고용노동부 Ministry of Employment and Labor

한국산업인력공단 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA

한국섬유산업연합회 Korea Federation of Textile Industries

섬유패션산업 인력수급조사 및 실태분석

(2015년 3분기)

2015년 11월

섬유제조·패션산업 인적자원개발위원회
Textile & Fashion Industry Skills Council

목 차

I. 국내 패션의류산업 현황 ····· 1
1. 국내 패션의류산업의 경제적 지표 ····· 1
2. 국내 패션의류산업 동향 ····· 3
3. 해외진출 의류기업 현황 ····· 9
4. OEM 의류기업 현황 ····· 12
5. 국내 의류제조·봉제산업 현황 ····· 16

II. 국내 섬유패션산업 인력 수급 현황 ····· 18
1. 섬유패션 인력 수급 지표 ····· 18
2. 임금 및 근로 현황 ····· 21
3. 산업기술인력 현황 ····· 22
4. 자격 현황 ····· 24

III. 국내 섬유패션산업 인력 양성 현황 및 방안 ····· 25
1. 섬유산업의 미래를 위한 인력 양성 ····· 25
2. 패션의류산업의 미래를 위한 인력 양성 ····· 26

참고문헌 ····· 34

표 목 차

표 1. 국내 패션의류산업의 규모(2013년도 현황) ····· 1
표 2. 섬유산업의 품목별 수출입 추이 ····· 3
표 3. 2015 세계 100대 브랜드에 해당되는 패션의류브랜드 ····· 4
표 4. 국내 패션의류 브랜드별 특성 ····· 7
표 5. 기업 역량별 진출유형 분류 ····· 11
표 6. OEM·ODM·OBM 방식 비교 ····· 13
표 7. 국내 OEM 업체 현황 ····· 15
표 8. 국내 봉제산업 주요 지표 ····· 17
표 9. 국내 봉제업체 규모별 종사자 수 ····· 17
표 10. 섬유제조패션분야 NCS 분류체계 ····· 18
표 11. NCS 분류기준 섬유제조·패션분야 사업체수 및 종사자수('13년) ····· 18
표 12. 연도별 섬유 및 패션의류 분야 취업 현황 ····· 19
표 13. 섬유 및 패션의류 인력부족률 ····· 19
표 14. 산업별 인력부족 전망(5년간) ····· 20
표 15. 섬유패션산업 업종별 월평균 급여액 ····· 21
표 16. 섬유 의류 산업 종사자의 근로 현황 ····· 22
표 17. 산업별 산업기술인력 수급 현황 ····· 22
표 18. 섬유산업 산업기술인력 현황 ····· 23
표 19. 섬유산업 산업기술인력의 구인 채용인력 변화 ····· 23
표 20. 섬유산업 산업기술인력의 연도별 추이 ····· 23
표 21. 국가기술자격 현황 ····· 24
표 22. 공인민간자격 현황 ····· 24
표 23. 패션의류업계 인력부족 직종 ····· 27
표 24. 2013년도 인력양성이 필요한 고부가서비스 분야 ····· 28
표 25. 테크니컬 디자이너에게 요구되는 자질 및 재교육 필요한 자질 ····· 29
표 26. 분야별 필요한 실무 프로그램 ····· 32

그 림 목 차

그림 1. 국내 패션의류 시장 규모 ····· 2
그림 2. 국내 의류제품의 무역수지 추이 ····· 2
그림 3. 전 세계 패션의류 시장의 지역별 시장 규모 추이 ····· 4
그림 4. 1980년대 이후 글로벌 패션산업 변화 ····· 5
그림 5. 국내 의류시장 복종별 규모(손주리, 2013.07.24.) ····· 6
그림 6. 가계당 월평균 의복소비 지출액 및 비중 ····· 6
그림 7. 패션의류산업 메가트렌드: 의류 OEM 회사와 해외진출 회사 ····· 8
그림 8. 글로벌 의류 공급 구조 ····· 12
그림 9. 의류 OEM 업체와 내수 패션기업의 매출 성장률 ····· 14
그림 10. 내수 브랜드와 의류 OEM 업체 실적 ····· 15
그림 11. 세계 화섬소재의 발달과정 및 전망 ····· 25
그림 12. 한국 패션산업의 직종분류 ····· 26
그림 13. 패션의류산업 내 인재양성이 요구되는 직종 ····· 27
그림 14. 테크니컬 디자이너와 글로벌 의류 생산 ····· 30
그림 15. 테크니컬 디자이너 양성 방안 ····· 30
그림 16. 패션의류기업에서 희망하는 교육내용 ····· 32

I. 국내 패션의류산업 현황

1. 국내 패션의류산업의 경제적 지표

□ 패션의류산업의 규모

○ 섬유패션산업 기업체 수는 '13년 기준 45,475개로 제조업 대비 12.3%, 종사자수는 301천명으로 7.9%를 점유하는 핵심 기간산업임. 이 중, 패션의류제품 제조업은 봉제의복제조업, 모피가공 및 모피제품 제조업, 편조의복제조업, 의복액세서리 제조업을 포함하며, '13년 기준 1인 이상 전체 제조업체의 6.5%, 종사자의 3.8%, 10인 이상 전체 제조업체의 3.9%, 종사자의 2.5%를 점유하고 있음.(한국섬유산업연합회, 2015.10.12.).

○ 이들 패션의류산업 관련 지표는 24개 산업중분류 제조업 분야 중 10인 이상 업체수에서는 10위, 종사자수에서는 14위에 해당되며(통계청, 2013), 패션 제품에 속하는 가죽, 가방 및 신발제조업의 업체수(786개), 종사자수(19,846명)를 추가적으로 고려한다면 그 비중은 더 큼을 알 수 있음.

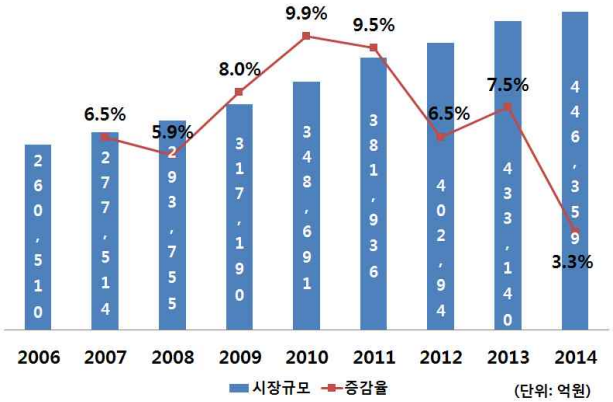
표 1. 국내 패션의류산업의 규모(2013년도 현황)

구 분	패션의류제품 제조업(A)	제조업(B)	비중(A/B,%)
1인 이상 사업체수(개)	24,129	370,616	6.5
1인 이상 사업체 종사자수(명)	144,266	3,802,218	3.8
10인 이상 사업체수(개)	2,554	65,389	3.9
10인 이상 사업체 종사자수(명)	69,639	2,813,575	2.5
생산액(십억원)	18,035	1,495,730	1.2
출하액(십억원)	17,529	1,491,736	1.2
부가가치(십억원)	8,089	479,281	1.7

출처: 한국섬유산업연합회(2015.10.12.).섬유패션산업통계; 통계청(2013). 광업제조업조사보고서.

○ '13년 기준 의류산업의 생산액은 18조 350억, 출하액은 17조 5,290억으로 제조업 대비 1.2%를 차지하고, 부가가치는 8조 890억에 이름. '10년 기준 부가가치율은 45.1%에 달하여 제조업 평균인 32.6%보다 높은 산업군임.

○ 국내 패션의류시장 규모는 2012년 40조 2천억(5.5% 상승), 2013년 43조 3천억(7.5% 성장), 2014년 44조 6천억(3.1% 성장)에 이르러 3개년 연평균 성장률은 5.2%에 이르며, 2015년도에는 약 1.8% 성장시 45조 4천억에 이를 것으로 추산됨(한국섬유신문, 2015.11.01.).



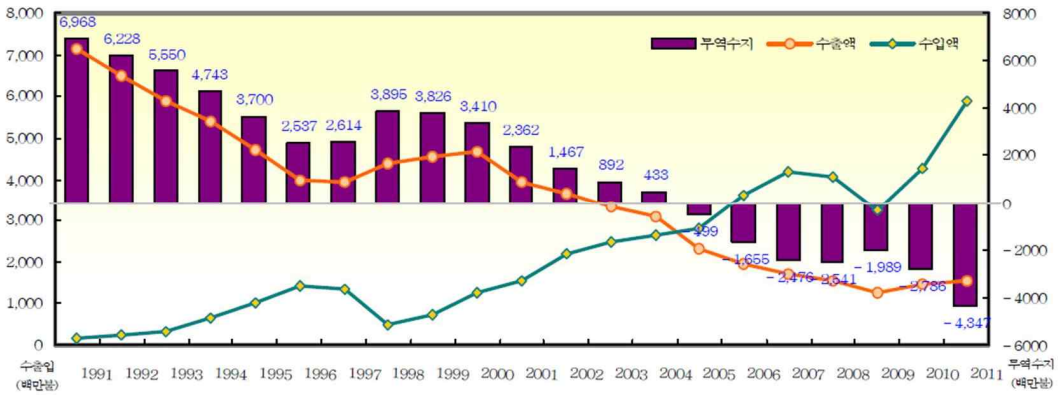
출처: 산업통상자원부(2015). 2015 패션시장조사사업

그림 1. 국내 패션의류 시장 규모

□ 수출입액과 무역수지

○ 우리나라 섬유·의류 산업은 원재료의 3분의 1을 수입, 가공해 완제품의 3분의 2를 수출하는 해외시장 의존형, 수출 주도형 산업 구조를 갖고 있음.

○ 대표적 외화가득 산업으로서 1988년 수출의 9.1%를 담당하는 등 주도적 역할을 하였으나, 점차 수출액이 감소하여 1998년을 정점으로 무역수지 흑자폭도 감소하기 시작하였음. 이에는 1997년 말 국제 통화기금의 통제에 따른 설비의 헐값 해외 유출과 기술이전에 따른 경쟁력 저하가 작용하였음.



출처: 무역위원회·한국의류산업협회, 2011EU산업보고서-의류

그림 2. 국내 의류제품의 무역수지 추이

○ '13년 세계 섬유류 수출액은 전체 상품의 전년대비 수출증가율의 4배에 가까운 8.4% 증가하여, 섬유는 7.7% 증가한 3,059억불, 의류는 8.9% 증가한 4,603억불을 기록함. 우리나라는 중국, 유럽연합(EU), 인도, 터키, 방글라데시, 베트남, 미국에 이어 세계 8위 수출국으로서 159억 달러를 수출하였고, 146억 달러를 수입하여 수입국 세계 7위에 랭크되었으며, 13억불의 흑자라는 성과를 이루었음(헤럴드 경제, 2015.7.17.).

표 2. 섬유산업의 품목별 수출입 추이 (단위: 백만불, %)

연도	섬유류전체 MTI 4			섬유제품 MTI 44			의류 MTI 441			우븐의류 HS 6200			신변잡화 MTI 51		
	수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지	수출	수입	무역수지
1991	15578	2784	12794	8462	392	8069	7141	173	6968	3092	96	2996	4915	183	4732
1996	18112	5504	12607	5280	1834	3447	3970	1433	2537	1819	870	948	1909	674	1235
2001	16081	4860	11221	5279	1948	3331	3924	1562	2362	1745	958	786	1302	546	756
2006	13232	8037	5195	3203	4666	-1463	1956	3611	-1655	799	2444	-1645	838	1340	-502
2008	13317	8800	4517	2916	5337	-2421	1526	4067	-2541	657	2720	-2063	839	1826	-936
2010	13899	9924	3975	2747	5794	-3047	1462	4247	-2786	675	2803	-2128	830	2216	-1336
2011	15943	12624	3319	3034	7801	-4767	1530	5877	-4347	796	3945	-3149	924	2959	-2034
1991~95	3.67	13.37		-6.30	28.29		-7.97	42.47		-7.10	44.61		-14.39	22.35	
1996~00	0.73	-2.75		3.02	-2.87		3.22	-2.83		3.40	-1.07		-4.97	-6.39	
2001~05	-2.81	6.84		-7.55	13.42		-10.03	12.43		-11.01	14.27		-6.62	14.45	
2006~10	0.99	4.31		-3.03	4.42		-5.66	3.30		-3.32	2.78		-0.20	10.59	
2011	14.70	27.20		10.46	34.64		4.65	38.37		17.94	40.73		11.45	33.54	

㈜섬유류 MTI4는 섬유원료(41),섬유사(42),직물(43),섬유제품(44). 섬유제품(MTI44)은 의류(441), 기타섬유제품(449).
의류 MTI441는 HS61니트의류, HS62우븐의류, HS4203가죽의류, HS4304인조모피가죽의류, HS4303모피의류 등임.
신변잡화 MTI51는 신발(512),가방(513)및우산양산(511),벨트(514),기타장신구(515:장신구,화장용품,시계줄,라이터 등)임.
(주) 무역수지는 수출액-수입액임 (주) CAGR은 5개년 연평균증감율이고, 2011년은 전년동기대비 증감율임
(자료: 한국무역협회 www.kita.net의 무역통계 데이터)

출처: 무역위원회·한국의류산업협회, 2011EU산업보고서-의류

2. 국내 패션의류산업 동향

□ 세계적 시장 동향

○ 패션의류산업은 가장 역사가 깊고 큰 산업 중 하나로서 전 세계적으로 그 규모가 1.7조 달러에 이르러 식품산업 다음으로 큰 산업이며, IT제품의 2.2배에 이르는 규모임(하윤금, 2013.10.14.).

○ 최근, 경기침체 속에 수입의 52%를 담당하는 주요 수입국인 유럽과 미국의 소비량 감소로 2016년 전 세계 패션 시장규모는 959조원(CAGR +0.5%)으로 추정되며, 장기 저성장세를 유지할 것으로 전망됨. 투자기회가 적은 저성장기에는 신흥국가의 소비시장 성장에 주목해야 하며 중산층 즉, 소비주체가 많은 시장을 공략할 필요가 있음(손주리, 2013.07.24.).

○ OECD에 의하면, 2009년 19억명이던 전세계 중산층은 2020년 32억명, 2030년 49억명으로 급증하고, 이 중 90%는 아시아·태평양 지역, 그 중에서도 중국, 인도, 브라질과 같은 신흥국에 70%이상이 거주할 것으로 예측됨. 이에, 패션 소비시장의 흐름 또한 선진국에서 신흥국으로 점진적인 이전하여 우리나라의 비중 역시 증가할 것으로 전망됨(손주리, 2013.07.24.).

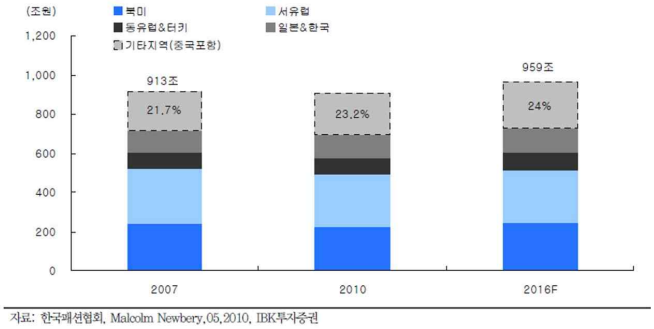


그림 3. 전 세계 패션의류 시장의 지역별 시장 규모 추이

○ 지속적 저성장 국면에도 불구하고 인터브랜드가 정한 2015 세계 100대 브랜드 중 스포츠용품 2개사, 럭셔리 7개사, 어패럴 4개사의 총 13개 패션의류업체 진입하였으며, 이들의 총 자산 가치는 1,434조 3400만불에 이름.

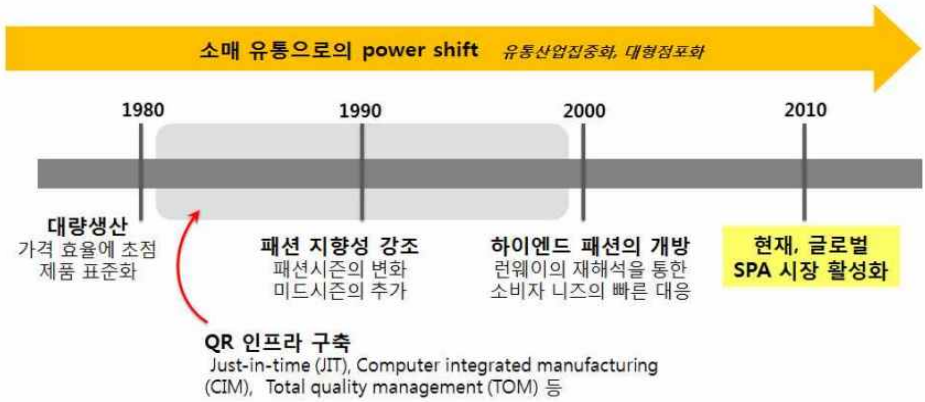
표 3. 2015 세계 100대 브랜드에 해당되는 패션의류브랜드 (단위:백만불)

순위	브랜드명	분류	자산가치	순위	브랜드명	분류	자산가치
17	Nike	스포츠용품	23,070	62	adidas	스포츠용품	6,811
20	Louis Vuittion	럭셔리	22,250	66	Fiffany & Co.	럭셔리	6,306
21	H&M	어패럴	22,222	69	PRADA	럭셔리	6,222
30	ZARA	어패럴	14,031	73	Burberry	럭셔리	5,873
41	HERMES	럭셔리	10,944	91	Ralph Lauren	어패럴	4,629
50	Gucci	럭셔리	8,882	96	BOSS	어패럴	4,270
57	Cartier	럭셔리	7,924				

자료: www.interbrand.com

○ 다양한 소비자의 요구에 맞춰 2000년대 이후 패스트패션, 다품종 소량 반응생산을 표방하는 SPA 시장의 활성화가 두드러지며, 인디텍스(ZARA), H&M, 패스트 리테일링(Uniclo) 등이 글로벌 선두주자로 활약하고 있음.

○ 단순히 가격으로만 승부하는 중저가 의류라는 기존 관념을 깨버린 SPA 브랜드의 성공에는 1) 기간단축과 잘못된 물량 책정(채찍효과)을 방지하는 물류관리 IT시스템 기반 반응생산 2) 기존의 매체광고가 아닌 고객 접점공간으로서의 매장 기능을 강화한 공간중심 마케팅 3) 럭셔리 브랜드나 아티스트와의 콜라보레이션이 주요 역할을 함. 이러한 트렌드 리더로서의 브랜드 이미지 고급화와 인지도 향상을 위한 노력이 주요하게 작용하였음(이준환 외 3인, 2011.4.6.).



자료: 섬유산업연합회(2012),글로벌 SPA브랜드의 국내시장 진출과 대응방안

그림 4. 1980년대 이후 글로벌 패션산업 변화

□ 내수시장 동향

○ 1960~70년 OEM, ODM 중심의 공급시장에서 소비시장으로 변모한 후, 해외 패션을 모방하는 수입국 수준에서 2000~2004년 동대문 중심의 이지캐주얼 패션, 2000년 중반에는 글로벌 명품위주의 시장 성장, 가치소비, 아웃도어 패션이 성장을 주도함.

○ 경기둔화와 날씨영향으로 최근 내수 시장도 성장세가 둔화되었고, 특히, 캐주얼, 남성·여성복은 정체가 지속될 것으로 예상됨. 두드러진 동향으로, 복종간 경계 모호, 짧은 유행주기, 개성 추구, 가치 소비 등을 들 수 있음(손주리, 2013.07.24.; 이준환 외 3인, 2011.4.6.).

- 복종 간 경계가 무너진 사례로 캐주얼웨어와 스포츠웨어를 들 수 있으며, 웰빙 추구, 라이프 스타일의 다양화 등에서 원인을 찾을 수 있음. 다양한 일상 상황에서 기능성과 실용성을 발휘하는 아웃도어의 선전이 눈에 띔.

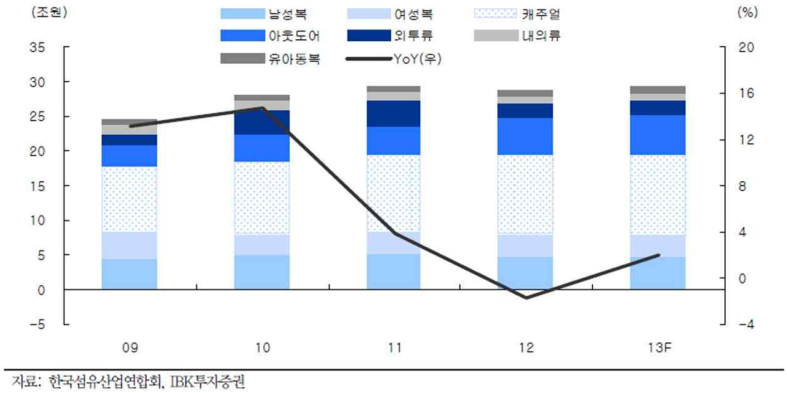


그림 5. 국내 의류시장 복종별 규모(손주리, 2013.07.24.)

- 의류업체가 일방적으로 사전에 기획하여 제공하는 획일화된 의복 코드를 받아들이던 소비자가 개성을 추구하면서 의복 역할이 다양해짐. 이에, 디자이너 숍, 편집숍, 해외직구 등 다양하고 차별화된 유통채널이 등장하였고, 자신의 요구에 맞는 브랜드에 대한 충성도가 높아지며, 믹스매치 패션에 유리한 패션잡화 부문의 성장이 기대됨.

- 점차 소득수준의 양극화가 심화되면서 합리적 가치소비를 추구하는 소비자가 증가하고 있는 추세임. 소득이 낮다고 개성이나 품질에 대한 욕구가 사라지는 것은 아니므로 가격대비 좋은 품질과 다양성을 제공하는 SPA 시장의 성장의 원동력으로 작용함. 월평균 가계 지출 의복비 총액은 소폭이라도 지속적으로 증가하고 있는 양상이나, 기존 브랜드에서 SPA브랜드로의 전환은 계속될 것으로 예측됨.

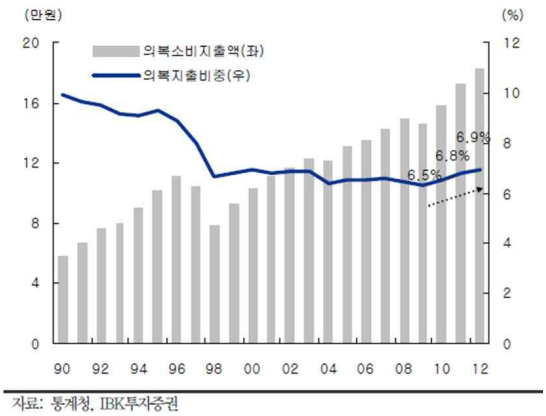


그림 6. 가계당 월평균 의복소비 지출액 및 비중(손주리, 2013.07.24.)

□ 국내 패션의류 기업 특성

○ 현 국내 패션의류 내수 브랜드는 내셔널브랜드, 디자이너 브랜드, SPA브랜드로 크게 나눌 수 있음. 내셔널 브랜드 중 대기업은 해외 진출을 모색하는 등 글로벌 브랜드화를 추진하고 있으나, 내셔널브랜드와 디자이너브랜드는 전반적으로 감소하는 추세로 국내외적인 경쟁력 강화를 위한 전문 컨설팅이나 마케팅 전략이 필요한 실정임. 세계적 동향과 마찬가지로 대기업의 국내 SPA브랜드 런칭이 눈에 띔.

표 4. 국내 패션의류 브랜드별 특성

분류	현황	특성
내셔널 브랜드	• 2007년 이후 감소 - 2007년 1004개 - 2012년 920개	• 우수한 상품기획력, 품질에 비해 브랜드 인지도에 따라 매출 좌우 • 글로벌 브랜드로의 브랜드 경쟁력 제고 필요
디자이너 브랜드	• 2008년 이후 감소 - 2008년 150개 - 2012년 140개	• 전문 마케팅 및 매니지먼트 컨설팅 필요
SPA 브랜드	• 매출 급성장 - 2008년 5억원 - 2012년 1조 4천억 - 2015년 5조원 예상	• 글로벌 SPA브랜드의 급성장 • 국내 시장 경쟁 과열 • 토종 브랜드에 위협 • 한국형 SPA브랜드 런칭 러쉬

자료:산업연구원(2013).Upgrade 패션한국을 위한 패션산업 발전방안보고서.

○ 글로벌 저성장 환경에 처해있는 현 국내 패션의류업계의 주목할 만한 메가트렌드로, 1) 동남아에 생산기지를 보유한 대형 OEM 벤더의 안정적 성장과 2) 국내 패션시장 저성장에 따른 경쟁 심화 및 유통망 확보의 중요성, 3) 중국 2~3선 도시 개발로 중가 의류 시장의 고성장을 들 수 있음(최민주, 2013.6.25.).

○ 기존 의류패션산업의 중심축이 내셔널브랜드, 디자이너 브랜드와 같은 내수 브랜드에 있었다면, 이제는 밸류 체인과 수출지역까지 고려해 1)의류 OEM 업체, 2)내수 브랜드, 3)해외 진출 업체로 그 범위를 확대해야 할 시

점임. 의류 OEM업체, 내수 브랜드, 해외진출 업체의 시가총액 비중은 '09년 기준 39:56:5이었으나, 13년에는 43:42:15로 의류 OEM업체와 해외진출업체의 비중이 증가하였음.

근본적 배경	저성장		
촉매제	중국 인건비 상승	경기 부진, 해외 SPA 진출 활발	중국 정부의 내수 소비 성장 정책
시장 주체	의류 생산(글로벌)	국내 의류	중국 의류
메가 트렌드	대형벤더 컨설리데이션	가격 양극화	중가 매스브랜드 확대
구체적현상	① 대형벤더 ↑ vs 소형벤더 ↓ ② 동남아 ↑ vs 중국 ↓ ③ 자가 ↑ vs 아정(Agent) ↓	① 아울렛 & 온라인/모바일 시장 성장 ② 저가 & 고가 ↑ vs 중고가 ↓ ③ 수입브랜드 ↑ vs 내셔날브랜드 ↓	① 1선 ↓ vs 2~3선 도시 ↑ ② 유아동 시장 확대 ③ 온라인 채널 발달
소업태	의류 OEM	내수 패션	해외(중국) 진출 회사
대형 v 중소형	대형주 > 중소형주	대형주 < 중소형주	대형주 < 중소형주
대형주	영원무역 한세실업	한섬 신세계인터내셔날 LG패션	베이직하우스 휠라코리아
중소형주	신성통상 신원 태평양물산	대현 로만손 우성 I&C	제로투세븐 아비스타

자료: 최민주(2013.6.25.). 산업분석-섬유의류.

그림 7. 의류패션산업 메가트렌드: 의류 OEM 회사와 해외진출 회사

□ 국내 의류제조업체 역량 변화

○ 임금 향상 등 산업 구조의 변화로 의류제조·수출 패러다임 또한 직접 임가공을 담당하던 방식에서 글로벌 벤더로서 해외 생산기지를 활용하는 방식으로 전환되었음. 관련하여 방글라데시, 베트남, 인도네시아, 미얀마, 중남미 등 현지 공장 설립을 통한 해외 투자도 증가하고 있는 추세임.

○ 내수 시장이 침체되어 일감 부족으로 봉제공장들의 어려움이 가중되고 있는 반면, 일본, 미주, 유럽 등으로부터 의류 샘플 제작 요청은 증가하는 추세로 수출시장의 경기가 내수시장 보다 좋음.

○ 미주지역의 물량은 한솔이나 노브랜드 등 수퍼 벤더들에 대한 오더량이 많으며, 일본 쪽 물량은 7~12명 정도의 영세한 업체에서 생산하고 있음. 샘플 요청이 들어오는 품목은 다이마루 셔츠나 직기 제품임.

○ 한편, 70년대 OEM방식으로 수출 담당하던 벤더 업체들은 ODM, OBM 방식을 병행하는 경쟁력을 갖춤으로써 글로벌 소싱·생산 네트워크를 활용한 새로운 글로벌 비즈니스 모델의 창출이 가능하게 됨.

3. 해외진출 의류기업 현황

□ 국내 패션기업의 해외 진출 개요

○ 2005년 글로벌 SPA가 본격적으로 한국 시장을 공략하고 내셔널 브랜드 간 경쟁이 치열해지면서 해외 시장 개척은 선택이 아닌 필수 요건이 됨. 중국에서 성공을 거둔 이랜드, 보끄레머천다이징, 더베이직하우스 등 점차 해외사업에서 매출 및 이익을 달성하는 기업이 증가하고 있어 국내 패션 브랜드의 글로벌 기업으로의 도약을 위해 지원이 필요한 중요한 시점으로 분석됨(한국패션협회,2013).

○ 대기업뿐만 아니라 중견, 중소기업이 글로벌 행보에 동참하였으며 진출 국가도 중국 등 아시아를 넘어 미국, 유럽 등으로 확대되어 13년 기준 110여 개 브랜드가 해외시장에 진출해 있으며, 디자이너 브랜드, 소규모 브랜드까지 합하면 150개가 넘을 것으로 추정됨(한국패션협회,2013).

○ 국내 브랜드를 해외시장에 소개, 수출하는 단계를 넘어서 해외시장을 거점으로 브랜드를 런칭하거나 해외에 대형 플래그쉽을 오픈하고, 해외 유명 브랜드를 인수하는 등의 다양한 글로벌 브랜드 육성 형태를 보이고 있음. 일례로, 이랜드는 자사 브랜드가 아니더라도 세계 각 지역에 네트워크를 이미 구축하고 있는 브랜드를 인수함으로써 해외 진출 확대하고 있음.

○ 진출형태는 크게 홀세일, 직진출, 파트너쉽, 합작회사, 합작투자, 라이센스의 6가지로 구분되며, 60개 기업 조사 결과, 직진출 29건, 홀세일 11건, 라이센스 11건, 파트너쉽 5건, 합작회사 2건, 합작 투자 2건으로 직진출, 홀세일, 라이센스가 가장 빈번한 것으로 나타남.

○ 산업통상자원부는 해외 진출 디자이너와 브랜드에 힘을 실어주기 위해 2009년 글로벌 브랜드 육성 프로젝트를 통해 K-Fashion Project 마케팅 지원 프로그램과 중국 진출 지원을 위한 “코리아 패션 비즈니스 지원 센터(상해)” 운영 및 한중 패션 비즈니스 교류회 등의 프로그램을 운영함.

○ 문화체육관광부가 주축이 된 ‘컨셉코리아’, 서울시의 ‘서울스 텐 소울(Seoul's 10 Soul)'을 선두로 국내 패션 디자이너들을 지원하는 프로그램이 더욱 구체화되고 있음.

○ 최근, 중국도 로컬 브랜드의 성장으로 경쟁이 심화되어 제3의 시장, 신흥국가로 눈을 돌리며 해외 진출 지역을 확장하고 있음. 미국과 유럽시장을 공략하는 국내 업체들은 아직 미미한 수준임. 미국과 유럽은 대부분 홀세일 비즈니스가 기본이기 때문에 쇼룸을 통한 판로 개척과 유명 트레이드 쇼를 통해 바이어들을 상담하는 상황임.

○ 한국콘텐츠진흥원이 시행하는 ‘신진디자이너 판로 개척 지원 사업’의 일환으로 국내 패션 디자이너 5개 브랜드가 이탈리아 남성복 쇼 ‘피티 워모’에 참가, 지일근 디자이너의 ‘인스탄톨로지’는 독점계약권 제시를 받는 등 이탈리아 쇼룸 ‘리비아 그레고레티’에 초청 입점하는 성과를 거둠(한국패션협회, 2013).

○ 최근에는 ‘스타일난다’ 같은 온라인 쇼핑몰 브랜드도 해외진출하였으며, 2010년 중문, 영문, 일문 쇼핑몰 구축을 통해 해외시장 공략에 나섰고, 2013년에는 홍콩 아이티(I.T.) 편집샵의 요청을 받아 홍콩에 단독매장을 오픈함.

□ 국내 패션기업의 해외 진출 전략

○ 한국패션협회(2013)는 우리나라 패션 브랜드의 해외 진출 핵심 성공요인을 디자인, 시스템, 자본으로 보고, 이에 근거하여 진출형태를 디자이너브랜드, 제2 내수시장 공략형, 홀세일 접근형, 유통브랜드 추구형, OEM수출형, 인수합병형, 글로벌 네트워크 기반형의 7가지로 분석하고 각각에 따른 핵심 경쟁 전략을 제시함.

표 5. 기업 역량별 진출유형 분류

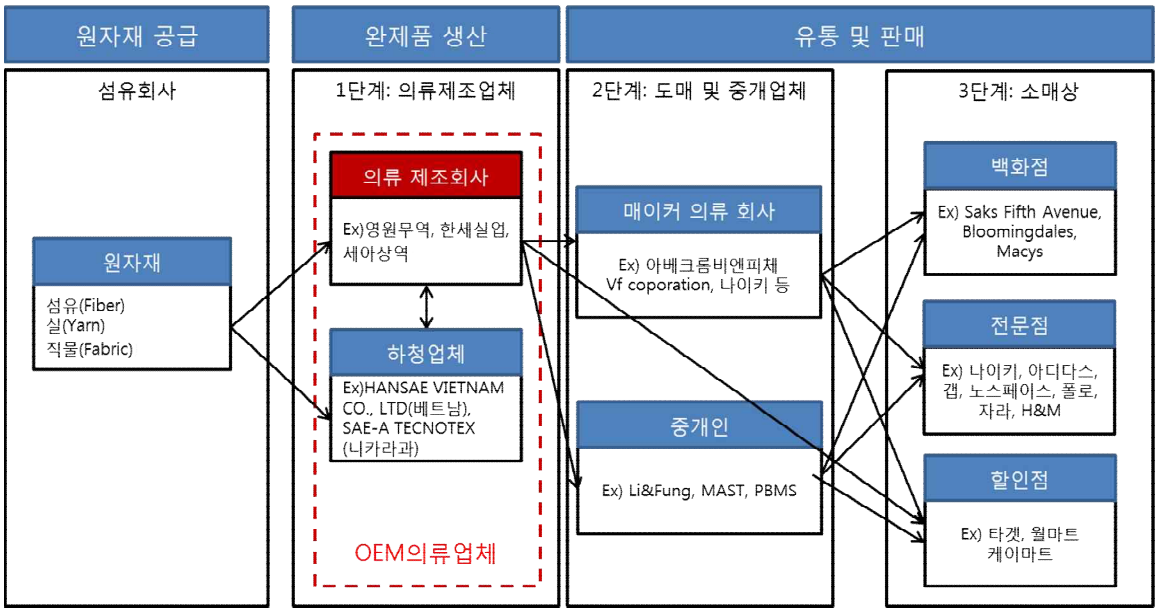
역량	분류	특성
디자인	• 디자이너 브랜드형	• 장기적 비즈니스를 위해 자본력, 소싱력을 갖춘 기업과의 협력, 국가의 지원 프로그램 필요. • 개인은 디자이너 브랜드 내에서의 네트워킹 구축이 필요함. • 국가 미래 경제를 위하여 창조적인 글로벌 디자이너 양성이 필수적인 과제라 할 수 있으며, 디자이너 육성, 지원 프로그램 운영을 통한 후속 주자를 지속적으로 발굴해야 함.
	• 제2내수시장 공략형	• 철저한 현지시장/소비자 조사가 선행되어야 하며 현지인의 수요에 맞는 상품개발이 필수임. • 고품질 제품, 고품격 서비스, 제품컨셉과 매장 비주얼의 차별화 등으로 강점에 성공. • 중국 패션마켓이 빠르게 성장하나 디자인, 패턴, 디테일 면에서 우세하므로 장점 부각시킬 수 있는 선택적인 현지화 전략 필요.
	• 홀세일 접근형	• 홀세일 비즈니스에 익숙하지 않으므로 바이어 네트워크가 탄탄한 쇼룸 및 홍보대행사 개발 중요. • 해외 바이어는 여러 번 참관하고 최소 2년 후부터 오더하므로 아이덴티티를 명확히 하고 지속적으로 참여하는 것이 중요함. • 홀세일 사업에서 가장 중요한 것은 수주된 상품을 적시에 납품하는 팔로우 업(Follow-up) 시스템의 확보임. • 내수와 해외 사업을 연계하는 선기획 시스템, 글로벌 생산기반, 물류시스템과 같은 글로벌 역량을 개발하는 것이 필수 요건임.
시스템	• 유통 브랜드 추구형	• 다년간의 현지 조사, 이해를 통해 국가의 특성, 소비자 패션 및 유통 환경 등의 시장 분석과 지역별, 세대별 타겟팅이 중요함 • GDP성장과 인구는 많으나 단가가 낮은 다른 아시아 국가들에 진출하기 위해서는 해당 국가의 발전에 기여하여 소비 수준을 올리는 윈윈(win-win)전략이 필요함.
	• OEM수출형	• 제안형 ODM(제조자디자인생산)시스템으로 자체 기획, 개발하여 고객사가 선택하도록 함으로써 경쟁력 강화. • OEM수출 기반형 업체가 지향하는 형태는 리테일 형태의 글로벌 SPA 브랜드로 이미 강력한 글로벌 브랜드가 존재하므로 차별화 될 수 있는 아이덴티티 구축 및 경쟁력 확보가 관건 • 내수와 해외진출을 병행할 수 있는 내부 프로세스 개선 및 시스템화가 중요함.
자본	• 인수합병형	• 국내 기업의 인수 브랜드는 대부분 글로벌 시장에서 인지도가 떨어지는 상태에서 인수되는 경우가 많아 이를 회복하기 위한 대대적 마케팅 전략이 필요함. • 특정 지사, 라이센시 지역을 집중 지원하여 수익모델을 만들고 향후 주변국으로 확장하는 전략. • 피인수 브랜드의 오리지널리티를 현 소비자의 니즈에 부합하는 형태로 재정립하기 위한 투자가 필수임.
	• 글로벌 네트워크 기반형	• 정공법을 통한 장기간의 지속적 투자와 해외에 일정 권한을 위임하는 신속, 유연한 운영 시스템 구축이 선결과제 • 자본력을 바탕으로 인재육성, 펀딩 프로그램 등을 통한 글로벌 인재 확보나 타 분야의 글로벌 인재 영입으로 기업 체질 개선. • 다수 브랜드 보유로 지역별 특성을 고려한 진입이 가능함. • K-pop 열풍과 함께 기획사와의 합작투자로 해외 진출에 강점을 가질 수 있음. 자본력과 글로벌 네트워크를 바탕으로 한류 콘텐츠를 접목하여 마케팅력을 극대화하는 전략이 필요함.

4. OEM 의류기업 현황

□ 의류 OEM 방식의 특성

○ OEM(Original Equipment Manufacturing, 주문자상표부착생산)이란 주문자위탁생산 또는 주문자상표부착생산을 지칭하는 약어로, 유통업체가 제조업체에게 자사 상품의 제조를 위탁한 후 주문자의 브랜드로 판매하는 방식을 의미하며, 소비자 기호나 유행에 민감한 패션, 화장품 산업에서 주로 적용되는 추세임(이희정, 2013.1.31.).

○ 의류 제조, 도매 및 중개, 판매의 3단계로 구분되는 글로벌 의류 공급 구조에서 1단계인 제조 부문을 담당하며 해외법인에서 생산한 후 수입국으로 수출함.



자료: 이희정(2013.1.31.), 의류 OEM산업의 동향과 전망

그림 8. 글로벌 의류 공급 구조

○ 위탁업체는 생산 CAPA 증설 및 생산인력 고용에 따른 투자 부담에서 벗어나고, 생산을 외부전문가에게 맡겨 품질을 유지하며, 재고관리도 용이하여 제품디자인, 브랜드관리, 마케팅에 전념할 수 있음. 수탁업체는 저렴한 인건비와 큰 규모의 생산설비를 갖추고 경쟁우위를 유지하여야 하는 부담이 있으나 브랜드 마케팅, 유통채널 확보 등에 드는 비용이 필요하지 않으므로 자금력이 풍족하지 않은 중소기업들의 진입이 용이함.

○ 2000년대 이후 시장의 글로벌화·기업의 대형화·업무의 전문화 경향이 강해지면서 제조부문의 비효율이 발생하는 경우 OEM 업체에 위탁하기 시작하였음. 도매업체 및 중개업체 또는 백화점, 전문점, 할인점으로 구성된 소매상, 유통업체의 파트너로서 의류제조생산의 핵심적 역할을 수행함.

○ 패션의류산업 구조상 고부가가치는 브랜드력에 좌우되는 경우가 많아 생산을 담당하는 OEM 업체의 마진은 상대적으로 낮으며, 우리나라 의류 OEM 업체들은 OEM·ODM 방식의 생산구조가 일반적임. 그러나, 기술개발 및 경영전략에 따라 OEM에서 제품개발까지 담당하는 ODM, 개발과 유통을 관장하는 OBM으로 생산방식의 단계적 이동이 발생하기도 함.

표 6. OEM·ODM·OBM 방식 비교

	OEM (Original Equipment Manufacturing)	ODM (Original Design Manufacturing)	OBM (Original Brand Manufacturing)
구분	주문자위탁생산 주문자상표부착생산	제조자 설계 생산	자체 상표 생산
정의	주문자가 요구하는 제품과 상표명으로 완제품을 생산하는 방식	하청업체가 제품의 개발과 생산을 모두 담당 하는 방식	제품을 자사 상품이름으로 판매하기 위한 자체생산방식
사업 구조	생산	생산+ 디자인	생산+ 디자인+ 유통
의류 산업	[재단→바느질→마감→포장→배송]	[디자인(샘플승인)→원자재구매 →][재단→바느질→마감→포장 →배송]	디자인(샘플 승인)→원자재 구매] [→재단→바느질→마감→포장→ 배송]→[유통+ 마케팅]
장점	기존고객층을 확보한 시장에서 매출신장 가능 대량생산에 따른 규모의 경제 가능	OEM대비 부가가치 높음 로열티 수익있음	부가가치 가장 높음
단점	위탁업체의 계약 여부에 따라 실적 변동성 높음 마진율 낮은편		유통채널 구축 및 브랜드 마케팅에 시간과 비용 소요

자료: 이희정(2013.1.31.), 의류 OEM산업의 동향과 전망

□ 우리나라 의류 OEM 산업의 특징

○ 가내 수공업 형태의 소규모 공장에서 시작된 우리나라 의류 OEM 산업은 1960년대 노동집약적 산업육성 지원 하에 본격적으로 시작됨. 1977년 국내 총 수출액 중 의류수출액의 비중이 20%를 상회하는 등 70년대까지 홍콩, 대만과 함께 주요 수출국으로서의 위상을 높임(이희정, 2013.1.31.).

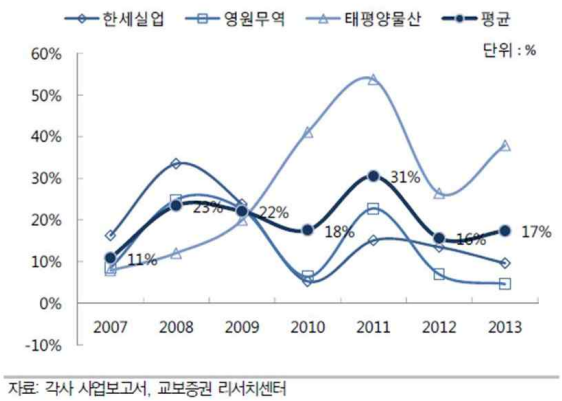
○ 그러나, 임금상승, 노사분규에 따른 경영환경 악화와 후발국의 도전으로 80년대 후반부터 국제경쟁력이 약화되면서 정체기에 접어들었고, 90년대에는 고급 제품은 선진국, 중저가 제품은 개발도상국에게 뒤처지는 샌드위치 현상이 심화되면서 어려움이 가중됨.

○ 이후 의류제조업체 대부분이 저렴한 노동력을 제공하는 중국, 베트남, 방글라데시 등 해외로 생산기지를 이전함. 생산국에 기반한 수출이 이루어짐에 따라 아시아 지역의 주요 의류제품 수출 국가는 1960~80년대 한국, 홍콩, 대만에서 1990년대 중국과 인도, 최근에는 방글라데시, 캄보디아, 베트남으로 이동하고 있는 추세임.

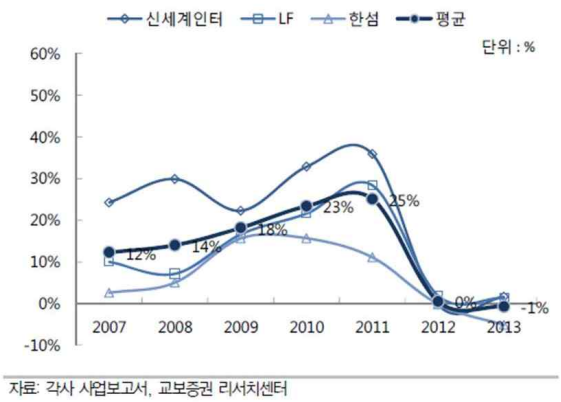
○ 자체 브랜드나 유통망이 없어서 제품의 판매실적 추적이 어렵고, 동남아·중남미 등 해외에서 생산하여 미주·유럽 지역으로 수출하기 때문에 국내 통계에 파악되지 않아 OEM업체의 세계적 시장점유율 추산이 용이하지는 않음.

○ 그럼에도, 국내 OEM 경쟁력은 세계적으로 수준급이라고 판단하는데, 그 근거는 1990년초 봉제업 생산 노하우(미국 의류 수입 M/S 8%), 인건비 경쟁력이 있는 해외 생산기지(1990년대 중남미, 2000년대 동남아), 글로벌 바이어 성장에 따른 볼륨 확대 및 간접적 해외 시장 진출, 복종의 다양화로 인한 제품 Mix 개선, 중국 임금 상승의 반사 수혜, TPP 발효 시 무관세 혜택에 따른 가격 경쟁력 강화 등을 들 수 있음(최민주, 2013.6.25.; 정세진, 2014.11.10.).

○ 매출 성장률을 살펴보면, 내수기업이 11년을 기점으로 성장이 꺾여 0%에 가까운 반면, OEM 업체들은 5%이상대의 성장률을 보임. 내수 브랜드와 달리 OEM 업체의 성장률이 꺾이지 않는 것은 글로벌 바이어들의 브랜드력과 단일 브랜드에 집중되지 않고 평균 10개, 많게는 30개 이상의 바이어로 구성되는 다양한 브랜드 포트폴리오 덕분이라 할 수 있음.



1) OEM 의류 업체

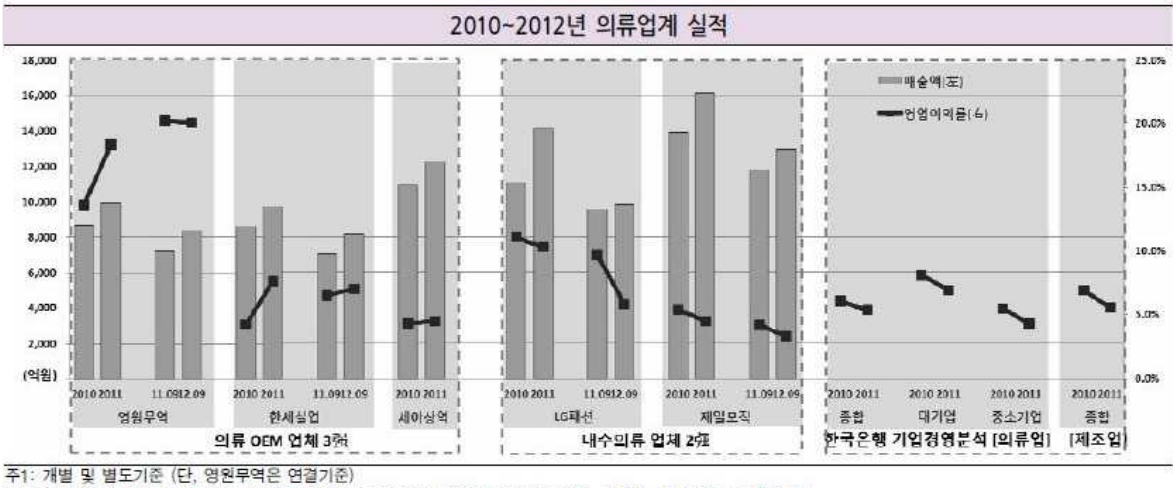


2) 내수 패션업체

자료: 정세진(2014.11.10.).

그림 9. 의류 OEM 업체와 내수 패션기업의 매출 성장률

○ 국내 주요 OEM 회사 평균 영업이익률은 7.28%(2011년 기준)으로 내수 의류 대기업의 6.9%보다 높은 수준임.



주1: 개별 및 별도기준 (단, 영원무역은 연결기준)
주2: 의류 OEM 업체 및 내수의류 업체의 영업이익률은 EBIT/매출액 기준임, EBIT=매출액-매출원가-판매관리비
주3: 제일모직 실적은 패션부문에 한함
자료: 감사보고서 및 사업보고서, 한국은행

자료: 이희정 (2013.1.31.). 의류 OEM산업의 동향과 전망

그림 10. 내수 브랜드와 의류 OEM 업체 실적

○ 국내 주요 의류 OEM 업체들은 외형 규모(1조원 내외 기준)로 1st Tier인 세아상역, 한세실업과 영원무역, 한솔섬유, 매출 5000억 규모의 2nd Tier인 태평양물산, 신성통상, 신원, 태평양물산 등으로 구분됨.

표 7. 국내 OEM 업체 현황 (단위:년, 억원)

구분	설립년도	기업명	구분	주요공장	거래처	병행사업	세계비중	매출액	영업이익	OPM
매출액 1조	1988	세아상역	외감	인도네시아	월마트,랄프로렌,H&M	내수의류	0.32%	15,765	681	4.3%
	1982	한세실업	상장	베트남	월마트, 갭, H&M		0.25%	12,383	598	4.8%
	1974	영원무역	상장	방글라데시	노스페이스, 파타고니아		0.22%	11,082	1,608	14.5%
매출액 5000 억 이상	1992	한솔섬유	외감	인도네시아	월마트, 갭, 아디다스		0.17%	8,659	224	2.6%
	1972	태평양물산	상장	베트남	자라, 갭, 타겟	우모가공	0.16%	8,184	219	2.7%
	1968	신성통상	상장	인도네시아	갭, 랄프로렌, 타겟	내수의류	0.16%	7,777	261	3.4%
	1973	신원	상장	베트남	갭, 타겟, 월마트	내수의류	0.12%	5,897	83	1.4%
매출액 5000 억 이하	1994	노브랜드	외감	베트남	갭, 타겟, 띠어리,	내수의류	0.07%	3,611	96	2.6%
	1989	풍인무역	외감	베트남	JCP, 망고, 클럽모나코		0.07%	3,391	114	3.4%
	1964	SG 세계물산	상장	방글라데시	갭, 타겟, 망고		0.06%	3,138	-31	-1.0%
	1985	팬코	외감	중국	유니클로, 무인양품		0.05%	2,516	211	8.4%
	1985	호전실업	외감	인도네시아	노스페이스		0.05%	2,460	129	5.3%
	1967	국동	상장	인도네시아	노스페이스, 칼하트, 포에버 21		0.03%	1,479	55	3.7%
	1978	약진통상	외감	베트남	갭, 올드네이비, 월마트		0.02%	1,120	78	7.0%
합계							1.74%	86,341	4,249	5%

자료: 2013년 각 사 사업보고서, 감사보고서, 홈페이지, 교보증권 리서치센터 * 2013년 세계 의류 수출액 460,289백만달러 기준.

○ 2nd Tier들의 경우, 규모의 한계를 우모가공 및 자체 브랜드 등 다른 사업을 통해 메우고 있어 상위 4개사 이외에는 우리나라 의류 OEM 업체의 매출액은 3천억원 정도로 볼 수 있음(정세진, 2014.11.10.).

○ 1st Tier들은 규모의 경제를 바탕으로 한 가격 경쟁력, 품질 및 납기 충족 능력을 통해 성장세를 이어감. 주요 아이템은 영원무역(아웃도어)과 태평양물산은 우븐 의류, 한세실업과 신성통상, 신원은 니트 의류임. 우븐이 니트에 비해 수익성 높으며, 한세실업의 경우, 우븐 비중을 높이는 실정임.

○ 1st Tier들의 지속적 성장에는 중국의 인건비 상승과 같은 국제적 요인이 작용함. 중국은 인건비 급상승으로 '의류 생산국에서 소비국으로 변모'하였고, 이는 글로벌 의류생산 비용의 상승을 야기함. 결과적으로, 임가공비 압박이 가중되어 바이어가 대형벤더에게 수주량을 늘리는 대신 가격을 낮추고자 대형 벤더에게 주문을 몰아주는 현상인 글로벌 벤더 컨설리데이션(Vendor Consolidation)이 강화되고 있는 실정임(최민주,2013.6.25.).

○ 앞으로 우리나라 의류 OEM 산업은 대형 전략벤더와 중소형 선호벤더의 주문 증가, 소형벤더의 도태가 지속되며, 품질과 가격에 경쟁력이 있는 자가공장이 하청공장보다 선호되면서 재하청을 주는 Agent의 역할이 축소되고, 생산기지 측면에서는 중국의 점유율(M/S)이 감소하며 동남아(인도네시아, 베트남, 방글라데시, 캄보디아, 미얀마 등)의 M/S가 증가할 전망임.

5. 국내 의류제조·봉제산업 현황

□ 국내 기반 약화 · 영세화

○ '90년대 해외로 생산기지가 이동하면서 국내 생산 기반 약화되었으며, 일감이 줄고, 2, 3차 재하청 오더에 의한 低마진으로 영세화 뚜렷해짐. 이에, 정규직보다는 객공 형태의 계약을 하는 등 근무환경, 급여 수준도 열악해지면서 봉제 인력의 고령화가 심해지고, 인력 수급이 어려워짐. 고급 인력이 지원하지 않아 전문성 결여, 고난도 숙련공의 배출이 어려운 실정임.

○ 봉제업체종사자수를 보면, 199년부터 지속적으로 감소하고 있으며 특히, 1997년 22.4%, 1998년 14% 급감하여 2010년 현재 14만 1천 여명에 지

나지 않음. 봉제업체 규모별 종사자수를 보면, 1980년, 1985년에는 100-299명 규모의 종사자가 가장 많았으나, 1980년에 18.4%에 지나지 않던 5-49명 규모의 종사자수가 2008년에는 72.7%에 이르러 가장 높은 비중을 차지함. 현 봉제업체 종사자 평균은 전국평균 5.8명임.

○ 공임경쟁력이 아닌 품질경쟁력 강화 측면에서, 한국형 브랜드 인큐베이팅을 위한 명장급 의류제조 인력 양성이 요구되며, 이는 의류생산시설 집적화에 따른 생산인프라 구축을 전제로 함.

표 8. 국내 봉제산업 주요 지표

년도	사업체수	종사자		년도	사업체수	종사자	
		종사자수	증감률			종사자수	증감률
1993	37,904	337,436		2004	23,753	163,106	-16.0
1994	38,451	281,432	-16.6	2005	23,189	149,704	-8.2
1995	38,253	258,681	-8.1	2006	24,855	155,612	-3.9
1996	35,724	270,245	4.5	2007	24,240	152,130	-2.3
1997	32,375	209,842	-22.4	2008	23,065	146,867	-1.9
1998	26,935	180,440	-14.0	2009	22,841	144,116	-1.8
1999	25,972	180,845	0.2	2010	22,470	141,465	-1.8
2000	27,160	195,615	8.2	2011	23,507	146,961	3.9
2001	27,170	194,206	-0.7	2012	24,210	149,750	1.9
2002	2,074	65,836		2013	24,129	144,266	-3.7
2003	1,980	60,077					

자료: 최선윤 (2012). 국내봉제산업 인력양성 실태와 전망

표 9. 국내 봉제업체 규모별 종사자 수

연도 / 종사자규모	1980	1985	1990	2000	2005	2007	2008
5~49명	18.4%	20.8%	35.8%	66.0%	70.1%	71.2%	72.7%
50~99명	8.8%	15.4%	20.5%	13.9%	10.6%	9.1%	7.7%
100~299명	28.2%	28.7%	22.3%	9.0%	7.9%	12.4%	11.24%
300~499명	11.4%	10.5%	6.6%	3.5%	3.9%	4.1%	3.6%
500~999명	16.4%	12.8%	7.7%	5.3%	4.45	3.2%	4.8%
1000명 이상	16.8%	12.8%	7.2%	1.5%	3.1%	0%	0%
총 종사자수(명)	198,898	239,181	244,491	152,118	114,435	126,087	122,477

자료:홍경희 외 4인(2012).의류봉제업체의 생산현황과 대량맞춤에 대한 인식

II. 국내 섬유패션산업 인력 수급 현황

1. 섬유패션 인력 수급 지표

□ 사업체수와 종사자수

○ 국가직무능력표준(NCS)에 의하면 섬유제조·패션분야 분류체계는 대분류 1개(섬유·의류), 중분류 2개(섬유제조, 패션), 소분류는 7개, 세분류 22개로 구성됨(섬유제조패션산업 인적자원개발위원회, 2015.7.).

표 10. 섬유제조패션분야 NCS 분류체계

대분류	중분류	소분류	세분류	대분류	중분류	소분류	세분류
섬유·의복	섬유제조	섬유생산	방사	섬유·의복	패션	패션제품생산	제직의류생산
			방적				편직의류생산
			제직				가죽모피생산
			편직				패션소품생산
		섬유가공	사가공				한복생산
			염색가공			패션제품유통	의류유통관리
		섬유생산관리	구매생산관리				가죽모피유통관리
			생산현장관리				신발유통관리
	패션	패션제품기획	패션기획				패션소품유통관리
			패션디자인			신발개발·생산	신발생산
			패턴				
			비주얼머천다이징				

표 11. NCS 분류기준 섬유제조·패션분야 사업체수 및 종사자수('13년)

중분류	소분류	세분류	관련사업	사업체수(개)	종사자수(명)
1. 섬유제조	1. 섬유생산	1. 방사	화학섬유 방적업	215	3,217
		2. 방적	면, 모 및 기타 방적업	169	6,540
		3. 제직	직물 및 직물제품 제조업	12,073	63,691
		4. 편직	편조 및 편조제품 제조업	1,042	6,252
		소 계		13,499	79,700
	2. 섬유가공	1. 사가공	연사 및 가공사 제조업	1,493	8,838
		2. 염색가공	섬유제품 염색 및 가공업	3,271	38,011
		소 계		4,764	46,849
	3. 섬유생산관리	1. 구매생산관리	섬유 및 직물제품 도소매업	13,401	24,346
		2. 생산현장관리*	-	-	-
		소 계		13,401	24,346
2. 패션	1. 패션제품기획	1. 패션제품기획*	-	-	-
		2. 패션디자인*	-	-	-
		3. 패턴*	-	-	-
		4. 비주얼머천다이징*	-	-	-
		소 계		-	-
	2. 패션제품생산	1. 제직의류생산	정장, 내의, 셔츠 등 제조업	16,189	111,977
		2. 편직의류생산	편조의복 제조업	1,324	8,850
		3. 가죽·모피생산	가죽 및 모피제품 제조업	1,187	9,813
		4. 패션소품생산	스타킹, 가방 등 제조업	4,933	26,221
		5. 한복생산	한복 제조업	3,260	4,605
		소 계		26,893	161,466
	3. 패션제품유통	1. 의류유통관리	각종 의류 도소매업	132,852	273,370
		2. 가죽·모피유통관리	가죽 및 모피제품 도매업	373	1474
		3. 신발유통관리	신발 도소매업	13,990	33,140
		4. 패션소품유통관리	의복액세서리 등 도소매업	23,624	45,616
		소 계		170,839	353,609
	4. 신발개발·생산	1. 신발생산	신발 및 신발부분품 제조업	2,614	19,665
합 계				232,010	685,635

*자료: 통계청 전국사업체조사(1인이상 사업체 기준)
주) NCS세분류상의 생산현장관리, 패션제품기획 및 패션디자인 등은 전국사업체 조사의 한국표준산업분류상 관련사업이 없거나 구분이 불명확하여 제외

○ NCS 분류하에 섬유제조·패션분야 사업체수는 신발제조업, 섬유·의복·신발·가죽 관련 도소매업 등을 포함하여 232,010개, 종사자수는 68만 6천명임 (섬유제조패션산업 인적자원개발위원회, 2015.7.).

□ 취업현황 및 인력부족률

○ 2014년 섬유 및 의복 관련 취업건수는 8,569명으로 전년대비 11.1% 감소함. 섬유·패션 업체 경영 실적 악화로 신규 구인인원은 전년대비 20.9% 감소한 29,445명, 신규 구직건수는 31.663명으로 2.5% 감소하였음.

표 12. 연도별 섬유 및 패션의류 분야 취업 현황 (단위: 명, 개, %)

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014
신규 구인인원	20,446	34,043	37,791	35,432	37,212	29,445 (△20.9)
신규 구직건수	24,310	23,237	22,841	28,390	32,468	31,663 (△2.5)
취업건수	5,238	4,510	4,626	7,271	9,638	8,569 (△11.1)

*자료: 한국고용정보원 워크넷 직종별 취업알선 통계

○ 경기 침체가 장기화되면서 '15년도 상반기 상용근로자 5인 이상 섬유패션산업 사업체의 구인인원은 3,457명, 채용인원은 2,752명으로 인력부족률은 2.9%, 전 직종 평균 부족률 2.3%에 비해 높게 나타남.

표 13. 섬유 및 패션의류 인력부족률 (단위: 명, %)

구분	현재 인원	구인 인원	채용 인원	미충원 인원	부족 인원	인력 부족률
전직종	10,846,810	800,475	725,685	74,790	250,168	2.3
18. 섬유 및 의복관련직	104,457	3,457	2,752	705	3,150	2.9
181. 섬유공학 기술자, 연구원 등	4,678	120	113	7	196	4
182. 섬유제조기계 조작원	15,000	653	569	84	320	2.1
183. 섬유가공관련 조작원	29,382	942	699	243	836	2.8
184. 의복제조원 및 수선원	4,901	93	93	0	18	0.4
185. 제단, 재봉 기능 종사자	37,359	1,091	788	303	1,628	4.2
186. 제화 및 기타직물 기계 조작원	13,137	559	490	69	151	1.1

*자료 : 고용노동부 직종별사업체노동력조사(5인 이상 사업체 기준)
주1) 산업분류는 한국표준산업분류(KSIC) 기준, 직업분류는 한국고용직업분류(KECO) 기준임
주2) 미충원인원 : 적극적 구인에도 불구, 채용하지 못한 인원 (구인인원-채용인원)
주3) 인력부족률 : [부족인원/(부족인원+ 현재인원)]×100
주4) 부족인원 : 조사기준일 기준 채용여부나 채용계획과 무관하게 당해 사업체의 정상적인 경영과 생산시설의 가동, 고객의 주문에 대응하기 위하여 현재보다 더 필요한 인원

○ 제조업에서 서비스업으로 진행하는 산업구조의 고도화로 노동력을 서비스 부문이 흡수하고 있으나 낮은 생산성으로 저부가가치 일자리 위주로 구성되고 있음. 아울러, 젊은층이 유입되지 않으면 산업의 기반 자체가 흔들리 수 있으므로 일자리의 고부가가치화와 적재적소 산업이력의 공급이 필수적임(경제관계장관회록, 2013.9.24.).

○ 섬유의류 제조, 봉제 산업에서는 인력 수요는 있으나 지원 인력이 부족하여 인력수급의 미스매치가 발생하고 있음. 인력부족률이 높아 편조원단 및 편조제품제조업 18.93%, 봉제의복제조업 8.36%임. 전국 의류 제조업체중 17.4%에서 업체당 3명 인력부족 호소하고 있으며, 부족한 인력 해결시 약 1,1000명 고용 창출 가능함.

○ 섬유패션분야는 인력양성 필요한 4대 전략산업으로서 뿌리산업과 함께 인력이 유입되지 않아 산업 생태계 기반이 와해될 우려가 있어 우선 지원할 전략 산업군으로 타게팅됨(경제관계장관회록, 2013.9.24.). .

○ 섬유산업 회생을 지원하고, 국내 소비재의 대중 명품화를 이끌어 갈 패션 디자인·봉제인력을 '17년까지 2,100명 양성할 계획이 수립되어 있으며, 레저산업을 선도하고 전 제조과정을 통섭할 생산관리, 시장개척 고급전문인력, 제품의 품질과 디자인 향상을 위한 현장수요형 기술인력의 양성을 목표로 함(경제관계장관회록, 2013.9.24.).

표 14. 산업별 인력부족 전망(5년간)

구분		해양플랜트	임베디드SW	뿌리산업	섬유·패션
인력부족규모		5천명	11천명	2.5만	4천명
	고급인력	설계 엔지니어링	HW/SW 융합	연구요원	하이브리드 디자인
	중급인력	연구개발	연구개발	숙련 기술자	시장개척인력
	기능인력	용접, 배관	-	주조, 용접	봉제인력
他 산업 파급효과		기계, 화공, SOC, 환경, 에너지	무인자동차, 항공기 등 미래성장동력	전 산업의 공통기반인력, 산업혁신 3.0	아웃도어 의류, 섬유+신발 융합, 글로벌 명품

2. 임금 및 근로 현황

□ 업종별 월평균 급여액

○ '13년도 섬유패션산업 월평균 급여액은 2,159천원으로, 화학섬유제조업을 제외하고는 전체 평균 급여액 3,081천원의 70% 수준 또는 그 이하인 것으로 나타났음. 특히 봉제의복 제조업 1,901천원, 의복액세서리 제조업 1,696천원은 제조업 대비 60% 수준으로 개선의 여지가 있음을 시사함.

표 15. 섬유패션산업 업종별 월평균 급여액 (단위: 천원, 전년대비%)

구분 \ 연도	2009	2010	2011	2012	2013	증감률
제조업	2,585	2,798	2,906	2,984	3,081	3.2
섬유패션산업	**1,804**	**1,871**	**1,988**	**2,079**	**2,159**	**3.8**
ㅇ 섬유제품 제조업; 의복 제외	1,841	1,913	2,053	2,143	2,215	3.3
- 방적 및 가공사 제조업	1,776	1,880	1,971	2,038	2,088	2.5
- 직물직조 및 직물제품 제조업	1,739	1,793	1,936	2,013	2,085	3.6
- 편조원단 및 편조제품 제조업	1,863	1,937	2,357	2,418	2,560	5.9
- 섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업	1,818	1,896	2,012	2,143	2,195	2.4
- 기타 섬유제품 제조업	2,157	2,240	2,394	2,474	2,585	4.5
ㅇ 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	1,705	1,736	1,796	1,854	1,916	3.3
- 봉제의복 제조업	1,699	1,733	1,767	1,851	1,902	2.8
- 모피가공 및 모피제품 제조업	1,913	1,768	2,031	2,111	2,528	19.8
- 편조의복 제조업	1,993	1,939	2,176	2,197	2,292	4.3
- 의복액세서리 제조업	1,563	1,635	1,762	1,572	1,696	7.9
ㅇ 화학섬유 제조업	2,873	3,342	3,818	3,807	3,956	3.9

*자료: 통계청「광업·제조업조사」(10인 이상 사업체 조사자료)
주) : 월평균 급여액 = (연간급여액 ÷ 종사자수) ÷ 12개월 [10인 이상 사업체 기준]

□ 근로 현황

○ '14년 기준, 전체 제조업 평균 대비 섬유의류산업의 근로 연령은 높고 근속년수는 짧은 편임. 섬유제품 제조 인력의 월 근로일수(22.4일) 및 근로시간(201.8시간)은 제조업 대비 많고, 의복제품 제조 인력(20.9일, 176.4시간)과 제조업 인력(21.4일, 187.7시간)보다도 더 많은 것으로 나타남(섬유제조패션산업 인적자원개발위원회, 2015.7.).

표 16. 섬유 의류 산업 종사자의 근로 현황

구분	연령(세)	근속년수(년)	근로일수(일)	근로시간수(시간)
C. 제조업	39.4	6.5	21.4	187.7
13. 섬유제품 제조업; 의복제외	43.2	5.1	22.4	201.8
14. 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	41.1	5.1	20.9	176.4
72 섬유·의복 및 가죽 관련 기능직	46.8	4.4	20.9	177.6
721 섬유 및 가죽 관련 기능 종사자	46.8	4.5	20.9	178.9
722 의복 제조관련 기능 종사자	46.6	4.1	20.5	166.0
82 섬유 및 신발 관련 기계조작직	44.9	5.1	22.6	207.3
821 섬유제조 및 가공기계조작원	43.7	5.0	23.3	214.5
822 직물 및 신발 관련 기계조작원 및 조립원	45.9	5.4	21.8	202.1
823 세탁관련 기계조작원	47.3	4.0	22.8	188.2

*자료 : 2014 고용형태별근로실태조사(5인 이상 사업체 근로자 기준)
주) 산업분류는 한국표준산업분류(KSIC) 기준, 직업분류는 한국표준직업분류(KSCO) 기준임

3. 산업기술인력 현황

○ 산업기술인력이란 고졸 이상 학력자로서 사업체에서 연구개발, 기술직 또는 생산 및 정보통신 업무관련 관리자, 기업임원으로 근무하고 있는 인력을 말하며, '13년 기준 섬유산업 산업기술인력은 33,810명으로 제조업 전체 인력 1,070천명의 3.2%를 차지하여 바이오·헬스산업(2.3%)을 제외하고는 가장 낮은 것으로 나타났음.

표 17. 산업별 산업기술인력 수급 현황

구분		사업체 종사자수 (A)	산업기술			
			현재인원 (B)	비중 (B/A)	부족인원 (C)	부족률 (C/(B+C))
12대주력산업	섬유	167,451	33,810	20.2	815	2.4
	기계	289,105	137,851	47.7	4,017	2.8
	디스플레이	97,470	48,228	49.5	642	1.3
	반도체	134,266	88,527	65.9	1,581	1.8
	바이오·헬스	76,752	24,939	32.5	728	2.8
	자동차	298,106	113,516	38.1	2,542	2.2
	전자	419,789	179,642	42.8	4,284	2.3
	조선	134,741	69,308	51.4	877	1.3
	철강	138,421	66,706	48.2	1,380	2.0
	화학	322,791	112,609	34.9	4,593	3.9
	소프트웨어	194,565	121,786	62.6	3,649	2.9
	IT비즈니스	90,718	19,148	21.1	354	1.8
기타제조업		657,343	194,953	29.7	7,295	3.6
서비스업		1,278,933	297,219	23.2	4,634	1.3
전체		4,300,451	1,508,242	35.1	37,391	2.4

*자료 : 2014 한국산업기술인력 수급 실태조사(한국산업기술진흥원)

○ 섬유산업 종사자수에 대한 산업기술인력의 비중은 20.2%로 제조업 평균 35.1%에 비해 낮은 편임. '13년 섬유산업분야 산업기술인력 부족인원은 815명, 인력부족률은 2.4%로 제조업 전체 평균 2.4%와 유사한 수준임.

○ '13년 섬유업체의 산업기술인력 구인인력은 3,256명으로, 전년대비 9.8% 감소했으며, 구인인력의 94.7%인 3,085명을 채용하였으며, 2015년 채용이 예상되는 산업기술인력은 1,036명임.

표 18. 섬유산업 산업기술인력 현황 (단위: 명, %)

현재인원	부족인원	인력부족률	구인인력	채용인원	2015년 채용예상인력
33,810	815	2.4	3,256	3,085	1,036

*자료 : 2014 한국산업기술인력 수급 실태조사(한국산업기술진흥원)
주) 인력부족률 : [부족인원/(부족인원+ 현재인원)]×100

○ '13년 섬유산업 산업기술인력 구인, 채용 및 퇴사인력 모두 전년 대비 신입자는 감소한 반면, 경력자는 증가함. 섬유산업 산업기술인력 중 '13년 퇴사인력은 3,427명이며, 이 중 경력직은 2,156명으로 62.9%를 차지함.

표 19. 섬유산업 산업기술인력의 구인 채용인력 변화 (단위: 명, %)

구분	구인인력			채용인력			퇴사인력	
	경력자	신입자	기타	경력자	신입자	기타	경력자 / 비중	신입자 / 비중
2012	1,540	1,890	179	1,373	1,773	146	1,851 / 55.4	1,491 / 44.6
2013	1,711	1,516	29	1,523	1,557	5	2,156 / 62.9	1,271 / 37.1
증감율	11.1	△19.8	△83.8	10.9	△12.2	△96.6	16.5	△14.8

*자료 : 2014 한국산업기술인력 수급 실태조사(한국산업기술진흥원)

○ 섬유산업 산업기술인력은 매년 증가하고 있으며, 특히 2012년에는 전년 대비 4배 가까이 증가하였고, 인력부족률은 09-10년에 비하면 낮아졌으나 여전히 부족한 실정임.

표 20. 섬유산업 산업기술인력의 연도별 추이 (단위: 명, %)

구분	2009	2010	2011	2012	2013
현재인원	7,288	7,451	8,231	31,581	33,810
부족인원	224	386	214	675	815
인력부족률	3.0	4.9	2.5	2.1	2.4

*자료 : 2014 한국산업기술인력 수급 실태조사(한국산업기술진흥원)
주) 인력부족률 : [부족인원/(부족인원+ 현재인원)]×100

4. 자격 현황

□ 국가기술자격 현황

○ 섬유패션분야 국가기술자격은 기술사 2종목, 기사 2종목, 산업기사 5종목, 기능사 6종목으로 총 15종목이 시행되고 있음. 최근 3년간('12년~'14년) 섬유패션분야 국가기술자격증 취득자는 총 5,288명이며 취득자수는 매년 감소추세를 나타냄(섬유제조패션산업 인적자원개발위원회, 2015.7.).

표 21. 국가기술자격 현황

중분류	소분류	등급	종목	취득자 수(명)			
				계	'12년	'13년	'14년
섬유제조	"기재생략"	기술사	섬유기술사	10	3	3	4
			의류기술사	5	1	2	2
		기사	섬유기사	10	1	5	4
			의류기사	50	12	22	16
		산업기사	섬유디자인산업기사	76	29	23	24
			섬유산업기사	17	5	4	8
		기능사	염색기능사(침염)	1,156	408	413	335
			염색기능사(날염)	280	91	98	91
패션	"기재생략"	산업기사	패션머천다이징산업기사	612	229	163	220
			한복산업기사	104	45	36	23
			패션디자인산업기사	454	188	140	126
		기능사	한복기능사	337	115	138	84
			신발류제조기능사	313	112	99	102
			양복기능사	221	98	87	36
			양장기능사	1,643	533	545	565
합계				5,288	1,870	1,778	1,640

*자료 : 한국산업인력공단 국가기술자격통계 및 큐넷(http://www.q-net.or.kr)

□ 공인민간자격 현황

○ 패션분야 공인민간자격으로는 한국직업연구진흥원에서 관리하는 샵마스터(3급) 종목이 있음(섬유제조패션산업 인적자원개발위원회, 2015.7.).

표 22. 공인민간자격 현황

중분류	소분류	종목(등급)	소관부처	취득자 수(명)			
				계	'12년	'13년	'14년
패션	"기재생략"	샵마스터(3급)	산업통상자원부	1,871	588	598	685

*자료 : 한국직업능력개발원 민간자격 정보서비스(http://www.pqi.or.kr) 및 한국직업연구진흥원

III. 국내 섬유패션산업 인력 양성 현황 및 방안

1. 섬유산업의 미래를 위한 인력 양성

□ 섬유산업의 유망 직군

○ 섬유산업은 우리나라 수출의 견인차 역할을 하는 대표 산업군으로서 산업용, 의료용, 의류용, 인테리어용 등 다양한 용도로 아이템을 확장하고 고기능화로 차별화하여 후진국의 수출 시장 잠식에 대응하고, 새로운 돌파구를 찾기 위해 인력 양성에 대한 제고가 필요한 시점임.

○ 국내외 전문가 및 대학, 연구소를 연계하는 네트워크를 구성하여 지도인력 Pool을 구성하고, 지도방법을 체계화하여 신제품 개발, 생산공정 효율화, 품질향상 등을 위한 실시중소 섬유업체에 대한 기술지도 기반 구축 필요.

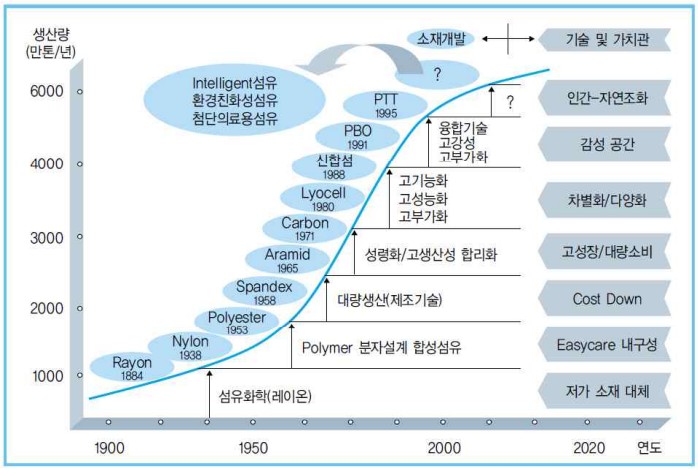


그림 11. 세계 화섬소재의 발달과정 및 전망

○ 다른 이공계열 분야와 마찬가지로 지속적 기술개발을 위한 고도화된 전문적 산업기술인력이 필요한 분야로서 이러한 수요를 만족시키기 위한 인력 양성 및 취업자 재교육 방안이 모색되어야 함.

○ 글로벌 생산이 보편화되면서 해외 소싱력이 섬유패션산업의 성패의 주요 관건으로 작용하게 되어 소재 소싱, 소재 디자인, 소재 기획 관련 교육 및 인력양성이 요구됨.

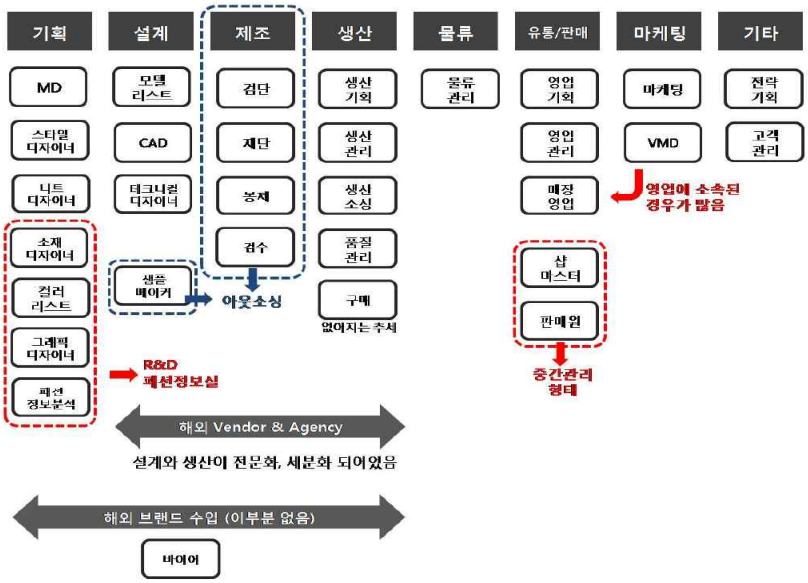
2. 패션의류산업의 미래를 위한 인력양성

□ 패션의류산업의 인력 수요

○ 패션의류 산업은 고도기술을 필요로 하는 '숙련집약형' 분야이지만 인력 구조적으로는 기획·디자인 인력의 열세를 꼽을 수 있음. 상품기획력과 독창적인 디자인 개발력 부족으로 제품의 고부가가치화에 한계가 있고(한국직업능력개발연구원, 2013) 앞서 검토한 해외진출 글로벌 기업 배출에도 제약이 따름.

○ 현 패션산업은 업체 수, 종사자 수, 출하액 모두 마이너스 성장이거나 정체된 상태로 내수시장이 위축되고 수출도 감소하고 있어 이러한 위기를 타개하기 위해 전문 인력 육성을 통해 고부가가치 분야로 안착시키고 글로벌 패션주도국으로서의 위상을 높이기 위한 기반 구축이 필요함.

○ 한국산업인력공단에서는 패션분야 직종 구조도를 패션기획, 패션디자인, 생산제조, 생산관리, 패션유통·물류, 마케팅의 6단계로 구분하고 있음. 아래 그림은 한국섬유산업연합회·한국패션협회(2011)가 의류제조업체 업무 진행 흐름에 따라 기획, 설계, 제조, 생산, 물류, 유통 및 판매, 마케팅, 기타의 8단계로 정리하여 단계별 관련 직종을 분류한 것임.



출처: 한국섬유산업연합회·한국패션협회(2011)

그림12. 한국 패션산업의 직종분류

○ 정성적·정량적 조사 결과, 패션산업에서 인력부족현상이 두드러지는 직종으로는 생산전문가(생산관리 및 소싱), 테크니컬 디자이너, VMD 등이 가장 많이 언급되었음(한국섬유산업연합회·한국패션협회, 2011).

표 23. 패션의류업계 인력부족 직종

인력부족 직종/직무	빈 도	부족률	인력부족 직종/직무	빈 도	부족률
머천다이저	**70**	35.0%	구매	14	17.9%
디자이너	**53**	27.7%	물류	31	25.4%
모델리스트	19	36.8%	영업관리	25	29.8%
CAD사	12	**52.5%**	매장영업	13	29.7%
테크니컬디자이너	**36**	**57.4%**	영업기획	33	33.5%
샘플제작	24	**51.5%**	**VMD**	**37**	**44.0%**
검단/재단	10	38.5%	**마케팅**	**45**	39.9%
봉제	14	27.5%	샵매니저	21	27.4%
생산관리	**40**	39.4%	판매원	25	29.6%
생산기획	29	36.6%	**전략기획**	**51**	40.5%
소 싱	38	**47.0%**	인사 등	18	41.7%
품질관리	37	44.3%	고객관리(CS)	31	37.7%

○ 패션 분야 유망 직종 또는 인력수요 증가 예상 직종으로는 머천다이저(MD), 패션정보 분석가, 마케팅, 설계분야의 테크니컬디자이너와 모델리스트, 컬러리스트, 샵마스터, 비주얼머천다이저(VMD), 수입 바이어, 생산전문가, 소재디자이너 등을 꼽을 수 있음.

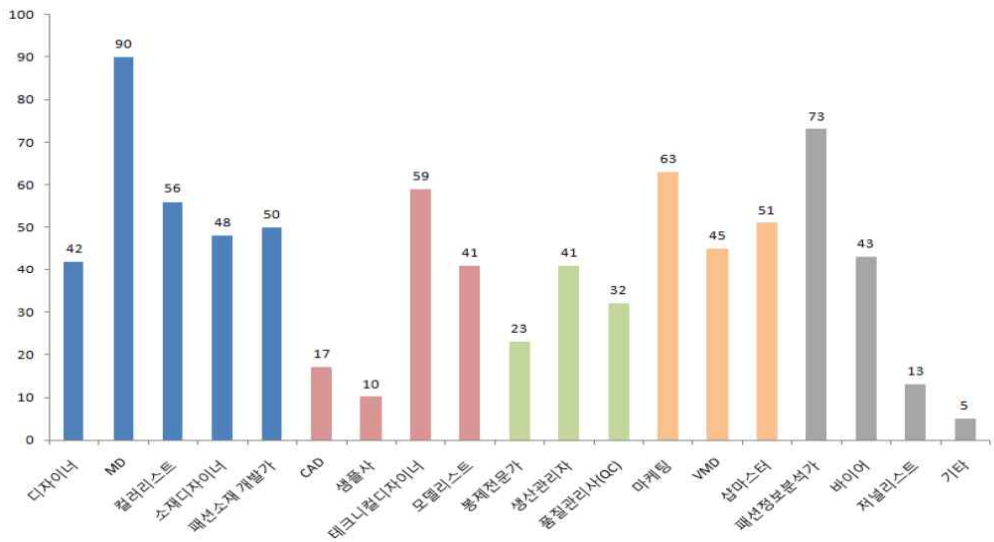


그림 13. 패션의류산업 내 인재양성이 요구되는 직종(단위:빈도수)

○ 한편, 패션산업의 글로벌화에 따른 유망직종으로는 현지영업전문가, 테크니컬 디자이너, 소싱전문가, 소재 디자이너, 생산전문가/MR, 바이어 등이 뽑혔으며, 현지 영업 전문가는 부동산, 유통, 인맥 등 현지 시장 관련 지식, 테크니컬 디자이너는 패턴, CAD, 그래픽 관련 지식, 생산전문가는 생산실무와 봉제기술, 디자인과 패턴에 대한 지식, 소재 디자이너는 시장수요, 트렌드 정보 분석 능력이 필수적임(한국섬유산업연합회·한국패션협회,2011).

○ 한국직업능력개발연구원(2013)은 일자리 창출을 견인하는 고부가 서비스 전문 인력 양성의 필요성을 피력하고, NCS 소분류 833개 직무를 기초로 ① 서비스 분야 선별, ② 직업훈련 가능성이 높은 직무 선별, ③ 새로이 직업훈련을 통해 양성해야 할 분야 선별 등의 순서를 통해 인력양성이 필요한 고부가 서비스 분야를 선정하고 전문 인력 양성 과제를 도출하였음.

○ 이 과정에서 공연예술, 문화콘텐츠, 영상제작, 방송서비스 분야와 더불어 대분류 '섬유·의복', 중분류 '패션', 소분류 '패션제품기획'에 해당되는 패션기획, 패션디자인, 패턴, 비주얼머천다이징 직종을 고급 인력 양성 수요가 있는 것으로 선정하였음.

표 24. 2013년도 인력양성이 필요한 고부가서비스 분야

대분류	중분류	소분류	세부 직종
08. 문화·예술·디자인·방송	1. 문화·예술	3. 공연예술	01. 무대연출 02. 무대조명 03. 무대기계 04. 무대음향 05. 무대미술 06. 무대감독 07. 무대기술감독 08. 무대장치·소품 09. 무대의상 10. 무대영상 11. 하우스매니징→**노동시장 규모는 작지만 정부지원 필요 분야**
	3. 문화콘텐츠	1. 문화콘텐츠 제작	01. 방송콘텐츠 제작 02. 영화콘텐츠 제작 03. 음악콘텐츠 제작 04. 광고콘텐츠 제작 05. 게임콘텐츠 제작 06. 애니메이션콘텐츠 제작 07. 만화콘텐츠 제작 08. 캐릭터 제작 09. 스마트문화앱콘텐츠 제작→**공급과잉이나 고급인력 필요**
		2. 영상제작	01. 영상연출 02. 영상촬영 03. 영상조명 04. 영상음향 05. 영상특수효과 06. 영상편집 07. 영상녹음 08. 영상미술 09. 영사→**공급과잉이나 고급인력 필요**
18 섬유·의복	2. 패션	1. 패션제품기획	01. 패션기획 02. 패션디자인 03. 패턴 04. 비주얼머천다이징→**고급인력 양성 수요가 있는 분야**
20. 정보통신	3. 방송기술	2. 방송서비스	01. 유무선 통합서비스 02. 방송시스템 운영 03. 정보시스템 운영 04. 방송기술 지원서비스 05. 방송장비 설치·유지·보수→**방송제작 관련 인력양성 필요 분야**

○ 위의 자료들에서 제시된 유망 직종과 앞에서 검토한 우리나라 패션의류시장의 눈에 띄는 동향인 1)글로벌화, 2)패스트패션, 3)개성 추구, 4)가치 소비 측면에서 고려할 때, 패션의류계에서 인력 양성이 필요한 유망 직종으로 테크니컬 디자이너와 패션어드바이저를 들 수 있음.

□ 패션의류산업 유망직종: 테크니컬 디자이너

○ 테크니컬 디자이너(technical designer)는 미국 Private label 업체가 하청업자들에게 위탁하는 특별주문생산(Specification Buying)에 의해 생긴 신직종으로, 내수 브랜드는 SPA브랜드처럼 값싸고 품질 좋으며 트렌디한 제품 제공 위해 테크니컬 디자이너를 채용.

○ 도식화가 대량생산용 상품으로 제작되기 위한 스타일지침서인 Technical Package를 만들고 이에 따른 Pattern의 제작과 수정 및 의복의 구성과 관계된 작업 관할하며, 담당업무는 해외바이어, 국내 에이전트, 국내 벤더, 생산기지, 내수 브랜드 중 어디에 속하는지에 따라 다소 차이가 있음.

○ 테크니컬 디자이너에게 요구되는 자질로는 피팅능력, 패턴수정능력, 영어능력, 봉제방법에 대한 지식, 패턴 제작 능력, 소재물성에 대한 지식이며, 직업 만족도는 매우 또는 약간 만족한다(69.2%), 보통(30.8%)로 높은 편이며, 4년제 대학(89.7%), 대학원 석사(7.7%)로 학력 또한 높은 편임

표 25. 테크니컬 디자이너에게 요구되는 자질 및 재교육 필요한 자질

중요도순위	테크니컬 디자이너에게 요구되는 자질	재교육 필요한 자질
1위	피팅기술	패턴수정방법
2위	패턴수정능력	봉제
3위	영어능력	피팅기술
4위	봉제방법에 대한 지식	업무영어
5위	패턴제작능력	소재
6위	소재물성에 대한 지식	바이어와 업무진행방법
7위	-	검품(QC)

자료:김안지,김소라(2012).테크니컬 디자이너 업무 특성에 관한 연구,재작성

○ 테크니컬 디자이너 교육내용은 피팅, 패턴제작/수정, 봉제방법에 대한 지식, BOM작성, 생산관리, 품질관리등 1)샘플 진행 관련 지식, 소재, 부자재에 대한 2) 원부자재 관련 지식 바이어와 업무 진행을 위한 무역영어, 무역실무 지식 등의 3) 무역실무 지식을 들 수 있음.

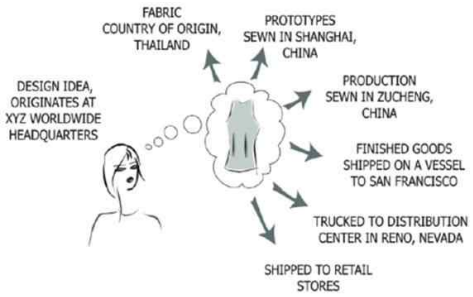


그림 14. 테크니컬 디자이너와 글로벌 의류 생산

○ 이미 다른 패션관련 직종보다 학력이 높고 고급 지식 및 업무처리능력을 요구하는 직종이므로 고급인력의 사전 교육 및 수요에 대비하여 산학연 협동 학·석·박 통합 과정 등의 특화 프로그램 개발이 필요함.

○ 고도화된 전문 업무 능력을 요하므로 “해외 의류 생산 소싱 전문가” 관련 자격증 운용이 필요함. 관련하여 특정 바이어가 제공하는 자격증 있으나, 이는 취업자에만 해당되는 자격증이므로 전문 인력 배출을 위해서는 공인 인증기관에서 관리하는 자격증 제도 운용이 필요함.

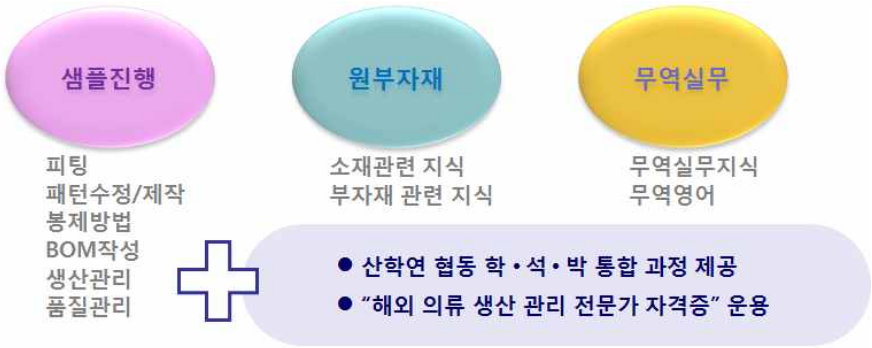


그림 15. 테크니컬 디자이너 양성 방안

□ 패션의류산업 유망직종: 패션 어드바이저

○ 과거 단순히 유명 브랜드 로고를 중요시하던 구매형태가 남과 다른 차별화된 이미지와 자신의 개성과 이미지, 가치관에의 부합을 중요시하는 소비자 요구의 변화로 다양화 되고 있음.

○ 이와 같은 개성추구, 가치소비에 따른 복합 쇼핑몰의 확대와 편집샵, SNS 등 유통 채널 다각화 등 유통 패러다임 변화에 적극 대응하고, 글로벌 SPA 브랜드의 다양한 제품 믹스로 전문 패션 어드바이저에 대한 수요 발생함.

○ 소비자에게 패션 관련 정보를 제공하고 소비자의 체형, 이미지 등에 맞춰 스타일링 등에 대해 자문하는 점은 샵마스터와 유사하나, 매장 상황에서 매출을 일으키는 역할자로서의 패션 어드바이저는 패션 상품의 전문지식을 가진 소매가게 전문 판매원을 일컬음.

○ 판매 사원에게도 단순 판매에서 벗어나 전문 지식을 가진 코디네이터의 역할도 소화할 수 있는 자질을 요구하게 되었고, 브랜드의 스토리를 전달하고 고객에게 적합한 스타일링을 제안하는 주도적이고 적극적인 'Adviser'로서 구매를 이끄는 역할의 수행이 필요한 시점임.

○ 패션 어드바이저의 필요성에 대한 움직임은 브랜드 측에서 먼저 일어났으며, 제일모직은 1986년 업계 최초로 친절서비스 전문 교육기관인 TOPFAS (Top Fashion Adviser)를 설립해 회사직원, 매장의 판매사원과 매장 책임자 등에 대해 지속적으로 친절 교육을 실시하고 있음.

○ '07년에는 고객서비스 향상을 위한 정책과 교육을 강화하려는 CEO의 의지로 토파즈 교육센터를 CS센터로 승격시켜 인력을 확충하고 매장 교육강화 및 현장 방문교육에 힘쓰고 있으며, 주기적으로 전국 매장 점대표자와 판매사원을 대상으로 가치 공유 워크샵을 시행함.

○ 매장 최 일선에서 소비자들을 대하는 직원의 태도, 능력에 따라 소비자의 구매가 일어나기도 또는 일어나지 않기도 하므로 이들에게 단순 친절이 아닌 전문적이고 고급 패션 정보와 차별화된 스타일링과 관련된 어드바이스를 제공할 수 있는 지식을 함양하도록 하는 것이 중요함.

○ 영업 현장에서 판매사원 구인, 구직에 어려움을 느끼고 있는 점주들의 의견을 수렴하고, 이를 개선하고자 **세정**에서 패션브랜드 전문 FA(Fashion Adviser·패션 어드바이저) 구인구직 모바일 어플리케이션 '패션커리어'를 개발, 서비스를 오픈하기도 할 정도로 이 분야의 인력 수급이 원만하지 않음을 알 수 있음.

○ 패션 어드바이저에게 요구되는 자질로는 최신 트렌드 분석 능력, 패션 관련 지식, 체형파악과 피팅능력, 옷감에 대한 지식, 스타일링 능력 등이 있으며, 대면 상황에서 소비자와 원활한 의사소통 능력 등을 들 수 있음.

□ 패션의류산업 인력 양성 방안

○ 기업에서 희망하는 교육내용

- 마케팅 관련(22%), 기획계획 및 실행(33.9%), 생산계획 및 실행(7.6%), 판매계획 및 실행 (30.5%), 관리 및 조직관련(5.9%)

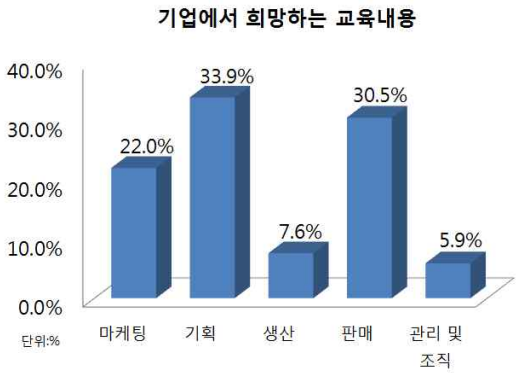


그림 16. 패션의류기업에서 희망하는 교육내용

- 필요한 실무 프로그램 중 기초업무 능력으로는 어학, 컴퓨터운용, 커뮤니케이션을 들 수 있음. 업무 관련 전문지식은 직종별로 다양하나, 코디, 패턴 및 구성, 생산, 소재, 소싱 등에 대한 내용이 주를 이루고 있음.

표 26. 분야별 필요한 실무 프로그램

구 분		실무프로그램
기초 업무 능력	어 학	비즈니스 영어
	컴퓨터 운용	엑셀, 파워포인트 테크닉
	커뮤니케이션	협상, 부서간 커뮤니케이션 스킬
업무 관련 전문 지식	공 동	공장견학 프로그램: 원사, 직조, 염색, 가공 및 자수 등 직물 관련 생산공장을 투어하고 각 공장의 공정 및 기계에 대한 상세한 설명
	디자인	문화적인 경험 관련 수업(전시회, 음악 등)
	MD	회계과정, 원가계산, 상품학 실무
	소 싱	국가별 생산환경 특성 및 잘하는 제품군 분석, 소싱에 대한 기초지식
	소 재	소재구성, 소재기획
	패 턴	패턴, CAD교육, 구성학 실무(패턴 및 디자인 실무)
	생산관리	위탁업체 현장실습(봉제), 생산기획, 의류생산공정, 생산관리, 생산공정 실습, 봉제실습 및 기술지도, 원부자재 이해, 봉제기기 이해
	VMD	매장에서 직접 실습해보는 수업, 통합마케팅커뮤니케이션, 코디네이션 수업, 마네팅 연출수업(국내의 경우 마네킹을 직접 연출해야 하는 경우도 많음)
	샵마스터	패션에 대한 전반적 지식: 옷감, 코디법 등 및 개론적인 것 등

□ 인력 양성 추진 방안 및 전략

○ 패션의류분야는 심리학, 미학, 인간공학, 산업공학, 마케팅, 섬유공학 등 타 학문과의 융합에 의해 도출된 응용 학문(applied science)을 바탕으로 하고 의류산업(apparel industry)를 기반으로 하는 실용적 분야임.

○ 업스트림과 다운스트림의 흐름에서도 알 수 있듯이 전체 교과과정이 유기적으로 연계되어 있어, 타 스트림에 대한 이해를 배제한 직업교육 진행에는 어려움이 있음.

○ 패션의류산업은 실무형 산업군으로 산학협동·기획을 바탕으로 한 협동 교육과정 발굴이 이상적이며, 실제로 채용연계형 글로벌 생산현장 책임자 양성과정(한국섬유산업연합회), 글로벌 패션 아웃 소싱 교육(한국패션협회), 의류수출관련 무역 실무 교육(한국의류산업협회) 등은 교육대상자의 참여도와 만족도가 높고 성과도 좋은 사례임.

○ 채용연계, 인턴쉽 기회 제공 등의 실무형 교육이 필요함. 최근 글로벌 의류생산 체계의 구축으로 미주, 유럽 등 다양한 국가로의 해외 인턴도 활발히 이루어지고 있어 이를 조직적으로 관리, 운영할 수 있는 기관의 역할도 기대가 되는 시점임.

○ 패션의류산업군은 비교적 진입 장벽이 낮아 비전공자의 진출이 많은 분야로서 노동 강도나 부가가치 비율에 비해 임금 등이 하향 조정되어 있는 경향이 있으나, 고급 경력직의 타 산업군으로의 이탈을 막고 우수 인력의 흡인을 위해 근무환경, 임금조건 등의 향상이 수반되어야 고급 인재 양성의 결실을 볼 수 있을 것으로 판단됨.

○ 테크니컬 디자이너, 패션 어드바이더 이외에도 바이어, 머천다이저, 디자이너 등 고부가가치를 위한 기획, 설계, 생산, 관리 업무에 대한 지속적 지원과 교육 프로그램의 개발, 특히, 기취업자에 대한 무료 재교육 등을 통해 경력자의 전문성을 고도화하고, 동 산업군에의 기여도를 높임으로써 패션의류산업의 글로벌화, 고부가가치화를 도모하여 우리나라의 대표 산업군으로의 도약을 이룰 수 있을 것으로 전망됨

참고문헌

경제관계장관회록(2013.9.24.) 전략산업의전략산업 인력양성 및 일자리 창출력 강화방안.
산업연구원(2013). Upgrade 패션한국을 위한 패션산업 발전방안 보고서
섬유제조패션산업 인적자원개발위원회(2015.7.). 섬유패션산업 인력수급 현황리포트.
손주리(2013.07.24.) 산업분석-섬유/의복. IBK투자증권.
이준환, 안신현, 하송, 홍선영(2011.4.6.). 패스트 패션에서 배우는 역발상의 지혜. CEO Information, 제798호, 삼성경제연구소.
이희정(2013.1.31.). 의류 OEM 산업의 동향과 전망-거시·미시적 설명변수 중심으로-. 한국기업평가.
정세진(2014.11.10.). 기업리포트-의류 OEM. 교보증권.
최민주(2013.6.25.). 산업분석-섬유,의류. 현대증권.
최선윤 (2012). 국내봉제산업 인력양성 실태와 전망
하윤금(2013.10.14.). KOCCA통계브리핑, 13(18)-해외편. 서울: 한국콘텐츠 진흥원.
한국섬유산업연합회·한국패션협회(2011) 패션산업 인력활용실태 조사사업.
한국섬유산업연합회(2015.10.12.). 섬유산업통계.
한국섬유신문(2015.11.01.). 2015패션시장조사사업-매출 45조4000억.
한국섬유신문. 검색일자 2015.11.01.
http://www.ktnews.com/sub/view.php?cd_cate=A010&cd_news=95182
한국직업능력개발연구원(2013)업종별 인력양성 시스템 구축의 필요성.
한국패션협회(2013) 2013년도 글로벌 브랜드 육성사업-한국브랜드의 글로벌 패션시장 진출방안 보고서.
헤럴드 경제, 2015.7.17. FTA섬유의류산업 원산지 협상 방향 논의, 헤럴드 경제.http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20150717000521
홍경희 외 4인(2012).의류봉제업체의 생산현황과 대량맞춤에 대한 인식