



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경제학석사 학위논문

한국 선용품산업의 활성화 방안

Activation Strategies
of the Ship Supply Industry in Korea



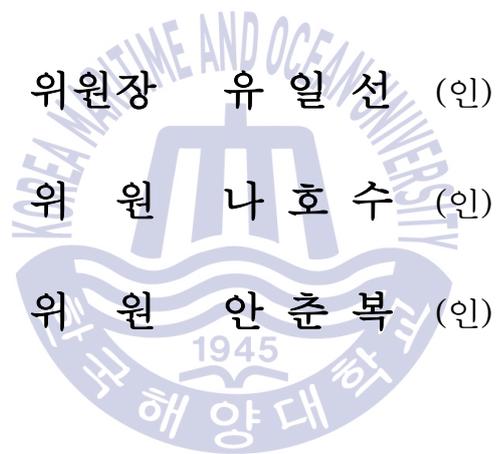
2016年 2月

한국해양대학교 해사산업대학원

경제산업학과

김 영 득

본 논문을 김영득의 경제학석사
학위논문으로 인준함



2015年 12月 00日

한국해양대학교 해사산업대학원

목 차

표 목차	iv
그림 목차	v
Abstract	vi
제1장 서 론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 방법 및 구성	4
제2장 선용품산업 관련 이론적 고찰	6
제1절 선용품산업 관련 선행연구	6
제2절 선용품산업의 의의 및 특성	9
1. 항만물류산업의 의의와 분류	9
2. 선용품산업의 의의 및 특성	15
제3장 국내 선용품산업과 해외 선용품산업의 비교분석	23
제1절 국내 선용품산업의 현황	23
1. 항만관련 산업현황	23
2. 국내·외 선용품시장 현황	26
3. 국내 주요 선용품시장 현황	29
제2절 선용품산업 해외사례	32
1. 싱가포르(싱가포르항)	32
2. 네덜란드(로테르담항)	33

3. 일본(고베항)	34
4. 주요 선용품 선진국의 성공요인 분석	35
5. 선용품 선진사례(싱가포르항)와 국내(부산항)비교	36
제4장 국내 선용품산업의 문제점	38
제1절 업체간 상호협력 측면에서의 문제점	38
1. 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화	38
2. 선용품업체의 높은 운영비용	39
제2절 물류 측면에서의 문제점	39
1. 선용품시장의 복잡한 유통구조	39
2. 전통적 주문방식	40
3. 글로벌 네트워크의 부재	40
제3절 마케팅 측면에서의 문제점	41
1. 물품의 다양성 부족	41
2. 제품의 브랜드 파워 부족	41
제4절 정책 측면에서의 문제점	42
1. 복잡한 관세환급 절차	42
2. 정부 및 지자체의 관심 저조	42
제5장 국내 선용품산업의 활성화 방안	43
제1절 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화	45
제2절 선용품 시장의 전자상거래화	48
제3절 해양산업 통합 클러스트 참여를 통한 동반성장 추구	53
제4절 정부의 정책적 지원	56
제6장 결론	59
제1절 연구의 요약 및 시사점	59

제2절 연구의 한계 및 향후 연구과제64

참 고 문 헌66



표 목차

<표 2-1> 항만산업과 항만물류산업의 비교분석	12
<표 2-2> 항만물류산업의 업종분류	14
<표 2-3> 물품공급업신고서 양식	17
<표 2-4> IMPA code의 제품종류 분류 예시	19
<표 2-5> 주요 항만물류산업 관련 제도 변천과정	21
<표 3-1> 국내 항만관련 업체 등록 현황	24
<표 3-2> 국내 항만관련 산업 시장규모(2010년 기준)	25
<표 3-3> 국내 주요항의 선용품 공급업체 등록 현황(2011년 말 기준)	28
<표 3-4> 우리나라 주요항만 항만물품 공급현황(내·외국 선용품)	29
<표 3-5> 부산지역 선용품 부문 시장여건 추이	30
<표 3-6> 인천지역 선용품 거래 추이(건수)	31
<표 3-7> 인천지역 선용품 거래 추이(금액)	31
<표 3-8> 싱가포르 입항선박의 목적별 척수	32
<표 3-9> 로테르담항내 선용품 공급업체 현황	34
<표 3-10> 주요 선용품 선진국의 성공요인	35
<표 3-11> 싱가포르항과 부산항 선용품 거래 실적 비교	36
<표 4-1> 선용품 주문 거래 방식	40
<표 5-1> 울산지역 선용품 공급업 문제점과 대응방안	44
<표 6-1> 국내선용품산업의 관점별 활성화 방안	63

그림 목차

<그림 2-1> 항만물류산업내에서의 선용품산업의 위치	20
<그림 2-2> 선용품 공급업의 유통과정	22
<그림 3-1> 국내 항만관련산업 시장규모 추이(추정액)	26



Activation Strategies of the Ship Supply Industry in Korea

Kim, Young-Duk

Department of Economy and Industry
Graduate School of Maritime Industry
of Korea Maritime and Ocean University

Abstract

Recently, international trade environment is changing rapidly because of the intensifying competition among global companies. Many shipping port operators make efforts in order to strengthen their competitiveness.

Port is not only a loading and unloading place that is passed by ships but also the base of international multimodal transports and international logistics.

In other words, the port must perform the functions of providing total logistics service which includes inventory, transshipment, re-processing, exhibition, convention, and financial service in other to build a cluster bounding port services industry.

Many researchers have pointed out that the port logistics industry needed to

be developed further in order to create new values.

Under this environment, the purpose of this study is to provide the activation strategies of the ship supply industry in Korea.

In order to achieve this purpose, firstly, this study analyzed the current situation of ship supply industry in Korea and other advanced countries such as Netherlands, Singapore, and Japan. Secondly, based on a case study, this study derived the problems and proposed the activation strategies of the ship supply industry in Korea.

As the results, the problems of ship supply industry in Korea were as follows :

- (1) Increased competition due to excess providers and high operating costs of ship supply company
- (2) Complex distribution structures system of ship supply market and traditional order system
- (3) Absence of global network, lack of brand power and variety of ship supply
- (4) Complex duty drawback procedure and low interest of government and local government

Consequently, the activation strategies of the ship supply industry in Korea were as follows :

- (1) Activating operations of the International Shipping Supply Center and Shippers and Services Association.
- (2) Activating e-commerce in the ship supply market
- (3) Pursuit of shared growth through taking part in the integrated maritime industry clusters involved
- (4) The government's policy support on ship supply industry

KEY WORDS : ship supply industry 선용품산업 ; port logistics industry 항만물류산업
case study 사례연구 ; shared growth 동반성장 ; e-commerce 전자상거래



제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

최근 세계경제질서는 선진국 지배구조의 상징인 G7체제가 다양하고 복잡한 이해관계 속에 G20체제로 전환되면서 기존 경제권력의 균열과 새로운 세력으로 대체되는 글로벌경제 헤게모니의 변화를 겪고 있다.

세계경제환경변화 속에 금융위기에서 촉발되었고 재정위기를 통해 증폭되고 있는 미국, 유럽 등 선진 경제권의 쇠퇴와 이와 같은 혼돈 상황 속에서 꾸준히 경제적 파이를 키우고 있는 신흥국들의 부상으로 인해 G제로의 시대가 도래하면서 세계경제와 문화의 중심이 서쪽에서 동쪽으로, 선진국에서 신흥국으로 이동하고 있으며, 미국의 힘의 공백을 중국 등 다른 신흥국들이 채워나가고 있다. 이와 같은 지속적인 세계경제질서의 변화 속에서 세계에서 가장 역동적인 성장이 기대되는 지역이 아시아이며, 그 중에서도 동북아시아가 가장 주목받고 있다.

이러한 변화는 글로벌 기업의 경쟁으로 이어져 국제무역환경 또한 급격히 변하고 있으며, 국제물류의 핵심인 해운환경 또한 경쟁력확보를 위해 노력하고 있다.

또한 현대의 항만기능은 단순히 화물선적 및 하역이나 또는 화물선이 통과하는 경유지의 역할에 국한되지 않고, 국제복합운송 및 국제물류의 전초기지로서의 역할을 수행한다. 물류와 관련한 운송, 하역, 보관, 유통가공, 정보 등 기본적인 기능 외에 제조, 판매, 환적, 전시, 컨벤션, 금융 등의 서비스가 동시에 이루어지는 종합물류서비스 공간 및 항만서비스 산업을 결합한 클러스트의 구축이 필수요건이 되었다.

따라서 항만의 시설 확충에 따른 화물량의 증대만으로는 항만의 경쟁력을 확보

할 수가 없기 때문에 항만의 고부가가치 창출을 위한 항만서비스산업의 중요성이 강조되고 있는 실정이다. 게다가 컨테이너 선박의 대형화로 인한 기항지의 축소는 항만의 위기로 다가오고 있으며, 고객에게 다양한 편의와 서비스를 제공하지 않으면 항만의 경쟁력이 도태될 수밖에 없다. 해운선사의 경영효율에 대한 니즈를 충족시키고 극심해진 항만 간 고부가가치를 달성하기 위해서는 선용품공급업 등 항만서비스산업의 새로운 시장을 창출하는 것이 중요하다.¹⁾

국제물류에서 항만서비스산업은 선박의 기항에 따르는 막대한 수입으로 자국내의 경제적 파급효과가 크기 때문에 지역경제와 국가경제의 활성화에 지대한 공헌을 한다.

그러나, 우리나라는 조선·해운 강국이지만, 부대산업은 영세함을 벗어나지 못하고 있다. 지금까지 중앙 및 지방정부는 부산항을 동북아의 중심항으로 육성하기 위해 항만시설 확충을 위주로 여러 정책들을 펼쳐왔다. 우리나라 항만서비스산업은 타 산업분야에 비해 중앙 및 지방정부로부터의 지원에서 소외되었기 때문에 국내 대부분의 항만서비스산업 역시 매우 영세한 구조를 가지고 있으며, 선진항만에 비해 부가가치창출이 낮은 실정이다.²⁾

항만서비스산업은 우수한 인프라와 인적자원을 가지고 있음에도 불구하고 업체 난립으로 경쟁이 심화되고 있어 경쟁력을 갖추지 못하고 있으며, 항만서비스산업 중 가장 대표적인 산업이 선용품공급업이다.

선용품공급업은 운항 중인 선박(Running Vessel), 혹은 신조선(New Vessel)에 필요한 선식품, 일용잡화품, 엔진기·부속품 및 면세품 등을 판매하는 사업을 말한다. 선용품공급업은 물품공급업의 하나로 항만물류산업의 핵심사업은 아니나 선용품공급업의 활성화를 통한 동종 및 이종 산업간 서비스의 향상과 교차서비스 및 보완재 서비스의 공급과 같은 전후방효과를 가져옴으로써 항만물류산업 활성화에

1) 장홍훈, 김경진, “광양항의 선용품공급 확대를 위한 e-Marketplace 구축 방안”, 통상정보연구 제13권 1호, 2011, p.78, 참조.

2) 강태수, 「부산지역 항만서비스산업의 활성화 방안에 관한 연구」, 석사학위논문, 부경대학교 대학원, 2005.6, p.2, 참조.

기초가 되는 산업이라 할 수 있다.

현재 세계 선용품시장에서 항만서비스와 항만마케팅에 있어서 선두를 달리고 있는 항만은 유럽의 로테르담항과 아시아의 싱가포르항이다. 유럽의 최대항만인 로테르담항은 지리적 입지의 우위와 네덜란드 무역우대주의 정책으로 유럽 최대의 선용품 시장으로 성장하였다. 아시아 최대의 선용품공급시장인 싱가포르는 아시아·유럽·아프리카 노선의 중간 기착지인 말라카이 해협에 위치한 지리적 입지의 우위와 무역우대 정책 및 국영기업의 물류창고 건설과 운영을 통한 비용절감 등을 바탕으로 세계 선용품시장의 리드로서 자리매김하고 있다.

또한 일본의 항만물품공급업체들은 대규모 자본능력을 기반으로 글로벌 네트워크를 갖추고 세계 선용품시장을 장악하여 나가고 있다.³⁾ 부산항에는 매년 2만 여척의 선박이 분주히 오가며 하역, 운송, 물류 등 항만 관련 산업이 자연스레 발달해왔다. 그러나 이처럼 항만 관련 부대산업의 발전에도 불구하고 선용품 공급관련 산업은 크게 발전하지 못해 매우 영세한 산업으로 인식되어 왔다.

항만업계에 따르면 전국 각지에 산재한 선용품 공급 업체는 약 1,570여개에 달하고 이중 약 70%의 업체가 부산항에 집적해 있지만 실제 영업 중인 업체는 300~400개에 불과한 것으로 나타났다.

부산지역 1000여 개를 포함해 전국적으로 1,570여 개의 선용품 업체가 있지만 유류를 제외한 순수 선용품시장 규모는 연간 7000억 원으로 추정되고 있으며, 4조 원에 달하는 싱가포르와 비교할 때 4분의 1 수준에도 미치지 못할 정도로 부산항의 부가가치가 떨어진다고 할 수 있다. 부산항이 세계 6위의 항만임에도 불구하고 선용품 시장은 낙후되어 있고, 관련 업체는 영세하여 고부가가치를 제대로 창출하지 못하고 있는 실정이다.

이러한 상황 하에 대부분의 선박은 부산항이 아닌 싱가포르, 로테르담, 홍콩 등 외국의 주요항만에서 선용품을 공급 받고 있어 부산항은 선용품 공급이라는 고부가가치 시장에서 홀대를 받아 왔었다.

3) 임재욱, “부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안”, 「무역학회지」, 제38권 제3호, 2013, p.150, 참조

선용품공급산업은 부산항의 고부가가치화를 위해서도 반드시 필요한 산업이기 때문에 보다 더 적극적인 관계기관의 관심과 지원도 뒤따라야 한다는 의견이 끊이지 않고 있다. 특히 세계선용품협회(ISSA)에서 분류하고 있는 품목이 약 3만9000여개에 달하지만 아직 국내에서 취급하고 있는 품목은 약 3천여 종에 불과하다. 앞으로 경쟁력 있는 품목 발굴로 부산항을 동북아 선용품 공급업의 중심지로 만들면 이들 외국항만과의 충분한 경쟁도 가능하기 때문에 정부의 적극적인 관심과 지원이 절실한 시점이다.⁴⁾

다행히도 이러한 환경을 인식하고, 최근 국내의 선용품업계에서는 선용품공급업의 물류비용을 절감하고 선박에 대한 신속한 물품공급 등을 목적으로 선용품공급업의 경쟁력 강화를 위한 적극적인 움직임을 보이고 있으나, 그 경영여건은 여전히 어려운 실정이다.

이에 본 연구는 해외 선진 선용품시장 사례분석을 중심으로 국내의 항만서비스 산업 중에서 부가가치 및 성장가능성이 높은 선용품산업의 현황 및 문제점들을 살펴보고, 이에 대한 개선책을 도출한 후 국내 선용품산업의 활성화를 위한 방안을 모색하고자 한다.

제2절 연구의 방법 및 구성

본 연구는 국내 항만서비스산업 중에서 선용품산업의 활성화 방안에 관한 연구로서 연구의 방법은 기존의 문헌연구와 사례연구를 병행하여 분석하였다.

문헌연구는 선행연구들을 토대로 선용품산업에 대한 국내·외의 저서, 논문, 정기간행물, 관련기관의 자료 및 인터넷 자료를 수집·분석·활용하였으며, 이를 통해 이론적 틀을 구성하였다. 이러한 이론적 틀을 바탕으로 해외 선진 선용품시장 사례연구를 중심으로 국내 선용품산업의 현황 및 문제점들을 살펴보고, 이에 대한 국내 선용품산업의 활성화 방안을 제시하였다.

본 연구는 서론과 결론을 포함하여 모두 6장으로 구성되어 있다.

4) 국제신문, 2014년 6월 25일자 19면 기사; ㈜코리아쉬평가제트, <http://www.ksg.co.kr/>, 뉴스검색, 참조.

제1장은 서론부분으로 연구의 배경과 목적을 제시하고, 연구방법 및 구성에 대해 기술하였다.

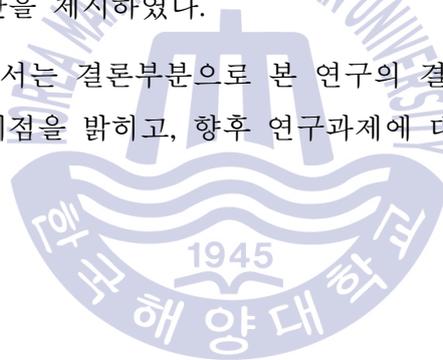
제2장에서는 선용품산업 관련 이론적 고찰부분으로 선용품산업 관련 선행연구를 검토하고 선용품산업의 개요 및 특성에 대해 고찰하였다.

제3장에서는 네덜란드, 싱가포르, 일본 등 해외 선용품시장을 중심으로 한 사례 연구를 토대로 국내 선용품산업의 현황을 살펴보고 문제점을 도출하였다.

제4장에서는 제3장에서의 국내·외 사례를 통해 도출한 여러 문제점들을 보완하고 개선하기 위한 국내 선용품산업의 활성화 방안을 업체간 상호협력적 측면, 유통구조적 측면, 마케팅 측면, 정책적 측면 등 다각도 측면에서 제시하였다.

제5장에서는 제2장에서부터 제4장까지의 선용품산업 관련 이론적 고찰, 해외 선용품산업의 비교분석, 국내 선용품산업의 문제점을 검토하고 종합적인 국내 선용품 산업의 활성화 방안을 제시하였다.

마지막으로, 제6장에서는 결론부분으로 본 연구의 결과를 요약정리하고, 연구의 시사점 및 연구의 한계점을 밝히고, 향후 연구과제에 대해 검토하였다.



제2장 선용품산업 관련 이론적 고찰

제1절 선용품산업 관련 선행연구

글로벌기업의 무한경쟁 속에서 국제무역환경 및 국제물류환경이 급격히 변화하고 있다. 이러한 환경 속에서 많은 연구자들은 항만의 새로운 가치창출을 위해 항만물류산업발전의 필요성을 인식하고 항만물류산업에 관한 연구뿐만 아니라 항만물류산업 중에서도 고부가가치로서의 성장가능성이 높은 선용품산업에 대한 연구가 이어져 왔다.

물론, 국내에서의 선용품관련 연구는 여러 항만산업 관련 분야에 비해 매우 부족한 편이나, 최근 들어 부산지역을 중심으로 한 선용품 관련 연구가 학위 논문 및 학회 발표 논문을 통해 소량씩 이어져오고 있다.

김길수 등(2001)⁵⁾은 해운항만 분야에서 e-비즈니스 네트워크 구축이 필요함을 강조하고, 선용품공급업자의 홈페이지와 Marketplace 제공 홈페이지 등을 조사하여 수요자가 보다 쉽게 선용품을 구매할 수 있는 시스템의 필요성을 강조하였다.

강태수(2005)⁶⁾는 선용품공급업체에 대한 설문조사를 통해 선용품산업의 애로사항들을 살펴보고, 이에 대한 개선 방향을 제시하였다. 실증분석 결과 선용품공급업의 가장 큰 애로사항 요인들로 동종업체의 난립과 후 결재방식으로 인한 자금상의 애로 등으로 조사되었으며, 부산항이 고부가가치항으로 자리매김하기 위해서 선용품센터 건립 및 e-biz기반을 통한 공급체계 구축, 선용품산업에 대한 정부의 관심 등을 통한 정책개선이 선행되어야한다고 주장하였다.

5) 김길수·박병권, “선용품업계에서의 전자상거래 시장규모 예측에 관한 연구”, 「해양한국」, 2011, pp.93-100.

6) 강태수, 「전계서」.

하명신(2005)⁷⁾은 부산항의 고부가가치항으로서의 전환을 위해 선용품공급업, 수리조선업, 선박급유업 등 항만관련산업의 현황 및 문제점을 파악하고 이에 대한 개선방안을 제시하고 있다. 특히 선용품 공급의 활성화를 위한 방안으로 부산항의 선용품센터 건립 필요성을 실증적으로 제기하고 선용품센터의 활성화를 위해서는 선용품구입을 위해 입항하는 선박에 대한 항비인하 및 선용품센터의 건립이 가장 필요하다고 하였다.

김찬호(2006)⁸⁾는 선용품공급업은 동종 혹은 이종 업종 간 상향서비스와 교차서비스 공급 및 보완재 서비스의 공급과 같은 시너지 효과를 가져 오는 항만물류산업 활성화의 기초산업임을 강조하며, 부산지역의 선용품공급업체의 구조적인 문제점을 지적한 후, 이를 해결하고 활성화를 도모하기 위해선 선용품유통센터 건립의 필요성을 주장하였다.

김성국(2006)⁹⁾은 부산항의 부가가치 창출수준은 34달러로 로테르담항의 245억달러, 싱가포르항의 164달러의 14-21% 수준에 불과하다고 지적하고, 3세대 항만에서 가장 주목받는 것은 마케팅지향적인 운영에 의한 고객서비스 강화이며 이를 위해선 선용품공급업 등 항만관련산업의 발달이 전제되어야 함을 강조하고 부산항의 선용품공급업의 활성화 방안을 제시하였다. 그 방안으로는 선용품유통센터 건립, 통과선박 자유항제도의 강화, 선용품의 전자상거래 시스템 지원체제를 갖추어야 한다고 하였다.

박영태 외(2007)¹⁰⁾는 항만의 부가가치를 창출할 수 있는 선용품공급업, 선박급유업, 물류창고업을 중심으로 한 클러스터 구축의 필요성을 강조하고 부산지역 선

7) 하명신, “부산항의 발전방안에 관한 연구 : 고부가가치항으로서의 전환 모색”, 「국제상학」, 제20권 제1호, 한국국제상학회, 2005, pp.81-101.

8) 김찬호, “선용품 공급업의 활성화 방안 -부산항을 중심으로-”, 「월간해양수산」, 통권 제260호, 2006, pp.23-39.

9) 김성국, “부산항의 부가가치를 위한 선용품공급업 활성화에 관한 연구”, 「마케팅관리연구」, 제11권 제3호, 한국마케팅관리학회, 2006, pp.149-166.

10) 박영태·우정욱·김이곤, “부산항, 선용품공급업, 선박급유업, 물류창고업 활성화 방안에 관한 연구 - 항만 클러스터 구축을 중심으로”, 「유통정보학회지」, 제10권 제1호, 한국유통정보학회지, 2007, pp.31-56.

용품공급업체의 영세성, 취급물품의 다양성 부족, 운송과정상의 비용증가 등 구조적인 문제점을 지적하고 해외 선진사례들을 들어 선용품유통센터 건립을 통한 부산지역 선용품공급업의 활성화 방안을 제시하였다.

박병주(2009)¹¹⁾는 싱가포르항과 로테르담항의 가장 큰 성공요인으로 정유산업, 배후단지, 선용품공급업과 수리조선업의 활성화를 꼽으며, 우리나라의 항만 경쟁력을 높이기 위해서는 부가가치산업을 육성할 필요가 있다고 주장하였다. 또한 부산항이 항만 부대 서비스와 시너지효과를 내기 위해서는 선진항만의 벤치마킹을 통해 신항 내 선용품 공급단지조성의 필요성을 강조하였다.

장흥훈 등(2011)¹²⁾은 광양항의 선용품공급확대를 위한 e-Marketplace 구축방안을 통해 항만서비스산업 중의 하나인 선용품공급업의 부가가치산업 육성을 위해 항만마케팅이 필요하며, 광양항의 선용품 관련 전자상거래가 구축되어야 한다고 지적하였다. 또한 선용품에 대한 e-Marketplace, 전자상거래 등 IT시스템과의 연계구축이 시급한 선결과제이며, 공동 표준화된 전자문서 교환과 전자카탈로그 등의 효율적인 콘텐츠를 구축한 마케팅 및 홍보활동의 필요성과 동종업계간의 협력 프로세스, 선용품 e-Marketplace의 신뢰성을 위한 관련 법·제도 정비 등 정부역할의 필요성을 강조하였다.

구민진(2011)¹³⁾은 선행연구자들이 제시한 선용품산업의 활성화 방안들이 직접적이해당사자인 선용품업체들에게는 어떻게 지각되고 있는지를 알아보기 위해서 상관관계분석을 실시하였다. 분석결과 업체간 협력, 클러스터 조성, 마케팅 노력은 지각된 선용품산업 활성화의 중요성과 필요성에 별다른 상관관계가 나타나지 않았고, 유통구조 개선과 정부지원은 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

배백식(2012)¹⁴⁾은 항만물류공급업의 현황을 분석하고 신뢰성, 반응성, 유형성,

11) 박병주, 「신항에서의 고부가가치 창출방안」, 경남발전연구원, 「이슈분석」, 2009. 3.

12) 장흥훈, 김경진, 「전세서」, pp.77-96.

13) 구민진, 「부산항 선용품산업의 활성화 방안」, 동의대학교 대학원, 유통관리학과, 석사학위논문, 2011.

14) 배백식, 「항만물류공급업의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는 영향」, 동명대학교 대학원, 박사학위논문, 2012.

공감성 요인 등의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는 영향이라는 실증연구를 통해 항만물류공급업체의 서비스품질이 고객만족과 관계지향성에 정(+)의 영향을 미친다고 분석하였다. 이러한 연구결과를 토대로 항만물류공급업체의 경영전략이 신뢰성, 반응성, 유형성, 공감성 등 서비스품질요인을 중심으로 세워야한다고 주장하였다.

임재욱(2013)¹⁵⁾은 네덜란드, 싱가포르, 일본 등 해외 선진항만사례들과 고찰하고 부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안을 모색하였다. 우리나라 선용품 공급업의 문제점으로 선용품공급업체의 영세성, 취급물품의 다양성 부족, 복잡한 다단계 물품공급물류 네트워크, 글로벌 네트워크의 부재 등을 지적하고, 이에 대한 부산항 선용품공급업의 개선 방안으로 선용품 시장의 전자상거래화, 영세성 극복과 물품의 다양화, 글로벌 네트워크 구축, 선용품 물류네트워크 개선, 정책적 지원 및 항만클러스터 구축 등을 제시하였다.

제2절 선용품산업의 의의 및 특성

1. 항만물류산업의 의의와 분류

1) 항만사업의 의의

우리나라 항만법 제2조에서 항만이란 “선박의 출입, 사람의 승선·하선, 화물의 하역·보관 및 처리, 해양친수활동 등을 위한 시설과 화물의 조립·가공·포장·제조 등 부가가치 창출을 위한 시설이 갖추어진 곳”이라고 규정하고 있다.

최근 들어 항만은 해운과 내륙운송을 연결하는 물류, 생산, 생활, 정보 생산 및 국제교역기능과 배후지의 경제발전을 위한 기지로서의 역할을 수행하는 종합적인 공간으로 재해석되고 있다.¹⁶⁾

한편, 물류에 대한 정의는 매우 다양하나 대부분 유사성을 지니고 있다. 이를

15) 임재욱, 「전게서」, pp.149-167.

16) 문성혁, 「현대 항만관리론」, 다솜출판사, 2003, pp.3-5, 참조.

종합하여 정리하면, 물류란 “물리적인 재화의 흐름에 관한 경제활동으로서 시간, 공간 그리고 일부의 형질변경을 통한 효용창출이 주된 임무이며, 구체적으로는 생산자와 수요자를 연결하는 과정에 관련되는 운송, 보관, 하역, 포장, 유통가공 등의 물자유통활동과 이에 관련된 정보활동”으로 정의할 수 있다.

따라서 항만물류란 항만과 물류가 결합된 개념으로 터미널 기능을 포함한 물류 기초시설 활동을 통하여 항만을 경유하는 재화에 대하여 공급자로부터 소비자에 이르기까지 존재하고 있는 시간적, 공간적인 간격을 효과적으로 극복하기 위한 경제활동의 공간이라고 정의할 수 있다.

항만물류의 주요기능은, 일반적인 물류의 기능과 동일하나, 항만이 수행하는 국제적 무역기능과 밀접하게 연계되어 있다. 또한 항만은 그 자체에 미치는 영향보다 항만배후지의 경제발전과 물가안정, 그리고 궁극적으로 기업의 안정적인 발전과 국민경제의 번영에 미치는 영향이 크다는 특징이 있다.

항만물류란 일반물류의 정의와 유사하게 운송, 보관, 하역, 포장, 유통가공, 정보의 6가지 기능으로 구성되는 것이 보편적이다. 그 활동형태는 해상운송과 내륙운송의 결합으로 이루어진다. 그리고 이러한 결합의 중추적인 역할을 수행하는 부분이 운송, 하역 및 보관이며 포장기능은 하역, 보관 또는 운송활동을 원활하게 수행할 수 있게 하는 부수기능으로서의 역할을 담당한다.¹⁷⁾

이상과 같이 항만물류는 항만과 물류의 개념을 합하여 이르는 것으로, 항만에서 이루어지는 물류활동을 의미한다. 항만은 터미널 기능을 기반으로 생산과 소비를 연결시켜주는 유통 활동의 공간을 제공하고 있으며, 항만에서의 유통 활동은 무역 및 상거래 활동에 따르는 재화 및 서비스의 이동이라는 물류 활동을 뜻한다. 항만물류는 항만을 통과하는 물류의 합리화를 통해 기업과 지역 경제의 발전에 기여하는 것을 목적으로 한다.

이러한 목적을 수행하는 항만물류산업은 항만과 배후 단지에서 이루어지는 하역, 운송, 보관 등의 기본적인 물류 활동과 포장, 정보, 서비스 등 부가가치 물류

17) 이철영, 「항만물류시스템」, 효성출판사, 1998, pp.13-17, 참조.

활동 등에 관련된 업종들로 구성되어 있다.¹⁸⁾

항만물류산업이 국민경제에 미치는 긍정적 영향 또는 기여도가 매우 높기 때문에 항만물류산업에 대한 적극적 지원과 육성을 위한 정책이 필요하다는 것이 많은 연구들에 의해 입증되고 있다. 더욱이 동북아 물류중심국가를 지향하는 우리나라의 경우 항만물류산업의 중요성은 항만물류의 역할과 기능이 광역화되면서 더욱 심화되고 있다.

그럼에도 불구하고 항만물류산업에 대한 명확한 개념이나 정의가 아직은 확고하게 뿌리내리고 있지 않다. 그 이유로는 여러가지가 있을 수 있으나 우선은 항만물류와 관련된 산업을 의미하는 용어들이 항만산업이나 항만물류산업, 해운산업 등으로 사용됨에 따라 그 개념상의 차이가 명확하지 않다. 또한 관련되는 산업의 영역이 매우 넓어서 그 경계를 어디까지 설정해야 하는가에 대한 명확한 기준이 없는 실정이다.

일반적으로 항만물류산업은 고도로 대외의존적인 우리나라 경제성장에 크게 기여해 왔다. 즉, 항만이 원자재 수입과 완제품 수출을 위한 관문으로서의 역할을 담당함으로써 당해 항만과 항만관련산업이 발달하게 되었으며, 이로써 부산과 인천 등과 같은 항만도시들의 경제가 국가경제와 함께 동반성장이 가능하게 되었다.¹⁹⁾

항만물류산업은 2000년대 들어와 국제물류의 중요성이 부각된 이후에 항만서비스업종의 포괄적인 명칭으로 발전하였으며, 과거의 항만산업과 비슷한 개념이지만 몇 가지 차별화된 점을 지니게 되었다. 과거 항만산업의 경우 해운산업에 대한 부수적인 산업의 의미를 지녔으나, 항만물류산업은 해운산업과 외국기업을 유치하는 산업을 의미한다. 이러한 항만물류산업의 경쟁력여하에 따라 선사, 화주 유치가 결정될 수도 있는 매우 능동적이고 적극적인 산업이라 할 수 있다(<표 2-1참조>).²⁰⁾

18) 네이버 지식백과(<http://terms.naver.com/>), 항만물류(한국향토문화전자대전, 한국학중앙연구원).

19) 최근배, “항만물류산업 분류에 관한 연구”, 「무역연구」, 제6권 제3호, 2010. 9, pp.253-276.

20) 한국해양수산개발원, 「항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구」, 2006.

〈표 2-1〉 항만산업과 항만물류산업의 비교분석

항목	항만산업	항만물류산업
초점	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 항만이용자의 항만이용을 뒷받침하는 각종사업 ▷ 각 업종이 개별적으로 항만서비스를 제공 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 항만이용자의 항만이용이 원활하도록 각 업종 간 연계를 중시 ▷ 업종 간 유기적인 결합으로 통합 항만서비스 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 각종 산업의 효율적인 결합
계약/서비스 제공방식	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 선사와 항만기업 간의 개별 계약, 개별 서비스 단위의 최적화 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 전체 서비스 단위의 최적화 항만기업 전체의 정보 연계
연관 산업과의 관계	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 항만산업은 해운산업에 부수적인 산업 <ul style="list-style-type: none"> - 선박처리를 위해 항만이 기능하는 것으로 인식 - 항만을 화물처리시설로 인식 - 항만산업은 선박의 입출항을 지원하는 부대사업으로 인식 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 항만물류산업은 해운산업과 외국 기업을 유치하는 사업 <ul style="list-style-type: none"> - 항만물류산업의 경쟁력 여하에 따라 선사, 화주 유치 ▷ 항만 및 항만배후지가 글로벌 제조, 물류기업의 중요한 입지 대상으로 부각 ▷ 항만물류산업의 경쟁력제고가 국가적 과제로 대두

자료: 한국해양수산개발원, 「항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구」, 2006.

2) 항만물류산업의 분류

2000년대 들어 동북아 물류중심국가 건설이라는 국가적 아젠다에 의해 우리나라 경제에 있어 항만물류산업의 중요성은 극대화되었다. 이후 중국이라는 변수에 의해 다소 위기는 있었으나, 여전히 항만물류산업은 중요한 성장동력으로서 우리나라의 경제발전에 중요한 역할을 수행할 것으로 기대되는 산업분야이다.

따라서 항만물류가 무엇이고 나아가 항만물류산업에 어떤 산업들이 포함되는지에 대한 명확한 기준의 확립이 중요하다. 특히, 중앙정부뿐만 아니라 지방정부들

도 항만물류에 대한 관심이 확대되면서 항만물류산업의 육성과 발전을 위한 정책 수립에 적극적으로 나서고 있다.

항만물류산업의 영역에 포함되는 산업들에 대한 집중적이고 효과적인 지원을 통하여 정책효과를 극대화하기 위해서는 특정한 연구수행의 필요성에 따른 항만물류산업 분류가 아니라 정책 효과의 극대화를 위한 항만물류산업의 분류가 필요하다.²¹⁾

항만물류산업에 대한 분류는 학자마다 상이하여 매우 광범위하다. 류형근 외 4명(2003)은 <표 2-2>과 같이 항만물류산업을 운송업, 하역업, 보관업, 포장업, 서비스업, 정보업 등으로 분류하였고, 해양수산부(2002)는 항만 관련산업을 해상화물의 이동, 운반에 직·간접적으로 관련되거나 의존하고 있는 모든 경제활동으로 간주하였다.²²⁾

한편, 현행 항만운송사업법은 제2조(정의)에서 항만운송을 다양하게 규정하고 있다. 이에 따르면 16개 항목에 걸쳐서 항만운송의 유형을 규정해 놓고 있으며,²³⁾ 이를 다시 ①항에서 ⑬항까지 항만하역사업으로 분류하고, ⑭항은 검수사업, ⑮항은 감정사업, ⑯항은 검량사업으로 분류하고 있다.²⁴⁾

그리고 항만운송관련사업이란 범주를 별도로 설정하고 항만용역업, 물품공급업, 선박급유업, 컨테이너 수리업이 포함된다고 규정하고 있다.²⁵⁾

21) 최근배, 「전게서」, p254.

22) 구민진, 「전게서」, p7.

23) 항만운송사업법 제2조(정의), ①항-⑯항.

24) 항만운송사업법 제3조(사업의 종류).

25) 항만운송사업법 제2조(정의), ④항.

〈표 2-2〉 항만물류산업의 업종분류

구분		산업분류
운송	운송업	화물운송, 컨테이너 운송업, 해상운송, 복합운송, 지입, 운수업, 자동차운송, 외항부정기 화물 운송사업, 내항화물운송, 외항화물운송, 수상운송업, 국내운송업, 도로화물운송, 유류운송, 예부선, 케미칼 운송업체, 냉동불운송, 냉동운반선, 특수화물운송, 항공운송, 국내 연안화물 운송(bulk), 유조선, 통관운송업체
	운송주선업	화물운송주선, 운송주선업, 트레일러 운송주선, 국제복합화물 운송주선업, 복합운송 주선, 외국화물운송주선, 항만운송주선업, 해상운송주선업, 컨테이너 운송주선, 해운 화물 운송주선업, 자동차운송주선, 일반화물 주선, 국제종합물류 운송주선, 항공운송주선업, 해상·항공운송주선, 화물운송대행, 화물알선, 복합화물주선, 국제복합화물주선업, 해운항공주선업, 컨테이너 운송알선, 통관운송대행업, 운송대행, 해운중개, 해운대리점 업체
하역	하역업	항만하역업, 컨테이너 화물하역, 미군수물자하역, 트레일러 하역, 육상하역, 창고배정업체
서비스업	서비스업	통선업, 유류판매, 예선업, 상업, 컨테이너수리, 선박임대, 선용품납품, 선구소매, 선박연료서비스, 급유대리점, 해운중개 선박대리, 선박물품공급업, 중기대여, 무역업, 유류수송급유, 수출, 선박예인, 해상용운활유, 선박관리업, 선원관리, 해운대리점업, 항만용역, 외국인 선원송입업체, 통관업무, 수출입통관업, 관세통관업무, 물류대리점, 컨테이너장비검사 업체
	항해지원서비스업	검수·검정사업, 해사감정, 화물검수사업, 수출입화물 검수·검량, 감정업체
포장		골판지용 원지 제도, 골판지 상자 임대 업체
정보		항만관련 S/W 및 정보시스템 개발업체
보관		보세화물보관업, 수출입화물 보관업, 보세창고, 창고보관업, 수입화물 보관업, 창고보관업, 보세화물보관 및 창고업, 냉동·냉장 창고업, 유류보관업, 보세장치장 업체

자료 : 류형근, 김봉수, 이홍걸, 양원, 이철영, “부산 항만물류산업의 실태에 관한 연구”, 「한국해양학회지」, 제28권 제5호, 2003.

2. 선용품산업의 의의 및 특성

1) 선용품산업의 의의

선용품(船用品, articles for ship)이란 식료품 · 연료 · 수리용 예비부품 등 비품 및 소모품으로 선박에서 상용되는 물건의 총칭이며 선박용 물건(船舶用 物件)이라 표현하기도 한다. 선용품은 그 종류마다 각종의 시험기준이 있으며, 선박에 비치한 후에 다시 제거하는 것이 곤란한 점을 감안하여 예비심사 및 형식승인제도를 통해 사전에 검사 및 승인을 받을 수 있는 것이 특징이다.²⁶⁾

운송신문사에서 편찬한 물류용어사전에서는 선용품(船用品, ship's stores)이란 “비품과 소모품으로 대별되는데, 비품이란 내구년도가 오랜 기계 등을 말하며 통상 의장품으로 불리고, 소모품은 식료, 연료, 일용잡화 등의 일회사용으로 그 가치가 소멸되는 물품”이라 정의하고 있다.

또한 현행 관세법에서 ‘선용품’이라 함은 음료, 식품, 연료, 소모품, 밧줄, 수리용 예비부분품 및 부속품, 집기 기타 이와 유사한 물품으로서 당해 선박에서만 사용되는 것을 말한다. 동 법에서 ‘기용품’이라 함은 선용품에 준하는 물품으로서 당해 항공기에서만 사용되는 것이라고 규정되어 있다.²⁷⁾

선(기)용품에는 외국물품 선용품과 내국물품 선용품이 있다. 관세청고시 제 2012-42호 선(기)용품 및 선(기)내 판매용품의 하역 등에 관한 고시에 따르면 ‘외국선(기)용품’이라 함은 외국무역선(기)내 공급하는 외국물품으로 「관세법」 제2조 제10호 및 제11호에 따른 선(기)용품을 말하며, ‘내국선(기)용품’이라 함은 외국무역선(기)에 공급하는 내국물품으로 법 제2조 제10호 및 제11호에 따른 선(기)용품을, ‘선(기)내판매용품’이라 함은 판매자가 외국무역선(기)내에서 여객의 편의를 제공하기 위하여 판매하는 내외국물품을 말한다.

26) 네이버 지식백과(<http://terms.naver.com/>), 제공처: 한국해양대학교(<http://www.hhu.ac.kr>), 선박항해용어사전, 한국해양대학교(공길영 편찬).

27) 관세법, 제2조 제10호(선용품), 제11호(기용품).

외국무역선(외항선)에 선용품으로 취급되어 적재될 경우, 영세율 적용, 관세 환급 및 면세 등의 세금의 혜택 및 절차상 편리한 점이 있다.

한편 ‘공급자’라 함은 외국무역선(기)용품 또는 선(기)내 판매용품을 공급하는 것을 업으로 하는 자로서 법 제222조에 따라 물품공급업으로 등록한 자를, ‘판매자’라 함은 외국무역선(기)내에서 선(기)내판매업으로 등록한 자를 말한다. 관세청고시 제2012-43호 선(기)용품 및 용역공급업 등의 등록에 관한 고시에 따르면 ‘물품공급업’이라 함은 외국무역선 또는 외국무역기에 선(기)용품을 공급(판매)하는 업을 말하는 것²⁸⁾으로 「관세법 시행령」 제231조에 따라 외국물품인 용품을 외국무역선(기)에 공급판매하는 공급자 및 판매자는 자본금 1억원 이상으로 등록 장소별로 용품운송을 전용으로 하는 자가소유 자동차를 1대이상 보유한 법인 또는 개인(2003. 12. 8 개정)이어야 한다.²⁹⁾

앞서 항만물류사업에서 살펴보았듯이 항만운송사업법 제2조 제4항에 따르면 항만운송관련사업이란 항만에서 선박에 물품이나 역무(役務)를 제공하는 항만용역업, 물품공급업, 선박급유업 및 컨테이너 수리업을 말하며, 업종별 사업의 내용은 대통령령으로 정한다.

선용품공급업은 항만운송사업법에 따른 항만운송관련사업 중 물품공급업을 지칭하는 것으로 ‘물품공급업’이란 ‘선박운항에 필요한 물품 및 주식·부식을 공급하고 선박의 침구류 등을 세탁하는 사업’으로 규정된다.³⁰⁾ 선박에서 사용되는 물품은 일반적으로 선용품과 기·부속(spare part), 주·부식(crew provisions), 기타 선박승무원들의 기호품을 말한다. 현재 항만운송관련사업은 등록제나 물품공급업에 한하여 신고제를 채택하고 있다.³¹⁾

28) 관세청고시 제2012-13호 선(기)용품 및 용역공급업 등의 등록에 관한 고시, 제3조 4항.

29) 임재욱, 「전계서」, pp.151-152.

30) 항만운송사업법 시행령 제2조 2항.

31) 항만운송사업법 제26조의3 제1항 ‘항만운송관련사업을 하려는 자는 항만별·업종별로 해양수산부령으로 정하는 바에 따라 지방해양수산청장에게 등록하여야 한다. 다만 물품공급업을 하려는 자는 본점 또는 주된 사무소의 소재지에 있는 항만을 관할하는 지방해양수산청장에게 신고하여야 하며, 그 영업구역은 제2조 제3항 제1호 및 제2호의 항만으로 한다.’

한편, 항만운송관련사업 중 항만용역업, 선박급유업, 컨테이너수리업 등의 등록 기준은 항만의 분류(1급지-3급지)에 따라 다르나, 물품공급업의 경우 신고제도로 항만의 분류에 상관없이 신고기준이 동일하다³²⁾(〈표 2-3〉참조).

〈표 2-3〉 물품공급업신고서 양식

[별지 제14호의2서식] <개정 2011.4.11>

(앞 쪽)

물품공급업신고서		처리기간	
		6일	
신 고 인	①상 호(명 칭)		
	②대표자(성 명)	③생년월일	
	④주 소 (전화번호:)		
⑤자 본 금			
⑥항 만 명(사업구역)			
<p>「항만운송사업법」 제26조의3제1항 및 같은 법 시행규칙 제26조제1항에 따라 위와 같이 물품공급업신고서를 제출합니다.</p> <p style="text-align: center;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">신고인 (인)</p> <p>지방해양항만청장 귀하</p> <p>시·도지사</p>			
구 비 서 류	신고인(대표자) 제출서류		지방해양항만청장 또는 시·도지사 확인사항
	<p>1. 정관(법인인 경우만 해당합니다) 1부</p> <p>2. 재산 상태를 기재한 서류 1부</p>		<p>1. 법인 등기사항증명서 (법인인 경우만 해당합니다)</p> <p>2. 신고인의 주민등록등본(개인인 경우만 해당하며, 부동의하는 경우 해당서류를 제출해야 합니다)</p>
<p>본인은 이 건 업무처리와 관련하여 「전자정부법」 제36조제1항에 따른 행정정보의 공동이용을 통하여 지방해양항만청장 또는 시·도지사가 위의 주민등록등본을 확인하는 것에 동의합니다.</p> <p style="text-align: right;">신고인(대표자) (서명 또는 인)</p>			

32) 항만운송사업법 시행령, 별표6.

이상의 관련법 등에서 규정하고 있는 선용품 및 물품공급업 등의 기준을 적용하면, 선용품산업이란 운항 중인 선박 또는 신조선에 필요한 선식품, 일용잡화품, 엔진기속부품 및 면세품 등을 판매하는 사업으로 정의할 수 있다.

2) 선용품산업의 특성

(1) 선용품 산업의 일반적인 특징

선용품 산업은 활성화를 통하여 동종 또는 이종 업종 간 상향 서비스와 교차서비스 및 보완재 서비스의 공급과 같은 시너지 효과로 항만물류산업 활성화의 기초가 된다.

상향 서비스는 당초 구입하고자 하는 고급제품 판매를 유도하는 서비스를 말하며, 교차 서비스는 당초 구매하고자 한 것 이외에 다른 제품을 추가로 구매하도록 유도하는 서비스를 일컫는다. 서로 다른 다양한 제품을 많이 보유하고 있을수록 상향 및 교차 판매가능성이 증가한다.

선용품 산업은 선박에 필요한 모든 물품을 공급하는 업종으로 선사와 선용품 공급사간의 선용품 거래는 ISSA(International Ship Supplier's Association)³³⁾와 IMPA(International Marine Purchasing Association)³⁴⁾에서 발행하는 가이드북이 전 세계적으로 사용되고 있고, 각종 소모품에 대한 규격·종류 등이 코드화 되어 있으며, ISSA와 IMPA의 코드는 90% 정도 일치한다.

선사와 선용품공급사간 물품번호가 코드화된 가이드북을 이용하여 물품의 신청 및 공급이 이루어지며 물품의 종류는 35,000여개 이상이다.³⁵⁾

33) 국제선용품협회

34) IMPA Marine stores coding is used in the marine industry. 즉, 선용품점에서 사용하는 코드, 작업화나 구멍조끼부터 선박에 들어가는 모든 물건들을 코드넘버를 부여하여 수발주시에 이용함.

35) 부산지방해양수산청(www.pusan.momag.go.kr, 2003.08) 자료에 따르면 전세계 선용품 공급시장에서 취급하고 있는 선용품의 종류는 이보다 훨씬 많은 68,000여개 이상으로 추정하고 있음.

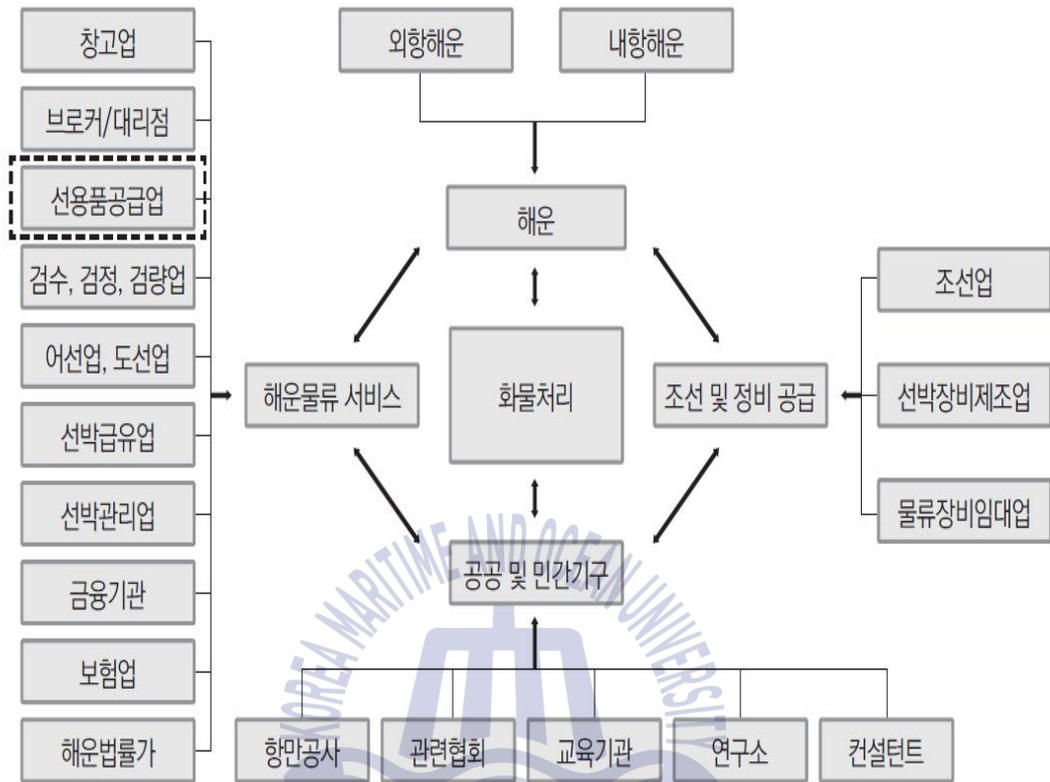
〈표 2-4〉 IMPA code의 제품종류 분류 예시

code	제품종류 분류	code	제품종류 분류
15	Cloth & Linen Products	31	Safety Protective Gear
17	Tableware & Gallery Utensils	33	Safety Equipment
19	Clothing	35	Hose & Couplings
21	Rope & Hawsers	37	Nautical Equipment
23	Rigging Equipment & General Deck Items	39	Medicine
25	Marine Paint	47	Stationery
27	Painting Equipmetnt	49	Hardware

자료: www.marinestoresguide.com, 연구자 재정리

초대형 선박의 연간 운항비의 대부분이 연료비와 항비로 지출되고 있어, 항만업계는 항만을 고부가가치하기 위한 방법은 몇 가지로 한정된다. 그 중에서 해운선사의 인건비, 항비 등 비중이 큰 운항비는 기항항구와 함께 절감이 어려운 기본 경비이나 선용품비는 최적의 제품을 구매한다면 충분히 비용절감을 가져올 수 있기 때문에 해운선사의 입장에서는 경영효율화의 측면에서 관심의 대상이 된다. 이러한 항만물류산업에서의 선용품산업의 위치는 다음의 <그림 2-1>과 같다.³⁶⁾

36) 구민진, 「전계서」, pp.12-13.



<그림 2-1> 항만물류산업내에서의 선용품산업의 위치

자료: 하명신, “부산항 선용품 산업의 현황과 과제”, 항만산업 활성화 심포지움 발표자료, 2005;
 이은규, “울산지역 선용품업체 현황과 육성방안”, 울산발전연구원, 기본과제 2013-04, 2013, p.20.

선용품 공급업은 여타 항만운송관련산업과는 달리 신고제이며 요율을 자율에 의해 책정하고 있어 사업의 영위가 자유로워 비교적 경쟁이 심한 업종이다. 1999년 이후 선용품 공급업체의 영업활동이 등록제에서 신고제로 전환되고 관할세관에 신고만하면 등록된 항만이외의 항만에 대한 출입도 자유롭기 때문에 활동하는 업체수가 급격히 증가하여 왔다. 다만 신고업체 중에는 건조중인 선박에 자사에서 생산한 조선기자재를 직접 건조하기 위해 생산업체에서 편의상 물품공급업으로 신고된 업체도 포함되어 있어 정확한 업체수를 파악하는데 다소 어려움이 따른다.

〈표 2-5〉 주요 항만물류산업 관련 제도 변천과정

세분류	진입장벽	요율	등록기준
항만하역사업	면허제에서 등록제('97년)	인가제	기준완화('97년)
검수·검정·검량 사업		자율제에서 신고제('97년)	
항만용역업	허가제에서 등록제('97년)	자율제	기준완화('99년)
선박급유업			
컨테이너수리업			
물품공급업	허가(최초)/등록('97년), 신고제(99년)		신고기준완화 ('99년)

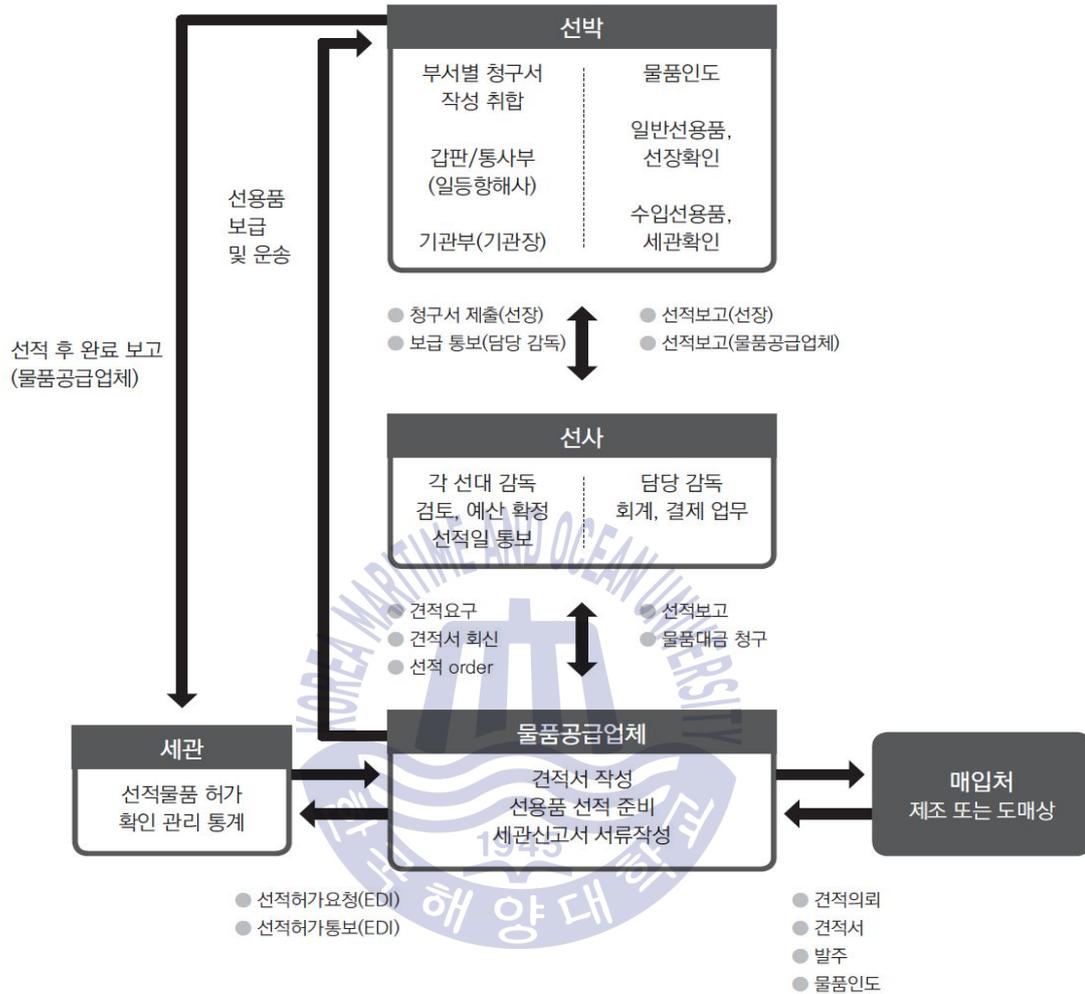
자료: 항만운송사업법 및 관계법령 참고, 연구자 재정리

(2) 선용품 산업의 유통과정

일반적으로 국내의 선용품 주문 거래방식은 본선에서의 청구서 작성, 대리점에 대한 본사의 견적요청, 선용품 공급업체에 대한 견적서 요청 등 선적과 가격 정산에 이르기까지 복잡한 다단계 유통구조를 갖고 있다.

일반적인 주문 거래 방식은 본선에서의 청구서 작성, 대리점에 대한 본사의 견적 요청서 작성, 대리점의 선용품업체에 대한 견적서 요청, 선용품 공급업체의 견적서 작성 등의 순으로 이루어진다. 이후 대리점의 견적서 제출 및 가격협상, 선사의 발주서 작성, 대리점의 확인통보서, 대리점의 집하와 포장, 대리점의 선적준비 완료 통보서, 선사의 선적지시 등으로 이어진다.

중대형 선용품 공급업체의 경우 이러한 과정이 5단계 정도이나 소형업체의 경우 최대 7단계의 복잡한 유통과정을 거치게 됨으로써 물류 및 유통비용 증가의 원인으로 지목되고 있다(그림 2-2)참조).



<그림 2-2> 선용품 공급업의 유통과정

자료: 이은규, “전계서”, p.23.

제3장 국내 선용품산업과 해외 선용품산업의 비교분석

제1절 국내 선용품산업의 현황

1. 항만관련 산업현황³⁷⁾

1) 업체 등록 현황

2013년 1월 기준 전국 항만관련 등록 사업체 수는 12,552개로 전년대비 10.6%가 증가하였다. 2012년 11,351개사에서 2013년 12,552개사로 1년간 1,201개가 증가하였다³⁸⁾

업종별로는 구체적인 업종을 밝히지 않은 ‘기타’ 를 제외하고는 ‘내항화물’ 업체수가 1,324개사로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대리점 359개사, 항만하역 340개사, 국제해운대리점 329개사, 원양어업 283개사 등의 순으로 나타났다.

지역별 항만관련사업체 등록현황에 따르면 부산지역이 4,501개로 가장 많았으며 충북지역이 3개사로 가장 적은 것으로 나타났다. 지역별로는 부산지역이 553개사 증가하여 전년 대비 27.4% 증가율을 기록하였으며 울산 135개사, 전남 95개사, 경북 91개사 순으로 증가하였다. 부산을 제외하고 업체 순으로는 인천 1,933개사, 서울 1,156개사, 전남 1,129개사 등의 순으로 나타났다.

또한 부산·울산·경남의 등록업체 수는 총 5,678개사이며 전국 대비 45.3%에 이르는 것으로 나타나 전국 항만관련사업체의 절반 가깝게 차지하고 있음을 알 수 있다(<표 3-1>참조).

37) 하태영, “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 2013 항만물류 전망대회 참조.

38) PORT-MIS자료 분석.

〈표 3-1〉 국내 항만관련 업체 등록 현황

(단위 : 개소, %)

번호	지역	업체수		전년대비		구성비	
		2012년	2013년	증감	증감율	2012년	2013년
1	강원	873	882	9	1.0	7.7	7.0
2	경기	324	336	12	3.7	2.9	2.7
3	경남	481	549	68	14.1	4.2	4.4
4	경북	266	357	91	34.2	2.3	2.8
5	광주	25	28	3	12.0	0.2	0.2
6	대구	9	19	10	111.1	0.1	0.2
7	대전	17	22	5	29.4	0.1	0.2
8	부산	3,948	4,501	553	14.0	34.8	35.9
9	서울	1,093	1,156	63	5.8	9.6	9.2
10	울산	493	628	135	27.4	4.3	5.0
11	인천	1,866	1,933	67	3.6	16.4	15.4
12	전남	1,034	1,129	95	9.2	9.1	9.0
13	전북	452	464	12	2.7	4.0	3.7
14	제주	175	183	8	4.6	1.5	1.5
15	충남	272	279	7	2.6	2.4	2.2
16	충북	3	3	0	0.0	0.0	0.0
17	기타	23	83	60	260.9	0.2	0.7
계		11,354	12,552	1,198	10.6	100.0	100.0

자료: PORT-MIS자료 분석, 재정리.

2) 국내 항만관련 시장 규모

〈표 3-2〉에서 보듯이 국내 항만관련 산업의 시장매출규모는 2010년 약 29조 원으로 추정되고 분야별로는 조선기자재 부문이 약 20조 원 이상으로 전체 시장의 70% 이상을 점유하는 것으로 추정되며 2009년 기준 국내 조선기자재 업체 155개

의 업체당 평균 매출액이 1,298억으로 나타났다.

다음으로 선박급유부문의 경우 약 5조 1천여억 원, 수리조선부문의 경우 약 2조 9천여억 원, 선용품부문이 약 7천여억원으로 추산되었다.

<표 3-2> 국내 항만관련 산업 시장규모(2010년 기준)

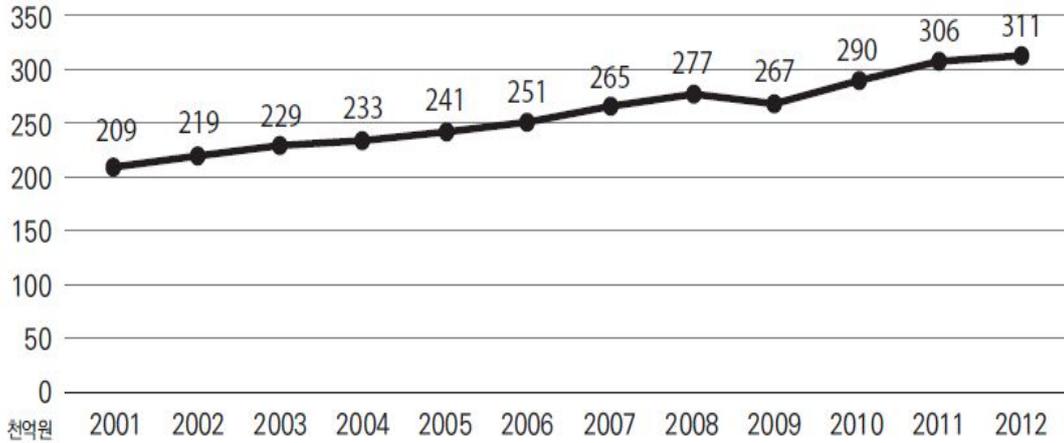
구분	조선기자재	수리조선	선박급유	선용품	합계
매출액(억 원)	201,190	29,856	51,445	7,186	289,677
비중(%)	69.4	10.3	17.8	2.5	100.0

자료 : 하태영, “전계서”, 참조.

최근 2년간(2011-2012)의 선박입출항 실적과 항만물동량 증가율을 고려하면 2012년 기준 국내 항만관련 산업의 매출액은 30조 원을 초과하였을 것으로 추정된다.

선박입항 척수, 톤수 및 물동량은 항만관련 산업이 시장 성장에 직접적으로 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있다. 또한 선박의 대형화를 고려하면 선박입항척수, 톤수, 물동량을 동시에 고려하여 산업성장을 예측하는 것이 합리적인 방법이라 할 수 있다.

국내 항만관련 산업의 향후 시장규모는 2020년 38조 원을 초과할 것으로 전망된다. 지난 10년간의 선박입항실적, 입항톤수, 물동량을 토대로 회귀분석 방법에 의해 추정할 경우 2020년 38.1조 원, 2030년 47.2조 원에 이를 것으로 전망된다. ‘항만기본계획’ 에서 제시하고 있는 2020년 물동량 18억 톤을 고려할 경우 2020년도에 이미 40조 원을 넘어설 것으로 추산된다(<그림 3-1>참조).



〈그림 3-1〉 국내 항만관련산업 시장규모 추이(추정액)

자료: 이은규, “전계서”, p.27.

2. 국내·외 선용품시장 현황

1) 세계 선용품시장 현황

선용품관련 세계시장의 규모는 국가 간 그리고 관련 기업차원의 거래방식 차이와 기업내부자료 공개에 대한 부담 등으로 시장규모를 추정하는 것이 매우 어려운 실정이다.

세계 각국의 선용품 업체들은 ISSA나 IMPA와 같은 주요 협회에 가입하여 정보를 교환하고 있으나 일본의 후지 트레이딩과 같이 글로벌 네트워크를 구축하여 독자적으로 활동하는 기업도 상당수 존재한다. 또한 세계적인 물품공급회사들의 정보공개에 대한 거부감, 신조선에 보급되는 기자재를 선용품 수출로 볼 경우 유통과정을 거쳐 운항과정에 보급되는 선용품 거래액과의 차이 등 여러 가지 이유

로 선용품 시장규모를 추정하는데 어려움이 따른다.

해양수산부의 연구에 따르면 선용품 공급시장 규모는 2004년 기준으로 세계 약 378억 달러 규모인 것으로 추정³⁹⁾된 바가 있다. 추정방법을 달리한 최근의 연구에서는 2009년 기준 세계 선용품 공급 추정액을 197억 달러로 추정한 결과도 제시되고 있다.

한편 전세계 주요 공급항만으로는 싱가포르항이 있으며, 전세계 선용품 공급업체는 2,000여개이상의 관련 업체가 영업활동을 수행하고 있을 것으로 추정된다.

세계 선용품시장은 싱가포르, 로테르담, 홍콩, 카오슝과 함께 부산항이 세계 5대 선용품시장으로 알려져 있다. 부산항의 경우 우리나라의 기술력에도 불구하고 선용품의 가격, 물품의 종류, 품질면에서 경쟁국인 일본과 중국의 사이에 끼어 있어 선용품산업이 활성화되지 못하고 있는 실정이다.

2004년 말 기준 세계 선용품 시장규모가 378억 달러로 추정할 경우 부산항에서 판매되는 선용품은 1.51억 달러로 세계 시장대비 0.4%에 불과하여 부산항의 명성에 비하여 매우 열악한 시장규모를 갖고 있다.

선용품 산업과 관련하여 두 개의 세계적인 협회가 있으며 ISSA는 500여개 항만에 1,400개사의 회원사를 두고 있으며 IMPA는 52개국에 384개사의 회원사를 두고 있다.

따라서 중복을 가정하지 않을 경우 전 세계적으로 최소 1,784개의 선용품 공급업체가 영업하고 있을 것으로 추정된다.

2) 국내 선용품시장 현황

<표 3-3>에서 보듯이 2011년 말 기준으로 국내 주요항의 선용품 공급업 등록업체 수는 1,528개 업체이다. 이중 70.8%가 부산지역에 분포하고 있는 것으로 나타났다. 부산지역을 제외하고 여수항 151개, 인천항 144개, 울산항 119개로 이들 4대 항에서 대부분의 선용품 공급업체가 집중되어 있는 것으로 나타났다.

39) 해양수산부, “항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구”, 2006.

이 외에 목포항과 군산항에 일부 선용품 공급업체가 있는 것으로 파악되고 있으며 지역적으로는 부산과 울산이 포함된 영남지역에 약 78.6%의 업체가 집중되어 있는 것으로 나타났다.

<표 3-3> 국내 주요항의 선용품 공급업체 등록 현황(2011년 말 기준)

항구	등록 수(개)	항구	등록 수(개)
부산항	1,082개	여수항	151개
울산항	119개	목포항	15개
인천항	144개	군산항	17개

자료: 각 지방해양수산청 Homepage 참고, 연구자 재정리.

2012년 국내 관세청 자료에 따르면 2011년 국내 선용품시장 규모는 8,059 백만 달러 규모이며 부산항과 울산지역의 비중이 48.6%로 절반 가까이를 차지하고 있다. 관세청 관세국경감시과 자료를 토대로 분석해 보면 2011년 기준 부산지역의 선용품 거래 건수⁴⁰⁾는 184천 건, 금액은 2,843백만 달러로 전체에서 차지하는 비중인 35.3%로 거래 건수 및 금액에서 부산지역의 선용품 시장이 가장 큰 것으로 나타났다(<표 3-4>참조).

국내 주요 항만별로 입항하는 선종이 다르며 이에 따라 취급하는 선용품의 종류도 상이하며 국내 대다수가 부산 근교에서 생산되며 유통되고 있는 것으로 분석되었다. 부산의 경우 항만의 특성상 컨테이너선의 보급횟수가 많으며 수리를 하기 위해 입항하는 러시아 어선들에 대한 선용품 보급이 많은 것으로 추정된다. 반면 광양항과 울산항은 유조선과 화학운반선 등이 주로 항만을 이용하고 있으며 인천항의 경우 다목적선들의 입항이 많은 지역적 특성을 갖고 있다.

40) 선용품 건수는 항만의 보세구역에서 물품공급업체들의 영업활동 결과로 보세구역에 입출항하는 외항선에 선적이 되므로 원칙적으로 물건의 금액 또는 크기에 관계없이 관할세관장의 허가를 얻어야 하며 이로 인해 거래 건수는 증가하는 경향을 보인다.

〈표 3-4〉 우리나라 주요항만 항만물품 공급현황(내·외국 선용품)

(단위 : 천 건, 백만 달러, %)

구분	2010년		2011년			전년대비	
	건수	금액	건수	금액	비중	건수	금액
부산	143	2,120	184	2,843	35.3	28.7	34.1
울산	35	799	42	1,074	13.3	20	34.4
여수	15	621	17	790	9.8	13.3	27.2
인천	23	578	29	656	8.1	26.1	13.5
광양	11	344	14	478	5.9	27.3	39.0
기타	55	1,790	63	2,218	27.5	14.5	23.9
합계	283	6,253	349	8,059	100	23.3	28.9

주 : ‘기타 전자민원’ 방식에 의한 내국선용품(주로 채소 등의 부식) 공급실적은 누락 전산으로 통계집계가 어렵고, 신조선박에 공급되는 선용품 공급실적은 포함됨.

자료 : 배백식, 「전계서」, 참조.

한편 국세청 자료에서도 확인할 수 있듯이 세관신고 건수의 35.3%가 부산에서 이루어지고 있다. 대다수의 물품들이 부산에서 운송·선적되고 있는 현실을 감안하면 실제 일반 생필품을 제외한 선용품의 대다수가 부산 근교에서 생산되어 유통되고 있는 것으로 파악된다.

3. 국내 주요 선용품시장 현황

1) 부산지역

부산항은 국내 최대의 선용품 시장을 보유하고 있으며 부산지역의 선용품 시장은 큰 폭의 변동성을 보이고 있으나 추세적으로는 지속적인 성장을 해 온 것으로 나타났다.

〈표 3-5〉에서 보듯이 입항목적에 따라 선용품 적재를 위해 입항한 선박을 분석한 결과 누적 톤수와 평균톤수가 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타났다.

선용품 적재를 목적으로 입항한 선박 척수는 2001년 269척으로 누적 톤수는 1,231천 톤, 평균 톤수 4,577 톤이었으나 2012년에는 483척으로 크게 증가하였다.

누적 톤수는 6,522천 톤, 평균 톤수는 13,503톤으로 역시 크게 증가한 것으로 나타났다.

이에 따라 2001년을 기준으로 볼 때, 척수는 1.8배, 누적 톤수는 5.3배, 평균 톤수는 2.95배 증가한 것으로 나타났다.

〈표 3-5〉 부산지역 선용품 부문 시장여건 추이

구분	실적			상대비		
	척수	누적톤수(천톤)	평균톤수(톤)	척수	누적톤수	평균톤수
2004년	413	2,052	4,969	1.54	1.67	1.09
2008년	307	2,300	7,493	1.14	1.87	1.64
2012년	483	6,522	13,503	1.80	5.30	2.95

자료 : PORT-MIS 2001-2002년 선박입항실적 분석.

선박 종류별 서비스 척수 및 비중을 살펴보면 일반화물선의 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며 케미컬 운반선, 원양어선, 냉동냉장선 등의 순서로 나타났다.

PORT-MIS 2001-2012년을 비교한 결과, 해당기간동안 일반화물선이 1,407척으로 전체 선용품 적재 척수 3,992척의 35.2%를 차지하는 것으로 나타났다. 또한 케미칼 운반선은 562척(14.1%), 원양어선 324척(8.1%), 냉동 냉장선 312척(7.8%), 산물선(벌크선) 284척(7.1%) 등의 순으로 나타났다.

반면 선용품 적재 수요가 많은 것으로 알려진 크루즈선에 대해서는 실적이 거의 없는 것으로 나타났다. 이는 국내에 입항하는 대형 크루즈선의 경우 상대적으로 높은 가격, 품목제한, 홍보미흡 등으로 국내 물품구매를 꺼리는 대신 싱가포르, 중국 등 제3국을 통해 일괄구매한 뒤 부산항에 입항하는 것으로 분석된다.

2) 인천지역

인천지역의 선용품 거래 건수는 매년 증가하는 것으로 나타났으며 외국물품에

비하여 내국물품의 거래증가가 더 많은 것으로 나타났다.

내국물품의 경우 2007년 4,828건에서 2012년 10,012건으로 2007년 대비 2.07배 증가한 것으로 나타난 반면 외국물품의 경우 같은 기간 10,684건에서 10,748건으로 소폭 증가한 것으로 나타났다. 이에 따라 전체 거래 건수는 2007년 15,512건에서 2012년 20,760건으로 증가하였다.

<표 3-6> 인천지역 선용품 거래 추이(건수)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
내국물품(건)	4,828	5,269	5,735	6,218	8,201	10,012
외국물품(건)	10,684	10,964	10,377	10,882	10,985	10,748
합계(건)	15,512	16,233	16,112	17,100	19,186	20,760

자료 : 인천세관 내부자료

한편 인천지역의 선용품 거래금액은 2009년을 기점으로 대폭 하락한 이후 정체되는 추세를 보이고 있으며 주요 원인은 외국물품의 거래금액 감소에 기인하는 것으로 나타났다. 내국물품의 거래 건수의 증가에 따라 선용품 거래 금액 또한 2007년 5,042천 달러에서 2012년 18,649천 달러로 3.7배 증가한 것으로 나타났다. 반면 외국물품의 경우 거래량이 정체됨에 따라 증가폭은 다소 둔화된 것으로 나타나 2012년 기준 47,903천 달러로 1.38배 증가한 것으로 나타났다.

<표 3-7> 인천지역 선용품 거래 추이(금액) (단위 : 천 달러)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
내국물품	5,042	8,514	14,506	13,993	23,357	18,649
외국물품	34,598	54,270	103,088	60,046	38,979	47,903
합계	39,640	62,785	117,595	74,040	62,336	66,552

자료 : 인천세관 내부자료

제2절 선용품산업 해외사례

1. 싱가포르(싱가포르항)

싱가포르는 아시아 최대의 선용품시장이며 시장규모는 5,548억 원(2004년 기준)으로 세계시장의 1.47%를 차지하고 있다.

싱가포르항은 글로벌 기간항로라는 좋은 입지조건, 훌륭한 물류시설, 정부의 확고하고 식견있는 물류산업 육성정책, 첨단정보통신 그리고 잘 훈련된 물류인력을 갖추고 있다. 특히 세계최고의 물류시설을 자랑하는 싱가포르항의 부두시설은 창이공항과 더불어 싱가포르가 아시아 최대 항만물류산업 도시로 성장하는 근간이 되고 있다.

즉, 싱가포르는 항만을 중심으로 공항, 물류단지 등을 배치하여 각 시설의 기능이 시너지 효과를 낼 수 있도록 하고 7개의 자유 무역지역을 배치하여 항만과 공항과의 효과를 극대화하고 있다.

2004년 기준 싱가포르의 1일 평균 기항 선박 수는 482척이며 그 중 9%인 43척이 선용품 구매를 목적으로 기항하는 것으로 나타났다. 하역을 위해 입항하여 선용품을 구매하는 경우를 포함하면 하루 193척이 선용품을 구매하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-8〉 싱가포르 입항선박의 목적별 척수

(단위 : 척)

연도	하역	선박수리	Bunker	선용품	기타	합계
2001	54,410	6,760	21,649	15,402	92,944	191,165
2002	52,624	7,961	21,214	16,385	89,405	187,589
2003	52,182	7,924	21,694	15,906	81,901	179,607
2004	54,913	6,687	22,804	15,808	75,674	175,886
평균	54,913	6,687	22,804	15,808	84,981	183,562

주 : 2개 이상 목적으로 입항한 경우 척수 중복으로 실제 입항척수는 2004년 기준 133,185척임.

자료 : 김찬호, 「전게서」, 참조.

싱가포르항의 성공요인은 구체적으로 지정학적 위치, 정부의 물류 및 무역우대주의 정책, 선용품 업체들의 노력 등으로 볼 수 있다. 싱가포르는 유럽-아프리카-아시아의 중간귀착지인 말라카이 해협에 위치하여 기항하지 않는 선박도 이 지역을 통과해 선용품을 구입하는 경우가 빈번하다. 싱가포르 정부는 아파트형 선용품 창고를 건설하여 선용품 공급업체에 저가에 임대하고 있으며 정부의 차량규모 관리 정책으로 도심 내 교통체증이 없어 선사의 요구가 있을 경우 30분 이내로 선용품 공급이 가능하다는 장점을 지니고 있다.

또한 도시국가로서 제조시설 부족으로 외국제품을 수입한 후 재판매하는 정책으로 인한 통관절차 간소화로 수입·판매에 따른 추가비용을 인하하고 재수출하는 물품에 대하여 관세를 매기지 않는 등 무역우대정책을 실시하고 있다. 선용품 공급업체들 또한 국제적인 물류네트워크를 구축하여 최저가 구매능력을 갖춘 수입업자들로부터 물품을 공급 받고 있어 가격경쟁력을 갖추고 있다.

2. 네덜란드(로테르담항)

로테르담항 역시 싱가포르항과 마찬가지로 네덜란드 정부의 무역우대주의 정책 및 유리한 지리적 특징으로 유럽 최대의 선용품 시장으로 성장하였다. 로테르담항은 운하, 도로, 철도, 항공으로 수시간 내에 유럽의 모든 지역과 연계가 가능한 유럽의 관문이자 글로벌 기업들의 국제물류센터로 각광을 받고 있다.

이러한 지리적 이점뿐만 아니라 로테르담항은 물류인프라와 배후 연계 수송망이 잘 구축되어 있고 영어 등 언어구사 능력 및 물류 지식을 갖춘 우수한 인력이 풍부하며 노동시장의 유연성이 높다는 장점을 지니고 있다.

로테르담항의 선용품 공급업의 수는 2005년 기준 190여개로 여타 항만물류업체보다 월등이 높으며 주로 Eurpport 및 Botlek 지역에 집중 분포하여 업체간 상향 판매 및 교차판매와 같은 시너지 효과를 지니고 있다.

로테르담항이 갖고 있는 특징은 값이 싼 중국 등으로부터 대량으로 범용성이 강한 선용품을 구입하고 이를 개별 선용품 공급업자가 선용품 창고를 건설하여

보관하고 있다는 것이다. 또한 일부 대형전문회사는 관련제품을 수입한 후, 유럽의 각 지역에 위치한 자체 유통망을 통해 이를 유통시키는 형태의 영업을 수행함으로써 시장확대를 도모하고 있다.

한편 로테르담 항만당국은 로테르담항을 발전시키기 위하여 완전 자유시장제도로 되어 있는 선용품공급시장을 조성하고, 수리조선시설도 정비하여 신조선에 비해 수리조선에 더욱 비중을 높여 입출항 선박을 위한 종합서비스 제공을 위해 노력하고 있다. 이와 같은 로테르담항의 항만 클러스터는 선박과 화물의 용이한 항만이용을 촉진하기 위하여 선박급유시설·선용품공급시장·선박수리시설·배후단지(Distripark) 등을 일괄 정비하여 종합서비스를 제공하고 있다.⁴¹⁾

〈표 3-9〉 로테르담항내 선용품 공급업체 현황

연도	도선.라인맨 등	선용품	선박정소	조선.수리조선	선박예인 등	기타
2005년	5	190	23	94	21	36

자료 : 구민진, 「전게서」, 참조.

3. 일본(고베항)

일본의 경우 대리점 형태에서 자회사를 거쳐 대형업체 형태로 변화하면서 공동출자로 여러 개의 업체가 아닌 하나로 운영되는 독립적인 선용품 유통센터를 건립하여 운영하고 있다.

대표적인 지역이 고베의 선용품센터로 1955년 고도화산업으로 지정되면서 육성책의 일환으로 센터를 조기 건립하였다. 또한 선박에 직접 선용품을 납품하는 선용품 기업이 대형화되어 있으며 소모품 중심의 제품구조에서 전문화된 제품 중심으로 변화하고 있는 실정이다.⁴²⁾

41) 박병주, 「전게서」, 참조.

42) 부경대학교, 항만물류경영연구소, “국제선용품 유통센터 건립 및 운영방안 연구”, 2008.

대표적인 기업이 후지 트레이딩(Fuji Trading)으로 이미 규모의 경제와 국제적 네트워크를 구축하고 부산을 비롯한 세계주요 선용품 보급 거점항구에 현지법인을 설립하여 영업활동을 수행 중이다. 일본 선용품의 경우 가격이 비싸고 생산이 되지 않는 품목이 많아 자국의 조선소로 보급되는 초도 선용품의 경우 한국과 싱가포르에서 구매하여 선적하는 현상이 나타나고 있다.

4. 주요 선용품 선진국의 성공요인 분석

선진 항만 선용품산업의 성공요인은 크게 지정학적 요인, 업체요인, 정부요인, 기타요인으로 분석되었고 이를 정리하면 아래의 <표 3-10>과 같다.⁴³⁾

<표 3-10> 주요 선용품 선진국의 성공요인

구분		싱가포르항	로테르담항	고베항
지정학적 요인		○	○	
업체요인	업체의 대형화		○	○
	업체의 전문화			○
	제품의 다양성	○		
	업체 간 네트워크	○		
	업체 집적		○	
정부지원 요인	세금 정책	○	○	
	기타 지원	○		
기타 요인	선용품유통센터			○
	유통경로 효율성	○		

자료: 구민진, 「전계서」, p.28, 참조.

43) 구민진, 「전계서」, p.28, 참조.

5. 선용품 선진사례(싱가포르항)와 국내(부산항)비교

국내 최대 선용품 시장인 부산항의 경우 싱가포르항과 척수와 톤수에서 매우 빈약한 수준인 것으로 나타났다. 지난 7년간 선용품 적재 목적으로 입항한 선박의 척수와 톤수를 비교한 결과 척수에서는 1.7%, 누적 톤수에서는 0.6% 수준에 불과한 것으로 나타났다(<표 3-11>참조).

반면 싱가포르항의 경우 2008년 이후에도 이전과 같은 성장세를 지속적으로 이어가고 있다. 반면 부산항의 경우 동 기간 동안 선용품 거래 실적이 다소 증가한 것으로 나타났지만 거래규모를 감안하면 미미한 수준이다.

<표 3-11> 싱가포르항과 부산항 선용품 거래 실적 비교

구분	싱가포르항(A)		부산항(B)		상대비(B/A)	
	척수	누적톤(만톤)	척수	누적톤(만톤)	척수	누적톤(만톤)
2005년	15,949	32,923	239	169	0.015	0.005
2006년	18,078	40,237	225	195	0.012	0.005
2007년	18,736	44,020	289	206	0.015	0.005
2008년	20,199	51,094	307	230	0.015	0.005
2009년	20,694	56,762	393	553	0.019	0.010
2010년	21,629	61,826	424	474	0.020	0.008
2011년	22,685	71,924	367	494	0.016	0.007
2012년	24,166	82,395	483	652	0.020	0.008
평균	20,267	55,148	341	372	0.017	0.006

자료: 하태영, “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 한국해양수산개발원, 2013.

싱가포르항과 부산항의 선용품 실적이 차이가 나는 주된 원인으로는 선용품 취급품목 수와 공급가격으로 분석되었다.

국제선용품구매협의회(IMPA)의 경우 등록된 선용품의 종류가 약 3만 5천여 종에 이르는 것으로 나타났다. 싱가포르항의 경우 이 중 약 2만 5천여종의 선용품을 취급하는데 비해, 부산항의 경우 약 3천여종으로 싱가포르항의 12% 수준에 불과하여 고객의 구매의향이 저조함은 물론 싱가포르항에 비하여 근본적으로 선용품 공급업체의 영세성으로 인한 물류비(보관, 운송 등) 부담으로 공급가격이 높은 것으로 나타났다.

싱가포르항의 경우 선용품에 대한 무관세 및 낮은 부가세(5%)를 적용하고 있으며, 공급업체간 제휴 및 대형화 등으로 가격경쟁력을 확보하고 있다. 반면 부산항의 경우 업체의 영세성으로 인하여 싱가포르항에 비하여 임대보관, 소량운송, 개별구매, 협력미흡에 따른 물류비 가중으로 가격경쟁력이 취약하다.

선용품 종류의 품질에 따른 차이로 인하여 직접적인 가격비교는 곤란하나 전반적으로 싱가포르에 비해 20~30% 비싼 가격에 공급되는 것으로 추정된다.



제4장 국내 선용품산업의 문제점

2013년 울산발전연구원에서 수행한 보고서⁴⁴⁾에서 울산지역 선용품 업체들을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 사업운영 시 애로요인으로 ‘공급자 과잉으로 인한 경쟁심화’와 ‘다단계식 유통구조’로 인한 물류측면의 어려움을 지적하였고, 경영상의 애로요인으로는 ‘공급자 과잉에 따른 경쟁심화로 고객 확보가 어렵다’는 응답이 가장 많았으며 다음으로 ‘결제제도의 불합리성으로 인한 자금회수의 어려움’인 것으로 나타났다.

물류측면의 애로요인으로 ‘다단계식 유통구조로 인한 가격경쟁력 하락’이 가장 큰 애로요인으로 제시된 가운데 ‘추가적인 부대비용 발생으로 물류비 증가’가 다음 순으로 나타났다.⁴⁵⁾

제1절 업체간 상호협력 측면에서의 문제점

1. 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화

선용품업체가 겪고 있는 어려움 중의 하나가 바로 선용품공급업체의 규모측면에서의 영세성과 공급자 과잉에 따른 경쟁심화로 고객 확보에 어려움이 따른다는 점이다.

선용품업체의 진입제도가 1997년 등록제에 이어 1999년 신고제로 전환된 이후 진입장벽이 철폐됨에 따라 영세한 선용품 공급업체가 급증하였다. 이러한 결과 국내의 선용품시장은 업체 간 경쟁 과열로 인한 수익성 저하 및 경영악화가 초래되었다.

44) 이은규, “울산지역 선용품업체 현황과 육성방안”, 울산발전연구원, 기본과제 2013-04, 2013.

45) 이은규, “전게서”, p.72, 참조.

2. 선용품업체의 높은 운영비용

선용품 공급업체의 운영비용을 낮추기 위해서는 항만에 근접하고 저렴한 부지에 업무공간과 창고시설을 보유하고 있어야 한다. 하지만 대부분의 국내 선용품 공급업체들은 자연발생적으로 항만과 연계성이 부족한 지역에 입지하고 있으며, 창고시설이 없는 곳이 상당수에 달함에 따라 배송시간, 수송비 등 물류비용 증가에 따른 운영비가 큰 편이다.

제2절 물류 측면에서의 문제점

1. 선용품시장의 복잡한 유통구조

선용품 공급업의 경우 국내의 일반 도·소매업과 마찬가지로 복잡하고 영세한 유통구조를 가지고 있다.

일반적으로 국내의 선용품 주문거래방식은 <표 4-1>에서 보는 바와 같이 본선에서의 청구서 작성, 대리점에 대한 본사의 견적요청서 작성, 대리점의 선용품업체에 대한 견적서 요청, 선용품공급업체의 견적서 작성, 대리점의 견적서 제출 및 가격협상, 선사의 발주서 작성, 대리점의 확인 통보서, 대리점의 집하와 포장, 대리점의 선적준비완료 통보서, 선사의 선적지시 등의 과정으로 이루어지고 있다.

이러한 선용품시장에서의 복잡한 다단계식 유통구조로 인한 가격경쟁력 하락과 추가적인 부대비용 발생으로 물류비 증가현상을 초래하기 때문에 선용품산업의 활성화를 위해서는 물류체계 개선이 필요하다.

중대형업체의 경우 제조업체, 도매상 등 최대 5단계, 소형업체는 7단계의 복잡한 유통과정을 거치게 됨으로써 물류비와 유통과정에서 발생하는 추가비용 등으로 인한 물품가격상승이 선용품업체의 경쟁력을 약화시키고 있다.

시장을 주도하고 효율성을 담보할 수 있는 업체가 대형화되어야 하며, 대형 선용품업체를 제외한 여타 업체들은 각 제품별로 특화된 전문도매상 등으로 전문

화되어야 효율적인 유통구조를 형성할 수 있으나 현실은 그렇지 못한 실정이다.

이와 같은 복잡한 유통구조의 개선을 위하여 공동구매와 공동물류가 대안으로 제시되고 있는 가운데 현재 부산항만공사는 국제선용품센터를 건립하고 공동구매 및 공동물류 방안을 모색하고 있으나 아직 그 활용도는 미미한 실정이다.

〈표 4-1〉 선용품 주문 거래 방식

본선 (1)본선청구서	(2)견적요청서	대리점 (10)집하 및 포장 (13)선적	(3)견적요청서	Maker
	(5)견적서 및 협상		(4)견적서	
	(6)발주		(7)발주	
	(8)확인통보		(9)납품	
	(11)선적준비완료			
	(12)선적지시			
	(14)청구서			

자료 : 김승구·이재윤·박경환, “SCM을 위한 ebXML 기반의 선용품 거래시스템 개발”, 「정보기술연구소 논문지」, 제1권 제2호, 동아대학교 정보기술연구소, 2004.

2. 전통적 주문방식

상당수의 국내 선용품 공급업체들의 경우 전자적인 방식대신 여전히 전통적 사적 거래방식으로 구매 및 공급관련 업무를 팩스나 전화 등 유선통신수단을 통해 처리하고 있다. 이에 따라 견적서 제출에서부터 최종수주까지 많은 시간과 비용이 발생하며, 또한 보통 선용품 구매업체와 공급업체 간의 수작업 방식에 의한 물품 공급이 이루어지게 됨에 따라 선용품의 선택에 있어서도 한계가 존재한다.

3. 글로벌 네트워크의 부재

선용품은 크게 신조선에 납품되는 초도용품과 운항 중인 선박의 선용품으로 구분되나 초도용품을 선주에게 직접 주문받아 국내 선용품업체가 직접 공급하는 경우는 소수에 불과한 실정이다. 주로 선주가 소속된 국가의 업체로부터 주문을 받아 보급업무를 수행하며 때로는 외국으로부터 공수하여 오는 물품을 선적하는 과

정에 참여하고 수수료만 받는 경우도 있다.

이에 따라 글로벌 네트워크 구축과 국내 서비스품질의 우수성을 알려 신조 발주되는 선박의 초도용품을 직접 공급받을 수 있도록 적극적인 시장공략전략을 추진해야한다.

제3절 마케팅 측면에서의 문제점

1. 물품의 다양성 부족

앞서 언급한 바와 같이 국내 선용품 공급업체들의 경우 취급하는 품목의 다양성 부족으로 여타 선진 항만과의 경쟁력 차이가 매우 큰 편이다.

선박에 보급되는 주된 품목은 ISSA & IMPA 분류에 따라 규격(Size)별, 형태(Model)별로 세분화 되어 그 종류는 3만여 종에 달하고 있다. 이러한 코드화 되어 있는 가이드북을 활용하여 선사와 선용품 공급업체간 물품거래가 이루어지고 있다. 카탈로그에 등록된 품목이 39,000 여 개 이상에 달하지만, 국내의 선용품 공급업체에서 취급하는 품목은 약 3,000여 개로 세계선용품협회에 등록된 품목의 10% 미만의 수준이다.

물품의 다양성뿐만 아니라 국내 선용품의 품질보증 또한 불분명한데 일본의 경우에는 JIS-f라는 선박용 물품과 기자재에 대한 규격집이 있다. 그러나 국내의 선용품시장은 선용품의 규격이 정확히 규정되어 있지 않아 선용품 품질 보증이 제대로 이루어지지 않는 실정이다.⁴⁶⁾

2. 제품의 브랜드 파워 부족

국내 선용품에 대한 전 세계적인 홍보가 이루어지지 못한 상태에서 관련 전시 또는 판매시설 또한 부족하여 외국 선사들의 국내 제품에 대한 이해가 낮은 상태이다.

46) 장흥훈, 김경진, “전게서”, p.84, 참조.

또한 국내 선용품 업체가 기술적으로 뛰어난 상품을 개발할 경우에도 전시 또는 판매시설이 부족한 관계로 국내제품인 경우에도 선사 측에서 직접 구매보다는 싱가포르에서 주문을 하는 경우도 있다.

외국적 선사들을 대상으로 다양한 판촉활동을 수행할 수 있는 기회가 많지 않고 세금 등으로 인해 제품의 가격경쟁력이 떨어져 일부 선사들은 외국산 선용품을 선호하는 경우도 있다.

제4절 정책 측면에서의 문제점

1. 복잡한 관세환급 절차

내수시장에서 내수가격으로 선용품을 구입하게 되면 관세 등이 포함되어 있으나 이를 외항선에 수출 시에는 관세를 환급받을 수 있도록 되어 있지만 업체의 영세성으로 관련 인력이 부족하거나, 관세 산출방식에 대한 전반적인 지식과 정보 부족 등으로 관세환급을 포기하는 경우가 있다.

또한 현실적으로 관세환급을 위한 기초원재료 납세 증명서를 하기에는 현재의 다단계 유통구조 환경에서는 어려운 경우도 존재한다.

2. 정부 및 지자체의 관심 저조

최근 정부와 지자체의 노력으로 부산항에 국제선용품센터를 개소한 사례가 있다. 항만물류산업에서 선용품산업의 시너지효과를 고려하여 좀 더 다양한 지원방안을 마련하는 것이 필요하지만 현재까지 정부 및 지자체의 관심은 비교적 저조한 실정이다.

제5장 국내 선용품산업의 활성화 방안

2013년 울산발전연구원에서 수행한 보고서에 따르면, 선용품 공급사업 활성화를 위한 개선사항으로는 선용품시장 활성화를 위해 ‘물류체계 개선으로 가격 경쟁력을 향상해야 한다’는 의견을 가장 많이 피력하였다. 다음으로 ‘정부지원’, ‘협동조합 구성을 통한 업체간 협력’ 등에 대한 의견이 많은 것으로 나타났다.

선용품 공급업체의 지원분야에 대한 의견은 업종, 형태, 기업규모 등에 따라 다소 상이한 것으로 나타났지만 ‘물류/유통분야에 대한 지원이 필요하다’는 의견이 가장 높게 나타났고, ‘금융/자금분야 지원에 대한 요구’ 또한 높게 나타났다.

세부 분야별 지원 요구사항을 살펴보면 ‘금융/자금’ 분야의 경우 ‘(영세)사업자 경영안정자금 지원’, ‘경영/마케팅’ 분야의 경우 ‘입항선박 확대를 통한 통과선박 자유항 제도의 확대’, ‘물류/유통’ 분야의 경우 ‘보관 및 하역을 위한 저렴한 창고시설 구축’ 등이 가장 높게 나타났다.

우선 ‘금융/자금’ 분야의 경우 1순위 기준으로 ‘영세사업자 경영안정자금 지원’, ‘선용품산업 육성을 위한 정책자금 지원’ 등에 대한 요구가 높았으나 1~2순위를 합친 결과 ‘선용품업체에 대한 금리 및 세제상의 지원’에 대한 요구가 가장 높은 것으로 나타났다. ‘경영/마케팅’ 분야의 경우 1순위, 1~2순위 기준 모두에서 ‘통과선박 자유항제도 확대’와 ‘선용품 품목의 다양화 및 표준화 지원’에 대한 요구가 높게 나타났다.

‘물류/유통구조’ 분야의 경우 1순위를 기준으로 분석한 경우 ‘보관 및 하역을 위한 저렴한 창고시설 구축’, ‘자유무역지대 지정 등 입지여건 개선’ 등의 의견이 높았으나 1~2순위를 고려할 경우에는 ‘선용품거래의 다단계 유통구조 개

선이 시급하다’ 는 의견이 가장 많은 것으로 나타났다(<표 4-1> 참조).⁴⁷⁾

<표 5-1> 울산지역 선용품 공급업 문제점과 대응방안

현황	문제점	해소방안	지원방안
업체별 편차가 매우 큼	단일한 지원방안으로 활성화 어려움	-영세업체, 중견 및 대형 업체에 대한 맞춤형 지원책 마련 -항만물류산업의 고도화에 따른 전문인력 확대	-영세업체들의 집적화를 통한 경쟁력 강화(조합설립, 공동물류 및 배송, 정보화, 관세환급 활용, 홈페이지 등 지원 활용 등), 중소기업 협동화 자금 -중·대형 업체를 위한 경영지원 -항만물류관련 전문인력 양성 지원
선용품종류가 매우 부족	선택의 폭 축소에 따른 판매기회 상실	-지역 중소기업 제품의 브랜드화 -해외 홍보지원을 통한 낮은 제품 인지도 개선	-지역 중소기업 제품의 선용품 등록을 위한 브랜드 개발지원 -지역 선용품의 해외 홍보를 위한 카탈로그 제작 지원
업체들의 경쟁력강화 노력 부족	다양한 네트워크 부재에 따른 경쟁력 하락	-국내·외 선용품관련 협회 가입 등 네트워크 강화 -업체들의 전문화, 대형화 유도	-선용품 판매확대를 위한 국내·외 네트워크 강화지원 -정부지원을 활용한 선용품 업체의 전문화, 대형화 유도
제도적 뒷받침 부족	선용품 산업에 대한 제도적 기반미약	-항만물류산업 전반에 대한 지속적인 정보 축적과 이를 바탕으로 한 종합적인 육성계획 마련 -물류비용 감소, 업종제한에 따른 불이익 해소를 위한 방안 마련 -기타 선용품시장 활성화를 위한 제도적 장치 확대	-울산지역 항만물류업체에 대한 지속적인 조사·분석 -지역여건을 감안한 종합적인 육성계획 수립 -자유무역지대 내 선용품업체들을 위한 부지 마련 -업종제한에 따른 불이익 해소 -선용품 시장활성화를 위한 제도적 장치 확대

자료: 이은규, “전계서”, p.81.

47) 이은규, “전계서”, pp.72-73, 참조.

제1절 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화

선용품 공급업의 경우 문제점에서 살펴보았듯이 업체간 상호협력 측면에서의 문제점들 즉, 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화, 선용품업체의 높은 운영비용, 선용품시장의 낮은 진입장벽, 글로벌 네트워크의 부재 등을 해결하고 판로개척을 위해서는 협동조합(협회)을 구성하고, 국내·외 선용품관련 협회 가입 등 글로벌 네트워크를 강화하며, 동종 업종간 수평적 통합을 진행하여 전문화와 대형화를 통한 경쟁력을 확보해야 한다.

일본의 후지 트레이딩의 예에서 보듯이 해외지사를 확대하고 물품의 공급능력을 확대하는 등 글로벌 네트워크를 구축해 나갈 필요가 있음은 물론, 이미 운영 중인 부산, 인천 등의 선용품 공급협회 등과 연계하여 주요 신설업체들과의 네트워크 강화에 적극 나서야 한다.

선용품 공급업체는 지역 선용품의 규격마련과 카탈로그 등을 제작하여 배포함으로써 ISSA, IMPA 등 대외적으로 지역 선용품의 우수성을 알리는데 관심을 기울일 필요가 있다. 다양한 네트워크를 구축하는 등 선용품 공급업체들의 적극적인 노력이 필요하지만 현재 업체의 영세성, 관심 부족 등으로 상당히 미흡한 것으로 판단된다.

현재 부산과 인천지역에는 “한국선용품산업협회” 와 “선용품공급업체 협의회” 등이 구성되어 있어 정보 교류, 공동대응 등 선용품 공급업계의 이익을 대변하기 위한 협력관계가 어느 정도 이루어지고 있는 것으로 나타났지만 아직도 활용도 측면에서는 미진한 실정이다.

선용품산업 활성화와 판로 개척을 위해서는 지역 내외의 각종 해운·항만 관련 단체에 적극 가입하여 정보교류 및 네트워크를 활발하게 구축할 필요가 있다.

부산항의 경우 선용품공급업 활성화사업의 일환으로 부산항만공사가 280억 원을 투자해 지난 2012년 8월 영도구 남항동에 지상 5층 3만3000㎡ 규모의 부산항 국제선용품유통센터를 건립한 데 이어, 영세한 국내 선용품시장을 대형화와 전문

화를 통해 국제경쟁력을 갖춘 산업으로 육성하기 위해 2014년 10월 10일 전국 100개사가 참여하는 (사)한국선용품산업협회가 출범하면서 산업화의 기틀을 마련하였다.

선용품산업협회는 현재 홈페이지 구축을 끝냈고, 영국 런던에 본사를 둔 세계선용품협회(ISSA) 정회원 가입을 준비 중에 있다.

또한 협회는 ISSA 정회원 가입으로 얻어지는 국제 공신력을 발판으로 공동구매를 위한 도매법인을 세우고, 온라인 선용품시장을 구축할 계획이며, 2016년 10월 두바이에서 개최 예정인 ISSA 정기총회시 정회원으로 가입될 것이다.

정책적 측면에서 볼 때 부산시는 부산항의 질적 가치를 높이기 위해 '부산항 선용품 산업 활성화 종합계획'을 수립해 2015년부터 각종 지원사업을 수행하고 있다.

부산시는 2014년 말 부산항 선용품 산업 활성화 종합계획을 수립하여 선박에 필요한 모든 물품을 공급하는 업종인 선용품 산업의 고부가가치화를 추진하기 위한 주요 정책과제를 수립하고 있는 것이다.

먼저, 1단계로 선용품센터 활성화 등 성장 기반을 마련하고, 고유 브랜드 개발을 지원할 예정이다. 또한 2020년까지 품목 다양화와 해외시장 확대를 추진한다.

부산항국제선용품유통센터는 부산항 선용품 산업 활성화를 위해 2012년 건립되었지만 중량물 창고의 경우 아직 빈 상태로 남아 있다. 이에 따라 부산시는 선용품 업계가 공동으로 창고를 활용할 수 있는 모델 개발을 위해 2015년 부산 영도에 위치한 부산항국제선용품유통센터 공동창고 운영 기본계획을 수립 중에 있다.

한편 부산시는 2015부터 부산항 고유 선용품 브랜드 개발에 나서서 2017년까지 5억 원의 예산을 들여 부산항을 상징하는 고유브랜드와 10여 종의 포장제품 개발을 할 예정이다.

공급확대 측면에서 본 부산 선용품 산업은 국내 전체 선용품 공급량의 70%를 차지할 정도로 우리나라에선 독보적이지만 로테르담이나 싱가포르 등 선진 항만에 비하면 취급하는 선용품의 종류면이나 공급업체의 규모면에서 크게 뒤쳐져

있다. 선용품센터 입주기업의 연간 평균 매출액이 26억 원에 불과할 정도로 업체들이 영세해 독자적인 브랜드 개발은 엄두도 못 내고 있는 실정이다.

이에 부산시는 부산항만공사(BPA)와 2014년 10월 부산에서 창립한 (사)한국선용품산업협회와 함께 부산을 대표하는 선용품 브랜드 개발에 나서기로 한 것이다.⁴⁸⁾

현재 이러한 노력의 결과 부산항국제선용품유통센터가 선용품 업체의 집적화로 시너지효과를 올리며 우리나라 선용품 산업의 전초 기지로 떠오르고 있다.

부산항국제선용품유통센터 건립초기 20개 미만에 불과했던 입주업체가 2015년 10월말 현재 57개 사가 입주해 있다. 부산항국제선용품유통센터 건립과 운영은 세계 어느 항만에서도 시도해본 적이 없는 방식이어서 연간 4조 원 규모의 세계 최대 선용품시장인 싱가포르를 비롯한 외국 항만에서도 예의주시하고 있다.

한편 2015년 10월 15일 우리나라를 대표하는 항만이자 동북아 허브항만으로 부상하고 있는 부산항에 위치한 국제선용품유통센터 내에 세계 최초로 선용품을 직접 눈으로 보고 구매할 수 선용품 상설전시장이 개장되어 본격적인 운영에 들어갔다.

부산항에는 매년 2만여척의 선박이 분주히 오가며 하역, 운송, 물류 등 항만 관련 산업이 자연스레 발달했다. 하지만 이처럼 항만 관련산업의 발전에도 불구하고 선용품 공급관련 산업은 크게 발전하지 못해 매우 영세한 산업으로 인식되어 왔다.

이처럼 열악한 선용품 시장이 선용품유통조합의 본격적인 활동을 계기로 선용품공급업이 부산항 미래의 먹거리로 인식되고 있는 가운데 조합은 BPA의 지원 아래 이들 업체들을 위한 선용품 상설전시장을 마련하게 된 것이다.

이번에 건립된 상설전시장은 485㎡(147평)의 규모로 국제선용품유통센터 1층에 설치된 28개의 전시부스에는 각종 선용품을 전시되어 있다. 특히 각 전시장에는 각 업체별로 주요 취급품목인 선원용 생활용품부터 기관 부속품, 와이어 로프, 각종 안전 장비 등 일천여 종의 선용품을 전시하여 이곳을 방문하는 선사관계자 및

48) 국제신문, 2014년 8월 6일자 16면 기사, 참조.

해외 바이어들에게 국내 선용품 공급 기업의 우수성을 자랑함은 물론, 이번 상설 전시관 건립을 계기로 부산항이 세계 선용품 시장으로 본격 진출하는 교두보 역할을 하게 될 것으로 기대된다.

또한 부산항만공사와 선용품유통조합은 자체 비용조달을 통한 상설전시장 설치를 발판으로 영세한 선용품 업체가 개별적으로 경쟁력을 갖추기 어려운 만큼 상호 협력하여 도매법인을 세우고 공동구매·전시·판매·배송하여 규모의 경제를 실현하고자 2015년 하반기 공동구매 등 공동물류를 위한 도매법인 설립에 착수한다. 부산항만공사는 입주한 선용품 업체의 지분 참여 등을 통해 센터 1층 중량물 창고 6181㎡를 도매법인의 공동물류창고로 전환할 계획이며, 도매법인이 설립되면 공동구매를 통한 단가 인하와 보관비용 등 물류비용 절감으로 부산항의 선용품 가격경쟁력이 획기적으로 신장될 것으로 기대된다.

제2절 선용품 시장의 전자상거래화

전자상거래는 온라인 네트워크를 통하여 재화나 서비스를 사고파는 모든 형태의 거래를 말한다. 즉, 가계, 기업, 정부, 금융기관 등 경제주체간에 상품과 서비스를 교환하는 데 전자적인 매체, 주로 인터넷을 활용하는 것을 전자상거래라고 할 수 있다.

전자상거래를 참여주체별로는 기업간(B to B : Business to Business), 기업과 소비자간(B to C : Business to Consumer), 소비자간(C to C : Consumer to Consumer), 그리고 정부와 기업간(G to B ; Government to Business) 등으로 구분할 수 있다.

기업간 전자상거래는 주로 구매비용을 절감하고 재고관리를 효율화하며 물류체계를 효율적으로 구축할 수 있게 한다. 기업과 소비자간 전자상거래의 경우 판매와 마케팅비용이 절감되며 고객과의 접점이 넓어져 새로운 판매기회를 확보할 수 있고 업무절차가 개선됨에 따라 대 고객 서비스가 향상된다.

이러한 전자상거래의 경제적 효과는 매우 긍정적이다. 첫째, 유통채널을 단순화

게 한다. 기존의 상거래가 대체로 도매상과 소매상을 거쳐 소비자에게 제품이 전달되나 전자상거래는 인터넷을 통해 직접 소비자에게 전달되기 때문에 유통채널이 단순하고 소비자는 저렴한 가격으로 구입할 수 있다.

둘째, 시간과 지역의 제한이 없다. 인터넷을 24시간 접속이 가능하며, 전 세계와 연결되어 있어 제한된 공간에서 한정된 영업시간 내에서만 거래를 하는 기존의 상거래와는 달리 언제 어느 때라도 제품정보를 수집하고 전 세계의 제품을 거래할 수 있다.

셋째, 고객의 수요에 대한 정보 획득이 용이하다. 기존의 시장조사 방식은 시장조사기관이나 영업사원이 소비자의 수요를 파악하여 정리하는 것이었으나 전자상거래는 인터넷을 통하여 수시로 정보를 획득할 수 있다.

넷째, 쌍방향 통신에 의한 1대 1 마케팅 활동이 가능하다. 기존의 상거래는 소비자의 의사에 상관없이 기업의 일방적인 마케팅 활동이라 할 수 있다. 그러나 전자상거래는 인터넷을 통해 소비자와 1 대 1 통신이 가능하기 때문에 소비자와의 상호작용에 의한 마케팅 활동을 하게 된다.

다섯째, 판매활동을 위한 물리적 거점이 필요하지 않다. 기존의 상거래는 시장이나 상점 등 물리적인 공간 내에서 전시에 의해 판매를 하거나 고객을 직접 방문하여 판매하는 방식을 취하였으나 전자상거래는 네트워크를 통해 많은 정보를 제공하고 이러한 정보를 이용하여 판매를 한다.

그러나 전자상거래가 확산됨에 따라 소비자나 기업정보의 노출, 소비자피해의 증가, 경제적 불평등의 확대(digital divide) 등의 부수적인 부작용이 지적되고 있으므로 정보보안, 소비자보호, 경제적 형평성 제고를 위한 제도적 보완조치가 요청되고 있다.⁴⁹⁾

선용품시장에서도 영세한 업체들의 복잡한 기존의 오프라인 전통적 거래방식과 다단계 유통구조로 인해 가격경쟁력 하락과 추가적인 부대비용 발생으로 물류비 증가현상을 초래하기 때문에 선용품산업의 활성화를 위해서는 물류체계 개선이

49) 부산일보, 2014년 11월 20일자 기사, 참조.

필수적이다.

상당수의 국내 선용품 공급업체들의 경우 전자적인 방식대신 여전히 전통적 사적 거래방식으로 구매 및 공급관련 업무를 팩스나 전화 등 유선통신수단을 통해 처리하기 때문에 견적서 제출에서부터 최종수주까지 많은 시간과 비용이 발생하며, 또한 보통 선용품 구매업체와 공급업체 간의 수작업 방식에 의한 물품공급이 이루어짐에 따라 선용품의 선택에 있어서도 한계가 존재하게 된다.

이러한 문제점을 해결하고 선용품시장의 활성화를 위해 선용품 시장에서도 e-비즈니스 네트워크 구축이 필요하며, 선용품들의 주문방식을 개선하고 마케팅 능력 제고를 위해서도 e-비즈니스 기반 공급체계 구축이 절실한 실정이다.

이에 최근 전자상거래 비즈니스 사업 모델 중 하나인 e-Marketplace⁵⁰⁾ 모델을 개발·운영해야 한다. 즉, e-비즈니스 기반의 공동 사이트 개설 및 데이터베이스화 등을 통해 정보를 공유함으로써 비용절감은 물론 동종업체간의 불필요한 경쟁으로 인한 가격하락을 방지할 수 있다.

현재 국내선용품 e-Marketplace는 단순한 제품 카탈로그 기반의 검색과 견적요청만 제공할 뿐, 거래방식은 오프라인 상에서 이루어지고 있다. 따라서 선용품 거래방식의 e-Marketplace의 효율적인 구축을 위해서는 구매자가 요구하는 견적에서부터 결제, 운송, 고객관리 등에 관한 정보를 실시간으로 정확하게 제공하고 처리할 수 있는 시스템이 필요하다.

이를 위해 먼저 선용품 e-Marketplace는 거래상품 및 서비스에 대한 표준화가 이루어져야 한다. 제공되는 각각의 상품이나 서비스에 대한 상세한 정보에 대해 이용자들의 객관적인 비교검토가 가능하기 위해서는 표준화된 방식이 필요하다.

선용품에 대해서는 국제코드화가 되어 있지 않지만 전 세계적으로 사용되고 있

50) e-마켓플레이스는 전자상거래에서 파생된 또 다른 개념으로 그동안 B2B 포털이나 산업별 B2B포털 등이 거래를 위한 정보제공에 초점을 둔 것에 비해, 실거래가 일어나는 온라인 장터라는 개념을 기반으로 하고 있다. 상징적인 개념에 머물렀던 전자상거래가 본격적으로 구체화됐다는 의미로도 받아들일 수 있음. 흔히 B2C(소비자 상대 전자상거래)보다 B2B(기업 간 전자상거래)를 e-마켓플레이스라 말함.
(출처 : 네이버 지식백과, 시사상식사전, 박문각)

는 ISSA와 IMPA에서 제시되고 있는 품목의 코드는 90%정도가 일치하고 있기 때문에 이 기준에 부합되는 선용품의 코드화 정립이 필요하다.

다음으로 전자문서 교환과 전자카탈로그 구축 및 활용도 마련되어야 한다. 국제 표준에 적합한 전자카탈로그가 마련되지 않으면 같은 상품에 대하여 업체나 단체 별로 표준안이 서로 달라 전자카탈로그를 중복 구축하거나 호환이 되지 않는 문제가 발생할 수 있다.

같은 규격과 속성을 가진 품목을 업체마다 혹은 업종마다 다르게 표시함으로써 같은 품목을 서로 다르게 인식하여 기업간 전자상거래 확산의 장애요인이 될 수도 있기 때문에 국제표준에 적합한 전자카탈로그를 마련하여 이용업체들이 공동으로 활용할 수 있어야 한다.

그리고 무엇보다도 선용품 e-Marketplace의 적극적인 마케팅과 홍보활동으로 고객들의 참여를 유인하는 노력이 중요할 것이다.

한편 인터넷을 이용한 전자상거래의 장점 중 하나는 네트워크를 형성하여 이를 통한 효율성 증대가 용이하다는 네트워크 외부효과를 들 수 있고, e-Marketplace 역시 네트워크 외부효과를 누리며 수익모델을 창출하기 위해서는 다수기업이 참여해야만 한다.

즉, 성공적인 선용품시장의 전자상거래를 위해서는 동종업체간은 물론 해운·항만산업과 유사한 업종과의 상호협력과 정보공유 등의 협업프로세스의 구축을 도모해야 한다.⁵¹⁾

이러한 선용품시장의 전자상거래화에 관심이 고조되는 상황에서 선박 관리자와 온라인 직거래 중개를 위한 전자상거래 사이트 ‘KMOU마린서비스(주)’가 한국해양대와 민간업체 공동 투자로 2015년 9월 14일 출범하였다.

이를 계기로 우리나라 선용품시장에 기존의 오프라인 시장에서의 거래 형태와는 전혀 다른 새로운 형태의 선용품 거래 질서가 형성될 것으로 기대된다.

51) 장흥훈, 김경진, 「전게서」, pp.87-89, 참조.

한국해양대와 관련 민간 업체들이 공동 투자해 '한국해양대 기술지주 주식회사 자회사' 형태로 설립하는 KMOU마린서비스(주)의 사업 형태는 선용품 조달과 납품 중개업이다. 선용품의 조달과 납품이 오프라인의 물리적 공간이 아니라 인터넷(www.kmou.biz) 전자상거래 시스템을 통해 이루어진다. 온라인을 통해 선주·선사, 선박관리업체, 선용품공급업체 사이 직접적인 거래를 중개하는 것이다.

이를 통해 KMOU마린서비스(주)는 선용품 유통단계를 대폭 줄여 보다 저렴한 가격으로 신속하게 선용품을 공급할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

지난해 기준 우리나라 선용품 시장의 규모는 5조 7천400억 원 정도로 추정된다. 그 대부분(70% 이상)이 부산, 울산 등 부산권에서 이뤄지지만 관련 업체가 300여 개나 난립해 대부분 평균 매출이 26여억 원으로 영세한 수준이다.

거기에다, 근래 지속되고 있는 세계 해운항만산업의 불황과 중국을 비롯한 개발도상국들의 저가선용품의 생산 및 공급으로 인해 국내 선용품업계의 앞날이 그다지 밝지 못한 것이 현실이다. 이 때문에 관련 업계는 기존의 선용품 거래 형태로는 이미 성장의 한계점에 도달한 상태로 판단하고 있다.

KMOU마린서비스(주)의 창립은 그런 현실을 타개하기 위해서는 국제경쟁력을 갖춘 글로벌 유통 네트워크 구축 등 새로운 형태의 선용품 공급시장이 시급히 요구된 데 따른 것이다.

기존 오프라인 시장과 새롭게 등장하는 온라인 시장이 서로 보완관계를 유지하면서 지속적인 동반 성장을 이루어내어 우리나라 선용품 산업이 한 단계 발전하는 계기가 될 것으로 기대된다.⁵²⁾

그러나 현재 선용품이 공급되고 있는 물류네트워크 구조를 고려해 볼 때, 과연 e-Marketplace 구축 등 전자상거래시장의 활성화 방안이 곧바로 선용품공급업의 활성화로 이어질 지는 미지수다.

그 주된 이유로는 선용품 수요자가 온라인상의 e-Marketplace를 통하여 필요한 선용품을 구매하는 비율이 지금까지의 거래관행에 비추어 볼 때, 그다지 높지 않

52) 물류신문, 2015년 9월 17일자 기사 및 부산일보, 2015년 9월 14일자 기사, 참조

을 것으로 추정되기 때문이다

제3절 해양산업 통합 클러스트 참여를 통한 동반성장 추구

항만을 바탕으로 선박운항을 중심으로 이루어지는 해운산업은 관련 산업들의 밀접한 상호적 영향관계에서 이루어지므로 부문별 독립적 발전모델은 이내 한계에 봉착하게 된다.

항만, 조선, 항만물류, 기자재, 선박관리, 선박 수리, 선용품, 크루즈산업 및 해운 서비스산업(해사법률, 선박보험 등)이 상호 협력관계에서 한데 어우러져 형성되는 해운산업은 서로 협력하지 않으면 해결할 수 없는 복합적 문제들이 결합된 형태의 산업이다.

예를 들면 환경 및 안전이슈, 글로벌 규제체제의 복잡성, 선박 공급과잉, 선사 경쟁과열, 에너지 변화에 따른 대응, 스마트선박 효율화 등은 1개의 선사가 독립적으로 해결할 수 있는 한계를 넘어선 문제들의 집합이나 다름없다.

더욱이 국제사회를 휩쓸고 있는 금융위기와 지속되는 해운경기의 불황은 해운 위기→국내 조선산업 2중 타격(조선↓, 해양플랜트↓)→해운 및 조선 연계산업의 동반위기 상태로 직결되므로 조선, 해운 가치사슬(value-chain) 상의 모든 산업 전체가 위험속에서 살아남을 수 있는가는 「종합적인 해법을 어디에서 찾을 것인가」에 달려있다.

우리나라 해운의 위치는 반도체, 석유제품, 승용차, 선박에 이은 5위의 수출품목으로서 연간 매출액은 50조원 규모로서 생산유발효과는 국내 GNP의 3%를 점하고 있다. 또한, 조선, 철강, 전기, 전자, 금융, 항만물류 등 연관산업에 대한 높은 파급효과를 나타내고 있다.

해운에 추가하여 해양생태계, 해양환경, 관광, 선박금융이 결합된 해양산업 역시 다른 산업과 상호적 영향관계에 있어서 부문 독립적 발전모델은 이내 한계에 봉착하게 되었다. 더욱이 융합과학기술의 발달, 국가 간 경제정책 심화, 국제 환경 규제 강화, 산업경제의 세계화 등으로 해양산업 부문들의 공동발전을 지향하는 통

합적 접근은 이제 반드시 필요한 방향설정이다.

따라서 연관산업을 중심으로 상호작용을 증가시키므로 지속가능한 기술진보와 고용창출 효과를 생산하는 인위적 상생 생태계 산업문화 구조인 클러스터에서 그 해답을 구할 수밖에 없다.

오늘날 자본주의는 네트워킹하는 상생자본 형태로서 하버드대 경영대학원 교수인 마이클 포터(Michael Porter)는 그 과정으로 시장 주도형→정부 주도형→기업 주도형→사회 주도형 단계를 지나 “클러스터 주도형 자본주의” 즉, 자본주의 5.0 단계에 이르고 있다고 피력하였다. 클러스터 주도형 자본주의는 차별화된 고도화된 경쟁력을 갖추기 위해 지식, 정보, 독창력을 공유(민간-정부-학계)하는 동시에, 상호 네트워킹하는 상생 자본주의 실현에 있다고 하였다. 또한 클러스터는 기업과 산업이 수평적 혹은 수직적 상호 연관성을 가지고 일정 지역에 입지하고 상호 연관 기업들, 지식창출 기관, 그리고 관련 기관들이 가치사슬 상에서 상호 긴밀한 Net-work를 가진다고 하였다.

클러스터는 형성단계, 발전단계, 효과창출단계 등 3단계로 형성 발전하며, 클러스터는 부정적 효과도 존재하나 긍정적 효과가 크게 나타난다. 클러스터의 긍정적 효과는 경쟁우위 강화와 혁신 촉진으로 집약되고 있다.

서울대 조동성 교수 역시 오늘날 자본주의는 정부, 기업, 사회를 넘어 마땅한 주도세력이 부재한 가운데 자본주의 5.0 시대에는 클러스터가 그 중심에 서야 한다고 하였다.

이러한 배경 하에서 우리나라 선용품공급업이 어려운 여건하에서 살아남아 장기적으로 나아갈 방향을 찾는 것이 무엇보다 중요하다.

선용품공급업은 우리나라 해운업의 한 분야인 해운서비스업의 한 축으로 확실히 자리매김하여 선박관리업, 선박급유업, 선박수리업 등과 같은 항만 관련 서비스업과 상호연계를 통한 통합 클러스터에서 살길을 찾아야 한다.

선용품공급업이 해양산업 통합 클러스터에 참여하는 방법으로는 해운서비스업이 해운, 조선, 항만 등 해양산업의 한 분야로서 물리적 클러스터에 참여하고,

Net-Working을 통하여 연관 비즈니스의 일원으로 관련 정보를 공유하고, 공동마케팅에 참여하여 동반성장을 추구하는 것이 장기적으로 선용품산업이 나아갈 길임을 인식하고 업계 차원에서 대처해야 할 것이다.

다행히 해양산업 통합 클러스터의 필요성을 절감한 부산광역시에서는 2015. 11. 24 “해운하기 좋은 부산 정책발표회, 해양산업 통합 클러스터 업무 협약식”을 체결하면서 새로운 클러스터의 시도로서 Mac-Net(Maritime Cluster Networking in Korea) 결성하였다.

Mac-Net은 단기적으로는 부산시가 지원기관이 되고, 사무국은 한국선급이 담당, 운영위원회는 업계 대표성을 지니는 조선, 해운 분야 협회 등 24개 단체가 참여하여 해양산업 통합 클러스터를 위한 협약식을 체결함에 따라 한국선용품산업 협회도 Mac-Net의 일원으로 참여하게 되었다.

Mac-Net은 장기적으로 정부와 산업계 사이의 가교가 되고 조선, 해운, 항만, 기자재, 선용품, 금융, 연계산업간 상생과 협력의 중심점이 되는 통합형 해양산업 클러스터 활동으로 국내 전후방 해양산업을 아우르는 국내 최대의 해양산업 클러스터로 성장하고 정책/교류의 핵심으로 자리매김하는 것을 목표로 하고 있다.

따라서 한국선용품산업협회가 Mac-Net의 일원으로 참여함으로써 선용품산업이 통합 클러스터를 통한 동반성장 대열에 합류한 것은 지금까지 항만운송사업(항만 하역업, 검수업, 검량감정업)과 항만운송 관련산업(항만용역, 물품공급, 선박급유, 컨테이너 수리업)분야에서 물품공급업으로 분류되어 선용품공급업은 관련 산업 중 가장 영세한 업종으로 취급되어 해운업계의 관심 대상이 되지 않았던 점을 감안하면 금번 해양산업 통합 클러스터에 참가함으로써 선용품산업이 항만의 부가가치를 높이는 항만물류 산업의 핵심사업으로 자리매김하는 쾌거를 맞이한 것이다.

한편 이와 같은 영예를 얻은 대신 선용품공급업이 발전을 거듭하여 싱가포르에 버금가는 세계적인 선용품공급 선진국가로 뻗어 나가야 할 막중한 책무도 동시에 지게 되었다.

이제 남은 과제는 우리나라 선용품공급업 활성화를 전제로 Mac-Net과 상호협

력, 상생 문화, 혁신창출의 근본 취지에 입각하여 교류 활성화, 산학 관련 네트워크 구축, 통합정책 발굴에 동참하고 글로벌 미래해양시대에 대비함으로써 해양산업 통합 클러스터 참여 취지를 살려 관련 업계와의 동반성장을 추구해야 할 것이다.

제4절 정부의 정책적 지원

선용품공급업의 활성화를 위하여 중앙정부 또는 지방정부의 정책적 지원 또한 필요한 과제이다. 관세청은 2008년 5월 선(기)용품의 특정 보세구역 내 집중장치의무를 폐지하였고, 수출용 선조선박의 선용품 적재시기를 외항선 등록시점에서 진수시점으로 확대함으로써 적재기간이 기존의 1~3일에서 30일~50일로 확대되었다. 또한 2013년 4월 1일부터 부산항, 여수항, 삼척항 등의 ‘개항⁵³⁾이 아닌 지역’에 출입하는 외국무역선에 대해 출입허가수수료⁵⁴⁾를 면제하기로 하였다.

그동안 외국무역선이 개항이 아닌 지역의 출입허가를 받기 위해서는 관할세관장에게 수수료를 납부해 왔으나 개항이 협소하거나 항계와 인접한 지역 중 세관의 감시가 가능한 지역을 출입허가수수료 면제지역⁵⁵⁾으로 지정함에 따라, 동 지역에 출입하는 외국무역선은 출입허가수수료를 납부하지 않고도 하역 및 선용품 적재 등의 영업을 할 수 있게 되었다.

관세청은 출입허가수수료 면제로 인해 해당항만이 가격경쟁력을 갖추게 됨으로써 국내항만을 찾는 외국무역선이 크게 늘어나고, 선박급유업, 선용품공급업 등 관련 산업의 동반성장은 물론, 국가경제발전에도 이바지할 것으로 기대하고 있다.

그러나 이러한 정책적 지원에도 불구하고 여전히 관세부과 위주의 세관정책, 복잡한 관세환급절차 등이 문제점으로 지적되고 있다.⁵⁶⁾

53) 개항(開港) : 대한민국 국적의 선박뿐만 아니라 외국의 선박도 상시 출입할 수 있는 항(港). 개항이 아닌 지역에 출입하기 위해서는 세관의 허가를 받아야 하며, 현재 관세법상 개항은 인천항, 부산항, 여수항 등 총24개 항임.

54) 외국무역선의 출입허가 수수료는 순톤수 1톤당 100원(한도 50만 원)임.

55) 출입허가수수료 면제지역 : 부산항 남외항 N-5, 여수항 A, B, C, W 구역, 삼척항 Section-2

56) 임재욱, “전계서”, p.164, 참조.

선용품산업을 보다 활성화시키기 위해서는 관련된 법·제도의 개선이 필요하다. 즉, 통과선박에 대한 항비감면, 세제감면, 산업단지내의 저렴한 분양가 등과 같은 지원책이 제조업에 비해 상당히 부족하기 때문에 관련된 법·제도 개선이나 항만법, 화물유통촉진법 등의 관련법에 관련사항이 명시되어야 함은 물론, 영세한 선용품공급업체의 활성화를 위하여 정부지원에 의한 지방세, 법인세 등 각종세제를 감면하여 경영 활성화를 도모하는 방향의 구체적인 지원도 필요하다.⁵⁷⁾

한편, 법·제도적인 지원 외에 선용품공급 업체지원 사항으로는 다음과 같다. 먼저 영세 선용품 공급업체의 난립과 출혈경쟁을 막기 위해서는 선용품 공급업체를 전문화하고 대형화를 통해 구매가격을 낮춰 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원할 필요가 있다.

또한 선용품 산업의 발전을 위해서는 선용품을 포함한 지역의 항만물류산업 전반에 대한 지속적이고 체계적인 현황자료가 축적되어야 함에도 불구하고, 지속적인 조사가 이루어지지 않아 기초적인 통계자료가 축적되어 있지 않은 실정이다.

따라서 이러한 문제를 해소하기 위해서는 우선 선용품 산업을 포함한 항만물류 산업 전반에 걸친 정보축적과 이를 바탕으로 한 종합적인 육성계획 마련이 요구된다. 선용품 관련 국내·외의 정기적이고 지속적인 현황조사와 함께 기초적인 통계자료 및 전문적 가이드북 제작을 위한 중앙정부와 지방정부의 투자지원이 필요하다.

이와 관련하여 해양수산부에서는 선용품산업 통계 인프라 구축의 필요성을 실감하고 2015년 4월 「선용품산업 활성화 방안」의 일환으로 한국해양수산개발원(KMI)에 용역을 발주하고 2015년 연말까지 선용품산업 통계 전담기관 지정 검토 및 통계수집 방법 등을 연구토록 한 바 있으므로 그 결과가 주목된다.

다음으로 금융·자금 분야의 경우 선용품 업체에 대한 금리 및 세제상의 지원과 경영·마케팅 분야의 경우 입항선박 증대를 위한 통과선박 자유항 제도의 확대와 선용품 품목의 다양화 및 표준화를 위한 지원도 절실한 실정이다.

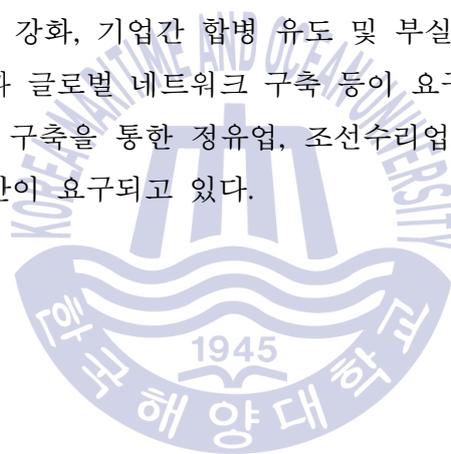
57) 강태수, 「전계서」, p.51, 참조

그리고 물류비용 감소를 위한 저렴한 부지제공, 업종제한에 따른 불이익 해소를 위한 방안 등이 요구되며 기타 선용품 시장 활성화를 위한 제도적 장치가 확대될 필요가 있다.

또한 조선, 항만, 해운 연계산업간 통합 클러스터 참여로 선용품산업이 동반성장하는 해법을 모색해야 할 것이다.

그 외에도 KS 인증마크 사용 등 선용품 규격화를 위한 제도적, 행정적 기반을 마련하고, 국내·외 홍보확대를 위한 표준화 및 카탈로그(제품목록집) 제작 지원에 적극 나서야함은 물론, 업체의 전문화와 대형화를 유도함으로써 네트워크와 구매능력이 뛰어난 업체를 육성하고 제품 및 가격 경쟁력을 확보해야 한다.

결론적으로 선용품공급업의 활성화를 위해서는 물류구조개선, 공급물품의 다양화를 통한 고객서비스 강화, 기업간 합병 유도 및 부실기업퇴출, 업체의 시장확대를 위한 마케팅 노력과 글로벌 네트워크 구축 등이 요구되며, 이와 함께 선용품의 규격화, 통합클러스터 구축을 통한 정유업, 조선수리업, 선용품공급업의 동반성장 방안 등의 정책적 대안이 요구되고 있다.



제6장 결론

제1절 연구의 요약 및 시사점

선용품공급업은 운항 중인 선박(Running Vessel), 혹은 신조선(New Vessel)에 필요한 선식품, 일용잡화품, 엔진기부속품 및 면세품 등을 판매하는 사업을 말한다.

현재 우리나라 전국 각지에 산재한 선용품 공급 업체는 약 1,570여개에 달하고 이중 약 70%의 업체가 부산항에 집적해 있지만 실제 영업 중인 업체는 300여개에 불과하다.

부산지역 1000여 개를 포함해 전국적으로 1,570여 개의 선용품 업체가 있지만 유류를 제외한 순수 선용품시장 규모는 연간 7000억 원으로 추정되고 있다. 4조 원에 달하는 싱가포르와 비교할 때 4분의 1 수준에도 미치지 못할 정도로 부산항의 부가가치가 떨어진다고 할 수 있다.

부산항이 세계 6위의 항만임에도 불구하고 선용품 시장은 낙후되어 있고, 관련 업체는 영세하여 고부가가치를 제대로 창출하지 못하고 있는 실정이다.

이러한 상황 하에 대부분의 선박은 부산항이 아닌 싱가포르, 로테르담, 홍콩 등 외국의 주요항만에서 선용품을 공급 받고 있어 부산항은 선용품 공급이라는 고부가가치 시장에서 홀대를 받아 온 것이 사실이다.

또한 세계선용품협회(ISSA)에서 분류하고 있는 품목이 약 3만 9000여종에 달하지만 아직 국내에서 취급하고 있는 품목은 약 3천여 종에 불과한 실정이다. 이러한 환경을 인식하고, 최근 국내의 선용품업계에서는 선용품공급업의 물류비용을 절감하고 선박에 대한 신속한 물품공급 등을 목적으로 선용품공급업의 경쟁력 강화를 위한 적극적인 움직임을 보이고 있다.

이에 본 연구는 네덜란드, 싱가포르, 일본 등 해외 선용품시장을 중심으로 해외

선진 선용품시장 사례분석을 통하여 국내의 항만서비스산업 중에서 부가가치 및 성장가능성이 높은 선용품산업의 현황 및 문제점들을 살펴보고, 이에 대한 개선책을 도출한 후 국내 선용품산업의 활성화를 위한 방안을 모색하였다.

먼저, 선진항만의 사례분석 결과, 유럽의 최대항만인 로테르담항은 지리적 입지의 우위와 네덜란드 무역우대주의 정책으로 유럽 최대의 선용품 시장으로 성장하였다. 아시아 최대의 선용품공급시장인 싱가포르의 유럽-아프리카-아시아 노선의 중간 기착지인 말라카이 해협에 위치한 지리적 입지의 우위와 무역우대정책 및 국영기업의 물류창고 건설과 운영을 통한 비용절감 등을 바탕으로 세계 선용품시장의 리더로서 역할을 수행하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 일본의 항만물품공급업체들은 대규모 자본능력을 기반으로 글로벌 네트워크를 갖추고 세계 선용품시장을 장악하여 나가고 있는 것으로 나타났다.

해외 선진항만에서 살펴보았듯이 선용품공급업은 항만의 부가가치를 높이는 항만물류산업의 핵심산업으로 동종업계뿐만 아니라 연관산업효과가 크고 교차서비스의 전후방 경제적 파생효과가 매우 큰 사업으로 나타났다.

싱가포르항의 경우 이 중 약 2만 5천여 종의 선용품을 취급하는데 비해 부산항의 경우 약 3천여종으로 싱가포르항의 12% 수준에 불과하여 고객의 구매의향이 저조함은 물론 부산항의 경우 싱가포르항에 비하여 근본적으로 선용품 공급업체의 영세성으로 인한 물류비(보관, 운송, 하역, 포장 등)부담으로 공급가격이 높은 것으로 나타났다.

다음으로, 국내 선용품산업의 애로사항 및 문제점은 다음과 같이 분석되었다.

첫째, 업체간 상호협력 측면에서는 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화, 선용품업체의 높은 운영비용 등이 애로사항으로 지적되었다.

둘째, 물류 측면에서는 선용품시장의 복잡한 유통구조, 전통적 주문방식, 글로벌 네트워크의 부재 등이 지적되었다.

셋째, 마케팅 측면에서는 물품의 다양성 부족, 제품의 브랜드파워 부족 등이 지적되었다.

넷째, 정책 측면에서는 복잡한 관세환급 절차와 선용품산업에 대한 정부 및 지자체의 관심 부족 등이 문제점으로 지적되었다.

마지막으로, 이와 같은 애로사항 및 문제점들을 개선하고 국내 선용품산업의 활성화를 위한 방안으로는 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화, 선용품시장의 전자상거래화, 통합 클러스터 참여를 통한 동반성장 추구, 정부의 정책적 지원 등을 제시하였다.

첫째, 업체간 상호협력 측면에서는 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화, 선용품업체의 높은 운영비용, 선용품시장의 낮은 진입장벽, 글로벌 네트워크의 부재 등을 해결하기 위해 마케팅 측면에서 물품의 다양성 부족, 제품의 브랜드파워 부족 등의 애로사항들을 해결하고 협동조합(협회)을 구성하여 동종 업종간 수평적 통합을 통해 전문화와 대형화에 따른 통합효과를 기대할 수 있다.

또한 선용품산업 활성화와 판로 개척을 위해서는 지역 내외의 각종 관련 단체에 가입하여 정보교류 및 네트워크를 활발하게 구축해야 한다.

현재 부산항에 구축되어 있는 국제선용품유통센터 및 한국선용품산업협회 등을 적극 활용하여 지속적인 선용품 상설전시장 운영, 지역 선용품의 규격마련과 카탈로그 제작·배포 등 공동마케팅 노력을 통해 규모의 경제를 실현하고 업체간 불필요한 경쟁을 최소화해야 한다.

둘째, 물류 측면에서 선용품시장의 복잡한 다단계 유통구조, 전통적 주문방식 등으로 인해 발생하는 시간과 비용손실을 개선하기 위해 선용품 시장에서도 전자상거래화 즉, e-비즈니스 네트워크 구축이 필요하며, 선용품들의 주문방식을 개선하고 마케팅 능력제고를 위해서도 e-비즈니스 기반 공급체계 구축이 절실한 실정이다.

최근 전자상거래비즈니스 사업 모델 중 하나인 e-Marketplace⁵⁸⁾ 모델을 개발·

58) e-마켓플레이스는 전자상거래에서 파생된 또 다른 개념으로 그동안 B2B 포털이나 산업별 B2B포털 등이 거래를 위한 정보제공에 초점을 둔 것에 비해, 실거래가 일어나는 온라인 장터라는 개념을 기반으로 하고 있다. 상징적인 개념에 머물렀던 전자상거래가 본격적으로 구체화됐다는 의미로도 받아들일 수 있음. 흔히 B2C(소비자 상대 전자상거래)보다 B2B(기업 간 전자상거래)를 e-마켓플레이스라 말함.

(출처 : 네이버 지식백과, 시사상식사전, 박문각)

운영해야 한다. 즉, e-비즈니스 기반의 공동 사이트 개설 및 데이터베이스화 등을 통해 정보를 공유함으로써 비용절감은 물론 동종업체간의 불필요한 경쟁으로 인한 가격하락을 방지할 수 있다.

현재 국내선용품 e-Marketplace는 단순한 제품 카탈로그 기반의 검색과 견적요청만 제공할 뿐, 거래방식은 오프라인 상에서 이루어지고 있다. 따라서 선용품 거래방식의 e-Marketplace의 효율적인 구축을 위해서는 구매자가 요구하는 견적에서부터 결제, 운송, 고객관리 등에 관한 정보를 실시간으로 정확하게 제공하고 처리할 수 있는 시스템이 필요하다.

셋째, 정책 측면에서는 복잡한 관세환급 절차와 선용품산업에 대한 정부 및 지자체의 관심 부족 등의 문제점을 개선하고 선용품공급업의 활성화를 위해 중앙정부 또는 지방정부의 정책적 지원 또한 필요한 과제이다.

선용품산업을 보다 활성화시키기 위해서는 관련된 법·제도의 개선이 필요하며, 법·제도적인 지원 외에도 선용품 공급업체를 전문화하고 대형화를 통해 구매가격을 낮춰 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원할 필요가 있다.

지금까지 제4장의 국내 선용품산업의 문제점을 업체 간 상호 협력 차원, 물류 측면, 마케팅 측면, 정책 측면에서 살펴보았고, 제5장에서는 국내 선용품산업의 활성화 방안으로 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화, 선용품 시장의 전자 상거래화, 해양산업 통합 클러스터 참여를 통한 동반성장 추구, 정부의 정책적 지원을 제시하였다.

제5장에서 제시한 국내 선용품산업의 활성화 방안은 현재 선용품업계의 당면한 문제점을 부산국제선용품유통조합이나 한국선용품산업협회가 전면에서 우선적으로 해결해야 할 과제로 제시한 것이다.

한편 제4장에서 제기된 문제점을 수요창출 측면, 공급확대 측면, 시장개척 측면, 정부 정책적 측면에서 살펴보고 중·장기적으로 추진할 내용을 <표 6-1>과 같이 제시한다.

〈표 6-1〉 국내선용품산업의 관점별 활성화 방안

관점별	주요내용
수요창출 측면	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신조선에 대한 국산 선용품 공급 확대를 위한 글로벌 네트워크 구축 ○ 선용품유통센터 상설 전시장에 대한 홍보활동 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 해양수산부, 부산항만공사, 선용품산업협회 홈페이지 활용 - 선주협회, 대리점협회, 해운조합, 원양협회/구매담당자, 공무감독 방문권유 ○ 선용품센터 입주업체, 선용품협회 회원사, 전시부스 입점업체 취급물품 중심으로 카탈로그 제작
공급확대 측면	<ul style="list-style-type: none"> ○ 크루즈선에 대한 선용품공급 루트 개척 ○ 도매법인 설립으로 대량구매를 통한 단가인하 등 저렴한 공급체제 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 선용품 유통단계 축소(5, 6단계 → 3, 4단계) ○ 전략상품 개발 및 선용품의 규격화 및 다각화 ○ 국가 품질보증의 우량 선용품 개발 ○ 부산을 상징하는 대표적인 선용품 고유브랜드 개발
시장개척 측면	<ul style="list-style-type: none"> ○ 유망시장 및 신시장 개척(신조선, 해군선, 해양플랜트, 수리도크/국내시장⇒해외시장) ○ 선용품의 조달, 구매, 배송, 관리의 공동화 추진 및 IT 접목 ○ 선용품시장의 전자상거래 실시(e-비즈니스, e-marketplace) ○ 선용품의 국제 코드화 ○ ISSA 가입을 통한 한국선용품의 국제 공신력 확보 <ul style="list-style-type: none"> - ISSA의 코드화된 가이드북에 등재

정부정책 적 측면	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관세환급 절차의 간소화 ○ 부산국제선용품유통센터 내 도매법인 설립지원(해양수산부, 부산항만공사) <ul style="list-style-type: none"> - 사용료, 관리비 인하→시중 창고 사용료 수준 ○ 부산지역 선용품 업체별 국제 표준에 맞는 전자 카탈로그 제작 ○ 통과선박의 항계외 장기정박 허용 <ul style="list-style-type: none"> - 급유, 선박수리, 선용품공급 병행기회 부여 ○ 국산 선용품에 대한 국가 차원의 품질보증제도 실시 <ul style="list-style-type: none"> - KS인증마크(일본의 JIS-F 수준/부산시 인증마크 별도개발) ○ 선용품업체의 과당경쟁, 규모의 영세성 극복방안 강구 <ul style="list-style-type: none"> - 신규가입 기준 상향조정, 무실적 업체 퇴출 ○ 영세사업자 경영안정을 위한 금융/자금 지원 ○ 국제 선용품 박람회 개최 ○ 해양산업-선용품산업 동반성장 유도(해양산업 통합 클러스터 참여) ○ 선용품관련 기초적인 통계자료 작성 추진 ○ 선용품 활성화를 위한 관련법, 제도 정비
--------------	---

제2절 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 국내 항만서비스산업 중에서 선용품산업의 활성화 방안에 관한 연구로서 연구의 방법은 기존의 문헌연구와 사례연구를 병행하여 분석하였다.

문헌연구는 선행연구들을 토대로 선용품산업에 대한 국내·외의 저서, 논문, 정기 간행물, 관련기관의 자료 및 인터넷 자료를 수집·분석·활용하였으며, 이를 통해 이론적 틀을 구성하였다. 이러한 이론적 틀을 바탕으로 해외 선진 선용품시장 사례연구를 중심으로 국내 선용품산업의 현황 및 문제점들을 살펴보고, 이에 대한 국내 선용품산업의 활성화 방안을 제시하였다는 점에 의의가 있다.

그러나 선용품산업에 대한 최근의 현황 및 통계자료가 축적되어 있지 않아 자

료 수집에 많은 어려움을 겪었다.

문헌 및 사례연구에서 오는 실증분석의 결여로 인한 실무적인 전략수립을 위한 충분한 연구가 진행되지 못한 점 또한 한계점으로 남는다.

이러한 연구의 한계를 극복하고 향후 보다 발전적인 연구를 위해서는 선용품공급업체, 주 수요자인 선사, 정책입안자 등 선용품산업의 직접적 이해당사자들을 대상으로 설문을 실시하여 실질적인 활성화방안 도출이 요구된다.

나아가 선용품산업과 항만관련산업의 상관관계뿐만 아니라 선용품 산업이 항만관련산업에 미치는 영향과 지역경제 및 국가경제에 미치는 영향에 대해서도 면밀히 파악하고, 선용품산업의 해외진출방안도 모색되어야 할 것으로 사료된다.



참 고 문 헌

- 강태수, 「부산지역 항만서비스산업의 활성화 방안에 관한 연구」, 부경대학교 대학원, 석사학위논문 2005.6.
- 구민진, 「부산항 선용품산업의 활성화 방안」, 동의대학교 대학원, 석사학위논문, 2011,
- 김길수·박병권, “선용품업계에서의 전자상거래 시장규모 예측에 관한 연구”, 「해양한국」, 2011.
- 김성국, “부산항의 부가가치를 위한 선용품공급업 활성화에 관한 연구”, 「마케팅관리연구」, 제11권 제3호, 한국마케팅관리학회, 2006.
- 김승구·이재윤·박경환, “SCM을 위한 ebXML 기반의 선용품 거래시스템 개발”, 정보기술연구 소논문지, 제1권 제2호, 동아대학교 정보기술연구소, 2004,
- 김찬호, “선용품 공급업의 활성화 방안 -부산항을 중심으로-”, 「월간해양수산」, 통권 제260호, 2006.
- 류형근·김봉수·이홍걸·양원·이철영, “부산 항만물류산업의 실태에 관한 연구”, 「한국해양항만학회지」, 제28권 제5호, 2003.
- 문성혁, 「현대 항만관리론」, 다솜출판사, 2003.
- 박병주, “신항에서의 고부가가치 창출방안”, 경남발전연구원, 이슈분석 2009. 3.
- 박영태·우정욱·김이곤, “부산항, 선용품공급업, 선박급유업, 물류창고업 활성화 방안에 관한 연구 - 항만클러스트 구축을 중심으로”, 「유통정보학회지」, 제10권 제1호, 한국유통정보학회지, 2007.
- 배백식, 「항만물류공급업의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는

- 는 영향」, 동명대학교 대학원, 2012, 박사학위논문.
- 이은규, “울산지역 선용품업체 현황과 육성방안”, 울산발전연구원, 기본과제 2013-04, 2013.
- 이철영, 「항만물류시스템」, 효성출판사, 1998.
- 임재욱, “부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안”, 「무역학회지」, 제38권 제3호, 2013.
- 장홍훈·김경진, “광양항의 선용품공급 확대를 위한 e-Marketplace 구축 방안”, 통상정보연구 제13권 1호, 2011.
- 최근배, “항만물류산업 분류에 관한 연구”, 무역연구, 제6권 제3호, 2010. 9.
- 하명신, “부산항 선용품 산업의 현황과 과제”, 항만산업 활성화 심포지움 발표자료, 2005
- _____, “부산항의 발전방안에 관한 연구 : 고부가가치항으로서의 전환 모색”, 「국제상학」, 제20권 제1호, 한국국제상학회, 2005.
- 하태영, “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 2013 항만물류 전망대회, 2013.
- 한국해양수산개발원, 「항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구」, 2006.
- 해양수산부, “항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구”, 2006
- 부산광역시, 해운하기 좋은 부산 정책 발표회, 2015
- 한국해양수산개발원, 선용품산업 활성화 방안 연구용역, 2015
- Hyuksoo Cho, “Determinants and Effects of Electronic Intermediary Use in Export Marketing”, 「Washington State University」, 2004.
- Peter W. de Langen, “Clustering and Performance : the case of

maritimeclustering in The Netherlands,” Maritime Policy and Management, Vol. 29, No. 3, 2002 ; The Performance of Seaport Clusters, Erasmus Research Institute of Management, 2003.

PierreHadaya, “ Determinants of the Future Level of Use of Electronic Marketplaces among Canadian Firms” , Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, 2004.

Port of Rotterdam, Port Statistics 2004.

The Singapore Department of Statistics, Logistics Service 2004 and Economics Survey of Singapore 2005.

경기평택항만공사 www.gppc.or.kr

국제신문 www.kookje.co.kr

물류신문 www.klnews.co.kr

부산광역시 www.busan.go.kr

부산발전연구원 www.bdi.re.kr

부산본부세관 www.customs.go.kr/busan

부산일보 www.busan.com

부산지방해양수산청 www.portbusan.go.kr

부산항만공사 www.busanpa.com/service

산업통상자원부 www.motie.go.kr

여수광양항만공사 www.ygpa.or.kr

운송신문 www.ktpress.net

울산발전연구원 www.udi.re.kr

울산항만공사 www.upa.or.kr

인천항만공사 www.icpa.or.kr

코리아쉬핑가제트 www.ksg.co.kr

한국선용품산업협회 www.ikssa.org

한국해양수산개발원 www.kmi.re.kr

해양수산부 www.mof.go.kr

KMOU마린서비스(주)의 www.kmou.biz

