

이태리의 신발類 産業現況

編 輯 部

1. 概 況

이태리의 신발類 産業은 世界市場에서 확고한 市場 基盤을 구축하고 있어 石油波動으로 인해 이태리의 거 의 全産業部門이 타격을 받았던 74년과 75년에도 하등의 동요도 없이 매년 지속적인 成長率을 시현했다.

이태리의 신발類 産業은 약 7천餘 企業이 生産에 참여하고 있으며, 同産業의 從業員數는 12만 여명을 헤아리는 거대한 産業이다. 이태리의 신발類 産業은 전통적으로 海外市場供給에 중점을 두고 있어 74년도에는 전체 生産의 69%를 輸出했으며 이같은 صعود은 매년 증가하는 추세를 시현하고 있다.

한편 이태리 國內市場의 신발類 消費는 沈滯를 면치 못하고 있으며, 1人當消費率도 72년의 2.20 켈레에서 74년에는 2.15 켈레로 감소하는 추세를 보였다.

74년도 이태리의 신발類 生産額은 Lit 1조4천억(약 \$21.6억)였는데 이를 數量메이스로 보면 3억 6,400만 켈레나 된다. 生産品중 革靴가 전체의 73%를 차지하여 大宗을 이루었다.

최근 統計에 의하면 75년도의 生産도 74년과 數量면에서는 비슷한 수준에 달한 것으로 추계되고 있다. 그러나 金額上으로는 20% 이상 증가하여 總生産高는 Lit/1조 7천억(약 \$24.8억)에 달했다.

75년도의 켈레數로 본 輸出入高는 74년 수준과 大同小異했다. 同年의 輸入은 전년의 740만 켈레에서 약간 감소하여 650만 켈레에 불과했다. 한편 輸出은 前年 實績과 비슷한 2억 5,200만 켈레에 달했다.

貨幣의 名目價值 上昇을 고려해 넣을 경우 75년도의 金額으로 본 輸入高는 Lit 170억이었으며, 輸出高는

Lit 9,500억(약 \$14억)에 달해 輸出超過額은 Lit 9,300억가 넘었다.

이태리의 신발類 産業은 이태리 輸出産業중 4번째로 큰 産業이 되고 있는데 機械, 金屬, 纖維에 이어 輸出 大宗産業이다.

76년 및 앞으로의 同國의 신발類 産業도 밝은 전망을 보여 주고 있다. 다만 오스트리아, 스웨덴 등에서 신발類 輸入制限 조치를 강화한데다 이태리 利拉貨의 平價切下로 인해 利拉貨의 價値下落이 同産業에 악영향을 주고 있다. 왜냐하면 이태리는 신발類 製品의 原料인 原皮나 皮革을 海外에서 輸入하고 있기 때문이다. 이태리는 76년 현재 전체 需要皮革의 60% 이상을 海外에서 조달하고 있다.

〈表 1〉 이태리의 신발類 産業現況

구 분	單位	1972	1973	1974	1975* (推計值)
生 産	백만足	361.4	338.8	363.9	365.0
輸入(數量)	"	6.5	5.6	7.5	7.4
輸入(金額)	억리라	50.2	80.5	110.5	170.0
輸出(數量)	백만足	246.7	226.4	251.5	252.0
輸出(金額)	억리라	5,670.9	6,000.8	8,220.4	9,500.0
消 費	백만足	120.3	119.9	119.8	119.5
1人當消費	足	2.20	2.17	2.15	2.15
輸出 / 生産比率	%	66.6	66.8	69.1	69.0

2. 生 産

이태리의 신발類 産業은 1958년부터 급속하게 발전하기 시작했는데 63년까지 시설 및 生産이 크게 확장

되었다. 그러나 63년의 一般景氣 沈滯時 同産業도 약간 위축되었는데 이같은 부진상은 65년에 들어 다시 급속한 成長率을 시험하기 시작했다.

65~69년 期間중에는 이태리 신발類 産業이 가장 눈부시게 발전한 시기였다.

70년부터는 다소 월만한 成長率을 보이기 시작하여 오늘까지 이같은 推移가 계속되고 있다. 이탈리아의 一般 製品 部門 成長率은 신발類의 그것을 훨씬 下廻했는데 75년도에 더욱 심했다.

輸出用 신발類 製造 部門은 內需用 部門보다 훨씬 큰 폭으로 성장해 75년도에 전체 生産의 70%를 輸出하기에 이르렀다. 또한 지난 3년간 革靴 生産웨어는 컬레베이스로 보면 72%를 넘었다.

〈表 2〉 年度別 革靴生産現況
(스리퍼 제외)

年 度	컬레(百萬)	(%)		
		여자용	남자용	아동용
1958	53.2	39.8	40.8	19.4
1959	62.2	43.7	37.0	19.3
1960	73.0	44.1	36.6	19.3
1961	80.0	43.8	36.6	19.6
1962	88.0	47.7	33.9	18.4
1963	97.0	47.4	34.0	18.6
1964	93.0	47.1	34.2	18.7
1965	139.0	60.4	25.2	14.4
1966	166.0	60.2	25.3	14.5
1967	190.0	61.3	25.8	12.9
1968	227.0	62.1	26.0	11.9
1969	258.0	62.4	26.0	11.6
1970	264.7	62.6	25.0	12.4
1971	263.2	63.1	24.2	12.7
1972	265.9	61.5	24.8	13.7
1973	242.5	61.9	24.9	13.2
1974	258.5	61.8	24.7	13.5

이태리의 신발類 産業은 여자용 신발類 部門이 先導해 왔다. 同 部門은 58년도에 이태리 皮革生産의 39.8%를 消費했으며, 69년도에는 62.4%를 消費했다.

이같이 女子用 신발이 全 신발類 産業의 成長을 主導해 온 國家는 보기가 드물다. 이태리가 女子用 신발類 生産에서 성공할 수 있었던 것은 同 신발類의 스타일, 소비자옹호, 새로운 패션 등을 부단히 개발한데 가장 주요한 원인이 있다.

〈表 3〉은 이태리의 主要 品種別 신발類 生産現況을 보여 주고 있는데 Upper 가족의 신발類 生産이 지난 4년동안 전체 신발類 生産의 70% 이상을 占有했다.

Upper 가족으로된 여자용 신발類중 구두와 샌들만의 生産이 컬레베이스로 본 전체 生産의 42~45%를 차지

했다. 이는 世界市場에서 특히 女子用 신발類 市場을 席捲하고 있는 이태리신발類 産業現況을 반영하고 있다.

〈表 3〉 主要 品種別 生産現況

구 분	100萬컬레			
	1971	1972	1973	1974
Footwear with leather uppers				
—work and safety	4.1	4.2	4.1	4.3
—sports footwear	7.9	8.0	7.9	12.8
—men's shoes	51.3	52.1	48.8	51.9
—women's shoes	61.9	62.0	57.1	69.3
—children's shoes	20.8	22.0	19.2	18.8
—men's sandals	9.9	10.3	9.3	9.4
—women's sandals	98.9	99.0	88.3	85.4
—children's sandals	8.5	8.4	8.0	6.6
Sub-total leather	263.3	266.0	242.7	258.5
Footwear with synthetic uppers	25.5	30.4	30.4	33.8
Slippers and house footwear				
—leather uppers	5.2	5.6	5.1	5.6
—other uppers	10.1	10.9	9.7	15.5
Footwear with textile uppers	14.5	14.7	15.0	13.2
Footwear with rubber and other uppers	35.4	34.0	35.9	37.5
總 計	353.9	361.4	338.9	364.0

3. 輸 出

74년도 이태리의 革靴輸出高는 金額베이스로 보면 전체 生産의 79.9%를 차지했다. 革靴部門은 매년 生産웨어가 증가했는데 72년에는 1억 7,860만 컬레가 輸出되었다. 그러나 73년에는 生産이 약간 감소했다. 輸出도 컬레베이스로 보면 12.2%가 감소했다. 다만 輸出平均單價가 16.6%나 上昇하여 전체 輸出高는 계속

〈表 4〉 輸出 및 輸入現況

(生 産)	100萬컬레			
	1971	1972	1973	1974
—leather footwear	263.2	265.9	242.5	258.5
—leather slippers	5.2	5.6	5.1	5.6
—synthetic footwear and slippers	25.5	30.4	30.3	33.7
—footwear and slippers in other materials	60.0	59.6	60.9	66.1
(總 生 産)	353.9	361.5	338.8	363.9

輸 出					
—leather footwear and slippers	172.2	178.3	156.3	172.4	
—synthetic footwear and slippers	24.5	29.3	29.3	32.6	
—footwear and slippers in other materials	39.1	39.1	40.8	46.4	
(總 輸 出)	235.8	246.7	226.4	251.4	
輸 入					
—leather footwear and slippers	1.9	3.9	4.9	5.0	
—synthetic footwear and slippers	0.1	0.1	0.3	0.3	
—footwear and slippers in other materials	1.0	1.6	2.2	2.0	
(總 輸 入)	3.0	5.6	7.4	7.3	

上昇推移를 지속했다.

74년에 들어 신발類 産業은 회복의 機微를 보이기 시작했다. 輸出의 증가에 힘입어 生産이 증가하기 시

작했지만 國內 需要는 여전히 沈滯를 면치 못했다.

國內需要가 활기를 보이지 못한 것은 신발類 小賣價格의 급격한 上昇이 主要한 原因이 되었다. 小賣價格은 主原料인 原皮, 에너지, 賃金上昇 등에 기인하여 1년 이내의 期間중 약 2倍로 上昇했다.

이같은 신발類 産業의 原價高 압박은 皮鞋貨의 平價切下로 인해 輸出이 증가하자 크게 補完되었다. 즉 皮鞋貨의 平價切下로 인해 74년의 輸出高는 73년 對比 10.3%가 증가했으며 72년의 기록적인 수준에 육박했다.

生産은 輸出增加에 힘입어 75년도에도 계속 증가하고 있어 72년 수준에 달했을 것으로 예상되고 있다.

고무靴의 輸出도 74년까지 계속 증가했다. 이같은 增加勢는 75년도에도 계속되었다.

신발類의 輸出價格은 1969—71년 期間동안 크게 上昇되었는데 75년 현재 價格 對比 58.5%가 上昇했다.

實質 上昇率은 49.8%나 上昇되었다.

이태리는 歐洲와 北美 5개국에 약 80% 이상을 輸

〈表 5〉 革靴 輸 出 現 況

	1969	1971	1972	1973	1974	1975*
Pairage (pairs million)	165.5	172.3	178.6	156.3	172.4	133.3
Current value (lire billion)	334.7	410.4	477.3	487.2	657.7	627.4
Unit value (current value)	2,022	2,382	2,672	3,117	3,814	4,707
Constant value (1975 lire billion)	612.5	681.3	749.3	691.9	782.7	646.2
Unit value (1975 lire)	3,700	3,954	4,195	4,426	4,539	4,848

註: ※ 1月~9月까지 統計

〈表 6〉 고무靴을 除外한 非革靴 輸出現況

年 度	1969	1972	1973	1974	1975
正 常 價 格 (10억리라)	19.9	90.6	119.7	174.7	134.9
不 變 價 格 (75百萬리라)	36.4	142.3	170.0	207.9	139.0

出하고 있다. 革靴의 경우 74년도에 西獨이 最大 바이어였으며, 輸出高는 5,680 만 켈레에 달했다. 그 다음은 美國 5,090 만 프랑스, 1,230 만 英國, 730 만 켈레 등이었다.

輸出單價로 보면 프랑스에 주로 高價品이 輸出되고 있으며 單價順으로 보면 프랑스에 이어 베네룩스, 西獨, 英國, 美國順으로 高級品의 輸出比重이 높다.

이태리의 신발類 輸出은 公式統計보다 觀光客에게 內國에서 販賣한 1,200 만 켈레 정도를 加算해야 사실상 옳다. 觀光客 販賣分은 國內消費의 약 10%를 占有하고 있다.

이태리의 신발類 産業은 매우 규모가 작은 小企業의 數가 많다는 것이 중요한 특징중의 하나이다. 〈表 7〉

〈表 7〉 신발類 産業의 雇傭構造

雇傭員數	會社數	技 能 職 數		事 務 職	
		%	數	%	數
0—20	5,578	31,390	26.0	2,340	24.0
21—50	973	23,910	20.0	2,025	21.0
51—100	492	29,150	24.0	2,130	22.0
101—200	155	22,810	19.0	1,695	18.0
201—500	39	10,850	9.0	1,035	11.0
500	8	4,450	4.0	395	5.0
計	7,245	122,560	100	9,620	100

에서 보는 바와 같이 74년도에 이태리 신발類 産業이 雇傭하고 있는 總 技術工數는 12 만 3,560 명에 달했는데 이중 男子가 5 만 4,370 명(44%), 女子가 6 만 8,190 (56%)에 각각 달하고 있다. 이외에도 未就業 技術工數가 9,100 명에 달하고 있다. 또한 總 雇傭人員중 20歲 이상이 76%를 占有하고 있지만 20歲 미만도 약 20% 이상을 차지하고 있어 이태리 신발類 産業에는 女子와 未成年도 상당수 就業하고 있음을 알 수 있다.

從業員數로 본 企業규모를 살펴 보면, 20명 이하의 零細企業이 全 生産業體의 1/4에 달하고 있다. 200명 이상 企業은 13개業體, 500명 이상 業體는 8개業體에 각각 불과하여 産業 전체적으로 볼 때 中小企業이 大宗을 이루고 있다.

이태리의 신발類 産業은 다른 産業과 비교해 볼 때 企業集中 現象이 가장 미미한 産業이다.

이태리의 企業研究機關인 Agmelli Foundation이 조사한 이태리의 企業構造分析에 의하면 신발類 産業이 粗生産高, 投資, 雇傭, 人件費 등의 諸分析에서 가장 낮은 집중도를 시현하고 있다.

地域別로 본 企業의 분포와 雇傭發生率을 보면 Tuscany, Lombardy, Marche, Venetion, Emilia-Romagna, Compania, Piedmont 등 7개 地域에서 93% 이상이 집중되어 있다. 또한 同 7개 地域의 企業集中比率는 거의 비슷하게 고루 분포되어 있다.

이태리의 신발類 企業들을 크기별로 分類해 보면 다음과 같이 3分類할 수 있다.

小企業: 이들 企業群의 근본적인 특징은 독자적인 販賣(Sales) 能力이 없다는 점이다. 同 企業들은 生産量의 全部를 都賣業者나 小賣業者들에게 販賣 委任한다. 이 경우 都賣業者들은 다시 신발類 販賣會社에 다시 販賣하게 되는데 이들 小賣 大企業들은 製造商이 아닌 自社 브랜드로 販賣한다. 때로 이들 企業들이 生産하는 製品의 價格이 都賣商이나 輸入商들에 의하여 결정되는 수가 있다. 왜냐하면 都賣商 등 販賣處가 요구하는 價格의 製品을 만들어야 하기 때문이다.

生産品의 品質도 대개 매우 낮은 편이며, 이들 小企業들은 生産活動에 국한하며 行政支援部署등이 존재하지 않는다. 保有機械施設도 부족할 뿐만 아니라 工場建物 등도 作業環境에 부적하고 非衛生的인 경우가 많다.

新規投資도 매우 低位에 머물고 있으며 金融도 自己 金融범위를 벗어 나지 못하고 있다.

中企業: 小企業群과 다른점은 販賣活動 등을 자체에서 수행한다는 것이다.

同 企業群의 主要企業들은 自社 製品 신발類를 他社 製品과 差別化할 能力을 갖게 된다.

大企業: 同 그룹의 會社들은 對 市場關係에 있어 다양한 형태를 취하고 있다. 즉 갖가지 형태의 販賣網을 保有하고 있어 自社 이외의 다른 販賣網에 의존할 필요가 없다.

이들 會社의 資産규모는 매우 크며 雇傭員數 50~300명에 이르고 있으며, 其他 몇개 會社는 500명이 넘는 경우도 있다. 그러나 보통 100~250명 내외이다.

生産品의 品質은 주로 中級品이다. 企業은 生産보다는 金融이나 販賣 등에 상대적으로 많은 業務比重을 두

고 있다.

현재 이태리 신발類 企業들의 成長現況이나 企業擴張政策을 보면 大企業으로 갈수록 施設擴大策보다는 品質高級化에 보다 중점을 두고 있다. 왜냐하면 國內市場에서나 國際市場에서 開發途上國들의 低價品 攻勢에 대한 타개책의 일환으로 高級品 개발과 販賣活動 및 同 技法의 강화 및 高度化에 企業의 全 努力을 경주하고 있다.

현재 이태리의 신발類 業界에서 이러한 高度의 企業活動을 전개해 나갈 能力이 갖추어져 있지 않은 小企業들의 休廢業率도 매우 높아 지고 있다.

또한 이들 小企業들의 發生과 休廢業率이 높은 것은 이들 小企業들이 신발類 産業의 景氣 조절 역할을 하고 있기 때문이다. 만일 景氣가 沈滯하기 시작하면 이들 小企業들의 操短이나 休業이 가장 먼저 표면화되어 生産이 감소하게 된다. 반면에 景氣가 上昇局面에 접어드는 경우는 새로운 小企業들이 生産活動을 전개하게 되어 生産이 다시 증가한다.

이태리 신발類 業界는 自體會社내에 原皮加工施設을 보유하고 있는 경우가 드물다. 따라서 이들은 가족 原綴을 國內의 製革會社에서 購入하여 사용하고 있다. 그러나 「비제바노」같은 大企業은 자체의 製革工場을 所有하고 있다.

이태리 신발類 業界는 구두 등의 製造를 위한 가족 原綴을 이태리 製品을 매우 選好한다. 종전까지만 해도 英國이나 西獨 등에서 가족을 輸入하여 구두製造에 사용하는 경우가 많았지만 최근들어 이태리 製革業界는 世界 最高級의 가족을 生産하고 있어 外國에서 輸入할 필요가 없어졌기 때문이다. 또한 최근의 리리貨 平價切下로 인해 外國産 가족의 輸入은 더욱 감소하는 경향을 보여 주고 있다.

〈原皮資源 確保가 最大의 問題點〉

이태리 신발類 및 製革業界가 당면한 가장 큰 애로점은 原皮資源 확보문제이다. 이태리는 다른 EEC諸國보다 原皮의 生産量이 상대적으로 적을 뿐만 아니라 世界 主要 原皮 生産國이자 輸出國이던 아르헨티나, 브라질, 印度 등이 自國內 製革産業을 保護育成기 위해 原皮의 輸出을 禁止하고 있어 이태리의 原皮 확보문제는 해를 거듭할수록 어렵게 되어 가고 있다.

이태리 신발類 業界 專門家들이 말하는 先進開發途國 製革産業과 이태리 製革産業의 차이는 다음 두가지로 大別할 수 있다.

첫째, 開發途上國 製革業界는 앞으로 당분간은 유럽의 主要 製革業界의 技術수준에 미치지 어려울 것이라는 점이다. 그러나 주로 이태리製인 製革機械와 技術을 導入하고 있어 이들 開發國들의 製革技術이 예상보

다 急伸張할 전망이 없는 것도 아니다. 이태리의 一部 製革業者들은 바로 이런 점을 지적하면서 무엇보다도 製革技術의 對 開途國 輸出은 自國의 製革 및 신발類 등 關聯産業을 위축시킬 것이라고 우려하고 있다.

둘째, 開途國의 製革 및 신발類 産業은 勞動力의 落後性으로 인해 生産性이 이태리 등 유럽 主要國에 미치지 못하고 있으며, 이들 勞動力의 生産性 제고를 위해서는 상당한 시일이 필요하게 될 것이라는 점이다.

이태리 신발類 業界가 原皮資源確保문제와 함께 안고 있는 또하나의 문제점은 리로貨의 平價切下 등으로 말미암아 더욱 加熱된 同國의 製革業界(Tannery)의 投機去來의 成行이다.

製革業界의 이같은 投機去來는 최근들어 더욱 심하게 지고 있는데, 이들 製革業界가 市場 主導權을 갖게 되는 주요 원인은 신발類 産業 등 皮革의 需要業界는 群小企業들이 亂立하고 있는데 반해 製革業界는 몇개의 大企業이 全製革産業을 構成하고 있기 때문이다.

신발類 業界는 이같은 皮革生産業界의 騷擾에 對항하여 皮革을 低價로 안정 확보하기 위해 購買組合 등의 結成을 시도했지만 아직 성공하지 못하고 있다. 이태리 신발類 業界는 한때 同購買組合의 構成을 통한 辟險單의 안정 확보, 나아 가서는 市場攪亂要素의 제거, 計劃生産 체제의 공고화 등을 추진한데 있는데 현재도 이러한 노력은 계속되고 있다.

國產品 皮革原綴의 價格은 急上昇 趨勢를 보이고 있는데 이는 品質提高 및 製品多樣化 등으로 인한 對外 聲價가 높아진데다 世界的으로 일고 있는 天然皮革에 대한 選好推移를 타고 革製구두, 브츠, 革製衣類 등의 需要가 급격히 증가한데 기인한다.

특히 皮革의 用途는 점점 다양화되어 가고 있어 이의 需要는 앞으로 계속 증가할 것으로 전망된다.

이태리는 同國이 사용하는 皮革의 60% 정도를 海外에서 輸入하고 있는데 최근의 리로貨 平價切下로 인해 皮革價格은 더욱 上昇하고 있다.

고무, 플라스틱, 폴리 우레탄 등 皮革 이외의 原料 購得面에서는 현재까지 별다른 문제점이 없으며, 신발類 業界는 同原料 生産業體로부터 직접 購買하여 사용하고 있다. 물론 石油價格 引上과 리로貨의 平價切下로 인한 이들 原料의 價格引上도 무시할 수 없긴 하다

〈中小企業이 많은 점이 가장 特色〉

지난 10 여년간에 보인 이태리 신발類企業의 두드러진 특징의 하나는 半加工된 部品을 外部로부터 購買하여 이를 조립하는 組立生産形態의 발달이라고 할 수 있다.

이러한 推移로 인해 신발類 企業들은 대형화되지 못하고 中小企業 형태를 계속 유지하게 된다. 왜냐하면

原料生産一部品生産一製品生産의 系列化가 같은 會社 내에서 이루어지지 않기 때문이다. 그러나 이러한 中小形態의 企業들은 製品生産 過程에서 生産規模의 조절이나 디자인의 변경 등에 높은 탄력성을 갖을 수 있는 장점이 있다.

사실상 이태리의 신발類 産業은 다른 先進諸國과 같이 同 産業이 발달함에 따라 일어나는 필연적인 추세인 企業의 大型化 현상이 거의 발생하고 있지 않다. 이와는 오히려 정반대로 신발類 産業은 소규모 生産體制를 그대로 유지하고 있는데 바로 이러한 産業構造를 형성하고 있기 때문에 패션의 변화나 製品의 模型변경 필요 등에 별다른 費用을 들이지 않고도 機敏하게 대응할 수 있다는 점이다.

이같이 産業이 大型化되지 않고 群小企業들로 존재할 수 있는 근본적인 원인은 部品 供給業體들이 무수히 발달하고 있기 때문에 가능하다. 물론 이들 部品 供給業體들은 상당수가 신발類 企業들과 財政的으로 관련을 맺고 있다.

Montegrano, Marche, Vigevano Verona 등 主要 신발類 生産地域에서 소규모 部品 生産業體는 신발類 企業들에게 財政的인 지원을 하고 있는데 이러한 財政支援을 받는 部品 生産業體의 크기는 심지어 조그마한 家族들이 앞마당에 生産工場을 가지는 경우까지 해당된다.

이들 家內工業 형태의 部品 生産業體들은 전적으로 部品の 生産에만 중사할 뿐 이의 販賣, 製品化 등에 전혀 진출하고 있지 못하다, 同 家內工業이 生産하는 部品은 말할 것도 없이 高度의 手工藝品이라 할 수 있는 勞働集約的 성격의 部品이다.

이태리 신발類 産業의 전반적인 系列化 경향에서 단 한가지 예외가 있다. 즉 北部 이태리 地域에는 구두 밀창을 비롯해서 거의 모든 部品을 같은 工場에서 生産하여 製品化하는 企業들이 지금도 존재하고 있는데 이들 企業들은 대개가 오랜 社歷을 가지고 있으며, 또한 扎实的 對外聲價에 기반을 두고 있다. 이들은 生産活動에 그치지 않고 小賣도 독자적으로 수행하고 있다.

이태리 신발類 輸出은 초기에도 그랬지만 현재도 대개가 外國인들이 이태리에서 購入하며 이태리 세일즈맨들이 海外에 나가 販賣活動을 적극적으로 전개하지는 않는다.

美國의 購買會社들은 이태리에서 신발類를 購買하기 위해 同國에서 常駐하면서 中小 신발類企業(때는 큰 大企業도)의 全 生産品을 일괄 購買해 가는 경우가 많다. 바로 이런 점들 때문에 群小企業들의 販賣市場 개척의 필요가 없어졌다.

4. 마아케팅

신발類 販賣는 특히 輸出用의 경우 거의 모두 신발類 專門市場에서 이루어진다. 中·大企業의 경우는 海外輸入商 및 國內顧客들에 自社製品 販賣를 전담하는 販賣代理商들을 두고 있다.

이들 代理商들은 總 販賣額에 몇 %를 收入으로 얻는 커미션베이스 契約關係를 通例로 하고 있다. 일반적으로 커미션은 總 販賣價額의 최소 1.5%에서 最高 6%까지이다. 輸出의 경우는 이보다 높아 5~10%의 커미션을 支拂하고 있다.

현재까지 이태리 신발類가 누리는 最大 강점은 同製品의 높은 品質이다. 價格이 문제되는 경우는 製品의 品質이 보통수준이하인 경우나 特殊신발類 部門으로서 同 部門은 스타일이나 패션 등이 그다지 重要性을 갖지 않기 때문이다.

브랜드도 종래까지 별로 重要하게 생각하지 않았지만 최근들어 製造業體들 중에는 이를 상당히 중요시하는 경향을 보이고 있다. 그러나 製造業體들의 이같은 自社 브랜드 선전을 위한 노력은 별로 결실을 맺지 못하고 있는데, 이유는 外國의 購買會社들이 製品을 購買하여 이의 原產地만 이태리로 밝힐뿐 대개가 販賣會社의 브랜드로 販賣하기 때문이다.

선전이나 아프트 서비스도 현재까지 별다른 역할을 차지하지 않고 있다. 상당히 많은 企業들이 製品 宣傳用 리플렛이나 구두주걱, 포스터 등을 顧客들에게 配布하고 있지만 결코 이러한 宣傳活動의 필요성을 認識해서 라기보다는 하나의 習慣的인 행위에 불과하다. 이는 新聞廣告나 輸出品 海外宣傳도 마찬가지다.

〈價格政策 및 原價構成〉

販賣價格의 構成內譯은 거의 모든 會社가 비슷하여 다음과 같이 分類된다.

- 1) 賃 金
- 2) 原材料
- 3) 運營費用 및 金融費用
- 4) 마크 업등이다.

國內販賣價格과 輸出價格間의 價格差別化 政策은 크게 일반화되고 있지 않다. 알려진 바에 의하면 오직 수개의 企業만이 製品 다양화나 新市場 개척을 위해 價格政策을 主武器로 動員하고 있을 뿐이다.

其他 모든 製造會社들은 自社製品에 대해 正札價格을 정해 두고 있으며, 만일에 價格을 차별화하는 경우는 특히 輸出用의 경우 高級品質의 原材料를 사용했다든지 특별한 장거리 輸送費用이 製品價에 포함되어야

하는 경우 등에 한하고 있어 販賣擴大策의 일환으로 같은 費用의 이 投下된 동일한 製品의 價格를 차별화하는 경우는 거의 없다고 볼 수 있다.

지난 1973~74년 期間 동안에 걸쳐 실시된 한 調査報告書에 의하면 조사對象業體 144 개社중 60% 이상의 業體가 輸出價格과 國內供給價格을 동일수준에 두고 있다. 25%는 輸出價格이 약간 높았고 나머지 15%만이 輸出價格이 國內價格보다 낮았다.

輸出價格을 國內 供給價格보다 낮게 결정하는 경우는 中小企業일수록 심했고 大企業들은 거의 모두가 兩市場에 동일한 價格으로 供給하고 있었다.

이태리 신발類 企業들의 대부분은 신속한 代金支拂 販賣件에 대해서는 3% 내외의 割引提供을 通例로 하고 있다. 신속한 代金濟濟의 期間은 國內供給이나 輸出을 막론하고 10~30 일일 경우이다.

신발類 최종 販賣價格은 自社가 小賣店을 갖고 있는 경우를 제외하고는 製造會社들이 결정하지 않는다.

5. 디자이너의 養成과 新디자이너 開發

이태리에서는 거의 모든 신발類 製造業者들이 自社의 패션 디자이너를 雇傭하고 있다. 다만 例外的으로 外部 패션 디자이너를 일시 雇傭할 뿐이다.

새로운 패션개발을 위한 企業 經營陣과 디자이너들의 노력은 대단하다. 보통 社內에 패션 디자이너가 있지만 새로운 디자인의 주된 靈感은 디자이너와 협력하고 있는 經營者들에 의하여 얻어진다.

새로운 디자인을 案出해 내는 데는 經營者와 디자이너 간에 약간의 分業化가 이루어진다. 즉 經營者들은 定期的인 旅行, 顧客과의 접촉, 主要 衣裳 패션쇼 등의 참가 등을 통한 새로운 착상을 얻게 된다. 따라서 經營者 自信이 패션이나 디자인 변화의 主流를 포착 결정하게 된다.

디자이너는 經營主의 지도를 받아 가며 여러개의 디자인을 製作하게 된다. 이중 가장 적당하고 우수한 作品을 선정하게 된다. 따라서 經營主의 역할은 디자인 개발에 절대적이라고 할 수 있는데 이들 經營者들의 능력은 이태리 신발類 産業의 가장 큰 遺産이라고 말하고 있는데 대개의 경우 대대로 이어지는 그들 家庭의 보이지 않는 才能이라고 한다.

外部의 專門 디자이너를 초청하여 일시 雇傭하는 경우는 수준 높은 高級品質의 신발類를 生産하려고 할 때 등 특수한 경우에 한한다. 왜냐하면 이들 外部 專門디자이너의 人件費가 매우 높기 때문이다.

製造 輸出商들은 그들이 목적하는 市場의 性格에 따라 독특한 디자인의 신발類를 製造하고 있다. 물론 바이어가 일정한 디자인의 신발類를 製造 輸出해 줄 것

을 요구하며 Counter Sample 을 送付해 오는 경우도 있지만 이 경우도 輸出商들은 자신들의 아이디어를 첨가하여 보다 나은 디자인으로 改造하여 製造한다.

<디자이너의 養成方法>

디자이너의 養成方法을 보면 이들의 발굴 및 양성은 주로 社內에서 행해진다. 주로 수 많은 技能工들 중에서 이방면에 특수한 才質을 보이는 우수한 技能工이 選拔되어 양성된다.

이렇게 選拔된 우수한 技能工은 經營主의 指導와 作業감독을 받으면서 經營主의 작상을 디자인으로 완성해 낼 수 있을 때까지 훈련을 계속하게 된다.

中·大企業들은 自社의 디자이너를 海外 旅行까지 시켜 전문을 넓힐 機會를 제공할 뿐만 아니라 신발類 專門市場에 직접 나가 他社 製品의 디자인 등을 評價할 수 있게 하고 있다.

뿐만 아니라 外部 專門디자이너를 초청하여 같이 일할 기회를 주어 이들 專門家들의 경험을 배울 수 있도록 하고 있다.

外部 디자이너건 內部の 경우건 디자이너에 대한 給與水準은 정확히 알려지지 않고 있다. 外部의 專門디자이너를 雇傭할 경우는 用役費가 매우 높아 이들의 번번한 雇傭은 불가능하다고 한다.

內部 디자이너의 月俸은 Lit 30 만~100 만에 달하는 경우가 많다고 하지만 어떤 企業에서는 其他 部門의 勤勞者 급여수준을 크게 벗어나지 않는 경우도 있다고 한다. 그러나 대부분의 會社들은 디자이너들을 특별 대우하여 會社 經營陣과 같은 수준의 급여를 제공하고 있다.

이태리에는 신발類 디자이너 養成學院이라고는 밀라노에 Ars Sutoria 라는 단 하나가 있을 뿐이다. 이같은 신발類 디자인에 관한 外部 養成機關이 별무한 이유는 대부분의 經營主들이 디자이너는 工場에서 직접 製品 生産에 오래도록 종사하면서 양성되어야 한다고 확신하고 있어 學院 卒業生들은 별로 달갑게 여기지 않기 때문이다. 뿐만 아니라 이러한 學院의 講師를 확보할 수 없다는 점도 學院 발전의 障礙要因이 되고 있다.

<受注 및 納品>

신발類 디자인 변화에 가장 많은 영향력을 끼치는 要因을 분석해 보면 패션 雜誌, 패션 專門家들의 作品活動, 패션쇼 및 展示會, 企業內部的 디자이너들의 創作活動, 패션 디자인 專門會社 등이다.

신발類 業界에 의하면 신발類의 유행변화는 의상의 유행변화와 매우 밀접한 관계를 갖는다고 한다. 특히 컷이나 형태, 色相 등이 그렇다. 신발類 産業 성공의 관건은 디자인개발의 成功與否에 달려 있다.

이태리 신발類 業界가 말하는 신발類 디자인의 중요성은 매우 크다. 즉 材料가 동일하다면 디자인이 뒤떨어지는 신발은 아무 가치도 없다고 한다. 때로는 디자인이 나쁜 신발은 아무리 좋은 原材料를 사용했다라도 商品的인 價値를 상실하고 만다.

이태리의 신발類 生産은 대부분 注文生産 형태를 취하고 있다. 따라서 在庫가 쌓이는 경우가 드물다. 한 두개 會社들이 市場生産 형태를 취하고 있어 이들의 注文生産량은 전체의 40% 내외일 경우가 있지만 디게 이런 會社들은 自社內에 小賣店을 所有한 경우이다.

이태리 신발類 産業의 最大 強點중의 하나는 生産工程에 하등의 지장을 초래하지 않으면서 바이어의 要求대로 디자인이나 製品의 형태를 수정해 나갈 수 있다는 점이다. 이것 뿐만 아니라 中小企業들이 많아 小量 注文에도 기꺼이 응할 수 있다. 小量 注文의 크기는 상이한 크기의 3~30 켈래의 注文이 特徵이다. 이렇게 접수한 注文은 原材料를 확보하고 있는 경우는 6~12 週일이 걸린다.

신발類 産業에서 同産業의 經營者 능력중 가장 주요한 任務의 하나는 販賣景氣를 미리 예측할 수 있는 능력이라고 할 수 있다. 왜냐하면 정확한 景氣예측을 내릴 수 있어야 注文에 즉각 대처할 수 있는 原材料를 미리 확보할 수 있기 때문이다.

受注했을 경우 部品 확보를 위해서는 部品の 性質에 따라 10~90 일이 所要된다.

製造業體가 당하는 가장 어려운 점의 하나는 工員의 스트라이크, 製革業者들이 값을 올리기 위해 皮革原綴의 販賣를 기피하는 경우, upper 나 last 등 注文한 部品の 船積이 지연되는 경우 등이다.

통상 注文後 生産期間은 약 1개월이 걸린다. 물론 注文量이 특별히 많은 경우나 高級 신발類인 경우는 보다 많은 기간이 所要되며 反復注文인 경우는 보다 短期間이 소요된다.

신발類의 販賣시즌은 일년에 두번 시작되는데 平均 納品期間은 4개월이며, 反復注文인 경우는 1개월이다.

納品期日の 엄수는 무엇보다 중요하여 이에 실패하는 경우는 주로 注文取消을 당한다. 製品이 거의 完成 段階에 들어 간 경우, 30% 내외의 費用缺損은 물론이고 製品을 다른 需要處에 販賣하는 경우라는 높은 割引率을 감수해야 하며, 次期 注文을 보장받지 못하게 된다.

不合格品 認定比率도 매우 낮아 2% 내외이다. 때로는 1% 내외의 先引渡 割引賣를 실시하는 경우도 있다. 신발類 크기는 美國의 경우 6가지 정도인데 世界 어떤 市場의 요구도 충족시킬 수 있다고 한다.

6. 費用構造

신발類 企業의 費用構造를 분석하는데는 群小企業이 많을수록 正確한 資料부족으로 미비점이 많게 마련이다. 다만 原資材나 賃金費用에 관해서는 비교적 精確한 資料를 보유하고 있어 조사가 가능하다.

특히 이태리의 신발類 産業은 中小企業이 대부분이어서 固定費用, 減價償却費, 利子費用, 行政費用, 販賣費用 등을 總販賣額에서 原料費와 賃金 등 直接費를 單純差減한후 적당히 배분하고 있다.

이같이 中小企業이라고 할 수 있는 경우조차 費用計算概念이 희박한 이유는 企業의 전 노력을 生産에만 집중하는 경우가 많기 때문이다.

51~250명을 雇傭하고 있는 企業중에서 오직 86%만이 각종 會計帳簿를 기록하고 있으며, 會計帳簿를 기록하는 企業의 73%만이 이들 帳簿를 企業會計 統制의 기초 資料로 사용하고 있다는 결과가 나왔다.

이태리 신발類 産業의 費用構造를 보면 原材料와 勞動力 확보에 全費用의 80%가 所要된다. 原料와 勞賃의 構成費는 대개 비슷하다. 其他 費用을 보면 減價償却費가 3%, 生産 및 行政費用이 10% 내외, 나머지 7~8%가 販賣費用이다.

7. 生産性, 收益性 및 投資

이태리 신발類 産業에 관한 공식적인 資料는 이태리 統計局이 발행한 統計뿐이며, 最近値는 72년도분이다.

製造業 일반의 生産性은 신발類 産業의 一人當 生産性보다 99%나 높은 것으로 나타났다. 賃金도 産業 일반에 비해 낮은 수준이며, 同 增加率도 낮다. 이는 신발類 産業이 勞動集約이고 群小企業으로 구성되고 있기 때문에 강력한 勞動組合을 구성하고 있지 못하기때문이다.

전술한 바와 같이 이태리 신발類 産業은 규모가 작다는데 主要 특징을 찾아 볼 수 있다. 規模別 收益性을 보면 200-499명을 雇傭하고 있는 中小企業이 大企業보다 높고 20-49명을 雇傭하고 있는 小企業의 收益性이 가장 높다. 따라서 높은 收益性은 小企業의 經營에서 발생한다고 말할 수 있다.

72년도 統計에 의하면 신발類 産業의 單位 勞動力當 總生産高는 他産業 平均水準의 약 절반에 불과하다 또한 單位 勞動力當 固定 投資比率는 1/5에 불과하여 매우 낮은 수준을 보이고 있다.

8. 勞 動

이태리에서 1966~75년 期間중 農業部門을 제외하

고는 신발類 産業分野의 賃金 上昇率이 最高를 기록했다. 이러한 높은 賃金의 上昇率에도 불구하고 73년에 보인 同 産業의 일반적인 賃金수준은 다른 産業分野에 비해 가장 낮은 수준에 머물러 있다.

이같이 賃金수준이 낮은 主要 이유는 신발類 産業은 다른 産業보다 未熟練 勞働人口가 많고, 婦女子 勞働人口가 많은 점, 業體數가 많고 소규모라는 점, 신발類 産業이 발달한 地域에 遊休 勞動力이 풍부한 점, 勞動組合의 힘이 약한 점등이다.

賃金水準은 會社의 크기와 地域에 따라 차이가 있다 70년도에 작성된 한 調査 報告에 의하면 10~49명을 雇傭하고 있는 會社의 技能工 給料는 500명을 雇傭하고 있는 會社의 給料수준에 비해 70% 정도에 불과했다.

地域間에서 상당한 차이가 있어 Comperia(나포리)地方의 雇傭員은 Lombard(밀라노)의 雇傭員보다 30%나 낮은 賃金수준을 시현하고 있다. 그러나 이같은 會社 및 地域間 격차는 최근들어 크게 평준화되고 있어 76년 현재는 거의 같은 수준에 도달했을 것으로 추측되고 있다.

신발類 産業의 主要 勞動力 구성을 보면 다음과 같다.

- 管理職 0.8%
- 事務職 9.7%
- 技能職 89.5%

한편 産業 일반을 보면

- 管理職 및 事務職 9.8%
- 技能職 및 其他 90.2% 등이다.

技能職에 대한 給料水準을 보면 75년 9월 현재 平均 2,700 Lit/時間을 보여 주고 있다. 그러나 會社에 따라 同 賃金수준은 크게 차이를 보이고 있어 時間當 Lit, 1,900에서 Lit 3,750까지 다양한 수준을 보이고 있다.

거의 모든 會社들은 技能工들에 대한 인센티브 제도를 갖고 있지 못하거나 설사 갖고 있다해도 별로 활발하게 利用하고 있지 못하다. 이같은 현상의 主要 原因은 生産上의 어떠한 價與金이라도 모든 技能工에게 고루 분배할 것을 國家가 규정하고 있기 때문이다.

職業轉換率은 8%(1974)를 기록하고 있어 國家平均 職業 轉換率인 5.2%에 비해 상당히 높은 수준에 있는데 이는 同 産業分野에는 女性勞働人口가 많아 이들의 轉換率이 높기 때문이다.

75년의 業體別 平均 勞動日數는 220일 내외였다. 신발類 産業의 罷業現況을 보면, 우선 罷業은 國家的인 규모의 總罷業과 個別會社別 罷業으로 대별된다. 한편 同年의 勞働者들의 罷業으로 인한 生産감소는 10~15%에 달한 業體들이 많았다.

이태리의 신발類 산업의 경영자들에 의하면 이태리의 同 産業 賃金수준이 다른 나라에 비해 결코 낮은 수준이 아니라고 한다. 스페인이나 그리스 등은 主要 신발類 生産國家의 하나이지만 賃金은 이태리보다 낮은 수준이라고 한다.

또한 지난 몇해 동안 신발類 産業 勤勞人口의 生産性은 별다른 증가를 보이지 않았다고 이를 經營者들은 입을 모으고 있다.

9. 金 融

이태리 신발類 産業이 가장 주요한 資金調達방법은 自己金融이다. 약 50% 이상의 業體가 진혀 自己金融에만 의존하고 있다.

金融額으로 보면 약 70%가 自己金融이고 나머지 30%가 中長期 銀行貸付등에 의존하고 있다. 그러나 企業이 外部金融을 利用하기에는 별다른 어려움은 없다고 한다.

이태리의 政府의 産業 支援形態를 보면 다음과 같다

1. 低開發地域에 대한 지원

가. 北部 이태리의 山岳地帶

나. Trieste 및 Gorizia 地帶

다. Udine 地方의 一部

라. 中央 南部 이태리 및 Sardinia

同 地域에 대한 政府의 金融지원 형태는 인센티브를 비롯한 償與金(出資額의 20~35% 線) 및 低利率의 金融利子 등이다.

2. 特殊産業에 대한 支援

특히 船舶, 纖維, 鑛産業 등에 特別支援하고 있지만 신발類 産業에 대해서는 별다른 지원을 하고 있지않다

3. 中小企業의 支援

4. 輸出産業支援 등이 있다.

그러나 신발類 産業은 輸出産業 支援制度下에서도 별다른 지원을 받은 바 없다.

10. 結 語

이태리 신발類 産業이 世界市場에서 성공할 수 있었던 점을 3가지로 요약한다면 스타일, 品質, 價格면에서 다른 어떠한 競爭國家보다 優位를 확보해 왔다는 점이다. 그중에서도 스타일과 品質면에서 끊임없는 변화와 향상을 기했다는 점이다.

이같은 品質과 디자인의 끊임없는 변화는 同産業이 높은 生産변화의 機動性을 발휘할 수 있기 때문이다. 즉 이태리 신발類 産業은 業體規模가 소규모이기 때문에 生産 라인을 쉽게 바꿀 수 있다는 장점을 가지고 있다.

또한 數世代를 거쳐 전래되어 오는 특수한 디자인 技術, 多數의 部品系列會社를 保有하고 있어 部品調達이 극히 쉽다는 점등도 빼 놓을 수 없다.

앞으로 이태리의 신발類 産業은 종래와 같은 獨占的 位置를 계속 유지할 수는 없을 것으로 전망된다. 이는 製品價格이 계속 上昇하고 있어 國際市場에서 競爭力이 약화되고 있고 무엇보다도 原皮등 主要原資財의 조달이 점차 곤란해지고 있기 때문이다.

이태리는 賃金高의 압박때문에 앞으로 韓國, 브라질 泰國, 그리스 등의 신발類 生産國家와 製品 價格面에서 크게 不利해질 것이 분명하다.

또한 世界的한 保護貿易主義의 대두는 앞으로 同國의 신발類 輸出에 커다란 타격을 줄 것으로 전망된다.

그러나 밝은 면도 없지 않는데 이태리의 國內 消費가 아직 다른 先進國에 비하면 낮은 수준에 있어 앞으로 需要增大가 크게 예상된다는 점이다. 따라서 輸出이 약간 감소한다 해도 同産業은 당분간 상당한 안정적 成長을 보일 것으로 전망된다.

대부분의 이태리 신발類 生産業者들은 앞으로 同國의 신발類 産業에 대해 상당한 확신을 갖고 있다.