

제주지역 地緣産業의 실태 및 경영사례와 혁신 방향

- 관광기념품산업을 중심으로 -

A Study on the Actual Conditions of the Residentiary Industries & Business Case Study in Jeju Area

- With Priority given to the Tour Souvenir Industries -

고 재 건*

(Ko, Jae Kun)

목 차

- I. 서론
- II. 地緣産業의 개념 및 형태
- III. 제주 지연산업의 실태 및 경영사례
- IV. 제주지역 지연산업의 문제점 및 혁신 방향
- V. 결론

I. 서 론

地緣産業이라는 개념은 지역사회의 발전을 위한 중소기업의 역할에 관심을 가지면서 부상한 개념이다. 세계화, 지방화시대에 있어서 각 지방단체는 당해 지역의 기반산업을 육성함으로써 지역경제를 활성화시키려고 하고 있으며, 타지역으로부터의 기업유치 및 地緣産業의 발굴, 육성은 이러한 노력의 일환이라고 할 수 있다.

* 제주대학교 경상대학 경영학과 교수

地緣産業이란 그 지역의 자원(자본, 노동, 기술 등)을 기초로 하여 생산과정에서 산지를 오랫동안 형성하고 그 지역의 독자성을 가진 특산품을 생산해서 그 지역에서 소비하거나 전국 내지 외국에 수출하는 산업이라고 할 수 있다.

이제 地緣産業이라고 하여도 완성품 산지가 있는가 하면 반제품 내지 중간제품형 산지도 있다. 또는 원재료의 경우에는 지역내에서 부존하는 자연자원과 원재료를 구하는 경우가 일반적이지만 산지에 따라서는 자연자원의 고갈에 의해 국내의 타지역으로부터 이입 또는 해외에서 수입하는 경우도 있는 것이다.

地緣産業체에서는 지역의 원자재를 활용하고 지역의 기술과 노동력을 기반으로 생산활동이 이루어지므로 지역주민 소득증대에도 기여할뿐만 아니라 고용창출을 통해 지역경제의 활성화에 도움을 줄 수 있으며, 또한 중소기업의 육성과 함께 지역산업과 연계하여 성장발전함으로써 지역경제 활성화에 크게 기여할 수 있다.

제주지역에서의 地緣産業이라고 하면 대체로 공예산업, 토산품산업과 농수축산물의 가공업등 관광기념품들이 중심을 이루고 있다.

제주도가 국제자유도시를 표방하고 있는 현시점에서 관광기념품산업의 중요성을 강조하는 것은 새로운 일이 아니다. 관광이 중심인 국제자유도시 개발 정책하에서 관광기념품 관련업체들이 자생력을 가질 때 비로소 제주지역 경제가 선진국수준으로 진입할 수 있을 것이다.

관광기념품산업의 발전에 따라 지역경제의 활성화와 지방재정확충에 기여할 수 있으며, 1차 2차 3차 산업과의 연계를 통하여 지역경제를 균형있게 발전시킬 수 있다.

제주도의 관광토산품 산업은 소기업 내지 중소기업형태로 300여개의 품목에 대하여 80여개의 기업에서 운영되고 있다.

관광토산품점이나 특산품점에서 판매되는 관광기념품의 절반이상(약 60%)수준이 도외지역에서 공급되고 있는 실정이여서 이들 제품에 대한 생산·제조와 유통·판매가 이 지역의 경제에 중요한 과제로 등장하고 있다. 농수축산품 가공업의 주류를 이루고 있는 음식표품제조업은 전체 도내 제조업 생산금액의 40%이상을 차지하고 있으며, 1차산업과의 연계효과가 가장 큰 제조업으로서 일찍부터 감귤가공, 고구마 전분생산, 젓갈, 우유제품 등을 중심으로 발전되어 왔다. 근래에 들어서 감귤, 오미자, 선인장, 전복, 젓갈, 옥돔갈치, 흑돼지 및 꿀 등을 이용한 제품들이 관광객들에게 인기가 있다.

관광기념품 산업은 제주지역경제의 선도적인 산업인 관광산업의 성장과 함께 지속적인 성장 잠재력이 있는 분야이다. 제주도는 매년 내도관광객의 수요증가로 이제 500만명 관광객 시대를 맞이하고 있으며, 이때 관광기념품에 대한 시장규모는 2500억 이상이 될 것이라는 전망이다.

제주지역의 관광산업 진흥을 위해서는 무엇보다 다양하고 복합적인 관광상품개발이 중요하며, 그 중에서도 쇼핑관광상품제공 및 문화홍보를 겸할 수 있는 관광기념품 개발 및 관련산업의

육성이 시급하다. 그러나 제주에는 특색있는 관광기념품의 미비등이 관광객의 주요불만 사항으로 지적되고 있다.

관광기념품산업의 활성화를 위하여 우선 현실적으로 신제품개발, 디자인개발, 고유브랜드 개발, 판매촉진, 유통문제의 합리화, 생산원가절감, 품질향상, 모방제품의 규제 등 개척해야할 과제가 산적해 있으며, 제주를 대표할 수 있는 “명품 관광기념품”을 만드는 것 또한 이들 분야의 사람들이 다같이 책임을 느껴야 문제라고 할 수 있다.

그래서 본 연구의 목적은 이러한 이 지역의 지연산업과 관련하여 관광기념품산업의 문제점과 혁신 방안을 모색하기 위하여 제주도에 있는 관광기념품산업의 생산과 유통업체에 대하여 다각적으로 조사하는데 있다. 구체적으로는 앙케이트 조사와 경영사례를 통하여 생산과 판매유통에 문제점을 확인하여 제주도 관광기념품산업의 혁신방향을 모색하는데 연구의 목적이었다.

II. 地緣産業의 개념 및 형태

1. 地緣産業의 개념

地緣産業(residential industry) 또는 지장산업이란 우리나라에서는 아직 생소한 개념이다. 지장산업이란 용어는 일본에서 먼저 사용해 왔던 용어이기 때문에 일본의 예를 통하여 개념규정할 필요가 있다. 地緣産業과 유사한 용어로서는 지장산업, 지역산업, 전통산업 등이 있는데, 일정지역을 기반으로 하는 개념이라는 점에서 공통점을 지니고 있으나 그 특징과 속성에 대해서는 조금씩 다르게 느낄 수 있다.

山崎充(1974)은 지장산업의 특성을 다음과 같이 설명하고 있다.

- ① 특정의 지역에서 생산된 시기가 오래되고 전통 있는 산지가 형성되어 있다.
- ② 특정의 지역에 동일업종의 중소기업이 지역적 기업집단을 형성해서 집중 입지하고 있다.
- ③ 생산 판매구조가 소위 사회적 분업체계를 특징으로 하고 있다.
- ④ 그 지역의 독특한 특산품을 생산하고 있다.
- ⑤ 시장을 넓게 전국과 해외에서 제품을 판매하고 있다.

清成忠男(1986)에 의하면 지장산업은 산업의 하나의 유형이며, 그 역할의 범위는 중소기업에

속한다고 하였다. 지장산업이란 통상 산지를 형성하여 전국시장 내지는 외국시장을 향하여 소비재를 공급하는 산업이다. 이러한 지장산업은 원래 자원입지이며 그 지역의 자원과 노동력을 결합하여 지역적 독자성을 가지는 재화를 공급하게 되었다. 말하자면 특산물 공업이다. 그리고 지장산업에는 생산용구의 제조업이 포함되고 있었지만, 요즘에는 이들 제조업은 기계공업으로서 독자적인 입지전개가 이뤄지고 있기 때문에 그 존재형태가 소비재 제조업과는 다르다. 따라서 여기에서는 생산용의 제조업을 지장산업에서 제외시키고 있다.

杉岡碩(1973)은 지장산업의 특성을 다음과 같이 파악하고 있다. 지장산업은 중소기업의 존립 형태를 지역적인 관계로부터 추적하여 비내구 소비재의 특산품을 생산하는 독립적인 중소기업 집단으로 그 제품은 전국시장 또는 해외시장을 대상으로 하여 외부경제효과에 의존하는 정도가 크다.

지장산업의 산지형성에는 원재료 자원의 부존, 노동력의 존재, 기능의 축적 등 여러 가지 특색이 있다. 여러 가지 업종이 산지에서 독특한 사회적 분업을 형성하고 있으며, 기술, 기능, 자본력, 노동력의 축적을 바탕으로 하여 뿌리깊은 존립기반을 형성하고 있다.

한편, 일본의 중소기업청에서는 앞의 경우보다는 상당히 넓은 개념으로 지장산업을 보고 있다. 물론 주무관청으로써 地緣産業이 지역경제에 미치는 영향과 그에 따른 적극적인 육성 필요성 때문에 의도적으로 광의의 개념규정이 필요한 것으로 짐작된다. 어쨌든 그것이 정부기관에 의한 공식적인 개념이란 관점에서는 주목할 필요가 있다. 따라서 1980년 실시된 지장산업종합조사를 위하여 규정된 지장산업의 개념을 정리해 보면 다음과 같다(김병우, 재인용, 1980).

- ① 지장자본을 기초로한 중소기업이 일정지역에 집적되어
- ② 지역내에서 산출되는 산물을 주원료로, 그리고 축적된 경영자원(기술, 노동력, 자본 등)을 활용, 지역으로부터 移入된 원료를 부가하여
- ③ 이를 가공하는 기업으로서
- ④ 그 제품이 지역내 시장뿐만 아니라 지역외 시장에도 공급되는 산업으로
- ⑤ 여기에는 종래의 산지산업 및 전통산업이 모두 포함된다.

이와 같이 地緣産業의 개념에 대하여 학자들간에 약간의 견해차이가 있으나 일본의 학자들의 견해를 종합해 보면, 地緣産業이란 그 지역의 부존자원, 노동력, 자본, 기술 등을 이용하여 그 지역의 독자성을 가진 특산품을 생산하여 외부지역에 판매하는 산업을 말한다. 이러한 地緣産業은 생산과정에서는 사회적 분업체제를 가지고 전통적으로 기업집단인 산지를 형성하며, 공급면에서는 지역성, 수요면에서는 탈지역성을 가지며, 대체로 노동집약적이고 기능에 의존하며, 중소기업적 성격을 지닌 산업이라고 할 수 있다.

우리나라에서도 일본의 영향을 받아 地緣産業이라는 용어를 사용하고 있는 실정이며, 이와 유사한 용어로 지역특화산업이 있는데, 함의에 있어 地緣産業과 차이가 있다.

첫째, 전통성과 토착경영자본에 대하여 지역특화산업은 큰 의미를 두지 않고 있다. 따라서 유치 기업이라도 다른 지역에 비해 당해 지역에 많은 기업들이 모여 산지를 형성하고 있으면 지역특화산업이 되는 것이다.

둘째, 지역특화산업이 하향적인 개발전략으로 인하여 능률성이 강조되면서 집적이익이나 외부 경제에 대한 관심에서 부상한 개념이라면, 地緣産業은 상향적 개발전략 내지 지역주도적 경제활성화 전략의 대상이며 의도적으로 능률성이 고려되었다기 보다는 역사적으로 - 결국 장기적으로 기업들이 합리적인 입지선정에 의해 성립되지만- 특색있는 산지가 형성된 것이다. 다시말하여 地緣産業이라는 용어가 더욱 주체성의 계기를 함축하고 있고 지역자원(원료, 노동력, 기술, 자본 등)을 강조하고 있으므로, 각 지방자치단체에서는 이 地緣産業을 중심으로 자발적인 지역 경제 활성화에 주력하게 될 것이다.

박희정의 연구(1989)에 의하면 地緣産業을 선정하는 기준은 다음과 같다.

첫째, 그 지역에 옛날부터 있어 왔고, 그 고장을 특징짓는 산업일 것. 즉 전통성이 있는 것. 원재료, 기술, 수리 등 지역적 특성위에서 특산물을 생산하는 기업집단이 이 경우에 속하며 강화도 화문석, 담양 죽세품 등이 그것이다.

둘째, 시장이 탈지역적일 것. 생산품을 전국 내지 해외로 수출함으로써 당해 지역의 발전에 기여하는 기반산업으로서 대부분의 민예산업, 농수산물가공업이 이에 속한다.

셋째, 산지를 형성하고 있을 것 여기에 산지란 동종의 생산품을 만드는 사업체가 특정지역에 밀집되어 있는 것을 의미하지만 일본의 경우처럼 반드시 중소기업군일 필요는 없고 가내공업형 부업단지라 하더라도 일정지역에 밀집해 있으면 이를 산지로 본다.

넷째, 원료의 공급이 지역중심적일 것. 그러나 원재료가 부족하거나 고갈된 경우라도 경영자원을 이용하여 타지역으로부터 수입한 원료를 가공하는 것을 포함시킨다. 남원의 토기가 그 예이다.

다섯째, 대상업종은 특산물을 포함한 소비재산업이다. 보다 광의적으로 보면 일차산업이나 서비스업도 포함시킬 수 있겠지만, 여기에서는 제외한다. 그러나 이 모든 조건을 반드시 충족시킬 필요는 없고 기반산업적 성격이 강하고 그 지역을 특징짓는 산업이면 地緣産業대상에 포함시킬 수 있다.

지금까지 여러 학자들이 정의한 바를 정리해 보면, 그 지역의 자원(자본, 노동, 기술 등)을 기초로 하여 생산과정에서 산지를 오랫동안 형성하고 그 지역의 독자성을 가진 특산물을 생산해서 그 지역에서 소비하거나 전국 내지 외국에 수출하는 산업이라고 설명할 수 있겠다.

地緣産業은 매우 다양하다. 전통적인 재래산업에서 시작한 것도 있는가 하면, 현대적인 신흥산업도 있다. 다양한 地緣産業이 전국적으로 넓게 분포되어 있다. 더구나 地緣産業은 전체적으로 보면 다이나믹하게 변동하고 있는 산업이다. 큰 변화없이 계속하여 이어지는 것, 끊임없이

전환하면서도 계속이어지는 것, 그 역할이 끝나서 없어지는 것, 새로운 니즈가 생겨서 생성되는 것 등등 진실로 다양한 산업을 그 가운데 포함하고 있는 것이 地緣産業이다. 따라서 원래는 자원입지라고 하여도 경영자원이 어느 정도 축적되면 자연자원을 잘 활용하므로써 새로운 입지를 형성하는 地緣産業이 적지 않다. 또는 어떤 것은 원래는 지역의 소비자를 대상으로 하는 地緣産業인 것이 공급이 넘치는 제품을 타지역에 판매함으로써 또 다른 형태의 地緣産業으로 전개되는 것도 있다. 어쨌든 地緣産業의 존재형태는 소득수준의 상승과 더불어 점점 다양화되고 있다. 산업구조가 고도화한 경제에 있어서는 地緣産業은 충분히 존재하게 될 것이다.

2. 地緣産業의 형태

地緣産業은 산지의 형성과정, 입지와 역사적 형성방법에 따라 다양하게 분류할 수 있다(上平尾勳, 1996).

첫째, 산지의 형성과정에 따라 원료자원 입지형, 기술입지형, 시장입지형으로 분류할 수 있다. 원료자원입지형은 양질의 풍부한 원료자원이 존재함으로써 형성되었으며, 기술입지형은 새로운 기술기법의 도입과 전개에 따라 형성된 경우를 말한다. 시장입지형은 시장의 존재와 확대에 따라 산업이 형성되는 경우를 말한다.

둘째, 입지기준에 따라 대도시형 地緣産業과 지방도시 및 농촌형 地緣産業으로 나눌 수 있다. 대도시형 地緣産業은 대도시에 입지하여 정보지향적이고 새로운 니즈를 적극적으로 받아드리는 타입이다. 여기에는 패션이 강한 부인복, 부인화 및 완구 라이타 쌍안경 등을 생산하는 업체들로 디자인 개발을 중시하며, 부가가치생산성이 높은 산업이다. 지방도시 및 농촌형 地緣産業은 지역소주, 칠기, 죽제품 및 석제품 등과 같이 전통산업에서 시작된 것과 노동력을 확보하기 위하여 시작된 것들이다.

셋째, 산지의 역사적 형성방식에 따라 전통적 재래형, 내재화된 외래형, 변화된 내재형 및 신흥형 등 4개의 유형으로 나눌 수 있으며, 마지막으로 기술적 형태에 의해서는 수공업과 비수공업의 형태로 나눌 수 있다.

여기서는 산지의 형성과정에 따라 원료자원입지형, 기술입지형, 시장입지형으로 구분하여 구체적으로 살펴보기로 한다.

(1) 원료자원입지형, 자원활용형

원료자원의 존재에 입각하여 발전해 온 地緣産業이 적지 않다. 수산가공업, 목공가공업, 도자기 등은 그 지역에 양질의 원료가 풍부하다는 점에 기초를 둔다. 그 지역에 존재하는 원료나 자

원을 가공함으로써 부가가치를 높이고자 하는 발상은 地緣産業 진흥의 기본이 된다. 이러한 방법으로는 ① 원료나 소재를 활용하는 방안 강구, ② 형태나 디자인의 개발, ③ 품질이나 기능 및 용도에 대한 활용 강구, ④ 납기단축을 위한 방안 연구, ⑤ 포장, 집꾸리기, 상품명 설정을 위한 노력 등이 있다.

식료품의 경우에는 '맛좋은 식품', '풍미가 좋은 상품', '품질 좋은 상품', '언제든지 안심하고 먹을 수 있는 것' 이어야 한다.

기능면에서도 '다목적으로 사용할 수 있는 상품', '편리한 상품', '효율성이 높은 상품', '즐길 수 있는 상품', '취급이 간단한 상품', '보관하기 쉬운 상품', 등이 요구되고 있다. 즉 어떠한 목적을 달성하기 위하여 가장 효과적이고 편리한 수단이 되는 상품이 좋다. 도자기 등의 상품은 디자인의 좋고 나쁨에 따라 가격이나 판매에 큰 영향을 미친다.

제품은 용도만으로 생산되는 것은 아니다. 사람들의 감각에 호소하는 아름다움이 있어야 한다. 다시 말해서 실용성과 아름다움이라는 두 가지 요구가 부합되어야 한다. 아름다움 가운데 중요한 것은 디자인이다. 소비자가 상품을 선택하는데 있어서 용도에서 별 차이가 없다면, 디자인이 우수한 상품을 선택하게 된다. 디자인의 역할이 중요시되는 것은 생산품의 과잉 속에서 다양화, 차별화를 시도하고자 할 때, 경비가 적게 들면서도 가장 효과적이기 때문이다. 동일한 소재를 사용하고 생산방법도 동일하면서 디자인을 변화시킴으로써 신상품 생산으로 평가받을 수 있기 때문이다.

(2) 기술입지형

오늘날의 地緣産業은 산업으로서 발전해오는 과정에서 일정한 생산기술, 판매기술, 경영기술을 축적하고 그것을 전개시킴으로써 성장하였다. 오랜 역사적 기술을 전승하고 그것을 기초로 하여 발전해온 산지, 혹은 비법의 전승에 의해 존재하고 있는 산지는 오늘날에 있어서도 그 수가 매우 많다. 명인의 작품에는 비법이 있으며, 그것을 연구하지 않으면 그 분야에서 제일일 수 없다. 그 비법의 전수는 엄격하여 인격을 갖춘 사람에게만 전수시켰기 때문에 경쟁조건이 되었던 것이다.

地緣産業의 발전을 위해서는 전통적인 기술의 전수뿐만 아니라 그 시대의 최선에 기술이나 다른 부문으로부터 우수한 기술의 도입, 동일부문에의 기술혁신에 의해 발달해 온 것도 적지 않다. 생산기술, 판매 경영기술뿐만 아니라 신소재를 도입함으로써 기업이나 산지를 일신하였으며, 당시의 새로운 기술을 정착시키고 발전해온 것도 적지 않다.

(3) 시장입지형

원료의 존재가 산업의 발전을 결정한 것이 아니라 소비자 시장의 발달이 地緣産業의 발생과

전개를 결정한 것이다. 地緣産業의 발전과정에서 시장의 문제는 중요한 위치를 차지하였다. 생산자가 소규모로 분산되어 있으며, 시장까지의 거리가 먼 산지가 많았기 때문이다. 地緣産業은 양질의 원료자원이 풍부하며, 고유의 기술이 그 지역에 정착되고 판매시장도 안정되어 있는 조건하에 발달해 왔다. 그 가운데에서도 특히 판매시장의 안정이 유력한 산지발전의 조건이 되었다.

원격지 시장의 불리함을 극복한 것은 교통의 발달과 유력한 상인의 존재였다. 생산을 계통적으로 되풀이하여도 그 생산품을 판매할 수 없다면 산지는 발전할 수 없다. 유력한 산지에는 우수한 상인이 있어서 산지의 리더로서 활약하였으며, 판매력이 있는 상인이 있는 산지는 착실히 성장해 왔다.

오늘날과 같이 불황이 지속되어 생산품이 과잉상태가 되면, 생산된 물건을 파는 것보다 잘 팔리는 물건을 생산하지 않으면 안된다. 이를 위해서는 생산자로부터의 진흥보다도 시장에서 바라본 산지진흥이 중요하게 되었다.

2. 제주지역 地緣産業 육성 필요성

(1) 지방화시대

지난 30년간 우리나라의 근대화 정책은 중화학공업을 위시한 국가기간산업을 중심으로 수량적 경제정책을 추구하였고 지역개발정책은 경제산업부문을 부수적으로 보조하는 방향으로 시행되어 지역간의 균형발전에 앞서 거점개발방식을 채택하였다.

중앙에의 지나친 경제력집중은 지역경제의 격차를 심화시켰고, 이에 대한 반작용으로 지방 내지는 농촌공업의 육성을 통한 지역균형발전이 지방화시대의 선결과제로 등장하였다. 특히 지방자치제의 실시로 인하여 지방자치단체는 지역경제의 활성화를 위하여 능동적으로 대처해야 하는 바, 지역특산의 원료와 기술을 결합한 地緣産業의 육성이 필수적이다. 地緣産業은 지역주민이 생산한 1차상품, 전통적인 기술, 주민의 노동력과 토착자본이 결합하여 지역주민의 고용창출과 소득을 향상시킴으로써 지역경제사회의 발전을 가져올 뿐만 아니라 해당지역의 잠재력을 최대한 이용함으로써 외래자본, 외래기술, 외래자본으로 구성된 기업의 유치보다 지역내에 더 많은 과급효과를 창출할 수 있다.

(2) 제주지역의 지리적 특수성

제주지역은 육지부와는 떨어진 섬이라는 지리적 특성과 독특한 관광지로서의 명성을 지니고 있다. 이러한 특성으로 말미암아 제주지역의 산업은 독특한 형태로 발전되어 왔으며, 또한 地緣産業과의 연계가능성을 제공해 준다.

첫째, 제주지역은 육지부와 떨어진 섬이라는 점이다. 따라서 육지부와 물자운송과정에서 상당한 물류비용이 소요되는데, 이러한 물류비용은 제주지역 제조업의 성장발전에 장애요인으로 작용하였다. 그러나 地緣産業은 해당지역의 원료와 원자재를 주로 사용하는 산업이기 때문에 원료조달에 따른 물류비용을 감소시킬 수 있으며, 이에 따른 가격경쟁력을 증대시킬 수 있다.

둘째, 제주지역은 세계적인 관광지로 유명하다는 점이다. 따라서 제주지역에서 생산되는 원료나 원자재를 가공처리하는 특산물 제조업과 토산품 제조업 등은 관광산업과 연계하여 성장발전할 수 있는 가능성이 높다. 제주를 찾아온 관광객은 관광지역뿐만 아니라 그 지역에서만 존재하는 특산물이나 토산품을 선호하고 구입하는 경향이 있다. 이러한 욕구를 충족시키고 지역경제를 활성화시키기 위해서도 地緣産業을 육성발전시키는 것이 중요하다고 하겠다. 또한 해당지역의 특산물과 토산품의 명성이 널리 퍼짐에 따라 관광명소로서의 명성이 확대되고, 그에 따라 그 지역의 특산물과 토산품의 명성이 확대되는 순화과정을 거치게 된다.

셋째, 제주지역에서는 다른 지역과는 달리 풍부한 특산물이 존재한다는 점이다. 제주지역은 4면이 바다로 수산물이 풍부하고, 또한 품질과 당도가 높은 감귤을 비롯하여 당근, 감자 등의 농산물 등이 풍부하다. 따라서 해당지역의 원료나 원자재를 사용하는 地緣産業은 이러한 자원을 일정하게 구입함으로써 가격의 안정성을 높이고 나아가 생산물의 안정적인 수요자로서의 역할과 더불어 지역주민의 고용창출과 소득향상에도 기여하게 된다.

넷째, 제주지역에서는 제조업부분이 상대적 열위하다는 점이다. 제주지역은 공업용수가 부족하고, 입지여건이 열악하며, 제품시장이 협소하여 규모의 경제를 달성하기가 어려운 것이 사실이다. 이러한 여건은 제주지역 제조업체의 활성화에 걸림돌이 되고 있으며, 따라서 이러한 여건을 극복할 수 있는 地緣産業을 집중적으로 발굴하여 육성하는 것이 매우 중요한 일이다. 이러한 地緣産業으로는 관광산업과 연계된 토산품 및 관련제조업과 제주지역에서만 생산공급할 수 있는 경쟁력있고 독특한 상품을 생산하는 제조업에 국한되어야 한다고 판단된다.

Ⅲ. 제주 지연산업의 실태 및 경영사례

1. 지연산업의 실태

제주도의 지연산업은 1차산업 또는 2차산업의 넓은 범위에서 선정될 수 있겠으나, 여기에서는

관광기념품을 중심으로 조사하였다. 본 조사는 2004년 1월5일부터 15일간에 걸쳐 양케이트조사를 통하여 얻은 자료이다.

본 조사에 참여한 기업체는 총 37개업체이며, 그 중 공예품 제조기업이 28개 업체이고 나머지 9개 업체는 식음료품 제조업체이다. 이 가운데 개인기업이 33개로 전체의 89.2%를 차지하고 있으며, 주식회사가 3개 그리고 영농조합이 1개이다. 공예품 제조업체는 전체 28개 업체중 12개 업체가 주문이나 계획생산에 의해 공예품을 생산하고 있으며, 식음료품 제조업체는 전체 9개 업체중 4개업체가 주문에 의한 생산을 하고 있다(<표 1> 참조).

(1) 기업유형별 분류

<표 1> 기업유형별 분류

구분		공예품				식음료품				전체				
		주문 생산	계획 생산	주문/ 계획 생산	소계	주문 생산	계획 생산	주문/ 계획 생산	소계	주문 생산	계획 생산	주문/ 계획 생산	소계	
경영 형태	개인 기업	빈도	6	8	12	26	4		3	7	10	8	15	33
		백분 비	21.4 %	28.6 %	42.9%	92.9%	44.4 %	0.0%	33.3%	77.8%	27.0 %	21.6 %	40.5%	89.2%
	주식 회사	빈도		1	1	2		1		1		2	1	3
		백분 비	0.0%	3.6%	3.6%	7.1%	0.0%	11.1 %	0.0%	11.1%	0.0%	5.4%	2.7%	8.1%
	조합	빈도				0			1	1			1	1
		백분 비	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	2.7%	2.7%
전체	빈도	6	9	13	28	4	1	4	9	10	10	17	37	
	백분 비	21.4 %	32.1 %	46.4%	100.0%	44.4 %	11.1 %	44.4%	100.0 %	27.0 %	27.0 %	45.9%	100.0 %	

(2) 경영성과

2001년부터 2003년까지 조사대상이 된 공예품 제조업체 및 식음료 제조업체의 경영성과를 보면, 2001년에 흑자를 기록한 업체는 전체 37개 업체중 21.6%에 해당되는 8개업체이며, 여기에는

식음료제품제조업체는 하나도 포함되어 있지 않다. 반면 2002년에는 37개 업체중 11개 업체가 흑자를 기록했다고 응답하였고, 2003년에도 37개 업체중 11개 업체가 흑자를 기록한 것으로 응답하였다. 한편 식음료업체는 2001년부터 2003년까지 대체로 현상유지한 업체가 많은 것으로 조사되었다(<표 2> 참조).

<표 2> 경영성과

구분		2001년			2002년			2003년		
		공예품	식음료품	소계	공예품	식음료품	소계	공예품	식음료품	소계
흑자	빈도	8		8	10	1	11	10	1	11
	백분비	28.6%		21.6%	35.7%	11.1%	29.7%	35.7%	11.1%	29.7%
현상 유지	빈도	11	7	18	9	7	16	9	7	16
	백분비	39.3%	77.8%	48.6%	32.1%	77.8%	43.2%	32.1%	77.8%	43.2%
적자	빈도	9	2	11	9	1	10	9	1	10
	백분비	32.1%	22.2%	29.7%	32.1%	11.1%	27.0%	32.1%	11.1%	27.0%
합계	빈도	28	9	37	28	9	37	28	9	37
	백분비	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

종업원은 조사대상이 된 공예품 제조업체 및 식음료 제조업체들은 대체로 영세한 업체들이 많았다. 전체의 대략 70%가 5명 이내의 상시 종업원수를 가지고 운영되고 있으며, 자본금 규모도 영세하여 46%(17개업체)가 1억미만의 자본금을 가진 것으로 조사되었다.

조사대상 업체들이 제품판매에 있어 가장 큰 애로사항으로 꼽는 것은 가격경쟁이 불리(41.7%)하다는 것이며, 다음으로 품질의 상대적 저하(12.5%), 유통경로의 미비(8.3%), 공급과잉(8.3), 제품결재방법의 불리 등의 순으로 나타났다. 특히 공예품을 제조하는 업체나 식음료품을 제조하는 업체 모두 가격경쟁이 불리한 점을 제품판매에 있어 가장 큰 애로사항으로 생각하고 있다.

(3) 관광기념품에 대한 인식 및 경영상 애로사항

관광기념품의 유통업체조사는 46개의 업체를 대상으로 조사하였다. 조사대상의 관광기념품점들이 제주도에서 팔리고 있는 관광기념품에 대한 평가를 상품의 다양성, 상품의 디자인, 가격,

품질 그리고 포장 등의 측면에서 평가하도록 한 결과 5점척도시 대체로 부정적인 평가치를 보였다. 점포의 위치에 따라 살펴보면, 관광지내에 있는 관광기념품점에서는 가격(2.96)이 상대적으로 가장 긍정적인 평가를 받은 반면, 상품다양성(2.28)에서는 가장 부정적인 평가를 받았다. 호텔 및 콘도에 위치한 관광기념품점에서도 가격이 상대적으로 긍정적이지만 상품의 다양성 및 상품품질은 가장 부정적인 것으로 조사되었고, 시내권에서는 포장(3.17)이 가장 좋은 반면, 상품 다양성은 가장 불만족스러운 것으로 조사되었다(<표 3> 참조).

<표 3> 관광기념품에 대한 평가

구분	점포의 위치형태			
	관광지내	호텔/콘도	시내	공항/항만
	평균	평균	평균	평균
상품다양성	2.28	2.00	2.09	2.00
상품디자인	2.56	2.17	2.17	2.00
가격	2.96	2.67	2.58	2.00
상품품질	2.48	2.00	2.50	2.00
포장	2.79	2.83	3.17	4.00

주) 표내 수치는 5점척도시 평균치임.

조사대상의 관광기념품점들이 제주도에서 팔리고 있는 관광기념품에 대한 평가를 부정적, 중립적, 긍정적 유목 등 3점 척도로 단일화하여 그 백분비로 살펴보면, 65.1%가 상품다양성에 대해 불만족하였고, 상품디자인에서는 59.1%, 가격에서는 37.2%, 상품품질에서는 54.5% 그리고 포장에서는 30.2%가 각각 불만족한 것으로 조사되었다. 한편 상품의 다양성 및 디자인에 대해 관광지내 관광기념품점이나 호텔 및 콘도 그리고 시내 등의 관광기념품점 모두에서 높은 불만을 나타냈으며, 가격에 대해서는 호텔 및 콘도에 위치한 관광기념품점에서 비싸다 답하였고, 상품 품질에 대해서는 호텔 및 콘도 그리고 시내에 있는 관광기념품점에서 부정적인 평가가 가장 많았고, 포장에 있어서는 호텔 및 콘도에 위치한 관광기념품점에서 부정적인 평가를 한 것으로 조사되었다(<표 4> 참조).

<표 4> 관광기념품의 특별성 평가

구분			점포의 위치형태				전체
			관광지내	호텔/콘도	시내	공항/항만	
상품 다양성	불만족	빈도(%)	14(56.0%)	5(83.3%)	8(72.7%)	1(100.0%)	28(66.1%)
	보통이다	빈도(%)	11(44.0%)	1(16.7%)	3(27.3%)	0(0.0)	15(34.9%)
전체		빈도(%)	25(100.0%)	6(100.0%)	11(100.0%)	1(100.0%)	43(100.0%)
상품 디자인	나쁘다	빈도(%)	11(44.0%)	5(83.3%)	9(75.0%)	1(100.0%)	26(59.1%)
	보통이다	빈도(%)	11(44.0%)	1(16.7%)	3(25.0%)	0(0.0)	15(34.1%)
	좋다	빈도(%)	3(12.0%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(6.8%)
전체		빈도(%)	25(100.0%)	6(100.0%)	12(100.0%)	1(100.0%)	44(100.0%)
가격	비싸다	빈도(%)	7(29.2%)	3(50.0%)	5(41.7%)	1(100.0%)	16(37.2%)
	보통이다	빈도(%)	11(45.8%)	2(33.3%)	6(50.0%)	0(0.0)	19(44.2%)
	싸다	빈도(%)	6(25.0%)	1(16.7%)	1(8.3%)	0(0.0)	8(18.6%)
전체		빈도(%)	24(100.0%)	6(100.0%)	12(100.0%)	1(100.0%)	43(100.0%)
상품 품질	나쁘다	빈도(%)	11(44.0%)	6(100.0%)	6(50.0%)	1(100.0%)	24(54.5%)
	보통이다	빈도(%)	13(52.0%)	0(0.0)	5(41.7%)	0(0.0)	18(40.9%)
	좋다	빈도(%)	1(4.0%)	0(0.0)	1(8.3%)	0(0.0)	2(4.5%)
전체		빈도(%)	25(100.0%)	6(100.0%)	12(100.0%)	1(100.0%)	44(100.0%)
포장	나쁘다	빈도(%)	7(29.2%)	3(50.0%)	3(25.0%)	0(0.0)	13(30.2%)
	보통이다	빈도(%)	13(54.2%)	2(33.3%)	5(41.7%)	0(0.0)	20(46.5%)
	좋다	빈도(%)	4(16.7%)	1(16.7%)	4(33.3%)	1(100.0%)	10(23.3%)
전체		빈도(%)	24(100.0%)	6(100.0%)	12(100.0%)	1(100.0%)	43(100.0%)

관광기념품 유통업체에서 경영상 애로사항은 판매감소, 매장임대료, 인건비상승, 자금조달 카드서비스이용, 상품가격인상 등의 순으로 지적하고 있다.

2. 제주지역 자연산업의 경영사례

이 연구에서는 통계분석 자료에 의한 실태조사를 좀더 구체적으로 확인하기 위하여 3개 기업

의 경영사례를 작성하였다. 통계자료분석과 더불어 이들 경영사례를 통하여 활성화 방안을 모색하려고 한다.

(1) 제주 바이오 에너지의 사례

제주 곳곳에 널려 있는 돌을 원적외선이 나오는 바이오 제품으로 가공해 제주 특산품화하고 있는 업체가 있다. 이 회사의 대표는 지경섭 사장이며, 북제주군 애월읍 남읍리에 있다. 제주 바이오 에너지의 대표적인 상품은 마그마 치약, 비누, 팩 등 미용제품을 비롯해 마그마 점질방 파스, 건강밴드와 액서사리, 팔찌, 고기구이판, 침대, 건설자재인 몰탈 등 다양하다.

5명의 종업원이 30여종의 제품을 관리하고 있으며, 지난 3년간 계속하여 판매가 증가되고 있는 실정이다. 이 회사의 제품은 이벤트업체, 소인국, 우도관광지 등을 통해서 판매되고 있다. 이 회사는 지난 1999년 부실 기업을 인수하여 용암석 몰탈시멘트를 생산하다가 2년 전부터 용암석에 1600내지 3000℃의 고온을 가해 추출한 원적외선으로 OEM(주문자생산)방식을 통해 위와 같은 30여종의 기능성 건강 제품을 만들어 판매하고 있다. 특허 및 실용신안 등록을 받은 제품이 10개가 넘을 정도로 이 회사는 연구개발에 많은 투자를 했다.

원적외선 방출이 우수한 제주의 용암석을 특수공법으로 처리해 원적외선 방출량을 더 높이는 것이 기술의 노하우라고 한다. 여기에서 원적외선은 하나의 열선으로 피부 표면에 복사된 원적외선은 인체중 물의 진동과장과 거의 비슷하여 공명(共鳴) 또는 공진(共振)작용으로 일반 열이 도달 할 수 없는 부위에까지도 도달하게 된다 그래서 이러한 작용이 피하층의 온도상승, 혈액순환 촉진, 신진대사강화, 스트레스해소, 소화 촉진 등 건강에 좋은 영향을 준다고 한다. 돌을 가공하면 돌에 따라 광채와 강도가 차이를 보이는데 제주산 용암석은 가공되더라도 다른 지방 돌보다 광채와 강도가 매우 뛰어나다고 한다.

지난 '제5회 전국관광 상품 공모전'과 '한국의 기(氣)문화전'에 참가하여 최고의 인기를 끌었다. 이 자리에서 회사제품은 문광부 관계자를 비롯해 바이오를 연구하는 대학 교수 등 학계와 동종업계관계자로부터 많은 관심을 받았다. 83회 전국체전기간에도 건강팔찌인 '파워링'의 경우 많은 판매량을 기록하기도 했다. 이 제품들은 지난 2001년 북제주군 우수특산품으로 지정된 이후 도내에서 개최되는 각종 스포츠 및 행사에 빠짐없이 선뵈고 있다. 이 회사의 지경섭 사장은 충청도 지역에서 20여 년간 동안 돌을 가공하는 석제품 가공공장의 경험이 제주의 용암석을 관광기념품 화하여 상품화에 성공한 경우라고 할 수 있다.

(2) (주)제주오렌지의 사례

(주)제주오렌지 회사는 남원읍 한남리의 제주도 감귤처리가공단지 내에 있다. 약 1800평 부지에 최신식 자동기계를 도입하여 99년 5월에 설립되었으나 2001년부터 생산이 시작되었다. 50억

이상의 투자규모와 30여명의 종업원 규모를 생각하면 제주도 제조업체로서는 매우 큰 규모이다. 여기에서 생산되는 제품은 감귤초콜릿, 녹차초콜릿과 홍삼초콜릿을 만들고 있다.

이들 3가지 제품의 경쟁력은 생산·판매·마케팅 면의 조직에서 균형 있게 짜여져 있다. 그래서 짧은 연륜에서도 국내·외 시장에서 판매영역을 넓혀가며 도내 대표 브랜드로 도약의 날개를 활짝 펴고 있다. (주)오렌지는 수입개방 등으로 위기를 맞은 제주감귤산업의 돌파구를 마련하기 위하여 2년 전부터 본격적인 가동을 시작하고 있다. 설립 당시일부에서는 다소 걱정 어린 시선을 보냈으나 제주오렌지는 최신 시설과 소비자의 입맛에 맞는 차별화 된 제품으로 잠재력 있는 업체로 급성장하고 있다.

초콜릿의 생산라인은 첫째, 원료준비 둘째, 진공동결건조 셋째, 다크초콜릿 용융 넷째, 성형단계 다섯째, 포장단계로 분류할 수 있다. 여기에서 동결건조란 얼음을 직접증기로 만드는 승화에 의한 방식으로 건조품 잔여수분이 2%w/w이하로 된 건조방식이다. 이 방법은 원료를 동결상태에서 조작하므로, 원료의 형태와 조직 등의 물리적·화학적 변화가 극히 적어, 열에 약한 비타민 및 각종 영양소를 막아 줄뿐만 아니라, 밀폐장치 안에서 저온으로 다루어지므로 미생물 등에 의한 오염이 전혀 없다. 동결건조방식에 의해 건조된 감귤분말을 이용해서 만든 감귤농축액을 기존의 코코아 초콜릿에 샌드위치형태로 3차례에 걸쳐 자동화 라인에 투입함으로써 깔끔한 감귤 초콜릿이 생산된다. 다음으로 최첨단초콜릿제조기와 날개 포장이 가능한 팩킹 포장기 등의 과정을 거쳐 제품이 완성되는데 이 공장의 생산라인은 대기업을 능가할 정도로 높이 평가받고 있다.

제주감귤초콜릿은 농림부가 주최하고 농산물유통공사가 주관한 2002년 한국전통식품 선발 대회에서 외국 바이어들의 까다로운 심사 과정을 거쳐 전통식품가공부문 Best5에 선정되었다. 금년에도 제주도관광기념품공모전에서도 대상을 수상했는데 이러한 것들은 (주)제주오렌지의 제품의 탁월한 디자인과 무한한 성장잠재력을 입증해 주고 있다.

특히 올해 초 대만을 시작으로 연내 일본·미국 등으로 넓혀질 예정이어서 감귤·녹차초콜릿은 국내외시장을 넓혀 갈 것으로 기대된다. 앞으로 전국대리점을 확충하는 한편, 원활한 제품공급을 위해 쇼핑사이트를 운영하는 등 적극적인 마케팅전략을 펼칠 계획을 갖고 있었다.

(3) 三多 C&G의 사례

三多 C&G는 선인장비누, 리사이클 비누 및 목욕탕비누를 만들고 있는 회사이다. 생산현장은 한림읍 금능리에 위치해 있으며, 350평 공장부지, 100평 공장에서 10여명이 1일 4만5천 개의 비누를 만들고 있으며, 연간 20억 원 이상의 판매 실적을 올리고 있다. 이 회사는 임성규 사장님과 송연희 사장님이 공동대표로 잘 운영하고 있다. 이 회사는 2000년 1월부터 시작이 되었지만, 1997년 설립되어서 선인장의 열매와 줄기를 원료로 하는 음료, 잼 및 과립차 등을 생산하고 있는 제주선인장마을회사에서부터 출발이 되었다.

이 三多 C&G는 제주선인장마을 회사에서 분리 설립된 회사로서, 지난 4년여 동안 많은 성장을 가져 왔으며, 사장님 밑에 품질경영위원회를 두어 품질경영도입 및 사내표준화를 실시하여 품질에 중점을 두고 있으며, 품질보증업체 지정(한국화학사시험연구원)을 받았으며, KS마크, Q마크(QA-2317호)를 획득하기도 했다. 그래서 회사에서는 이러한 좋은 제도를 계속 유지하기 위하여 정기적인 사내교육 또는 현장교육은 물론이고 기술개발교육 및 단기적인 정신교육을 실시하고 있다.

이 회사는 기업의 경쟁력과 개인의 능력을 극대화하고 있는 중소기업으로서, 지난 3년 전 부터는 리싸이클 비누의 수출을 시작했으며, 지금은 판매가 '군납'활동 등에서 활발하게 이뤄지고 있어서 앞으로 성장가능성은 많다고 본다.

비누의 생산 공정은 원료배합, 1차압축, 2차성형압축, 성형 및 포장공정으로 나누어지고 있으며, 포장공정을 빼고는 거의 자동화로 생산이 이뤄지고 있다. 여기서 만들고 있는 선인장(百年草)비누는 식물성 팜유(60%), 야자유(40%)를 사용하여 만든 비누 원료에 선인장의 열매와 줄기를 특수가공하여 배합한 비누이며, 부드럽고 거품이 풍부하다. 선인장에 다량함유된 후라보노이드·비타민C·식이섬유 등의 향산화 작용으로 피부의 노화방지 효과·미백·영양수렴 효과가 있으며, 아자지방산 타우린염의 첨가로 매끈한 감촉과 선인장특유의 소염효과가 있다고 한다.

이 회사에서 주로 많이 생산하고 있는 비누는 선인장 리싸이클 비누이다. 이 비누는 환경 친화적인 제품으로 재활용유지를 정제하여 30% 혼합한 제품이다. 식물성 팜유 및 야자유를 사용하여 만든 비누 원료에 만든 비누 원료에 선인장의 열매와 줄기를 특수가공 처리하여 배합된 비누로 부드럽고 거품이 풍부하다. 옛부터 전해 내려오는 한방요법으로 소염작용과 Triclosan의 항균작용으로 Deoderant 효과를 높인 제품이라고 한다. 그 외의 효과에 대해서는 앞에서 설명한 선인장비누와 거의 같다. 그 외에도 색채문안비누와 업소용 목욕탕 비누 등을 만들고 있다. 여기서 만든 비누제품들은 제주선인장마을 직영판매장, 군납 및 40여 개의 관광기념품점등에서 인기리에 판매되고 있다고 한다. 또한 선인장비누는 다른 회사에 OEM형식으로 생산되어 출하하고 있다.

이제 북제주군에서 제주도 특산품화를 위한 선인장 가공식품 개발사업의 일환으로 시작되었던 선인장 개발 사업이 비누사업으로 발전되어 성공한 좋은 예의 회사라고 할 수 있다. 한림읍 및 한경면 일대에 특수작물로 많이 재배하고 있는 선인장의 원료가 풍부하게 있으며, 제품의 판매도 매년 증가추세를 이루고 있어서 장기적인 성장을 기대해 본다.

IV. 제주지역 지연산업의 문제점 및 혁신 방향

1. 지연산업의 문제

(1) 판매부진 및 유통경로의 난맥

판매·유통상의 문제점으로는 ① 가격경쟁의 불리 ② 유통경로 확립의 미비 및 난맥 ③ 공급 과잉 ④ 품질의 상대적 저하 ⑤ 알선수수료 ⑥ 관광객들이 관광기념품에 대한 이미지 불량 ⑦ 매장임대료 등을 들 수 있다.

제품의 디자인 및 품질문제와 생산공급의 과잉으로 과당경쟁이 되고 있으며, 또한 중국 및 동남아 등 외국의 저가 상품의 수입으로 인하여 판매 수익이 줄어들고 있다.

또한 매력적인 신상품개발에도 소홀히 하기 때문에 판매부진을 면하지 못하고 있는 것이다. 그리고 관광토산품점에서는 내국인면세점으로 인한 판매감소가 평균적으로 30% 이상이라고 느끼는 업체가 70%를 넘고 있다.

(2) 노동인력, 기술인력의 부족

대부분의 관광기념품 생산기업이 영세하고 작업환경이 좋지 않기 때문에 3차 산업으로 이직하는 근로자들이 증가하고 있으며, 뚜렷하게 기술을 가르치는 기관이 없는 것도 기술인력의 부족현상을 초래하고 있는 이유중의 하나이다.

(3) 제품 디자인 및 품질의 문제

품질불량 원인이 원자재 불량, 낮은 기술수준, 불합리한 생산관리 등의 문제들이 제기되고 있다. 7~8년 전에 출시된 제품 중에서 크게 달라진 제품이 많지 않다. 제품개선 등 소비자의 욕구를 자극할만한 디자인 개발 제품들이 없다.

(4) 원료가격 상승 및 인건비 상승

제주도의 2차 가공 산업체에서는 원료확보에 있어서 양과 가격 및 수주시기가 중요한 관건이 된다. 가공 산업 또는 제조업이 수익성이 높아지게 되면 원료가격을 높이게 된다. 그리고 원료 가격 상승과 인건비 상승요인이 결과적으로 제품가격을 높이게 된다.

(5) 저가 상품의 수입의 문제

수입개방으로 인해 중국 및 동남아 상품들이 싼값에 제주도로 밀려오고 있다. 제주도산 2차산업의 상품들이 가격 경쟁 면에서 열세를 면치 못하고 있는 것이다.

전분, 당면은 물론이고 관광기념품 시장에도 많은 중국 및 동남아 상품들이 시장을 잠식하고 있는 것이다. 이들 외국산 제품들은 목각, 패각, 옥석등 종류가 다양할 뿐만 아니라 도내산에 비해 절반 가량이나 싼 저가 공세로 현재 제품에 따라서는 40%를 웃도는 시장 점유율을 나타내고 있다. 특히 농수산물 가공식품인 경우에도 가격이 싼 가공품들이 대량으로 들어오면서 가격 경쟁에 밀려 도내 가공업체들이 운영 난을 겪고 있다.

(6) 자금부족 문제

시설자금 및 운영자금이 부족하여 운영 난을 겪는 기업이 많아지고 있다. 판매부진과 관련되는 문제로서 판매가 이뤄지면 그것이 수익으로 환원되어서 자금유통이 원활하게 이뤄지나, 판매부진이 오랫동안 지속되면서 운영자금의 유통에 문제가 제기되고 있다.

시설자금은 중소기업진흥공단이나 행정기관에서 유리한 조건으로 대출해 주고 있으나 운영자금의 대출은 받기가 쉽지 않다.

(7) 기술수준의 미흡

현대의 기업은 지속적인 품질혁신 및 원가절감을 통해서 시장을 개척해야 하는데, 도내 관광기념품 업체는 규모의 영세성으로 인하여 관리나 기술수준이 미흡하여 고객을 만족시킬 수 있는 제품개발에 어려운 점이 많다.

(8) 과당경쟁 문제

도내 시장은 한정되어 있는데 같은 업종이 계속 생겨나고 또한 외부기업의 시장 잠입으로 인하여 과당경쟁상태에 있는 기업이 많아지고 있다. 석공예품, 수지로 만든 공예품, 압화제품, 오미자차, 선인장차 등 우리 주위에서 흔히 볼 수 있는 제품들이다. 결과적으로 가격 안정이 안되고 품질이 저하될 우려가 있다.

(9) 모방제품의 문제

관광기념품이 인기가 있게 되면 6개월도 되기 전에 모방제품이 나타나서 본제품의 정상적인 유통을 방해하고 관광객들에게 나쁜 이미지를 주게 된다. 제주도 관광기념품산업에서는 매우 심각한 문제이다.

(10) 행정당국의 기업에 대한 적극적인 지원 문제

관광기념품산업에 대한 문제는 도·시·군의 행정당국과 관련 공공지원기관에 의존되는 경우가 많다. 행정당국이나 관련 기관들이 중소기업의 육성 발전을 위한 다양한 노력을 하고 있다고 생각되지만, 기업의 육성하고는 거리가 있다고 본다. 행정당국이나 관련기관에서 지원하는 일에 대해서 기업에서 잘 알지 못하는 경우가 허다하고 자금지원, 기술지원, 디자인지원 및 행정지원 등이 기업의 요구조건에 못 미치고 있다. 성장잠재력이 있는 기업에 대해서는 적극적으로 지원 해주는 제도구축이 선행되어야 한다.

2. 제주지역 자연산업의 혁신방안 및 제언

(1) 관광기념품산업의 경쟁력개발

관광기념품산업의 발전을 위해 정책적인 관심을 가지고 단계적으로 산업발전을 위한 인프라 구축은 물론, 국내외 타지역의 관광기념품과 차별적인 상품의 특화와 고급화, 브랜드화, 혁신적인 디자인과 기능성이 가미된 상품개발이 필요하다.

(2) 적극적인 제품개발

제품개발은 기존제품의 개선과 새로운 제품의 개발을 의미한다. 그리고 제품을 만드는 공정개발도 제품개발 내에서 취급된다. 아이디어의 창출 → 아이디어 평가 및 선정 → 디자인 개발 → 고객이 원하는 제품의 과정을 통하여 제품개발이 이뤄져야 한다.

사례에 응했던 기업 중에는 사장님이 제품개발이나 공정개선에 적극적인 관심을 보였으며, 점진적인 개선 계획을 수립하고 있었다. 이를 통하여 싸고 좋은 제품을 만들어 경쟁력이 높은 제품을 만들어 나가고 있다. 제품수명을 3-5년으로 보고 신제품을 계속하여 만들고 있는 회사는 잘 운영되고 있다. 조사대상기업 중 10여 개 기업은 여기에 해당된다고 생각된다.

(3) 시장개발, 정보시스템 개발

생산자 임의로 만든 제품을 시장에 출시하고 판매량의 증대를 통해 단기적인 이익을 추구하는데 급급한 판매지향적인 사고에서 탈피하여야 한다. 이제는 전사적인 관점에서 제품생산이전에 소비자의 욕구를 파악하여 이를 제품생산에 반영함으로써 저절로 팔릴수 있도록 할 뿐만 아니라 소비자들과의 장기적인 관계를 존중하고 소비자 욕구충족을 통해 이윤을 추구하는 적극적이고 긍정적인 마케팅이념의 도입과 정착이 이뤄지도록 한다.

(4) 유통기구의 개선

대부분의 관광기념품산업체의 생산품은 많은 유통구조를 거쳐 소비자에게 판매되기 때문에 최종소비자의 가격이 높아짐으로써 판매부진의 한 요인이 되었다. 최근 우편주문 판매, 인터넷 경영 및 직영판매제도가 실시되면서 일부 품목에 대해서는 상당한 판매효과를 거두고 있는 실정이다.

(5) 관광쇼핑 알선수수료의 근절

일부 관광토산품의 경우 관광객을 유치 알선하는 여행사 등에 수수료를 지불하고 이를 판매 가격에 전가함으로써 품질에 비해 가격이 높아지는 부작용을 초래하고 있다. 쇼핑관광 활성화를 저해하는 관광토산품 판매점과 여행사간의 알선수수료 관행을 근본적으로 근절하는 대책을 마련할 필요가 있다.

(6) 협동화 협업화 및 공동판매 전략

동종 또는 관련업종 다수 중소기업등이 상호협력하여 공장집단화, 시설공동화, 경영협업화를 실시함으로써 개별 중소기업이 달성하기 힘든 원가절감, 품질향상 및 생산성 향상 등을 가져올 수 있다. 같은 업종 또는 유사한 업종끼리 원료의 공동구입, 공장생산 등을 통하여 원가를 줄일 수 있다. 더 나아가 생산장소도 공동으로 하여 같은 지역에서 생산이 이뤄진다면 더욱 효율적이다. 공동생산이 이뤄진다면 공동판매 방법의 모색도 가능하며, 소규모 생산자의 거래상의 불이익을 막을 수가 있을 것이다.

(7) 기술개발과 디자인 개발 전략

기술개발은 관광기념품산업의 사활을 결정하는 중요한 요인이다. 관광토산품 및 도자기등이 기호품의 성격이 강하므로 새로운 디자인이나 기술의 개발 없이는 타 상품과의 구매력 경쟁력 면에서 떨어질 수밖에 없다. 관광기념품산업의 육성을 위한 기술개발은 우수한 기술인력의 확보 문제로 요약된다.

(8) 제주도관광·민속공예품경진대회 제도의 혁신

제주도공예협동조합의 주관으로 관광기념품경진대회가 2003도에 총합33회를 치를 정도로 그 역사가 오래 되었다. 1회에 50-80개 품목이 출품되었으며, 관련기관의 조사에 의하면, 장기적으로 보면 40%이상이 상품화되었다고 한다. 이제까지 이 제도운영을 크게 혁신할 필요가 있다. 우수작품의 경우, 어느 수준까지는 자금, 디자인, 기술측면에서 적극 지원또는 보조하여 상업화할 수 있게 해주며, 제출자가 대학생인 경우에는 생산기업체와 협업할 수 있도록 알선하고 격려

할 필요가 있다.

(9) 공예협동조합, 디자인 연구단체 및 판매조합의 활성화

생산업체 및 유통업체 및 디자인 연구단체가 공동으로 상호 정보를 제공하고 협동할 수 있는 프로그램을 개발하고 정례적인 세미나를 개최한다.

(10) 관광공예품 품질인증시스템의 강화

중기청이 시행하고 있는 공예품 품질인증제도를 강화하여 제주도산 관광기념품이 타지역 상품과의 차별성을 나타내도록 한다. 이 제도를 발전시켜서 모방제품의 예방과 확산을 적극 막을 필요가 있다.

(11) 재정·금융상의 지원

관광기념품산업은 그 시설구조 및 자본·투자 면에서 영세성을 면치 못하고 있으므로 기업이 정착될 때까지는 일정한 규모의 재정·금융상의 지원이나 세제상의 특혜가 뒤따라야 할 것이다. 특히 지역 주민의 고용증대 및 소득증대와 지방 문화의 창달이라는 측면에서 볼 때 과감한 지원과 투자가 전제되어야 할 것이다.

그 외에 관광기념품 산업 전담 부서의 설치 등을 들 수 있다.

V. 결 론

제주지역의 지연산업으로 공예품 및 토산품 제품류와 농·수·축산가공업의 제품들을 들 수 있겠다. 지연산업의 효과로서는 지역경제 기반형성, 고용증대, 지방재정 확충, 관광토산품의 개발, 산업간 균형발전 등을 들 수 있다.

본 연구는 지연사업에 대한 기본적인 개념 및 형태에 대한 이론들을 정리했으며, 앙케이트에 의한 실증분석 및 경영사례 연구에 의해 이루어졌다. 지연산업에 대한 조사는 앙케이트를 이용하여 응답한 37개 기업을 대상으로 조사하였다. 18개의 공예산업과 9개의 식음료산업을 구분하여 비교 분석하였다. 그리고 판매유통업체에 대한 조사는 46개 업체를 대상으로 실시되었다. 대체로 제주지역에서 지연산업은 자본규모나 종업원 수에 있어서는 기타산업에 비해 적은 규모이지만, 평균 가동율이 상대적으로 높았으며 경영성과도 '현상유지 이상'이라고 응답한 기업이

70%이상이었다. 관광기념품점 조사에서는 판매상의 애로사항을 여러 가지 들고 있으며, 상품디자인, 가격, 품질, 및 포장면에서 부정적인 반응을 나타내고 있었다. 그리고 지연산업의 실체를 이해하기 위하여 3개 기업의 경영사례를 들었다. 이들 기업에 대하여 수 차례 방문하여 그 회사의 문제점과 혁신내용을 찾아보았다. 사례를 통하여 대상 기업의 특징, 장단점 및 성장가능성 등을 유추해 볼 수 있었다. 사례기업들은 판매부진, 자금부족, 인력난의 문제를 제기하기도 하지만, 신제품 개발, 자동화 및 디자인개발 등 국제화, 세계화 시대에 걸맞게 부단히 노력하고 있으며, 시장개척, 품질, 원가 등에서 경쟁력을 높이려고 노력하고 있는 경영자의 모습을 많이 읽을 수 있었다.

그리고 지연산업의 문제점과 혁신 방안을 제시하였다. 혁신 방안을 성공적으로 실행하기 위해서는 기업이 주체가 되어서 실행해야 될 문제가 있으며, 도시군 행정책임자 또는 지연산업 관련 공공기관의 지원이나 협조가 있어야만 성공될 수 있는 사항이 있다.

제주도의 산업정책 방향이 1차 산업과 3차 산업에 치중되어 있으며, 지연산업을 포함한 2차 산업이 차지하는 비중이 적으며, 노력이나 투자 효과가 바로 눈앞에 나타나지 않기 때문에 소홀히 취급될 수 있을 것이다.

그러나 장기적으로 볼 때 지연산업은 부가가치를 높일 수 있는 산업이며, 1차, 3차 산업의 성장과 발전에 상호 보완적으로 협조할 수 있는 산업이고, 기술개발 및 기술자 육성 산업이다. 그리고 지역 인력의 고용증대, 재정확충 등 고용정책 및 경제정책 실현에도 크게 이바지 할 수 있다고 할 때 지연산업의 개발과 육성에 적극적인 정책적인 지원이 뒤따라야 할 것이다. 제주도의 극심한 산업불균형 문제를 해결하기 위해서도 미래지향적으로 산업 재조정이 되어야 하며, 이를 위해 지연산업의 최고경영자 및 도·시·군 행정책임자들의 강력한 리더십이 요구된다고 하겠다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 高 載 乾 외 2人, “濟州道 觀光土產品 開發과 農漁家 所得增大와의 연계에 관한 研究”, 觀光學研究, 제13호, 한국 관광학회, 1989.
- _____ 외 3人, “濟州地域 觀光産業의 育成과 競爭力提高를 위한 比較研究”, 觀光學研究, 제15호, 한국관광학회, 1991.
- _____, “R&D 課題選定の 決定模型에 관한 考察”, 濟州大學校論文集, 第26집, 1988.
- 金範國, 金炯吉, “濟州道 土產品의 育成에 관한 研究”, 社會發展研究, 제9집, 제주대학교 지역사회발전연구소, 1993.
- 金 炳 宇, “地緣産業의 實態 및 그 育成方案에 관한 研究”, 서울大學校, 碩士學位論文, 1980. 3.
- 玉 圭 城, “한국중소기업의 1990년대의 역할”, 中小企業研究, 제13권 제12호, 1991. 12.
- 崔洋夫, 金衡模, “農村工業의 概念과 農村工業開發의 意味”, 農村經濟, 제3권 제1호, 1980. 3.
- 경기개발연구원, 경기도 중소기업 육성방안 연구, 1996.
- 산업연구원, 우리나라 공예산업의 현황과 과제, 1987.
- 제주대학교 관광과 경영경제연구소, 제주관광기념품산업의 활성화 전략에 관한 세미나, 2003. 9. 5.
- _____, 내국인 면세점개점에 따른 제주도내 관련업에 대한 영향 및 대응방안에 관한 조사 연구, 2003.3.
- 제주은행, 제주지역관광기념품 제조업 경영실태 조사, 1991.
- 중소기업청, 중소기업 기술지원제도, 1997.
- 현대 경제사회연구원, 성공적인 지방경영, 1994.
- 한국기술개발 주식회사, 벤처산업의 이론과 실제, 1989.
- 한국중소기업학회, 중소기업에 대한 새로운 도전과 정책, 1995.
- 한국지방행정연구원, 地緣産業의 育成方案에 관한 研究, 1989.
- _____, 地方工團 育成에 관한 研究, 1988.
- 한국은행 제주지점, 제주지역 관광산업 실태조사 결과, 1990.
- _____, 제주관광산업의 구조분석, 1993.
- _____, 濟州道 地方經濟와 地方財政, 1996.
- _____, 제주지역 중소기업 금융지원 현황과 과제, 1996.
- _____, 제주지역 주요 산업의 연계육성 현황과 과제, 1996.
- _____, 지역경제 활성화를 위한 벤처기업 육성방안, 1997.

_____ , 제주지역 관광토산품제조업 현황과 육성방안, 1999.10

2. 일본문헌

下平尾勳, 地場産業, (株)新評論, 1996.

_____, 地域づくり, (株)新評論, 1995.

石倉三雄, 地場産業と 地域經濟, ミネルヴァ書房, 1995.

小原久治, 地場産業 産地の 新時代 對應, 勁草書房, 1991.

清成忠南, 中小企業讀本, 東洋經濟新聞社, 1986.

_____ 의 2인, 中小企業論, 有斐閣, 1996.

信晴・佐藤芳雄, 新中小企業論を 學ぶ, 有斐閣, 1996.

守谷基明, 地域活性化の テザイン, ぎょうせい, 1991.

杉岡碩夫, 中小企業と 地域主義, 日本評論社, 1973.

山崎充, 變おる地場産業, 日本經濟新聞社, 1974.

日本 中小企業廳編, 中小企業白書, 63年版, 1964

日韓海峽圈研究棧關協議會, 「日韓海峽圈における地場産業の 相互交流方案」, に関する 調査 研究, 1997.

日本能率協會, 戰略的 研究開發の 評価と 意思決定, 1982.

坂部和夫, 現代販賣管理論, 中央經濟社(日本), 1981.