

몽골 패션산업의 현황과 발전 방향

- 캐시미어 산업을 중심으로 -

봉상처그보 남체렌·최수아*

단국대학교 패션산업디자인과 석사
단국대학교 패션산업디자인과 부교수†

요약

현재 몽골 내수 패션산업의 발전이 미비하여 경쟁력과 생산성이 떨어짐에 따라 기업들은 현상 유지를 하거나 더 이상의 발전을 하지 못하고 파산하는 경우가 많이 발생한다. 그럼에도 불구하고 소비자는 유행하는 의상에 많은 관심이 있어 패션산업의 내수 브랜드의 개발 품종의 다양화가 요구된다. 본 연구의 목적은 현 몽골 패션산업의 현황을 분석하고 발전 방향을 모색하는 것이다. 이를 위해 본 연구는 크게 두 개의 방향으로 진행되었다. 첫째, 몽골 패션산업의 시작부터 현대까지 변화를 분석하여 현대 패션산업 및 캐시미어 산업의 현황을 파악한다. 둘째, 몽골 패션산업의 현황을 체계적으로 분석하고 몽골 내수 시장에 적합한 발전 방향을 모색하여 제안한다. 몽골 패션산업의 현황 파악을 통한 발전 방향의 제안은 다음과 같다. 첫째, 몽골의 국내 캐시미어와 가죽산업은 그 간의 경험을 바탕으로 자체 브랜드를 개발하여 적극적인 국내·외 시장에 대한 마케팅을 전개해야 한다. 둘째, 몽골 정부는 장기 경제 개발 계획을 수립하고, 각 단계별 전후방 연관 산업의 발전을 추진해야 할 것이다. 또한, 몽골 정부에 투자로 제조 과정의 국제 표준 도입, 수출 및 금융 지원 정책을 일관성 있게 추진할 필요가 있다. 이를 통해 오래 동안 발전하지 못하는 봉제 분야의 집중적 발전의 가능성을 도모할 수 있다. 몽골 패션산업 약점을 보완하고 위협 요소를 극복하기 위해서는 최우선적으로 불공정 무역행위 제품의 유통을 근절하기 위해 정부 및 민간 차원의 국내시장 정화 노력을 강화하고, 기술, 디자인, 마케팅 분야의 인력 육성과 역량 강화를 위한 교육 지원과 국내·외 관련 기관과의 교류를 확대해야 할 것으로 보인다. 결론적으로 몽골 패션산업 발전을 위해서는 정부와 전문가의 많은 노력이 필요하며 전통적 자원인 캐시미어, 가죽·피혁 등 관련 분야로의 투자가 필요하다.

주제어 : 몽골, 캐시미어 산업, 몽골 패션산업

본 논문은 석사학위 논문의 일부임.

*교신저자: 최수아, soaahc@gmail.com

접수일: 2016년 12월 6일, 수정논문접수일: 2017년 2월 22일, 게재확정일: 2017년 5월 9일

I. 서론

현재 몽골(Mongolia)은 경제 발전을 이루기 위해 노력하고 있으며, 그의 일환으로 점차 패션산업 관련 기업들이 늘고 있다. 몽골은 1921년 인민혁명을 성공한 이래 70여년 가까이 사회주의체제를 유지하였고, 1990년 이후 시장경제체제를 이루었다. 1990년 몽골에서는 소련(Soviet Union)의 붕괴 이후 시장경제체제로의 전환과 대외개방을 본격적으로 추진하기 위해 광범위한 경제개혁을 단행하였다. 개인 사업자들은 중국, 러시아, 홍콩 등과 같은 주변 국가에서 다양한 제품들을 수입하여 판매하기 시작하였고, 의류제품의 수입이 활발해지기 시작했다. 그러나 수입품에 대한 높은 의존은 몽골 패션산업 내수시장의 발전에 커다란 걸림돌이 되었다. 제한적인 국가를 통해 수입되는 의류제품들은 몽골 소비자들에게 제한적이고 한정적인 스타일을 제공하였고, 몽골의 패션기술 발전과 성장을 가로막았다. 이로 인해 소비자들은 본인의 취향이 반영된 다양한 스타일을 선택하는데 어려움을 겪고 있으며, 다양한 경로로 상품을 제공하고 싶은 몽골의 의류업체들은 한계에 부딪히고 있다. 그러나 점차 패션산업이 갖는 중요성이 대두됨에 따라 몽골의 국가 브랜드 창출과 진보된 패션산업 기술의 발전에 대한 관심과 노력이 요구된다.

패션산업은 단순히 산업적 관점이 아닌 사회, 경제, 문화 등과 같은 다양한 관점에서 접근할 때 그 가치가 빛나며 창조적 산업으로 영역을 넓혀갈 수 있다. 몽골의 패션산업이 발전하기 위해서는 몽골의 전통성과 예술성이 갖는 가치를 반영한 패션 상품과 브랜드전략 매니지먼트의 융합을 통하여 현대 사회 변화에서 요구되는 문화상품의 개발을 요하고 있다. 특히 캐시미어 산업은 몽골 패션산업의 주축을 이루는 주요 산업이며 국내시장뿐만 아니라 세계시장에서도 핵심적인 위치를 차지

하고 있는 산업분야이다. 몽골의 캐시미어 산업은 몽골의 문화적 전통성과 예술성을 담은 국가적 산업으로의 성장과 발전에 무한한 가능성을 내재하고 있다.

선행연구로는 몽골 캐시미어 산업 발전 및 경쟁력에 대한 연구들이 주를 이루고 있다. 몽골 패션산업 관련된 선행 연구는 다음과 같다. Gurbazar (2012)의 ‘몽골 캐시미어 산업의 경쟁력에 관한 연구’에서는 몽골 캐시미어는 패션산업뿐만 아니라 경제 발전에 영향을 미치고 있으며 노동인구의 16% 이상에게 일자리를 제공하고 있다고 하였다. Yu and Ko(2014)는 ‘몽골 캐시미어 산업 발전방안 모색을 위한 현장 근무자 조사’에서 몽골 패션산업과 관련하여 특히 캐시미어 시장은 중국이 주로 생산하는 중저가 제품을 중심으로 성장하고 있어서 중국 캐시미어 산업의 변화는 몽골 캐시미어 산업과 밀접하게 연결되어 있다고 하였다. 그밖에 선행 연구들은 Lkhagva(2014)의 ‘천연 쪽을 이용한 몽골 캐시미어 섬유의 염색’, Lee(2004)의 ‘몽골 캐시미어 산업의 중요성에 관한 연구’, Jargalsaikhan (2012)의 ‘몽골 진출 한국기업의 마케팅 전략적 특성이 경영성과에 미치는 영향’ 등 몽골 패션산업과의 관련지어 참고할 연구들이 고찰되었다. 선행 연구의 고찰을 통해 몽골의 패션산업의 발전을 위해서는 캐시미어 산업의 영향력과 지속적 성장에 간과할 수 없는 것을 알 수 있다. 그러나 현재 몽골의 패션산업은 캐시미어 산업에 주로 치중되어 발전되었고, 내수 시장은 저하된 품질의 중국 수입품에 의존되어 다양성이 요구되며 또한 몽골 고유 브랜드의 발전이 필요하다.

따라서 본 논문에서는 몽골 패션산업의 현황과 발전 상황에 대해 조사하고, 더불어 몽골 패션산업의 큰 영향을 주는 캐시미어 특성과 캐시미어 발전 등을 연구하고자 한다. 즉, 몽골의 패션산업 현황을 조사하고 분석하여 몽골 패션산업의 발전 가능성을 타진하고, 발전 방향을 제안한다. 연구

방법으로 몽골 패션산업 현황 파악을 위해 국내외 몽골의 선행연구, 관련서적, 간행물 및 인터넷 자료를 사적 고찰한 후 내용을 분석하였다. 본 논문의 의의 및 목적은 몽골 패션산업의 현황을 살펴 분석한 후, 발전 방향을 제안하는데 있다. 이를 위해 첫째, 몽골 패션산업을 사회, 경제 변화에 대입하여 살펴본다. 둘째, 몽골 패션산업 현황을 다각도로 살펴본다. 셋째, SWOT 분석을 통해 현황 분석을 진행한다. 마지막으로 몽골 패션산업의 추후 발전 방향을 제안한다.

II. 몽골 패션산업에 대한 고찰

1. 사회·경제 변화를 통한 패션산업의 발전

몽골의 패션산업은 시대의 흐름에 따라 다양한 변화를 겪어왔다. 몽골 시장경제체제로 사회와 경제의 모든 분야에서 많은 변화와 개혁이 추진되었다. 따라서 몽골 패션산업도 크게 변화하여 정부 관리를 벗어나 국내·외 사업자들이 늘기 시작하였다. 이로 인해 수입품이 증가했기 때문에 가격이 안정되지 못하고, 국가 경제의 상태가 매우 악화되었다. 그리고 자본사회가 형성되고 소비자 소비에 차등이 생겼다. 또한 시장경제체제로 많은 공장들이 무너지고, 생산량이 급속도로 줄었지만 캐시미어 기업, 카펫 공장들은 활발하게 운영되고 있다(Jargalsaikhan, 2012). 본 연구에서는 몽골의 역사, 문화, 경제 및 다른 공업 분야들을 토대로 몽골 패션산업의 발전을 시장경제체제 전환기 이전과 시장경제체제 전환기 이후로 나누어 살펴보고자 한다. <Figure 1>은 시대별 이론적 고찰에 따른 사회·경제적인 요인과 영향을 통한 패션산업의 발전을 표로 정리한 것이다. 몽골에서의 시대별 몽골 패션산업의 변화를 시장경제체제 전환기 이전과 이후로 분류하여 아래 표에서 각 시대별 변화

를 정리하였다.

몽골은 1921년 인민혁명에 성공하여 중국으로부터 벗어나 공산주의 국가가 되었다. 1930년에는 러시아의 후원을 통해 몽골의 수도인 울란바토르(Ulaanbaatar)에 몽골 역사 상 가장 큰 규모의 의류 산업단지가 건설되었고, 이는 몽골 패션산업 발전의 시발점이 되었다. 당시 산업단지는 총 599명의 구성원으로 이루어졌고 양털, 가죽, 피혁 가공소 등을 만드는 공장이 운영되었다. 소규모의 봉제공장들은 소비자의 주문을 받아 전통 옷, 모자, 아동복, 양복 등을 제작하였다(Davagdorj, as cited in Punsantsogvoo, 2014). 1940년에는 일본과 몽골의 국경전쟁 발발되어 1945년까지 지속되었고 공장들이 전쟁에 참여한 군사들의 양털 털(Deel, 몽골 전통의상), 장갑, 모자 등을 만들어 무상 공급하고 있었다. 이 해 말에 양털과 피혁의류 공장의 수가 늘어가고, 피혁의 생산을 늘리는 기계를 사용함으로써 가죽과 피혁 생산이 3배 가까이 늘었다. 1950년에는 염소 가죽 몇 종류를 해외로 수출하는 것에 성공했다(Punsantsogvoo, 2014). 그리고 생산 과정의 발전, 제품 종류의 증가, 새로운 기술의 도입 등을 통해 생산이 44.9%, 가죽공장 8.5%, 양털 세탁공장 35.4%로 늘었다. 그 후 몽골은 국가의 경제 발전을 위해 러시아로부터 도움을 받을 뿐만 아니라 모든 공산주의 시스템을 갖춘 국가들과의 협력을 목적으로 삼았다. 1956년에는 공산주의 국가인 체코와 무역계약을 맺으며 체코의 도움으로 새로운 염소가죽 공장을 세웠다.

1960년에는 중국의 투자를 통해 편직공장, 체코의 도움으로 가죽의류 공장이 세워졌다. 체코에서 30명의 전문가들이 파견되었으며 재봉틀 250대, 재단기계 36대가 설치되었고, 가죽 옷을 봉제하는 새로운 기술이 도입됨으로써 패션산업 발전에 커다란 성과를 가져왔다(Punsantsogvoo, 2014). 또한 외국 전문가들을 통해 제조 몽골의 현지 기술자들의 능력이 향상되고, 디자인 실험실이 생기면서



Figure 1. 몽골 패션산업의 발전.

디자이너들과 재단사들이 같이 일을 하기 시작했다. 몽골 패션산업에 있어서 1930-1960년은 새로운 기술의 도입과 다양한 제품의 개발 및 품질의 향상 등 많은 변화와 발전을 이룩한 시기였다. 1970년에는 가죽, 양모, 피혁 등을 봉제하여 만든 패션 상품들이 개발되면서 몽골 전체 소비자의 소비가운데 50% 이상을 차지하고 있었으며 더욱 높은 수준의 디자인을 필요로 하게 되었다(B, 2007).

몽골은 경공업 유래부터 산업화 기술발달, 패션산업의 발전을 이루고 1989년 시장경제체제를 통한 자본주의 및 개인사업자가 자리 잡는 과정 안에서 패션산업들이 꾸준히 운영해 왔다. 1990년 시장경제체제 전환기 이후로 몽골의 패션산업은 이전보다 더욱 많은 변화들이 곳곳에서 일어났다. 내부적으로는 정부 조직의 큰 변화가 있었으며 이

로 인해 경공업 총 생산량이 대폭 감소되었고 정부 시스템이 불안정하게 흔들리기 시작하며 경제의 모든 분야들이 정부 관리를 벗어나 국가 경제의 상태가 매우 악화되었다. 1990년대 초기에는 경공업 시스템의 급격한 변화로 불균형과 물가폭등, 인구 소득 감소 등의 문제가 대두되었다. 이로 인해 해외에서 가장 저렴하고 안전하지 않은 제품을 마구잡이로 수입하여 국내산 제품 거래가 정지 상태에 달했다. 경공업 분야의 생산은 공산주의로부터 자본주의 시장으로의 전환 이후인 2000년대부터 의류공장, 털 가공, 피혁가공 분야는 빠른 시간에 회복하였으며, 이것은 정부의 경제 대책의 결과였다(IO et al., 2004). 이 시기에 어떤 공장들은 보유하고 있던 기계나 기술들을 부분적으로 새롭게 하여 제품의 종류나 질감, 착용감, 디자인 등을



Figure 2. 몽골 아내의 전통복식.
From Halh married woman's outfit. (n.d.).
<http://m.masterpieces.asemus.museum>

향상시킴으로써 상황을 회복할 수 있게 되었다. 이 밖에 개인이나 외국의 투자로 많은 중소기업과 대학교, 공장들이 되살아났으며 이 일은 생산의 증가에 큰 영향을 미쳤다. 자본주의 시스템으로의 전환을 통해 국가의 재산과 자원을 자국민들에게 나눠주겠다는 정부의 정책은 향상된 질의 공장이나 경공업을 정부의 관리 하에서 만들어 냈다 (Punsantsogvoo, 2014). 다음에서는 몽골 패션산업을 이해하기 위해 크게 전통 복식의 활용, 현대 패션산업, 수출입 산업으로 나누어 살펴보았다.

2. 몽골 패션산업의 현황

1) 전통 복식의 활용

몽골 전통복식 델은 홍누(몽골 조선시대)부터 중앙아시아에 번덕스러운 날씨 조건에 잘 어울리며, 오래 동안 농민들의 축산 농업에 알맞게 변화하고 발전해 왔다. 몽골은 20개가 넘는 부족으로 이루어진 다민족 국가이며 각 지역마다 복식이 다르다. 전통복식은 아름답고 장식이 많은 독특한 디자인을 갖고 있으며 그 디자인은 문화와 도덕적인 표현을 담고 있다. <Figure 2>은 몽골 여성이 결혼한



Figure 3. 할리우드 영화에 나타난 몽골 전통복식.
From XEROX. (2012).
<http://www.caak.mn>

후에 입는 아내의 전통복식이다. <Figure 3>은 할리우드의 공상 영화 『Star Wars』에 나온 수천 년 후 미래의 복식이 표현된 것이다. 현재 전통복식을 만드는 전문 솜과 기업들이 늘고 있으며, 이로 인해 해외에 몽골 전통복식을 홍보하게 되는 계기를 제공하고 있다. 또한 몽골 캐시미어 산업관계자들도 전통복식에 관심을 갖고 있으며, 전통 축제나 기념일에 자주 입혀지는 등 소비자들 늘고 있다. 또한 명절과 설날에는 공공의식의 상응을 위해 전통복식을 입고, 대학교 졸업식에는 전통복식을 활용하여 원피스 드레스처럼 변형되어 입는 사례가 늘었다. 이는 몽골 전통복식이 몽골 내 패션시장에서 현대복식의 형태와 공존하며 큰 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다.

몽골 전통복식문화의 근현대화 과정에서 나타난 여성스럽고 아름다운 스타일을 일상복으로 받아들이고, 이처럼 보편화가 된 가장 큰 이유는 전통복식의 특성 중 하나인 복식의 기능성 때문이다. 특히 새롭게 변화된 전통복식은 젊은 계층을 중심으로 시작되어 남녀노소에게 보편화되고 있다. 현재에는 전통복식의 형태, 장식, 패턴과 다양한 색상 등의 변화와 젊은 계층을 중심으로 한 하위문화의 유행은 국내 가수와 배우를 통해 대중들에게 소개되었다. 남성의 패턴과 캐시미어 한타즈(Hantaaz, sleeveless jacket), 여성의 우아한 장식 복식, 색시한



Figure 4. 한타즈 등 전통의 현대적 재해석.

From Michel & Amazonka хавар, зун 2016 цуглуулга гарлаа [Michel & Amazonka, S/S 2016 fashion collections]. (2016).
<http://www.buro247.mn>



Figure 5. 할리우드의 몽골남자.

From Холливуцад гялалзсан монгол эр [Hollywood shiny Mongolian man]. (2014).
<http://www.shuud.mn>



Figure 6. 전통축제 나담의 패션.

From Наадамчдын гоёл [Naadam fashion]. (2014).
<http://factnews.mn>



Figure 7. 블랙스테이지 11.

From Байкальн загварын долоо хоног: Michel & Amazonka Намар-Өвөл 2016/17 [Baikal fashion week: Michel & Amazonka fall-winter 2016/17]. (2016).
<http://www.buro247.mn>

미니스커트 델 등 <Figure 4>, <Figure 5>, <Figure 6>에서 이를 찾아볼 수 있다. 또한 <Figure 7>과 같이 현대 패션디자이너들이 만든 센스 있고 아름다운 전통복식이 젊은이들에게 큰 영향을 미치며 꾸준히 대중문화를 통해 성장하고 있다.

2) 현대 패션산업

몽골에서는 봉제 제조업의 발전이 미약하여 제품을 만들 때 필요한 원단, 시설, 기계 등의 결핍

으로 100% 수입재료를 사용한다(Б & Д, 2014). 또한, 내수 패션산업의 발전이 미비하여 경쟁력과 생산성이 떨어짐에 따라 기업은 현상 유지를 하거나 더 이상 발전하지 못해 파산하는 경우가 많이 발생한다. 그러므로 아직까지 몽골의 봉제 산업 분야는 소비자들에게 충분한 상품 제공을 하지 못하고 있고, 수입품 비율은 늘고 있다. 이러한 상황에서 부가 창출되고, 사회의 실업자를 만들고 있다. 또한, 봉제 산업의 결핍으로 디자인이 별로 좋

지 않거나 다양하지 않기 때문에 소비자는 다양한 디자인의 제품을 원하고 있다. 현재 봉제업체들이 점점 늘고 있고, 국내산 의상의 생산이 점차 늘고 있지만 소비자를 충족시키지 못하여 아직까지 주변 나라인 중국, 한국, 홍콩 또는 유럽의 나라들에서 다양한 제품들을 수입하여 판매되고 있다.

그러나 캐시미어, 양모 및 가죽·피혁 산업은 자원을 통한 몽골의 최대 유망산업으로 향후 몽골이 지속적으로 관심을 갖고 육성할 산업이다. 현재의 가죽·피혁 산업은 지속적으로 다양한 기술의 개발과 발전을 이루고 있고, 다양한 디자인의 가죽 신발과 가방을 성공적으로 만들어 내수시장뿐만 아니라 수출을 통해 판매되고 있다. 특히 몽골 패션산업 분야 중에 캐시미어 산업은 성공적으로 발전하고 있다. 캐시미어는 몽골 전통 소재 중 하나이고, 패션산업에 국한되지 않고 경제 발전에 기여하며 많은 일자리를 창출하고 있다.

그럼에도 불구하고 현재의 세계화 시대에 몽골 패션산업은 아직 경쟁력이 많이 부족한 상황이다. 그러나 지난 70여 년간 몽골 패션 산업의 구조 또한 크게 변화했다. 국내·외의 투자로 대기업과 중소기업이 생겨났고, 공장이 가동되었지만 여전히 수입품에 많이 의존해야 하는 현실에 처해 있다. 그러나 패션 업체가 늘어 가며 그들은 몽골 전통 복식 디자인을 바꾸어 축제복, 일상복 등으로 다양하게 만들어 전시 판매하는 것이 유행하였다.

3) 수출입 산업

몽골은 아연, 구리, 철, 석탄, 금, 은 등 다양한 광물을 생산 및 수출하고 있다. 하지만 몽골 경제는 광물생산에 절대적으로 의존하는 산업 구조적 문제뿐만 아니라, 수출대상국의 편향 문제도 심각하다. 대부분 광물 수출의 인접국인 중국과 러시아에 집중되어 있어, 수출국가의 다변화가 이루어지지 못하고 있다. 몽골 패션산업 관련하여 특히 캐시미어 시장은 중국이 주로 생산하는 중저가 제품

을 중심으로 성장하고 있어서 중국 캐시미어 산업의 변화는 몽골 캐시미어 산업과 밀접하게 연결되어 있다(Yu & Ko, 2014). 최근의 패션산업 분야의 수출품은 소모 캐시미어와 양모 가공 가죽을 비중을 차지하며, 2012년에 약 6백 5천 달러 소모 캐시미어와 6백 3천 달러 양모 가공가죽, 2백 5천 달러 제품을 중국으로 수출하였다. 이 분야의 제품의 제일 많은 비중을 차지하는 국가는 중국이며, 그 다음으로 이탈리아와 한국 등이 있다(Punsantsogvoo, 2014). 또한, 몽골 패션산업을 발전시키기 불안정한 품질의 중국 제품과 수입이 밀려들어오고 있다. 자원 소재가 풍부한 이유로 캐시미어 산업분야는 성장하여 발전했으나, 가죽, 피혁, 염소 등으로 완제품을 만드는 기술과 최신 장비가 부족해서 정련 캐시미어, 소모 염소 털, 가공 가죽을 다른 국가로 수출해야하기 때문에 봉제분야는 그만큼 발전하지 못했다. 패션이 유행의 개념과 동반되듯 몽골 젊은 세대들은 한국 음악, 가수, 노래, 드라마 등을 통해 한국 패션스타일을 좋아하고 많은 관심을 갖고 있다. 이로 인해 한국으로부터 수입된 상품은 계절과 관계없이 잘 판매되기도 한다.

3. 몽골 패션산업의 발전과 특성

몽골 패션산업은 시대 흐름에 따라 다양한 변화를 겪어왔다. 1934년의 러시아의 후원을 통해 의류산업단지가 건설되었던 것은 몽골 패션산업 발전의 시발점이 되었다(Punsantsogvoo, 2014). 1950-1960년대 몽골에서는 러시아 여성들과 결혼하는 것이 유행이 되어 몽골 여성들이 니트 셔츠와 무릎까지 긴 치마를 착용뿐만 아니라 헤어스타일에도 변화가 있었다. 1970년대에는 미니스커트는 여성들에게 대대적인 인기를 끌었으며 1980년대 이후 몽골 캐시미어 브랜드의 본격적인 활동으로 소비자들이 가디건, 바지, 셔츠 등을 많이 착용하게 되었다. 그러나 1990년대 이후 몽골은 시장경제체제로의 전

환과 대외개방을 본격적으로 추진하기 위해 광범위한 경제개혁을 단행하였다. 이로 인해 중국, 러시아 등과 같은 주변 국가에서 다양한 제품들을 수입하여 판매하기 시작하였다. 제한적인 국가를 통해 수입되는 의류제품들은 몽골 패션산업의 소비자들에게 제한적이고 한정적인 스타일만을 제공하였고, 패션기술의 발전과 성장을 가로막았다. 그러나 현재 몽골 패션 캐시미어 브랜드들은 다양한 상품을 통해 소비자의 많은 관심을 이끌고 있다. 또한 복식문화는 더욱 풍성해지고 발전하여 전통 복식의 형태를 전통 줄업식, 파티 때 입게 되었다. 또한 몽골의 현재 패션시장은 중국, 한국뿐만 아니라 다양한 국가로부터 영향을 받고 있으며 영향을 미치기도 한다. 특히 캐시미어 산업분야는 이미 세계에 널리 알려져 있고 인기를 얻고 있다. 아래의 <Figure 8>은 몽골 패션산업의 시대별 주요

흐름과 그 특성을 나타낸 것이다(Figure 9-16).

III. 몽골 캐시미어 산업의 특성

1. 몽골 캐시미어 산업의 발전

몽골 캐시미어 산업을 크게 목축분야와 가공분야로 나누어 생각할 수 있는데, 목축분야는 몽골의 경제와 전통문화의 근간이 되는 유목인으로 이루어져 있다. 공정 과정은 다음과 같다. 목축업자들은 설날이 지나고 봄의 삼월과 사월에 염소 털을 소모(combining)하고, 국내 캐시미어 산업과 개인사업자에게 판다. 1989년 구소련 연방과의 결별로 시작된 시장 경제로의 전환기 동안 가축의 사유화가 시행되고 가격 통제가 철폐되면서 가축의 수,

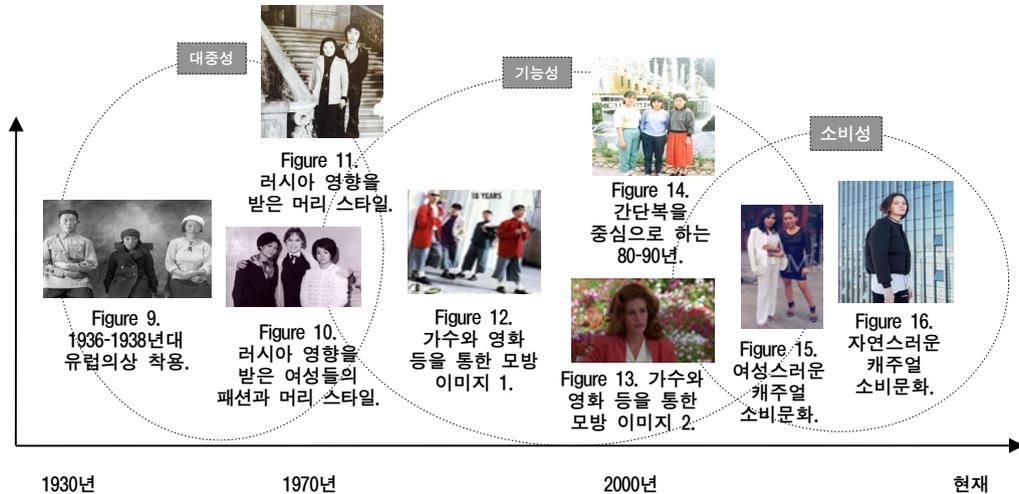


Figure 8. 몽골 패션산업의 시대 흐름과 특성.

Figure 9. From Хөдөлмөрийн баатар, ардын жүжигчин Л. Цогзолмаа "Бумбугур Ногоон": д арван настайдаа анх орж үзсэн [Folk actress of labor L. Tsogzolmaa: "Bumbugur Nogoон" first came to the age of ten]. (2016). <http://ubsonin.mn>

Figure 10. From Д.Мэндбаяр: Би есдүгээр ангиасаа мэргэжлийн жүжигчин болох гараагаа элсэн [I started my career as a professional from the ninth grade]. (2015). <http://ubsonin.mn>

Figure 11. From The author's own album. (1975).

Figure 12. From Зураг түүх өгүүлнэ: Камертон хамтлаг [Animated stories: Camerant band]. (2014). <https://cosmopolitan.mn>

Figure 13. From Serata Revival: Pretty Woman. (2013). <http://poschina80.wordpress.com>

Figure 14. From The author's own album. (1989).

Figure 15. From Топууд хамтдаа цахим ертөнцийхнийг гайхуулж байна [Top models online word together]. (2016). <http://mnews.mn>

Figure 16. From Explore Mon Style, Michel, and more!. (2015). <https://www.pinterest.com>

그중에서도 특히 캐시미어 염소의 사육은 크게 증가하였고, 목축업에 종사하지 않았던 인구들도 새로이 목축업에 유입되었다. 몽골은 1975년에 일본의 원조를 받아 처음으로 캐시미어와 낙타모직 제품의 제조에서 마무리까지 모든 단계를 포함하는 생산단지를 지었다(Lkhagva, 2014).

몽골에서 캐시미어를 가공하는 산업은 1981년부터 시작되었으나, 본격적인 발전은 1990년대 해외 자본이 본격적으로 유입되면서 시작되었다. 몽골과 일본 정부의 공동 노력에 의해 1981년에 연평균 1,000톤 캐시미어 섬유와 200톤의 낙타모를 가공할 수 있는 고비 공장(Gobi Factory)이 설립되었다. 현재 몽골에서는 고비를 비롯하여 알타이 캐시미어(Altai Cashmere), 고요(Goyo) 등 20여 개의 큰 회사들이 완제품을 생산하여 관광객을 대상으로 판매하거나 수출을 이루는 등 완제품 제조업도 발전하고 있어서 초기 단계에서 발전 시작 단계로 진행하고 있다. 또한, 하탕 술제(Khatan Svljee), 오드 캐시미어(Od Cashmere), 설 캐시미어(Sor Cashmere) 등 50여개의 중소기업들은 캐시미어 실을 이용해 완제품을 생산하고 있다. 캐시미어 제품의 생산을 위한 공장은 크게 선모(sorting)와 세모(scouring), 거친 걸털(guard hair)의 탈모(dehairing), 소면(carding), 표백과 염색 정방(squaring), 니트나 직물 제조 봉제 및 마무리 가공(finishing) 과정으로 구성되어 있다. 몽골의 캐시미어 산업에는 1차 산업인 축산업인 목축분야 이외에, 캐시미어 섬유를 정련 가공하고, 제품을 생산하는 가공분야가 있다. 이 분야는 경제의 중요 역할을 담당하고 있는 분야로서 국내 총생산의 60% 이상을 점유, 현재 몽골의 주요 경제정책으로는 목축업에 관련된 산업의 비중을 두고 캐시미어, 가죽제품 등 축산업 발전을 위한 정책에 초점을 두고 있고, 외국 자본과 기술을 적극적으로 유치하고 있다(Min & Oyunjargal, 2007).

2. 몽골 캐시미어 브랜드의 차별성

국내·외 시장에서 널리 알려진 고비 캐시미어(Gobi Cashmere)는 캐시미어를 전문으로 하는 세계적으로 대표적인 5개의 브랜드 중 하나로 자리매김하고 있다. 정부 소유의 회사로 거의 30여 년간 운영되었던 고비 캐시미어는 2007년 7월 공장 국유 주식이 FCI(Factor Chain International), LLC (Limited Liability Company)에 판매되기 시작하면서 새로운 관리 시스템(민영화 생산, 수출 효율성) 등을 통해 새로운 장을 열게 되었다. 즉 정부 소유 주식은 개인 소유자에게 판매되었기 시작하였고, 새로운 캠페인은 새로운 브랜드를 소개하고 매력적이면서 혁신적인 전통을 지속하기에 전념하였다. 최신 기술과 지속적인 품질의 향상, 디자인의 개발에 따라 고비 캐시미어의 제조 방법은 경쟁에서 우위를 차지했다. 원료 조달에서 고객에게 발송되는 최종 의류의 마무리까지 고비 공사는 지속 가능한 경영과 생산, 품질 관리 등 모든 단계에 있어서 철저한 관리를 하여 고객의 만족도를 충족시키는 것을 목표로 하고 있다.

고비 캐시미어의 생산 단계 공장을 살펴보면 구분공장(division factory), 세모공장(scouring factory), 탈모 구별 공장(dehairing factory), 염색과 혼합공장(dyeing and blending factory), 방적공장(spinning factory), 뜨개질공장(knitting factory), 방직공장(weaving factory), 뜨개질 완성공장(knitted factory), 품질 표준 보증(Quality standard assurance) 등 9개 공장과 고비 살롱(Gobi salon)으로 이루어졌다. 이로써 전 세계에서 오직 5개 중 하나의 통합 캐시미어 제조업체가 되었다(Punsantsogvoo, 2014). 몽골 캐시미어의 특성은 몽골의 역사 문화와 전통적인 느낌을 표현하는 회화 프린트로 하는 작품들이다. 몽골 회화의 역사에 제일 유명한 그림들인 『몽골의 하루』, 『신기루』 등 작품뿐만 아니라 다른 역사, 문화를 표현하는 다양한 프린트 원피스, 숄들



Figure 17. 고비의 새로운 브랜드 야마(Yama) 캐시미어 제품.
From Gobi Cashmere. (2016).
<https://www.facebook.com>

이다. 아름다우면서 세련된 제품들은 내수시장뿐만 아니라 세계의 캐시미어 시장에서 인기가 많은 제품이자 몽골 역사 문화를 표현하는 예술이라고 할 수 있다. 또한, 세계 최고의 비즈니스 잡지 『Fortune』에서는 몽골 경제 발전 부문 광업, 관광, 농업, 정보 통신 산업의 주요 기업 및 정부에서 그 분야를 개발하기 위한 수행하는 조치에 대해 기사화하였다. 그러면서 고비 브랜드의 특징은 세계적으로 경쟁력이 있는 가격과 품질의 캐시미어 제품에 대한 현대적인 장비를 갖추고, 우수한 서비스를 제공하기 위해 노력하는 몽골의 캐시미어 브랜드라고 강조했다(Punsantsogvoo, 2014). 이와 같은 몽골 캐시미어 산업들은 이미 세계적으로 알려져 있는 것을 알 수 있다.

몽골 캐시미어 브랜드는 제품 속에 몽골 전통과 역사의 문화를 잘 표현하며 캐시미어 특징과 아름다움을 보여준다. 특히 캐시미어 솔에는 몽골

생활, 꽃, 아름다운 여성의 모습 등이 다양한 이미지와 색으로 표현되기도 한다. 또한 몽골 염소의 자연 털로 만드는 제품들의 색들은 더 자연을 형상화한 이미지에 어울리고, 몽골 자연을 느낄 수 있게 럭셔리 캐시미어 제품을 만들어낸 고비 새로운 브랜드 야마(YAMA) 캐시미어는 몽골 캐시미어의 제품 특성을 잘 나타내고 있다. 다음은 세계 패션시장의 제품을 매출하는 몽골의 대표적인 브랜드인 고비 <Figure 17>, <Figure 18>, <Figure 19>와 고요 <Figure 20>, <Figure 21>, <Figure 22> 제품 이미지이다.

각 브랜드는 이탈리아, 일본, 미국, 영국, 한국, 러시아 등 세계 각지의 20개가 넘는 국가에서 제품을 판매하고 있다(Punsantsogvoo, 2014). 캐시미어는 소비자가 신체적으로 쾌적하고, 사회 심리적으로 만족스러우며 소비자가 처한 사회적 상황의 규범에 맞으며 동시에 미적으로 아름다워야 한다.



Figure 18. 고비 캐시미어 제품 1.

From Говь ХК: Монгол ахуй соёл Европийн загварын тай знаа [Mongolian culture European crossing fashion]. (2016).
<http://news.gogo.mn>



Figure 19. 고비 캐시미어 제품 2.

From Говь ХК: Монгол ахуй соёл Европийн загварын тай знаа [Mongolian culture European crossing fashion]. (2016).
<http://news.gogo.mn>



Figure 20. 고요 캐시미어 제품 1.
From F/W 2016-17. (2016).
<http://www.goyo-cashmere.mn>



Figure 21. 고요 캐시미어
제품 2.
From S/S 2016. (2016).
<http://www.goyo-cashmere.mn>



Figure 22. 고요 캐시미어 제품 3.
From Capsule Collections. (2017).
<http://www.goyo-cashmere.mn>

앞서 고찰된 몽골의 캐시미어 브랜드는 소비자에게 세련되고 독특한 컬렉션으로 최고 디자인과 합리적인 가격, 고유한 이미지를 가지고 있는 제품을 제공한다.

3. 몽골 캐시미어 산업의 경쟁력

몽골은 중국에 이은 세계 2위의 캐시미어 생산국이며, 세계 20위 수준의 양모생산국이다. 몽골의 캐시미어 관련 산업은 몽골 인구의 1/3에게 소득을 제공하고, 노동 인구의 16% 이상에게 일자리를 제공하고 있으며 특히 몽골 빈곤층에 주 소득원으로 경제·사회적으로 중요한 산업이다(Gurbazar, 2012). 몽골에서 캐시미어를 가공하는 산업은 1980년부터 시작되었으며, 1983년 일본의 무상지원으로 고비 캐시미어, 1993년에 알타이 캐시미어와 고요 캐시미어 등이 설립되었고 현재까지 성공적으로 국내 및 해외에 제품을 판매하고 있다. 또한, 이 브랜드들은 원료가공부터 완제품까지 생산하여 세계 30여개의 국가에 200여개의 제품을 수출한다. 현재 몽골 전국 캐시미어 20개 이상의 대기업, 50개 이상의 중소기업이 있으나 이중 정련(washing)만 하

는 기업이 50%, 소모(combining)까지 하는 기업이 40%이며, 완제품까지 생산하는 기업은 10%에 그치고 있다(Ноос ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл [Wool products], n.d.). 정련이나 소모와 같은 1차 가공을 한 캐시미어 원사는 중국, 유럽, 일본 등지로 수출되는데, 유럽으로 수출되는 고급 캐시미어 원사 시장은 상대적으로 안정적이다. 완제품을 생산하는 공장은 실을 구입하여 니트 의류를 생산하거나 방적부터 완제품 생산까지 수직통합을 한 기업도 있다. 전 세계 캐시미어 생산량은 연 18,000톤 정도이며, 몽골은 중국에 이은 제 2의 캐시미어 생산국으로 연간 7,000-8,000톤의 캐시미어를 공급하고 있다. 전체 중 정련 캐시미어 기업이 50%, 소모 캐시미어 기업이 40%, 완제품까지 생산하는 기업이 10%를 차지한다. 그리고 이탈리아, 영국, 미국, 스위스, 일본 등 30개 이상 국가에 캐시미어·양모, 낙타 울 제품을 수출한다. 몽골 국내 시장에서 연 228개 니트 제품, 650m 섬유를 제조하는 것으로 조사가 나왔다(Gurbazar, 2012). 캐시미어 공장의 최대 투자자는 중국이고(58.6%), 그 외에 미국과 영국(15.5%), 일본(6.4%), 그리고 이탈리아, 한국, 스위스(8.5%)가 투자 하고 있으며, 나머지 11%만이 몽

폴 국내 자본이 사용되고 있다(Amartuvshin, 2011).

1994년 몽골 정부는 국내 산업을 보호하고 육성하기 위하여 캐시미어 원료 수출을 금지하였고, 1997년에는 수출 금지를 수출세로 전환하였다(Yu & Ko, 2014). 그러나 몽골에서는 중국으로의 밀수출 증가를 통해 몽골 가공업자에 대한 공급이 감소하여 가동률이 저하되는 역효과를 가져왔으나, 그럼에도 수출세는 캐시미어 원자재가 과도하게 중국에 수출되는 것을 어느 정도 방지한 것으로 평가되고 있다(Gurbazar, 2012). 그러나 이와 같은 가공분야에 대한 정부의 지원은 캐시미어 원료를 생산하는 목축업자의 이해와는 상충하고 있어서 갈등을 유발하고 있다. 중국은 캐시미어의 주요 생산국이지만, 또한 몽골 캐시미어 원료의 50% 이상을 수입하는 수입국으로 몽골 캐시미어 산업에 큰 영향을 미치고 있다. 특히 캐시미어 시장이 중국에서 주로 생산되는 중저가 제품을 중심으로 성장하고 있어서 중국 캐시미어 산업의 변화는 몽골 캐시미어 산업과 밀접하게 연결되어 있다. 몽골 캐시미어 산업은 시장의 소요, 세계 경제, 자연 재해는 물론이고 중국과의 경쟁으로 인해 어려움을 겪고 있지만, 자원 개발을 제외한 몽골의 최대 유망산업으로 몽골정부는 관심을 갖고 육성하고 있다(Punsantsogvoov, 2014). 몽골정부는 향후 10년간 1억불을 투자하기로 결정하여 품질 개선, ISO 등 지원책을 마련하고 있다. 그리하여 2012년에는 정부 지원에 힘입어 몽골 캐시미어 제품의 생산과 수출은 30% 가량 증가하였으며, 지속적인 지원이 있으면 2017년에는 모든 캐시미어 원료를 1차 가공할 수 있으며, 20,000개의 일자리를 창출할 수 있을 것으로 예측되고 있다(Ноос ноолууран бүтэ эгдэхүүний үйлдвэрлэл [Wool products], n.d.). 그리고 현재 몽골 캐시미어 대기업에서는 이탈리아 출신 디자이너들이 근무하며 소비자들에게 세련된 캐시미어 컬렉션을 제공하고 있다.

IV. 몽골 패션산업 분석과 발전 방안

앞서 고찰된 몽골의 패션산업 현황을 바탕으로 이를 보다 체계적으로 살펴보기 위해, 패션산업의 내부 환경 요인과 외부환경 요인을 통해 강점과 약점, 기회와 위협 요소를 <Table 1>과 같이 도출해 보았다.

몽골 패션산업의 현황을 SWOT(strength, weakness, opportunity, threat) 분석을 통해 살펴본 결과 다음과 같다. 첫째, 강점요인은 독자적 전통미, 풍부한 자원, 고품질의 캐시미어 산업을 들 수 있다. 둘째, 약점요인으로는 봉제 기술과 환경의 취약함, 생산 장비의 부족과 노후, 상품의 제한적 수출, 몽골의 넓은 지리 여건과 교통수단의 한계에 따른 조건 등을 들 수 있다. 셋째, 기회요인으로는 대외 무역의 증가, 정부의 투자로 제조 과정의 국제 표준 도입, 수출 및 금융 지원 정책, 캐시미어 제품 수출 대상 국가 증가, 시민의 세계 트렌드 및 문화에 대한 관심도 증가가 있다. 넷째, 위협요인으로는 중국 캐시미어 시장의 확대, 중국 기술력 증가와 제품군 확대, 외국 경쟁업체의 몽골 국내 진입을 위한 경쟁, 자연 재해로 인한 원료 공급 감소가 있다.

강점 요소인 몽골의 독자적 전통미는 패션산업에서 활용할 수 있는 고유자산이므로 이를 세계 트렌드에 맞게 발전시키기 위해 노력할 필요가 있다. 또한 몽골의 풍부한 자원 중 섬유산업과 관련하여 양, 염소 등의 목축업이 발달되어 있다. 특히 캐시미어 제품은 가격경쟁력과 품질이 뛰어나서 유럽 등지로의 수출이 활발히 이루어지고 있다. 현재 몽골에서 사육되는 양과 염소의 수는 5천만 마리에 육박하고 있다(Punsantsogvoov, 2014). 그러나 현재 캐시미어와 가죽제품을 제외한 일반 섬유 산업은 발전하지 못하고 있다. 몽골은 면화가 아닌 목축업산업을 이용한 가죽의류를 포함한 산업이 활발하게 발전하여 세계 시장에 알려져 있다. 하지만 목축산업에서 더 높은 경쟁력을 가지기 위

Table 1. 몽골 패션산업 현황 SWOT 분석.

<ul style="list-style-type: none"> · 독자적인 전통적인 미/다양한 전통소재 · 풍부한 자원: 캐시미어, 가죽, 피혁, 양모 등 · 캐시미어와 양모 완제품까지 과정 생산 가능 · 캐시미어 제품의 세계시장 인지도 · 캐시미어 브랜드들이 경험 및 성공 	<ul style="list-style-type: none"> · 봉제 분야가 발전 하지 못 함 · 수입품 때문에 가격 불안정 · 최신 장비 부족, 생산 기술 노후 · 가죽 및 피혁 등 1차 가공품의 제한적 수출 · 제품 다양하지 않음 · 디자인이 약함/전문 교육 대학의 부재 · 넓은 지리적 여건 및 교통수단 경로 취약 	<p>내부시장</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 대외 무역 증가, 특히 캐시미어와 양모 제품 · 정부의 투자로 제조 과정의 국제 표준 도입 · 수출 및 금융 지원정책 등 마련 · 캐시미어 제품 수출 국가 증가 · 다양한 스타일과 패션에 대한 관심도 증진 · 세계적 패션트렌드의 공유/문화의 공유 	<ul style="list-style-type: none"> · 중국 캐시미어 시장의 확대 · 중국 기술력 증가 및 제품군 확대 · 외국 경쟁업체들의 국내 진입에 따른 경쟁 · 자연 재해 때문에 원료 공급 감소 	<p>국제시장</p>

해서 목축업의 대형화가 이루어져야 할 것이다. 이는 다시 섬유 및 의류산업의 발전을 유도할 수 있을 것이다. 내수시장의 한계 및 마케팅 전략의 부족, 산업정책의 부재를 극복하고 가죽제품 및 캐시미어 산업을 중점적으로 발전시켜 나가야 할 것이다.

약점요인으로 몽골에서는 풍부한 자원과 전통소재를 통한 캐시미어 산업을 통해 패션산업이 발전했다는 점이 오히려 걸림돌이 되기도 하여 봉제 분야는 아직까지 발전하지 못하고 있다(Punsantsogvoo, 2014). 또한, 수입품과 외국 경쟁업체들이 늘고 있으므로 내수 기술력과 브랜드가 성장하기 위해서는 관련 기술을 도입하여 발전시켜야 한다. 국내 완제품 생산력의 발전을 통해 수입품을 통한 가격 불안정을 막을 수 있다. 그리고 현재 몽골의 약점요인인 가죽 피혁의 1차 가공품의 제한된 수출에서 완제품의 양을 늘릴 수 있도록 기업은 생산체계를 갖추고 기술을 전파하여 체계화할 필요가 있다. 현재 대기업에서 디자인력 향상을 위해 이태리 출신 디자이너를 고용하고 있지만 전문 교육 육성 사업을 통해 국내 인력 양성에도 힘을 써야 하겠다. 몽골은 또한 경제 발전을 통해 넓은 지리적 여건을

극복하기 위해 교통수단에 대한 투자가 이루어져야 한다. 또한, 현재 몽골에는 패션 관련 전공이 있는 대학교는 6개 밖에 없으며, 석사 과정이 있는 대학교는 몽골 국립대학교가 유일하다. 이는 관련 전문가 배출 턱없이 부족한 것을 나타낸다.

기회요인으로는 캐시미어와 양모 제품을 중심으로 한 대외 무역의 증가가 대표적이며, 정부의 투자로 제조 과정의 국제 표준이 도입된다는 점이다. 또한 수출 및 금융 지원정책 등이 마련되고 있다. 몽골 패션산업의 약점을 보완하면서 기회를 활용하기 위해서는 캐시미어와 가죽가공 원료를 수출하는 것보다 완제품을 만들 수 있는 기술을 도입할 필요가 있다. 또한, 전문 인력의 육성과 확보를 위해 산학연관 협력체계를 마련하여 기존 직원의 역량을 강화하고, 신규 인재의 확보를 도모하면 몽골 패션산업의 발전에 큰 영향을 미칠 수 있다.

위협요인으로서 몽골은 가격이 저렴하고 품질이 떨어지는 중국제품의 유통을 막기 위해 지속적인 전략을 세워야 한다. 안정적이지 않은 중국 제품과 수없이 밀려들어오는 다른 수입품을 줄이고 내수 시장에 내부 제품을 생산하기 위한 노력이

Table 2. 몽골 패션산업 현황 SO, ST, WO, WT 세부분석.

SO전략	ST전략	WO전략	WT전략
<ul style="list-style-type: none"> ·몽골 국내 캐시미어 및 가죽 산업의 자체 브랜드 개발 및 해외 마케팅 ·몽골 정부의 중·장기 경제 개발 계획 수립 및 단계별 발전 도모 	<ul style="list-style-type: none"> ·몽골 내 패션기업의 경쟁력 강화를 위한 노력 ·수출 강세 지역에 대한 체계적인 소비자 관리 및 시장 확보/확장 	<ul style="list-style-type: none"> ·캐시미어 및 가죽가공 원재료 수출 보다는 완제품 생산할 수 있는 기술력 도입 ·몽골 정부의 투자로 제조 과정의 국제 표준 도입 ·수출 및 금융 지원정책의 일관성 있는 추진 	<ul style="list-style-type: none"> ·불공정 무역 행위 제품의 유통 근절을 위해 정부 및 민간 차원의 국내시장 정화 ·기술, 디자인, 마케팅 분야의 인력 육성과 역량 강화·교육 지원 및 국내외의 관련 기관과의 교류 확대 ·내수 브랜드의 발전, 다양한 디자인 제품을 통한 안정된 가격 추구

요구된다. 정부 및 민간 차원에서 국내시장을 강화하기 위해 노력하고 기술, 디자인, 마케팅 분야의 인력 육성과 역량 강화를 위해 노력해야한다. 또한, 교육 지원과 국내·외 관련 기관과의 교류를 확대하는 것이 현재 몽골 패션산업을 발전시키고 수출품을 다양하게 늘릴 수 있는 방안이다. 약점을 보완하고 위협을 극복하기 위해서는 정부와 전문가의 공동 노력이 필요하여 몽골 패션산업 특성을 더욱 살려 주며 강화해야 한다.

<Table 2>는 위의 SWOT분석을 바탕으로 한 SO, ST, WO, WT전략을 정리한 것이다. SO전략 즉 강점과 기회 전략으로는 몽골 국내 캐시미어와 가죽 산업은 그 간의 경험을 바탕으로 자체 브랜드를 개발하여 적극적으로 해외시장에 대한 마케팅을 전개해 나가야 할 것이다. 몽골 정부는 중·장기 경제개발 계획을 수립하고 각 단계별 전후방 연관 산업의 발전을 추진해 나가야 한다. ST전략은 강점과 위협요인으로 몽골 내 패션기업들은 가격이 저렴하고 품질이 떨어지는 중국 제품의 유통을 막기 위해 지속적으로 노력해야 한다. 이를 위해 시장개선을 진행하고 기존에 수출 강세를 보이고 있는 지역에 대한 체계적인 소비자 관리를 하여 시장 확보에 노력을 강화해 나가야 한다. WO 전략으로 약점을 보완하고 기회를 활용하기 위해서 캐시미어와 가죽가공 원재료를 수출하는 것보다 완제품을 생산할 수 있는 기술을 도입하는 것

이다. 이를 통해 오래 동안 발전하지 못했던 봉제 분야가 집중적으로 발전 하게 될 가능성이 높다. 몽골 정부의 투자로 제조 과정의 국제 표준 도입과 수출 및 금융 지원정책을 일관성 있게 추진할 필요가 있다. WT전략으로 약점을 보완하고 위협을 극복하기 위해서는 최우선적으로 불공정 무역 행위 제품의 유통을 근절하기 위해 정부 및 민간 차원의 국내시장을 정화하도록 노력해야한다. 또한, 기술, 디자인, 마케팅 분야의 인력 육성과 역량 강화를 위한 교육 지원 및 국내·외 관련 기관과의 교류를 확대해 나가는 것이 필요하다. 봉제 분야의 발전을 통해 수입품을 줄이고 내수에서 생산되는 다양한 스타일의 디자인을 소비자들에게 제공할 필요가 있다. 이를 통해 소비자들에게 안정된 가격의 다양한 제품을 제공할 수 있다.

V. 결론

몽골은 1921년 인민혁명을 성공한 이래 70여년 가까이 사회주의체제를 유지하였고, 1990년 이후 시장경제체제를 시작하면서 2000년 이후 안정기를 맞이하고 있다. 본 연구는 몽골 패션산업의 현황과 발전 방안을 알아보기 위해 시장전환기전과 시장전환기후로 나눠 살펴본 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 시장 전환기 전에 경공업의 유래(1930-1960년대) 시기 패션산업이 시작되었고, 처음으로 봉제 공장이 생김어 니트 제품, 가죽·펠트 신발 등 사회에 중요한 제품들을 생산하는 시기였다. 의류 산업의 발전(1970-1998년대) 시기는 의류산업단지가 급속히 발전했고, 공장이나 관련 학교 등이 설립되었다. 시장 전환기(1990-2000년대) 시기 초기부터는 의류공장 생산량이 급속히 줄어들어 많은 공장들이 문을 닫게 되었다. 이후로 자본주의 시스템으로 전환하여 가치 있는 의류 공장이나 경공업을 정부에서 관리하고 개인 사업자들은 해외에서 저가의 저 품질 제품을 수입하였다.

둘째, 시장 전환기 이후의 패션산업 현황은 다음과 같이 고찰되었다. 자본주의 시장으로의 전환 이후인 2000년부터 봉제 분야가 거의 없어지고, 현재 패션시장에 국가의 공무원들의 제품제작을 한계로 연년에 약 3천 6백 투크릭(₮: 몽골의 화폐 단위)의 제품을 제조한다. 또한, 2014년 9월 기준 섬유·의류 분야는 1억천만 달러 제품을 수입하였으며 25억 6천 6백 달러의 소모 캐시미어, 정련 캐시미어를 수출하였다. 이는 몽골 패션산업의 캐시미어·양모 산업이 성공적으로 발전하고 있는 것을 보여준다. 몽골의 캐시미어 산업은 전 세계에 2위로 기록하며 생산량이 7,000-8,000톤 캐시미어를 공급하였고, 몽골 국내 시장에서 연 2백 28개 니트 제품, 6백50m 섬유를 제조하는 것으로 조사가 나왔다. 그러나 캐시미어 제품만으로 국내시장의 흐름이 원만하다고 판단할 수는 없다.

셋째, 몽골의 패션산업의 현황을 살펴본 결과 전통적인 디자인의 지속적인 관심과 전통적 요소의 활용은 꾸준히 나타나는 것을 알 수 있다. 전통복식의 지속적인 착용과 더불어 전통적인 요소가 가미된 현대복식이 다양한 형태로 나타나고 있었다. 내수 시장은 봉제 제조업의 발전이 미비하여 소비자들은 수입품에 의존해야 하는 상황이다. 몽골은 세계 2위의 캐시미어, 20위의 양모 생산국

으로 인구의 16%에게 일자리를 제공하고 있다. 중국은 몽골 캐시미어 원료의 50% 이상을 수입하고 있으며 중국의 중저가 캐시미어 제품을 중심으로 하고 있으므로 몽골의 캐시미어 산업은 이에 영향을 받는다.

넷째, 본 연구의 SWOT 분석을 통해 도출된 SO 전략, ST전략, WO전략, WT전략 결과에서 몽골 패션산업의 방향성을 가늠해 볼 수가 있다. 또한 몽골 캐시미어 브랜드와 봉제 산업 분야의 위협 요소를 알 수 있었다. SO전략으로는 몽골 정보의 중·장기적 경제개발 계획 및 발전을 통해 몽골 국내 캐시미어 및 가죽 산업을 포함한 다양한 내수 브랜드 개발과 발전이 필요하다. ST전략으로는 몽골 패션기업의 경쟁력 강화와 수출의 기회 확대 및 체계적인 소비자 관리를 통 진행해야 한다. WO전략으로는 캐시미어와 가죽 원재료 수출에 치중했던 산업에서 완제품 생산을 할 수 있도록 변화하여야 한다. 또한 정부의 투자로 제조과정에 국제 표준을 도입하여 관리할 수 있도록 하는 등 수출과 금융 지원이 일관성 있게 추진되어야 한다. WT전략은 불공정 무역 행위와 유통을 근절하기 위한 정부와 민간 차원의 노력을 통해 국내시장이 정화되고, 패션산업의 전문 인력 교육 기관을 통한 육성과 역량 강화를 진행해야 한다. 결과적으로 내수 패션산업 브랜드의 발전으로 이어져 소비자는 다양한 상품을 제공 받고 시장 가격 또한 안정될 수 있을 것이다.

연구에 대한 제한점 및 제언은 다음과 같다. 연구의 제한점은 몽골 패션산업을 총체적인 관점에서 연구하기에는 턱 없이 관련 자료가 부족하다는 점이다. 이로 몽골 패션산업의 주력 분야인 캐시미어 산업 관련 내용에 연구의 비중이 치중되었다. 본 논문은 몽골 패션산업의 주요 특성과 현황을 중심으로 진행되었고 이를 분석하여 향후 발전하는데 도움이 될 요소들을 제안하였다. 후속 연구로는 몽골 패션산업의 현황에 따라 세부적이고 보

다 더 체계적인 방법에 대한 연구가 이루어져야 한다고 본 연구자는 제안한다.

Reference

- Amartuvshin, D. (2011). *A study on the adoption of lean manufacturing method in Mongolian cashmere industry*. Unpublished master's thesis, Ulsan University, Ulsan.
- Capsule Collections. (2017, March 26). *Goyo*. Retrieved June 18, 2017, from <http://goyo-cashmere.mn/collections/capsule-collections/spring-summer-2017>
- Explore Mon Style, Michel, and more!. (2015, September 17). *Pinterest*. Retrieved June 20, 2017, from <https://www.pinterest.com/pin/233413193168128076>
- F/W 2016-17. (2016, September 12). *Goyo*. Retrieved June 18, 2017, from <http://www.goyo-cashmere.mn/collections/fallwinter-2016-17/2016-17>
- Gobi Cashmere. (2016, November 9). Тансаг зэрэглэлийн YAMA брэнд [Yama luxury cashmere brand]. *facebook*. Retrieved February 14, 2017, from <http://www.facebook.com/GobiCashmere/photos/a.1438125486216871.1073742183.112505578778875/1438127089550044/?type=3&theater>
- Gurbazar, K. (2012). *A study on the competitiveness of Mongolian cashmere industry*. Unpublished Master's thesis, Kyungpook National University, Daegu.
- Halh married woman's outfit. (n.d.). *VIRTUAL COLLECTION OF ASIAN MASTERPIECES*. Retrieved February 15, 2017, from <http://m.masterpieces.asemus.museum/masterpiece/detail.nhn?objectId=10619>
- Jargalsaikhan, T. (2012). *The effects on business performance of Korean companies marketing characteristics in Mongolia*. Unpublished doctoral dissertation, Kangwon National University, Chuncheon.
- Lee, T. Y. (2004). A study on the importance of cashmere industry in Mongolian economy. *The Journal of Social Sciences*, 19(-), 1-20.
- Lkhagva, N. (2014). *Indigo dyeing on Mongolian cashmere fibers*. Unpublished master's thesis, Incheon National University, Incheon.
- Michel & Amazonka хавар, зун 2016 цуглуулга гарлаа [Michel & Amazonka, S/S 2016 fashion collections]. (2016, June 3). *Buro247*. Retrieved September 17, 2016, from <http://www.buro247.mn/fashion/collections/michel-amazonka-khavar-zun-2016-tcugluulga-garlaa.html>
- Min, K. H., & Ouyngjargal. (2007). Economic development strategies of Mongolia. *Korea-Mongolia Economics and Business Association*, 18(2), 90-107.
- Punsantsogvoo, N. (2014). *A study on status & development of Mongolian fashion industry: Focused on cashmere industry*. Unpublished master's thesis, Dankook University, Yongin.
- Serata Revival: Pretty Woman. (2013, August 14). *Poschina's way of life*. Retrieved June 18, 2017, from <https://poschina80.wordpress.com/2013/08/14/serata-revival-pretty-woman>
- S/S 2016. (2016, May 9). *Goyo*. Retrieved June 18, 2017, from <http://www.goyo-cashmere.mn/collections/spring-summer-2016/2016>
- XEROX. (2012, April 18). Оддын дайн кино Монголоос ямар санаа зээлдсэн бэ? [What idea borrowed Star Wars movie Mongolia?]. *CAAK*. Retrieved February 12, 2017, from <http://www.caak.mn/view/8249776/?modules>
- Yu, H. K., & Ko, S. Y. (2014). Survey on strategies for developing the Mongolian cashmere industry. *Journal of the Korean society of Costume*, 64(2), 84-97. doi:10.7233/jksc.2014.64.2.084
- Байкалын загварын долоо хоног: Michel & Amazonka Намар-Өвөл 2016/2017 [Baikal Fashion Week: Michel & Amazonka fall-winter 2016/2017]. (2016, November 4). *Buro247*. Retrieved February 17, 2017, from <http://www.buro247.mn/fashion/collections/baykalyn-zagvaryndoloo-khonog-michel-amazonka-namar-v-i-2016-2017.html>
- Б. Б. (2007, December). Монгол арьс ширэн бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл ба дизайн [Mongolian leather products and design]. “ХУВЦАС ДИЗАЙН-ОДОО, ИРЭЭДҮЙ” ЭРДЭМ ШИНЭЖИЛГЭЭ-ОНОЛ, ПРАКТИКИЙН Н БАГА ХУРЛЫН ЭМХЭГТЭЛ, *Ulaanbaatar*, 14-15.
- Б. В., & Д. Е. (2014, March). Оёдлын үйлдвэрийн салбар [Sewing sector]. *Хөнгөн аж үйлдвэр*, p. 11.
- Говь ХК: Монгол ахуй соёл Европын загварын тайзнаа [Mongolian culture European crossing fashion]. (2016, September 23). *gogo*. Retrieved February 14, 2017, from <http://news.gogo.mn/r/193171>
- Д.Мэндбаяр: Би есдүгээр ангиасаа мэрэгжлийн жүжигчин болох гараагаа эхэлсэн [I started my career as a professional from the ninth grade]. (2015, May 7). *MNB.mn*. Retrieved June 18, 2017, from <http://www.mnb.mn/v/54028>
- Надамчдын гоёл [Naadam fashion]. (2014, July 13). *FACTnews.mn*. Retrieved February 12, 2017, from <http://factnews.mn/f11>
- Ноос ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл [Wool products]. (n.d.). *ХУНС, ХӨДӨӨ АЖ АХУЙ ХӨНГӨН ҮЙЛДВЭРИЙН ЯАМ* Retrieved November 15, 2013, from <http://mofa.gov.mn/exp/blog/11/175>
- Топууд хамтдаа цахим ертөнцийхнийг гайхуулж байна [Top models online word together]. (2016, May 14). *MNEWS.MN*. Retrieved June 18, 2017, from <http://mnews.mn/nky>
- Холливудад гялалзсан монгол эр [Hollywood shiny Mongolian man]. (2014, December 3). *SHUUD.mn*. Retrieved July 9, 2016, from <http://www.shuud.mn/content/read/>

416769.htm

Хөдөлмөрийн баатар, ардын жүжигчин Л. Цогзолмаа “Бөмбөгөр Ногоон”: д арван настайдаа анх орж үзсэн [Folk actress of labor L. Tsogzolmaa: “Bumbugur Nagoon” first came to the age of ten]. (2016, March 1). *UBSONIN.mn*. Retrieved June 18, 2017, from <http://ubsonin.mn/index.php?newsid=117>

Ю, Д., Б, Д., Ц, Д., Ж, Н., С, Т., & Х, Тс. (2004). *Монголын хөнгөн аж үйлдвэр* [Mongolian light industry]. Ulaanbaatar: Science and Technology University.

Зураг түүх өгүүлнэ: Камертон хамтлаг [Animated stories: Camerant band]. (2014, November 28). *COSMOPOLITAN.mn*. Retrieved June 18, 2017, from <https://cosmopolitan.mn/news/show/5716>

A Study on Status & Development Direction of Mongolian Fashion Industry - Focused on Cashmere Industry -

Punsantsogvoo, Nyamtseren · Choi, Sooh⁺

Master, Fashion Merchandise Design, Dankook University
Associate Professor, Fashion Merchandise Design, Dankook University⁺

Abstract

Mongolia, a landlocked country located in Central Asia, borders Russia to the North and China to the South. Mongolia bordering China and Russia, the two economically big markets in the world, has the 10th largest reserve of undeveloped natural resources in the world. In 1990, there was a democratic revolution in Mongolia. After then, the country pursued economic transformation and an opening policy, and has enjoyed economic and political stability since 2000. These changes influenced a lot of transformation and innovation in every field including the social and the economic. Mongolian fashion industry, however, did not keep pace with a global trend and faced a serious crisis because of its poor competitiveness. Though the country fashion industry changed greatly in its formation, and many factories and salons were opened by many domestic and foreign investors, still import goods are sold very largely in the country. That is why clothing stores are selling Chinese products with cheap price but poor quality. As the Mongolian fashion industry has poor competitiveness and productivity to address the domestic demand, local companies do not sustain and develop continuously, and many of them go bankrupt. Many fashion brands made of cashmere, a Mongolian traditional material, are actively exported to foreign countries, and most of leather and wool are distributed in domestic markets, which is very helpful to domestic economy. But its fashion industry still relies on imported goods. Nevertheless, as consumers usually get much interested in hot fashion, various kinds of fashion brands need to be developed for the domestic market.

Key words : Mongolia, cashmere industry, Mongolian fashion industry