The Journal of Digital Policy & Management 2013 Oct; 11(10): 689-694

공예문화산업의 발전방안 연구

김성민
공주대학교 예술대학 세라믹디자인

A study on the development of cultural industries craft

sung-min Kim
KONGJU NATIONAL UNIVWERSITY CERAMIC DESIGN

요 약 공예문화산업은 '공예·문화로 이루어진 산업'의 의미보다는 '산업으로서의 공예·문화'로 이해하는 것이 바람직하다고 본다. 공예문화산업은 기능, 기술, 기법 또는 토속 원재료를 근간으로 하여, 생산되는 조형제품으로서 제조과정의 주요부분이 수공예적인 특성을 가진 제품을 제조하는 산업을 말한다. 오랜 세월을 걸쳐 역사적으로 전승하여 형성되어온 특정의 공예 문화 관련한 산업이다. 이를 살펴봄으로써 공예문화산업만이 가지고 있는 고유한 특징과 가치를 이해하고 공예 활동이 더 이상 제작의 차원에만 머무르지 않고 제작, 유통, 개발 등 공예문화산업으로 한 국가와 민족의 전통성을 계승하고 표현하는 대표적인 공예·문화산업분야로써 발전방안에 대한 시장성 연구를 통한 발전방안을 제시하고자 한다.

주제어 : 공예문화산업, 제작, 유통, 발전방안

Abstract Craft culture industry 'crafts and culture made up of industry meaning of' rather than 'as a craft industry. Culture it is desirable to see Roy. Craft culture industry features, technology, techniques, or by indigenous raw materials to the foundation, which is produced as a plastic product manufacturing process, characteristics of the main part of the craft industry with a means to manufacture products. Historically, over the years, which has been formed by tradition, culture, crafts related to specific industries. Only by looking at the craft cultural industries have unique features and understand the value and no longer making craft activity does not remain only in the dimensions of the production, distribution and development of craft industries and national and ethnic culture has inherited expression traditionality a representative craft, culture as a development plan for the industry through the development of market research is to propose ways.

Key Words : craft artist, characteristics, produce, Development Plan

1. 서론

1.1 연구의 필요성과 목적

공예문화산업은 민간에 의해 전하여 내려오는 기능, 기술, 기법 또는 토속 원재료를 근간으로 하여 산업적인 요소를 동시에 내포하고 있는 양면적 속성 가치를 지닌 공예품 산업을 말한다. 공예품을 만드는 과정은 수공업이냐 기계 작업이냐에 의해서 한정생산과 대량생산의 속

* 본 논문은 2012년 공주대학교의 학술연구비에 의하여 지원되었음
Received 11 July 2013, Revised 5 September 2013
Accepted 20 October 2013
Corresponding Author: kim-sung min (Kongju National University)
Email: min3812@kongju.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.otg/licenses/by-nc/3.0), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

성으로 나뉘고, 예술성이냐 실용성이냐에 따라 심미성과 기능성으로, 전승이냐 창작이냐에 따라 전통성과 현대성으로 구분, 공예품의 이러한 양면적 특성으로 인해 그 영역이 광범위하고 모호하다는 비판을 받기도 하지만, 나름대로 타 산업과 확연히 구분되는 고유한 특징이라고 볼 수 있다. 공예문화산업이 가지고 있는 특성들을 살펴보면 첫째, 소규모 수공업 형태의 영세성과 노동집약적 산업이다. 둘째, 한국 고유의 전통성과 역사성을 지니고 있는 국가 정체성 산업이다. 셋째, 공예 관련 정부부처가 일원화되지 못할 정도로 문화와 산업의 양면성, 그리고 농업, 관광, 디자인, 명품산업 등과 관련성이 높은 새로운 고부가가치 잠재산업이다. 이러한 복합적인 특징으로 인하여 공예문화산업은 다음과 같은 산업적 가치를 가지고 있다.

먼저 전통적 문화와 민족 고유성을 표현하는 예술성이 가미된 공예제품을 생산하는 국가 고유산업이며, 현대인의 소득수준 및 문화생활에 비례하여 수요가 급증하는 문화산업이며, 대표적인 관광기념품으로서 관광수지의 개선과 국가를 상징하는 기념품으로, 때로는 소장가치가 높고, 브랜드 가치가 있는 명품산업으로 도약할 수 있는 유망 산업이다. 공예문화산업은 한 국가와 민족의 전통성을 계승하고 표현하는 예술적, 문화적 속성과 창의적인 아이디어를 구체화하여 실생활에 적용할 수 있는 산업적인 속성까지 포함하고 있는 복합적 특성을 지닌 대표적인 문화산업으로 지식문화기반산업이 주도할 것이라는 공감대 속에서 정부가 적극지원하고 있는 녹색산업, 문화관광산업, 지역특화산업, 디자인 창조산업 등과 당당히 어깨를 나란히 할 수 있는 부가가치 산업이다. 그러나 이러한 성장 잠재력에도 불구하고 한국공예문화산업은 중국, 동남아산의 저가 공예품과 고품격 디자인과 브랜드 가치로 우리시장을 잠식되고 있다. 이렇게 된 원인으로는 공예문화산업에 대한 명확한 실태조사와 세계적인 흐름을 주도할 수 있는 장기적인 비전과 전략을 수반한 정책 대안이 제시되지 못한 채 공예품이 민예산업으로서 어느 정도수출에 기여하던 그 시대에서나 적용될 수 있는 수준의 정책과 지원이 대부분이었고, 그것마저도 각 부처마다 제각기 산발적으로 이루어짐에 따라 우리 공예문화산업은 아직도 민예산업 수준을 벗어나지 못한 상황이다. 문화적 삶의 질 향상 및 정체성을 제고할 수 있는 산업, 세계시장을 이끌 명품산업, 디자인 산업의 모태산업으로 도약·발전하기 위해서는 무엇보다도 공예문화산업에 대한 총체적인실태조사와 이를 바탕으로 한국 공예의 미래를 선도할 수 있는 공예문화산업의 비전과 전략 로드맵이 구축 시급하다. 이에 다음과 같은 논문자료를 통한 국내의 공예문화산업의 현황과 실태에 대해 알아보고, 자료를 토대로 공예문화산업의 효율성과 문제점은 무엇인지를 연구, 발전방안을 제시하고자 한다. 한국공예문화산업의 비전과 전략을 통하여 한국 공예문화산업의 기반을 다지고 새롭게 도약할 수 있는 전략의 예시하는 것을 목적으로 둔다.

1.2 연구 방법

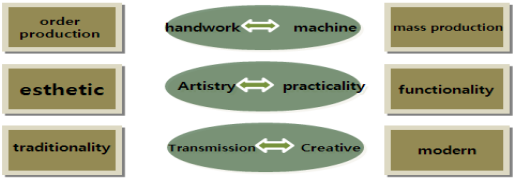
공예문화산업(공예문화상품)은 그 지역의 지방특색과 전통적인 형태가 들어있는 상품으로서의 특성을 가지고 있다. 지역성은 비단 외면상 구역의 개념뿐 아니라 일종의 내면의 품위이며, 고유문화의 표현형태의 구성을 낳는다. 그것은 지리, 역사, 문화, 심리 등 특정 지역 혹은 민족 중 유행의 공예 특징을 포함한다. 고유문화의 공예품은 모두 그 지역의 문화와 역사 안에서 생성된 것이며 그래서 반드시 지역의 문화원형의 특성을 나타내고 있다. 이러한 조건을 기초로 한 공예문화산업은 일정한 지역, 또는 국가의 문화뿐만 아니라 경제, 산업에도 많은 영향을 끼치고 있기 때문에 세계 여러 나라들은 문화관광산업 진흥에 주력하고 있으며, 이외에도 관광공예품의 개발과 발전에 힘을 쏟고 있다. 우리나라의 공예문화산업 역시 타 산업에 비하여 역사가 오래되었고 전통 산업으로써 지역 경제 발전에 도움을 주는 역할을 하였고, 지방특산품의 개발에 힘써 부수적 효과로써 고용창출에도 일익을 담당하여 왔다. 그러나 공예문화산업의 영세성과 구조적인 문제점 등으로 인해서 아직 해결해야 할 과제가 많이 남아 있는 실정이다. 그래서 우리나라의 공예문화산업의 실태를 파악하여, 개선방안을 연구할 필요가 있다. 그러기 위해서 먼저 공예문화산업의 현황을 알아보았고, 이를 참고로 공예문화산업의 역할과 국내 현황에 대해서 공예품 제작업체와 유통업체의 지역현황을 중심으로 알아보았다. 연구방법으로는 조사의 광범위성과 포괄성으로 인해 보다 정확한 수치를 산출하고자 한국공예문화진흥원에서 실시한 “2011 공예문화산업 실태조사” 자료를 참고로 하였으며, 이를 토대로 문제점을 분석하고 발전방안에 대해서 연구하였다. 따라서 디자인기술혁

신, 신상품개발 및 마케팅과 브랜드개발로 인해 지역의 세계적인 도자공예문화의 지역적인 부가가치를 활성화 할 수 있도록 정책적인 준비와 노력이 필요하다.

2. 본론

2.1 공예문화산업 특성

공예문화산업은 문화적요소와 산업적인 요소를 동시에 내포하고 있는 양면적 속성 가치를 지닌 공예품으로 만드는 과정은 수작업, 기계작업에 의해서 한정생산과 대량생산의 속성으로 나뉘고, 예술성이냐 실용성이냐에 따라 심미성과 기능성으로, 전승이냐 창작이냐에 따라 전통성과 현대성으로 구분. [Fig. 1]



[Fig. 1] craft characteristic

이렇듯 공예품의 이러한 양면적 특성으로 인해 그 영역이 광범위하고 모호하다는 비판을 받기도 하지만, 나름대로 타 산업과 확연히 구분되는 고유한 특징이라고 볼 수 있다. 그밖에 공예문화산업이 가지고 있는 특성들을 살펴보면, 첫째, 소규모 수공업 형태의 영세성과 노동집약적 산업이며 둘째, 한국 고유의 전통성과 역사성을 지니고 있는 국가 정체성 산업 셋째, 공예 관련 정부부처가 일원화되지 못할 정도로 문화와 산업의 양면성, 그리고 농업, 관광, 디자인, 명품산업 등과 관련성이 높은 새로운 고부가가치 특화산업이다. 이러한 복합적인 특징으로 인하여 공예문화산업은 다음과 같은 산업적 가치를 가지고 있으며 전통적 문화와 민족 고유성을 표현하는 예술성이 가미된 공예제품을 생산하는 국가 고유산업이며, 현대인의 소득수준 및 문화생활에 비례하여 수요가 급증하는 문화산업이며, 대부분 순수 국산 원재료를 사용하여 제조되는 정체성 산업이다. 이러한 복합적인 특징으로 인하여 공예문화산업은 산업적 가치를 가지고 있으며, 전통적 문화와 민족 고유성을 표현하는 예술성이 가미된 공예제품을 생산하는 국가 고유산업이며, 현대인의 소득수준 및 문화생활에 비례하여 수요가 급증하는 문화산업이며, 대부분 순수 국산 원재료를 사용하여 제조되는 정체성 산업이라고 볼 수 있다.

2.2 공예문화산업 현황

2011년 매출규모는 약 9천2백억 원으로 추정된다.

〈Table1〉 Crafts Import & Export of cultural industries (Won)

Division \ Year	(2011)	(2012)
The world market	658,603,465	752,689,675
Korea market (Proportion of area,%)	9,200 (73, 2%)	4,840 (97, 2%)

Korea Craft Promotion Foundation / Cultural Craft Industry Survey 2011

지역별로는 서울/수도권의 매출규모가 5천4백억 원으로 가장 컸으며, 대구/ 경북권이 6백억 원으로 가장 작았다 소재별로는 도자공예의 매출규모가 4천5백억으로 가장 컸으며, 다음으로는 목공예 천4백억원 금속공예 천2백억 원 등의 순으로 나왔으며, 지역별 시장 점유율을 지역별업체구성비와 비교해보면, 다음과 같다. <Table 1>

〈Table 2〉 2011 Regions / Sales Breakdown by material

	Meta	ceramic	wood l	Mother	stone	glass	textile	paper	Leather	Etc	all
Total	11.5	45.0	14.6	7.2	2.0	0.7	8.0	5.0	0.8	5.2	100.0
Seoul / Capital	7.5	24.2	6.9	6.7	0.7	0.6	6.1	2.2	0.7	3.4	59.0
Gangwon / Central	0.3	2.9	1.6	0.0	0.6	0.0	0.3	0.7	0.0	0.5	6.9
Hunan / Jeju	1.9	7.2	3.1	0.3	0.5	0.0	0.7	0.8	0.1	0.8	15.4
Daegu / Gyeongbuk	1.0	2.3	1.6	0.0	0.0	0.0	0.4	0.7	0.0	0.3	6.4
Busan / Gyeongnam	0.8	8.4	1.3	0.2	0.1	0.0	0.5	0.6	0.0	0.3	12.2

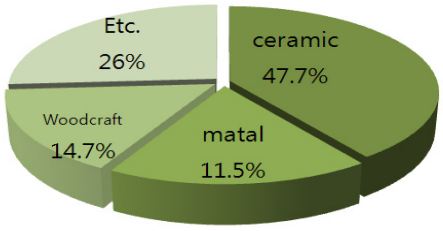
〈Table 3〉 2011 material / product sales by Use

	Meta	ceramic	wood l	Mother	stone	glass	textile	paper	Leather	Etc	all
Total	105,769	415,010	134,815	66,606	18,278	6,485	73,961	46,331	7,559	48,445	923,259
Furniture Accessories	111	-	31,591	696	345	-	-	759	-	748	34,250
Office	9,103	5,973	8,474	9,730	822	312	12,818	8,485	-	6,149	61,866
Collectible Magazines	8,580	167,270	50,313	48,285	5,905	2,077	41,763	24,335	1,225	22,414	372,167
Accessory Bags	46,732	26,923	296	1,068	2,850	1,048	19,226	1,930	6,052	12,239	118,363
Kitchen Bathroom	31,419	207,374	15,978	6,451	3,671	-	154	252	-	1,601	266,900
Etc.	9,824	7,469	28,163	376	4,685	3,047	-	10,571	282	5,295	69,712

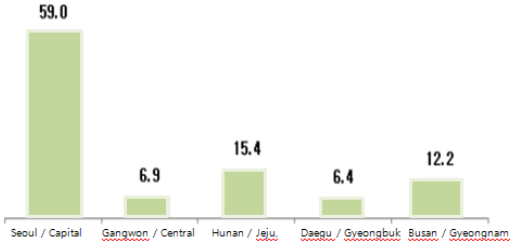
2011 공예문화산업의 국내시장 매출규모는 약 9천 2백억 원으로 추정 전체 공예문화산업의 시장규모는 더 클 것으로 예상됨. 2011년 공예문화산업 종사자는 총 29,148명으로 추정된다. 공예사업체의 대부분은 소규모 개인사업체 조사된 공예업체의 사업형태 구성은 개인사업체 90.6%(1,379개) 법인 3.5%(53개), 기타 5.9%(90개)로 나타나, 지난조사결과와 비슷한 구성비 이다.법인을 제외한 업체들 중 사업자 등록을 한 업체는 93.9%(1,379개)로 나타나 2008년의 81.8%보다 증가하였다고 한다.

2.3 제작업체 현황

2011년도에는 공예문화산업 규모추정에서 보면 공예문화산업 종사자는 29,148명이다. 전체적으로 개인사업체 비중이 높은 관계로 소재별 사업체 유형 비율의 분포 비율에서도 개인사업체 비율이 가장 높게 나타나고 있다. 대표적인 공예문화관광상품의 소재별 비율을 살펴보면 도자공예 47.7%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 다음으로는 목공예가 14.7%, 금속이 11.5% 나타내고 있다. [Fig. 2]



[Fig. 2] Market share in 2011 by workers



[Fig. 3] Crafts by local cultural industries in 2011 market share

2011년 지역적별 공예문화산업 시장점유율 서울/수도권 59.0%, 호남/제주권15.4%, 부산/경남권 12.2%, 강원/중부권 6.9%, 대구/경북권 6.4%의 순으로 나타났다. 서울 수도권 도자공예가 24.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 부산/경남권 도자공예8.4%, 서울/수도권 금속공예 7.5%, 호남/제주권 도자공예 7.2% 등의 순이라고 한다.

2.4 유통업체 현황

공예품의 유통은 갤러리, 백화점, 재래시장, 소규모 선물용품점 등 여러 가지 경로를 통해 유통되고 있다. 기계화 비율이 높은 대량생산이 가능한 공예품들은 남대문시장의 공예품 유통업자들이 대부분 전국규모로 유통시키고 있으며 생산업체가 단독으로 혹은 조합 등의 전시판매장을 통해 직접 판매하는 경우도 늘어가고 있다. 또한 최근 통신판매, 전자상거래 등을 통한 거래도 지속적으로 확대되어 가고 있는 실정이다. 한국공예문화진흥원에서 2003년에 수행한 '국내 공예문화산업 분류체계 구축 및 공예지원 사업평가모델 개발'에서, 유통업체 소재별 설립 비율을 살펴보면 종이 공예업체가 1980년 이전이 37.5%로 설립된 지 20년이 지난 업체비율이 다른 소재 업체에 비하여 높게 나타나고 있다. 1999년 문화관광부에서 실시한 관광기념품 관련부문 실태조사를 보면 공예품, 도자기류, 문방사우, 토기류 와 같은 공예 문화상품이 대부분을 차지하고 있으며, 그 외 캐릭터 상품과 지역의 특산품이 주류를 이루고 있다. 또한 공예문화산업은 세계 시장 뿐만 아니라 국내 시장에서도 시장규모는 매년 증가 추세에 있으며,2006년 업체당 평균 매출은 9천 8백만 원이며, 2006년 매출규모는 약 8천4백억원에 이르는 것으로 추정된다.

2.5 매출규모

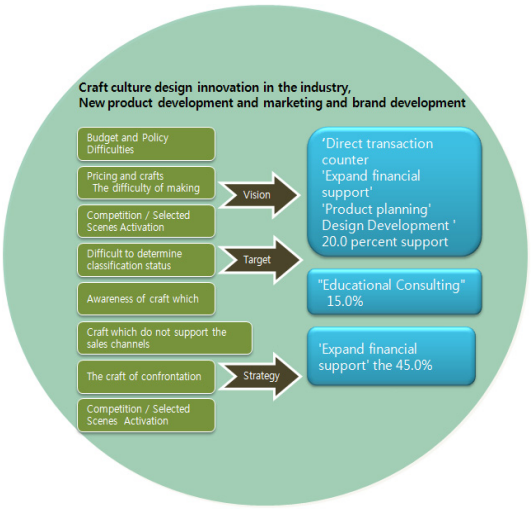
지역산업의 현황으로 위와 같이 문화산업의 비중이 작다. 그러나 소재개발에 대한 인식부족, 전문기술, 인력부재, 지역적인 인프라 취약 등 문화특화산업관련에 많은 어려움을 가지고 있다. 공예문화산업은 세계적인 역사적 전통성을 바탕으로 하여 잠재력은 풍부하나 공예문화산업을 뒷받침 해 줄 확고한 비전과 이를 추진할 문화소재의 연계성이 부족한 현실이다. 이에 매출액 평균이 5천만 원 이하인 영세한 업체가 대부분이며, 매출액이 낮은 이유는 전문경영능력 부족, 전문 인력 부족, 고급 장비 및 인프라 부족 등으로 향후 공예문화산업기반 구축을 위한 집중 투자와 세계시장 진출을 위한 마케팅 전략이 함께

구사된다면 공예문화산업은 지역경제 활성화에 도움이 될 것이다. 지역문화의 특화된 산업의 육성을 통한 고부가가치의 기술로 문화산업을 육성발전이 필요하다.

3. 결론 및 제안

공예정책 집행의 제약으로 지자체의 공예 관련 공예정책 집행의 제약들은 크게 8가지로 축약할 수 있으며, '정책 및 예산'에 대한 제약의 의견이 가장 많았으며, 다음으로는 '공예품 가격 및 제작'에 대한 제약 및 개선방향에 대해 많은 의견을 보였다. 구체적인 사항을 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있다. 먼저 첫 번째 예산 및 정책의 어려움이다. 예산이 넉넉하지 않아서 사업수행에 어려이 많다. 현재 공예문화산업은 자금지원 및 시설을 갖추기 위한 지원만이 행해져 왔음. 후속 단계로서 '운영'과 '활성화방안'에 대한 연구가 없는 것이 문제이다. 두 번째로는 공예품 제작비용의 어려움이다. 100% 수공예로 할 경우(전통방식 고수) 기간이 오래 걸리거나나 가격이 너무 올라 대량 생산 및 판매가 어려움. 세 번째 공예인들의 인식이다. 디자인에 있어서도 새롭고 현대적인 감각에 맞는 변화가 필요하다. 해외에서 판매할 수 있는 새로운 제품개발이 안 되고 국내 판매에 국한되어 있다는 문제점이 있다. 네 번째 공예인들의 판매경로지원이 없다. 시장개척과 판매경로 확대가 필요하나 현재 공예조합이 재정적·운영적으로 열악한 실정이다. 다섯 번째 공예인들의 대립이다. 공예단체들 간의 파벌(각 공예 재료별) 등으로 갈등이 있고 정확한 구심점이 없는 실정이라 행정적인 지원을 하기에 어려움. 여섯 번째 공모전·명장선정에 대한 한계점정부에서 진행되는 공모전 등에서 시상금과 상장 등 표면적인 사업에 그치는 경우가 많고, '활성화'가 이루어지고 있지 않음. 공모전 수상 제품에 대한 상품화 개발이 필요함. 일곱 번째 공예문화산업에 대한 실태파악분류 체계가 너무 다양하고 분산되어 있어서 예산을 책정하거나 조례를 만들 때 어려움이 있음. 공예의 범주와 문화예술의 범주 구분이 어렵다는 문제점이 있다.

공예품 기술을 다음 세대에 체계적으로 전수하기위한 데이터화 등의 과학적인 전수가 부족한 실정이고, 사업지원 대상의 범위가 포괄적이지 못하여. 공예품 발전을 위하여 정부나 지자체에서 어느 분야에 적극적인 지원이 이루어져야 않고 있다. 자료를 보면 '공동 직매장 등 직거래 판매장 지원', '재정적 지원 확대'와 '상품기획 및 디자인 개발 지원'이 20.0%로 가장 높았다. '공예 관련 행사 유치 및 활성화'와 '공예업체/작가 등 자생력확보를 위한 교육컨설팅'이 15.0%로 나타났다. [Fig.4]



[Fig. 4] Cultural Craft Industry Development

지원이 필요한 분야의 1순위와 2순위를 합한 값에서는 '재정적 지원 확대'가 45.0%로 가장 높았고, '상품기획 및 디자인 개발 지원'이 35.0%, '지자체의 공예품 수요창출 노력 및 지원', '공예 관련 행사 유치 및 활성화'와 '공예업체/작가 등 자생력 확보를 위한 교육 컨설팅'이 25.0% 순이었다. 위의 문제점에 대한 개선방안에서 정부기관의 재정적 지원 및 정책 수립 등 공예문화산업 발전에 가장 시급한 정책이라고 생각하며, 정부와 지방자치지역의 적극적인 투자 및 전문가적인 운영을 유도, 열약한 공예문화산업에서 디자인기술혁신, 신상품개발 및 마케팅과 브랜드개발로 인해 지역의 세계적인 공예문화산업 개발 지역적인 부가가치를 갖도록 노력이 필요할 것이다.

공예문화산업의 지역경제 비전과 목표로 역사적 전통성을 바탕으로 하여 잠재력은 풍부하나 공예문화산업을 뒷받침 해 줄 확고한 비전과 목표를 추진할 문화소재 연계성이 부족한 현실이다. [Fig.5]

[Fig. 5] Craft culture industry vision and goals of the local economy

공예문화산업은 매출액 평균이 5천만원이하인 영세한 업체가 대부분이며, 매출액이 낮은 이유는 전문경영능력 부족, 전문 인력 부족, 고급 장비 및 인프라 부족 등으로 향후 공예문화산업기반 구축을 위한 집중 투자와 세계시장 진출을 위한 마케팅 전략이 함께 구사된다면 공예문화산업은 지역경제 활성화에 도움이 될 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

In this paper, Koenig National University, 2012 Academic Research Support Project was funded by the Research

REFERENCES

[1] (foundation)Korea Craft Promotion Foundation / domestic craft crafts culture industry classification system support project evaluation model building and development, pp.14-29, 2007
[2] (foundation) Korea Craft Promotion Foundation / 2007 Status Joe Craft Industry Corporation, pp.56-64, 2008
[3] (foundation) Korea Craft Promotion Foundation / 2007 Status Joe Craft Industry Corporation , pp.3-24, 2011

김 성 민(Kim, Sung Min)

· 1995. 2월 : 서울과학기술대학교 산업공예학과(석사)
· 1998. 2월 : 서울과학기술대학교 산업대학원 산업공예학과(학사)
· 2006.4월~ 현재 : 공주대학교 조형디자인학부 교수
· 관심분야 : 문화 정책 및 기획
· E-Mail : min3812@kongju.ac.kr