

세계 섬유패션시장의 환경변화와 우리 기업의 과제

조 경 속
성균관대학교 의상학과 교수

Environmental Changes in the Global Textile & Fashion Market & their Implications for Korean Firms

KyeongSook Cho

Professor, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea
(투고일: 2012. 12. 30, 심사(수정)일: 2013. 2. 18, 게재확정일: 2013. 3. 10)

ABSTRACT

This paper aims to examine the implications of the global market for Korean textile and fashion firms with regard to recent changes in the international business environment to improve the corporative management to the level that the global economy demands. The trade and business environment is moving toward the paradigm of glocalism. As the geographical scope of the market and business environment continues to expand with the aid of technological development, demands for global standards as a means to offer universal validity in business settings have been raised. The glocalized society values diversity as a notion beyond global standardization. The world trade orders are subject to free trade; however, protectionism has substantially promoted trade barriers in the name of the environment and safety issues, ethical managements, and intellectual property rights. For sustainable development in the global market, Korean firms should strive to implement global standards related to these issues and corporate social responsibility in their business settings.

Key words: corporate social responsibility(기업의 사회적 책임), diversity(다양성), global standard(세계 표준), glocalizm(세방화), intellectual property right(지식재산권), textile & fashion firm(섬유패션기업)

I. 연구의 필요성과 목적

우리나라 섬유산업은 1917년 일본 자본에 의해 설립된 조선방직주식회사와 1919년 민족자본의 경성방직주식회사에서 면방직을 시작으로 최근까지 1세기에 가까운 산업 역사 동안 핵심 기간산업으로 수출을 주도하면서 해외의존형으로 성장해왔다. 1960년대 경제개발계획의 본격적 추진과 함께 섬유산업은 내수산업에서 수출산업으로 전환되면서 급성장하였고, 1970년대에는 총수출 대비 섬유류 수출 비중이 30% 이상을 유지하면서 홍콩, 대만과 함께 섬유 수출의 주요 3국으로 세계 시장을 주도하였다.

1990년대에는 의류 등의 봉제품보다는 원사와 직물류의 수출 비중이 높아지는 선진국형 섬유 수출 구조로 바뀌게 되었고, 의류제조업체들의 해외 이전에 따른 국내 산업공동화 현상과 후발개도국들의 추격이 있었다. 위기 요인에도 불구하고 1990년대 우리나라 섬유산업은 1956년 첫 수출¹⁾ 이래 매년 무역수지 흑자를 통해 외환보유고를 확충하여 IMF 경제체제 극복에 크게 공헌하면서 여전히 국가 경제 발전에 견인차 역할을 하는 핵심 기간사업으로서 그 위상을 지켰다.

1990년대 이후에는 과거 선진국의 OEM 하청생산에 의존한 제조 중심의 수출주도형 국내 섬유산업의 방향 전환에 대한 필요성을 인식하고 고부가가치 지식기반 섬유산업으로 정책적 전환이 제기되었다. 즉, 섬유산업의 양적 확대를 마감하고 기술과 디자인을 접목한 고부가가치제품 생산체제 구조로 전환을 시도하면서 문화산업의 관점에서 창조적 패션산업 육성을 위해 정부와 지방자치단체, 학계, 업계 및 관련단체 차원에서 다각적인 접근과 노력을 하게 되었다.

그러나, 정책적 시도와 노력에도 불구하고 최근 국내 브랜드의 수는 위축되고 해외 브랜드의 국내 도입이 증가하였으며 국내 생산기반이 약화되었다. 한국섬유산업연합회의 통계²⁾에 따르면, 2001년도에는 우리나라 총 수출액 대비 10.7%의 비중을 차지했던 섬유류 수출액이 2003, 2005, 2008, 2010년도에 각각 7.9%, 4.9%, 3.1%, 3.0%로 점차 축소되었고, 섬유류 무역수지 흑자도 2000년 이후 매년 감소되면서

실적이 저조한 상황이다. 국외적으로는 2005년 쿼터제 폐지, 섬유교역의 자유화와 FTA체결의 가속화, 후발개도국들의 급격한 추격, 고비용 저효율 등의 복합적 요인에 따라 세계 시장에서 경쟁력이 약화되면서 국내 섬유산업은 사양산업이라는 사회적 인식을 초래하였다.

이에 침체된 국내 섬유패션산업의 경쟁력 강화 방안이 다각적인 차원에서 분석, 제시되어 왔다. 국내외 섬유패션산업 동향³⁾과 시장 조사 분석⁴⁾을 비롯하여 우리나라 섬유산업의 국제 경쟁력을 평가⁵⁾하고, FTA에 따른 국내 섬유산업의 대응 방안⁶⁾을 고심하였으며, 복종별 산업 경쟁력⁷⁾도 분석되었다. 이들 선행 분석들은 고부가가치 섬유패션산업으로의 전환을 강조하면서 생산력과 산업 인프라의 강화 및 확대를 주장하고, 글로벌시장 공격을 위한 비즈니스 모델과 전략을 제시하는 등 생산과 효율이 경쟁력의 원천으로 인식되는 비즈니스적 패러다임에서 요구되는 경쟁우위 전략들을 제시하고 있다.

본 연구에서는 경쟁우위 전략보다는 선행 연구들에서 조명되지 못했던 세계 통상거래 질서의 기저에 흐르는 본질적인 명분과 가치 및 규범에 대한 통찰에 중점을 두고, 미래 기업환경에서 우리 업계가 수용, 강화해야 하는 적응 과제들을 도출함으로써 선행 연구들과 차별화를 꾀하고자 한다. 미래는 예측이 불가능한 시대이며, 앞으로 기업들이 직면하게 될 도전들은 기업 내부 전문 영역에서보다는 외부 세계에서 발생하게 될 가능성이 많으므로 폭넓은 분야와 시각에서 변화를 신속하게 감지하고 효과적으로 대응하는 적응우위 실현이 핵심 성공요인이 될 것이다.

본 논문의 전개는 문헌과 실증적 자료의 고찰을 바탕으로 첫째, 국제 섬유시장을 지배하는 세계 통상 질서의 흐름, 둘째, 제품과 생산환경을 둘러싼 환경과 안전의 문제, 셋째, 시대를 지배하는 패러다임으로서 글로벌리즘과 글로벌시대의 비즈니스, 그리고 미래에 기업의 핵심 성장 동력으로서 섬유패션 콘텐츠의 법적 보호 관점에서 논리를 전개하고자 한다.

과거 우리나라 섬유기업들이 세계 시장에서 선진국의 하청생산국으로서 기여하였다면, 이제는 세계 경제가 요구하는 기업경영의 수준으로 그 위상을 높

여가야 할 것이다. 기술력과 생산력이 세계적으로 평준화된 오늘날의 글로벌 섬유패션시장에서 도약과 지속가능한 발전을 위해 요구되는 적응 과제에 대한 이해는 매우 절실하며 우리 기업들에게 중요한 시사점을 제시할 것이라 생각된다.

II. 세계 섬유패션시장을 지배하는 통상환경

1. 자유무역 속의 보호무역주의

섬유류의 국제교역 질서와 그 변화에 중요하게 영향을 끼친 국제 협정은 1947년 스위스 제네바에서 체결된 관세무역일반협정(General Agreement on Tariffs and Trade: GATT)⁸⁾과 1974년 체결된 다자간섬유협정(Multi-Fibre Agreement: MFA)이라고 할 수 있다.

GATT는 활동 개시 당시 국제무역기구의 창설이 무산되면서 국제 무역 협상의 장으로서 시장을 감시하는 상설기구와 같은 역할을 하게 되었다. GATT체제 탄생의 배경은 1929년 대공황에 따른 각국의 경쟁과 보호무역정책 그리고 그 후 이어진 제2차 세계대전 종료 후 각국 간 환율 인하 경쟁, 보호무역 경쟁의 방지, 그리고 질서에 기초한 국제교역 증대의 필요성에서 출발하였다. 이후 금융시장의 안정과 인위적인 환율개입을 최소화하고 시장환율 중심의 국제교역질서 확립을 위한 국제통화기금(International Monetary Fund: IMF) 체제, 그리고 보호무역주의를 철폐하기 위한 제도적 장치로서 GATT 체제가 출범되면서 세계 경제 변화에 큰 틀이 되었다.⁹⁾ GATT의 기본 원칙은 관세 이외의 무역장벽의 금지, 관세상호주의, 최혜국대우 공여원칙으로서 이는 다자간 교역규범의 중요한 원칙인 비차별성을 강조한 것으로 가장 혜택을 입는 국가에 적용되는 조건이 모든 다른 국가에도 적용되어야 한다는 것을 의미하였다.

MFA는 선진국에 의해 도입된 것으로 섬유류 수입에 대해 수입국이 수출국 별로 차별적인 수입량과 연 증가율을 매년 제한하여 정하는 것을 허용하는 국제간 협정이다. 선진국들은 무차별 수량제한을 금

하는 GATT의 자유무역체제에서 자국시장을 보호하고자 MFA를 통해 섬유제품 수출 개도국과 쿼터를 정하고 시장을 규제하여 특정 개도국들이 선진국의 시장을 독점하지 못하도록 하였기 때문에, MFA는 전통적으로 보호무역의 상징이 되었다. 그러나, 동시에 MFA는 후발국들이 섬유산업을 집중 육성할 수 있는 계기가 되기도 하였는데, Snyder¹⁰⁾는 제2차 대전 이후 선진국들의 규제 대상국은 일본, 한국, 대만과 같은 나라에서 후에는 중국, 인도 등으로 이동되었다고 하면서, MFA의 쿼터 규제로 인해 캄보디아, 네팔, 라오스와 같은 낮은 경쟁력의 국가들도 국제시장에 진입할 수 있었다고 하였다.

GATT는 다자간 협정에 불과하여 독립된 기관으로서의 토대를 갖지 못했으므로 이를 대체하기 위해 등장한 영속적 국제기구로 1994년 세계무역기구(World Trade Organization: WTO)가 출범하였다. 다자간 협력체제를 추구하고 있는 WTO는 회원국들 간의 무역 관계를 정의하는 협정을 관리 감독하기 위한 기구로, 국제거래의 기본은 국가간 무역의 장벽을 감소시켜 시장원리에 기초한 무역의 확대를 GATT체제가 지향하였던 자유무역주의를 더욱 확대시키고 공고히 하고자 하였다. 교섭분야에 있어서는 GATT의 경우 상품으로 제한하였으나 WTO 규정은 서비스 및 무역관련 지식재산권 등의 무형제의 분야까지 확대해 가면서 전 세계적으로 시장의 흐름을 포괄적으로 규율해 오고 있다.¹¹⁾ 우리나라는 WTO의 출범과 동시에 1995년부터 주요 회원국으로 참여를 결정하였는데, 당시 정부의 WTO의 가입은 유럽연합(EU)이나 북미자유무역협정(NAFTA) 등 지역주의(Regionalism)¹²⁾가 강화되는 데 따른 조치로서 경제 선진국의 무역장벽과 보복조치로 파생되는 피해를 줄일 수 있다는 장점에 따른 대응이었다.¹³⁾

WTO 출범 당시 지나친 선진국 시장 보호가 자유무역을 해친다는 지적이 잇따랐고 개도국들은 자생력을 위해 쿼터제 철폐를 요구하였다. 이를 반영하여 1995년부터 10년간 단계적으로 쿼터를 자유화하고 2005년부터는 나머지 부분에 대해서도 완전 폐지하는 것으로 섬유무역의 완전 자유화의 토대가 마련되었다. 쿼터제의 폐지로 인해 그동안 수출이 제한되었

던 중국과 인도 등은 수출량이 증가하고, 반면 제조업 효율성이 상대적으로 떨어지는 캄보디아, 방글라데시 등과 대만, 홍콩 등 당시까지 비교적 많은 쿼터를 확보해 왔던 나라들의 경쟁력이 상대적으로 약화되었다. 쿼터제의 폐지는 미국으로 수출할 경우 모든 국가에 동일한 관세 적용을 의미하였는데, 이러한 통상환경에서 아시아 빈국들이 관세 면제의 혜택을 받을 수 있는 협정은 이루어지지 않아 그들을 포함하여 대량 생산자와 경쟁할 능력이 없는 모든 국가들에게 이러한 쿼터제의 폐지는 산업에 대한 “사형선고”에 비유되었다. 캄보디아는 면세혜택을 위해 다수의 국가들과 함께 연대하였고, 아프리카는 혜택을 확대를 위해 노력하였다.¹⁴⁾

이와 같이 자유무역은 상대적인 생산규모의 크고 작음을 떠나 모든 나라들에 공정하게 작용하긴 했으나 경쟁은 매우 치열하여, 쿼터제 폐지 후 의류의 소매가격은 급락하였다.¹⁵⁾ 우리나라도 2005년 다자간 섬유 무역협정의 완전 폐지로 그 동안 확보하였던 쿼터를 상실하게 되어 섬유류 수출실적이 쿼터제 폐지 전인 2000년에는 전 세계 섬유류 수출실적 3,522억 달러 중에서 177억 달러로 5.0%의 점유율을 기록하였는데 반해 쿼터제 폐지 후인 2010년에는 2.1%로 감소하였다. 반면, 중국은 2001년 WTO 가입에 따른 섬유무역자유화의 진전으로 자국 외 수출국간 경쟁을 심화시키면서 세계 섬유류 수출 시장 점유율을 1990년 19.1%, 2000년 25.5%, 2008년 36.9%, 2010년 40.2%로¹⁶⁾ 확대해 갔다. 개도국들의 이익을 위한 섬유교역의 자유화라는 명분은 세계 시장에서 중국의 독주를 초래하였고, 중국과 같은 대량생산자와 경쟁할 수 없는 그 외 국가들에서의 섬유산업은 축소되었다.

생산성과 효율, 그리고 가격을 경쟁력으로 하는 중국제품의 홍수로 인해 세계 섬유시장에서는 섬유산업과 연관이 있는 전세계 60~70개국 가운데, 극히 소수의 나라들만 살아 남을 것으로 전망하며, 다수의 국가들이 자국 산업의 보호를 위해 분주하게 노력하였다.¹⁷⁾ 미국은 섬유무역연맹(Global Alliance for Fair Trade in Textiles: GAFTT)¹⁸⁾을 국내외적으로 연대하면서 일정 의류와 생필품 품목에 대한 쿼

터를 제시도하였고, 2005년 5월 중국산 섬유제품에 대한 세이프가드를 발동하면서 수입물량을 제한하였다. 동년 EU도 회원국 섬유산업 보호라는 명분으로 중국 제품에 대한 수입제한을 긴급 조치하면서 물량을 규제하였다.

WTO의 자유무역은 세계적 비교우위에 입각한 생산성과 효율의 향상 차원에서 궁극적으로 생산자와 소비자 모두에게 이익이 된다는 메커니즘에 기초하고 있다. 그러나 WTO는 1990년대 후반 최빈국과 개발도상국을 포함하여 선진국 내의 블루칼라 계층으로부터 ‘反세계화’ 운동의 주요 공격 대상이 되었고, 출범 이후 오히려 지역주의가 확산되었다. 당시 지역주의자들은 다자간 협력체제의 비효율성을 강조하고 동시에 특정 국가간 무역자유화를 통한 긴밀한 경제통합과 그로 인한 시장 확대의 파급효과가 크다는 점을 부각시켰다.¹⁹⁾ 궁극적으로 블록간 자유화 협상은 다자간 자유화의 지름길이 될 수 있을 것으로 진단하는 가운데, 지역 경제 통합으로서의 자유무역협정(Free Trade Agreement: FTA)이 세계 무역 부분의 중요한 개혁 조치로 부상되었다. 협정 국가간 배타적 무역 특혜를 약정의 기본으로 하는 FTA는 WTO의 다자무역질서에 바탕이 되는 ‘무조건 최혜국대우 공여원칙’에 어긋나지만, 관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT) 14조와 서비스무역에 관한 일반협정(General Agreement on Trade in Service: GATS) 5조 외에 허용조항을 근거로 예외로 인정받게 되었다. 단, FTA를 통한 관세의 혜택은 체결 국가간 약정한 원산지 기준을 충족할 수 있는 서류 증명으로 혜택의 자격을 철저히 검증하는 방식을 도입하고 있다.

FTA로 대표되는 지역주의는 오늘날 국제 거래를 특징짓는 흐름이 되었고, 2012년 3월 기준 WTO에 통보된 지역무역협정(Regional Trade Agreement: RTA) 발효건 수는 330건이며, 교역량 규모로는 이미 2007년을 기준으로 세계 교역량의 50%를 상회하는 수준으로 보고되고 있다.²⁰⁾ 우리나라는 1998년 외환위기 직후부터 FTA를 개혁과 개방의 수단으로 추진하기 시작하여 2012년 6월 현재까지 8건이 발효 중(2004 칠레, 2006 싱가포르, 유럽자유무역연합 EFTA,

2007 아세안 ASEAN, 2010 인도, 2011 유럽연합 EU, 페루, 2012 미국)에 있으며, 터키 콜롬비아 2개국과는 타결, 캐나다, 중국을 포함하는 16개국과 6건의 FTA를 협상 중에 있다.²¹⁾

최근에는 글로벌 경제위기가 장기화됨에 따라 세계 각국 정부의 보호무역 정서가 심화되고 있는데 FTA는 협정국과 관세 철폐, 축소를 약정하게 됨으로써 비가맹국에게는 보호무역과 유사한 효과로 작용될 수 있다. 세계 거대 경제국 미국은 2009년 경기 부양법안에 'Buy American'의 조항을 포함하면서 미국산 제품을 우선 구매하도록 하고, 무역구제조치를 강화하는 입법(The Enforcing Orders and Reducing Circumvention and Evasion Act) 추진을 통해 반덤핑 및 상계관세 등 무역구제조치 우회사건을 조사하는 미 상무부의 역할을 미 세관의 업무 범위로 확대하고자 하고 있다.²²⁾ 개도국들에서는 품목별 수입제한과 관세인상을 통해 WTO의 규정을 정면으로 위반하지 않으면서 교역장벽을 높이고자 하는 분위기로 경제 대국으로 등장한 중국의 경우, 2001년 WTO 가입 후 지속해 온 고도성장정책의 부작용 즉, 소득 격차, 내수 부진, 환경 오염 문제를 해결하기 위해 최근 경제균형발전정책으로 전환을 시도하고 있다. 이러한 과정에서 중국 자국 산업 보호 조치 차원의 외국기업 우대 정책 감소, 노동계약법 시행에 따른 인건비 상승과 근로자 소득 증진과 내수 시장 확대, 환경관련 규제 강화를 통해 자국 기업의 보호 육성에 힘을 쏟고 있으며, WTO 가입 이후 외견상 수입 규제의 완화와 관세 인하의 조치를 취하고 있으나 반덤핑을 활용해 외국 기업들의 수출을 압박하고 기술 이전을 요구하는 등 자국 산업의 보호를 강화하고 있다.

이상에서 논의한 바와 같이 세계 경제 질서를 규율하는 GATT/WTO가 추구하는 국제거래의 기본가치는 지속가능한 경제의 발전으로 거래의 장벽을 감소시켜 시장질서에 기초한 무역의 확대와 자유화를 근간으로 하고 있다. 그러나, 세계 시장의 질서는 미국과 EU를 중심으로 FTA라는 협정을 통해 지역 경제 통합이 확산되면서 자유무역주의라는 명분 하에 통상정책과 규제를 통한 새로운 형태의 무역장벽

을 설치하는 보호무역주의를 강화하고 있다. WTO와 G20 등의 국제 사회가 보호무역조치를 제재하기 위해 공조하고 있으나 여전히 국가간 통상마찰과 각 정부의 자국 산업 보호의 노력은 계속되고 있는 실정이다.

2. 환경과 소비자 안전규제 강화

세계 시장에서 대표적인 무역장벽 전략의 예로 환경보호와 개발 관련 여건이 강화되고 있는 것을 들 수 있다. 적극적인 규제 일변도의 보호무역 조치로는 WTO의 규정을 위반하게 되므로 환경보호라는 명분을 내세워 보호주의적 규제를 수행함으로써 국제 사회의 비난과 WTO의 제재를 극복하고자 하는 경향을 보이면서 세계 시장에서 환경협약을 강제하거나 위협하는 수단으로 무역제재를 사용하고 있는 것이다. 환경문제의 중요성에 대해서는 WTO 출범 협정서에서도 언급되었는데, WTO의 기본 목표는 무역 발전과 환경보호의 양립을 확보하는 것으로 무역이 확대되면서 환경에 부정적인 결과가 초래되는 경우에는 환경보호를 무역확대에 우선하는 입장을 보여 왔다.²³⁾

세계 환경규제 정책도 시대의 흐름에 따라 변화되어 왔는데 1980년대에는 공장, 공정관리를 중심으로 한 사후관리 중심의 환경오염 방지 및 범규 준수에 중점을 두었다면, 1990년대에는 선행적으로 대응하는 단계, 2000년대에는 제품의 전 생산 공정과정을 고려하는 청정생산과 기업과 국가의 지속가능한 발전을 고무하는 기업 활동에 중점을 두게 되었다. 이러한 관리의 개념과 범위의 확대로 생산자와 소비자에게 더 많은 법과 기업의 사회적 책임을 요구하게 되었다.²⁴⁾

환경규제 동향이 범지구화된 계기는 1992년 브라질 리우에서 개최된 지구정상회의로 환경과 개발을 조화시키는 지속가능한 발전을 천명하고 이의 실현을 위한 전 세계적 행동강령으로서 Agenda 21을 채택하면서 환경경영이라는 새로운 기업경영 패러다임이 등장하게 되었다. 이는 기존의 사후처리 위주의 환경관리 방법이나 기술개발 및 투자활동이 더 이상 충분한 수준이 될 수 없다는 공감대의 반영이며, 경

제적 수익성과 환경적 지속가능성을 전제로 하는 기업경영 전략의 도입을 요구하는 것이었다. 이를 계기로 1996년 국제표준화기구(International Organization for Standardization: ISO)의 환경경영위원회에서 ISO14000 환경인증 시리즈 규격(국제 환경경영체제 규격: ISO14001, 환경감사 규격: ISO14010, 14011, 14012)을 제정, 공표하게 됨으로써 기업활동의 전반에 걸친 환경경영체제를 평가하고 객관적인 인증을 부여하는 틀을 마련하게 되었다. 이와 같이 환경문제가 국제 사회에서 새로운 쟁점으로 부각되면서 각종 환경 협약이 증가하게 되었고, 특히 규제의 경향은 제품을 중심으로 불특정 산업으로 확산되고 있다.²⁵⁾

국제 환경규제는 협정에 참여하는 주체의 범위에 따라 두 가지 협약으로 대별되는데, 다자간 환경협약(Multilateral Environmental Agreements: MEAs)과 개별 경제권 또는 개별 국가가 취하는 환경규제가 그것이다. 다자간 환경협약은 각국의 이해관계에 따라 체결하고 이행함에 있어 다자간 합의 도출에 있어 어려움이 있다. 개별 국가간의 환경규제들은 자국이 설정한 환경기준에 도달하지 못한 제품에 대해서 과징금이나 수입 금지 등의 제재를 부과하는 수단으로 이용되면서 환경보호와 동시에 자국 산업 보호의 효과를 도모할 수 있다.²⁶⁾

특히 개별 국가의 환경규제는 개도국 수출기업이 국제 시장 진입 시 경쟁력 약화를 초래할 수 밖에 없는데, 일찍부터 환경보호와 국민의 안전을 위한 유해물질 규제와 통합제품정책(Integrated Product Policy: IPP)²⁷⁾과 신화학물질관리제도(Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals: REACH)²⁸⁾를 실시하는 등 환경의식이 강한 EU를 비롯한 선진국에서는 환경 이슈를 실질적 무역장벽으로 강화할 것이 예상되고 있다. 실제로 2011년 유럽에서 유해물질이 검출된 의류의 수입이 전면 중단되었는데 이는 국제환경단체인 그린피스의 보고로부터 시발되었다. 즉, 그린피스는 중국과 베트남, 말레이시아, 필리핀 등 동남아시아 국가에 공장을 둔 의류기업의 제품을 조사한 결과 14개 유명 글로벌 브랜드 의류에서 환경호르몬인 노닐페놀 에톡시레이트(NPEs)가 검출되었음을 보고한 것이다. NPEs는 합성세제의 원료로서

각종 직물원단 염색 가공 과정에서 사용되는데, 성적 발달을 저해하고 생식기능에 이상을 초래하는 환경호르몬으로 유럽에서는 사용이 금지되어 있는 유해물질이다. 이에 따라 유럽화학물질관리청은 이 성분이 검출된 모든 섬유제품에 대해 수입을 제한하도록 권장하는 한편, 바이어들은 검출제품의 수입을 전면 중단한 바 있다.²⁹⁾

EU와 더불어 우리나라의 주요 섬유류 수출 대상국인 미국과 중국에서도 자국 내로 수입되는 공산품의 안전과 유해물질의 규제 기준을 신규로 설정하거나 강화하고 있는 추세이다. 미국은 기존의 소비자제품안전법(Consumer Product Safety Act: CPSA)을 강화한 소비자제품안전개선법(Consumer Product Safety Improvement Act: CPSIA)을 제정하여 소비자 보호를 강화하고 있다. 이 법령의 적용에 해당되는 미국으로의 모든 수출 공산품에는 의무적으로 추적 라벨을 부착하고, 미국에 등록된 제3자 인증기관에서 시험을 거친 적합인증서를 제품 성적 시 동봉하고 복사본이나 전자문서로 공급함에 제출하도록 하고 있다. CPSIA의 주요 내용에는 어린이용 제품(섬유제품 포함)에 납, 페인트 납, 가스제 등의 사용에 대한 규제 기준을 두고 있다.³⁰⁾

중국의 경우는 2005년부터 GB18401 섬유제품 판매 규정과 요구 사항을 두고 섬유제품에 잔류하는 유독유해물질을 제한하고 있다. 이를 위반할 시는 중화인민공화국 관련 법률과 법규에 의거하여 벌금, 제품 회수, 수출허가 취소 등의 조치로 규제를 강화하고 있는데, 중국 자국의 표준화법에 따라 GB는 강제성 표준으로 인체 안전과 건강, 허위표시품의 처벌 등 소비자 이익을 위한 강한 구속력을 가지는 법규적 성격의 표준으로 기업이 반드시 이행해야 하는 표준이다.³¹⁾ 이와 같이 세계는 국가간 교역이 확대됨에 따라 직간접적으로 초래되어지는 환경 파괴의 문제나 자국민의 건강과 안전이 위협받음으로써 자국의 이해가 침해되는 문제에 있어 유리한 위치를 확보하기 위해 다양한 안전보호정책을 수립하고 있다.

그러나, 개별 국가가 환경규제와 제품기준을 설정하여 자국의 환경과 산업 보호의 효과를 도모하는 경우에도 각국은 자국의 환경과 소비자 안전 관련

정책의 수립에 있어서 WTO 회원국의 국내법은 WTO와 정합적 해석을 추구하게 되는 관행에 따라 WTO의 규정에 저촉되는 않는 범위 내에서 국내 규범의 체제와 구조가 영향을 받지 않을 수 없으므로, 국내 기준이 국제 기준과 차별적이지 않도록 국제적 합의에 근거하여 해석과 운용에 있어 체결 협정의 목적을 존중하면서 회원국에 부과된 의무를 위반하지 않도록 접근하는 것이 중요하다. 이는 WTO의 무차별원칙에 따라 국내외적으로 그 기준이 차별화되는 경우 외국제품의 국내 시장접근에 대한 장벽으로 작용될 수 있고, 세계적으로 높은 비용이 지불될 수도 있으며 자유무역의 추구에도 부합하지 않기 때문이다.³²⁾

환경과 소비자 안전 강화에 대한 세계 시장의 흐름에도 불구하고 최근 2011년에 실시된 국내 섬유패션기업을 대상으로 한 “지속성장 가능한 패션·섬유산업의 대응방안에 관한 연구”³³⁾의 조사결과에 따르면 우리 기업들의 환경에 대한 인식은 미흡한 수준인 것으로 해석된다. 즉, 섬유패션기업의 Green 산업화에 대한 인지 정도를 묻는 질문에서 조사대상 기업의 65.6%가 전혀 모르거나 소극적 인지(‘전혀 모른다’ 27.4%, ‘외부 정보를 통해 어느 정도 알고 있다’ 38.2%) 수준인 것으로 나타났다. 또, 친환경 Green 패션 트레드에 대한 기업 대응 수준을 묻는 결과에서는 ‘그저 그렇다’가 49.3%, ‘낮은편’이라는 응답이 44.3%로, 조사대상기업의 6.4%만이 ‘높다’고 평가하고 있는 것으로 나타났다.³³⁾

이상을 요약하면, 세계 주요국들이 무역장벽을 높이기 위한 전략 중 하나로 상호 경쟁적으로 도입, 시도하고 있는 녹색보호주의는 선진국들이 기후변화 대응을 빌미 삼아 만든 새로운 무역규제로서 환경보호라는 실리와 대의명분을 앞세워 자유무역주의 명분 하에 무역장벽을 설치하는 신보호무역의 한 형태라고 할 수 있다. 이에, 글로벌 시장에 진입하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 우리 기업들이 환경과 안전에 관한 인식을 제고하고, 해당 수출국의 규제사항과 제품의 기준치에 대한 정보와 이해를 바탕으로 기준에 부합하도록 품질관리 및 절차에 부단히 노력하고 대응해야 할 것이다.

3. 글로벌시대 기업의 사회적 책임

디지털혁명은 정보화시대를 열었고 고도로 정보화된 국가와 사회들 간에 국경이라는 물리적 경계가 사라지고 인터넷을 통해 하나로 연결된 세계화된 지구촌을 형성하였다. 이러한 정보화와 세계화의 상승작용으로 인해 막대한 양의 디지털 콘텐츠가 폭발적으로 증가하였으며, 작금의 세계는 문화와 문명이 IT 기술을 통해 한 곳으로 통합되는 현상을 보이면서 사회 전반 모든 영역에서 아날로그 시대와는 다른 새로운 패러다임이 요구되고 있다.

디지털혁명은 지리적 경계와 문화적 차이에도 불구하고 전 세계인이 유사한 패션 스타일과 취향을 공유하는데 기여하고 있다. 국내 젊은 여성들의 스트리트패션과 해외 스타들의 차림에 있어 코디네이션 아이템, 색, 신발 등에서의 부분적 차이점 외에 전체적인 스타일 및 실루엣이 매우 유사함이 발견되고 있다.³⁴⁾ 송금옥 외³⁵⁾는 서울과 런던을 중심으로 한 스트리트패션의 연구에서 지리적 경계에 상관없이 공통된 디자인 특징과 스타일이 보여져 동시적인 상품계획이 가능할 정도라고 하면서, 국내에 소개되고 있는 이런 패션 스타일에 대한 정보의 주요 확산 경로 중에는 현지 경험이나 영화나 TV 드라마 외에도 사이버 네트워크 그리고 해외제품 구매를 대행해 주는 인터넷 쇼핑몰 등이 기여한다고 하였다. 이와 같이 통합된 정보망에 의한 세계화(Globalism)는 생산과 자재의 소싱은 물론이고, 한 곳에서 소비자들의 취향을 수렴하고 수요를 세계적으로 확대하면서 세계 소비자를 출현시키고 서비스 확대의 필요를 증가시켰다.

IT 기술의 발달에 힘입은 비지니스의 글로벌화는 국제적으로 기획과 생산이 분업화되어가는 구조를 심화시켰다. 최근 업계의 경향은 “공장없는 제조업자들”이 시장을 주도하고 있는 것으로 요약할 수 있는데, 이는 수요자 주도형 거대 다국적 기업들이 자본과 조직력을 토대로 국제적 생산 네트워크를 이용하면서 전 세계 시장을 대상으로 브랜드 관리 및 마케팅을 통해 수익을 창출하는 것을 이른다.³⁶⁾ 이러한 경향은 섬유산업이 기술이 집약적으로 요구되는 생산자 주도형 상품사슬(Producer-Driven Commodity

Chain)과는 달리 수요자 주도적 가치사슬(Buyer-Driven Value Chain)의 특징이 잘 나타나는 산업으로 소매업자 또는 유통업자들이 상품 사슬의 주도권을 장악하게 되기 때문에 가능한 것이다.

섬유패션산업에서 국제화에 따른 생산의 공간적 이동은 1950년대에 미국의 의류업체들이 글로벌소싱 전략의 일환으로 일본으로 이동하면서 자국의 의류 산업 재구조화와 더불어 시작되었다. 그 후 미국으로의 의류 수출국들은 일본 외의 국가들로 확대되었는데 홍콩, 대만, 한국을 거쳐 중국과 동남아시아 그리고 1990년대 이후에는 라틴아메리카, 방글라데시, 인도 등 남부 아시아 국가들로 확대되었다.³⁷⁾ 우리 기업들의 해외 현지 생산은 경성방직이 민족 최초로 1941년에 만주에 남만방직을 준공³⁸⁾하면서 해외 진출을 실현하였고, 1980년대에는 선진국의 무역장벽을 우회하기 위한 목적으로 해외 투자를 시작하여 대내외적인 생산 환경 악화를 극복하기 위한 수단으로 본격적으로 90년대에 해외 투자를 늘려왔다. 지난 2011년 발효된 한·EU FTA의 경우 발효 후에도 국내 섬유유리기업들은 여전히 국외 생산을 선호하고 있는데, 이는 관세 혜택 대비 가격경쟁력 비교 시 체산성의 이유로 해외 생산이 유리하다고 판단하기 때문이다. 관세 혜택을 포기하고라도 해외의 값싼 노동력을 활용하고자 하는 경향을 보이고 있는 것이다. 한국섬유산업연합회의 통계자료³⁹⁾에 의하면 세계 국별 시간당 인건비는 1달러 이하 수준 나라들이 인도, 인도네시아, 베트남, 방글라데시, 중국의 경우 1~2달러, 멕시코와 아프리카는 3달러 이하 수준인 반면, 우리나라 6.31달러, 미국 17.41달러, 이탈리아 22.31달러로 나라별 많은 차이를 보이고 있다. 홍경희 외⁴⁰⁾ 국내 의류업체들이 해외 소싱에 있어 인건비는 특히 저가품인 경우 50%까지 감소효과를 체감한다고 보고하였다.

특히 과거 다국적 브랜드들이 비용 절감의 기회를 찾아 임금이 낮은 지역을 찾아 생산을 글로벌소싱하면서 비용절감이라는 명목 하에 이루어지는 노동 착취는 공공연한 비밀이었다.⁴¹⁾ 이들 다국적 브랜드 기업들과 계약을 맺은 많은 공장들에서 열악한 근로환경과 노동관행 사례들이 보도되면서 사회적 문제로

제기되었다. 1990년대 초반, 글로벌 스포츠의류 업체인 나이키사 한국 하청기업의 인도네시아 공장에서 최저임금 규정을 위반한 사례가 보도되었고, 1996년에는 파키스탄에서 어린이 노동을 이용해 제품이 생산된 사실이 미국 <라이프> 잡지에 소개되었으며, 1997년에는 베트남 소재 한국 하청 공장에서 유해물질까지 검출되면서 소비자들의 불매 운동, 심각한 수익 감소와 브랜드와 기업의 이미지 추락으로 이어졌음은 잘 알려진 사실이다. 이후, 나이키는 사내에 기업책임부(Office of Corporate Responsibility)를 신설하여 안전, 건강, 경영자 태도, 인력개발, 환경을 포함하는 노동 및 환경 관련 생산 지침을 마련하고 하청업체로 하여금 그 지침을 준수하도록 하면서 국제기구 및 인권 단체들의 사회책임경영 촉구 활동에 적극 동참하고 지원하였다. 나이키는 이러한 해결 노력을 통해 시장으로부터의 신뢰를 회복할 수 있었다.⁴²⁾

기업이 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)에 대해 관심을 가져야 하는 이유는 CSR 활동이 기업의 가치를 증대시키며, 이를 준수하지 않는 경우 국제 거래에서 불이익을 받고, 비정부기구(Non-Governmental Organization: NGO)의 감시를 받는 등 기업 생존의 필수요건이 되기 때문이다. 그러나 좀 더 근본적인 명분은 기업이 윤리를 실천하면서 이윤을 추구하는 조화로운 경영을 펼칠 때, 기업으로서 존재의 정당성을 인정받을 수 있을 것이며, 기업의 정당성은 정의로운 이윤분배의 실천, 자원의 보존과 효율적 이용, 고객만족을 위한 품질 개선, 기술과 경영의 혁신, 사회적 공헌과 지속가능한 발전을 위한 적극적 실천을 통해 확보할 수 있기 때문이다.⁴³⁾

기업의 사회적 책임과 지속가능경영의 실천에 있어 기업 내외부 관련자들과의 효율적인 전략과 소통을 위해 일정한 표준이나 틀이 요구되었는데, 관련 글로벌 표준으로는 UNGC(UN Global Compact) 10대 원칙, SA8000, ISO26000, DJSI(Dow Jones Sustainability Indexes), GRI(Global Reporting Initiative) 등의 가이드라인이 제정되어 회원 기업과 단체들로 하여금 준수를 요구하고 있다. 기업은 여러 중

류의 규범과 가이드라인 중에서 조직에 적합한 가이드라인을 적용하여 실천 정도를 평가하게 되는데, 글로벌 기업들의 경우 인권 노동 기구들과 연대하면서 전 세계 협력업체들로 하여금 글로벌 표준의 인증이나 이에 준하는 간소화된 형태의 부합성 심사와 표준화된 시스템 규격의 인증을 요구하는 것이 추세이다.

UNGC는 2000년 7월 뉴욕 UN본부에서 개최된 Global Compact 창설 회의에 많은 세계의 비즈니스 리더들, 기업, UN기구, 노동 시민단체 대표들과 함께 국제 사회의 문제를 풀기 위한 기업의 역할을 다루기 위해 조직된 것으로서 기업과 세계 시장의 사회적 합리성을 제시하고 발전시키는데 목적을 두고 있다. UNGC 10대 원칙은 기업의 인권, 노동, 환경과 반부패 분야에서의 책임을 강조하면서 기업이 Global Compact의 원칙과 결합시켜 나갈 수 있도록 틀을 제공하고 있다. 국제사회책임기구(Social Accountability International: SAI)는 SA8000 시스템을 만들어 사회 보고 책임 및 근로자의 근로환경 개선을 목적으로 하는 요건을 규격화하고 있다. 1997년 제정 공표로 시작된 SA8000의 요건에는 유소년 노동, 보상, 차별, 강제노동, 근로시간, 보건 및 안전, 단결권 및 단체교섭권 및 근로경영시스템에 대한 요구사항을 포함하고 준수하도록 하고 있다. 국제표준화기구(ISO)에서는 기업의 사회적 책임에 대한 국제 표준을 정해 실천하도록 하고 있는데, 2010년 발표된 ISO26000은 기업의 사회적 책임에 대해 환경, 인권, 노동, 지배구조, 지역사회 참여 및 사회개발, 공정관행실천, 소비자 이슈 조항별로 표준 실천 가이드라인을 제시하고 있다. 기업의 사회적 책임에 대한 표준화는 그 동안 기업의 역할을 ISO9000과 14000시리즈를 통해 경제, 환경부분으로 제한하였던 것을 정치, 사회 부분까지 확대하고 있는 것이다.⁴⁴⁾ DJSI는 금융정보사인 미국 Dow Jones Indexes와 스위스 지속가능경영평가 기업인 SAM사가 개발한 지속가능성평가 기법으로, 지난 1999년부터 전 세계 기업을 대상으로 기업의 가치를 재무적 정보뿐만 아니라 사회적, 환경적 성과와 가치를 종합하여 평가하는 글로벌 평가 모형이다. GRI 보고 가이드라인은 지속가능경영 보고서를 작성하는데 쓰이는 지표이다.

우리나라에서는 선진국에서 기업의 사회적 책임에 대한 개념이 논의되기 시작한 시점으로부터 40여년이 지난 후인 1990년대에 와서야 기업윤리의 실천과 사회적 책임이 강조되기 시작하였는데 최근까지도 전문가들이 여전히 글로벌 기업 활동을 펼치는 노동집약적 한국 기업들에 대해 “합리적, 합법적, 합정적 실천”⁴⁵⁾을 주문해야 할 만큼 그 인식과 실천이 미흡한 실정이다. 홍경희 외⁴⁶⁾는 우리나라 기업들은 비교적 짧은 세월 동안 해외 소싱의 경험이 축적되었음에도 불구하고 글로벌 기준에 맞는 생산 환경 및 근로자들의 인권과 안전에 관한 기준에 대한 관심은 매우 낮아 개선되어야 할 과제라고 지적하였다. 최혜선 외⁴⁷⁾도 베트남과 인도네시아에 진출하는 한국 섬유 의류업체 및 생산 공장에 현지 사회적 공헌과 현지 근로자들과의 원활한 소통을 제안하였다. 즉, 최근의 한류 열풍에도 불구하고 해당 지역에서 한국 기업 선호도에는 직접적인 영향을 미치지 않았음을 지적하면서, 한국 기업이 해외에서 사회적 공헌을 통해 기업의 이미지 상승을 위해 노력하고, 현지 근로자들과 소통과 교육과 훈련 및 복지와 처우 수준 개선을 위해 노력해야 할 필요가 있다고 하였다. 장세길⁴⁸⁾은 중국에 진출한 한국 기업인들의 이중적 인력관리, 경제적 합리성이 결여된 경영전략, 불법적 경영방식을 지적하였다. 그의 연구에 따르면, 한국 기업들은 하위 직원에 대해서는 현지인 중심의 인력관리전략을 추진하였지만 중간관리자에 대해서는 현지인을 차별하였는데 이는 한국 우위 민족 위계 인식에 기인하고 있다고 하였다. 또 디자인감각이나 기술력 경쟁력에 있어서도 영원히 우리나라의 경쟁력이 우세하다고 판단하는 등 기업경영에 있어 위기 진단과 대응에 있어 매우 주관적으로 해석하고 자민족 중심적으로 대응하고 있음을 지적하였다.

전명숙⁴⁹⁾은 한국 기업들이 이미 국제 사회에서 전근대적인 노무관리 방식의 부정적인 이미지를 갖고 있음을 지적하면서, 특히 글로벌 생산 네트워크 내에서 한국 기업들의 위치 및 역할 변화에 주목할 필요가 있다고 하였다. 즉, 우리 기업들은 과거 선진국들로부터의 하청생산국에서 이제는 다국적 기업과 제3세계 생산기지국 사이에서 생산과 근로환경을 관리

하는 중개적 위치로 역할이 전이되었으며, 이는 우리 기업들이 다국적 의류 유통업체를 대신하여 국제적인 노동, 인권 단체들의 감시 대상이 되었음을 의미한다고 하였다.

위의 사례들은 우리 기업들이 글로벌 경영 환경에서 수용될 수 있는 보편적 윤리와 가치를 함께 현지 문화와 정서에 맞는 노무관리에 대한 인식이 결여되어 있으며, 지속가능한 경영활동을 위해 기업의 사회적 책임에 대한 총체적인 인식과 실천이 절실함을 시사한다. 여기에서, 보편적 윤리와 가치는 지구촌이라는 글로벌리즘적 패러다임에서 국경을 초월하여 세계인이 공통적으로 수긍하고 수용할 수 있는 가치라고 할 수 있으며, 현지 정서에 맞는 노무관리와 경영은 해당 지역의 문화와 전통의 특성과 다양성을 인정하고 존중하는 데서 출발할 수 있다. 따라서 오늘날의 다자간의 협조가 강화되는 글로벌 경영 환경은 보편적 가치와 규범을 따르는 과정에서 필연적인 획일화와 동시에 로컬의 다양성이 공존하면서 기능하는 것이어야 한다.

Kelly 외⁵⁰⁾의 공저에서 Bateson은 글로벌화가 획일성을 추구하면서 다양성을 감소시킨다면 그러한 글로벌화는 파괴적이라고 주장한다. 즉, 진정한 글로벌화는 다양성의 가능성을 확대하는 것이어야 하며 특정 문화와 전통의 특성에 가치를 부여하고 존중하는 것이어야 하는 것이다. 이와 같이 글로벌화하면서도 각 민족, 국가, 조직의 고유의 문화로서 독창성과 장점을 인정 추구하는 것을 글로컬리즘(Glocalism)이라고 하는데, 이는 세계화(Globalism)와 현지화(Localization)의 조화를 추구하는 개념으로 요약할 수 있다. 글로컬리즘이 다국적 기업들의 글로벌화 전략을 정당화하기 위한 용어로 출발한 것이라는 지적도 있으나, 이는 동질화와 이질화, 세계화와 지역중심주의 등의 이분법적 대립과 한계를 초월 극복하고 새로운 세계 질서를 세우기 위한 대안으로 등장한 것으로, 이승렬⁵¹⁾은 자신의 위치나 지역에서 타자에 귀기울이고 그들의 목소리를 대변할 수 있는 것이 진정한 글로컬라이제이션이라 하였다.

글로컬리즘적 비즈니스 패러다임 하에서는 오늘날 기업들이 집중하고 있는 품질, 생산성, 효율, 서비스

요인에서의 경쟁력은 시장 진입의 전제조건일 뿐 더 이상 경쟁우위의 전략이 될 수 없다. 이에 우리 섬유 패션기업들은 효율을 목적으로 하는 생산역량의 확충에 지나치게 의존하는 기업의 운영과 성장은 한계에 이를 것임을 인식하고, 국경을 초월하여 수용될 수 있는 보편적 가치와 다양한 문화를 존중하고, 윤리경영을 통해 기업 존재의 정당성을 공고히 하고 지속시킬 수 있도록 사회적 책임에 적극 노력해야 할 것이다.

4. 세계는 지식재산 전쟁 중

세계 시장에서는 첨단 기술의 발달과 다양한 형태의 경제활동으로 지식기반 경제가 대두되었고, WTO와 무역관련 지식재산권에 대한 협정(Trade-Related Aspects of Intellectual Property Right: TRIPs)을 토대로 새로운 경제질서가 형성되었다.⁵²⁾ TRIPs 협정은 1995년 1월 발효된 협정으로 무역관련 지식재산권에 관한 최초의 다자간 규범이다. 종전에 지식재산권에 대한 국가간 보호는 세계지식재산권기구(World Intellectual Property Organization: WIPO)를 중심으로 개별 국가간 국제 협약에 의거 시행되어 왔는데 보호수준이 미약하고 지식재산권 내용은 당시 GATT체제의 다자간 규범 내에 포함되지 않아 무역 마찰의 주요 이슈가 되어 있었다.

시장에서 지식재산권을 중심으로 경쟁력의 축이 이동하면서 지식재산권의 규범도 세계화 과정을 겪고 있다. 양희진⁵³⁾은 지식재산권 규범의 세계화를 3단계로 구분하였는데 1단계는 국제적인 지식재산권 제도가 시작된 1883년 공업소유권보호에 관한 파리협약과 1886년 저작권보호에 관한 베른협약 후 약 100년 동안의 기간이라고 하였다. 두 협약은 당시 유럽의 정치, 경제 상황의 변화를 반영하면서 지식재산권 분야에서 국제 협력시대를 열었다고 할 수 있다. 즉, 당시 유럽에서는 민주주의와 산업발전의 결과로 국제 교류가 증대하였고 모방과 표절의 문제가 대두되었다. 당시 각국의 저작권법, 특허법의 효력범위는 제한적이어서 타국에 거주하는 외국인에게는 효력이 미치지 않는 등 값싼 해적판들이 저작권법 등이 있는 국가 내로 역수입되면서 지식재산권에 관한 조약

체결의 동기가 되었다. 파리협약과 베른협약의 두 국제 사무국은 1893년에 통합되어 WIPO의 전신인 BIRPI(Bureaux Internationaux Reunis pour la Protection de la Propriete Intellectuelle)를 출범시켰다.

지식재산 규범 세계화의 2단계는 다자간 조약인 TRIPs 협정이 성립된 1995년 전후의 기간이며, 이 단계부터는 지식재산권 질서가 무역규범으로 등장했다는 점에서 1단계와 차별된다. 즉, TRIPs 협정은 위조 상표의 교역 등 무역 관련 이슈만이 아니라 저작권, 상표권, 지리적 표시권, 산업디자인, 특허, 영업비밀 등 지식재산권 전반에 대하여 보호의 기준, 실행 절차 및 분쟁 절차를 설정하여 강력한 무역규범으로 탄생하게 되었다. TRIPs 협정의 협상 초기에는 선진국들이 미온적 입장이었으나, 위조 상품이 국제 무역의 흐름을 왜곡한다는 명분하에 지식재산권보호 제재 수단의 필요성을 제기하면서 1980년대 이후 지식재산권의 강화를 통해 세계 시장에서 자국 상품의 경쟁력 유지를 피하고자 하였다. 또한 3단계는 TRIPs 이후 지역 또는 양자간 자유무역협정에 의하여 TRIPs 협정이 요구하는 이상의 강도 높은 지식재산권 보호를 강화하는 단계이다.

지식재산권은 창조적 발상에 소요되는 창작자의 노력과 창작물을 일방에 공개하는 대가에 부여하는 무형의 권리로서 무형의 권리라는 특성 때문에 모방과 도용이 용이하고 권리 침해 시 즉각적인 권리 구제가 용이하지 않다. 이는 권리의 보호에 소홀할 경우 산업 발전의 저해 요인이 될 수 있고 국가적 손실을 초래함을 의미한다. 따라서 이를 적극적으로 개발함은 물론이고 권리를 확보, 보호하는 지식재산 강화 활동이 경제 경영활동의 중심으로 등장하였다. 이에 따라 오늘날의 국제 경제와 통상 환경은 기업경영을 둘러싼 구조, 시스템 및 회계 기준 등이 지금까지 유형자산에서 눈에 보이지 않는 특허, 기술, 브랜드, 디자인 등의 무형자산에 관계되는 내용 중심으로 옮겨가고 있다.⁵⁴⁾

섬유패션산업에서도 경쟁우위를 낳게 하는 원천이 무엇인가에 대해서는 시대의 흐름과 시대를 움직이는 패러다임의 변화에 따라 인식을 달리해 왔다. 과거 산업사회 기업경영의 핵심 자산은 제품과 물량이

었고 주요 선진국들에서는 1900년대 중반 섬유류 소비에 있어 양적인 평등에서 품질과 이미지를 중심으로 한 패션브랜드로 국가와 기업들이 경쟁적으로 노력하였고 성공하였다. 그 후 제반 경영 환경의 변화에 따라 시장에서는 효과와 효율을 중시하게 되면서 민첩성이라는 새로운 패러다임이 소개되었고, 우수한 제품을 효율적으로 생산할 수 있는 연구역량과 생산역량 그리고 가격이 경쟁력이 되면서 시장의 변화를 감지하고 예견하는 마케팅력의 중요성이 부각되었다. 그리고 현재의 시장에서의 재화 가치는 유형의 상품 자체보다는 그 안에 내재된 아이디어, 디자인, 기술, 영업 노하우, 역사와 정체성 등과 같은 무형의 지식과 가치에 비중을 두게 되었다.

지식재산과 지식재산경영의 중요성은 기업의 브랜드 가치에 대한 시장의 평가를 통해서도 드러난다. 인터브랜드(Interbrands)⁵⁵⁾가 조사한 2012년 글로벌 브랜드 100의 순위에서 1위 코카콜라의 브랜드가치는 무려 778억 달러이고, Louis Vuitton은 235억 달러로 17위로 랭크되었으며, 23위에 H&M, 26위 Nike, 그 외 Zara(37위), Gucci(38위), adidas(60위), Hermès(63위), Cartier(68위), Tiffany & Co.(70위), Burberry(82위), Prada(84위), Ralph Lauren(91위), Gap(100위)을 포함하여 총 13개의 apparel, luxury, sporting goods 브랜드가 랭크되었다. 이들 브랜드를 국적으로 분류해 보면 미국 4개, 프랑스 3개, 이태리 2개, 독일, 영국, 스웨덴, 그리고 스페인이 각각 1개 브랜드씩 랭크되었고, 작년에 비해 미국 브랜드 2개가 100위 안에 새로이 진입하였다.

프랑스의 경우 100위 안의 3개 브랜드 모두 고부가가치 명품 브랜드로 국부 창출에 기여하고 있다. 프랑스는 일찍이 루이14세(재위 1643~1715년) 때부터 군주와 기업이 전략적인 제휴를 통해 스타일과 취향을 무기로 화려한 사치재 시장을 개발하면서 국가 이미지를 브랜드화하고 귀족을 비롯하여 대중의 삶과 소비를 조종하면서 경제를 창조하였다.⁵⁶⁾ 네덜란드나 영국과 같은 주변국에 비해 국가 경제의 규모면에서 열위에 있었던 당시 프랑스의 상황을 극복하기 위한 국가의 전략적 움직임이 수백년이 지난 오늘날에도 고부가가치의 국부를 지속적으로 창출할

수 있도록 하는 원동력이 되고 있는 것이다.

미국의 지식재산권 강화 노력은 1998년 소니보노 저작권 보호기간 연장법안(Sonny Bono Copyright Term Extension)의 발의를 통해 잘 알려져 있다. 미국은 이 입법안을 통과시켜 저작권을 저작자 사후 50년에서 70년으로 연장하였는데, 이 법은 저작권 보호기간 만료를 앞둔 미키마우스와 곰돌이 푸우 등 디즈니의 주요 캐릭터의 보호기간을 연장하기 위해 디즈니사를 비롯 할리우드 엔터테인먼트사들이 강력한 로비를 펼친 것으로 보는 견해가 지배적이다. 이러한 이유로 일명 미키마우스법으로 불리는 소니보노 법안은 디즈니의 지식재산 경영이 심지어 입법까지 좌우한 사례로 유명하게 되었다.

좀 더 확대된 시각에서의 소노보노법의 입법 배경에는 1993년 당시 EU가 사후 70년으로 보호기간을 연장하는 입법을 하도록 회원국들에게 지침을 통과시킨 상황이 촉매가 되었다. 이에 따라 미국이 해당국들과 교역 시 불이익이 있을 것으로 판단하면서 글로벌 스탠다드 준수라는 명분 하에 소노보노법을 발의하게 된 것이다. 저작권이 연장됨으로써 발생하는 미국 자국의 이익은 막대한 것이 되었는데 실제로 디즈니사는 미키마우스를 비롯한 곰돌이 푸우, 피노키오, 인어공주 등 수많은 캐릭터를 통해 전 세계로부터 로얄티 수입 중에, 푸우 캐릭터 하나로부터 연간 6조 6000억원의 매출을 올리고 있으며 미키마우스의 경우 그 이상인 것으로 보고되고 있다.⁵⁷⁾

인류는 산업혁명의 과정을 거치면서 기계문명을 통해 대중들의 의생활에 있어 양적인 민주화를 이루었고, 오늘날 의생활의 질적인 차별화는 유럽에서 메종 브랜드들의 출현으로 확산되었다고 할 수 있다. 이들 브랜드가 만들어내는 아우라를 모방하기 위한 과정에서 디자인 또는 상표의 침해 그리고 이를 저지하고 차별화하기 위한 메종 브랜드들의 혁신은 지식재산권의 확보와 강화의 브랜드 경영 사례들을 남기고 있다. 루이비통에서는 1872년 모조품을 방지하기 위해 줄무늬 트렁크를 시도하였고, 1888년 시그니처 패턴 다미에를 탄생시켰으며, 1896년에는 모노그램 상표를 등록을 통해 자사의 제품을 차별화하고자 노력하였다.

최근 업계 내 분쟁사례로 법적 투쟁을 통해 구두

업체 Christian Louboutin사가 자사의 빨강색 외창의 구두 레드솔(Red Sole) 상표의 유효함을 인정받은 사건에 주목할 필요가 있다. 즉, 미국 제2순회항소법원은 작년 9월 레드솔을 Louboutin사만의 독점적 상표권으로 인정하는 판결을 선고한 것이다. 이 사건의 발단은 Louboutin사가 빨강색 외창의 구두를 지속적으로 판매해 오면서 2008년 상표로 등록하였고, Yves Saint Laurent사가 2011년 컬렉션에서 빨강색 외창의 구두를 사용하게 됨에 따라 Louboutin사는 YSL에 판매 증지를 요청하였으나 거절되었다. 이에 Louboutin사는 법원에 판매금지청구를 신청하였고, 당시 법원은 판매금지청구를 기각하면서 한 회사에게 특정 색에 대한 독점권을 부여하는 것은 업계의 경쟁을 제한하는 행위라고 판결하였다. 그러나 이후 Louboutin사가 항소하게 됨에 따라 항소법원은 Louboutin의 레드솔 상표는 오랫동안 자사 상품의 고유한 이미지를 창출하면서 상품의 출처를 나타내주는 식별력을 확보하였다고 판결하였다.⁵⁸⁾

지식재산권은 국제 시장에서 타국 제품의 자국 내 시장진입 자체를 봉쇄하는 수단으로서도 강력히 활용되고 있다. 최근 신섬유 개발과 관련하여 2011년 미국 지방법원은 미국 DuPont사와 국내 Kolon사 간의 영업비밀 침해에 관해 DuPont사가 제기한 민사소송에서 Kolon사의 패소와 1조 445억원에 달하는 손해배상 판결을 내린 바 있다. 그리고 작년 동 법원은 Kolon사에게 향후 20년 동안 신개발섬유의 생산 및 판매를 금지하는 명령을 내렸으며 현재 Kolon사는 항소한 상태이다.⁵⁹⁾

오늘날 브랜드마다 매 시즌 출시하는 상품에 직접적으로 내재되어 있는 기술 및 디자인은 물론이고, 브랜드의 고유 정체성을 전달하기 위한 상표와 장식구, 로고 및 매장의 인테리어 및 포장재 디자인 등에 관련된 트레이드드레스(Trade dress)⁶⁰⁾에 이르기까지 섬유패션산업에서 분쟁의 소지를 안고 있는 지식재산권의 종류와 범위는 매우 다양하다. 이에 선진 기업들은 지식경쟁력을 갖추기 위하여 특허, 디자인, 상표와 창작물에 대한 저작권적 권리를 법적으로 확보하고자 힘을 쓰고 있으며 권리의 침해에 적극적으로 방어하고 있다.

2007년 글로벌 유명 슈즈메이커 P사는 국내 제화업체 K사가 자사가 상표권으로 확보하고 있는 말발굽 모양의 시그니처 장식구 디자인을 도용했다며 제기한 소송에서 승소하였다.⁶¹⁾ 럭셔리 브랜드 B사는 전 세계적으로 널리 주지된 자사의 체크무늬 디자인과 국내에 등록된 직물지 도안이 유사함을 주장하며 등록 무효를 주장하였으며⁶²⁾, 또 다른 럭셔리 브랜드 L사는 국내에 등록된 가방지 디자인이 자사의 저명한 디자인을 모방하여 출처 혼동의 염려가 있기 때문에 가방지 디자인의 등록이 무효되어야 함을 주장한 바 있다.⁶³⁾ 또, 어패럴 브랜드 L사는 C사의 등록 상표의 등록이 취소되어야 한다고 주장하며 소송을 제기한 바 있다.⁶⁴⁾ 이 두 기업의 분쟁은 로고에 사용된 동물의 종류가 동일하고 로고 디자인이 유사하여 상품 출처의 혼동을 야기하게 됨에서 비롯되었다. L사와 C사는 동종의 동물을 상표로 사용하고 있는데, C사의 통상사용권자들이 L사 상표에서 지정한 상품과 동종의 상품에 C사 상표 문자부분의 색채를 제품 색상과 동일하게 처리하여 동물 도형 상표만 각각되었다. 이에 L사는 일반 수요자로 하여금 상품의 품질이나 출처를 오인 혼동을 유발함을 이유로 C사의 상표 등록이 취소되어야 한다고 주장하였다.

과거에는 제품의 출시와 기능이 그 자체로서 화제가 되고 광고가 되었다. 그러나 기계적 대량생산으로 인한 양적 풍요는 제품에 이미지를 심는 등의 전략을 통해 다수의 제품 가운데 차별화의 필요성이 제기되었고, 기업들은 제조업을 매각하고 대신 제품을 구매하여 상표를 붙이는 마케팅을 통해 브랜드 이미지를 만들고 강화하면서 이윤을 창출하였다. 즉, 기계시대에 브랜드는 필수 조건이 되었으나, 곧 소비자들이 유명인을 앞세운 광고의 유혹에 오랜 기간 지켜온 특정 브랜드에 대한 충성심을 버리면서 가격 경쟁의 시대가 되었다. 그러나, 브랜드의 중요성은 다시 부활되었고 이제 브랜드는 제품을 판매하는 것이 아니라 라이프 스타일을 팔며 흐름을 이끌어내는 것을 추구하게 되었다.⁶⁵⁾ 이러한 과정에서, 기업이 의도한 흐름에 소비자를 확보하고 그들의 충성도를 높이면서 유지하는 고객관계의 기술이 기업들의 핵심 경쟁력이 됨에 따라 소비자의 충성도를 높이는

수단으로서의 컨셉과 컨셉에 기초한 브랜딩 전략, 그 전략을 표현하기 위한 수단으로서의 이미지와 디자인, 상표, 영업 방법, 차별적 기술과 제품의 기능 등의 지식재산권이 경쟁기업을 견제하는 수단으로서 기업의 핵심자산이 될 것이다.

Ⅲ. 결론

오늘날 문화와 기술, 정보가 상호 연결된 비즈니스 패러다임 속에서 상품의 거래정보, 표준, 생산관리 및 근로환경, 경쟁질서 등 과거에는 국내 관심사로 여겼던 문제들이 국제적인 이슈로 등장하면서 섬유패션기업의 경영환경은 복잡성이 증대되었다. 세계 시장은 자유무역주의 명분 하에 환경보호와 소비자 안전, 그리고 지식재산권 등을 앞세운 무역장벽을 설치하고 자사와 자국의 산업을 보호하고자 노력하고 있다. 특히 환경의 문제는 국경을 초월하여 영향을 미치게 됨에 따라 다자간 협조의 필요성이 증대되고 국가간의 관련 정책과 기준에 있어 질서와 조율에 대한 요구가 강조되고 있다. 또, 인권에 대한 관심은 제품으로부터 소비자의 안전을 모색하고, 근로자의 환경 개선 및 권익 보호의 측면에서 국제 사회의 감시와 규제가 높아져 기업의 사회적 책임이 강조되고 있다. 이러한 필요성에 따라 본 연구는 시장의 흐름과 질서를 지배하는 국제적 규범과 가치의 출현에 대한 고찰을 통해 우리 기업들이 수용해야 하는 도전적 과제들을 도출하고자 하였으며 다음과 같은 결론을 제시하고자 한다.

첫째, 우리 섬유패션기업들은 국제 통상거래 및 글로벌 경영환경에서 요구되는 제반 표준 시스템과 가치를 적극 수용하면서 준비하는 자세가 필요하다. 즉, 경영전반과 생산관리 및 거래질서에 있어 세계 시장에서 요구하는 환경과 근로환경에 관한 규제, 원산지증명, 소비자 안전을 도모하는 상품의 표준 등의 제도적 표준과 규제가 추구하는 가치를 수용하고 대응해야 한다. 이는 기업 활동이 초국경적으로 확대됨에 따라 모든 정보가 상호 연결되는 지구촌시대에 정보가 국경을 넘어 기능하지 못하면 국제 거래에서 뒤처질 수 밖에 없기 때문이다.

둘째, 글로벌시대는 국가와 국경을 초월할 수 있는 보편적 가치와 지역적, 문화적 다양성이 존중되는 사회이다. 이러한 시대 문화적 패러다임 속에서 보편성이 확보될 수 있는 합리적 인식과 동시에 기업으로서 사회에 대한 책임을 다하고자 하는 윤리적 경영마인드 없이는 국제 사회의 신뢰를 확보하기 어렵다.

셋째, 섬유패션산업에서 미래 핵심 경쟁력은 인간의 aliveness를 활용하여 생성되는 지적 결과물이 가치로운 자산이 될 것이며 이의 재산 권리화에 적극적인 노력이 요구된다. 더불어 미래에는 지식결과물이 국경을 자유롭게 넘나들며 공정하게 거래될 수 있는 질서가 강화될 것이다. 이에 자본으로 기능할 수 있는 지식재산에 대한 권리 보호에 소홀함이 없어야 할 것이다.

지속가능한 발전을 위한 미래 섬유패션 비즈니스 경쟁에서의 근본적인 우위 원천은 기업이 윤리적 경영과 사회적 책임에 충실하면서 대외적인 기업의 신임도를 향상하고자 하는 노력에 있다. 이러한 접근의 내부적 실천으로는 창의적 가치가 존중되고 창의적 노력의 결과물이 부가가치를 창출할 수 있도록 기업 문화와 거래질서를 쇠신하는 것이다. 이제 우리나라 섬유패션산업은 세계 경제와 시대가 요구하는 기준에 맞게 기업경영의 수준을 높여야 한다. 기업이 이윤추구를 넘어서 후세에 어떤 문화와 유산을 남길 것인가에 대해 자문하고 진정성 있는 가치를 추구할 수 있을 때 지속가능한 성장을 이룰 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) 우리나라 최초 섬유 수출이 이루어진 연도에 대한 일지된 자료를 찾기는 어려우나, 서문석은 “태창방적이 1956년 8월 9일 홍콩으로 수출하는 신용장을 접수하고, 12월 당목을 필당 5.52 달러로 수출한 것이 해방 이후 첫 면제품의 수출이었다”라고 기술하였다. 서문석 (2009), 해방이후 한국 면방직산업의 수출체제 형성, *경영사학*, 24(2), p. 159.
- 2) 한국섬유산업연합회 (2012 a), *통계로 보는 섬유산업*, p. 30.
- 3) 한국섬유산업연합회 (2012 b), *섬유패션산업동향*.
- 4) 지식경제부 (2009 a), *글로벌패션시장 조사 분석 사업*.
- 5) 박창수 (2008), 국제경쟁력 평가 방법: CAC 방법을 통한 우리나라 섬유산업의 사례 연구, *경제교육연구*, 15(1), pp. 89-110.
- 6) 박훈 (2009), 한미FTA와 국내 섬유산업, *Fiber Technology and Industry*, 13(1), pp. 49-55.
- 7) 지식경제부 (2009 b), *여성복산업 경쟁력 조사*.
- 8) GATT는 다자간 교역규범의 가장 중요한 원칙인 비차별성을 강조한 것으로 가장 혜택을 입는 국가에 적용되는 조건이 모든 다른 국가에도 적용되어야 한다는 것을 의미한다. GATT 1994는 WTO를 창립하고 기존의 회원들이 WTO의 회원국이 되는 의무를 추가하였다.
- 9) “GATT체제에서 WTO체제로의 이행과 한미FTA”, 김광수경제연구소, 자료검색일 2012. 11. 13, <http://blog.naver.com/kkseri/70016988206>
- 10) R. L. Snyder (2009), *블루진, 세계경제를 읽다*, 최지향 역, 서울: 부키, p. 28.
- 11) “세계무역기구출범과 무역구제제도”, 무역위원회, 자료검색일 2012. 10. 1, http://www.ktc.go.kr/repag/s/ub_01_13.jsp?m=m13
- 12) 지역주의는 EU, NAFTA, APEC 등의 경제통합으로 대변될 수 있는 국제 경제사의 흐름을 일컫는다. 국가간의 경제관계 장벽을 철폐하는 데에 있어 지리적 접근성, 역사, 문화, 경제적 긴밀도 면에서 이해를 같이 하는 특정 국가끼리 자유, 무차별 원칙을 국지적으로 적용하려는 흐름을 말한다.
- 13) “WTO가입,” 국가기록원, 자료검색일 2012. 10. 3, <http://contents.archives.go.kr/next/content/listSubjectDescription.do?id=005869>
- 14) Snyder, *op. cit.*, pp. 29-31.
- 15) *Ibid.*, p. 29.
- 16) 한국섬유산업연합회 (2012 a), *op. cit.*, p. 49.
- 17) Snyder, *op. cit.*, pp. 30-31.
- 18) GAFTT는 2005년 기준 55개국으로부터 97개의 섬유단체로 미국 섬유산업연합회(National Council of Textile Organizations)가 2005년 쿼터 철폐 이후 34개 품목에 대해 쿼터를 재도입 과정에서 자국 내 섬유단체들을 규합하여 국제적인 연대를 결성하였다.
- 19) 강인수 (2004. 4), FTA의 추진배경과 지역주의의 확산, 월간소비자, 자료검색일 2012. 12. 9, http://www.consumer.or.kr/magazine/mz_view.html?num=616
- 20) 외교통상부 (2012. 3), “세계 FTA 추진현황”, 자료검색일 2012. 12. 9, http://www.fta.go.kr/new/ftakorea/fta_world.asp
- 21) 외교통상부 (2012. 6), “한국의 FTA 추진현황”, 자료검색일 2013. 1. 4, <http://www.fta.go.kr/new/ftakorea/ftakorea2010.asp>
- 22) 조성대 (2012. 4), 최근 통상환경 변화와 기계산업에 대한 영향, *Machinery Industry*, p. 40.
- 23) 이은섭 외 (2012), WTO체제하의 환경과 자유무역간의 조화, *통상정보연구*, 14(1), p. 265.
- 24) 임종섭, 임준형 (2011), 국제무역 환경규제에 따른 국내 기업의 대응전략, *산업경제연구*, 24(2), p. 824.
- 25) 박성민 외 (2010), 산업전반에 걸친 환경규제 및 인증동향, *섬유기술과 산업*, 14(3), p. 160.
- 26) 임종섭, 임준형, *op. cit.*, pp. 827-828.

- 27) EU가 기존의 환경정책을 보완하기 위해 채택한 정책으로 제품 및 서비스 전 과정에서 발생하는 환경영향을 줄이기 위해 제조, 유통, 사용, 폐기 등 전과정에서 환경영향을 개선하기 위해 다양한 정책수단들을 통합적인 접근 방법을 제시하고 있으며, 에코 라벨링 (eco-labelling) 제도의 확대 및 강화, 중소기업의 전과정 평가(LCA) 사용 촉진, 공급망에서의 녹색구매 (green purchasing) 실천 지원 등이 주요 내용이다.
- 28) EU가 화학물질로부터 인간건강 및 환경을 보호하고 EU산업계의 경쟁력 강화를 위해 2007년 도입한 화학물질 관리법이다. 핵심은 EU역내에 제조, 수입되는 모든 화학물질을 위해선 정보와 함께 유럽화학물질청 (ECHA)에 등록, 평가, 승인을 받도록 하는 것이며, 연간 배출되는 화학물질의 수량에 따라 등록 시한의 차별을 두고 있다(연간 1000톤/100톤/1톤 이상 각각 2010년 11월 30일, 2013년 5월 13일, 2018년 5월 31일 까지).
- 29) “노닐페놀 환경호르몬 검출 섬유수출 비상” (2011. 12. 19), 국제섬유신문, p. 4.
- 30) 김홍관, 한상수 (2010), 섬유 및 의류제품의 국내외 강제인증 현황, *섬유기술과 산업*, 14(3), pp. 128-131.
- 31) *Ibid.*, pp. 129-130.
- 32) 이은섭 외, *op. cit.*, pp. 250-251.
- 33) 김유걸, 지원하 (2011), 지속성장 가능한 패션·섬유산업의 대응방안 연구-Green 산업화, 지속가능성, 사회적 책임에 대한 실태조사-, *한국의류학회 학술발표논문집*, pp. 94-95.
- 34) 김찬주, 노미경 (2009), 아메리칸 트렌디 캐주얼 스타일의 국내 확산과 모방현상, *복식*, 59(2), p. 141.
- 35) 송금옥, 진중찬 (2007), Comparative Study on Street Fashion Styles in Seoul and London, *한국디자인문화학회지*, 13(1), p. 115.
- 36) 전명숙 (2009), 의류산업의 국제생산시스템 변화와 새로운 글로벌 엘티비즘, *패션정보와기술*, 6, p. 17.
- 37) 전명숙 (2006), 의류산업의 국제생산시스템: 거버넌스 구조 및 생산의 공간적 패턴을 중심으로, *국제노동브리프*, 4(2), pp. 73-74.
- 38) “경방90년사”, 경방, 자료검색일 2012. 10. 30, [http://www.kyungbang.co.kr/UploadFile/5.%20부록\(자료편\).pdf](http://www.kyungbang.co.kr/UploadFile/5.%20부록(자료편).pdf)
- 39) 한국섬유산업협회 (2012 a), *op. cit.*, p. 56.
- 40) 홍경희 외 (2010), 국내 의류업체의 해외소싱에 대한 질적 연구, *한국의류학회지*, 34(4), p. 713.
- 41) Snyder, *op. cit.*, p. 305.
- 42) 이원재 (2009), 왜 글로벌 패션의류기업은 인권경영에 나서게 되었나, *패션정보와 기술*, 6, pp. 22-24.
- 43) 김영신, 고혁진 (2011), 글로벌 시대 윤리경영과 기업의 사회적 책임에 관한 연구, *윤리교육연구*, 26, pp. 234-235.
- 44) 이진량 (2012), ISO 26000선정 과정의 의사소통적 타당성 분석: 국제 커뮤니케이션 관찰을 통하여, *커뮤니케이션학연구*, 20(2), p. 48.
- 김창호 (2006), ISO26000 시행에 대한 기업의 사회적 책임경영 구축방안, *인적자원관리연구*, 13(2), p. 59.
- 45) 장세길 (2011), 노동집약적 한국기업의 조국경적 활동, *한국문화인류학*, 44(1), p. 121.
- 46) 홍경희 외 (2010), 해외 생산업체에 대한 국내 의류업체의 생산환경 및 근로기준 인식에 대한 질적 연구, *한국의류산업학회지*, 12(3), p. 299.
- 47) 최혜선, 이은영, 김지은 (2012), 의류무역역사의 해외 생산공장 현황과 소싱지역의 환류 영향에 대한 연구, *복식*, 62(4), p. 162.
- 48) 장세길, *op. cit.*, pp. 153-154.
- 49) 전명숙 (2009), *op. cit.*, p. 21.
- 50) Kelly, E., & Leyden, P. (2005), *What's Next? 2015*, 이주형 역, 서울: 청년정신, p. 301.
- 51) 이승렬 (2009), 글로벌리제이션, 세계화의 지역적 구현인가 세계화의 대안인가, *인문연구*, 57, p. 54.
- 52) 서갑성, 김종성 (2008), 통상환경 변화에 따른 기술무역 활성화 방안, *통상정보연구*, 10(2), p. 166.
- 53) 양희진 (2008), “자유무역협정과 지적재산권 강화, 어떻게 대응할 것인가”, 자료검색일 2012. 12. 31, http://www.ipleft.or.kr/bbs/view.php?board=ipleft_5&id=467
- 54) 서갑성, 김종성, *op. cit.*, pp. 166-172.
- 55) Interbrands, “Best Global Brands 2012”, 자료검색일 2012. 10. 31, <http://www.interbrand.com/en/best-global-brands/2012/Best-Global-Brands-2012.aspx>
- 56) 김흥기 (2008), *샤넬, 미술관에 가다*, 서울: 미술문화, pp. 38-39.
- 57) “푸우 90살, 생일 맞아... 현재 ‘6조6천억원’규모의 캐릭터” (2011. 6. 12.), 스타N news, 자료검색일 2012. 11. 16, <http://star.fnnews.com/news/index.html?no=9192>
- 58) 한국지식재산연구원 (2012 a), 미국 제2순회항소법원, Christian Louboutin사와 YLS사의 빨간색 구두 외부 밑창 상표권 분쟁판결, *Issue & Focus on IP*, 2012-39, pp. 1-2.
- 59) 한국지식재산연구원 (2012 b), 미국 법무부 등, 영업비밀 침해 혐의로 Kolon사 기소 발표, *Issue & Focus on IP*, 2012-44, pp. 1-2.
- 60) 제품의 고유한 이미지를 형성하는 색채, 크기, 모양 또는 이들의 결합을 뜻하는 지식재산권 용어이다. 미국은 상표법을 통해 트레이드 드레스를 하나의 지식재산권으로 보호하고 있으며, 우리나라는 아직 이에 해당하는 개념은 없으나 상표법, 부정경쟁방지법에 의해 부분적 보호를 받을 수 있다.
- 61) 관례번호 2007허3219.
- 62) 관례번호 2007허5581.
- 63) 관례번호 2007허3660.
- 64) 관례번호 2009허2951.
- 65) N. Klein (2010), *슈퍼 브랜드의 불편한 진실*, 이은진 역, 파주: 살림Biz, pp. 55-84.