한국지역지리학회지 제18권 제4호(2012) 388-399

진주 실크산업 집적지의 혁신 역량과 활성화 정책 평가

김은주* · 이종호**

Innovation Capacities of Jinju's Silk Industry Cluster and the Evaluation of the Government Policy

Kim, Eun-Ju* · Lee, Jong-Ho**

요약 : 본 연구에서는 기업 대상 설문조사와 면담조사 결과를 토대로 진주 실크산업의 혁신역량을 분석하고, 지역 실크산업 경쟁력 강화를 위해 추진하였던 지역혁신특성화사업의 성과를 평가하였다. 연구의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 진주 실크산업의 혁신의 원천은 수도권의 고객기업과 진주지역의 대학 및 지원기관인 것으로 나타났으며, 이들과의 네트워크를 통해 제품 및 공정기술의 혁신을 추구하고 있다. 둘째, 진주 실크산업 경쟁력 강화를 위해 추진한 지역혁신특성화사업은 지역 실크업체들의 마케팅 역량 및 R&D 역량 제고라는 측면에서 대체로 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 지속적으로 쇠퇴하는 지역 실크산업의 존립기반을 강화하기 위해서는 혁신 인프라를 강화하고, 경쟁력 기반을 갖춘 기업들을 중심으로 작지만 강한 기술혁신형 산업 클러스터로의 전환을 모색해야 할 것이다.

주요어 : 진주시, 실크산업, 집적지, 혁신역량, 혁신 네트워크, 지역혁신특성화 사업

Abstract : Jinju City has been often called as the largest agglomeration of the silk industry in Korea. However Jinju's silk industry has experienced a continuous decline in employment and to production outputs after the late 1980s. This paper aims to explore innovation capacities of Jinju's silk industry and evaluate the government policy to promote the competitiveness of the silk industry in Jinju. The main findings are as follows. First, the survey shows that the major sources of innovation tend to come from customer firms in the Capital area and the innovation supporting agency and universities in Jinju City. Second, local silk production firms tend to by and large evaluate that the industrial policy projects to promote the competitiveness of Jinju's silk industry have been successful, particularly in terms of a joint branding project and the marketing support program.

Key Words : Jinju City, silk industry, agglomeration, innovation capacities, innovation networks, the Regional Innovation System(RIS) Program

1. 서 론

실크산업은 섬유산업의 한 부분으로써 1960년대 초에 생사를 수출하면서 본격적으로 발전하기 시작하여, 1970년대 후반부터 1980년대 중반까지는 새로운 견직물 가공기술의 개발과 저렴한 생산비에 힘입어 크게 발전하였다. 진주지역은 국내 실크 생산량의 76%를 차지하고 있어 한국 실크산업의 절대 집중지이며 우리나라 실크산업의 살아있는 역사로 불린다. 일제 강점기 때 태동한 진주의 실크산업은 그동안 수많은 기업들의 부침이 있었으나, 노하우와 숙련 기반은 지속적으로 축적되어 진주 실크산업이 존립기반을 유지할 수 있었던 주요한 원동력으로 작용했다(김은주 · 이종호, 2011).

그러나 1980년대 후반부터 나타난 국내 실크 소비 감소, 국내산 생사 생산 급감, 인건비의 급속한 상승 등의 내적 요인과 1990년대에 본격화된 저렴한 중국산 실크의 대량 유통이라는 외적 요인이 결합되어 우리나라의 실크산업 존립기반은 급격한 하락세를 나타내기 시작했다(송경숙, 2001). 이에 따라 한국 실크산업의 최대 집적지인 진주 실크산업 또한 명맥을 유지하고 있는 수준에 불과한 것이 현실이다.

전국적으로 실크생산 업체는 약 100여개 정도에 불과하며, 이 중 64개 업체가 진주지역에 소재하고 있는 것으로 확인되고 있다(한국실크연구원

* 진주명신고등학교 교사(Teacher, Myungshin High School)(hemro@daum.net)
** 경상대학교 지리교육과 부교수 / EU연구소 교육 · 지역발전연구센터 센터장(Associate Professor, Department of Geography Education, Gyeongsang National University)(jhl@gnu.ac.kr)

내부자료). 진주 실크생산 업체의 대부분은 종업원 규모 50인 이하의 소기업이며, 그 가운데 절반이 종업원 10명 이하의 영세기업에 해당한다(김은주·이종호, 2011). 실제, 진주 실크업체 가운데 기술 혁신의 의지와 역량을 가진 기업은 전체의 30%를 넘지 않는다. 이처럼 실크산업의 존립기반이 심각하게 위협받고 있는 상황에서 실크산업의 경쟁력 강화를 위한 다양한 정책들이 지속적으로 추진되어 왔다.

하지만 진주지역 실크산업은 과거 성장기에도 양적으로는 성장했으나 혁신역량과 생산성 향상과 같은 질적 성장에는 소홀한 결과 오늘날의 위기 상황에 직면하게 되었다고 판단된다. 이러한 판단의 근거는 진주 실크산업에 대한 몇 안 되는 기존의 연구들(김은숙, 1991; 송경숙, 2001; 김학수 등, 2006; 김은주·이종호, 2011)을 통해서 확인할 수 있다.

진주 실크산업의 현황과 입지를 처음으로 밝힌 김은숙(1991)의 연구에 따르면, 진주지역 실크 생산 업체들의 대다수가 지역에서 창업한 토착기업이며, 업체 수는 1989년에 82개로 1966년에 16개에 불과했던 것에 비해 5배가량 증가했으나 실크산업이 호황기였던 1980년대 조차도 지역 실크생산업체들은 평균 종업원 수가 30여명 내외에 불과한 영세기업 구조의 특성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

이와 마찬가지로, 진주지역 실크 업체들의 특성을 조사한 송경숙(2001)의 연구에서도 진주지역 실크 업체들이 영세한 하청기업인 경우가 많으며, 따라서 연구개발 투자가 미흡하고 제품 마케팅 능력도 떨어지는 것으로 나타났다. 한편 김학수 외(2006)의 연구에서도 진주지역 실크 업체들이 향후 수요 감소가 예상되는 한복지 중심의 생산구조이며 유연적 생산체제를 갖추지 못해 시장 수요 변화에 능동적인 대응 능력이 떨어진다는 점을 지적하고 있다.

김은주·이종호(2011)에 따르면, 진주지역 실크산업은 오랜 기간 동안 집적기반이 구축되어 물적 인프라 환경은 비교적 양호한 편이나 기업의 혁신역량과 마케팅 역량의 부족으로 인해 경쟁력 향상에 한계를 보이는 것으로 나타났다.

본 연구는 이러한 맥락에서 한국 실크산업의 중심지라고 할 수 있는 진주 실크산업 집적지의 혁신 역량을 고찰하고, 지역 실크생산 집적지의 혁신역량 강화를 위해 추진해 온 지역혁신특성화사업(RIS) 정책의 성과를 파악하여 진주 실크산업이 나아갈 방향에 대해 논의해 보고자 한다.

진주 실크산업의 혁신역량 및 활성화 정책 평가를 위해 진주지역 실크업체를 대상으로 설문조사와 면담조사를 실시하였다. 설문조사는 2009년 9월 한 달 간 진주시에 입지해 있는 실크 관련 업체 64개를 대상으로 2009년 9월 한 달 동안 각 업체를 방문하여 실시하였으며, 그 결과 31개 업체로부터 조사 결과를 획득하였다. 아울러 정량적인 조사내용을 보완하기 위해 진주시청 기업통상과, 한국실크연구원 기업지원과 및 기술개발분과, 설문조사에 응한 업체들을 대상으로 심층 면담조사를 실시하였다.

2. 진주 실크산업의 혁신 인프라

진주 실크산업의 혁신 인프라는 크게 3가지로 분류할 수 있다. 첫 번째는 진주 실크산업에서 생산을 담당하고 있는 기업들이다. 현재 진주시에 입지해 있는 64개 업체가 이에 해당한다. 이들은 실크 관련 제품을 생산하는 기업들로, 제직·염색가공·소재·디자인 등에서 실질적인 실크 제품의 생산을 담당하고 있다.

두 번째로는 생산을 담당하는 기업들에게 생산기술이나 디자인 등의 연구 개발 지원을 하고 있는 연구기관들로서, 한국실크연구원, 경상대학교, 경남과학기술대학교(구 진주산업대학교) 등이 이에 해당한다. 한국실크연구원은 견직산업의 구조고도화 및 국제 경쟁력 제고를 위해 1989년 4월에 설립된 연구소로서, 진주 실크산업의 혁신활동에 있어 핵심적인 내용인 실크산업 육성책 및 실크 연구개발, 패션디자인 개발, 기능인력 양성 및 생산현장의 기술자 연수 교육, 시험연구시설 설비교육 등을 중점적으로 실행하고 있다.

지역대학에 해당하는 기관은 진주시에 소재하고 있는 경상대학교와 경남과학기술대학교, 한국국제대학교의 3개 대학이다. 경상대학교는 의류학과에서 실크산업 관련 트렌드 조사 및 디자인 인력 양성을 담당하고 있고, 경영대학에서 실크 업체들의

경영컨설팅, 원가분석, 무역 실무 등 기업 경영과 관련된 업무들의 연구를 지원하고 있다. 그리고 경남과학기술대학교에서는 섬유산업디자인과에서 실크 업체들과 함께 공동으로 기술개발을 추진하고 있으며, 한국국제대학교에서는 산업디자인과에서 실크산업과 관련하여 CI(Corporation Image), BI(Brend Image), 디자인, 기획 등의 업무들을 지원하고 있다. 이들은 진주 지역의 실크 업체들이 그 영세성 때문에 시도하지 못하는 기술 개발이나 제품 개발, 디자인 개발 등을 통해 진주 실크산업의 혁신 활동을 지원하고 있다.

마지막으로 실크 관련 기업을 지원하는 인프라이다. 대표 기관은 실크 업체들의 협동조합이라고 할 수 있는 경남직물진주실크공업협동조합과 진주 실크의 판매 기업이라고 할 수 있는 (주)실키안이다. 경남직물진주실크공업협동조합은 지역 내 기업에 소재사를 공급함으로써 원료의 공동구매를 통해 기업의 집적이익을 증대시키고, 공동시장조사, 지리적 표시 단체 표장 출원 등을 통해 진주 실크 기업들의 브랜드화를 지원하고 있다. (주)실키안은 실크제품의 품질향상 및 공동 시장개척을 목표로 출발한 실크 전문 판매 기업으로, 진주 실크 전문매장을 운영하여 실크 제품을 직접 판매하고, 홍보함으로써 진주 실크산업을 지원하고 있다.

3. 진주 실크산업의 혁신 활동 및 네트워크

1) 혁신 활동

진주지역 실크업체들의 혁신 활동 실태 조사 결과, 조사대상 31개 업체 중 74%인 23개 업체가 지난 3년간 혁신활동을 수행한 적이 있다고 응답하였다. 이는 진주 실크산업이 존립기반이 급속하게 무너지는 과정에서도 살아남은 기업들은 다양한 형태의 혁신활동을 통해 경쟁력을 확보하기 위한 노력들을 전개하고 있음을 보여주는 것이다.

지난 3년간 혁신활동을 수행했던 기업들이 수행한 혁신의 유형은 신제품 개발이 39%로 가장 많고, 공정 개선이 26%, 기존 제품 개선이 22%, 신 공정 개발이 13% 순으로 나타났다. 이러한 결과는 지역 실크업체들이 시장 수요 변화에 대응하기 위해 디자인 및 품질 개선을 위한 투자활동을 활발하게 진행하고 있음을 보여주는 것이다(표 1).

표 1. 혁신 수행 기업의 혁신 유형

(단위: 개사, %)

구 분	업체(비중)
신제품 개발	9(39.0)
기존 공정의 개선	6(26.0)
기존 제품의 개선	5(22.0)
새로운 공정 개발	3(13.0)
합 계	23(100.0)

자료: 설문조사 결과

반면에, 지난 3년간 혁신활동이 없었던 업체들의 63%가 혁신의 의지는 있으나 자금 부족 때문에 혁신활동을 수행하지 못하였다고 응답했으며, 25%는 혁신을 수행할 인력이 부족하기 때문이라고 응답했다. 그것은 지역 실크업체들이 존립기반이 취약한 영세기업이기 때문이라고 할 수 있다(표 2).

표 2. 혁신활동이 없었던 이유

(단위: 개사, %)

구 분	업체(비중)
자금 부족	5(63.0)
인력 부족	2(25.0)
기타	1(13.0)
합 계	8(100.0)

자료: 설문조사 결과

자본이 취약한 영세기업 구조가 진주지역 실크산업의 혁신활동을 제약하는 요인이 되고 있음을 나타내는 명확한 증거는 혁신활동의 제약 요인에 관한 응답을 통해서도 잘 드러난다(표 3). 조사 업체들의 48.4%에 해당하는 15개 업체가 혁신활동을 제약하는 가장 큰 요인으로 자금 부족이라고 지적하였으며, 이 항목에 응답한 기업들 중 5개가 혁신활동을 수행하지 않은 기업의 범주에 해당하는 업체들이었다. 한편으로는 비록 혁신활동을 수행했던 기업들이라 할지라도 혁신에 필요한 자금의 부족이 혁신을 저해하는 가장 큰 요인이 되고

있다는 사실에 주목할 필요가 있다.

다음으로 혁신활동을 제약하는 요인으로는 혁신에 필요한 지식과 정보의 부족이 26%를 차지했다. 진주 실크업체들은 대부분이 영세기업으로서 연구기능과 연구인력을 보유하고 있는 기업들은 소수에 불과하다. 이러한 상황에서 혁신에 필요한 지식과 정보를 제공할 수 있는 능력은 거의 전적으로 고객기업, 공급기업, 연구·지원기관에 의지할 수밖에 없다. 뒤에서 언급되겠지만 지역 실크산업 육성을 위해 추진하였던 RIS 사업 또한 지식·정보의 제공이 사업 참여 업체에 국한되어 있어 다수의 기업들이 혜택을 받지 못하고 있는 것으로 나타났다.

혁신활동에 제약이 되는 세 번째 요인으로는 기업의 혁신 마인드 부족이 16.1%를 차지했다. 면담조사에서 지역 실크생산업체들은 실크산업의 불황은 구조적이며, 이윤 창출 환경이 단기간에 개선되지 않을 것으로 판단하여 기술혁신 투자보다는 현상 유지와 비용 절감에 주로 초점을 두는 경향이 큰 것으로 나타났다.

표 3. 혁신활동 제약 요인

(단위: 개사, %)

구 분	업체 수(비중)
혁신에 필요한 자금 부족	15(48.4)
혁신에 필요한 지식·정보 부족	8(26.0)
기업의 혁신 마인드 부족	5(16.1)
혁신을 수행할 인력 부족	2(6.5)
R&D설비 및 기자재 부족	1(3.0)
합 계	31(100.0)

자료: 설문조사 결과

2) 혁신 네트워크

(1) 혁신 창출의 주체 및 소재지

혁신 창출의 주체라 함은 기업들이 혁신을 창출함에 있어 가장 큰 기여를 하는 주체를 의미하는 바, 진주 실크 업체들은 고객기업이 혁신 창출의 주체라는 응답이 전체의 48%를 차지했다. 고객기업은 진주 실크산업의 수요자로서 실크 제품이나 공정과 관련한 수요자의 요구 사항뿐만 아니라 다른 기업과의 거래 중에 알게 된 정보들을 전달받는 통로로서의 역할을 하고 있는 것으로 나타났다(표 4).

다음으로는 대학 및 연구기관이 혁신 창출 주체라는 응답이 23%를 차지했다. 진주 실크산업과 관련된 연구 및 지원 기관은 한국 실크 연구원, 경상대학교(자연과학대학 의류학과, 경영대학 경영학과 및 무역학과), 경남과학기술대학교(섬유디자인과), 한국국제대학교(산업디자인과) 등이 있다. 이러한 결과는 자체적인 혁신 창출의 역량이 취약한 지역 기업들의 입장에서 지역에 존재하는 대학과 연구기관은 산업의 혁신역량 제고에 매우 중요한 주체임을 강조하는 것이다.

그리고 공급기업이 혁신 창출에 영향을 미치는 주체라는 응답도 19%를 차지하고 있다. 실크의 원료는 잠업을 통해 만들어지는 누에고치와 그 누에고치로 짠 실, 즉 연사이다. 그러나 진주시에 있는 실크 업체들 중 연사 생산 업체는 거의 없으며, 대부분의 업체들이 중국에서 원료가 되는 연사를 수입한다. 따라서 수입 과정에서 거치게 되는 공급업체들로부터 중국의 기술 상황이나 국내타 업체들의 기술, 제품 등에 대한 정보 획득이 많음을 알 수 있다.

표 4. 혁신 창출 주요 주체

(단위: 개사, %)

구 분	업체 수(비중)
고객기업	15(48.0)
연구기관	7(23.0)
공급기업	6(19.0)
지원기관	3(10.0)
합 계	31(100.0)

자료: 설문조사 결과

이어서 혁신 창출 주체들의 소재지는 수도권과 진주라는 응답이 80.5%를 차지하였으며, 특히 수도권이 가장 큰 비중을 차지하고 있다는 점이 주목된다(표 5). 이러한 결과가 나온 이유는 앞의 질문에서 혁신 창출의 주체가 고객기업이라고 응답한 15개 업체 가운데 14개 업체가 혁신 창출 주체의 소재지가 수도권에 있다고 응답했기 때문이

다. 한편 혁신 창출의 주체가 연구기관이거나 지원기관이라고 응답한 10개 업체들이 모두 혁신 창출 주체의 소재지가 진주지역이라고 응답했다.

이러한 조사결과를 통해 진주 실크업체들의 생산 네트워크는 수도권을 중심으로 구축되어 있는 반면, 연구개발 네트워크는 지역 대학 및 연구기관과 구축되어 있음을 파악할 수 있다.

표 5. 혁신 창출 주체의 소재지

(단위: 개사, %)

구 분	업체 수(비중)
수도권	14(45.0)
진주	11(35.5)
국내 타지역	3(10.0)
기타 경남	2(6.5)
대구, 경북	1(3.0)
합 계	31(100.0)

자료: 설문조사 결과

(2) 혁신 창출에 중요한 지식과 정보의 원천 및 소재지

기업의 혁신활동 과정에 중요한 역할을 한 지식이나 정보의 원천으로는 '현장에서 경험을 통해 획득한 지식이나 노하우'와 '고객업체, 공급업체, 서비스업체 등과의 업무상 접촉으로 얻은 지식'이 각각 10개 업체에서 응답하여 이들로부터 얻는 지식이나 정보가 가장 많은 것으로 조사되었다(표 6).

특히 혁신활동의 유형에 '기존 생산 공정의 개선'이라고 응답한 6개 업체들이 모두 현장 경험을 통한 지식의 획득이 혁신에 중요한 지식의 원천이라고 응답하였는데, 제조 현장에서의 경험과 노하우의 체득이 혁신에 중요하게 작용하고 있음을 알 수 있다.

또한 고객업체, 공급업체, 서비스 업체 등 관련 기업과의 업무상 접촉을 통해 획득한 지식이 혁신에 중요한 지식의 원천이라는 응답이 32.3%를 차지하고 있어, 지역 실크업체들과 가치사슬에 연결되어 있는 조직적 주체들이 혁신의 원천으로 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 다음으로 이보다는 다소 비중은 떨어지지만 대학, 연구소, 기술센터 등 연구·기술 지원기관들은 영세한 진주지역 실크업체들이 혁신을 통해 경쟁력을 강화하기 위해서는 매우 중요한 역할을 할 수 있음을 시사하고 있으며, 실제 진주 실크 RIS 사업에서도 산-학-연-관 네트워크 구축에 초점을 둔 것은 바람직한 방향이라고 평가할 수 있다.

앞서 언급한 바와 같이 진주 실크산업의 혁신활동에 중요한 역할을 하는 지식이나 정보의 원천은 주로 현장경험이나 고객·공급업체들, 그리고 연구 및 기술 지원기관이다. 따라서 지식이나 정보의 원천의 소재 지역은 이들의 소재 지역과 관련이 있다고 할 수 있다(표 7).

지역 실크업체들은 지식이나 정보의 원천이 수도권에 있다고 응답한 경우가 52%를 차지했으며, 지식의 원천이 진주지역에 있다고 응답한 경우도 39%를 차지하여, 수도권과 진주지역이 전체의 91%를 차지하고 있다. 그 이유는 진주 실크산업의 고객기업이 가장 많은 지역이 수도권이고, 연구개발 네트워크를 맺고 있는 주체들이 주로 진주지역에 소재하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

그 외 10%에 해당하는 3개 업체가 국내 타지역이라고 응답하였는데, 이 중 1개 업체는 전라도

표 6. 혁신에 필요한 지식이나 정보의 원천

(단위: 개사, %)

구 분	업체 수(비중)
현장에서 경험을 통해 획득한 지식	10(32.3)
관련기업과 업무상 접촉으로 얻은 지식	10(32.3)
지원기관에서 획득한 지식	8(25.9)
문헌 및 인터넷에서 획득한 지식	2(6.5)
기타	1(3.0)
합 계	31(100.0)

자료: 설문조사 결과

에 본사를 둔 제직업체이므로 본사로부터 혁신 정보를 받았다고 응답하고 있으며, 나머지 2개 업체는 대구에서 혁신과 관련된 지식과 정보를 획득하였다고 응답하였다. 이는 대구지역이 국내 최대의 섬유산업 집적지인데다 지역 섬유산업 진흥을 위해 추진하였던 '밀라노 프로젝트'를 통해 산학 연계 사업을 다양한 형태로 추진하였기 때문인 것으로 면담조사 결과 확인되었다.

표 7. 혁신에 필요한 지식과 정보 원천의 소재지

(단위: 개사, %)

구 분	업체 수(비중)
수도권	16(51.6)
진주	12(38.7)
국내 타지역	3(9.7)
합 계	31(100.0)

자료: 설문조사 결과

(3) 혁신에 있어 비공식적 네트워크의 중요성

상호작용적 혁신을 통한 기업 및 지역혁신 역량의 강화는 지식기반사회로의 이행에 따라 더욱 중요성이 높아지고 있다. 특히 공식적 거래 및 계약관계를 떠나 비공식적 차원에서 형성되는 신뢰에 기초한 비공식적 네트워크는 암묵적 지식의 습득 및 혁신 창출을 통한 경쟁력의 강화라는 맥락에서 그 중요성이 더욱 부각되고 있다(이철우·김명엽, 2004).

본 연구에서는 실크 업체들 간의 비공식적인 모임 및 만남을 비공식적 네트워크로 정의하고, 이의 중요성을 묻는 설문조사를 실시하였다. 그 결과 혁신에 있어 비공식적 네트워크가 중요하다고 인식하는 업체는 전체의 71%를 차지하는 것으로 나타났다. 면담조사를 통해서도 비공식적 네트워크를 통해 생산 기술이나 제품에 대한 지식과 정보의 상호작용이 비교적 원활하게 일어나고 있는 것으로 확인되었다.

4. 진주 실크산업 활성화 정책 평가

1) 지역혁신특성화 사업(RIS 사업) 개요

국가균형발전을 국정 슬로건으로 내세웠던 참여정부는 2003년 6월에 국가균형발전정책 추진을 위한 7대 과제를 선정하였으며, 그 중 하나로 제시된 것이 '지역혁신체계 시범사업 추진 및 지역산업정책 추진체계의 전면개편'이다(국가균형발전위원회, 2003).

이 사업은 지역특화산업의 육성을 위해 지역단위로 프로젝트 및 포럼을 선정하여 지원하는데, 프로젝트는 산학연관이 공동으로 참여하여 지역의 산업현안을 논의하며, 기술개발·인력양성·마케팅 지원 등을 연계·협력하여 추진하도록 하였고, 포럼은 시·군·구가 주도하여 지역특화산업 육성계획을 수립하도록 하였다. 또한 지역의 자율성을 인정하는 상향식(Bottom-up) 사업으로, 지방자체단체에서 과제를 직업 발굴·기획하고, 중앙 정부에서 이를 컨설팅하고 평가·관리함으로써 신속하면서도 시의적절한 의사결정이 가능하도록 융통성과 자율성, 책임성을 사업단에 부여하였다. 그리고 전략·향토·지역산업 중심의 지역단위 네트워크를 구축함으로써 지역별로 대학·기업·연구소 및 지자체가 공동 컨소시엄을 구성하여 추진토록 하였고, 복합연계식 사업으로 기술개발·인력양성·마케팅 등의 기업지원 서비스를 패키지화하여 연계하고, 기존에 구축된 인프라를 효과적으로 활용하도록 하는 소프트웨어(S/W)의 지원에 중점을 두도록 하였다.

2004년 4월 지역혁신특성화 시범사업으로 출발하여 국비 976억 원을 투입, 55개 프로젝트 및 141개 포럼 등 196개 과제를 선정·지원 하였으며, 그 중 하나의 프로젝트로 선정된 것이 진주 실크산업이었다.

지역혁신특성화사업의 기획 당시에는 사업기간을 3년 단기(2005년~2007년)로 설정하였으나, 산-학-연-관의 네트워크의 구축과 기술개발, 인력양성 등 지역 산업 고부가가치화를 달성하기 위해서는 사업기간이 지나치게 짧다는 지적이 제기되어 2단계 사업(2008년~2010년)이 추가로 진행되었다. 2차 RIS 사업은 1차 RIS 사업과 연계하여 지역의 자율성과 융통성을 최대한 보장하고, '선택과 집중'의 원칙을 통한 사업성과를 극대화하며, 정책 수요자의 책임성을 강화하고 참여의지를 제고할 수 있는 사업으로 구상되었다. 또한 사업단의 자립화 기반을 강화하고, 다양한 지역 정책사업의 활용 및 연계 노력을 강화하게 되었다(지역

산업균형발전국, 2006).

2) 1단계 RIS 사업 평가

진주 실크산업은 2004년 8월에 산업자원부(현 지식경제부)로부터 지역혁신특성화 시범사업으로 선정되어 2005년부터 국가 및 지방정부의 지원을 받는 진주시의 중점산업으로 성장하고 있다. 이에 대해 2005년~2007년까지 추진된 1단계 RIS 사업의 내용을 알아보고, 그 결과 및 기업의 만족도를 평가하고자 한다.

1단계 RIS 사업의 공식 명칭은 '지역혁신특성화 사업'이다. 이 사업에서는 진주 실크의 브랜드 마케팅 기초를 만들기 위하여 네트워크 구축, 진주 실크의 브랜드화, 마케팅 활성화 등의 3가지를 중심으로 진주 실크산업에 있어서의 마케팅의 문제점을 개선하고 활성화하기 위한 사업을 수행하였다.

사업기간은 2004년 9월 1일부터 2007년 6월 30일까지 약 3년이며, 총 53억 4천만 원의 예산이 투입되었다. 그 결과 네트워크 구축 사업을 통하여 단순한 지역 내 협력체제에서 스트림 간 협력체제로 확대하였으며, 동종 사업간 협력 체제에서 기획, 디자인, 생산, 프로모션을 연계한 네트워크를 구축하였고, 판매망 확대를 위하여 바이어리스트를 작성하는 성과를 거두었다.

또한 진주 실크의 브랜드화를 위하여 지역 관련 기업의 단체인 경남직물공업협동조합을 중심으로 지리적표시 단체 표장을 출원하였고, 이와 관련된 CI, BI 및 브랜드 관리 규정을 마련하였고, 브랜드로서의 가치 창출과 품질 관리를 위하여 진주 실크 품질관리 규정을 마련하고 세부 항목별 품질 규정을 별도로 제정하였다.

마케팅 활성화를 위하여 진주실크 제품 전문 매장을 서울시 강남구에 설치하였고, 이를 통하여 진주실크의 마케팅 활성화를 도모하였다. 그리고 비즈니스 모델과 IMC(Integrated Marketing Communication: 통합 마케팅 커뮤니케이션) 전략을 수립하여 전문 매장이 단순히 소비자를 대상으로 한 B2C 뿐만 아니라 컨버터로서의 역할도 함께 수행하는 구조를 형성하여 지역 내 생산 제품의 마케팅 활동과 함께 해외 진출을 위한 무역사무소의 기능이 함께 설치되도록 하였다.

2005년 상반기 진주시의 자체 조사 결과에 따르면, 진주시에는 110개의 실크 업체가 있으며, 그 중 28개 업체가 RIS 사업에 참여하여 25.5%의 참여율을 나타낸 것으로 나타났다(진주시 내부자료). 필자의 설문조사에 응한 31개 업체 중 1단계 RIS 사업에 참여한 업체는 55%에 해당하는 17개 업체였다. 그러나 진주시의 조사 결과와 같이 2005년에 진주시에 있던 실크업체들 중 28개만이 1단계 RIS 사업에 참여하였다고 보았을 때, 28개 업체 중 17개 업체가 설문에 응답하였으므로 1단계 사업 참여업체의 응답률은 약 60.7%에 해당한다.

참여하지 않은 14개 업체의 사업 불참 이유는 개방형 설문을 통한 면담조사를 통해 진행했는데, 다수의 불참 기업들이 기업의 전망이 불투명하기 때문에 정부에서 RIS 사업과 같이 정책적인 노력을 하더라도 상황이 호전될 가능성이 높지 않다고 판단하여 사업에 참여하지 않았다고 대답하였다. 흥미로운 점은 RIS 사업체 참여한 업체들 중에서도 국내 실크산업의 쇠퇴가 구조적인 현상이기 때문에 정책적 노력을 통해 지역 실크산업이 호전될 것이라고 기대하는 기업들이 많지 않았다는 점이다.

사업에 불참한 일부의 기업들은 RIS 사업에 참여할 수 있는 자금이나 시간, 인력이 부족하다는 응답했으며, 놀랍게도 RIS 사업에 대해 전혀 정보를 가지지 않은 기업도 존재했다. 면담조사를 통해, RIS 사업에 대한 대(對) 기업 홍보가 부족했다는 점이 지적되기도 했으며, 한복지 생산 업체들은 RIS 사업이 주로 해외수출업체에 해당하는 스카프나 넥타이를 만드는 업체에만 집중적으로 투자된 반면 한복지 생산업체들은 사업 지원에서 소외되었다고 지적하기도 했다.

RIS 사업에 참여하였던 17개 업체를 대상으로 사업 만족도 평가를 한 결과 Likert 척도 5점 만점에서 '보통' 정도 수준인 3.08로 나타났다(그림 1). 세부 사업별로 공동 판매법인인 (주)실키안의 설립을 가장 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 그동안 진주 실크산업은 대부분 실크섬유를 만들거나 실크제품을 만들어서 다른 기업에 납품을 하는 하청 기업의 형태를 띠어왔다. 따라서 생산비는 많이 들지만 부가가치가 낮아 이윤의 창출이 적다는 것이 문제점으로 지적되어 왔다. 이를 극복하기 위해 공동 판매법인인 (주)실키안 설립

하고, 이를 통해 진주시에서 생산되는 실크 제품들을 '진주 실크'라는 단일 브랜드로 만들어 홍보 및 판매를 실시하고 있다.

다음으로, 그동안 참가하지 못했던 국내외 전시 박람회의 참가를 통해 진주 실크의 우수성을 알린 것 또한 3.24로 비교적 높은 만족도를 나타내었다. 그리고 서울시 강남구 청담동에 실크 전문 매장을 설치하여 비교적 고급 섬유에 대한 수요가 많은 수도권 지역의 시장을 공략한 것도 3.18로 높은 점수를 얻었다.

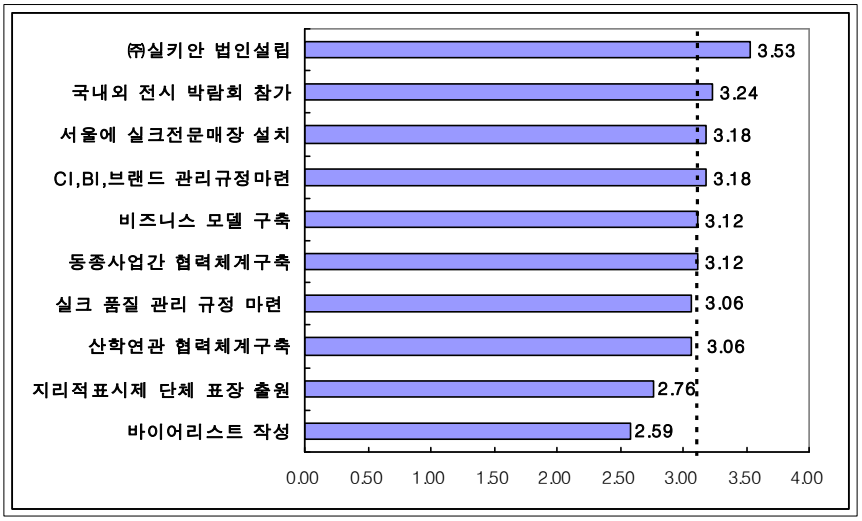
여기에 진주에서 생산되는 실크가 하나의 브랜드로서의 가치를 갖기 위해서는 제품의 품질 관리가 가장 중요하다. 따라서 RIS 사업에서는 진주 실크의 BI(Brand Image), CI(Corporation Image)를 만들어 진주 실크를 의미하는 이미지를 형상화하고, 그와 관련된 품질관리 규정을 마련한 것도 3.18의 점수를 받아 만족도가 비교적 높은 것으로 조사되었다.

물론 진주 실크 업체들에게 가장 절실했던 부분은 홍보 및 직접 판매를 통한 부가가치의 창출이었다. 하지만 기업들의 규모가 작기 때문에 인력이나 자금의 부족도 문제였기에 RIS 사업에서는 기업들에게 경영컨설팅 등을 통한 새로운 비즈니스 모델의 구축을 지원하였다. 이 항목 역시 기업들의 만족도가 3.12로써 비교적 좋은 평가를 받았다.

진주 실크 RIS 사업에서 가장 중점을 두고 추진했던 부분은 산-학-연-관의 협력 네트워크 체제였다. 교통과 통신이 발달한 고도 산업사회에서 기술적으로 우위에 있는 유럽 지역의 실크업체들과 경쟁하는 것은 기업 혼자만의 노력으로는 거의 불가능하다. 따라서 정부와 지방자체 단체의 재정적·제도적 지원과 대학과 연구소의 연구 개발 지원, 그리고 기업의 혁신 노력이 조화롭게 이루어져야 한다. 이러한 측면에서 RIS 사업에서 실시한 동종사업간의 협력 체계 구성은 경쟁자로서의 실크 업체들을 연결시키는 데 많은 역할을 하여 만족도 3.12, 산-학-연-관 협력체계 구축에서 만족도 3.06의 비교적 긍정적인 결과를 얻게 되었다.

1단계 RIS 사업의 만족도는 전체적으로 긍정적이었던 반면, 만족도 평가에서 상대적으로 점수가 낮은 항목은 바이어리스트 작성 사업과 지리적표시제 단체 표장 출원 사업이다. 바이어리스트의 작성은 고객기업의 리스트를 만들어 고객기업을 체계적으로 관리함으로써 제품의 홍보 및 판매를 원활하게 하는데 있었다. 그러나 이러한 바이어리스트 역시 스카프나 넥타이 등 양장지를 중심으로 이루어지면서 한복지 업체가 소외되어 만족도가 낮게 나타난 것으로 풀이된다.

만족도가 낮은 또 하나의 항목은 지리적표시제 단체 표장 출원이었다. 이 항목 역시 홍보와 관련



* 5점 척도법에 의한 수치이며, 점선은 항목의 평균값을 의미함.
자료: 설문조사 결과

그림 1. 1단계 RIS 사업 만족도 평가

하여 '진주 실크'라는 지역의 브랜드를 만들자는 의미에서 추진되었는데, 업체들에게 '진주 실크'라는 브랜드보다는 '(주)실키안'이라는 브랜드가 크게 인식됨으로써 이 항목의 중요성을 업체들이 제대로 인식하지 못하고 있기 때문이지, 이 항목에 대한 불만사항으로 인한 부정적 만족도는 아닌 것으로 판단된다.

3) 2단계 RIS 사업 평가

1단계 RIS에서는 네트워크 구축, 진주 실크의 브랜드화, 마케팅 활성화 등의 3가지 사업을 통하여 OEM에만 의존하던 진주 지역의 실크산업을 완제품으로서의 소비자 직거래 및 조사된 바이어 리스트를 기준으로 적극적인 영업활동을 하여 진주 실크가 경쟁력을 가질 수 있는 기틀을 마련하였다고 볼 수 있다. 그 결과 1단계 사업의 만족도는 비교적 긍정적인 것으로 나타났다.

2007년까지 추진된 1단계 사업이 끝나고 2008년~2010년까지 2단계 RIS 사업이 추진되었다. 2단계 RIS 사업의 목표는 이미 구축된 인프라를 활용하여 브랜드화와 마케팅을 통한 실크 제품의 경쟁력 향상 및 진주 실크의 일류화, 진주 실크 사업단의 자립화를 실현하는 것이다. 그 구체적인 목표는 1단계 사업을 통하여 구축된 네트워크 인프라와 함께 1단계 사업에서 혁신 요소로 분석된 디자인 개발과 R&D 역량을 보완하여 중국, 동남아시아 등 경쟁 국가와 차별화된 제품을 개발하고 새로운 시장을 개척하여 진주 실크의 명품 브랜드화를 달성하는 것이다. 그리고 1단계에서 구축한 비즈니스 모델을 바탕으로 새로운 시장을 개척하고, 차별화된 제품 개발과 고객 분석, 트렌드 예측, 디자인 역량 강화 육성을 통하여 브랜드 가치를 창출하고 전문 판매장을 통한 지속적인 마케팅 전개로 실크 사업단의 자립화를 달성하여 장기적으로는 실크 밸리와 연계하여 세계적인 실크도시로 육성하겠다는 것이다(한국실크연구원, 2008).

1단계 RIS 사업에 참여한 업체는 총 110개 업체 중 28개로, 25.45%의 참여율을 나타내었다. 그러나 2단계 RIS 사업에는 2008년에 진주시에 존재하였던 94개 업체 중 21개 업체가 참여하여 그 참여율은 22.34%로 나타났다(진주시 내부자료).

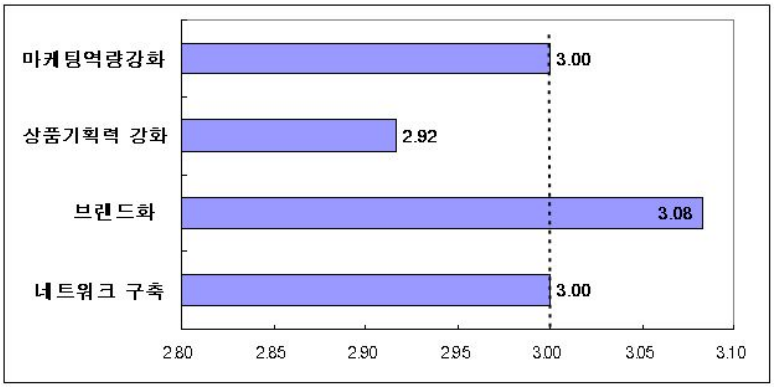
본 연구에서 실시한 설문조사에 응한 31개 업체 중 2단계 RIS 사업에 참여한 업체는 12개 업체로 나타나, 5개 업체가 1단계 사업에는 참여하였으나, 2단계 사업에는 참여하지 않았음을 알 수 있다. 따라서 2009년 현재 진주시에 있는 전체 실크업체 중 2단계 RIS 사업의 참여율은 18.75%로 1단계에 비해 그 비율이나 숫자가 모두 감소한 것으로 나타났다.[1)]

2단계 RIS사업에 참여하지 않은 이유는 1단계 RIS 사업의 불참 이유와 마찬가지로 산업 전망이 불투명하고, 정책적 노력에 따라 상황이 개선될 가능성이 높지 않다고 판단했기 때문이라는 의견이 지배적이었다.

그리고 1단계에는 참여하였으나 2단계 사업에 참여하지 않은 5개 업체의 경우, RIS 사업에 참여해 본 결과 기술과 정보의 획득이라는 긍정적인 부분은 분명히 있지만, 사업에 참여하고 협조하는 것에 있어 자금이나 시간, 인력이 부족하고, 사업 참여와 관련한 기관들의 결과 조사, 설문조사 등에 대한 부담도 상당하기 때문이라고 응답하였다.

2단계 RIS 사업의 평균적인 만족도는 5점 만점에 보통 수준인 3.0으로 나타났다(그림 2). 각 내용별로 구체적인 만족도를 분석해 보면 다음과 같다. 2단계 RIS 사업의 항목 중에서도 가장 만족도가 높은 항목은 '브랜드화'이다. 이 부분은 1단계 RIS 사업의 연장으로 1단계 사업에서 '(주)실키안'이라는 공동의 판매 법인회사를 설립하여 '진주실크'를 하나의 고유한 실크 브랜드화하는 항목이다. 이는 생산만을 담당함으로써 소비자의 수요에 대처하지 못하고, 수요가 없으면 재고를 남기며 아무런 노력도 할 수 없었던 영세한 실크업체들에게는 업체의 매출과 직접적으로 연결되어 가장 큰 도움이 되는 부분이기 때문인 것으로 분석된다.

다음으로 '마케팅 역량 강화'와 '네트워크 구축'이 평가척도 3.0을 나타냈다. RIS 사업단의 마케팅 역량 강화 계획을 보면, 주관기관인 한국실크연구원을 중심으로 지리적 표시 단체 표장을 활용한 브랜드 런칭을 통해 진주 실크의 브랜드화와 우수한 제품에 대하여 참여 기업을 선정하여 Family Brand를 개발하고, BI를 개발하여 고품격의 마케팅 활동을 전개하는 것이다. 또한 1단계 RIS 사업에서와 마찬가지로 국내외 박람회 및 상담회에 대



* 5점 척도법에 의한 수치이며, 점선은 항목의 평균값을 의미함.
자료: 설문조사 결과

그림 2. 2단계 RIS 사업 만족도 평가

한 정보와 새로운 판매 경로에 대한 정보를 수집하여 시장 개척을 위한 노하우를 축적할 수 있는 체계를 마련하는 것도 '마케팅 역량 강화'에 포함된다. 이런 의미에서는 마케팅 역량 강화 역시 진주실크의 브랜드화와 무관하지 않은데도 브랜드화에 비해 만족도가 낮게 나타난 것은 기업들의 이해가 불충분하기 때문인 것으로 분석된다.

RIS 사업단의 네트워크 구축 계획의 핵심은 실크산업 연계 협력 시스템의 구축이다. 따라서 1단계에서 추진한 것과 마찬가지로 진주지역의 혁신주체인 산·학·연·관을 연계할 수 있는 네트워크를 구성하고자 한다. 여기에 실크산업의 생산스트림 간 협력 체계를 구축하고, 업체 간 상호 수평적인 연계를 강화하여 공동브랜드, 공동판매, 귀족 마케팅을 통한 네트워크를 강화하고자 한다. 또한 진주와 함께 섬유산업을 선도하는 지역인 대구 지역의 섬유 소재 공급자와 수도권 브랜드 수요자의 직거래를 통해 국내의 비즈니스 확대 사업을 추진하는 대구섬유마케팅센터(DMC)와 본사 및 해외 지사를 통한 신규바이어 발굴과 오더 수행을 하며 해외 거점(브라질)을 가진 한국섬유마케팅센터(KTC)와의 업무 교류를 통해 1단계 RIS 사업에서 확보한 바이어리스트를 활용하여 신규 바이어를 개척하는 것이다.

2단계 사업에서 만족도가 평균치인 3.0보다 낮게 나타난 항목은 '상품기획력 강화'이다. 이 사업은 경상남도와 진주시 지원 실크 제품의 기획력의 향상을 통해 실크 선진국으로 인정되는 이태리 유명 컨설턴트의 기술지도와 상품 기획을 통해 진주 실크산업의 디자인 능력을 배양하고, 상품 기획력을 향상시켜 진주 실크의 제품 경쟁력을 강화시키는 것을 주요 내용으로 한다. 전문가들은 진주 실크 제품의 질적 수준을 제고하고, 진주 실크가 세계적인 제품으로 인정받기 위해서는 꼭 필요한 사업이라고 인식하고 있다. 그러나 이에 대한 만족도가 낮은 것은, 이 항목 역시 업체들의 RIS 사업 내용에 대한 이해 부족이 가장 큰 원인이며, RIS 사업이 주로 수출을 중심으로 하는 업체들에 집중되어 있고, 섬유산업의 사양화로 인해 기업의 경영상황이 좋지 않은 상황에서 업체들에게 긍정적인 미래에 대한 인식을 심어주지 못하고 있기 때문인 것으로 분석된다. 또한 RIS 사업에 참여하지 않는 한복지 업체들의 경우에는 본인들이 생산하는 실크 제품의 질에 대해 지나칠 정도의 자부심을 갖고 있기 때문에 더 이상의 품질 개선을 통한 노력이 필요하지 않다고 보는 경향도 강하게 나타나기 때문인 것으로 판단된다.

5. 결론 및 정책적 함의

진주 실크산업은 산업 환경의 패러다임 변화에 적절하게 대응하지 못하고 국제적인 경쟁 압력에서 밀리면서 2000년대부터 급속하게 쇠퇴하게 되었고 현재는 명맥을 유지하는 수준으로 전락하고 있는 상태이다. 하지만 진주의 실크산업은 여전히 진주시를 대표하는 산업의 하나이며, 쇠퇴 국면에

서도 기술과 시장 환경 변화에 존립하기 위해 혁신역량 강화를 위한 기업 내외적 노력들이 전개되고 있다. 본 연구는 이러한 맥락에서 진주 실크산업의 혁신역량을 분석하고, 지역 실크산업 경쟁력 강화를 위한 RIS 사업의 성과를 기업들의 만족도 조사를 중심으로 평가하였다. 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 진주 실크산업의 혁신활동은 전체 기업 가운데 74%가 수행한 것으로 나타남으로써 어려운 대외 여건 하에서도 존립기반 확보를 위해 혁신활동을 부단하게 수행하고 있는 것으로 나타났다. 기업 혁신의 외부 원천은 수도권의 고객기업과 진주지역의 대학 및 지원기관인 것으로 나타났으며, 이들과의 네트워크를 통해 제품 및 공정기술의 혁신을 추구하고 있다. 하지만 진주 실크업체들의 대다수가 영세기업이라는 점에서 기술혁신의 의지를 가진 기업들을 선별하여 중소기업 자금지원 및 R&D 역량 강화를 위한 산·학·연 네트워크 구축 등을 정책적으로 지원할 필요가 있다고 판단된다.

둘째, 6년간에 걸쳐 진주 실크산업 경쟁력 강화를 위해 추진한 지역혁신특성화사업(RIS)은 지역 실크업체들의 마케팅 역량 및 R&D 역량 제고라는 측면에서 대체로 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 사업의 추진 기간 동안에도 진주지역의 실크산업 기반은 위축되는 추세를 보였음에도 불구하고 총 64개 업체 중 적어도 30% 정도의 기업들은 다양한 형태의 제품 및 공정 혁신 노력을 추구하면서 생존 전략을 끊임없이 모색하고 있었다. 진주지역 실크산업의 가장 큰 취약점은 마케팅 역량과 신제품 개발 역량이 부족하다는 점이다. 이를 강화하기 위해 추진했던 공동 브랜드 및 공동 마케팅 사업에 대해서는 다수의 기업들로부터 긍정적인 평가를 받았으며, 한국실크연구원과 경상대학교를 비롯한 지역 대학들과의 인력 양성 및 연구개발 네트워크의 구축은 점진적으로 성과를 창출할 수 있을 것으로 판단된다.

노동집약적인 산업의 속성을 가진 실크산업의 특성상 진주지역 실크산업 집적기반의 쇠퇴는 구조적인 측면이 크게 작용하고 있음은 분명한 사실이다. 이로 인해 다수의 기업들은 기업가정신을 이미 상실한 채 최소한의 생산기반만을 유지하는 모습들이 확인된다. 이 시점에서 경상남도와 진주시의 산업정책은 실크산업을 진주의 지역경제를 견인하는 주력 전략산업으로 인식하는 기존의 사고의 틀을 벗어날 필요가 있다. 그보다 진주의 실크산업은 대외 경쟁력이 있고 기업가정신을 가진 기업들을 중심으로 작지만 강한 혁신형 산업 클러스터로의 발전을 모색해야할 것이다.

지역사회에서 연결고리가 원활하지 않은 기술개발 및 디자인 인력들의 양성 및 지역 내 뿌리내림을 위해 실크 의류 디자이너 양성, 공동 브랜드의 인지도 제고를 위한 마케팅 강화, 개별 기업의 기술 및 시장 동향 파악 및 마케팅 역량 제고를 위한 지원기관의 역량 강화가 선행되어야 하고, 이를 위해 한국실크연구원이 연구개발뿐만 아니라 기업지원기관으로서의 역할을 충실히 수행할 수 있도록 하이브리드 조직화의 제도적 토대를 구축해야 할 것이다.

주

1) 2009년 현재 진주시에 있는 실크업체들 중 21개만이 2단계 RIS 사업에 참여하였다고 보았을 때, 21개 업체 중 12개 업체가 설문에 응답하였으므로 조사 결과의 신뢰성은 충분하다고 판단된다.

문 헌

국가균형발전위원회, 2003, 국가균형발전의 비전과 과제, 동도원.

김은숙, 1991, 견직공업의 발달과 입지변동: 진주지역을 중심으로, 경상대학교 석사학위논문.

김은주·이종호, 2011, 진주 실크산업 집적지의 발전과정과 입지 특성, 한국사진지리학회지, 21(4), 13-23.

김학수·이정숙·조성의, 2008, 진주실크산업의 경쟁력 제고를 위한 운영관리 전략에 관한 연구, 한국의류학회지, 30(3), 425-435.

송경숙, 2001, 한국 견직산업 현황과 활성화 방안: 진주지역 견직산업을 중심으로, 아시아민족조형학보, 2(1), 125-138.

이철우·김명엽, 2004, 대구지역 벤처기업의 비공식 네트워크, 한국지역지리학회지, 10(4), 713-726.

지역산업균형발전국, 2006, 2단계 지역혁신특성화 사업(RIS) 신규 추진 계획.
한국실크연구원, 2008, 지역연고산업계획서.
한국실크연구원, 2008, 진주실크 브랜드마케팅 활성화 사업.

• **교신** : 이종호, 660-701, 경남 진주시 진주대로 501 경상대학교 지리교육과(이메일: jhl@gnu.ac.kr, 전화: 055-772-2185)
Correspondence : Jong-Ho Lee, Department of Geography Education, Gyeongsang National University, 501 Jin-ju-Daero, Jinju City, Gyeongnam, Korea(e-mail: jhl@gnu.ac.kr, phone: +82-55-772-2185)

(접수: 2012.8.24, 수정: 2012.9.28, 채택: 2012.11.20)