

부산지역 낚시산업의 부가가치 창출을 위한 디자인산업과의 협업방향에 관한 연구

Collaborative Study with the Industrial Design to Maximize the Busan Fishing Equipment Manufacturing Industry's Values

김성만, (재)부산창조경제혁신센터

Kim, Sung Man_Busan Center for Creative Economy & Innovation

차례

1. 서론
 - 1.1. 연구배경 및 방법

2. 낚시산업의 개념 및 현황
 - 2.1. 낚시산업의 개념
 - 2.2. 낚시산업의 범위
 - 2.3. 낚시산업의 현황

3. 부산지역 낚시산업의 현황 및 문제점 분석

4. 부산지역 낚시산업의 경쟁력 분석

5. 부산지역 낚시산업의 정책수요 분석

6. 부산지역 낚시산업의 선진화에 대한 인식 분석

7. 결론

- 참고문헌

부산지역 낚시산업의 부가가치 창출을 위한 디자인산업과의 협업방향에 관한 연구

Collaborative Study with the Industrial Design to Maximize the Busan Fishing Equipment Manufacturing Industry's Values

김성만, (재)부산창조경제혁신센터

Kim, Sung Man_Busan Center for Creative Economy & Innovation

요약

중심어

부산

낚시산업

부가가치

디자인

협업

본 연구의 목적은 과거 신발산업과 더불어 부산지역을 대표하던 낚시산업의 재도약을 위해 시작되었으며, 특히 디자인산업의 융합을 통해 부가가치를 창출할 수 있는 신산업으로의 육성을 목표로 진행되었다. 현재에도 국내 낚시관련 제조업체의 70% 정도가 부산, 경남지역 등을 포함한 동남권 지역에 밀집되어 있으나 중국산 저가형 낚시제품과 일본의 고품질 낚시제품의 공세에 밀려 지역의 낚시관련 제조업체들은 많은 어려움을 겪고 있다. 뿐만 아니라 전문 인력의 부재 및 인건비 상승, 현실을 반영하지 못한 해양수산부 등의 낚시산업에 대한 정책 등은 지역 낚시산업의 발전을 저해하는 요소로 조사되었다. 본 연구는 부산, 경남지역 낚시관련 제조업체의 현장조사, 전문가 워킹그룹 운영, 설문조사 및 분석, 관련 전문가 인터뷰, 문헌연구 등의 방법을 통해 진행되었으며, 지역 낚시산업 현황 및 문제점의 파악을 통해 낚시관련 제조업체들이 현실적으로 필요로 하는 정책수요를 도출하였다. 연구결과를 요약해 보면, 지역 낚시산업과 디자인분야와의 활성화 및 부가가치 창출을 위해 첫째, 낚시산업의 체계적 육성을 위한 법령 및 정책지원 체계의 재정비가 필요하며, 둘째, 고부가·친환경 제품개발 및 생산을 위한 디자인 융합형 피싱 산업센터 및 낚시산업 관련 산업단지의 조성이 필요하다. 셋째, 업체 간 기술융합과 브랜드 가치제고를 위한 상생발전 강화 및 산·학·연·관 협력을 통한 전문성의 제고가 필요하며, 마지막으로 지속적인 수자원관리 및 친환경적인 산업 환경의 조성을 통해 지역낚시산업의 부가가치 창출에 기여할 수 있을 것으로 본다.

ABSTRACT

Keyword

Busan

Fishing Equipment

Manufacturing

Industry's Values

Collaborative

Design

In the past, Busan was known for fishing equipment manufacturing industry and shoe manufacturing companies which have steadily been declining. The purpose of this study is to foster resurgences of the fishing equipment manufacturing companies, especially with integration of industrial designs that will provide add value for the fishing equipment manufacturing industry. Currently, about 70% of domestic fishing-related equipment manufacturing companies are concentrated in the Busan and South Gyeongsang Province which is located at southeast region of Korea, and these companies are facing challenges from low-cost fishing equipment made in China, and high quality product made in Japan. This research utilizes field surveys from fishing equipment manufacturers located in Busan and Gyeongnam Province, expert opinions from the professionals in the industry, multiple polls and analysis, interviews from experts, research literature. Afterward, current state of local fishing equipment manufacturing industry is assessed and with understanding the challenges facing the industry, pragmatic and realistic government policies are deduced. First, the systematic development of the fishing equipment manufacturing industry requires revisions in laws, regulations and policies. Thirdly, for the convergence of technologies between the manufacturers, and enhanced brand name recognition, the improvement in professional expertise is required through the strengthening and development of mutually cooperative relationship between the industry, academia, research facility, and the government. Finally, the committed steadfast fisheries management and sustainable eco-friendly industrial Environment will likely contribute to the added value of the local fishing equipment manufacturing industry.

www.kci.go.kr

1. 서론

1.1. 연구배경 및 방법

본 연구의 목적은 과거 신발산업과 더불어 부산지역을 대표하던 낚시산업의 재도약을 위해 시작되었으며, 특히 디자인산업과의 협업을 통해 부가가치를 창출할 수 있는 신산업으로의 육성을 목표로 진행하였다. 낚시는 4만 년 전 구석기시대부터 인류가 도구를 이용하여 생계유지를 위해 시작한 가장 기본적인 활동으로 최근 들어 낚시산업은 국민레저로서 미래유망사업이자 수산업의 발전에 기여도가 높은 사업으로 새로운 부가가치의 창출을 위해 지속적으로 육성해 나가야 할 것이다. 현재 국내 낚시관련 제조업체의 70% 정도가 부산, 경남지역 등을 포함한 동남권(東南圈) 지역에 밀집되어 있으나 저가형 중국산 낚시제품과 고품질 일본산 낚시제품의 공세에 밀려 지역의 낚시관련 제조업체들은 많은 어려움을 겪고 있다. 뿐만 아니라 낚시산업 분야의 R&D(기술, 디자인 등) 전문 인력의 부재 및 인건비 상승, 현실을 반영하지 못한 해양수산부 등의 낚시산업에 대한 정책 등은 지역 낚시산업의 발전을 저해하는 요소로 조사되었다.

이에 본 연구는 지역 낚시산업의 부가가치 창출을 위한 방안으로 디자인산업과의 협업방향에 대해 모색해 보았으며, 결과의 도출을 위해 문헌연구, 관련분야 전문가 구성¹⁾을 통한 워킹그룹 운영, 낚시용품 제조업체의 현장 및 설문조사, 해수부 등 유관 전문가의 인터뷰, 세미나 등을 통해 진행하였다. 본 연구과정을 통해 지역 낚시산업의 현황 및 문제점 등을 분석하고 낚시관련 제조업체들이 현실적으로 필요로 하는 정책수요를 도출하였으며, 이를 기반으로 부산지역 낚시산업의 부가가치 창출과 재도약을 위한 활성화 방향 및 정책을 제안하였다.

2. 낚시산업의 개념 및 현황

2.1. 낚시산업의 개념

먼저 본 연구의 주제인 낚시산업의 개념에 대해 살펴보면, 국내의 경우 낚시산업의 정의 및 분류가 명확하게 정립되어 있지 않으나 낚시에 대한 개념은 「낚시 관리 및 육성법」 제2조에 제시되어 있으며, 그 외 낚시산업 관련 용어들의 정의는 <표 1>과 같이 정리할 수 있다.

<표 1> 낚시산업의 용어정의

구분	정의
낚시	낚시대와 낚싯줄·낚싯바늘 등 도구(이하 "낚시도구"라 한다)를 이용하여 어류·패류·갑각류, 그 밖에 대통령령으로 정하는 수산 동물을 낚는 행위를 말한다.
낚시인	낚시터에서 낚시를 하거나 낚시를 하려는 사람을 말한다.
낚시터	낚시가 이루어지는 바다·바닷가·내수면 등의 장소를 말한다.
낚시터업	영리를 목적으로 낚시터에 일정한 수면을 구획하거나 시설을 설치하여 낚시인이 낚시를 할 수 있도록 장소와 편의를 제공하는 영업을 말한다.
낚시터업자	낚시터업을 경영하는 자로서 제10조에 따라 허가를 받거나 제16조에 따라 등록된 자를 말한다.
낚시어선업	낚시인을 낚시어선에 승선시켜 낚시터로 안내하거나 그 어선에서 낚시를 할 수 있도록 하는 영업을 말한다.
낚시어선	「어선법」에 따라 등록된 어선으로서 낚시어선업에 쓰이는 어선을 말한다.
낚시어선업자	낚시어선업을 경영하는 자로서 제25조에 따라 신고한 자를 말한다.
미끼	수산동물을 낚기 위하여 사용하는 떡밥 등을 말한다.
수면관리자	제3조 각 호의 어느 하나에 해당하는 수면 등을 소유 또는 점용하거나 그 밖의 방법으로 실질적으로 지배하는 자를 말한다.

1) 분야별 전문가는 지역낚시제조업체, 한국조수산업경영자협회, 부산발천연구원, 디자인 전문회사, 해양수산부 및 부산광역시 담당공무원으로 구성했으며, 산업현장의 현황을 최대한 반영하기 위해 낚시산업과 관련한 산·학·연·관 분야의 전문가에게 추천의뢰 받아 구성하였다.

2.2. 낚시산업의 범위

다음으로 본 연구에서 낚시산업의 범위는 한국표준산업분류를 기준으로 하였으며, <표 2>와 같이 정리하였다. 산업의 분류항목 중 ★는 낚시산업의 전용항목이며, 이외의 경우 타 산업에서 분류된 낚시산업의 항목들로 구성되어 있다.

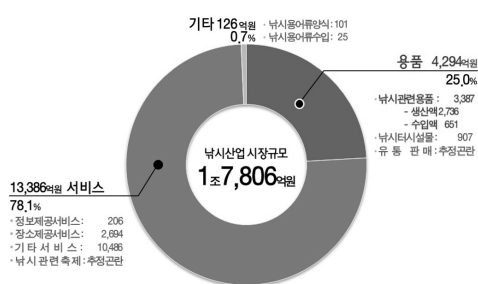
<표 2> 낚시산업의 범위 (한국표준산업분류 기준)

대분류	세세분류		품목
A. 농업, 임업 및 어업	01299	그 외 기타축산업	낚시미끼양식(지렁이사육)
C. 제조업	10800	동물용 사료 및 조제식품제조업	떡밥, 낚시용
	14491	모자제조업	낚시모자(가죽 및 직물제)
	29132	기체펌프 및 압축기제조업	휴대용에어펌프(낚시용)
	31120	오락 및 스포츠용 보트 건조업	낚시용보트
	33303	★ 낚시 및 수렵용구 제조업	유리섬유낚시대, 카본제낚시대, 낚시방울, 낚시 바늘, 낚시릴, 낚시대, 낚시대손잡이, 강화플라스틱제낚시용구, 낚시용인조미끼, 낚시용망, 낚시용틀채, 낚시봉제조, 낚시용릴제조
G. 도매 및 소매업	46463	장난감 및 취미용품도매업	낚시대, 낚시바늘, 낚시릴, 낚시미끼 등 낚시용품 도매, 낚시용품 무역
	47640	게임용구, 인형 및 장난감소매업	낚시대, 낚시바늘, 낚시릴, 낚시미끼 등 낚시용품 소매
H. 운수업	50201	내륙수상 여객운송업	낚시선박임대(운전자말린, 내륙수상)
	50203	항만 내 운송업	낚시선박임대(승무원말린), 낚시선박임대(운전자말린, 항만내)
L. 부동산업 및 임대업	69190	기타운송장비 임대업	낚시선박임대(운전자없이)
R. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	91231	★ 낚시장 운영업	유료낚시터 운영
	91239	기타수상오락서비스업	오락용낚시대 운영
S. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	94990	그 외 기타협회 및 단체	낚시회

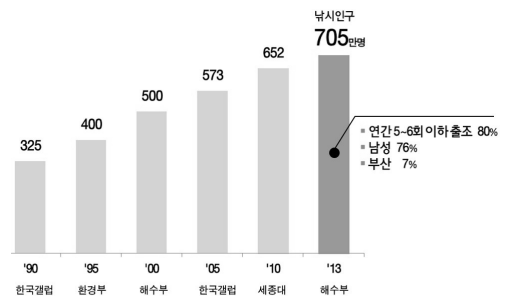
2.3. 낚시산업의 현황

마지막으로 낚시산업의 현황을 보면 첫째, 2013년도 해양수산부 통계자료를 보면, 국내 낚시산업의 시장규모는 1조 7,806억 원 정도로 낚시용품 산업이 4,294억 원(25.0%), 낚시 서비스산업이 1조 3,386억 원(78.1%), 기타가 288억 원(1.7%)으로 추정할 수 있다. 세부적으로 보면 <그림 1> 같이 낚시산업의 시장규모를 정리할 수 있다.

둘째, 낚시 인구는 <그림 2>와 같이 전국적으로 705만 명 정도로 추정하며, 부산의 경우 약 50만 명 정도로 추정한다. 낚시산업 관련 단체도 11개 단체가 정부에 등록하여 사단법인으로 활동하고 있으며, 지자체 등록 사단법인, 미등록 단체 및 동호회 등 다양한 단체들이 존재하고 있다.



<그림 1> 낚시산업의 시장규모



<그림 2> 낚시인구(추정) 추이

3. 부산지역 낚시산업의 현황 및 문제점 분석

부산지역 낚시산업의 실태 및 현황분석은 제조업체 현장조사, 설문조사, 전문가 워킹그룹 운영을 통해 진행했으며, 먼저 제조업체 현장방문 조사는 낚시대, 낚시바늘, 낚시줄, 낚시찌, 낚시의류 등 한국표준산업분류표 기준의 품목별로 분류 후 작업장 환경 및 현장작업자의 애로사항을 파악하였다. 다음으로 설문조사를 통해 경영상의 문제점 등을 파악했으며, 마지막으로 관련분야 전문가들과 워킹그룹 및 세미나를 통해 부산지역 낚시산업의 제도약을 위한 디자인산업과의 융합방안을 논의하였다.



〈그림 3〉 열악한 작업환경

첫째, 제조업체 현장조사의 결과를 정리해 보면 다음과 같이 요약할 수 있다. (1)법적·제도적·정책적 문제점으로 낚시산업의 활성화를 위해 규제 및 관리위주의 법률개정과 정부정책의 추진을 요구했으며, (2)낚시산업의 자체적 문제점으로 환경오염, 수산자원 남획, 안전사고 등의 우려가 확산되고 있고, R&D부족 등의 요인으로 인한 수출경쟁력 약화로 내수형 산업구조로의 전환, 소극적인 투자로 인한 낚시산업의 활성화 여건 미비, 민간상호간의 협력 부족 등으로 요약할 수 있었다.

둘째, 설문조사는 〈표 3〉의 과정으로 진행하였으며, 분석결과는 일반현황 및 산업적·지역적 문제점, 경쟁력분석, 정책수요분석, 산업의 선진화에 대한 인식부분으로 구성되며, 분석결과는 아래와 같다.

〈표 3〉 낚시산업 설문조사

구분	내용
목적	- 부산 낚시용품 제조업체 현황, 경쟁력 수준, 정책수요도 등을 조사하여 낚시산업의 육성·지원을 위한 체계적·효과적 정책 수립을 목적으로 실시
조사 및 분석대상	- 부산 지역 낚시용품제조업체 93개사(2012년 기준 사업체기초통계조사) 중 통계적인 신뢰도 확보를 위해 조사대상의 50% 이상을 목표로 49개사 조사 - 응답 대상자의 직책(대표, 이사, 부장, 과장, 팀장, 연구소장 등) 및 근속년수(조사 결과 평균 13.3년)를 고려하여 조사
조사 및 분석내용	- 부산 낚시용품 제조업체를 중심으로 현황을 파악하고, 낚시산업의 발전을 저해하는 문제점을 산업적·지역적 관점에서 조사·분석 - 부산 낚시용품 제조업체의 경쟁국 및 국내 타 지역 동종업체와의 경쟁력 수준을 조사 분석 - 부산 낚시용품 제조업체의 경쟁력 강화를 위한 정책 및 지원에 대한 중요도 평가 및 경험 여부, 만족도 등을 조사 분석 - 부산 낚시용품 제조업체의 선진화를 위한 개념 및 이미지에 대해 조사 분석
조사 및 분석방법	- 면접조사, FAX 조사, 이메일 조사 등 다양한 조사 방법을 병행 실시 - 평균, 분산, 중심경향도, 최빈값, 비율 등 전반적인 통계량을 파악하기 위한 기술통계(Descriptive Statistics) 분석 - 원자료(Raw Data)의 분포현황을 파악하여 변수들의 빈도, 중심 경향치, 분포도 등 변수의 개략적 특성을 파악하기 위한 빈도분석(Frequency Analysis) - 일반적인 특성에 따른 집단 간 차이를 살펴보기나 범주별 응답분포를 알아보기 위한 교차분석(Crosstabulation Analysis) - 중요도 및 인식도 등의 평가를 위한 리커트 척도(Likert scale)

먼저 일반현황은 빈도분석을 통해 분석했으며 결과를 보면, (1)회사형태는 〈표 4〉와 같이 개인회사가 75.5%, 주식회사가 24.5% 순으로 개인회사 비중이 높은 것으로 나타났다.

〈표 4〉 회사형태

응답업체 수	개인회사	주식회사	합명·합자회사
49	75.5%	24.5%	0.0%

(2)대표자연령은 〈표 5〉와 같이 60세 이상이 43.8%로 가장 많았고 50세 35.4%, 40세 16.7%로 순으로 고령화가 심각하게 나타나고 있음을 알 수 있었다. 설립연도는 〈표 6〉과 같이 1990~1999년 28.6%, 2000~2004년 20.4%, 1980~1989년 18.4%로 순으로 나타났다.

〈표 5〉 대표자 연령

응답업체 수	~30세	40세	50세	60세~
48	4.2%	16.7%	35.4%	43.8%

〈표 6〉 설립연도

응답업체 수	~'80년	'80~'89년	'90~'99년	'00~'04년	'05~'09년	'10년~
49	10.2%	18.4%	28.6%	20.4%	16.3%	6.1%

(3)사업장 소유형태와 임대인 경우 월임대료는 〈표 7〉, 〈표 8〉과 같이 자가가 45.8%, 임대가 54.2%이며, 월임대료의 경우 평균 128.44만원으로 조사되었다.

〈표 7〉 사업장 소유형태

응답업체 수	자가	임대
48	45.8%	54.2%

〈표 8〉 사업장 월임대료

응답업체 수	~50만원	50~100만원	100~200만원	200만원~
25	20%	36%	20%	24%

(4)사업장 면적은 〈표 9〉과 같이 100~300㎡ 미만인 37.5%, 300~500㎡ 미만이 16.7% 순으로 평균면적은 1,208㎡로 조사되었다.

〈표 9〉 사업장 면적

응답업체 수	~100㎡	100~300㎡	300~500㎡	500~1,000㎡	1,000~2,000㎡	2,000㎡~
48	10.4%	37.5%	16.7%	14.6%	14.6%	6.3%

(5)자본금은 〈표 10〉과 같이 2010년 213백만 원, 2011년 215백만 원, 2012년 221백만 원, 2013년 290백만 원, 2014년 290백만 원 이었으며, 매출액은 〈표 11〉과 같이 2010년 1,515백만 원, 2011년 1,661백만 원, 2012년 1,637백만 원, 2013년 1,546백만 원으로 조사되었다.

〈표 10〉 자본금

응답업체 수	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년
49	213백만 원	215백만 원	221백만 원	290백만 원	290백만 원

〈표 11〉 매출액

응답업체 수	'10년	'11년	'12년	'13년
49	1,515백만 원	1,661백만 원	1,637백만 원	1,546백만 원

(6)종사자의 규모는 〈표 12〉과 같으며, 총 종사자의 평균수는 10.9명으로 나타났으며, 직종별로는 경영기획·사무가 1.7명, 생산이 7.8명, 영업·마케팅이 0.9명, 기술이 0.3명, 연구개발이 0.2명으로 생산직이 대부분이었다.

연령별도 50대 3.4명, 40대 3.2명, 30대 2.4명, 60대 1.3명, 20대 0.6명으로 조사되었으며, 외국인 종업원 수는 한 명도 없음이 95.9%, 6명 이상이 4.1%로 나타났다. 남시관련 제조업체 종사자의 근속년수는 3~4년 27.0%, 9~10년 24.3%, 5~6년 16.2% 순으로 평균 근속년수가 7.54년 이었다.

〈표 12〉 종사자수

응답업체 수	1~2명	3~5명	6~10명	11~20명	21명~
48	35.4%	20.8%	22.9%	10.4%	10.4%

(7) 판매거래처는 〈표 13〉과 같이 국내가 69.0%, 국외가 31.0%로 국내의 경우 부산이 26.3%로 가장 높고 경남 12.7%, 경북 11.8%로 순으로 조사되었으며, 국외의 경우 아시아가 7.3%, 유럽이 6.4%, 일본이 5.4%로 순이었다.

〈표 13〉 판매 거래처

응답 업체수	국내								국외					
	부산	울산	경남	수도권	경북	호남	충청	기타	중국	일본	유럽	아시아	미주	기타
43	26.3 %	3.7%	12.7 %	9.1%	11.8 %	2.7%	0.0%	2.7%	4.5%	5.4%	6.4%	7.3%	3.7%	3.7%

(8) 수출입 형태는 〈표 14〉와 같이 내수 45.7%, 수출과 수출입이 각 21.7% 순으로 절반가량이 내수 위주로 이루어지고 있어 수출경쟁력이 약화되고 있음을 알 수 있었다.

〈표 14〉 수출입 형태

응답업체 수	내수	수출	수출입	수입	수출예정
46	45.7%	21.7%	21.7%	13.0%	4.3%

(9) 기술개발비용에 대해 69.4%가 투자하지 않는 것으로 조사되었고, 또한 71.4%가 〈표 15〉과 같이 디자인 및 브랜드 개발비용에 전혀 투자하지 않는 것으로 나타났다. 기술 및 디자인시설 여부도 87.8%가 없는 것으로 조사되었고, 마케팅 비용의 경우도 〈표 16〉과 같이 71.4%가 전혀 투자하지 않고 있으며, 87.8%가 마케팅시설을 보유하고 있지 않는 것으로 나타났다.

〈표 15〉 디자인 및 브랜드 개발비용

응답업체 수	~1천만 원	1~3천만 원	3천만 원~1억원	0원
49	6.1%	18.4%	4.1%	71.4%

〈표 16〉 마케팅 비용

응답업체 수	~1천만 원	1~3천만 원	3천만 원~1억원	0원	0원
49	0.0%	16.3%	6.1%	6.1%	71.4%

〈표 17〉 주요기술 확보방안

구분	국내	해외	응답업체 수
자체 생산부서 수행	64.0%	-	-
자체연구소/기술개발부서 수행	6.6%	-	-
주요 기업과 공동 수행	3.2%	-	-
기타	8.2%	-	-
대학·연구소 위탁·수행	6.6%	-	-
대학·연구소 공동 수행	0.0%	-	-
기술도입	0.0%	-	-
연구조합 구성·수행	1.7%	-	-
라이선싱	1.7%	-	-
자체 생산부서 수행	-	3.2%	-
라이선싱	-	3.2%	-
기타	-	1.7%	-
자체연구소/기술개발부서 수행	-	0.0%	-
주요 기업과 공동 수행	-	0.0%	-
전체	92.0%	8.1%	46

다음으로 산업적·지역적 문제점에 대해 분석해 보면

(1) 필요인력 부문에 있어 인력이 추가로 필요하다고 응답한 업체(21개사)를 대상으로 필요한 인력은 생산 51.5%, 영업·마케팅과 경영기획·사무가 각 15.1% 순으로 나타났다. 인력수급의 어려움에 대한 응답결과 낮은 임금수준 36.0%, 중소기업기피 20.0%, 열악한 근로 환경 16.0%의 순으로 조사되었다.

(2) 주요기술 확보방법 및 애로사항 부문에 있어서는 국내에서는 자체 생산부서 수행이 64.0%, 기타 8.2%, 자체연구소/기술개발부서 수행과 대학·연구소 위탁 수행이 각 6.6%였다. 해외에서는 자체생산부서 수행과 라이선싱이 각 3.2%로 순이었다. 주요 기술을 확보하는데 있어 가장 큰 애로사항은 기술개발 자금 32.6%, 기술개발 기획능력 23.3%, 자체 기술개발 인력 18.6% 순으로 R&D능력과 전문

인력의 확보가 시급한 사항으로 분석되었다.

(3)외부 아웃소싱 시 중요사항에 대해서는 <표 18>과 같이 사업비 40.0%, 능력 35.0%, 서비스수준과 일정준수가 각 10% 순으로 나타났다.

<표 18> 외부 아웃소싱 시 중요사항

응답업체 수	사업비	능력	서비스 수준	일정 준수	지리적 위치
40	40.0%	35.0%	10.0%	10.0%	5.0%

(4)산업재산권 등록현황에 대해서는 <표 19>과 같이 국내는 특허 1.92건, 해외는 디자인 0.37건으로 국내의 평균건수는 2건 미만으로 조사되었다. 특히 산업재산권 보유 및 사업화에 있어 어려움이 자금부족 36.7%, 전문 인력부족 20.4%, 침해·분쟁 16.3%의 순으로 관련 기관에서 정책적 지원이 필요한 것으로 나타났다.

<표 19> 산업재산권 등록 현황

응답업체 수	국내					해외				
	특허	실용신안	디자인	상표	기타	특허	실용신안	디자인	상표	기타
49	1.92건	1.63건	1.90건	2.45건	0.00건	0.00건	0.06건	0.37건	0.20건	0.00건

(5)필요자금의 용도에 대해서는 <표 20>과 같이 설비 개체/증설 50.0%, 부지확보 29.4%, 기술개발 20.6% 순으로 시설이나 제품개발을 위해 자금이 필요한 것으로 조사되었다.

<표 20> 필요자금의 용도

응답업체 수	설비 개체/증설	기술개발	부지확보
34	50.0%	20.6%	29.4%

(6)수출시장 정보 제공처 및 수출시 애로사항에 대해서는 <표 21>와 같이 업종단체/조합 38.7%로 가장 많았고, 주요업체와 기타가 각각 16.1%, KOTRA 12.9% 순이었다.

수출시 애로사항은 <표 22>와 같이 마케팅 능력 39.5%, 가격 경쟁력과 해외시장정보 부족이 각각 21.1%, 제품의 질적 수준 10.5% 순으로 조사되었다.

<표 21> 수출시장 정보 제공처

응답업체 수	업종단체/조합	무역상사	주요업체	KOTRA	인터넷	정부/공공기관	기타
31	38.7%	9.7%	16.1%	12.9%	6.5%	0.0%	16.1%

<표 22> 수출시 애로사항

응답업체 수	가격경쟁력	마케팅능력	해외시장 정보부족	제품의 질적 수준	브랜드인지도	수입국 규제	기타
28	21.1%	39.5%	21.1%	10.5%	5.3%	0.0%	2.6%

(7)향후 3년 이내 계획에 대해 <표 23>과 같이 사업장 확장 67.6%, 사업장 이전 29.7%, 사업장 신설 10.8% 순으로 조사되었으며, 사업장을 이전할 의향이 있는 업체 기준으로 이전 지역에 대해서는 100% 부산지역 내로 이전 하는 것으로 나타났다.

<표 23> 향후 3년 이내 계획

응답업체 수	사업장확장	사업장이전	사업장신설	사업장폐쇄	조업 단축	업종 전환	일시휴업	기타
37	67.6%	29.7%	10.8%	8.1%	5.4%	2.7%	2.7%	2.7%

4. 부산지역 낙시산업의 경쟁력 분석

일반현황 및 산업적·지역적 문제점 등의 분석에 이어 부산지역 낙시산업의 경쟁력 분석에 대해 살펴 보면 (1)경쟁력 수준에 대한 인식(성장단계)에 대해 <표 24>와 같이 성숙기가 73.9%로 가장 많았고, 재도약기 15.2%, 성장기 8.7% 순이었다.

<표 24> 성장단계에 대한 인식

응답업체 수	창업기	성장기	성숙기	재도약기
46	2.2%	8.7%	73.9%	15.2%

(2)국내/해외 생산 비중에 대해 <표 25>와 같이 국내생산은 97.9%, 해외생산은 2.1%로 대부분의 업체가 국내생산을 하는 것으로 조사되었으며, 원자재(부품) 조달의 경우 국내조달이 86.4%, 해외 조달이 13.6% 순으로 나타났다. 독자/주문생산 방식별 비중은 <표 26>과 같이 OBM 방식이 71.3%로 가장 비중이 높았고, OEM 방식은 26.8%, ODM 방식은 1.8%로 나타났다.

<표 25> 국내/해외 생산 비중

응답업체 수	국내생산	해외생산
48	97.9%	2.1%

<표 26> 독자/주문생산 방식별 비중

응답업체수	OBM방식 ²⁾	ODM방식 ³⁾	OEM방식 ⁴⁾
38	71.3%	1.8%	26.8%



<그림 4> 경쟁국 및 선진국 동종업체 대비 부산 낙시용품제조업체의 경쟁력 수준

경쟁력 수준은 모두 자사보다 높다고 인식하고 있으며, 종합 경쟁력 차원에서 119.6으로 높게 평가하였다.

(3)국내/해외업체의 자사제품 구매이유에 대해서는 품질경쟁력 39.2%, 가격경쟁력 30.9%, 납기준수 12.4%, 브랜드인지도 10.3% 순으로 조사되었다. (4)주력 생산품목의 경쟁국가로는 중국 58.2%, 일본 30.9%, 동남아 5.4%, 미국 1.8% 순이었으며, (5)경쟁국 및 선진국 동종업체 대비 경쟁력 수준 인식에서는 자사의 경쟁력(=100) 대비 선진국 동종업체의 경쟁력 수준은 종합 경쟁력 차원에서 134.2로 높게 평가하였으며, 자사의 경쟁력(=100) 대비 경쟁

5. 부산지역 낙시산업의 정책수요 분석

다음으로 부산지역 낙시산업의 정책수요 분석을 살펴보면 첫째, (1)정부·지자체의 정책 및 지원에 대한 중요도에 있어 지속가능한 수산업업을 위한 자원 관리/조성 4.02%, 디자인 개발, 브랜드화 등 마케팅 3.96%, 세계 혜택 및 정책 자금 지원·확대 3.96% 순으로 분석되었다. (2)정부·지자체의 정책 및 지원에 대한 경험비율은 모두 15% 미만으로 낮은 수준이며, 그 중에서 산업재산권 및 인증 지원 16.3%, 세계 혜택 및 정책 자금 지원 확대 정책 14.3%, 관련 국내외 전시회/박람회 참가 및 홍보 12.2% 순으로 나타났다. (3)정부·지자체의 정책 및 지원에 대한 만족도는 신규인력 확보, 전문인력양성 등을 통한 인력수급 4.0%, 수산기자재 상설전시·판매장 확보 4.0%, 산업 진입 또는 확대

2) 독자브랜드방식(OBM) : 독자브랜드(자사상표 부착) 방식

3) 주문생산방식(ODM) : 자체 디자인/설계도를 기반으로 주문자 상표부착방식

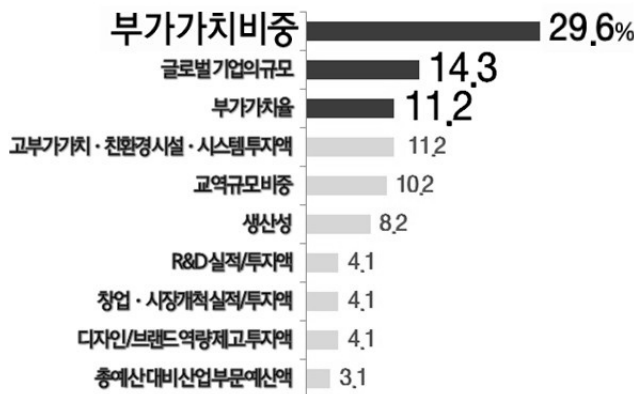
4) 주문생산방식(OEM) : 주문자의 디자인/설계도를 기반으로 주문자 상표부착방식



〈그림 5〉 정부·지자체의 정책 및 지원에 대한 중요도

는 입주여의사가 있는 업체가 40.8%로 나타났고 입주형태는 분양 85.0%, 임대 15.0%로 조사되었다.

6. 부산지역 낚시산업의 선진화에 대한 인식 분석



〈그림 6〉 선진화 수준 평가지표

의 규모 14.3%, 고부가가치·친환경 시설·시스템 투자액 11.2% 순이었다. (4) 낚시산업의 지역경제 /전 산업 성장 기여도는 조금 기여함 63.3%, 보통이 30.6% 순으로 조사되었다. 앞서 부산지역 낚시산업의 현황 및 문제점, 경쟁력, 정책수요, 선진화에 대한 인식을 분석해 보면 〈표 27〉과 같이 정리할 수 있다.

〈표 27〉 설문조사 분석 및 디자인산업과의 연계방안

설문영역	주요 분석내용	디자인산업과의 연계방안
일반현황	- 낚시산업 관련 인력의 고령화 현상 증대 - 마케팅, 기술, 연구개발 등의 인력부재 - 디자인, 브랜드 개발, 마케팅비용 및 시설의 부재	- 정부 및 지역 RDC의 낚시산업 관련 디자인개발사업 확대 필요
산업적·지역적 문제점	- 기술개발 기획능력 부족 - R&D능력과 전문 인력확보 필요 - 지식재산권 관련 인력 및 분쟁문제 해결방안 필요 - 기술개발 자금 필요	- 수산 및 해양산업 분야의 디자인인력 양성 및 수급 필요 - 정부차원의 지식재산권 관련 지원 확대 필요
부산지역 낚시산업의 경쟁력	- 국내생산 및 OBM방식 비중이 높음 - 품질경쟁력은 높으나 브랜드인지도가 낮음 - 자사대비 경쟁국 및 선진국의 경쟁력 수준이 높음	- 브랜드인지를 높일 수 있는 홍보 및 마케팅지원 방안 확대 필요
부산지역 낚시산업의 정책수요	- 지속가능한 수산자원관리 조성 - 디자인개발, 브랜드화 등 마케팅지원 확대	

설문영역	주요 분석내용	디자인산업과의 연계방안
	<ul style="list-style-type: none"> - 지식재산권 지원강화 - 전시회, 박람회 참가 및 홍보지원 - 전문 인력수급 필요 	- 친환경 고부가가치 제품개발지원 확대 필요
부산지역 낚시산업의 선진화 인식	- 고부가가치화를 통한 부가가치 비중 증대	

현방조사 및 설문조사 결과를 정리해 보면 첫째, 지역 낚시산업의 부가가치 창출을 위해 단기적 해결방안으로는 디자인·브랜드 개발, 마케팅지원, 지식재산권 분쟁 문제해결이 필요하며 둘째, 중장기적 해결방안은 관련 법령정비, 전문 인력양성, R&D기관 설립 및 설비구축 등 디자인분야 뿐만 아니라 이중산업들과의 융합을 필요로 하는 부분들이 많이 분포하고 있었다.

7. 결론

이상으로 본 연구의 결과인 지역 낚시산업의 부가가치 창출을 위한 디자인산업과의 협업방향을 네 가지 정도로 제안하고자 한다.

첫째, 부산지역 낚시산업 육성을 위한 인식확대와 낚시산업의 체계적 육성을 위한 법령 및 정책지원 체계의 재정비가 필요하다. 낚시관리 및 육성법은 5개 부처 34개 법령으로 분산·관리되던 낚시산업을 통합한 발전 근거법이었으나 제5조(낚시제한기준의 설정), 제8조(유해 낚시도구의 제조 등 금지), 제43조(낚시진흥기본계획 등), 제45조(낚시 관련 산업 등의 지원·육성) 등 실제 규제중심의 법령과 기본계획의 미 시행으로 디자인산업과 협업이 불가능한 부분이 많으므로 낚시산업 육성 중심의 법령 개정과 기본계획이 수립·시행되어야 한다.

둘째, 고부가·친환경 제품개발 및 생산 및 수출산업화 전략지원을 강화해야 한다. 이를 위해 고부가 제품개발을 위한 R&D기관 및 설비구축이 필요하며, 가치 디자인 융합형 피싱 산업센터 및 낚시산업 관련 거점화 산업단지의 조성을 통해 윈스톱으로 부가가치 상품개발에서 수출까지 연계할 수 있는 시스템을 구축해야 한다.

셋째, 업체 간 기술전수 및 융합, 브랜드 가치제고를 위한 상생발전 강화와 산·학·연·관 협력을 통한 전문성의 제고가 필요하며, 수·해양디자인 분야와의 협업을 통해 단기적으로 애로사항을 해결할 수 있을 것으로 본다.

넷째, 지속적인 수자원관리 및 친환경적인 산업 환경의 조성은 지역낚시 서비스산업과 서비스디자인 분야와의 활성화가 가능하여 향후 가장 큰 부가가치 창출에 기여할 수 있을 것으로 본다.

미국에서는 바다낚시를 즐기는 사람이 1,100만 명으로 약 560억 달러의 경제적 효과와 36만개의 일자리 창출 효과가 있는 것으로 분석됐다. 낚시산업은 소득수준의 향상과 레저욕구의 확대 등으로 인해 산업적인 측면에서 발전가능성이 크게 존재하고 있다. 이제 부산지역의 낚시산업을 다시 미래의 신산업으로 발전시키기 위한 지속적인 새로운 비전과 전략이 필요할 것으로 보여 진다.

참고문헌

<http://www.moleg.go.kr>

<http://kostat.go.kr>

