

국내 패션주얼리 산업의 현황 및 시사점

이 승 희* · 부 정 화

성신여자대학교 의류학과

우리나라의 주얼리시장은 IMF 외환위기 과정을 거치면서 양극화된 소득분배로 인해 다양하게 발전될 수 있는 전환점을 맞게 되었다. 특히, 패션주얼리 시장의 성장이 두드러지고 있으며 패션주얼리는 기존의 전형적인 주얼리 디자인에서 탈피하여 다양하고 패셔너블한 디자인으로 젊은 층에게 호응을 얻고 있다. 이러한 시점에서 패션주얼리시장의 전반적인 현황을 국내외 패션주얼리업체를 중심으로 조사하는 것이 연구의 의의가 있다고 할 것이다. 따라서 본 연구의 목적은 국내외 패션주얼리 업체의 전반적인 현황 및 실태를 조사하여 향후 국내 패션주얼리시장의 활성화를 위한 마케팅 전략을 제시하는 데 있다.

국내 패션주얼리산업의 규모는 정확하게 파악하기는 어렵지만 최근의 자료(산업자원부 통계, 2001)에 의하면, 귀금속 보석 제조업체는 종업원 10명 내의 소규모 영세업체로 현재 2500여개에 이르고 유통구조 특성상 서울에 60%가 편중되어 있다고 한다. 판매업체는 귀금속 보석 신변 장신구류와 시계를 판매형태를 취하고 있으며 2인 이상 5인 이내가 대부분으로 도매상 870여업체, 소매상이 2만여 업체가 있다고 한다. 이러한 통계자료에서도 보여지듯이 패션주얼리산업이 다른 제조업분야보다 규모가 소규모로 영세하다는 것을 알 수 있다.

본 연구에서는 외국의 패션주얼리 업체의 성공적인 사례들을 조사해 본 후 국내 패션주얼리 업체의 현황 및 문제점을 분석 파악하여, 앞으로의 국내 패션주얼리 산업의 발전을 위한 마케팅 전략을 제공해 보고자 한다.