로 해외 시장에 대한 확대나 개척을 하기 위하여 기업 내부에 수출에 관련된 부서를 두고 수출을 하였다. 그리고 무역상사나 수출 대행업자를 통해 수출하는 간접 수출 방식은 규모가 작은 의류업체에서 주로 행해지고 있었다.

V. 결 론

오늘날 글로벌 교역환경의 변화에 따라 우리나라의 의류제품 수출 경쟁력이 급격히 하락하고 있다. 구체적으로, 섬유·의류 무역 자유화가 전면적으로 실시되고, 중국이 이 분야에서 급부상하고 있으며, 선진국의 수입규제가 강화되고, 지역별 무역블록화와 자유무역협정(Free Trade Agreement: FTA)가 확산되고 있는 상황에서 한국 의류산업의 국제경쟁력은 1989

년 의류제품 수출액이 약 90억 달러(US \$)로 최고를 기록한 이후 2004년 약 34억 달러(US \$)로 약 1%의 시장점유율을 보이는 현재까지 계속적으로 약화되고 있는 극한 상황에 처해있다. 특히, 1990년 이후 아시아의 저임금 노동력 이용이 가능한 국가로 의류제품 생산 기지가 옮겨지면서 한국 의류산업은 그동안 문제시 되어왔던 고부가가치 의류제품의 적은 비중, 세계적 패션 브랜드의 구축 미흡, 생산 기반 약화 등의 측면이 보강되어야 할 것으로 나타났다. 이러한 사항에 대해 한국 의류기업의 수출 특성과 결부시켜 문제점을 파악하고 대응 방안을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 한국 의류기업의 주력 수출 제품 품목은 니트 남녀복이 약 30% 이상을 차지하여 이들 품목의 수출에 치중하고 있는 것으로 나타났다. 또한 복잡한 생산과정을 필요로 하는 우븐 남녀복의 비중도 18%를 차지하여 아직까지 주요 소싱국으로서의 위치를 지키고 있었고, 신소재 개발로 인한 합성섬유의 수출 비중도 상위를 차지하고 있었는데, 이는 한국이 원단 공급국으로 의류산업에 경쟁력이 있다고 한 미국 무역위원회(United States International Trade Commission)의 보고 내용과 일치하였다. 또한, 이러한 경쟁력을 바탕으로 Wellbeing, Health, Safety의 트렌드를 반영하여 제품 가공 능력을 향상시켜 고품질, 고부가가치의 기능성 의류제품을 수출할 수 있도록 꾸준한 기술개발과 노후 설비의 교체가 이루어져야 할 것이다.

둘째, 주력 수출 제품의 가격대는 중가의 의류제품을 수출하는 기업이 60%를 나타냈는데, 이러한 제품을 수출하는 것은 아직 고부가가치의 상품이 부족하기 때문이다. 따라서 고품질의 제품을 생산하여 수출하기 위해 제품 생산 과정에서 철저한 검사(conditioning)와 글로벌 최적 생산체제 구축이 이루어져야 할 것이고, 최신 트렌드를 반영한 디자인력 강화가 필요하다.

셋째, 한국 의류기업은 주로 미국, 유럽, 일본으로 수출하는 기업이 많은 것으로 나타났는데, 이는 무역 환경 변화시 큰 위협요소로 작용할 수 있다. 특히, 선진국의 경우 환경 유해 제품에 대한 규제가 심해지고 있고, 지역블록화 현상으로 의류제품을 수출하는데 있어 제약이 많아지고 있으므로 수출국의 다각화가 이루어져야 할 것이다.

넷째, 의류수출 제품의 상표는 주문자 상표 부착(OEM) 방식, 제조업자 설계 생산(ODM) 방식, 기업 고유상표, 상표없이 수출되는데, 주문자 상표 부착(OEM) 방식이 가장 많은 비중을 차지하였다. 김유성

(2001)은 주문자 상표 부착(OEM) 상표로 의류제품을 수출하는 방식은 우리 고유상품의 인지도가 없고 해외 시장의 개발여력이 부족했던 과거에 양적 향상을 할 수 있는 유일한 길이 주요국가의 유통업자나 수입업자가 요구하는 상표로 수출하는 방법 밖에 없었기 때문에 산업 초기단계에서 많이 나타났다고 하였다. 그러나 일정한 규모 이상이 된 현시점에서는 주문자 상표 부착(OEM) 방식에 의존한 결과 여러가지 문제점이 나타나게 되었다. 우선 수출 주도권을 바이어가 쥐고 있기 때문에 이들로부터 수출 물량이 불규칙하여 수출 업체는 사전에 생산기획을 준비할 수 없고, 수출가 결정에서 바이어는 요구수준이 맞지 않으면 하청 물량을 보다 저렴한 지역인 중국이나 아세안, 중남미 국가로 생산라인을 전환하기 함으로써 우리나라의 의류수출은 한계에 도달하게 되었다. 이러한 문제에 대응하는 방법으로 우리나라는 디자인력을 강화하여 제조업자 설계 생산(ODM) 방식의 의류수출품을 확대하여야 할 것이고, 또한 우리나라의 의류 브랜드를 세계적인 브랜드로 성장시키는 마케팅 전략을 전개하여야 할 것이다.

다섯째, 우리나라가 의류제품을 수출하는 방식은 주로 대기업의 경우 기업 내부에 수출 전담부서를 통해 직접 수출을 하고 중·소기업의 경우 무역상사를 통해 간접 수출을 많이 하였다. 최근 변화하고 있는 글로벌 교역 환경 변화에 대응할 수 있도록 국가적 차원에서 수출 환경 변화 분석에 대한 대책을 마련하고 법 제도나 금융제도 등이 중·소기업에 불리하게 작용하지 않도록 지원제도를 마련해야 할 것이다.

본 연구는 각국의 수출액과 시장점유율 통계자료로 국제경쟁력의 위상을 파악하였고, 설문을 통해 한국 의류기업의 특성을 파악하였다. 그러나 한국 의류산업의 총체적인 문제점을 파악하고 대안을 세우기 위해서는 다음의 후속연구가 필요하다고 본다. 즉, 현재 의류산업의 임금·각종 법제도·금융제도·각 스트림 간 협력 구조 현황을 파악하는 후속연구와 소싱방법에 대한 후속연구는 의류제품 수출 강국에 대한 경쟁력을 파악하고 후발개도국과의 격차를 벌리기 위한 구체적이고 현실적인 구조 개선 방안 수립 전략을 전망하기 위하여 계속적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

강현수. (1995). *유연성 이론의 비판적 검토와 서울 의류산*

- 업의 유연화에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 권영순. (1995). 한국 의류패션산업의 국제경쟁력 강화방안. 성균관대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김용주. (1999). 한국 의류산업의 범세계적 조달전략 결정요인에 관한 연구. *한국의류학회지*, 23(1), 42-53.
- 김유성. (2001). 한국 의류산업의 국제경쟁력 강화방안에 관한 연구. 용인대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김혜수, 진병호, 박연주. (2002). 한국 섬유 및 의류산업의 유망 해외진출국으로서의 베트남: 최근 진출 현황, 향후 전망과 제언. *한국의류학회지*, 26(7), 958-969.
- 박광희, 김정원, 유화숙. (2003). 섬유 패션산업. 서울: 교학 연구사.
- 박남규. (1991). 산업의 국제경쟁력 수명주기에 대한 실증분석. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박진수. (1994). 한국 의류산업의 경쟁력 향상을 위한 중소기업의 역할 이태리 의류산업을 준거로 한 분석-. *한국 중소기업학회지*, 16(1), 147-172.
- 성주영. (1996). 한국 섬유산업의 국제경쟁력 강화 방안에 관한 연구. 한국외국어대학교 대학원 석사학위 논문.
- 손미영. (2003). 패션산업의 세계화 추세 및 경쟁력 향상을 위한 요소 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 오윤경. (1998). 섬유산업중소기업의 육성방안에 관한 연구. 단국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이은주, 권경남. (2001). 한국 의류 및 섬유 산업의 경쟁우위 향상에 관한 제언. *한국의류학회지*, 25(2), 458-469.
- 이은향. (1997). 한국 섬유산업 수출 증대방안에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 정준연. (1991). 국제경쟁력 결정요인에 의한 국제화 전략집단 및 성과분석에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조상국, 김규창, 배기열. (1994). 북미 자유무역협정(NAFTA)이 우리 무역에 미치는 영향 섬유, 의류산업과 전자산업을 중심으로-. *경영경제(대구효성카톨릭대학교 사회과학 연구소)*, 11(0), 81-131.
- 지혜경. (2002). 한국 의류무역 변화추이 및 구조적 특성에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 지혜경, 이은영. (2006). 세계 주요 의류수출국의 의류수출 패턴. *복식*, 56(3), 81-90.
- 최대현. (1991). 한국 의류산업의 국제경쟁력 결정요인에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위 논문.
- 한국의류산업협회. (2004). 2003년도 섬유제품수출입협황. 서울: 한국의류산업협회.
- 2015 섬유 의류산업의 비전과 발전전략. (2005). *한국산업연합회*. 자료검색일 2006, 8. 20, 자료출처 <http://www.kofoti.or.kr/bbs/download.php?fileId=6027>
- Abernathy, F. H., Dunlop, J. T., & Weil, D. (1999). *A stitch in time: Lean retailing and the transformation of manufacturing-Lessons from the apparel and textile industries*. New York: Oxford university press.
- Godley, A. (1997). Competitiveness in the clothing industry: The economics of fashion in UK womenwear, 1880-1950. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 2(2), 125-136.
- Hines, T. & Bruce, M. (2001). *Fashion marketing: Contemporary issue*. London: Butterworth-Heinemann.
- International Trade Statistics2005, Technical Note. (2005). *World Trade Organization*. Retrieved January 11, 2006, from http://www.wto.org/english/res-e/statis_e/its2005_e/its05_technotes_e.pdf
- Navaretti, G. B. & Perosino, G. (1995). *Redeployment of production, trade protection and firms global strategies: The case of italy*. In Navaretti, G. B., Polimenti, G., & Perosino, G. (Eds). Paris: OECD.
- OECD Economic Outlook. (1978). *The international competitiveness of selected OECD countries*. Organization for Economic Cooperation and Development: Author.
- Standard International Trade Classification Revision 3. *United Nations Statistics Division*. Retrieved January 10, 2006, from <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regdnl.asp?Lg=1>
- Statistics Database. (2006). *World trade organization*. Retrieved August 31, 2006, from <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>