

# 공예문화산업의 발전방안 연구 - 중부권 공예문화산업 중심으로 -

김성민  
공주대학교 예술대학 세라믹디자인

## Study on Development of Crafts Cultural Industry - Central Region of South Korea Craft Industrial as center -

Sung-Min Kim  
KONGJU NATIONAL UNIVERSITY CERAMIC DESIGN

요 약 문화산업은 국가의 고유의 가치관과 생활양식 등 문화적 특징으로 만들어진 것으로서 장식성, 실용성의 특성을 지니며 대중들이 이용하는 생활필수용품, 기호용품 등을 총칭하는 것으로 규정하고 있다. 공예문화산업은 지역, 환경 등의 특성을 기반으로 하여 전통예술의 문화적 특징을 가진 상품을 생산하는 공예산업으로, 공예문화상품에 내재된 전통적, 문화적 요소를 이용하여 생산하여 소비하는 일련의 과정으로 문화산업을 의미한다. 공예문화산업의 각 부분에서 나타난 문제점과, 해결방안을 중심으로 중요성을 재조명하여 공예문화산업의 발전을 개발하는 문제적인 부분을 해결할 것이라고 생각한다. 본 연구에서는 공예문화상품에 대한 대중성과 매출현황을 조사하여, 국내의 공예문화산업의 실태를 연구하고 발전방안에 대해 알아보려 한다.

주제어 : 공예문화산업, 공예문화상품, 문화, 현황과 실태, 융복합

**Abstract** Cultural industry consists of a national own value and life style known as the cultural characteristics, and it has decorative and practical features so it covers necessities and items of personal preference that the public use. Craft Culture Industry means the craft industry where goods with cultural features of traditional art are made based on specific region and surroundings, which is a series of process in which inherent traditional and cultural elements are produced, representing cultural industry. With the review on issues and solutions in each section of Craft Culture Industry, it would help solve the problem when developing Craft Culture Industry. This study examines the popularity and status of the craft cultural products and figures out the current situation of the domestic cultural industry and the development plan.

**Key Words** : Craft culture industry, Craft culture products, Culture, Status and Conditions, Trade convergence

### 1. 서론

#### 1.1 연구의 필요성과 목적

공예문화산업은 전통적, 예술(문화)적인 특성을 문화산업으로 생산하는 공예품의 문화상품화를 의미한다. 공

\* This work was supported by the research grant of the Kongju National University in 2015"

Received 17 March 2016, Revised 19 April 2016  
Accepted 20 May 2016, Published 28 May 2016  
Corresponding Author: kim-sung min  
(Kongju National University)  
Email:min3812@hanmail.net

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.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

예문화상품은 각 국가이미지를 상징하는 대표적 문화적인 상품이다. 대부분 부가가치가 높고, 수공업에 의해 제조되는 노동집약적인 산업이라고 할 수 있으며, 이에 공예문화상품개발은 문화적인 각 국가에 문화적인 인식 매개체로 사회적 및 문화적 예술적 복합적으로 작용한다. 고유의 가치관과 생활양식 등의 문화적 특성을 상품화하여 형성되는 것으로, 한 지역의 문화상품은 지역의 이미지를 창출해 지역의 경쟁력 제고는 물론 타 산업과의 연계로 사회경제적 과급효과가 매우 큰 분야이다. 본 연구에서는 현 공예문화산업의 문제점을 조사하고 개선방안을 분석하고, 발전방향을 제시, 국내의 공예문화산업의 중부권을 중심으로 현황과 문화산업의 실태에 대해 알아보고자 하는데 연구목적이 있다. 또한 공예문화산업의 효율성에 대한 문제점은 무엇인지를 연구하고 개선발전방안을 제시하고자 한다.

### 1.2 연구 방법

공예문화산업상품은 그 나라의 고유한 전통적, 문화적, 지역적 이미지를 포함하며, 전통적인 문화산업을 세계에 알리고, 새로운 문화를 이해하는데 일익을 주는 사회적 소통 역할을 하고 있다고 본다. 본 연구에서는 대표적 공예문화산업들을 조사하고, 이에 대한 소비자 인식을 분석하여, 발전방향을 제시하는 것에 목적을 두고 다음과 같이 진행하였다. 우선, 국내·외 현황에서 공예문화산업 제작업체와 유통업체 소비현황과 매출현황을 ㈜한국공예디자인문화진흥원에서 실시한 “2013년 공예산업체 통계조사” 자료를 참고로 해결점을 연구하여 기초적인 개념과 특성에 대하여 분석하고, 다음 단계로, 공예시장현황 정보를 수집, 분석 결과를 토대로 향후 공예문화산업 발전방향에 대하여 제시하였다.

### 1.3 연구범위

현재 각 지자체에서는 공예문화산업을 집중 지원, 개발 지원 및 전국에서 구매할 수 있게 함으로써 특색 있는 공예문화산업개발에 주력하고 있다. 이는 일반적인 상품의 의미로 뿐만 아니라 문화적면을 상징하는 문화상품으로서 세계에 알려질 수 있도록 관심과 개발 필요하다. 한국적인 고유의 문화상품 이미지를 이용하여 한국의 사회문화예술을 소개할 수 있는 계기로서, 문화산업적 효과이외에 문화상품으로서도 큰 기능을 담당할 수 있다고

본다. 따라서 양질의 상품을 제작, 수요층을 만족시킬 수 있는 문화상품 현황의 문제점 개선점 노력한다면 현재 공예문화산업에 육성 및 기술은 혁신적인 발전이 될 것으로 본다. 다음과 같은 방법으로 양질의 상품을 제작, 수요층을 만족시킬 수 있는 문화상품이 개발, 제작, 판매 한다면 현재 공예문화산업에 육성 및 기술은 혁신적인 발전이 될 것으로 본다. 다음과 같은 방법으로 공예문화산업의 현황과 분석을 기반으로 하여 자료를 토대로 조사, 연구, 발전방안 대해 유추해 보고자 한다.

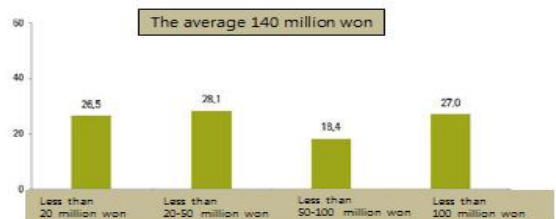
## 2. 본론

### 2.1 공예산업의 현황

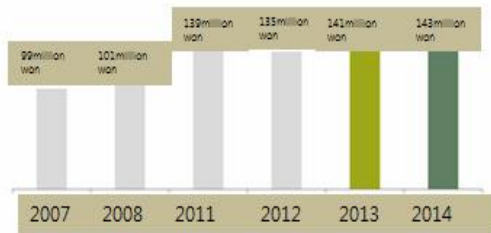
현재 지역적인 공예품의 공예문화산업은 사회적, 문화적, 예술적인 특징을 보완하여 새로운 이미지 창조 개발 형성한다. 한국의 공예문화산업은 현재까지도 소규모적인 수공업이다. 중소형 산업으로 대체적으로 영세적이며, 소규모적인 운영의 단점을 가지고 있다. 현재의 상황은 소규모 사업과 비전문 인력으로 양산으로 국가적인 공예문화산업으로 인정받지 못하고 있는 상황이다. 문화산업의 중요성을 인식하지 않더라도 공예문화산업의 정부의 지속적인 지원 없이는 국가문화산업 전반에 분명한 낙후적인 산업으로 지속 될 것이다. 이러한 시점에서 우리는 공예문화산업도 정부의 적극적인 지원으로 장기적 발전계획으로 구축하여, 정부지원제도에 의한 정책마련으로 구체적 발전방향이 이루어져야 할 것이다.

### 2.2 공예문화산업 매출 현황 (업체별, 년도 별)

공예문화산업 매출현황을 자료를 기반으로 공예문화산업시장에 규모를 조사해보았다. 우리나라 전체의 공예문화산업 매출 현황은 다음과 같다. 2014년 예상 업체당 매출액은 평균 1억4천3백만원 이다.



[Fig. 1] Crafts Culture Industry Sales Results

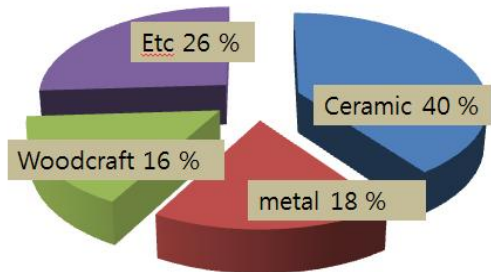


[Fig. 2] Crafts Culture Industry Sales Results

### 2.3 공예품 제작업체 현황(소재별)

2013년도에는 공예산업 규모추정에서 보면 공예산업 종사자는 3만명이며 지역별로는 다음 표와 같다.

전반적으로 개인 업체가 높은 비중이다. 소재별로는 유형 비율의 분포 비율 비교에서도 개인 업체 비율이 가장 높게 보여 지고 있다. 전반적인 공예문화 문화상품의 소재적인 비율을 살펴보면 도자업체가 44%로 최고 높은 비율로, 그 다음으로는 금속업체가 32%, 목공예업체가 18%로 비율이 분포되어 있다.

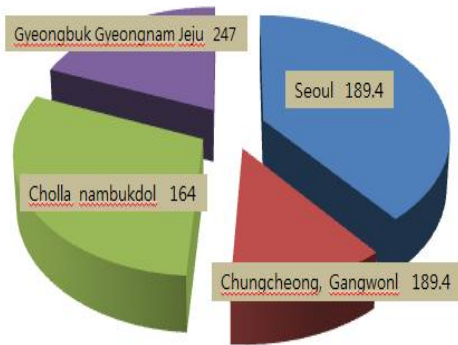


[Fig. 3] 2013 market share expected by material

### 2.4 공예산업의 매출규모(지역별)

2013년 매출규모는 약 8천8백6억원으로 추정된다. 지역별로는 서울/수도권의 매출규모가 1천9백억원으로 가장 컸으며, 대전/충청이 6백억원으로 가장 작았다.

소재별 매출규모는 도자업체가 규모가 3천억원으로 가장 크며, 다음으로는 금속업체 1천4백억원, 목공예업체가 1천2백억원의 순서로 규모가 나왔으며, 전국 지역적인 시장 점유율은 업체구성비를 도표로 보면 다음과 같다. 다른 지역에 비해 호남권의 시장점유율이 지역별업체 구성비보다 상대적으로 높았다.

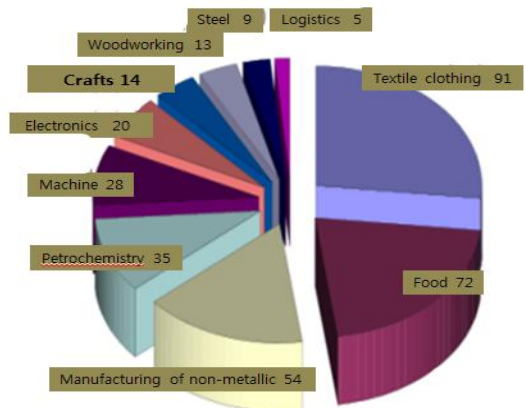


[Fig. 4] Average sales by region 2013

## 3. 공예문화산업 지역별 문화산업 현황

### 3.1 공예문화산업업체의 지역별 시장 매출현황

전국적인 규모를 파악해 본 결과, 중부권지역이 공예문화산업은 역사적인 잠재력은 풍부하였으나, 뒷받침 해 줄 시장성과 소재개발 및 전문 인력이 부족 하고 진행 할 수 있는 문화소재발굴의 연계성이 업체가 부족한 현실이다.

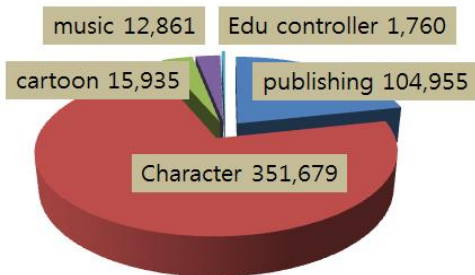


[Fig. 5] Central Cultural Content Industry Status proportion (Chung nam)

자료 : 공주시청중소기업현황, 부여군청 경제기관

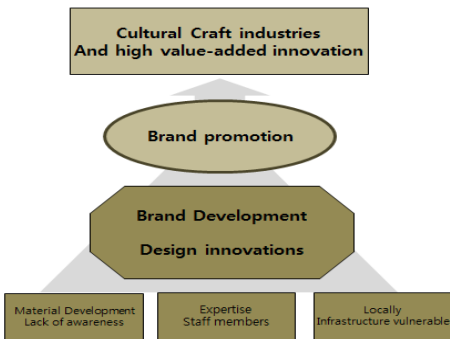
충청 중부권지역의 공예문화산업의 판매 매출 5천만 원 이하인 영세한 업체가 거의 대부분이다. 판매매출액이 적은 이유로는 전문적 경영능력 부족, 전문 생산 인력

부족, 노후된 장비 및 디자인 인프라 부족 등으로 공예문화산업을 발전을 위한 정부 투자와 문화시장 진출을 위한 전문적인 마케팅 전략이 함께 구사된다면 중부권 공예문화산업은 지역경제 활성화에 많은 도움이 될 것이다. 우리나라의 문화산업 총매출액은 60조이상이다. 그러나 충남지역 매출액은 2천억원 내외에 불과하다. 시장매출 규모나 미래적인 발전가능성을 본다면 백제문화를 소재로 하는 재료는 공예문화산업의 전망이 높다. 이후 전문적인 마케팅으로 정부지원 및 지자체 지역 내 각 관공서 및 대학과의 협업 R&D 등을 통한 지속적인 산업지원이 요구된다.



[Fig. 6] Central Cultural Industry Sales Results (Chungnam) (inthousands)  
 자료 : 공주시청중소기업현황, 부여군청 경제기관

중부권 지역산업의 현황으로 위와 같이 공예문화산업의 비중이 작은 규모이다. 그러나 지역적인 소재개발에 대한 인식부족으로 전문기술인의 교육 등 지역 인프라 취약하여 공예문화산업에 많은 어려움을 가지고 있다.



[Fig. 7] Impact of local industries

충남 중부권지역의 공예문화산업은 전통(역사)적, 문화적 유물 등을 통한 소재적인 잠재력은 풍부하나 공예문화산업의 연계성이 부족한 현실이다. 이에 매출액 3천만원 이하인 영세한 업체가 거의 대부분이며, 매출액이 낮은 이유로는 전문경영능력 부족, 디자인 전문 인력 부족, 인프라 부족 등으로 이후 집중적인 정부 투자와 지원으로 지역경제 활성화에 도움이 될 것이다. 지역적, 문화적인 특화된 산업의 지원육성을 통하여 고부가가치의 문화기술로 공예문화산업을 지원이 필요하다. 충남 중부권의 현재 상황에서 전문화된 디자인기술과, 개발로 공예문화산업 마케팅을 통한 브랜드개발까지 문화상품을 개발한다면 지역적인 고부가가치를 얻을 수 있다고 본다. 이에 결론과 같은 노력이 필요할 것이다.

#### 4. 결론 및 발전방안

지금까지 중부권 공예문화산업의 매출현황과 상황에 대해서 조사하고 분류해 보았다. 공예문화산업으로써 가지고 있는 문화적 가치뿐만 아니라 판매로 발생하는 부가적인 부가가치로 사회적, 문화적, 국가적 발전방안으로 다양한 인프라 효과와 산업시장에 새로운 마케팅으로 접근한다면 융합적인 문화적인 변수를 가지고 올 수 있다고 본다. 그러므로 다음과 같은 문제점을 해결해야한다고 본다.

먼저 첫째, 국내시장의 규모의 영세성으로 다양한 양산화가 불가능 실정이다. '재료' 47.7%, '용도' 46.5%, '형태' 42.8% 등의 순으로 나타난다. 개인 자본이나 전문가 형태가 소규모, 투자가 없는 수공업적인 생산형태를 이루고 업체가 무질서하게 난립 운영으로, 개발한 것이 없는 동일한 상품 경쟁으로 기술개발을 위한 디자인 생산이 전무한 실정이다. 전문가의 컨설팅운영 융합산업으로 유도가 필요하다.

둘째, '판매/유통망 강화'가 23.4%로 가장 높고, 다음으로 '정책적 보호/세제지원 등의 실질적 혜택 확대' 15.6%, '지역/조합/업체 간 공동대응 강화' 10.2%, '타 산업 연계 신규 사업/제품/서비스 개발' 9.8% 등의 순으로 높게 나타난다. 유통경로의 단일화 지원이 필요하다.

셋째, 새로운 트렌드 탐색 및 기능적 능력 향상을 위한 재교육 프로그램 참여 경험은 4.5% 수준이다. 전문적인

기능 인력이 부족하여, 디자인개발 어렵다. 전문가 양성 교육기관이 부족, 첨단문화 기술습득에 어려움이 많다. 또한 디자인 신제품 개발 면에 있어서도 경험이 미흡하여, 교육 및 제품개발이 합리적 최적화를 이루지 못하고 있다.

넷째, 정부나 지자체에서 지원 받기를 희망하는 사항으로는 ‘홍보 및 마케팅/판매 확대’가 31.5%로 가장 높고 있다. 공예문화산업은 지속적, 장기적인 정부지원이 필요하다. 현재 중부권 공예문화산업은 경제적 고부가가치산업으로서 그리고 지역의 고유한 공예문화산업으로서 성장, 발전시키기는 현재 지역의 공예문화산업으로만 가지고는 자체적인 자생력만 가지고서는 어려운 상황이다. 전통공예와 예술 디자인 공예는 12년도 조사된 사업체 대비 13년도에 조사된 사업체에서 더 낮게 나타났으며, 산업공예와 취미공예는 13년도에 더 높게 조사된 것으로 나타난다. 따라서 공예문화산업이 세계시장으로 진출하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 국내 산업부문에서 확고한 자리 매김을 할 수 있도록 지속적이고 효과적인 정부지원이 필수적이다. 이러한 필요성으로 인하여 정부에서는 공예문화산업과 관련 다양하게 정부 지원정책제도를 운영하고 있으나, 정부의 지역지원체제의 일원화되어지지 못하는 실정이다. 현재의 실정은 지원제도 부재 및 지원정책의 유기적인 않는 네트워크로 이루어짐에 따라 혼돈과 부정을 빚는 부작용까지 연출되는 상황이다. 중앙정부 정책 및 지역적인 제도개선과 현실에 맞는 마케팅에 대한 방법을 제시 하고자한다. 정책 및 제도 개선 방안으로는 공예문화산업에 대한 지원제도가 능동적이며 효율적으로 운영하기 위해서는 먼저 각 지역의 산하기관 등 지역에 산재되어 있는 정부지원정책과 정부 지원제도가 동일화하고 일관성 있게 되어야 한다. 공예산업의 산업 활성화와 관련업체와 정부기관이 공예산업 관련 지원책을 개선 시행, 각 지역의 상황에 맞는 지원책이 하나의 통합적인 전술, 전략으로 일원화 운영되어야 한다고 본다. 현재는 지원운영의 시스템이 효율성이 낮고, 오히려 중앙부처간과 지역산하기관의 갈등의해 수혜업체의 불신을 조장하여 퇴보적인 역할을 하고 있는 것이 현실상황이다. 공예산업체는 주로 소비자를 대상으로 한 일반 소매 유통방식(64.4%)으로 운영되고 있었는데, 공예품을 제작하는 공방(74.7%)내에서 즉시 판매를 하거나, 개인이 운영하고 있는 별도의 매장(13.0%)을 통해 주

로 판매를 하고 있는 것으로 나타났다. 이런 유통 구조에 대해 홍보 및 지원이부족하여 수요자가 계속 감소하는 추세가 공예산업체를 운영할 때의 가장 큰 어려움이라는 사업체가 많은 것으로 나타났다. 우선 정부 업체 간의 상호적인 시너지효과를 극대화하여 신개념을 창출할 수 있는 공예문화산업으로 육성, 정부의 진행으로 통합진흥법 제정하여 시행을 서둘러야 할 것이다. 기존에 있는 표준화는 분류가 정립되지 못하여, 문화산업에 관련 정책, 지원제도에 많은 혼돈과 중복적인 재투자로 지원을 낭비하는 정책 지원을 운영 진행하고 있다고 본다. 주도적으로 정부 중심적인 전문기관을 관련법 통해 운영 발전시켜야 할 것이다. 공예문화산업에 법률적, 제도적 장치를 설정, 분류를 통한 근대적인 준비를 철저히 준비하여야 한다고 본다.

이번 연구논문 결론으로는 중부권지역의 공예문화산업의 객관적인 미래적인 특성을 묶어주고, 현실성이 가미된 정책을 펴나갈 수 있는 특히 지역적인 격차나 문화산업의 큰 문제를 안고 있다고 본다. 중부권 지역의 특별한 소재적인 개발, 전문전적 지식, 기술적 변화, 교육인력 확충, 지역적인 인프로 확충 등 중부권지역의 공예문화산업은 특화적인 산업관리에 많은 고충을 가지고 있다고 본다. 중부권만의 특성화된 문화의 특화된 공예문화산업의 지원육성을 통하여 고부가가치의 문화산업으로 지원, 육성, 발전이 필요하다. 따라서 디자인 기술혁신과 신상품개발로 마케팅과 브랜드개발로 인한 중부권 지역만의 독보적인 공예문화상품을 개발하여 지역적인 문화 고부가가치를 갈도록 노력이 필요할 것이다. 현재 중부권 공예문화산업에 중요한 시점이다. 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. 이의 문제점에 대한 개선책과 정부 지역차원에서 지역에 맞는 새로운 제도의 응용도입과 공예문화산업 융합 발전에 시급한 반영정책을 고심하며, 생각하여, 정부부처와 중부권 자치지역의 적극적인 지속적인 투자 및 전문가적인 융합운영을 유도하여, 성공적이라고 효율적인 전략, 기술적로 성공 가능성에 크게 높일 수 있다고 본다.

## ACKNOWLEDGMENTS

This paper was supported by the Academic Research Kongju National University in 2015

## REFERENCES

- [1] Korea Craft Promotion Foundation, “2013 Status Joe Craft Industry Corporation”, pp. 3-24, 2013
- [2] YitooH Yasuo, “Arts Management and Cultural Policy“, pp.21-47, 2012
- [3] Korea Craft Promotion Foundation, “2012 Craft Industry Survey”, pp. 59, 2012
- [4] Korea Craft Promotion Foundation, “2012 Craft Status Report”, pp. 40, 2012
- [5] Hwang dong yeol, “Craft industry and cultural products marketing“, pp.22-147, 2012
- [6] Yasuo Ito, Lee, Heung , “JaeMe Arts Management and Cultural Policy.“, pp.11-45, 1995
- [7] Yasuo Ito, “low yiheungjae, art management and cultural policy”, pp.95, 2002
- [8] Alice Jack Trout me, “bakgilbu translation, marketing immutable laws”, November Publishing, pp. 30-48, 1994
- [9] Jung-Hoon Kim, Keun-Ho Lee, “Measures to Improve the Work Process Through the Convergence of Social Welfare based on IT”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 5, No. 4, pp. 33-38, 2014.
- [10] MyounJae Lee, Khoe Kyung-II, “Development Method of Digital Content Finance-Focused on by Technical Value Evaluation”, Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 111-117, 2015.
- [11]DOI:https://https://www.kcdf.kr/kcdf/ae/material/material\_4/pub/publishList.do
- [12]DOI:https://www.kcdf.kr/kcdf/ae/material/material\_4/pub/publishList.do?pcode=3
- [13]DOI:http://kofice.or.kr/b20industry/b20\_industry\_03\_list.asp?genre=문화
- [14]DOI:http://kofice.or.kr/b20industry/b20\_industry\_02\_list.asp
- [15]DOI:http://www.kohand.or.kr/kohand\_2013/
- [16]DOI:http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=171102&efYd=20151119#0000
- [17]DOI:http://www.gongju.go.kr/
- [18]DOI:http://www.buyeo.go.kr/\_prog/\_board/?code=s evice\_09&site\_dvs\_cd=kr&menu\_dvs\_cd=0106
- [19]DOI:http://www.chungnam.net/search.do

김 성 민(Kim, Sung Min)



- 1995년 2월 : 서울과학기술대학교 산업공예학과(학사)
- 1998년 2월 : 서울과학기술대학교 산업대학원 산업공예학과(석사)
- 2006년 4월 ~ 현재 : 공주대학교 조형디자인학부 교수
- 관심분야 : 문화 정책 및 기획
- E-Mail : min3812@kongju.ac.kr