

A Study on the Development of Craft Industry in
Goyang City

고양시 공예산업 육성·발전방안 연구

이현정
조동익

A Study on the Development of Craft Industry in Goyang City

고양시 공예산업 육성·발전방안 연구

연구책임자

이현정(고양시정연구원, 경제사회연구부, 선임연구위원)

공동연구자

조동익(고양시정연구원, 경제사회연구부, 위촉연구위원)

발행일 2019년 10월 31일

저자 이현정, 조동익

발행인 이재은

발행처 고양시정연구원

주소 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빗마루방송지원센터 11층

전화 031-8073-8341

홈페이지 www.gyri.re.kr

S N S <https://www.facebook.com/goyangre/>

I S B N 979-11-89636-29-6

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 고양시 정책과는 다를 수 있습니다.

목 차

요약	i
제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
제2절 연구 내용 및 방법	5
제2장 문헌조사 및 공예정의	9
제1절 공예 정의 관련 문헌 조사	11
제2절 공예품 정의 관련 문헌 조사	15
제3절 공예산업 범주 관련 문헌 조사	18
제4절 공예 정의 및 범주	23
제3장 2019년 고양시 공예산업 실태조사	25
제1절 고양시 공예산업 현황	27
제2절 고양시 공예산업 실태조사 개요	29
제3절 조사구성	33
제4절 응답자 특성 및 일반현황	39
제4장 2019년 고양시 공예산업 공예범주별 조사결과	55
제1절 전국 대비 고양시	57
제2절 고양시 공예범주별 특성	67

제3절 전통공예 대비 비(非) 전통공예의 실태	77
제4절 생활공예 실태	85
제5장 2019년 고양시 공예산업 산업생태계 조사결과	93
제1절 고양시 공예산업 제조·생산 현황	95
제2절 고양시 공예산업 유통·판매 현황	110
제3절 고양시 공예산업 수출·수입 현황	119
제4절 고양시 공예산업 재무현황	122
제5절 고양시 공예산업 기술현황	129
제6절 정부 및 지자체 지원현황	131
제6장 2019년 고양시 공예산업 심층면접조사 결과	137
제1절 조사개요	139
제2절 심층면접조사 결과	141
제3절 간담회 및 자문회의	160
제7장 공예산업 정책 및 현황 조사	167
제1절 문체부 공예산업 정책	169
제2절 전국 공예산업 현황 및 고양시	179
제3절 주요지자체 공예산업 현황	193
제4절 지역공예명장 및 공예인증	201
제8장 공예문화산업 활성화 사례	207
제1절 해외사례 조사	209

제2절 공예산업 벤치마킹 사례조사	212
제3절 전국 공예마을 현황 파악	217
제4절 지역특화발전 특구 사례정리	227
제5절 전국 유명 공예마켓	232
제6절 고양시 공예마켓	238
 제9장 결론 및 정책제언	243
제1절 결론	245
제2절 정책제언	255
 참고문헌	299
부록	307
Abstract	327

표 목차

[표 1-1] 연구주요내용	6
[표 1-2] 연구방법	8
[표 2-1] 개념정의	12
[표 2-2] 공예품 정의	15
[표 2-3] 수작업 공정의 장점과 단점	17
[표 2-4] 공예범주 정의	18
[표 2-5] 공예산업의 범주	21
[표 2-6] 산업적 관점에서의 공예유형	22
[표 2-7] 공예의 범주 재정의(고양시정연구원, 2019)	24
[표 3-1] 고양시 공예협동화단지 현황	27
[표 3-2] 고양시 공예명장 현황	28
[표 3-3] 고양시 공예협동조합 현황	28
[표 3-4] 고양시 공예산업 설문조사 조사내용	31
[표 3-5] 조사 개요	32
[표 3-6] 조사의 범위	32
[표 3-7] 고양시 공예산업 설문조사 내용	33
[표 3-8] 고양시 공예산업 응답자특성(2019년)	41
[표 3-9] 고양시 공예산업 일반현황 조사 결과(2019)	43
[표 3-10] 공예업종 분류코드	43
[표 3-11] 응답자 특성별 결과 - 주요 사업 영역	47
[표 3-12] 응답자 특성별 결과 - 종사자 수	48
[표 3-13] 응답자 특성별 결과 - 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부	49
[표 3-14] 응답자 특성별 결과 - 2018년 기준 신규채용 경험	50
[표 3-15] 응답자 특성별 결과 - 2018년 채용인원	50
[표 3-16] 응답자 특성별 결과 - 신규채용 계획 유무	51

[표 3-17] 응답자 특성별 결과 - 신규채용 계획 인원	51
[표 3-18] 응답자 특성별 결과 - 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태	53
[표 4-1] 공예산업 사업체 일반현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	57
[표 4-2] 공예산업 제조/생산 공예사업체 특성: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	59
[표 4-3] 공예산업 유통/판매 공예사업체 특성: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	62
[표 4-4] 공예산업 재무현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	64
[표 4-5] 공예산업 수출입경향: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	65
[표 4-6] 공예산업 기술현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)	65
[표 4-7] 공예산업 지자체 및 중앙정부 지원 수혜현황 및 만족도: 고양시(2019년) VS 전국(2015) ...	66
[표 4-8] 공예산업 사업체 일반현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	67
[표 4-9] 제조/생산 공예사업체의 공예범주별 특성: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	69
[표 4-10] 유통/판매 공예사업체 공예범주별 특성: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	71
[표 4-11] 공예산업 범주별 재무현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	73
[표 4-12] 공예산업 범주별 수출입경향: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	74
[표 4-13] 공예산업 범주별 기술현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	74
[표 4-14] 공예산업 범주별 지자체 및 중앙정부 지원 수혜 현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	75
[표 4-15] 공예산업 공예범주별 특성 요약: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활	75
[표 4-16] 공예산업 사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예	77
[표 4-17] 제조/생산 공예사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	78
[표 4-18] 유통/판매 공예사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	80
[표 4-19] 재무적 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	82
[표 4-20] 수출입 실태 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	82
[표 4-21] 기술적 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	83

[표 4-22] 공예산업 지자체 및 중앙정부 지원 수혜 현황: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)	83
[표 4-23] 전통공예와 비 전통공예(현대+산업+생활) 특징	84
[표 4-24] 생활공예 특징: 고양시(2019년) - 생활공예 vs 현대+산업공예	85
[표 4-25] 생활공예 제조/생산 사업제 특징: 고양시(2019년)	86
[표 4-26] 생활공예 유통/판매 사업제 특징: 고양시(2019년) - 생활공예 vs 현대+산업공예	88
[표 4-27] 생활공예 재무적 특징: 고양시(2019년) - 생활공예vs현대+산업공예	90
[표 4-28] 생활공예와 현대-산업공예 특징 요약	91
[표 5-1] 결과 - 공예품 제조 [대표 공예품]	95
[표 5-2] 결과 - 공예품 제조 [공예품 가격평균]	96
[표 5-3] 결과 - 공예품 제조 [월 평균 생산량]	96
[표 5-4] 결과 - 대표 공예품 소재	97
[표 5-5] 결과 - 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 어려움	98
[표 5-6] 결과 - 공예 교육장	104
[표 5-7] 응답자 특성별 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 어려움	113
[표 5-8] 결과 - 공예 및 사업정보의 직/간접적 습득	116
[표 5-9] 응답자 특성별 결과 - 2018년 매출액	123
[표 5-10] 응답자 특성별 결과 - 2019년 예상 매출액	123
[표 5-11] 응답자 특성별 결과 - 2018년 공예 관련 순 매출액 비중	124
[표 5-12] 응답자 특성별 결과 - 2018년 자금 조달 방법	126
[표 5-13] 응답자 특성별 결과 - 2018년 대비 2019년 자금 상황	127
[표 5-14] 응답자 특성별 결과 - 사업 전망 부정적 이유	128
[표 5-15] 결과 - 인증 및 특허 취득 여부	129
[표 5-16] 결과 - 인증 및 특허 미취득 이유	130
[표 5-17] 응답자 특성별 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 인지	131
[표 5-18] 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 활용	132

[표 5-19] 응답자 특성별 결과 - 공예산업 활성화를 위한 정부 지원 방안	133
[표 5-20] 응답자 특성별 결과 - 정부, 자치단체로부터 희망하는 지원 내용	134
[표 5-21] 응답자 특성별 결과 - 사업체 발전을 위한 정부, 지자체 지원 건의사항	135
[표 6-1] 고양시 공예산업 심층면접조사 구성 및 내용	139
[표 6-2] 고양시 공예산업 자문회의 일시 및 대상	139
[표 6-3] 고양시 공예산업 자문 및 조사 내용	140
[표 6-4] 고양시 공예산업 간담회 구성 및 내용	140
[표 6-5] 고양시 공예산업 육성 조력자 정책 제언 내용	141
[표 6-6] 기획을 통한 고양시 생활공예 시장 차별화의 중요성	141
[표 6-7] 고양시 공예인 원탁테이블 제공	143
[표 6-8] 고양시 활동 중인 공예조합	144
[표 6-9] 고양시 유통 및 판로 개척 및 공예마켓	145
[표 6-10] 고양시 공예시장 현황 및 공예거리 조성	146
[표 6-11] 고양시 기존 상권과의 마찰 최소화 및 상권분리 방안 모색	147
[표 6-12] 고양시 공예산업 양성화	148
[표 6-13] 고양시 전통 및 전승 공예인 정책 제언 내용	148
[표 6-14] 고양시 공예산업 공간지원	149
[표 6-15] 정보교류와 만남의 장 필요	150
[표 6-16] 고양시 전통공예 특화방안 모색	151
[표 6-17] 고양시 전통공예 전시·홍보 및 대중화 방안	152
[표 6-18] 고양시 전통공예 육성 지원 방안	153
[표 6-19] 생활공예 면접조사 참석자 현황	155
[표 6-20] 고양시 생활공예 작가 정책제언 요약	155
[표 6-21] 고양시 생활공예 작가 지원방안	156
[표 6-22] 고양시 판로, 행사 및 시장 운영	157
[표 6-23] 고양시 생활공예인 지원	159

[표 6-24] 고양시 공예인 간담회를 통한 정책제안	160
[표 6-25] 고양시 공예산업 자문회의 정책제안 요약	161
[표 6-26] 고양시 공예산업 DB(2003년도) 조사결과 및 고양시 공예산업 현황	162
[표 6-27] 고양시 공예마켓 현황 및 육성방안	163
[표 7-1] 공예산업 진흥 기본계획 5대 추진전략 및 14개 핵심과제	169
[표 7-2] 5대 추진전략 및 14개 핵심과제: 세부추진사업 및 주관 부처	172
[표 7-3] 문체부 세부추진사업과 투입 예산(2018~2022)	172
[표 7-4] 공예산업 공급기반 강화 전략과제 세부항목	174
[표 7-5] 공예 인력 양성 및 창업지원 전략과제 세부항목	175
[표 7-6] 공예유통 활성화 및 시장진출 전략과제 세부항목	176
[표 7-7] 공예문화의 확산	177
[표 7-8] 공예 인력 양성 및 창업지원 전략과제 세부항목	178
[표 7-9] 전국/수도권 대비 고양시 공예산업 사업체수·종사자수 및 매출액/영업이익 현황(2015) ·	180
[표 7-10] 전국(229개 지역) 공예제조업 사업체수·종사자수 현황(2015)	180
[표 7-11] 수도권(56개 지역) 공예산업 사업체수·종사자수 현황(2015)	182
[표 7-12] 전국(229개 지역) 공예산업 매출액·영업이익 현황(2015)	183
[표 7-13] 수도권(56개 지역) 공예산업 매출액·영업이익 현황(2015)	184
[표 7-14] 전국 공예산업 매출액 대비 영업이익 (2015)	185
[표 7-15] 고양시 공예산업 시장규모 추정	187
[표 7-16] 2019년 공예품 경진대회 접수부서	189
[표 7-17] 광역지자체 별 공예관련 조례 및 규칙 보유 현황	190
[표 7-18] 전국 공예협동조합 현황	191
[표 7-19] 전국 공예협동조합 활동내용	191
[표 7-20] 주요지자체 공예산업 사업체수 비교	193
[표 7-21] 주요지자체 공예산업 종사자수 비교	194
[표 7-22] 고양시 공예산업 사업체수 및 종사자수	195

[표 7-23] 수원시 공예산업 사업체수 및 종사자수	195
[표 7-24] 성남시 공예산업 사업체수 및 종사자수	196
[표 7-25] 용인시 공예산업 사업체수 및 종사자수	197
[표 7-26] 4개 지자체 공예산업 예산 비교(2019년)	198
[표 7-27] 고양시 공예산업 지원 예산현황(2019년)	198
[표 7-28] 수원시 공예산업 지원 예산현황(2019년)	199
[표 7-29] 성남시 공예산업 지원 예산현황(2019년)	199
[표 7-30] 용인시 공예산업 지원 예산현황(2019년)	200
[표 7-31] 공예 관련 주요 인증제도	202
[표 7-32] 한국관광명품 인증마크 개요	203
[표 8-1] 각 국가별 공예산업 진흥기관 및 지원활동 요약	209
[표 8-2] 신당동 창작아케이드	212
[표 8-3] 서울시 여성공예센터	213
[표 8-4] N15	214
[표 8-5] 성남 민속공예전시관	215
[표 8-6] 송파 마을예술창작소 ‘다락’	216
[표 8-7] 공예마을 세부분류	217
[표 8-8] 지역특화형 공예마을 육성사업 연도별 추진 경위	218
[표 8-9] 한국의 대표 공예마을 5곳	219
[표 8-10] 진천공예마을	220
[표 8-11] 계룡산 도예촌	221
[표 8-12] 북촌 전통공방마을	222
[표 8-13] 전주한옥마을	223
[표 8-14] 통영나전칠기 공방	224
[표 8-15] 지역별·유형별 지정현황	227
[표 8-16] 수도권 지정현황	228

[표 8-17] 이전 도자산업특구	229
[표 8-18] 옥천 옷산업특구	230
[표 8-19] 강진 고려청자문화특구	231
[표 8-20] 공예마켓정라-서울밤도깨비야시장, 양평리버마켓, 수원갈롱마켓, 고양다다마켓프리마켓	232
[표 8-21] 공예마켓정라-서울로 팝업스토어, 서울예술시장 소소, 중구문화예술 거버넌스 협치테이블	233
[표 8-22] 텀블벅	235
[표 8-23] 아이디어스(idus)	236
[표 8-24] 2017년 플리/프리 마켓 정리	238
[표 8-25] 2018년 플리/프리 마켓 정리	239
[표 8-26] 2019년 플리/프리 마켓 정리	239
[표 8-27] 호수밤마실축제	240
[표 9-1] 고양시 공예산업 정책 제안	258
[표 9-2] 고양시 인력양성(HR, 인프라) 기반 정책제안	258
[표 9-3] 고양시 기반지원 정책제안	259
[표 9-4] 고양시 지역특화 정책제안	260
[표 9-5] 고양시 공예전시관 신축건립 연구 용역수행	261
[표 9-6] 고양시 공동전시공간 활용을 통한 공예전시·판매장 운영	262
[표 9-7] 고양시 기존 관광자원을 활용한 공예갤러리 운영 및 판매	263
[표 9-8] 고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(볼거리, 먹거리, 살거리)	264
[표 9-9] 고양시 공예거리 조성-문화광장, 행주산성 등	265
[표 9-10] 고양시 지역 공예거리 조성-보넛길	266
[표 9-11] 고양시 공예전문 종합전시관 건립	267
[표 9-12] 고양시 분산된 상가공간을 활용한 공예전시·판매장 운영	268
[표 9-13] 고양시 공예마을 조성	269
[표 9-14] 이동식 갤러리 구축 방안(디자인큐브)	270

[표 9-15] 고양시 전승·전통공예인 후학양성 사업	271
[표 9-16] 고양시 생활공예인 교육·훈련 사업 지원	272
[표 9-17] 고양시 장인 및 인증제도	273
[표 9-18] 고양시 공예인 창업 및 기획 능력 양성	274
[표 9-19] 고양시 공예와 기술의 접목을 통한 공예기술 산업인력 양성	275
[표 9-20] 고양시 공예인 등록제	276
[표 9-21] 고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업자 제공 지원사업	277
[표 9-22] 고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성	278
[표 9-23] 고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축	279
[표 9-24] 고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공	280
[표 9-25] 고양시 공예인 전시회 참가 지원	281
[표 9-26] 고양시 특화 프리마켓 조성	282
[표 9-27] 온라인 유통업체와의 협약	283
[표 9-28] 고양시 애니골, 행주산성, 서오릉 상권 네트워킹과 리워드제도 도입(예, 스타벅스 사례)	284
[표 9-29] 고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보·마케팅 활용 사업	285
[표 9-30] 고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진	286
[표 9-31] 고양시 공예 산업생태계 구축 지원	287
[표 9-32] 고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업	288
[표 9-33] 고양시 공예 경진대회 및 공예대전	289
[표 9-34] 고양시 공예문화 확산 및 EBS, JTBC와 공예교육 및 공예대회 추진	290
[표 9-35] 고양시 지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안	291
[표 9-36] 고양시 공예산업 활성화정책 유치가능지역 제안	294

그림 목차

[그림 1-1] 연구배경 및 목적	4
[그림 2-1] 공예산업에 따른 공예분류	14
[그림 2-2] 공예산업의 범주	21
[그림 3-1] 산업가치사슬과 공예범주간의 관계	30
[그림 3-2] 고양시 공예산업 설문조사 설계구조	31
[그림 3-3] 고양시 공예산업 응답자 일반현황(2019년)	35
[그림 3-4] 공예산업 사업운영 기본현황-제조, 유통, 제조·유통과 소재에 따른 공예범주별 조사 설계	35
[그림 3-5] 공예산업 제조·생산 현황 조사 설계	36
[그림 3-6] 공예산업 유통·판매 현황 조사 설계	36
[그림 3-7] 공예산업 수출입 현황 조사 설계	37
[그림 3-8] 공예산업 재무현황	37
[그림 3-9] 공예산업 기술현황	38
[그림 3-10] 정부 및 지자체 지원 인지 및 활용 현황	38
[그림 3-11] 고양시 공예산업 대표자성별, 사업자 유형 및 기업운영 형태(2019년)	39
[그림 3-12] 고양시 공예산업 사업운영구조, 경영형태 및 종사자수(2019년)	40
[그림 3-13] 고양시 공예업종별 분포 및 4대보험 가입 현황(2019년)	41
[그림 3-14] 고양시 공예산업 설립시기에 따른 사업체 분포	42
[그림 3-15] 고양시 공예산업 범주별 설립시기(2019년 조사)	45
[그림 3-16] 고양시 공예산업 범주별 현황 (2019년)	46
[그림 3-17] 고양시 공예산업 공예범주 연대별 분포(2019년 조사)	46
[그림 3-18] 고양시 공예 제조, 유통, 병행 사업 현황(2019년)	47
[그림 3-19] 결과 - 핵심 사업 영역	48
[그림 3-20] 결과 - 종사자 수	48
[그림 3-21] 결과 - 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부	49

[그림 3-22] 결과 - 2018년 기준 신규채용 경험	50
[그림 3-23] 결과 - 신규채용 계획	51
[그림 3-24] 결과 - 신규채용 및 인력 수급 시 고려부분 중요도	52
[그림 3-25] 결과 - 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태	53
[그림 5-1] 결과 - 공예품 제조 [대표 공예품, 공예품 가격평균 및 월 평균 생산량]	96
[그림 5-2] 결과 - 대표 공예품 소재	97
[그림 5-3] 결과 - 대표 공예품 용도	97
[그림 5-4] 결과 - 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 어려움	98
[그림 5-5] 결과 - 공예품 제조 시, 주요 수행 업무	99
[그림 5-6] 결과 - 신규 공예품 개발 필요성	99
[그림 5-7] 결과 - 신규 공예품 개발 시, 고려사항	100
[그림 5-8] 결과 - 2년 내 신규 공예품 출시, 디자인/기능 개선 경험	100
[그림 5-9] 결과 - 2년 내 신규 공예품 출시, 디자인/기능 개선 이유	101
[그림 5-10] 결과 - 사업체 공예품을 소비자가 선택하는 이유	101
[그림 5-11] 결과 - 제조품의 유통 경로	102
[그림 5-12] 결과 - 제조품 납품 시 애로사항	102
[그림 5-13] 결과 - 공예품의 주된 판매처 및 판매량이 높은 곳	103
[그림 5-14] 결과 - 국내 판로 개척 시 애로사항	103
[그림 5-15] 결과 - 공예 관련 교육 사업 운영	104
[그림 5-16] 결과 - 공예 교육 내용	104
[그림 5-17] 결과 - 공예 교육장	105
[그림 5-18] 결과 - 재교육 프로그램 참여 경험 및 대상	105
[그림 5-19] 결과 - 재교육 프로그램 참여 방법	106
[그림 5-20] 결과 - 재교육 프로그램 참여 시, 애로사항	106
[그림 5-21] 결과 - 희망 재교육 프로그램	106
[그림 5-22] 결과 - 공예 및 사업정보의 직/간접적 취득 여부	107

[그림 5-23] 결과 - 공예 및 사업정보 취득 경로	107
[그림 5-24] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부	108
[그림 5-25] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 목적	108
[그림 5-26] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입에 따른 도움 수준	109
[그림 5-27] 결과 - 사업 형태	109
[그림 5-28] 결과 - 공예품 유통 [품명, 단가]	110
[그림 5-29] 결과 - 대표 공예품 용도	110
[그림 5-30] 결과 - 정기 거래처 보유 여부/정기 거래처 유형	111
[그림 5-31] 결과 - 공예 제품 유통 경로	111
[그림 5-32] 결과 - 공예 제품 납품 받을 때, 애로사항	112
[그림 5-33] 결과 - 유통 공예품의 주된 판매처	112
[그림 5-34] 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 어려움	113
[그림 5-35] 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 중요도	114
[그림 5-36] 결과 - 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 활동 경험	114
[그림 5-37] 결과 - 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 경로	115
[그림 5-38] 결과 - 공예 및 사업정보의 직/간접적 취득	115
[그림 5-39] 결과 - 공예 및 사업정보 습득 경로	116
[그림 5-40] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부	117
[그림 5-41] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 목적	117
[그림 5-42] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 도움 수준	118
[그림 5-43] 결과 - 사업 형태	118
[그림 5-44] 결과 - 공예 관련 제품 수출/수입 경험	119
[그림 5-45] 결과 - 공예 관련 제품 수출 시도 경험	120
[그림 5-46] 결과 - 공예품 수출 경험에 따른 애로사항	120
[그림 5-47] 결과 - 해외 개최 박람회 및 전시회 참여 경험	121
[그림 5-48] 결과 - 해외수출 판로개척 및 판로확대 의향	121

[그림 5-49] 결과 - 2018년 매출액 및 2019년 예상 매출액	122
[그림 5-50] 결과 - 2018년 순수 공예 관련 매출액 비중	123
[그림 5-51] 결과 - 2018년 매출액 영역별 비중(제조)	124
[그림 5-52] 결과 - 2018년 매출액 영역별 비중(유통/판매 업체)	124
[그림 5-53] 결과 - 2018년 월 평균 사업체 운영 비용	125
[그림 5-54] 결과 - 사업체 운영 시, 내역별 지출 비중	125
[그림 5-55] 결과 - 2018년 자금 조달 방법	126
[그림 5-56] 결과 - 2018년 대비 2019년 자금 상황	127
[그림 5-57] 결과 - 사업체 운영 분야의 사업 전망	128
[그림 5-58] 결과 - 사업 전망 부정적 이유	128
[그림 5-59] 결과 - 인증·특허 취득 여부 및 건수	129
[그림 5-60] 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 인지 및 활용	131
[그림 5-61] 결과 - 정책 및 지원사업의 사업체 도움 수준	132
[그림 5-62] 결과 - 공예산업 활성화를 위한 정부 지원 방안	133
[그림 5-63] 결과 - 정부, 자치단체로부터 희망하는 지원 내용	134
[그림 7-1] 전국 공예산업 사업체수·종사자수 현황지도 (2015)	181
[그림 7-2] 수도권 공예산업 사업체수·종사자수 현황지도 (2015)	182
[그림 7-3] 전국 공예제조업 매출액·영업이익 현황지도(2015)	186
[그림 7-4] 수도권 공예제조업 매출액·영업이익 현황지도 (2015)	186
[그림 7-5] 고양시 공예사업 매출액 대비 영업이익 (2015)	188
[그림 7-6] 주요지자체 공예산업 사업체수 및 종사자수 비율(2017)	194
[그림 7-7] 4개 지자체 공예산업 예산 비교(2019년)	198
[그림 7-8] 공예명장/장인/명인 조례	201
[그림 7-9] K-Ribbon 및 지정분야	206
[그림 8-1] 디자인큐브 통영	226
[그림 9-1] 연구기대효과	246

[그림 9-2] 고양시 공예산업 정책 제안	256
[그림 9-3] 고양시 공예산업 정책 제안(HW, IW, SW 및 HR)	257
[그림 9-4] 공예산업 활성화와 지역경제 파급효과	292
[그림 9-5] 고양시 공예마켓 및 공예거리 유치가능 지역	295
[그림 9-6] 고양시 공예마켓 및 공예거리 유치가능 지도	295

요 약

1. 연구개요

□ 연구배경 및 필요성

- 고양시에는 오랫동안 전통 및 예술 공예에 종사하는 많은 장인들이 있어 왔으며, 최근에는 비전통(현대, 산업 및 생활) 공예인의 수가 급증하고 있음
- 비 전통공예인의 수 급증은 시장포화를 야기하고 이로 인한 시장 판로 개척 등에 대한 요구가 증대하고 있어 이에 대한 판로개척 등 방안 모색이 필요함
- 정책 마련을 목적으로 공예 1인 작가 등을 포함한 고양시 공예산업 전반에 대한 현황조사를 통해 실태를 파악할 필요가 있음

□ 연구목적

- 고양시 실태파악을 통해 공예산업 육성 및 발전 방안 모색을 목적으로 함
- 고양시 정책적 지원 방안 및 중앙정부 지원사업 공모 활용 방안을 모색함
- 공예와 4차 산업혁명 기술과의 융합 방안을 제안함

□ 연구내용

- 고양시 공예산업 현황 및 특성파악(공예범주별 공예산업 경쟁력 현황 관점)
 - － 일반현황, 제조·생산, 유통·판로, 수출입, 재무, 기술 및 정부 지원현황
- 조사결과와 전국 실태조사 결과 비교 분석
- 고양시 공예범주별 현황 및 특성파악
- 고양시 전통공예 대비 비(非) 전통공예 현황 비교 분석
- 고양시 생활공예 대비 현대·산업공예 현황 비교 분석

- 고양시 공예산업 특성화와 육성·발전 방안
- 공예산업 문화체육관광부 정책 및 전국 현황 조사
- 공예산업 해외사례 및 활성화 사례 조사
- 전국 유명 공예마켓 및 고양시 마켓조사
- 정책제언

□ 연구방법

- 문헌 및 사례연구, 설문 및 심층면접조사, 자문회의 및 간담회를 실시함

□ 연구설계

- 고양시 공예산업 현황 및 특성 도출
- 고양시 공예범주별 현황 및 특성 도출
- 고양시 공예산업 특성화와 육성·발전 방안 도출
- 고양시 공예산업 판로개척 및 홍보 방안 정책 발굴

2. 조사연구

- (설문조사) 2019년 4월부터 6월까지, 고양시 공예인 대상
- (심층면접조사) 전통 및 非전통, 기획 및 유통 관련 공예업자 대상
- (자문회의 및 간담회) 전문가 및 고양시청 관계자 대상

3. 선행연구

- 2015년 공예산업진흥법에서 정의한 공예, 공예품, 공예산업 및 공예산업에

대한 정의를 살펴보고 본 연구에서 수공예를 포함하여 공예산업 관점에서 공예를 살펴보고자 함

- 선행연구들에서 정의한 공예의 범주들을 살펴보고 본 연구에서는 전통, 산업, 현대 및 생활공예로 범주를 정의함
- 공예는 문화·예술 및 경제·산업의 양면적 특성을 가지고 있어 이에 대한 다양한 관점과 정책 등을 살펴봄
- 정책제언은 산업생태계 관점에서 소재, 생산, 유통 및 교육, 공예범주별 특성, 정책적 수행시기 및 육성범주(HW, SW, IW 및 HR)에 따름

4. 설문조사 결과

□ 조사개요

- 공예의 범주별로 산업적 관점(제조·생산, 유통·판매, 교육)과 공예 경쟁력 관점(수출입현황, 재무, 기술, 지자체 지원 현황)에서 조사함
- 조사범위는 개인공예가, 공예공방, 디자인제품 공장 및 제조공장 등으로 함

□ 조사결과

○ 고양시 공예산업 일반현황

- (산업역량) 고양시는 229개 시군구 중에 사업체수로는 22등, 종사자수는 31등, 매출액은 43등 및 영업이익은 41등에 해당함. 수도권 56개 시군구 중에서는 사업체수 14등, 종사자수 15등, 매출액 및 영업이익 각 19등임. 공예산업 매출액 대비 영업이익은 229개 중 147위에 해당함
- (응답자 특성) 고양시 공예산업 종사자 중 설문응답자 232명 중 여성이

61.2%, 개인사업체가 77.2%, 사업시점은 2010년 이후가 60.3%이며, 공방이 78%, 단독기업형태로 91.8%, 창업자가 90.1%로 대부분임. 4대 보험가입자는 20.7%에 불과하고, 49.6%는 전혀 가입하지 않음

- **(고양시 공예 특성)** 전통공예와 비 전통(생활, 현대, 산업) 공예가 고르게 공존하고 있음. 전통공예는 공예장인 등 명장 등 층이 넓게 분포하고 있어, 이에 대한 지역경제 활성화, 4차 산업 기술 등과 융합화·현대화 및 전통기술 전승·계승 방안 등으로 그 영역을 확대하고 양성화할 필요가 있음. 현대 및 산업공예는 나름의 영역을 확보하고, 전국적인 상권을 형성하여 자율적·독립적으로 시장 및 판로확보로 자생하고 있는 것으로 판단됨. 이에 따라 육성 지원 방안에 대한 모색이 필요할 것으로 보임. 생활공예는 신규시장 진입자가 최근 들어 대폭 증가함에 따라 고양시 내에 서는 수요 대비 공급이 급증함. 따라서 수요 창출을 통한 매출확대 방안의 모색이 필요하며, 양질의 공예품 생산을 위한 재교육 및 훈련의 과정이 필요할 것으로 보임. 시장 선진입자와 후진입자 간의 다양한 마찰 등 문제해결을 위한 방안 등의 모색이 필요함

○ 고양시 공예범주별 비교

- 현대 23.6%, 전통 19.1%, 산업 26.0%, 생활 5.3%로 조사됨. 2011년 이후 생활공예 71.9%, 산업공예 60.3%로 급증함. 소재는 목공예가 가장 많으며, 취미교육 형태로 생활공예 인력이 다수 배출되고 있어 시장포화에 따른 기존 상권과의 마찰 등의 문제가 발생하고 있음. 전통공예는 시장 및 판로확보는 비교적 양호하나 기술 전승의 어려움이 있으며, 공예 마을 등 집성촌 조성에 대한 요구가 있음. 현대와 산업은 정기거래처 확보가 타 범주에 비해 높은 것으로 조사되었으나, 여전히 유통·판로 확보 및 재교육에 대한 요구가 높게 나타났음. 현대공예는 해외 판로 개척에 대한 관심이 높았음. 산업공예 매출액이 가장 많고, 평균종사자수가 10.3명으로 다른 공예에 비해 많으며, 상용근로자가 8.3명으로 높음. 신규인력 채용 경험도 9.6%로 가장 높고, 채용 계획도 17.8%로 가장 높게

조사됨. 타 범주의 공예는 공방형태 운영이 많고, 산업공예는 공장형태가 많으며, 경제적으로 가장 안정적인 것으로 조사됨.

○ 고양시 공예산업 VS 전국 공예산업 현황

- 전국은 2000년대 활성화되었으나 2010년 이후 성장세가 둔화됨. 고양시는 2010년 이후로 성장세가 급증함. 대표자성별은 전국은 남성, 고양시는 여성비율이 높음. 사업체 평균 종사자수도 고양시는 7.4명인데, 전국은 1.8명임. 신규인력 채용 경험도 고양시가 7.35명으로 전국 2.7%에 비해 높음. 채용 계획은 고양시 14.2%, 전국은 2.7%로 조사됨. 대표공예품의 경우 고양시는 가방, 전국은 한복 등으로 조사됨. 고양시의 재교육 참여자는 25.5%로 전국 4.7%에 비해 월등히 높음. 희망 재교육 프로그램으로는 고양시는 트렌드, 전국은 제품 디자인 및 품질향상으로 조사됨. 단체 및 협회 가입률은 고양시가 45.8%로 전국 24.9%에 비해 높음. 고양시는 정보교류 및 취득이 목적인 반면 전국은 업체 간 친목에 가입 목적을 둬. 정보취득 경로로 고양시는 인터넷을 이용하는 경우가 많았으며, 전국은 동종업체를 통해 정보를 취득 및 교류하는 것으로 조사됨. 소비자의 제품 선호도에 대한 생각은 독특한 디자인(44.4%)을 선택한 경우가 많은 반면, 전국은 합리적인 가격과 제품의 용도를 선택함. 고양시 총 매출액은 14,631만원인 반면, 전국은 10,397만원으로 조사됨. 그러나 고양시는 2천만원 이하가 27.2%로 가장 많으며, 전국은 2천~5천만원 사이가 29.7%로 가장 많음. 따라서 고양시 공예산업은 양극화가 심할 것으로 추측됨. 매출 영역별 비중은 고양시는 교육 및 유통이 높은 반면, 전국은 제조/생산이 83.5%로 높게 조사됨.

○ (고양시 공예산업) 전통공예 VS 비전통공예

- 전통공예는 2000년대 이전에 활성화되었음. 오프라인으로 주로 거래하며, 온라인거래는 취약함. 수출경험은 높으며, 지자체나 정부의 지원도 많이 받는 편임. 非 전통공예는 2001년부터 활성화 되었으며, 일자리창출 등을 통한 지역경제 활성화에 도움이 될 것으로 기대됨. 플리 및 프

리마켓에 대한 수요가 높고 재교육에 대한 욕구가 높은 것으로 조사됨.
온라인을 통한 정보 취득률이 높음

○ (고양시 공예산업) 생활공예 VS 현대+산업공예

- 생활공예는 2011년 이후 급증했으며, 여성비율이 84%로 높고, 판로는 92%가 직판임. 소비자 제품 선호 이유로 독특한 디자인을 꼽음. 이에 반해 상대적으로 매출액이 높은 현대와 산업은 제품의 품질이라는 의견으로 조사됨. 이에 따라 생활공예가 시장성이 낮고, 현대 및 산업공예의 시장성이 높을 수 있을 것으로 판단됨. 생활공예가 비용 대비 매출 및 영업이익이 상대적으로 열악하며, 현대와 산업의 높은 원인이 상품에 대한 견해의 차이가 될 수 있음. 즉 생활은 공예를 문화·예술적으로, 산업과 현대는 경제·산업적 관점으로 보는 것에 있을 수 있음. 공예품의 상업화를 염두에 둔다면 작품성과 시장성을 모두 잡지 않으면 시장경쟁에서 낙오될 수 있어, 시장성에 대한 명확한 이해와 판단이 우선될 필요가 있음(관련 교육에 대한 욕구가 높음)

5. 정책제안

□ 정책제안 방향

○ 공예범주별 정책제안

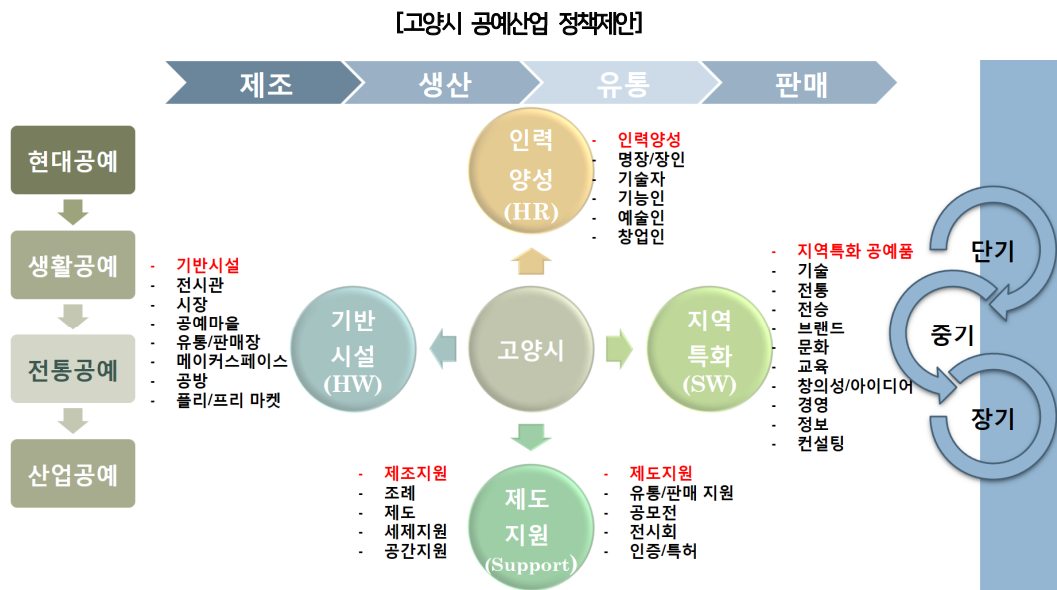
- 공예범주별 특성에 따른 정책 방안 모색
- 전통, 현대, 산업 및 생활공예 현황 및 애로사항에 따라 정책을 제안

○ 공예자원별 정책제안

- 공예자원(HW/SW/인력/제도)의 균형적 활용 방안 모색
- 기반시설(하드웨어), 지역특화(소프트웨어), 제도지원(인프라) 및 인력양성(교육)

○ 정책의 시기성에 따른 정책제안

- 제안 정책별, 시기별 교차 확인하여 정책 제안
- 공예산업 육성, 발전 및 활성화를 위한 정책 종류와 시기(단·중·장기)로 구분



□ 세부정책 제안

- (인력양성) 고양시 전통공예인의 후학양성 및 생활공예인의 기술 및 디자인의 트렌드 개선 등의 모색을 위한 재교육, 취미교육 등의 정책을 제안함
- (기본시설) 공예인들의 공동 작업공간, 공방, 메이커스페이스, 공예 클러스터, 공예마을, 유통 판매 전시장, 전시관 등의 시설 등에 관한 정책을 제안함
- (제도지원) 공예산업과 관련된 다양한 정부 및 지자체 지원 방안 모색 및 지자체 인증 장인제도 등의 마련과 조례제정 등의 지원 정책을 제안함
- (지역특화) 고양시 공예산업의 차별화 및 특성화를 위한 방안을 모색하고 브랜드화 등의 방안을 위한 정책을 제안함

□ 세부제안 로드맵

[고양시 공예산업 정책 제안]

전략산업 도출				사업기간		정부정책에 대한 지원사업 방향				
특화구분		산업구분		주제별의견변형		사업시기	지원사업 조정		향후 사업 추진 방향	
HW (기반시설)	유통·판로 강화	공예전시관	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		판매장	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		공예갤러리	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		프리/플리마켓 조성	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
IW (인프라)	지역 명소화	공예거리	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		공예마을	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		대회참가지원	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		공예품 대회	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
SW (지역특화)	지역산업화	공예문화 산업생태계 지원	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		신기술 연계	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		작업공간지원	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		정보공유 플랫폼	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
HR (인력양성)	교육·훈련	공예 워크숍	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		공예인턴십	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		시장배 공예인 대회	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		전통공예전승	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
HR (인력양성)	교육·훈련	공예인 교육 훈련·4차산업기술	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		공예인 등록제·공예장인 인증	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
		창업기확소양 교육	생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진
			생산 판매 전시 교육	전통 현대 산업 생활 작가 전문가	단중기	장기	신규 강화	유지	유지, 연계	직접추진

□ 시설지원(HW) 정책제안

기반시설(HW) 정책제안		공예범주	단기	중기	장기	예산 (백만원)	생태계
1	고양시 공예전시관 신축	전범주			0	300 ~	전시/판매
2	고양시 기존 공동전시공간 활용을 통한 공예전시·판매장 운영	전범주	0	0		50 ~	유통/판매
3	고양시 킨텍스, 아람누리, 어울림 등 기존자원을 활용한 작품성 높은 공예갤러리 운영	전통현대	0	0		50 ~	판매/전시
4	고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(불거리, 먹거리, 살거리)	생활	0	0		20 ~	유통/판매/전시
5	고양시 공예거리 조성: 문화광장(생활공예), 행주산성(전통공예)	전범주		0	0	50 ~	생산/유통/판매/전시/교육/관광
6	고양시 지역 공예거리 조성-보넛길	생활	0			20 ~	생산/유통/판매/전시/교육
7	고양시 공예전시관/공예전문종합전시관 건립	전범주		0	0	100 ~	전시/판매
8	고양시 분산된 상가공간을 활용한 공예전시·판매장 운영	생활	0			50 ~	전시/판매/유통
9	고양시 공예마을/공예촌/집성촌 등 조성	전통		0	0	100 ~	생산/유통/판매/전시/교육/관광

□ 인력양성(HR) 정책제안

	인력양성(HR) 정책제안	공예범주	단기	중기	장기	예산 (백만원)	생태계
1	고양시 전승·전통공예인후학양성 사업	전통		0		100 ~	교육/일자리
2	고양시 생활공예인(재)교육·훈련 사업 지원	생활	0	0		50 ~	교육
3	장인 및 인증제도	전범주	0	0		100 ~	인력양성/관리
4	공예인의 사업가로서의 역량 강화	전범주	0	0		50 ~	역량강화
5	문화상품기획과정 등을 통한 기획인력 양성	전범주	0	0		50 ~	교육
6	기술과 공예의 접목을 통한 신규인력 창출	전범주		0	0	50 ~	교육/일자리
7	공예인 등록제	전범주	0			100 ~	인력관리

□ 기반지원(IW) 정책제안

	기반지원(IW) 정책제안	공예범주	단기	중기	장기	예산 (백만원)	생태계
1	고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업장 제공 지원사업	생활		0	0	10 ~	제조/생산
2	고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성	생활	0	0		100 ~	유통/판매
3	고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축	전범주	0			50 ~	공유
4	고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공 (공예범주별, 범주간 만남의 장의 개설)	전범주	0			30 ~	공유/만남/ 기획
5	고양시 공예인 전시회 참가 지원	전범주	0	0		50 ~	역량강화
6	고양시 프리/플리마켓 차별성 및 특화 기획	생활	0	0		20 ~	유통/판매
7	온라인 유통업체와의 협약	생활	0			100 ~	유통/판매
8	공예 기술 및 지식 기록화	전통		0		300 ~	계승/전승

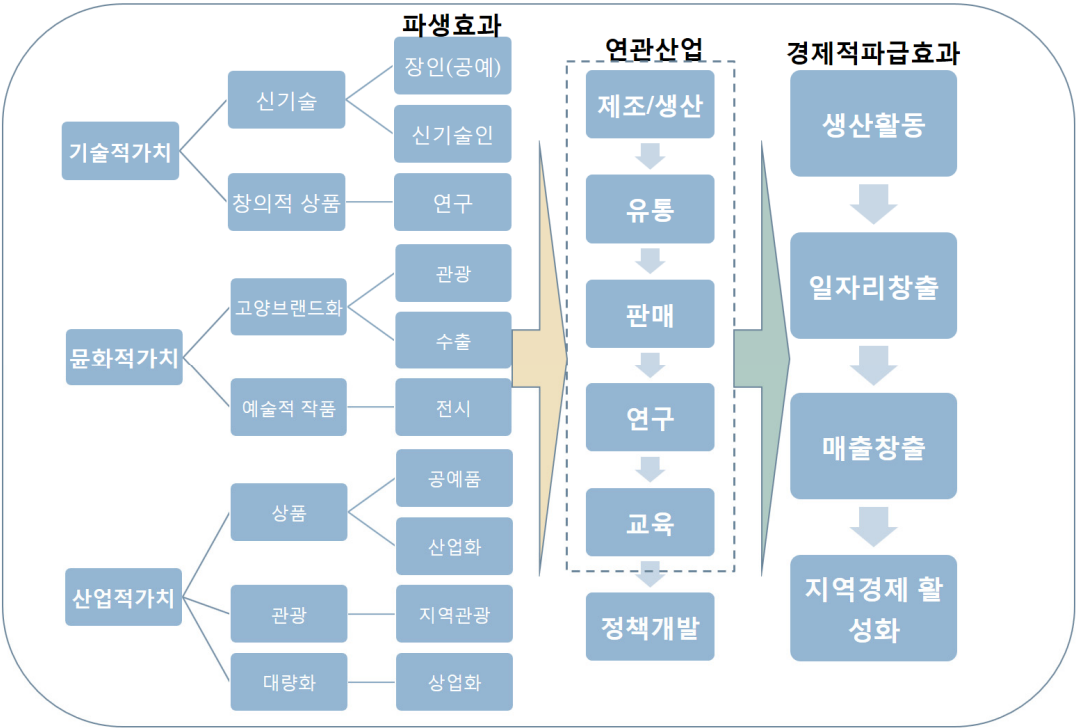
□ 지역특화(SW) 정책제안

지역특화(SW) 정책제안		공예범주	단기	중기	장기	예산 (백만원)	생태계
1	고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보·마케팅 활용 사업	생활	0			10 ~	홍보·마케팅
2	고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진	생활	0			20 ~	홍보
3	고양시 공예 산업화 지원 사업	생활		0	0	200 ~	생산
4	고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업	전범주		0	0	100 ~	생산
5	고양시 공예 경진대회	생활	0			100 ~	인력발굴
6	공예대전 유치	전범주	0			~	홍보
7	공예문화 확산 정책	전범주	0			~	문화정책
8	고양시 방송영상 산업(VR, AR)과 공예 산업의 연계방안 모색	전범주	0	0		100 ~	생산
9	고양시 공예교육 및 공예대회EBS와 연계 및 EBS 교육프로그램과 연계	생활	0			~	홍보/교육
10	지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안	전범주	0	0		200 ~	홍보

□ 공예산업 활성화의 지역경제 파급효과

- 공예산업의 기술적가치, 문화적가치 및 산업적 가치로 구분함
- 각 가치에 따른 파생효과는 연관산업의 영향을 미치고 이를 통해 지역경제의 생산, 일자리창출, 매출상승 등의 효과를 통해 지역경제 활성화에 영향을 미침

[공예산업의 활성화의 지역경제 파급효과]



제 1 장 서론

제1절 연구 배경 및 목적

제2절 연구 내용 및 방법

제절 연구 배경 및 목적

1. 연구배경 및 필요성

1) 연구 배경

- 고양시에는 전통 및 예술공예 종사자가 많고, 최근 2000년대 들어서는 산업 및 생활 공예인의 수가 급증하고 있어 이와 관련된 정책적 요구 사항도 급증하고 있음
- 정책적 지원을 위한 정확한 실태조사가 필요하나 공예산업의 특성상 1인 작가와 예술 공예인이 많아 실태조사가 쉽지 않은 상황임. 또한 산업으로서의 잠재적 경쟁력이 높은 것으로 기대되고 있으나, 이에 대한 객관적 근거의 확보도 어려운 상황임
- 따라서 본 연구에서는 먼저 고양시 공예산업의 실태를 조사하고 이를 바탕으로 고양시 공예산업의 육성과 특성화를 위한 정책적 방향을 제안하고자 함

2) 연구 필요성

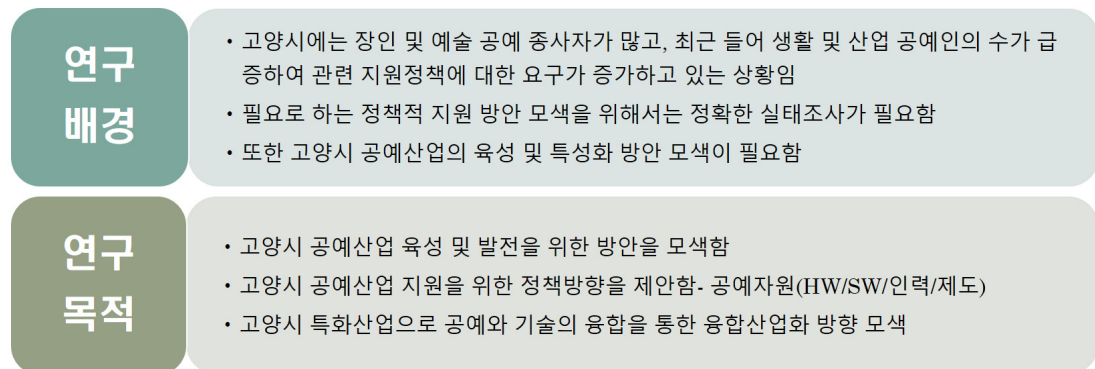
- **(현황파악)** 고양시 대비 전국 실태조사결과 비교 및 지자체 간 공예산업 매출, 영업이익 등의 비교를 통한 고양시 공예산업의 현황 파악이 필요함
- **(실태파악)** 설문조사를 통해 고양시 공예산업 실태 조사와 제조생산 및 유통판매 공예인, 행사·전시 기획자의 심층인터뷰를 통한 정확한 실태파악이 필요함
- **(협력방안)** 문화체육관광부, 중소벤처기업부, 교육부 등이 추진하고 있는 공예산업 정책 방향을 살펴보고 현재 계획 중인 수행 사업 등의 참여 방안 모색이 필요함
- **(특성화)** 고양시 공예산업의 특성화를 위한 정책적 방안 모색이 필요함
- **(고도화)** 디지털콘텐츠산업, 3D 프린팅, 빅데이터 등 4차 산업기술과 공예산업의 융합을 통한 상생발전을 위한 정책적 지원방안 모색이 필요함

2. 연구목적

1) 연구목적

- 고양시 공예산업 육성 및 발전을 위한 방안을 모색함
 - 공예산업 제조·생산 활성화 및 판매·유통 촉진을 위한 정책적 지원 방안 모색
 - 전시(전시관), 대전(공모, 대회), 체험(공예시민체험관, 외국인 관광상품 등) 및 판매(공동판매장) 등의 지원 방안 모색
 - 일자리 및 공예(일자리·창업) 교육훈련방안 및 공예 전시 및 판매장 등의 건립 등 추진 방안 모색
 - 문화체육관광부 및 중앙부처 등에서 추진 중인 지원 사업 유치 방안 모색
- 고양시 공예산업 지원을 위한 정책방향을 제안함
 - 공예산업 범주별(전통, 현대, 산업, 생활 공예) 특성화 방안 제안
 - 공예자원별(기반시설(하드웨어), 지역특화(소프트웨어), 제도지원(인프라) 및 인력양성(교육))로 정책 제안
 - 제안 정책별, 자원별 및 시기별(단·중·장기) 교차확인을 통한 단계적 정책제안
- 고양시 특화산업으로 공예와 기술의 융합을 통한 융합산업화 방향 모색

[그림 1-1] 연구배경 및 목적



제2절 연구 내용 및 방법

1. 연구내용

- (공예산업정의) 문화체육관광부, 산업연구원 및 각종 문헌에서 정의된 공예, 공예산업, 공예의 범주 정의를 살펴보고 본 연구에서의 공예산업 및 범주를 정의함
- (문헌연구) 국내외 공예산업 현황 및 지역특화 산업 등의 사례를 조사함
 - 국내 전국지자체 공예산업 현황(분포도, 매출, 영업이익, 종사자수 등)을 조사함
 - 국외의 영국, 이탈리아, 미국, 일본 등을 중심으로 공예산업 현황 등을 조사함
 - 지역특화 산업으로 공예마을 및 공예거리 (이천 도자마을, 강원도 양평 리버마켓, 진천 공예마을 등)등의 사례를 조사함
- (실태조사) 고양시 공예산업 범주별 현황 조사함(전통, 생활, 현대, 산업공예)
 - 일반(대표자 성별, 사업체 규모, 인력 채용 현황 등) 및 특성(주력 산업 및 교육 현황 등) 현황을 조사함
 - 심층면접조사 및 연구자문회의를 통한 공예산업특성화 방안을 모색함
- (육성방안) 고양시 공예산업 육성 방안 제안함
 - 공예산업 범주별 육성방향 모색, 특성화(주류사업) 및 융합화(기술) 방안 모색
 - 공예품 판로·유통(전시장, 판매장, 체험시설 등) 활성화 방안 모색함(온라인, 오프라인 및 O2O방안 등)
 - 고양시 지역산업과 연계를 통한 지역산업화 및 지역경제 활성화 방안을 모색함
- (정책제언) 고양시 공예산업 정책 제언함
 - 공예범주별 특성에 따른 정책 방안 모색
 - 공예자원별 기반시설(하드웨어), 지역특화(소프트웨어), 제도지원(인프라) 및 인력양성(교육)의 균형적 활용방안 모색

- 공예산업 육성, 발전 및 활성화를 위한 정책별 및 시기(단·중·장기)별 교차 확인
하여 정책 제안

[표 1-1] 연구주요내용

단계		주요 내용	
1 단계	계획 설계	연구계획서 작성	연구목적, 연구내용 및 연구추진방법 도출
		고양시 관련지원과(소상공인지원과) 및 내부 자문회의 실시	고양시 공예산업 관계자 및 지원과 의견청취 및 자문 연구원 내부 브레인스토밍을 통한 연구방향, 연구설계 적절성, 연구방법 타당성, 연구내용 적절성등을 자문
		연구방향 설정 및 주요 연구내용 도출	
2 단계	자료 분석	문체부 및 중앙부처 정책 조사	문체부 등 중앙부처 공예산업 관련정책 조사 및 정책 추진방향 등 조사 및 분석
		지자체, 수도권 및 고양시 관련 지원정책 및 조례 조사	전국 공예산업 현황 및 지원정책 등 분석 지자체, 수도권 공예산업 현황, 정책 및 조례 등 분석 고양시 조례 및 지원정책 등 분석
		공예산업현황 특성 및 관련 정책 현황 분석	
3 단계	조사 연구	일반현황	사업영역/종사자수/사업체소유형태/공예품형태 등
		제조/생산 현황 유통/판매 현황 수출/수입 현황 재무현황, 기술현황	대표공예품, 정거거래처, 유통 경로, 판매처, 수출입 경험, 매출액, 자금조달방법, 인증/특허 취득, 해외유통 등
		심층면접	전통, 생활, 기획, 유통, 판매 종사자 대상
		고양시 공예산업 및 종사자 실태조사 및 운영현황 조사 및 분석	
4 단계	정책 방안 도출	전문가 자문회의	공예산업방향성, 구축 및 운영방안, 활성화 방안, 판로 및 마케팅 방향, 교육 및 육성 방안 등
		정부 및 지자체 지원현황	정부, 지자체 및 공공기관 지원 정책 필요성 등
		정책방안 정리	고양시 공예산업 육성 및 발전 방안 마련
	결과 보고	결과보고서 작성	연구보고서 작성

2. 연구범위

- (공간적 범위) 고양시 공예산업
- (시간적 범위) 기준연도(2019년 4월~6월), 계획연도(2020~2024년)
- (내용적 범위)

- 고양시 공예산업 범주별(전통, 산업, 현대, 생활) 특성 파악
- 고양시 공예자원(시설지원(HW), 인력양성(HR), 기반지원(IW) 및 지역특화(SW)) 중심의 공예산업 육성 방안 모색

3. 연구방법 및 수행체계

1) 연구방법

- (문헌사례조사) 국내외 문헌 및 사례조사
 - (문헌조사) 공예산업과 관련하여 국내 연구보고서 등을 중심으로 조사를 진행함
 - (사례연구) 국내·외 공예산업육성을 위한 온·오프라인(On/Off Line) 사례 연구
 - (온라인 시장) 아이디어스(idus), 텀블벅, 인스타그램캐팅 등
 - (오프라인 시장) 지자체 전시관, 재래시장 활용, 프리마켓(Free Market), 플리마켓(재활용시장, Flea Market), 판매장 등
 - (타 지자체, 서울시, 성남시 등) 공예산업육성 및 창업지원센터, 공예제품 전시판매장 등 방문조사 및 벤치마킹함
 - (지역특화) 공예마을 및 공예거리 등의 사례연구를 진행함
 - (해외사례) 영국, 미국, 이탈리아 및 일본의 공예산업 현황 및 사례 등을 조사 연구
- (설문조사) 고양시 거주 및 활동 공예인 232 표본에 대해 설문조사를 실시함
 - 고양시 소재 1인 사업체 및 작가 등을 포함 현대, 전통, 산업 및 생활 범주별 조사
- (심층면접조사) 심층면접 및 간담회 등을 진행함
 - (심층면접) 고양시 공예인(소재, 생산, 유통 관계자 등)의 심층면접을 진행함
 - (간담회) 공예 범주별 공예인들의 애로 및 요구사항 조사 및 공예산업 생태계구축 방안 등의 의견을 수렴함
- (자문회의) 공예산업 전문가로부터 공예산업 전반에 대한 연구자문 받음
- (정책개발) 고양시 공예산업 특성화, 판로확보 및 육성발전을 위한 정책제언

[표 1-2] 연구방법

구분	조사방법	분석대상 및 내용
정책 진단을 위한 문헌 및 사례연구	문헌조사 사례조사	<ul style="list-style-type: none"> 전국 공예산업 실태 및 사례조사 연구(문화체육관광부 등) 공예산업 산업화 방안 연구(산업연구원 등) 공예산업 활성화 및 4차 산업기반 발전 방안 연구 등
고양시 공예산업 실태조사	설문조사	<ul style="list-style-type: none"> 공예산업 실태조사 대상: 전통, 현대, 산업 및 생활공예 주요조사: 일반현황, 제조·생산 현황, 유통·판매 현황, 수출·수입 현황 기타조사: 재무현황, 기술현황, 정부 및 지자체 지원현황
현장조사 및 전문가 자문	FGI 조사	<ul style="list-style-type: none"> 전통공예 공예장인, 생활공예 작가, 조합 및 협회 종사자, 기획 및 유통 관계자 등 중소기업 및 소상공인, 가내수공업 기업, 가족 및 가족공예 사업자 등 (소상공인지원과 협업)
	전문가 자문	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업연구소, 공예산업 관련 연구 및 정책 입안자의 자문 공예산업의 IT 기반 기술, 4차 산업기술 전문가 자문 O2O 서비스 등 전문가 자문을 통한 온라인 유통 방안 자문 등
운영 방향 및 방안 모색을 위한 정책제안	정책발굴	<ul style="list-style-type: none"> (공예산업 유통 활성화와 시장 창출) <ul style="list-style-type: none"> 온·오프라인 판매촉진 활성화 방안 공예품 전시장 운영 방안 (공예산업의 활성화를 위한 정책 제언) <ul style="list-style-type: none"> 공예산업의 기술 및 지식 전승 및 계승을 위한 교육 등의 정책 방안 공예산업의 산업 패러다임의 변화에 따른 혁신 방안 고양시 공예산업의 판로 개척 및 O2O 서비스 구축 방안 공예품 전시장 및 홍보방안 및 이노베이션 경영 방안 (공예산업 인력 양성 및 창업 지원) <ul style="list-style-type: none"> 공예품 제작 교육 및 전통기술 전승 지원 방안 (기술적 지원, DB화 및 매뉴얼 작성 등 체계적 방안 마련) 공예산업 디자인 및 생산 혁신 기반 구축(ICT+3D+Innovation) → 지식기반산업으로의 연계방안 공예 및 전통산업 기반 기술 창업 및 이노베이션 경영 방안

2) 연구 수행체계

- 본 연구는 고양시정연구원의 연구진, 고양시청 소상공인지원과, 고양시 공예 활동가, 종사자 및 전문가 간의 유기적인 연계 하에 협력연구를 통해 수행됨
- 본 연구책임자는 연구진의 역할을 적절히 분배하여 수행진도와 성과를 관리함
 - 연구책임자는 주 1회 이상의 프로젝트 세미나를 통해 전체 연구 진행 사항을 점검하며 수시로 연구진행사항에 관한 피드백을 받음

제 2 장

문헌조사 및 공예정의

제1절 공예 정의 관련 문헌 조사

제2절 공예품 정의 관련 문헌 조사

제3절 공예산업 범주 관련 문헌 조사

제4절 공예 정의 및 범주

제2절 공예 정의 관련 문헌 조사

1. 개요

- 공예는 예술과 산업, 전통과 현대가 어우러진 매우 복합적 특성으로 인해 다양한 관점으로 해석되고 있으며, 많은 선행연구들에서 공예, 공예품, 공예산업 및 공예문화 산업을 정의하고 있음. 또한 2015년 문화산업진흥법에서 공예와 공예산업을 정의하였으나, 여전히 다양한 해석과 이해가 공존하고 있음
- 따라서 공예문화산업진흥법 및 문헌연구 등을 통한 공예와 공예산업의 정의를 살펴보고, 본 연구가 의미는 하는 공예와 공예산업을 정의하고자 함

2. 공예문화산업진흥법에서의 공예 정의

- 공예문화산업진흥법¹⁾은 공예진흥정책에 따라 공예산업을 육성할 수 있도록 법적, 제도적 장치를 지원하고자 마련되었으며, 공예산업을 예술적, 전통적 특성에 기반 하는 산업적 시장성을 갖춘 관점으로 이해하고자 하였음.
- 전통과 현대, 예술과 산업을 아우르는 공예는 대중화와 생활 속의 예술로서의 가치를 실현할 수 있는 다품종소량 생산체제로 고부가가치산업으로 성장하고 있음.
- 2015년 공예문화산업진흥법에서는 일관된 정의의 필요성에 따라 공예, 공예품, 공예 문화산업 등을 다음과 같이 정의하였음

¹⁾ 공예문화산업진흥법 제2조, 국가법령정보센터 (<http://www.law.go.kr>) 접속일 2019.10.31.

[표 2-1] 개념정의

구분	개념정의
공예 ²⁾	<ul style="list-style-type: none"> 문화적 요소가 반영된 기법, 기술, 소재(素材), 문양(文樣) 등을 바탕으로 기능성과 장식성을 추구하여 수작업(부분적으로 기계적 공정이 가미된 것을 포함)으로 물품을 만드는 일 또는 그 능력을 말함
공예품 ¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> 공예의 결과물로서 실용적·예술적 가치가 있는 물품을 말하며, 우리 민족 고유의 전통적인 기술·기법이나 소재 등에 근거하여 제작한 전통공예의 제품과 현대적인 소재나 기술·기법을 활용하여 제작한 현대공예의 제품을 포함하여 말함
수공예 ³⁾	<ul style="list-style-type: none"> 공예품 제작 시, '기획' 및 '마감' 공정 중 50% 이상을 수작업으로 진행하는 전통 및 현대 공예품을 말함 전통적인 것으로부터 출발하는 취미의 영역이든, 또는 소재가 무엇이든 간에 공예품이 공예의 범주에 들어가기 위한 가장 중요한 조건은 제작의 과정 속에 수작업에 의한 공정이 반드시 포함됨
공예산업 ⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> “공예산업”은 공예 작품 및 공예상품의 창작·유통·전시·활용 등 공예와 연관된 활동을 통해 경제적 부가 가치를 창출하는 행위 전반을 의미
공예문화산업 ¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> 공예 또는 공예품(공예를 이용하여 경제적 부가 가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그의 복합체를 말함)의 개발·창작·제작·유통·전시·소비·활용 등과 이와 관련된 산업을 말함

3. 공예 정의에 대한 다양한 이해와 해석

1) 문화체육관광부

□ ‘2014-2015 공예백서’⁵⁾에서 공예를 다음과 같이 해석함

- (문화와 산업) 예술뿐만 아니라 문화와 산업으로 확장된 개념까지 포함함
- (정책적 지원) 공예문화산업 진흥법에 따른 정책 개발의 필요성을 강조함
- (공예문화와 서비스) 유·무형의 공예문화와 서비스 부문까지 포괄함

2) 공예문화산업 진흥법 제2조 1항

3) 최봉헌 외. 『공예문화산업 진흥 기본계획 수립연구』, 산업연구원, 2016, pp. 13-15.

4) 박남희 외. 『2013 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원, 2014, pp. 108-110; 문화체육관광부. 『공예산업 활성화 대책』, 2013, p. 2.

5) 이인범 외. 『2014-2015 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원, 2017, pp. 14-15.

- 공예산업을 예술, 취미, 전통 및 산업의 범주에서 다음과 같이 개념 정의함⁶⁾
 - (예술공예) 갤러리 유통과 공예작품 관점에서의 공예품의 생산
 - (취미공예) 공예교육서비스, 공예품 제작을 위한 재료비 매출과 반제품 제작 등을 통한 공예품의 생산(본 연구에는 생활공예로 명명함)
 - (전통공예) 전승공예, 민족적 소재의 공예, 전통을 응용한 현대 공예품의 생산
 - (산업공예) 수공적 특성을 갖고 일부 생산 공정이 기계화된 공예품의 생산

2) 서울시

- 공예를 산업적 관점으로 생산, 유통, 소비를 중심으로 공예를 정의함⁷⁾
 - (생산 부문) 전통과 현대 기법 간의 연계방안 제시
 - (유통 부문) 전통방식을 탈피하지 못한 판매 방식의 개선
 - (소비 부문) 수공예 수요 진작 여건의 확보
 - (기반 조성) 허브기반시설의 확보

3) 산업연구원

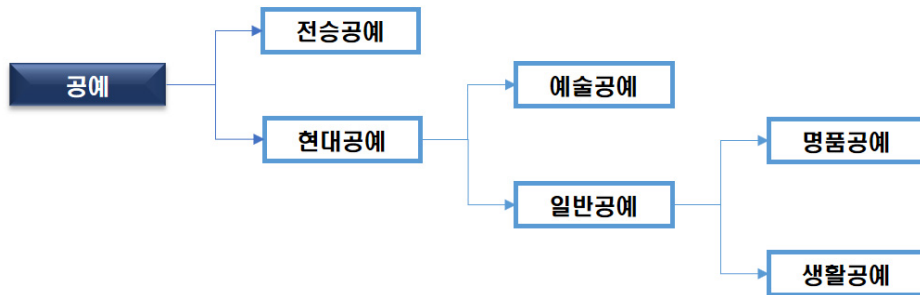
- ‘공예문화산업 진흥 기본계획 수립 연구’에서 공예를 1차적으로는 소재, 생산, 유통의 산업구조 상에서 이해하였고, 2차적으로 생산업에 따라 전승과 현대, 현대공예는 예술과 일반, 일반 공예는 명품 및 생활 공예로 구분하였음⁸⁾
- 공예산업을 현대, 전통, 산업, 취미공예와 소재, 생산, 유통의 결합으로 이해하여, 기획, 개발, 제작, 유통, 소비에 이르는 가치사슬의 산업 활동으로 정의함

6) 박남희 외(2014). 전계서, 2014, pp. 111-114.

7) 국미애·장희연. 『여성 공예창업 활성화 지원기관 운영방안 연구』, 서울시여성가족재단, 2016, pp. 1-213.

8) 최봉현 외(2016). 전계서, pp. 7-12.

[그림 2-1] 공예산업에 따른 공예분류



〈출처〉 최봉현 외(2016). 전개서, p. 12.

제2절 공예품 정의 관련 문헌 조사

1. 공예품 정의

- 공예품은 공예문화산업 진흥법(2015), 문화체육관광부 ‘공예문화산업 진흥 기본계획(2017), 문화체육관광부 ‘2014 - 2015 공예백서(2017)’, 산업연구원 ‘공예문화산업 진흥 기본계획 수립 연구(2016)’ 등에서 다음과 같이 정의함

[표 2-2] 공예품 정의

공예품 정의		비고
공예품 정의	1	<ul style="list-style-type: none"> 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스 산업을 ‘문화산업’으로 정하고, 그에 따라 만화, 캐릭터, 애니메이션, 에듀테인먼트, 모바일문화콘텐츠, 디자인(산업디자인 제외), 광고, 공연, 미술품 등과 함께 공예품을 문화산업의 일종으로 명시함 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업 공예의 결과물로서 실용적·예술적 가치가 있는 물품 민족 고유의 전통적인 기술·기법, 소재 등에 근거하여 제작한 전통공예의 제품 현대적인 소재나 기술·기법을 활용하여 제작한 현대공예의 제품 <p>「공예문화산업 진흥법(2015)」⁹⁾¹⁰⁾</p>
	2	<ul style="list-style-type: none"> 공예품은 한 나라의 문화적 수준을 가늠하는 척도이자 지역문화의 진수로서 과거에는 일상생활에 필요한 도구 제품으로서 기능했으나 현대에는 쓰임새와 미를 갖춘 예술품으로서, 심미성이 매우 중요한 요소로 작용함 공예품은 생활 속에서 아름다움을 만나는 소재가 되고, 문화적 삶의 확장에 기여하는 생활문화의 하나로 국가의 문화적 수준과 이미지 제고와 연결됨으로 기술함 공예품의 종류로는 민족의 정서와 지혜가 담겨져 있는 전통공예품, 공예 기념품으로 생활공예품, 우수공예품, 민속공예품 등이 있음 <p>문화체육관광부 ‘공예문화산업 진흥 기본계획(2017)」¹¹⁾</p>
	3	<ul style="list-style-type: none"> 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」은 공예를 ‘공예품’에 한정된 대상으로 파악하지 않고 ‘제작 과정으로서의 공예’라는 다면적 개념을 반영함 「삼차원프린팅산업 진흥법」 제정은 문화, 예술, 산업 내 동시대적 동향 반영과 밀접한 관련이 있는 것으로 보고 동시대 공예 작업에서 삼차원프린팅과 관련된 일련의 실험적 작업이 시도되고 있으며 미래지향적 공예의 한 흐름으로 이해함 <p>문화체육관광부 ‘2014 - 2015 공예백서(2017)」¹²⁾</p>

4	<ul style="list-style-type: none"> • 공예품은 수작업에 의한 것으로 제작 및 공정의 과정 등으로 이해함 • 공방, 공장, 가정 내에서 취미활동 등 수작업에 의한 공정에 의한 제품을 말함 • 대량생산 제품을 생산하는 대규모 기업에서도 고품질의 공예품을 생산하는 사례도 다수 있으며, 가내수공업에서 명품제조업체로 성장하는 사례도 있음 • 공예품의 상품으로서의 가치는 수작업 공정으로 제조업 제품과 구별되는 점은 생산 및 제작 공정의 차이에 있는 것으로 봄 	<p>산업연구원 ‘공예문화산업 진흥 기본계획 수립 연구(2016)’¹³⁾</p>
---	--	---

〈출처〉 박남희 외, 『2013 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원, 2014. 내용 재구성

2. 수공예품 정의¹⁴⁾

- 한국공예디자인진흥원의 ‘2015년 공예산업 실태조사’에서의 정의에 따르면 공예품의 제작 및 생산과정에서 ‘기획’ 및 ‘마감’ 공정의 50% 이상이 수작업으로 이루어지는 전통 및 현대 공예품을 수공예품으로 함
- 공예는 일반적으로 수공업 공정에 대한 높은 의존도와 수작업 공정을 전제로 하기 때문에 전통, 취미 등의 범주 및 생산 소재 등과 상관없이 공예품이 되기 위한 가장 중요한 조건은 제작의 과정 속에 수작업에 의한 공정이 반드시 포함되어야 한다는 것으로 정의됨

9) 「공예문화산업 진흥법」 제2조 2항

10) 허보윤 외(2014), 『2012 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원, pp. 21-24.

11) 문화체육관광부, 『공예문화산업 진흥 기본계획(2018~2022)』, 2017. p. 4.

12) 이인범 외(2017), 전거서, pp. 26-48.

13) 최봉현 외(2016), 전거서, pp. 13-14.

14) 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원, 『2015년 공예산업 실태조사』, 2017, p. 11.

[표 2-3] 수작업 공정의 장점과 단점

수작업 공정	
장점	단점
공예의 수작업 공정은 다양한 창의적인 실험과 시도가 가능하며 상품의 예술성, 심미성을 강화할 수 있음	수작업 공정으로는 대량생산이 어렵기 때문에 시장 수요에 대한 즉시 공급의 대응이 용이하지 않음
수작업 공정은 오랜 공예작품제작 경험을 바탕으로 누적된 기술과 경험 작품에 적용되는 것임	숙련 노동인력에 의한 높은 의존도가 때문에 생산원가가 높으며, 이는 시장에서 경쟁제품에 대한 가격인하의 유연성이 낮아짐
수작업 공정은 대량생산이 결코 제공할 수 없는 특별한 효용가치를 제공함 수작업 공정에 의한 공예작품은 시간 경과에 따라 희소성에 의해 소장가치의 상승을 기대할 수 있음	일반 공예상품의 경우, 기능적으로 유사한 경쟁상품이 많기 때문에 차별화된 경쟁요소를 지속적으로 발굴해야 함
시장에서 인정받는 공예품은 작품의 시장가치가 상승하고 안정적인 판로를 확보가 가능함	수작업에 의한 소량생산은 유통에 있어서도 제조업 제품과의 경쟁에서 불리하게 작용함. 즉, 동일한 기능을 가진 공산품은 대량생산에 의해 생산원가가 낮아지며, 또한 전문적인 물류 및 유통 시스템을 경유할 수 있으므로 유통비용이 감소함

〈자료〉 최봉현 외(2016). 전계서, pp. 14-15.

제3절 공예산업 범주 관련 문헌 조사


1. 공예범주

- 문화체육관광부가 수행한 연구용역에서 정의한 공예범주는 다음과 같음
- ‘공예문화 중장기 진흥정책 수립을 위한 기초연구’에서는 역사와 공예 관점에서 무형문화재와 전통공예 범주, 공예와 문화예술의 관점에서 전통, 현대 및 산업 공예의 범주 및 관광기념상품의 관점에서는 전통, 현대, 산업 및 대량생산 제품으로 분류하였음
- ‘2013 공예백서’에서는 공예를 예술, 취미, 전통 및 산업의 범주로 구분함. 예술성과 작품성의 영역에 가까운 예술공예, 수공예로 소량 생산되는 취미 및 전통공예 및 상품성과 시장성에 중점을 두고 디자인을 고려하는 산업공예로 구분함
- ‘2014~2015 공예백서’에서는 공예를 예술작품과 상품으로서의 예술과 산업 범주, 역사에 뿌리를 둔 전승 및 민속공예의 전통공예와 현대공예, 물질과 비물질 공예로서의 사물과 서비스 및 공예의 재료 관점에 따른 7개의 소재 범주로 구분함
- ‘2011 공예백서 선행연구’에서는 공예를 1차와 2차 범주로 구분함. 1차 범주는 현대, 전승, 산업 및 취미공예로 구분하고, 2차 범주는 1차 범주 분류에 대한 재료별로 정리함

[표 2-4] 공예범주 정의

수행연구	년도	공예범주 정의	
1 〈출처〉 공예문화 중장기 진흥정책 수립을 위한 기초연구 ¹⁵⁾	2012	● 무형문화재, 전통, 현대, 산업공예, 대량생산제품으로 보았음	
		관점	범주
		역사와 공예	- 무형문화재와 전통공예
		공예와 문화예술	- 전통, 현대 및 산업공예를 공예문화의 정책대상
		관광기념상품	- 전통, 현대, 산업공예 및 대량생산제품

			<div>● 공예의 범주</div> <div></div>										
2	<div><출처> 2013 공예백서^[16]</div>	2014	<div>● 예술, 취미, 전통 및 산업 4개의 범주로 구분함</div> <table><tr><th>관점</th><th>범주</th></tr><tr><td>예술공예</td><td>- 예술성과 작품성에 중점을 두는 공예로 예술적 영역에 가까움</td></tr><tr><td>취미공예 및 전통공예</td><td>- 수공업으로 소량 생산되는 공예 영역에 해당함</td></tr><tr><td>산업공예</td><td>- 상품성과 시장성에 중점을 두고 디자인을 지향하는 공예에 해당함</td></tr></table> <div>● 공예의 범주</div> <div></div>	관점	범주	예술공예	- 예술성과 작품성에 중점을 두는 공예로 예술적 영역에 가까움	취미공예 및 전통공예	- 수공업으로 소량 생산되는 공예 영역에 해당함	산업공예	- 상품성과 시장성에 중점을 두고 디자인을 지향하는 공예에 해당함		
관점	범주												
예술공예	- 예술성과 작품성에 중점을 두는 공예로 예술적 영역에 가까움												
취미공예 및 전통공예	- 수공업으로 소량 생산되는 공예 영역에 해당함												
산업공예	- 상품성과 시장성에 중점을 두고 디자인을 지향하는 공예에 해당함												
3	<div><출처> 2014~2015 공예백서^[17] 18)</div>	2017	<div>● 예술과 산업, 현대와 전통, 사물(자화)과 서비스, 7가지 재료와 함께 분류하였음</div> <table><tr><th>관점</th><th>범주</th></tr><tr><td>예술과 산업</td><td>- 예술작품으로서의 공예와 시장경제 체제 안에서 상품으로서의 유통, 소비에 초점을 맞춘 산업공예</td></tr><tr><td>현대와 전통</td><td>- 현대는 제작 행위에 의해 산출되는 공예 및 전통은 우리의 역사에 뿌리를 둔 전승공예나 민속공예와 관련된 활동</td></tr><tr><td>사물과 서비스</td><td>- 공예현상을 유형의 대상적 성격에 기반 하는 것으로 보고 '사물'은 오브제로서의 공예를, '서비스'는 비물질적 공예활동을 말함</td></tr><tr><td>소재</td><td>- 공예 재료의 관점에서 금속, 도자, 유리, 목, 섬유, 종이 및 기타 7개로 분류함. (기타) 석, 칠, 죽세/초경, 가죽이 포함되며, (금속)은 금속, 귀금속 등으로, (종이)는 '종이/한지'를 포함함</td></tr></table>	관점	범주	예술과 산업	- 예술작품으로서의 공예와 시장경제 체제 안에서 상품으로서의 유통, 소비에 초점을 맞춘 산업공예	현대와 전통	- 현대는 제작 행위에 의해 산출되는 공예 및 전통은 우리의 역사에 뿌리를 둔 전승공예나 민속공예와 관련된 활동	사물과 서비스	- 공예현상을 유형의 대상적 성격에 기반 하는 것으로 보고 '사물'은 오브제로서의 공예를, '서비스'는 비물질적 공예활동을 말함	소재	- 공예 재료의 관점에서 금속, 도자, 유리, 목, 섬유, 종이 및 기타 7개로 분류함. (기타) 석, 칠, 죽세/초경, 가죽이 포함되며, (금속)은 금속, 귀금속 등으로, (종이)는 '종이/한지'를 포함함
관점	범주												
예술과 산업	- 예술작품으로서의 공예와 시장경제 체제 안에서 상품으로서의 유통, 소비에 초점을 맞춘 산업공예												
현대와 전통	- 현대는 제작 행위에 의해 산출되는 공예 및 전통은 우리의 역사에 뿌리를 둔 전승공예나 민속공예와 관련된 활동												
사물과 서비스	- 공예현상을 유형의 대상적 성격에 기반 하는 것으로 보고 '사물'은 오브제로서의 공예를, '서비스'는 비물질적 공예활동을 말함												
소재	- 공예 재료의 관점에서 금속, 도자, 유리, 목, 섬유, 종이 및 기타 7개로 분류함. (기타) 석, 칠, 죽세/초경, 가죽이 포함되며, (금속)은 금속, 귀금속 등으로, (종이)는 '종이/한지'를 포함함												

			<p>● 공예의 범주</p> 										
4	<p><출처> 2011 공예백서 선행연구¹⁹⁾</p>	2012	<p>● 공예를 1차와 2차 범주로 구분하여 정의함²⁰⁾²¹⁾²²⁾</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>1차 범주</th> <th>현대공예</th> <th>전승공예</th> <th>산업공예</th> <th>취미공예</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>2차 범주</th> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 금속공예 • 도자공예 • 목칠공예 • 섬유공예 • 유리공예 • 기타공예 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 목/칠공예(나전, 채와, 건칠, 화각, 죽, 각자 등) • 도자공예(도자, 용기 등) • 금속공예(장신구 포함) • 종이공예 • 기타공예(목석, 초자, 초경, 모피, 골가, 말총, 부채, 의기, 단청, 탕화, 민화 등) </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 도자공예 • 유리/석공예 • 금속공예 • 목/죽세공예 • 종이공예 • 섬유공예 • 가죽공예 • 기타공예 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 롤페인팅 공예 • 양초공예 • 침묵공예, 크리스탈, 야생화, 점토놀이 공예, 토크아트 공예, 출판지공예 등 </td> </tr> </tbody> </table>	1차 범주	현대공예	전승공예	산업공예	취미공예	2차 범주	<ul style="list-style-type: none"> • 금속공예 • 도자공예 • 목칠공예 • 섬유공예 • 유리공예 • 기타공예 	<ul style="list-style-type: none"> • 목/칠공예(나전, 채와, 건칠, 화각, 죽, 각자 등) • 도자공예(도자, 용기 등) • 금속공예(장신구 포함) • 종이공예 • 기타공예(목석, 초자, 초경, 모피, 골가, 말총, 부채, 의기, 단청, 탕화, 민화 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 도자공예 • 유리/석공예 • 금속공예 • 목/죽세공예 • 종이공예 • 섬유공예 • 가죽공예 • 기타공예 	<ul style="list-style-type: none"> • 롤페인팅 공예 • 양초공예 • 침묵공예, 크리스탈, 야생화, 점토놀이 공예, 토크아트 공예, 출판지공예 등
1차 범주	현대공예	전승공예	산업공예	취미공예									
2차 범주	<ul style="list-style-type: none"> • 금속공예 • 도자공예 • 목칠공예 • 섬유공예 • 유리공예 • 기타공예 	<ul style="list-style-type: none"> • 목/칠공예(나전, 채와, 건칠, 화각, 죽, 각자 등) • 도자공예(도자, 용기 등) • 금속공예(장신구 포함) • 종이공예 • 기타공예(목석, 초자, 초경, 모피, 골가, 말총, 부채, 의기, 단청, 탕화, 민화 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 도자공예 • 유리/석공예 • 금속공예 • 목/죽세공예 • 종이공예 • 섬유공예 • 가죽공예 • 기타공예 	<ul style="list-style-type: none"> • 롤페인팅 공예 • 양초공예 • 침묵공예, 크리스탈, 야생화, 점토놀이 공예, 토크아트 공예, 출판지공예 등 									

15) 허보윤 외. 『공예문화 증장기 진흥정책 수립을 위한 기초연구』, 문화체육관광부, 2012, p. 6

16) 박남희 외(2014). 전게서, 2014, pp. 111-114.

17) 이안범 외(2017). 전게서, pp. 1-301.

18) 김종선. “산업공예 기초경영진단 지표개발”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 2013, 13(2) : 188-190

19) 한국공예디자인문화진흥원. 『2011 공예백서』, 2012, pp. 1-267.

20) 한국공예디자인문화진흥원(2012). 전게서, pp. 1-267.

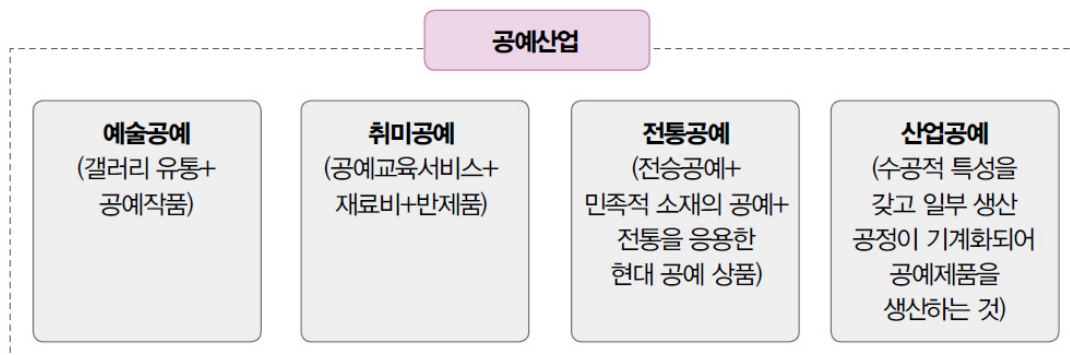
21) 박남희 외(2014). 전게서, p. 17.

22) 최봉현 외(2016). 전게서, p. 9.

2. 공예산업 범주

- (문화체육관광부)²³⁾는 공예산업 범주를 문화적 소산으로서 유형의 공예품과 무형의 공예기술과 지역특산품, 전통공예품, 산업공예품 등을 포함하여 정의함
- 공예산업의 범주를 예술, 취미, 전통 및 산업 공예로 구분함. 갤러리 유통 및 작품으로서의 예술공예, 교육 및 훈련과정을 통해 반제품을 활용하여 공예품을 만드는 취미공예, 민족적 소재를 이용한 전승 및 전통을 응용한 현대공예를 포함한 전통 공예 및 일부 수공정 생산과정의 기계화를 통해 공예제품을 생산하는 산업공예로 구분함

[그림 2-2] 공예산업의 범주



<출처> 박남희 외(2014). 전개서, pp. 111-114.

[표 2-5] 공예산업의 범주

범주 구분	정의
현대공예	<ul style="list-style-type: none"> • 현대공예가 내부적으로 가진 미적 대상으로서, 예술작품으로서의 공예에 대한 관점 • 일상용품으로서 보다는 감상이나 전시 가치를 더 큰 목적에 주목함
취미공예	<ul style="list-style-type: none"> • 제작과 소비의 차원이 아니라 공예교육과 그것을 통한 정서적 활동이라는 측면 • 공예의 저변화와 대중화에 기여함
전통공예	<ul style="list-style-type: none"> • 전승공예와 민속공예, 그리고 이러한 두 가지 형태들을 현대적으로 변형, 발전시킨 공예를 포괄하여 정의함 • 일생 동안 습득한 경험과 수천 년 동안 이어져 온 기술과 지식을 포괄함

²³⁾ 박남희 외(2014). 전개서, pp. 111-114.

산업공예	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인과 공예의 접점에서 실용성을 공통분모로 하는 범주임 • 상품성/시장성에 더 근접해 있으며, 상품으로 제작>유통>판매>소비에 비중을 둠
------	---

〈출처〉 박남희 외(2014). 전개서, pp. 16-20.

- (산업연구원)은 산업적인 관점에서 사용용도, 소재의 종류, 가격대, 수요자 특성에
기준하여 공예의 유형을 다음 표와 같이 분류하였음²⁴⁾
- 구분기준은 역사성, 작품성, 가격대, 소재, 사용용도, 생산규모, 생산시설 및 산업가
치사슬에 따라 공예의 유형을 나눔

[표 2-6] 산업적 관점에서의 공예유형

구분기준	공예의 유형
역사성	→ 전승공예, 현대공예
작품성	→ 예술공예, 일반공예
가격대/타겟마켓	→ 명품공예(하이엔드), 생활공예
소재	→ 금속공예, 도자공예, 가죽공예, 석공예, 유리공예, 섬유공예 등
사용 용도	→ 거실공예, 주방공예, 생활용품공예
생산규모	→ 작품공예, 소량생산공예, 복제생산공예
생산시설	→ 개인공예, 공방공예, 공방형 공장공예
산업가치사슬	→ 공예소재, 공예생산, 공예유통, 공예 관련 서비스

〈출처〉 최봉현 외(2016). 전개서, p. 11.

- 공예는 다수의 장르가 혼재된 예술 및 실용적 개념이 혼용되며, 다기능 및 다용도의
특성을 가짐. 따라서 공예산업에 있어서도 공예의 복합적인 상황이 포괄적으로 수용
될 수 있어야 함
- 산업으로서의 공예는 다양한 제작과정과 실체에 따라 소재와 용도 외에 기법과 품목
으로 확대함으로써 공예산업의 특수한 성격을 최대한 반영하는 것이 필요함

²⁴⁾ 최봉현 외(2016). 전개서, p. 11.

제4절 공예 정의 및 범주

1. 공예 정의

- 공예 관련된 다양한 정의와 해석이 존재함을 살펴보았음. 본 연구에서는 문화산업진흥법에 정의된 공예, 공예품, 공예산업의 정의에 따르며, 공예품은 수공예품을 포함하고, 공예문화진흥법에 의한 공예산업과 공예문화산업은 본 연구에서는 통칭하여 공예산업으로 지칭하고자 함
- 본 연구에서 공예산업은 공예 또는 공예품²⁵⁾의 개발·창작·제작·유통·전시·소비·활용 등을 포괄하는 것으로 함

2. 공예 범주

- 공예의 범주는 현대, 생활, 전통 및 산업 공예로 하며, 현대공예는 예술공예, 전통은 전승공예를, 취미는 생활공예로 포괄하는 것으로 재정의 함
 - 취미공예 작가는 2000년대 들어 급격히 증가하였으며, 시작은 취미였으나 생산 및 판매 활동에 참여하고자 하는 욕구가 크게 증가하여 본 연구에서는 취미공예를 생활공예로 정의하였음.

²⁵⁾ 공예를 이용하여 경제적 부가 가치를 창출하는 유·무형의 재화 서비스 및 그의 복합체를 말함

[표 2-7] 공예의 범주 재정의(고양시정연구원, 2019)

범주 구분	정의
현대(예술)공예	<ul style="list-style-type: none"> • 미적 대상으로서, 예술작품으로서 가치를 지닌 공예로 봄 • 일상용품으로서 보다는 감상이나 전시 가치에 더 큰 목적을 둠
생활(취미)공예	<ul style="list-style-type: none"> • 공예교육 등의 경로를 통해 수공예 및 취미공예를 시작하고 자유롭게 일상용품의 생산, 제작과 소비에 비중을 둠 • 공예의 저변화와 대중화에 기여함
전통(전승)공예	<ul style="list-style-type: none"> • 전승공예와 민속공예 등 오랫동안의 경험과 기술 및 지식에 기반함 • 이들을 현대적으로 변형, 발전시킨 공예를 포괄하여 정의함
산업공예	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인과 공예의 접점에서 실용성을 공통분모로 하는 범주에 해당함 • 상품성/시장성에 더 근접해 있으며, 상품으로 제작>유통>판매>소비에 비중을 둠

〈자료〉 박남희 외(2014). 전개서, pp. 17-114.

제 3 장

2019년 고양시 공예산업 실태조사

제1절 고양시 공예산업 현황

제2절 고양시 공예산업 실태조사 개요

제3절 조사구성

제4절 응답자 특성 및 일반현황

제절 고양시 공예산업 현황

1. 고양시 현황

- 고양시에는 전통공예인 및 개인공예가 등 많은 공예인들이 공예산업에 종사하고 있음. 이들은 현대, 전통, 산업 및 생활공예의 범주별로 공방, 협동조합, 개인사업장 등의 다양한 유형으로 활동하고 있음
- 1996년 시의 지원으로 덕양구 내유동에 조성된 3개의 공예협동화단지가 있음
 - 내유동 공예단지에는 전통공예 장인들이 있으며, 1단지부터 3단지까지 24개 업체(17개 목공예, 5개 도자기생산업체)가 조성되어 있었음²⁶⁾
 - 가내공업수준의 공예업체들에게 지원되었으며 목각공예가 70%를 차지하고 나머지 30%는 옥공예 보석공예 등이 차지하고 있었음
 - 1단지부터 3단지까지 거리가 떨어져 있고, 자체 내 전시장을 갖추지 못해 그냥 공장들이 모여 있는 상태로 공예산업의 활성화는 기대하기 힘든 상황임

[표 3-1] 고양시 공예협동화단지 현황

단지	주소	참여업체	비고
1단지	일산동구 지명동 1020번지 일대	6개 업체 (2개 업체는 조합 자산)	목공예, 도자공예, 옥공예, 보석공예 등
2단지	덕양구 내유동 772번지 일대	5개 업체	
3단지	덕양구 내유동 661번지 일대	5개 업체	

〈출처〉 고양시청 (www.goyang.go.kr) 접속일 2019.10.31.

- 고양시 명장들은 문봉동, 장항동, 대자동, 설문동 등에 거주하고 있음

²⁶⁾ "고양시의 또 하나의 자랑 '내유동 공예단지'", 지역내일(2011.05.01), <https://www.localnaeil.com/News/View/25244> 접속일 2019.10.31.

[표 3-2] 고양시 공예명장 현황

성명	선정년도	직종	주요경력(표창)	주소	소속
송원섭	2000	칠기(웃칠)	현)대한민국 칠예가회 회장	일산동구 장항동 656-7	예림공방
최일호	1999	목공예	-	일산동구 문봉동 28	이조공예
박성규	2006	칠기(피)	현)대한민국 명장회 감사	덕양구 대자동 391	한송칠기공방
권오달	2005	공정관리(가구)	-	일산동구 설문동 436-2	예일공방
주용부	2005	단조(칼)	지식경제부장관 공로패	덕양구 화전동랑로 116번길 59	용호공업사

〈자료〉 교육부, 『2018년 명장공방 지원사업 기본계획』, 2018, pp. 13-24; 2019년에 재조사

□ 고양시 공예산업 협동조합 주요 업종별 현황은 다음과 같음

[표 3-3] 고양시 공예협동조합 현황

목공예	도자기	장산구	공예가구	한지공예	금속공예	유리공예	입화공예	현대공예	합
12	5	5	2	5	2	2	1	8	42

〈자료〉 이인범 외(2017). 전개서, pp. 71-72.

□ 고양시 수공예 지원 조례(수공예자: 공방, 협동조합, 개인생산자)

- (2017.03.31) 조례 제1853호, 고양시 공예산업 육성 및 지원 조례- 전통공예품에 대한 공예대전 참가 및 디자인개발비 지원과 위원회 구성을 지원함
- (2019.04.30) 조례 제2065호, 고양시 수제품 판매촉진 지원에 관한 조례-수제품 생산·판매자에 대한 교육, 경영컨설팅, 온·오프라인 판매를 지원함
- (2019.09.27) 조례 제2065호 개정, 고양시 수제품사업 육성 및 판매촉진 지원에 관한 조례-수제품에 대해 하나의 사업으로 그 영역을 확대하고 수제품사업의 육성에 관한 구체적인 내용을 담음

제2절 고양시 공예산업 실태조사 개요

1. 조사 배경

- 문체부와 한국공예·디자인문화진흥원이 2015년 전국 공예산업 실태조사를 실시하였으며, 이를 바탕으로 2017년 공예문화산업 진흥 기본계획(2018~2022)을 발표함
 - 실태조사는 공예산업 및 종사자 특성상 한계가 있음. 예를 들어, 복수의 직업을 가지고 있는 경우(취미), 예술활동으로 산업 분류(산업연관표)에 잡히지 않는 경우, 영세하거나 사업자 등록을 하지 않은 경우 등임
 - 여타의 산업과는 다른 특성이 존재하여 현실적으로 실태조사를 실시하는 것이 쉽지 않은 상황이며, 정확한 자료를 확보하는 것은 더욱 어려운 상황임
- 공예산업 실태에 대한 고양시의 자체적인 조사가 필요하며 이를 기반으로 고양시 특성에 맞는 정책 개발이 요구됨

2. 조사 목적

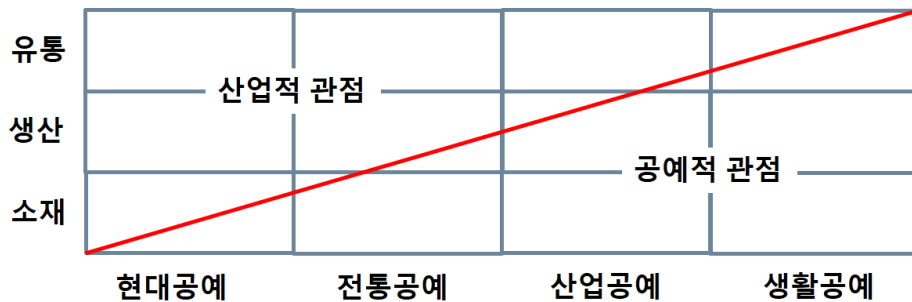
- 고양시 공예산업의 특성파악을 위해 현황 및 실태 분석을 목적으로 설계됨
- 공예산업 발전방안 수립 시 타당성 있는 근거자료의 확보 및 활용을 목적으로 함
- 조사결과를 바탕으로 공예산업 특성화와 육성·발전을 위한 정책 발굴을 목적으로 함

3. 조사 내용

1) 주요내용

- 본 조사는 [그림 3-1]과 같이 공예범주(현대, 전통, 산업 및 생활)와 사업별 가치사슬(공예소재→공예생산→공예유통)을 기반으로 고양시 공예산업 실태를 조사함²⁷⁾

[그림 3-1] 산업가치사슬과 공예범주간의 관계

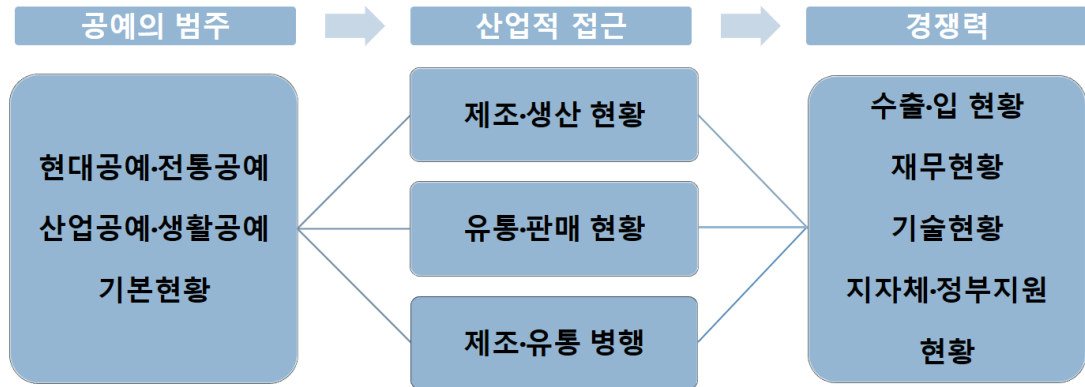


〈출처〉 연구자 제안

- 본 조사의 설문내용은 고양시 공예산업 일반현황, 제조·유통, 수출·수입, 재무, 기술 현황 및 정부·지자체 지원현황으로 이루어짐
- 공예의 범주 관점에서 공예사업체 및 개인공예가 일반현황
 - 공예사업체 및 개인공예가들의 일반적 특성으로서 대표자 성별, 사업자 형태, 설립시점, 사업운영형태, 종사자수, 경영형태, 지자체 지원현황 등으로 함
 - 공예의 범주는 현대, 전통, 산업 및 생활공예로 함
 - 산업 관점에서의 공예 현황
 - (공예소재→공예생산→공예유통) 소재, 생산, 판매 관점에서 살펴봄
 - (제조·생산 현황) 대표 공예품, 애로사항, 사업형태 등
 - (유통·판매 현황) 판매처, 거래처, 홍보, 마케팅, 정부취득경로 등
 - 공예산업 경쟁력 관점에서의 현황
 - (수출·입 현황) 수출·입 경험, 애로사항, 박람회참여, 해외 판로개척 등
 - (재무현황) 매출액, 제조/유통 영역별 비중, 운영비용, 자금조달 방법 등
 - (기술현황) 인증, 특허 취득 여부 및 미취득 사유 등
 - (정부/지자체 지원현황) 지원사업 인지/수혜 현황, 실질적 도움, 건의사항

27) 최봉현 외(2016). 전개서, pp. 1-21.

[그림 3-2] 고양시 공예산업 설문조사 설계구조



- 설문조사는 고양시 공예 일반현황, 범주별 공예특성, 산업적 지원 및 실태 등을 조사
 - 전국 대비 고양시 공예산업 비교, 고양시 공예산업 범주별, 전통공예 대비 비 전통공예(현대, 산업, 생활) 특성 및 생활공예 대비 현대, 산업 공예 특성 비교

[표 3-4] 고양시 공예산업 설문조사 조사내용

항목	공예사업체	공예작가
일반현황	사업시작 시점, 사업체 형태, 종사자현황, 공예범주별 현황	작가정보, 사업자 등록, 공예작품 활동 운영 현황, 공예 관련 협회 및 단체 가입 현황
매출규모	2012년 기준 매출액 현황 내수 및 수출 비중	판매 현황, 공예작품 총 판매액
제조 및 유통	소재별/용도별 공예품 제조 및 주요 판매처	소재별/용도별/범주별 작품활동 영역

〈자료〉 김상범 외(2014). 『2012 공예산업 실태조사 보고서』, 한국공예디자인문화진흥원, pp. 13-14.

4. 조사 설계 및 자료 수집

1) 조사설계

- 2019년 4월부터 6월까지 고양시 소재 공예 관련 산업체 대표 및 종사자들을 대상으로 멀티서베이(링크 배포, e-mail, FAX 등) 조사를 실시함

[표 3-5] 조사 개요

구분	세부 내용
조사 대상	• 고양시 소재 공예 관련 산업체 대표자 및 종사자
조사 방법	• 멀티서베이: 구조화된 설문지의 웹 구축을 통한 링크 배포, e-mail 조사, FAX 조사
조사 시기	• 2019년 4월 ~ 6월
유효 표본	• 232 표본
신뢰도	• 신뢰도 95%, 표본오차 $\pm 6.43\%$

〈출처〉 연구자 제안

2) 자료수집

□ (조사준비) 고양시정연구원, 글로벌 R&C 및 전문가 자문을 거쳐 설문문항을 구성함

□ (조사범위) 개인공예가, 공예공방, 디자인제품 공장 및 제조업 공장으로 함

[표 3-6] 조사의 범위

구분	생산 및 유통 방식	비고
개인공예가	• 개인 공예가의 작가 제작 또는 개인 공방에서 공예품 제작	공예예술품의 제작에 특화
공예공방	• 개인 공예가 또는 소수의 공예가가 모여 공동 공방을 운영하거나 가족단위의 경영형태로 운영 • DIY 체험 또는 교육형 공방	생활형 공예로 가족공예, 목공예 등의 일반적인 형태
디자인제품 공장	• 제조설비를 갖춘 제품생산 공장에서 제품 디자인 기능을 접목하여 대량생산 제품과 차별화된 디자인 제품 생산 • 기존 유통시스템을 통한 유통	차별화된 디자인을 통해 새로운 틈새시장을 발굴
제조업공장	• 제조업 제품의 생산 • 대량생산, 대량 유통체제	전형적인 제조업 유형

〈출처〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전개서, pp. 1-213.

제3절 조사 구성

1. 문항 구성

□ 설문조사 세부 문항은 설문지²⁸⁾ [부록 1]을 참조함

[표 3-7] 고양시 공예산업 설문조사 내용

구분	세부 내용
1) 공예산업 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 사업 영역 • 핵심 사업 영역 • 종사자 수 • 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부 • 2018년 기준 신규채용 경험 • 신규채용 계획 • 신규채용 및 인력 수급 시 고려부분 중요도 • 사업체 소유형태 및 규모 • 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태
2) 공예산업 제조·생산 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 대표 공예품·공예품 명/주 소재/주 용도/판매 가격/월 평균 제작량 • 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 어려움 • 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 중요도 • 사업체 운영을 위한 신규 공예품 개발 필요성/고려사항 • 2년 내 신규 공예품 출시, 디자인/기능 개선 경험/이유 • 사업체 공예품을 소비자가 선택하는 이유 • 제조품의 유통 경로/납품 시 애로사항 • 공예품의 주된 판매처 및 판매량이 높은 곳 • 국내 판로 개척 시 애로사항 • 공예 관련 교육 사업 <ul style="list-style-type: none"> - 운영 여부/내용/참가자/교육장 • 재교육 프로그램 참여 경험/대상/재교육 방법/애로사항 • 희망 재교육 프로그램 • 공예 및 사업정보의 직/간접적 습득 및 습득 경로 • 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부/목적/도움 수준 • 사업 형태

²⁸⁾ 본 설문은 문화체육관광부와 (재)한국공예·디자인문화진흥원에서 진행된 '2011~2015년 공예산업 실태조사' 연구보고서 설문조사 자료를 참조하여 작성되었음

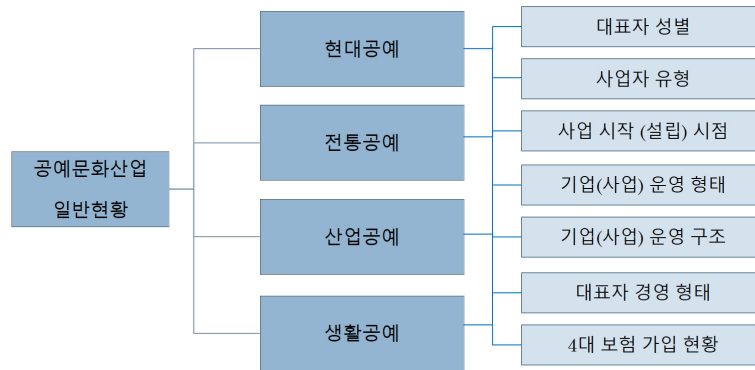
3) 공예산업 유통·판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 대표 공예품 <ul style="list-style-type: none"> - 공예품 명/주 소재/주 용도/제품 단가/월 평균 제작량 • 정기 거래처 보유 여부/정기 거래처 유형 • 공예 제품 유통 경로/납품 받을 때, 애로사항 • 유통 공예품의 주된 판매처 • 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 어려움 • 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 중요도 • 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 활동 경험/활용 경로 • 공예 및 사업정보의 직/간접적 습득 및 습득 경로 • 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부/목적/도움 수준 • 사업 형태
4) 수출·수입 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 공예 관련 제품 수출/수입 경험 • 공예 관련 제품 수출 시도 경험 • 공예품 수출 경험에 따른 애로사항 • 해외 개최 박람회 및 전시회 참여 경험 • 해외 유통 및 판매 사이트 등록 경험 • 해외수출 판로개척 및 판로확대 의향
5) 재무현황	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 매출액 및 2019년 예상 매출액 • 2018년 순수 공예 관련 매출액 비중 • 2018년 매출액 영역별 비중 (제조/유통) • 2018년 월 평균 사업체 운영 비용 • 사업체 운영 시, 내역별 지출 비중 • 2018년 자금 조달 방법 • 2018년 대비 2019년 자금 상황 • 사업체 운영 분야의 사업 전망/부정적 이유
6) 기술현황	<ul style="list-style-type: none"> • 인증·특허 취득 여부 및 건수 • 인증 및 특허 미취득 이유
7) 정부 및 지자체 지원현황	<ul style="list-style-type: none"> • 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 인지 및 활용 • 정책 및 지원사업의 사업체 도움 수준 • 공예산업 활성화를 위한 정비 지원 방안 • 정부, 자치단체로부터 희망하는 지원 내용 • 사업체 발전을 위한 정부, 지자체 지원 건의사항

2. 문항 구조 및 내용 설계

1) 고양시 공예산업 일반특성

- 일반특성은 대표자성별, 사업체 형태, 시작시점, 사업체 운영, 사업체 구조, 대표자 경영형태에 대해 공예범주별로 조사함

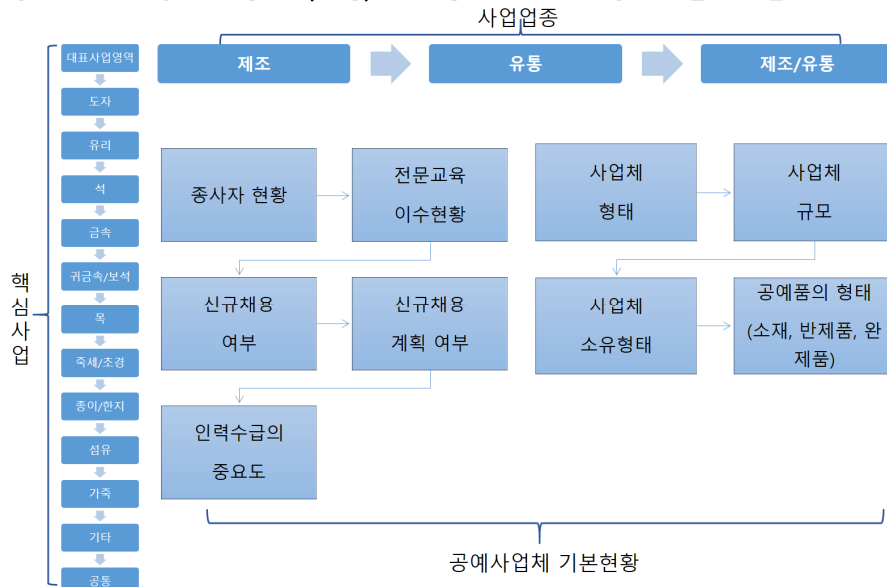
[그림 3-3] 고양시 공예산업 응답자 일반현황(2019년)



2) 공예산업 사업운영 기본현황

□ (업종)은 제조, 유통, 제조/유통 병행, (핵심사업)은 도자, 유리, 석, 금속, 귀금속/보석, 목, 축세/조경, 종이/한지, 섬유, 가죽, 기타, 공통, (공예인력)은 종사자수, 전문교육이수현황, 신규채용 현황, (사업체)는 유형, 규모, 소유형태, (공예품)은 소재, 반제품, 완제품 및 인력수급의 중요도로 함

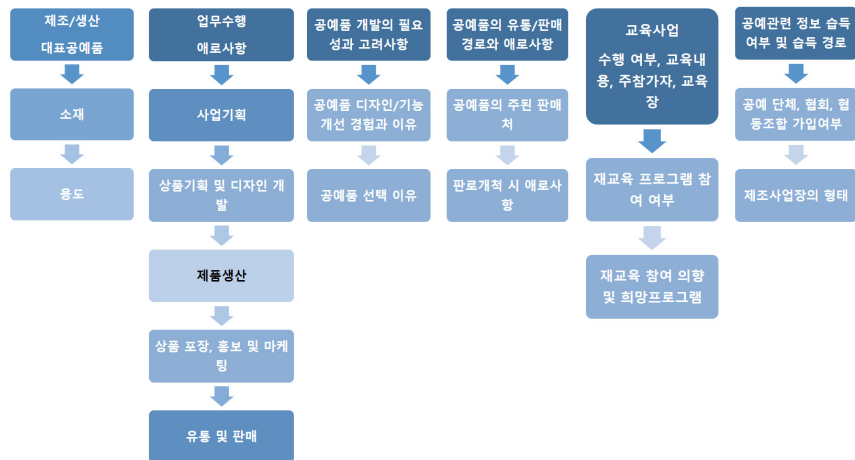
[그림 3-4] 공예산업 사업운영 기본현황-제조, 유통, 제조·유통과 소재에 따른 공예법주별 조사 설계



3) 공예산업 제조·생산 현황

- 제조·생산 현황에 대한 조사내용은 대표공예품, 애로사항, 공예품 개발의 필요성, 유통·판매 애로사항, 교육사업 병행여부, 정보취득 및 경로로 함

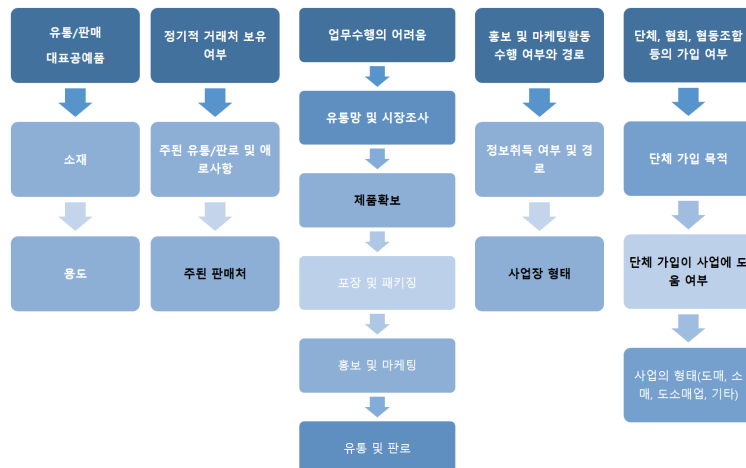
[그림 3-5] 공예산업 제조·생산 현황 조사 설계



4) 공예산업 유통·판매 현황

- 유통·판매 현황에 대한 조사내용은 대표공예품, 정기적 거래처 보유 여부, 홍보 및 마케팅 활동 수행여부, 단체 및 협회 가입여부로 함

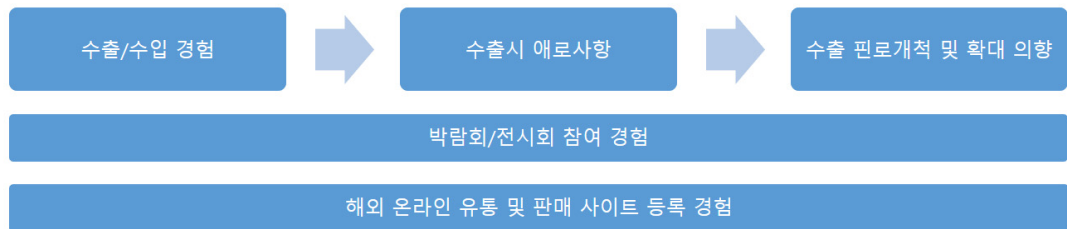
[그림 3-6] 공예산업 유통·판매 현황 조사 설계



5) 공예산업 수출·입 현황

- 조사내용은 수출·입 경험, 애로사항 및 판로개척으로 함

[그림 3-7] 공예산업 수출·입 현황 조사 설계



6) 공예산업 재무현황

- 조사내용은 재무현황, 자금조달방법, 자금사정현황 및 사업전망으로 함

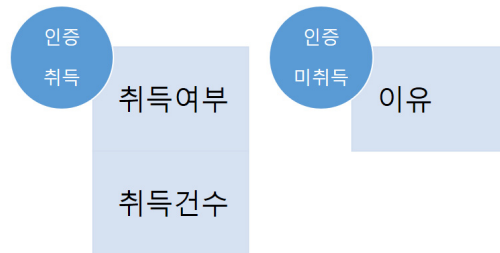
[그림 3-8] 공예산업 재무현황



7) 기술현황

- 조사내용은 인증 취득 여부와 미취득 사유로 함

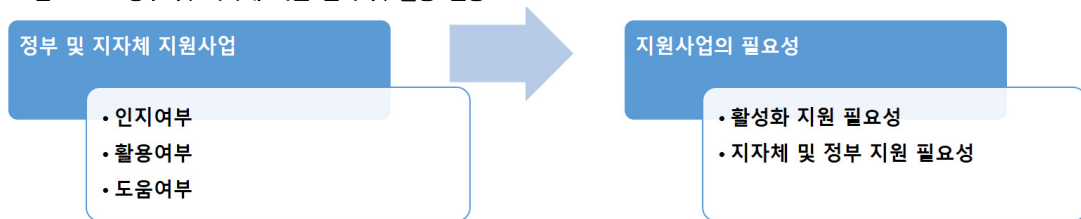
[그림 3-9] 공예산업 기술현황



8) 정부 및 지자체 지원현황

□ 조사내용은 정부 및 지자체 지원 사업 인지 및 활용 여부와 필요성으로 함

[그림 3-10] 정부 및 지자체 지원 인지 및 활용 현황



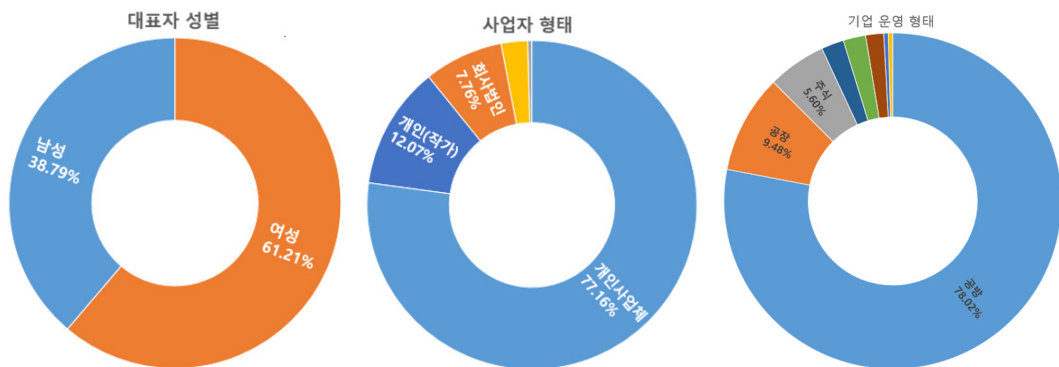
제4절 응답자 특성 및 일반현황

1. 고양시 공예산업 응답자 특성

1) 대표자 성별

- 고양시 공예산업 사업체 대표자 성별은 여성이 61.21%이었으며, 개인사업체가 77.16%를 차지하였고, 공방형태가 78.02%로 조사됨

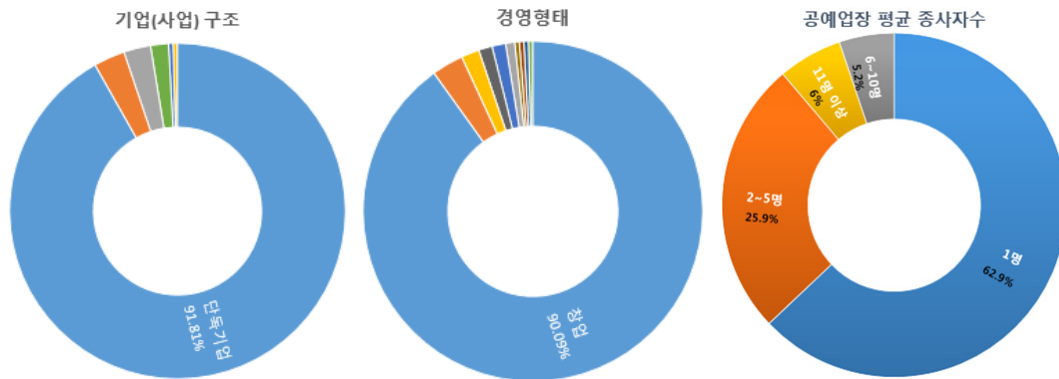
[그림 3-11] 고양시 공예산업 대표자성별, 사업자 유형 및 기업운영 형태(2019년)



2) 사업체 현황

- 공예산업 사업체 운영은 단독기업이 91.81%, 경영은 창업이 90%로 조사됨
- 공예산업 특성상 종사자수가 1명인 경우가 62.9%로 가장 많았으며, 2~5명이 25.9%인 것으로 조사됨. 11명 이상은 6%에 불과한 것으로 나타남

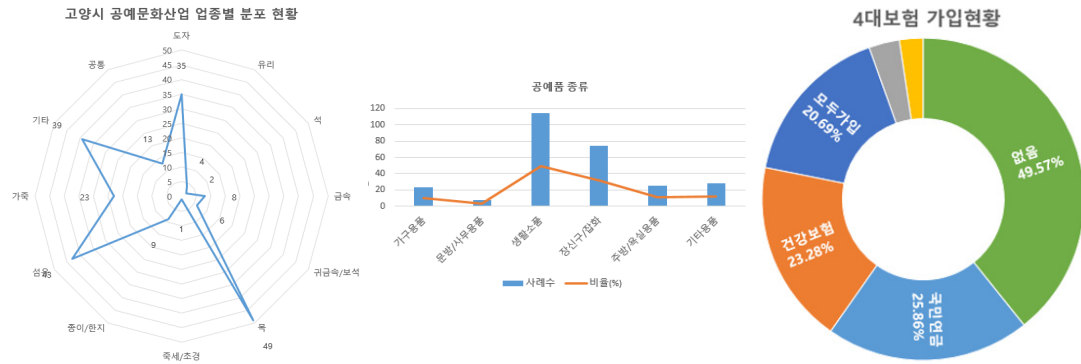
[그림 3-12] 고양시 공예산업 사업운영구조, 경영형태 및 종사자수(2019년)



3) 주요업종 및 공예품 종류

- 고양시 공예산업 주요업종은 목공예, 섬유공예, 기타공예제조업 및 도자공예 순임
 - 전체 232개 사업체 중에 목공예(49개, 21.1%), 섬유(43개, 18.5%), 도자(35개, 15.1%), 기타(제조업 39개, 16.8%), 가죽(23개, 9.9%), 공통(도소매, 서비스업 13개), 종이한지(9개), 금속(8개), 귀금속/보석(6개), 유리(4개), 석(2개) 및 죽세/초경(1개)으로 조사됨
- 공예품은 생활소품이 114개(49.1%)로 조사되어 가장 많은 것으로 나타났으며, 장신구/잡화(74개, 31.9%), 주방/욕실용품(25, 10.3%), 가구용품(23, 9.9%), 문방/사무용품(8개, 3.4%) 및 기타용품(28개, 12.1%)으로 조사됨
- 공예산업 범주로 현대, 취미, 산업공예가 80% 이상을 차지하는 것으로 조사되어 공예산업이 생활 및 산업공예 부분에서 많이 활성화되고 있는 것으로 볼 수 있음
- 49.6%는 4대 보험에 전혀 가입하지 않은 것으로 조사됨

[그림 3-13] 고양시 공예업종별 분포 및 4대보험 가입 현황(2019년)



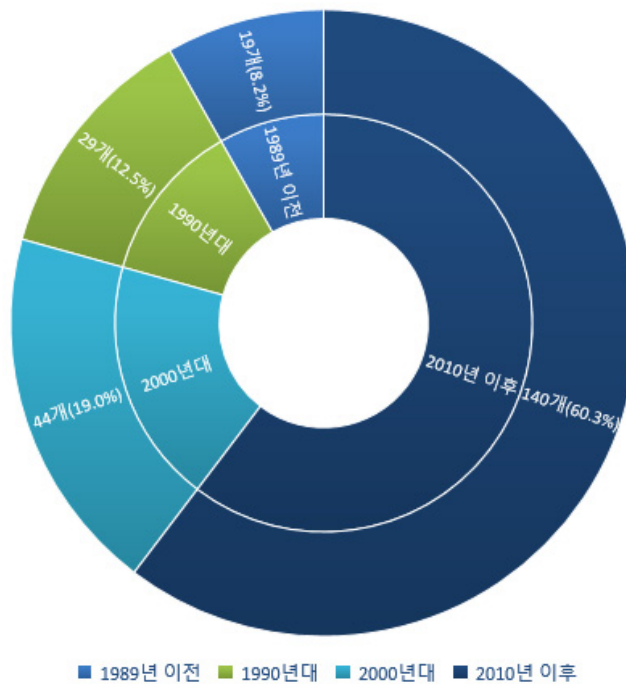
[표 3-8] 고양시 공예산업 응답자특성(2019년)

전체		결과		전체		결과	
		사례수(232)	100(%)			사례수(232)	100(%)
대표자 성별	남성	(90)	38.8	기업(사업) 운영 구조	단독기업	(213)	91.8
	여성	(142)	61.2		공장 지사 영업소	(7)	3.0
사업자 유형	개인사업체	(179)	77.2		본사 본점	(6)	2.6
	회사법인	(18)	7.8		협동조합	(1)	0.4
	회사 외 법인	(1)	0.4		사회적기업	(1)	0.4
	비법인 단체	(6)	2.6		개인간이사업자/개인셀러/개인공방	(4)	1.7
	개인	(28)	12.1	대표자 경영 형태	창업	(209)	90.1
사업 시작 (설립) 시점	1989년 이전	(19)	8.2		가업 계승	(7)	3.0
	1990년대	(29)	12.5		기업 인수	(2)	0.9
	2000년대	(44)	19.0		전문경영인	(4)	1.7
	2010년 이후	(140)	60.3		동업	(3)	1.3
	개인	(28)	12.1		취미	(1)	0.4
기업(사업) 운영 형태	공방	(181)	78.0		협회	(1)	0.4
	공장	(22)	9.5		개인경영	(1)	0.4
	주식	(13)	5.6		협동조합	(3)	1.3
	유한	(1)	0.4		수업 및 판매	(1)	0.4
	사단	(1)	0.4	4대 보험	국민연금	(60)	25.9
	협회	(5)	2.2		건강보험	(54)	23.3
	조합	(5)	2.2		고용보험	(9)	3.9
	사회적기업	(4)	1.7		산재보험	(7)	3.0
					모두	(48)	20.7
					없음	(115)	49.6

4) 공예산업 설립시기 및 운영기간

- 조사대상 232개중 140개(60.3%)가 2010년 이후 설립되었으며, 설립 시기는 1989년 이전 19개(8.2%), 1990년대 29개(12.5%) 및 2000년대 44개(19.0%)로 조사됨
- 조사대상의 공예산업 평균 운영기간은 12.05년으로 조사됨

[그림 3-14] 고양시 공예산업 설립시기에 따른 사업체 분포



2. 고양시 공예산업 일반 현황

1) 공예산업 일반 현황 조사결과

[표 3-9] 고양시 공예산업 일반현황 조사 결과(2019)

구분	세부 내용	결과	
		(사례 수)	비율
전체		(232)	100
공예범주	현대공예	(55)	23.7
	전통공예	(47)	20.3
	산업공예	(73)	31.5
	생활공예	(57)	24.6
업종	도자	(35)	15.1
	유리	(4)	1.7
	석	(2)	0.9
	금속	(8)	3.4
	귀금속/보석	(6)	2.6
	목	(49)	21.1
	죽세/초경	(1)	0.4
	종이/한지	(9)	3.9
	섬유	(43)	18.5
	가죽	(23)	9.9
	기타	(39)	16.8
	공통	(13)	5.6
종사자 수	1명	(146)	62.9
	2~5명	(60)	25.9
	6~10명	(12)	5.2
	11명 이상	(14)	6.0
공예품 용도(중복)	가구용품	(23)	9.9
	문방/사무용품	(8)	3.4
	생활소품	(114)	49.1
	장신구/잡화	(74)	31.9
	주방/욕실용품	(25)	10.8
	기타용품	(28)	12.1

[표 3-10] 공예업종 분류코드²⁹⁾

업종코드(중)			세부분류코드(소) ³⁰⁾
도자	도자 제조업	101	23211 가정용 및 장식용 도자기 제조업

²⁹⁾ 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전계서, pp. 1-213.

	도자 유통업	102	46433 가정용 요업제품, 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업
유리	유리공예 제조업	201	23191 가정용 유리제품 제조업 23199 그 외 기타 유리제품 제조업
	유리공예 유통업	202	46433 가정용 요업제품, 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업
석	석공예 제조업	211	23919 기타 석제품 제조업
	석공예 유통업	212	47859 그 외 분류안된 상품 전문 소매업
금속	금속공예 제조업	301	25912 금속단조제품 제조업 25999 그 외 금속가공제품 제조업 32091 금속가구 제조업 25943 금속선 가공제품 제조업 24321 알루미늄주물 주조업 24322 동주물 주조업 24329 기타 비철금속 주조업
	금속공예 유통업	302	47520 가구소매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업
귀금속 / 보석	귀금속/보석 제조업	311	33110 귀금속 및 관련제품 제조업 33120 모조 귀금속 및 모조 장신용품 제조업 27402 시계부품 제조업 24329 기타 비철금속 주조업
	귀금속/보석유통업	312	46492 시계 및 귀금속제품 도매업 47830 시계 및 귀금속 소매업
	귀금속관련 수리업	314	95392 시계, 귀금속 및 악기수리업
목	목공예 제조업	401	16292 주방용 및 식탁용 목제품 제조업 16293 장식용 목제품 제조업 16299 그 외 기타 나무제품 제조업 32022 나전칠기가구 제조업 32029 기타 목재가구 제조업
	목공예 유통업	402	47599 그 외 기타 분류안된 가정용품 소매점 46433 가정용 요업제품, 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업 46431 가정용 가구도매업 47520 가구소매업
죽세 / 초경	죽세/초경 공예 제조업	411	16302 돛자리 및 기타 조물제품 제조업 32029 기타 목재가구 제조업
	죽세/초경 공예 유통업	412	47599 그 외 기타 분류안된 가정용품 소매업 46692 벽지 및 장판류 도매업
종이 / 한지	종이/한지 공예 제조업	501	17129 기타 종이 및 판지 제조업
	종이/한지 공예 유통업	502	17909 그 외 기타 종이 및 판지제품 제조업 17229 기타 종이 상자 및 용기 제조업
섬유	섬유공예 제조업	601	13222 자수제품 및 자수용재료 제조업 13409 기타 섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업 13910 카펫, 마루덮개 및 유사제품 제조업 14130 한복 제조업 14499 그 외 기타 의복 액세서리 제조업 13109 기타 방직업
	섬유공예 유통업	602	46417 의복액세서리 및 모조장식품 도매업 47412 한복 소매업 47419 기타섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업 47411 가정용 직물제품 소매업

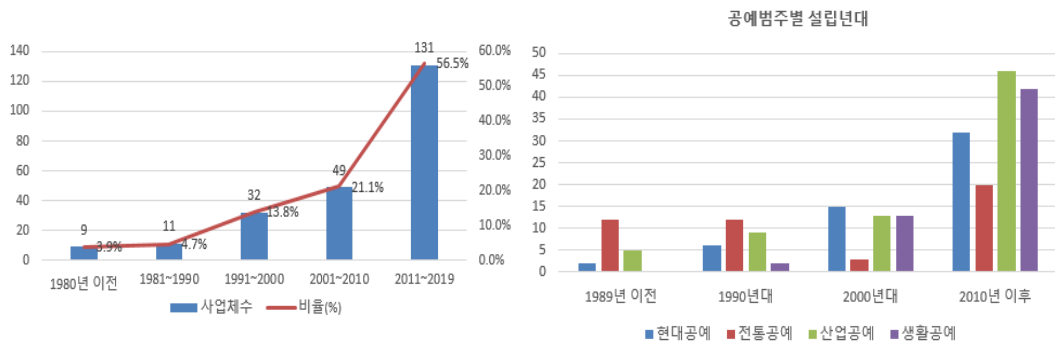
가죽	가죽공예 제조업	611	14202 천연모피제품 제조업 14203 인조모피 및 인조모피 제품 제조업 15121 핸드백 및 지갑 제조업 15129 가방 및 기타 보호용 케이스 제조업 15190 기타 가죽제품 제조업 14499 그 외 기타 의복액세서리 제조업 15211 구두류 제조업 15219 기타 신발제조업
	가죽공예 유통업	612	46416 가죽 및 모피제품 도매업 47430 가방 및 기타 가죽제품 소매업 47419 기타 섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업 46420 신발도매업
기타	기타공예 제조업	701	33932 조화 및 모조장식품 제조업 33999 그 외 기타 달리 분리되지 않는 제품 제조업
공통	종합 도소매업	803	47841 예술품 및 공동품 소매업 47842 관광민예품 및 선물용품 소매업
	전문기술 서비스업	805	73202 제품 디자인업 73203 시각 디자인업 73209 기타 전문디자인업

〈출처〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전개서, pp. 1-213

2) 공예산업 범주별 현황

- 공예산업 모든 범주에서 공예사업체의 수가 2010년 이후 급증하였으며, 2010년 이후 설립된 공예사업체 140개 중 85.7%가 현대, 산업 및 생활 공예로 조사됨

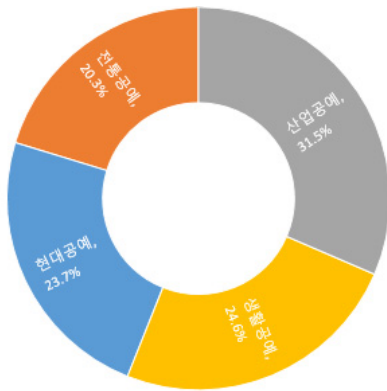
[그림 3-15] 고양시 공예산업 범주별 설립시기(2019년 조사)



- 2019년 현재 232개 업체 중 전통(20.3%), 산업(31.5%), 생활(24.6%) 및 현대(23.7%) 공예로 전통을 제외한 공예가 80% 이상을 차지하고 있는 것으로 조사됨

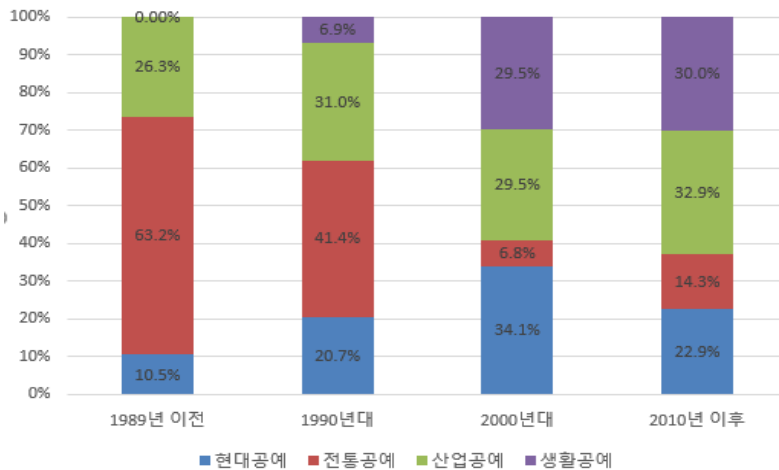
30) 통계청(2007) 제9차 한국표준산업분류표 참조

[그림 3-16] 고양시 공예산업 범주별 현황 (2019년)



- 1989년 이전 생활공예는 전무하였으며, 전통공예가 63.2%(12개)를 차지함
- 1990년대 전통 12개(41.4%), 현대 6개, 산업 9개 및 생활공예 2개가 증가함
- 2000년대 전통 3개(6.8%), 현대 15개(34.1%), 산업 13개(29.5%), 생활 13개(29.5%)가 증가함
- 2010년 이후 전통 40개(14.3%), 현대 32개(22.9%), 산업 46개(32.9%), 생활 42개(30.0%)로 전 범주에서 전체적으로 큰 폭 증가하였음
- 2019년 조사대상 232개 중 산업(31.5%), 생활(24.6%), 현대(23.7%), 전통(20.3%)로 조사됨

[그림 3-17] 고양시 공예산업 공예범주 연대별 분포(2019년 조사)



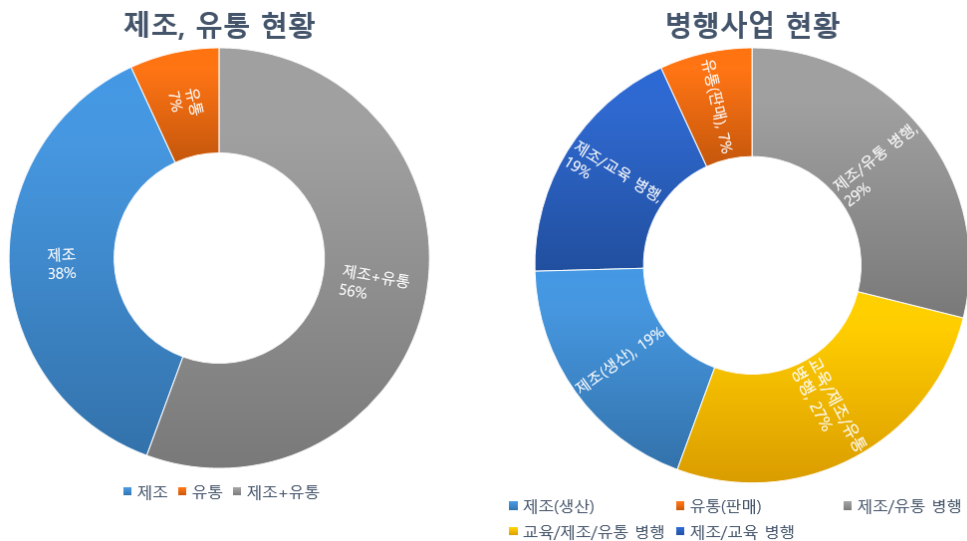
- 고양시 공예산업 사업체수 분포 변화는 1989년 이전까지는 전통공예, 1990년대 이후로는 산업, 현대, 생활공예가 성장하기 시작하여 2010년 이후 급증하였음

3) 주요 업종 형태

- 고양시 공예산업 주요 업종 분포는 제조와 유통을 병행하는 사례가 조사대상 중 총

- 129개로 56%를 차지하였으며, 제조가 87개(38%), 유통 16개(7%)를 차지함
- 고양시 공예산업체의 병행현황은 ‘제조·유통 병행’이 28.9%, ‘교육·제조·유통 병행’이 26.7%, ‘제조·교육’ 병행이 18.5%로 조사됨

[그림 3-18] 고양시 공예 제조, 유통, 병행 사업 현황(2019년)



- 응답자 특성별로 제조·유통 병행은 ‘금속’ 업종이 75.0%로 가장 높고, ‘목’ 57.1%, ‘유리’ 50.0% 순임

[표 3-11] 응답자 특성별 결과 - 주요 사업 영역

(단위: %)

구분	세부 내용	(사례 수)	제조(생산)	유통(판매)	제조/유통 병행	교육/제조/유통	제조/교육 병행
전체		(232)	19.0	6.9	28.9	26.7	18.5
공예사업 분류	현대공예	(55)	23.6	3.6	30.9	18.2	23.6
	전통공예	(47)	19.1	4.3	36.2	25.5	14.9
	산업공예	(73)	26.0	6.8	27.4	26.0	13.7
	생활공예	(57)	5.3	12.3	22.8	36.8	22.8

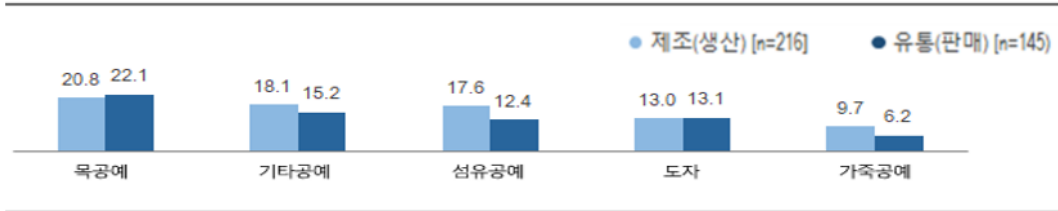
4) 업종별 핵심 사업 영역

- 제조·생산의 경우 ‘목공예’ 20.8%, ‘기타공예’ 18.1%, ‘섬유공예’ 17.6% 순임

□ 유통·판매는 ‘목공예’ 22.1%, ‘기타공예’ 15.2%, ‘도자’ 13.1% 순임

[그림 3-19] 결과 - 핵심 사업 영역

(단위 : %)

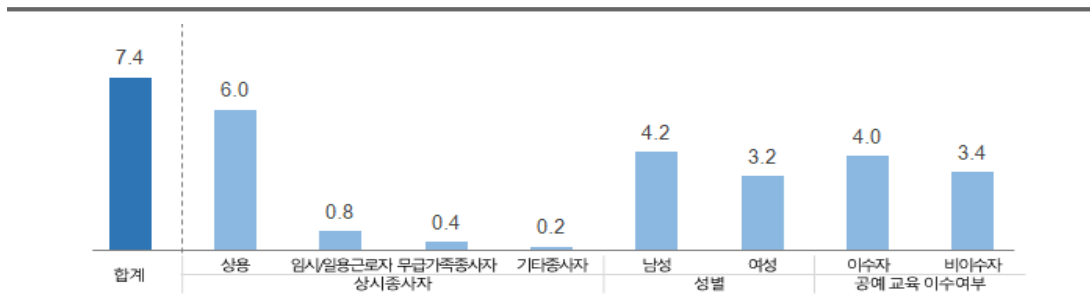


5) 종사자 수

□ 고양시 공예 산업 종사자는 전반적으로 5명 이하로, 평균 종사자수는 7.4명이며 이중 상용근로자는 6명, 남성 4.2명, 공예 교육 이수자가 4.0명으로 나타남

[그림 3-20] 결과 - 종사자 수

(전체, n=232 단위: 명)



[표 3-12] 응답자 특성별 결과 - 종사자 수

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	합계	상시종사자				성별		공예 교육 이수여부	
				상용	임시·일용근로자	무급가족종사자	기타종사자	남성	여성	이수자	비이수자
전체		(232)	7.4	6.0	0.8	0.4	0.2	4.2	3.2	4.0	3.4

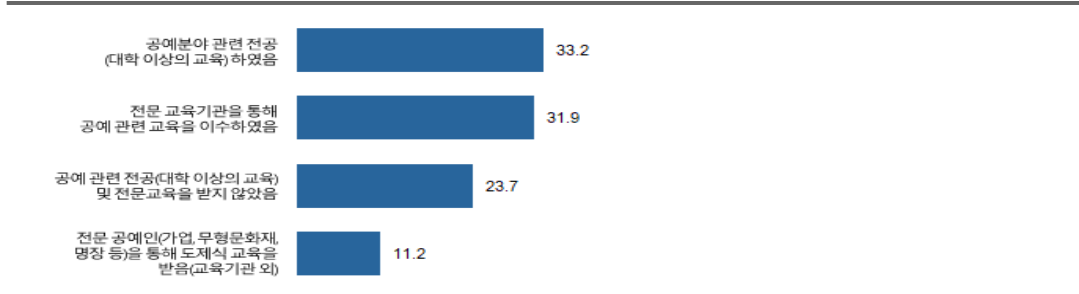
6) 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부

□ 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부는 대학 이상의 교육(33.2%)과 전

문 교육기관을 통한 이수(31.9%)자가 65.1%로 나타남

[그림 3-21] 결과 - 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부

(전체, n=232, 단위 : %)



□ 대표자의 공예분야 관련 전공(대학 이상의 교육)자는 '도자'가 62.9%로 가장 높음

[표 3-13] 응답자 특성별 결과 - 대표자의 공예 관련 전공 및 전문교육 이수 여부

(단위 : %)

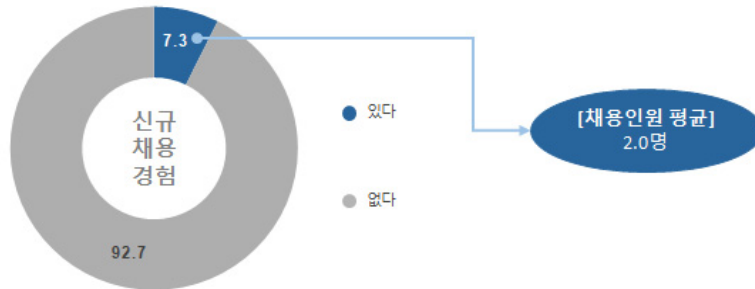
구분	세부 내용	(사례 수)	공예분야 관련 전공 (대학 이상의 교육) 하였음	전문 교육기관을 통해 공예 관련 교육을 이수하였음	공예 관련 전공 (대학 이상의 교육) 및 전문교육을 받지 않았음	전문 공예인(가업, 무형문화재, 명장 등)을 통해 도제식 교육을 받음 (교육기관 외)
전체		(232)	33.2	31.9	23.7	11.2
공예사업 분류	현대공예	(55)	50.9	14.5	32.7	1.8
	전통공예	(47)	36.2	21.3	14.9	27.7
	산업공예	(73)	28.8	34.2	28.8	8.2
	생활공예	(57)	19.3	54.4	15.8	10.5
업종	도자	(35)	62.9	17.1	14.3	5.7
	유리	(4)	50.0	0.0	25.0	25.0
	석	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
	금속	(8)	37.5	0.0	37.5	25.0
	귀금속/보석	(6)	50.0	50.0	0.0	0.0
	목	(49)	20.4	18.4	36.7	24.5
	죽세/조경	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0
	종이/한지	(9)	55.6	11.1	22.2	11.1
	섬유	(43)	20.9	46.5	25.6	7.0
	가죽	(23)	13.0	56.5	30.4	0.0
	기타	(39)	35.9	41.0	15.4	7.7
	공통	(13)	38.5	46.2	0.0	15.4

7) 2018년 기준 신규채용 경험

□ 2018년 신규채용 경험은 7.3%로 낮은 수준이며, 평균채용인원은 2.0명으로 조사됨

[그림 3-22] 결과 - 2018년 기준 신규채용 경험

(전체, n=232, 단위 : %, 명)



□ 신규채용 경험은 종사자 수가 '6~10명' 산업체가 41.7%로 가장 채용이 활발함

[표 3-14] 응답자 특성별 결과 - 2018년 기준 신규채용 경험

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	없다	있다
종사자 수	전체	(232)	92.7	7.3
	1명	(146)	98.6	1.4
	2~5명	(60)	91.7	8.3
	6~10명	(12)	58.3	41.7
	11명 이상	(14)	64.3	35.7

□ 반면, 채용인원 평균은 '유리' 업종 5.0명이 가장 많았고, 종사자 수는 '11명 이상'인 사업체의 채용인원이 3.6명으로 나타남

[표 3-15] 응답자 특성별 결과 - 2018년 채용인원

(단위 : 명)

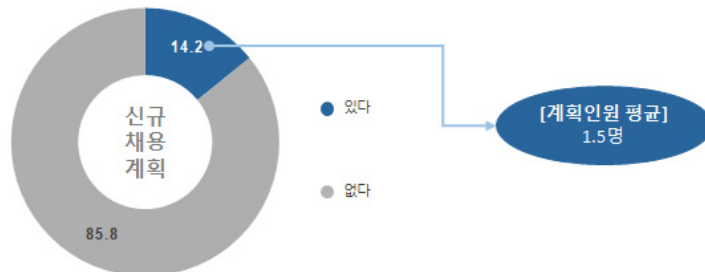
구분	세부 내용	(사례 수)	1명	2명	3명	5명	6명	▶평균◀
업종	전체	(17)	47.1	35.3	5.9	5.9	5.9	2.0
	도자	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2.0
	유리	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	5.0
	목	(3)	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	1.7
	종이/한지	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	섬유	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	1.3
	가죽	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	1.5
	기타	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	3.5
	공통	(3)	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	1.7
종사자 수	1명	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	2~5명	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	1.4
	6~10명	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	1.4
	11명 이상	(5)	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0	3.6

9) 신규채용 계획

□ 2019년 신규채용 계획은 14.2%의 기업이 평균 채용계획 인원은 1.5명으로 조사됨

[그림 3-23] 결과 - 신규채용 계획

(전체, n=232, 단위 : %, 명)



□ 신규채용계획은 종사자 수가 '6~10명'의 기업체가 50.0%로 가장 높게 조사됨

[표 3-16] 응답자 특성별 결과 - 신규채용 계획 유무

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	없다	있다
전체		(232)	85.8	14.2
종사자 수	1명	(146)	94.5	5.5
	2~5명	(60)	76.7	23.3
	6~10명	(12)	50.0	50.0
	11명 이상	(14)	64.3	35.7

□ 신규채용계획 평균은 '유리'가 5.0명, 종사자 수 '11명 이상'인 3.0명으로 조사됨

[표 3-17] 응답자 특성별 결과 - 신규채용 계획 인원

(단위 : 명)

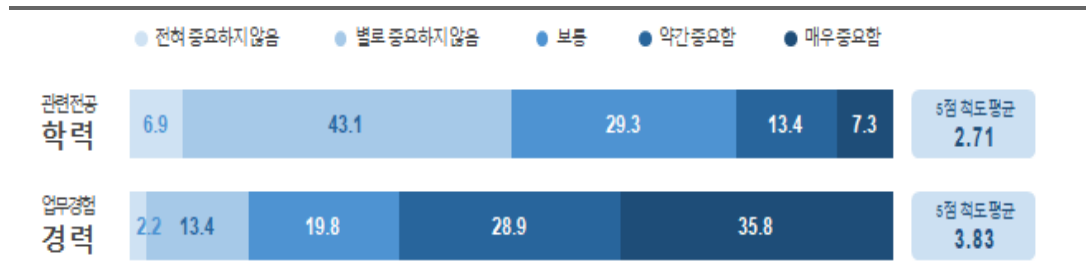
구분	세부 내용	(사례 수)	1명	2명	3명	5명	▶평균◀
전체		(33)	66.7	21.2	9.1	3.0	1.5
업종	도자	(6)	33.3	50.0	16.7	0.0	1.8
	유리	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	5.0
	귀금속/보석	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	목	(6)	66.7	16.7	16.7	0.0	1.5
	종이/한지	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	섬유	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	1.3
	가죽	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	기타	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	1.4
	공통	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	1.4
	1명	(8)	87.5	12.5	0.0	0.0	1.1
종사자 수	2~5명	(14)	78.6	14.3	7.1	0.0	1.3
	6~10명	(6)	66.7	33.3	0.0	0.0	1.3
	11명 이상	(5)	0.0	40.0	40.0	20.0	3.0

10) 신규채용 및 인력 주요 고려 사항

- 주요 고려사항은 ‘경력’ 64.7%이며, 반면 ‘학력’은 20.7%로 경력을 중요시함

[그림 3-24] 결과 - 신규채용 및 인력 수급 시 고려부분 중요도

(전체, n=232, 단위 : %)



- 경력에 대해 ‘석’ 업종은 모두 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, ‘종이/한지’ 또한 88.9%로 중요하게 고려함

11) 사업체 소유형태 및 규모

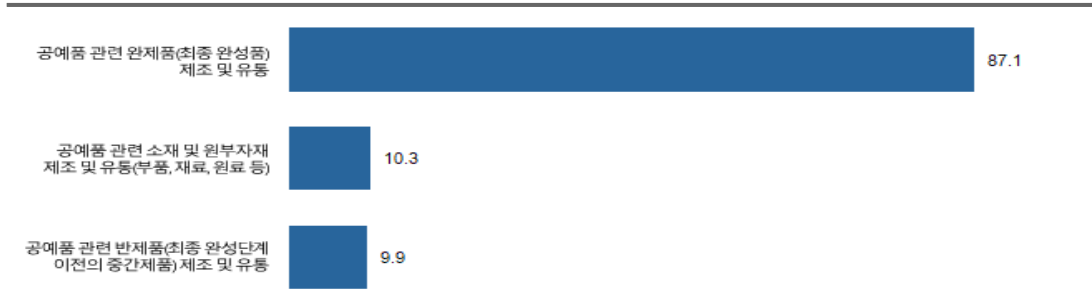
- 사업체 소유형태에 대해 공장/공방은 ‘소유’ 36.9%, ‘임차’ 63.1%로 조사됨
- 판매-직영의 경우, ‘소유’ 7.1%, ‘임차’ 92.9%로, 판매-유통은 ‘소유’ 22.7%, ‘임차’ 77.3%로 임차의 비율이 높은 것으로 조사됨

12) 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태

- 주 취급 공예 관련 제품 형태로는 ‘공예품 관련 완제품 제조 및 유통’이 87.1%로 가장 높게 나타남

[그림 3-25] 결과 - 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태

(n=232, 단위 : %, 복수응답)



□ 공예품 관련 완제품(최종 완성품) 제조 및 유통은 ‘석’, ‘금속’, ‘죽세/초경’, ‘종이/한지’ 업종이 각 100.0%로 가장 높게 나타남

[표 3-18] 응답자 특성별 결과 - 주 취급 공예품/공예 관련 제품 형태

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	공예품 관련 완제품 (최종 완성품) 제조 및 유통	공예품 관련 소재 및 원부자재 제조 및 유통(부품, 재료, 원료 등)	공예품 관련 반제품(최종 완성단계 이전의 중간제품) 제조 및 유통
공예사업 분류	전체	(232)	87.1	10.3	9.9
	현대공예	(55)	94.5	5.5	5.5
	전통공예	(47)	91.5	6.4	4.3
	산업공예	(73)	84.9	11.0	15.1
	생활공예	(57)	78.9	17.5	12.3
업종	도자	(35)	85.7	8.6	8.6
	유리	(4)	0.0	50.0	100.0
	석	(2)	100.0	0.0	0.0
	금속	(8)	100.0	0.0	0.0
	귀금속/보석	(6)	83.3	16.7	0.0
	목	(49)	91.8	8.2	12.2
	죽세/초경	(1)	100.0	0.0	0.0
	종이/한지	(9)	100.0	0.0	0.0
	섬유	(43)	88.4	9.3	7.0
	가죽	(23)	95.7	4.3	8.7
	기타	(39)	84.6	12.8	5.1
	공통	(13)	69.2	30.8	23.1
종사자 수	1명	(146)	91.1	6.2	2.7
	2~5명	(60)	85.0	8.3	16.7
	6~10명	(12)	91.7	25.0	25.0
	11명 이상	(14)	50.0	50.0	42.9
공예품 용도 (중복)	가구용품	(23)	78.3	13.0	13.0
	문방/사무용품	(8)	75.0	12.5	12.5
	생활소품	(114)	86.0	14.9	11.4
	장신구/집화	(74)	89.2	8.1	9.5
	주방/음식용품	(25)	88.0	8.0	12.0
	기타용품	(28)	78.6	17.9	10.7

제 4 장

2019년 고양시 공예산업 공예범주별 조사결과

제1절 전국 대비 고양시

제2절 고양시 공예범주별 특성

제3절 전통공예 대비 비(非) 전통공예의 실태

제4절 생활공예 실태

제절 전국 대비 고양시

1. 고양시 공예산업 전국³¹⁾ 대비 특성 비교

1) 공예산업 사업체 일반현황

- (공예 법주) 중 약 80%이상이 산업, 현대, 생활 공예에 종사하는 것으로 조사됨
- (업종) 고양시는 56%가 제조와 유통을 병행하고, 제조·생산에 38%, 유통·판로에 7%가 종사하고 있음. 46%가 제조 또는 유통과 교육을 병행하는 것으로 조사됨
- (창업시점) 2010년 이후 공예산업 사업체의 수가(140여개) 60.3% 증가 하였으며, 대부분 창업기업(90.1%)으로 개인사업자로, 대표자 성별은 여성(61.2%)으로 조사
- (종사자수) 사업체 평균 종사자 수는 7.4명, 상용근로자 수는 6명, 신규인력 채용계획은 1.5명이며, 채용 시 주요 고려사항은 경력 및 경험으로 조사됨
- (사업장 유형) 주로 공방(78.2%)유형으로 조사되었으며, 소유가 36.9%로 조사됨

[표 4-1] 공예산업 사업체 일반현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)

조사항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성	조사항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성
공예산업 법주	전통	20.3%	-		사업체 종류	개인 사업체	77.2%	97.1%	98.7% (대구, 경북)
	산업	31.5%	-			회사 법인	7.8%	2.4%	4.3% (인천/ 경기)
	현대	23.7%	-			회사 외 법인	0.4%	0.3%	
	생활	24.6%	-			비 법인 단체	2.6%	0.1% ⁽³²⁾	
공예산업 구성	제조/생산	38%	33.7%			개인	12.1% ⁽³³⁾		
	유통/판매	7%	66.3%		사업체 평균종사자 수		7.4명 (3.11) ⁽³⁴⁾	1.8명	전국 비해 높음

31) 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전거서, pp. 1-213; 2019년 현재 공예산업 전국 실태조사 자료는 가장 최근 자료로 2015년 공예산업 실태조사 자료를 사용함

	제조+유통	56%	-	제조 유통 병행		상용 근로자	6명 (81.1%)	16명 (84.2%)	전국 비례 높음
사업시작 시점	1980년 이전	3.9% (9개)	5.0%		고용 형태별	무급 가족 종사자	0.2명 (2.7%)	0.2명 (11.4%)	
	1981~1990	4.7% (11개)	10.0%			일용 근로자	0.8명 (10.8%)	0.1명 (3.8%)	
	1991~2000	13.8% (32개)	23.2%		공예 관련 전문교육 이수현황	이수 종사자	33.2% (65.1%) ³⁵⁾	21.2%	
	2001~2010	21.1% (49개)	41.0%			업종	도자 (62.9%) > 유리 > 석 / 보석 / 보석 순	족세 / 초경 > 목 > 귀금속 / 도자 > 유리 순	도자 > 유리 > 귀금속
	2011~2019	56.5% (131개)	20.8%(2011~2015)	급증		신규인력	채용 경험	7.3%(2.0명)	2.7%(1.3명)
	제조+교육	19%	- ³⁶⁾	교육 병행	채용 계획		14.2%(1.5명)	2.7%(1.4명)	
교육사업 병행현황	제조+유통+교육	27%	-	교육 병행	채용 주요 고려 사항	경력 및 관련 경험	64.7%	55.2%	
	대표자 성별	남성	38.7%	53.4%		여성 비율 높음	전공	20.7%	17.8%
대표자 경영형태	창업	여성	61.2%	46.6%	사업장 유형		공방	78.2%	-
		가업계승	3%	2.3%		공장	9.48%	-	
	기업인수	기업인수	0.9%	2.0%	사업장 소유형태	소유	36.9%	-	
		전문경영인	1.72%	0.8%		임차	63.1%	-	
	협동조합	1.29%	-						
	등업	1.29%	-						

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전게서, pp. 1-213

2) 제조·생산 공예사업체 현황

□ (대표공예품) 가방>액자>도자, (용도)는 생활소품>장신구/잡화>기타용품, (소재)

32) 사업자 미등록자, 판매를 목적으로 하지 않는 개인작가 및 단순 취미활동 등에 대해서는 조사 대상에서 제외

33) 사업자 미등록자, 판매를 목적으로 하지 않는 개인작가 및 단순 취미활동 등에 대해서는 조사 대상에 포함

34) 종사자가 500명, 350명, 151명인 3개의 기업을 제외한 평균 종사자 수, 종사가 1인 기업은 146개로 조사됨

35) 대학 이상의 교육을 이수한 경우 33.2%, 전문 교육기관을 통한 이수자가 31.9%로 총 65.1%로 조사됨

36) 「2014년 공예산업 실태조사」 수행 시 공예 관련 교육사업 만을 운영하는 사업체의 출현이 극히 드물어, 「2015년 공예산업 실태조사」 조사에서는 대상 업종에서 제외됨.

목>섬유>가죽으로 조사됨

- (판매) 직판 형태로 공방 내 매장에서 이뤄지며, 유통·판로확보에 어려움을 호소함
- (교육) 일반인 대상, 취미 목적의 교육사업 운영 비율이 높음. 장소는 사업장내 공방
- (재교육) 공예 종사자들의 재교육 욕구가 높았으며, 경험은 25.5%로 전국 4.7%에 비해 월등히 높음. 재교육은 지역 내 공예 전문기관 및 조합/협회 등을 통해 이루어짐
- (신규제품 개발 및 트렌드) 시장의 변화에 높은 관심과 재교육 선호도가 높음
- (정보습득 및 교류) 요구가 높으며 주로 동종사업체 및 주변지인을 통해서 이루어지고 있음. 단체 및 협회 가입(45.8%)자 중 정보교류를 목적으로 하는 경우가 68.7%로 이들 중 단체 및 협회로 부터 도움을 받았다는 경우가 68.7%로 조사됨

[표 4-2] 공예산업 제조/생산 공예사업체 특성 고양시(2019년) VS 전국(2015)

주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성	주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성
대표 공예품	종류	가 방 (10.8%)> 액 자 (6.5%)> 도 자 기 (4.2%)	한복 및 관련제품 (26.1%)> 귀 금 속 (16.9%)> 생활자기 (7.3%)> 액세서리 (6.1%)		교육사업 운영 내용	취미 교육	64.8%	63.7%	
	용도	생활소품 (41.2%)> 장 신 구 / 잡 화 (30.4%)> 기타용품 (10.1%)	장 신 구 / 잡 화 (37.1%)> 한 복 (17.8%)> 생활소품 (12.6%)> 주 방 / 욕 실 용 품 (12.0%)			자격증 취득 전문교육	15.2%	11.0%	
	소재	목2.5%)> 섬 유 (19.6%)> 가 죽 (13.2%)	섬 유 (33.3%)> 귀 금 속 / 보 석 (23.1%)> 목 (13.9%)> 도 자 (11.9%)> 금 속 (7.3%)			1화성 체험교육	10.5%	18.1%	
	원산지		국 내 (80.7%)> 국 외 (19.3%)			전문가를 위한 재교육	2.8%	7.2%	

판로	직접 판매	78.2%	70%			일반인	82.9%	74.0%	
판매 애 로사항	과도한 원가절감	25.5%	36.0%	(유통입 장)제품의 품질수준 (38.4%)	교육사업 참여자	창업 희망자	6.7%	6.9%	
	까다로운 품질기준	19.1%	34.1%	(유통입 장)과도한 원가요구 (28.6%)		공예 종사자	3.8%	8.9%	
	과도한 이익배분	19.1%	10.9%	(유통입 장)과도한 이익배분 (10.7%)	교육장소	사업장 내 공방	81.9%	75.2%	
	유통판매 업체 정보/ 초기판로 확보	14.9%	-			문화센터 및 직업 교육센터	4.8%	8.0%	
주된 판매처 (복수 응답) > (1순위)	공방 내 매장	50.0%	-			운영매장	3.8%	6.2%	
	종합포털 사이트	6.0%	-			초/중/고 등학교	3.8%	4.7%	
	플리/ 프리마켓	14.4%	-		재교육 프로그램	참여 경험	25.5%	4.7%	
판로개척 애로사항 (복수 응답) > (1순위)	각종 초기 비용 문제	44.9%	-			대표자 참여	76.4%	92.5%	
	과도한 원가 절감 요구	13.9%	-			지역 내 공예 전문기관	21.8%	16.8%	
	복잡한 서류 절차	9.3%	-			조합 및 협회	21.8%	24.0%	
업무 난이도 (복수 응답) > (1순위)	유통 및 판매 판로확보	28.2%	22.8%		재교육 참여방법	학위과정	14.5%	10.7%	
	상품 기획 및 디자인 개발	23.1%	48%			한국공예 디자인문 화진흥원	9.1%	13.3%	
	제품생산	14.4%	16.9%			평생교육 원	-	11.4%	
신규제품 개발	필요성	76.4%	74.3%			시설 학 원 및 아 카데미	14.5%	11.0%	
신규제품 고려사항	트렌드	53.9%	40.9%			전통교육 센터	12.7%	9.7%	
	제품 디자인	20.0%	20.0%		희망 재교육 프로그램	공예 트렌드 관련	32.4%	29.1%	
	제품 실용성	16.4%	15.7%			제품 디자인 및 품질향상	21.8%	42.7%	
	전통성	5.5%	21.4%			정부 정책 및 지원 제도	15.7%	12.9%	
신규제품 디자인/ 기능	개선 경험 있는 경우 (2년 이내)	-	23.8%		정보습득	주변지인 또는 동종 사업체	27.7%	54.4%	

	디자인 개선	22%	35.3%			공예 관련 및 단체	22%	17.4%	
	시장의 변화	53.1%	30.3%			인터넷	39.3%	14.8%	
	실용성 강화	12.4%	22.4%		단체 및 협회	가입률	45.8%	24.9%	
	회사 정체성 강화	5.5%	8.0%		단체 및 협회 가입목적	지역 내 해당 업종 정보교류	68.7%	52.8%	
소비자 제품 선호 이유	독특한 디자인	44.4%	25.0%			업체의 홍보/마케팅 판로의 확대	16.2%	4.5%	
	제품의 품질	16.2%	16.3%			가입단체의 지원 및 혜택을 위해	8.1%	1.0%	
	합리적인 가격	15.3%	22.8%			업체 간 친목		41.1%	
	제품의 용도	10.6%	27.9%		단체 및 협회 도움 정도	어느 정도 도움	61.6%	66.1%	
교육사업 운영 비율	사업 운영	48.6%	8.5%			많은 도움	7.1%	1.5%	

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전게서, pp. 1-213

3) 유통·판매 공예사업체 현황

- (대표공예품) 가방>도자>액자, (용도)는 생활소품>장신구/잡화>기타용품, (소재)목>섬유>도자 순임
- (판로) 직판이 71.7%로 업체 소유의 판매장에서 주로 이루어짐. 플리/프리마켓을 통한 판매는 9.0%, 전시회/박람회를 통한 경우는 5.5%로 조사됨
- (홍보/마케팅) 판로확보에 관심이 높으며, 정보취득은 온라인이 32.5%, 단체/협회 가입목적은 정보교류(67.6%)로 조사됐으며, 도움 되고 있는(64.9%) 것으로 조사됨

[표 4-3] 공예산업 유통/판매 공예사업체 특성 고양시(2019년) VS 전국(2015)

주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성	주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성
대표 공예품	종류	가 방 (6.8%)> 도 자 기 (4.9%)> 액 자 (4.4%)	귀 금 속 (21.1%)> 침 구 류 (8.7%)>액 세 서 리 (7.9%)>한 복 및 관 련 제품 (7.5%)		홍보/ 마케팅 활동	경험	49.7%	-	종 이/ 한 지 75.0%
	용도	생 활 소 품 (42.7%) >장신구 / 잡 화 (22.8%) >기타용 품 (13.6%)	장신구/잡 화 (40.8%)> 생활소품 (14.0%)> 주방/욕실 용 품 (10.6%)> 가구용품 (8.2%)		경로	온 라 인 홍보	54.2%	-	
	소재	나무(목 공 예) 24.3%)> 섬 유 (17.0%) > 도 자 (15.0%)	섬 유 (27.6%)> 귀 금 속 (24.3%)> 목 (13.2%)> 금 속 (10.3%)> 도 자 (8.1%)			주변 지 인을 통해	36.1%	-	
정기거래처	보유	33.1%	-	유리>귀 금속/보 석>목> 주세/초 경>기타 업종		사업체에 서 보유 한 홈페이지 를 통해	20.8%	-	
정리거래처 유형	공예 제품 유통(판매) 업체	83.3%	-		공예 및 사업정보 직·간접 적 취득	경험	78.6%	39.7%	유리
유통/판매 경로	고 객 에 게 직접 판매	71.7%	93.3%	귀 금 속/ 보석>종 이/한지> 문방/사 무용품	정보 취 득 경로	인터넷을 통해	32.5%	13.4%	
	유통/판매 업체 납품	24.1%	5.7%			공예 관 련 협회 및 단체	28.1%	10.2%	
	제조/생산 업체 납품	4.1%	1.0%			동종 사 업체	27.2%	54.0%	
납품경로	유통/판매 업체를 통 해 공예 제 품 확보	-	73.7%			이용고객	-	16.5%	

	제조생산업체에서 납품	-	26.3%		공예 단체 협회 협동조합 가입 여부	가입비율	51.0%	18.9%	종이/한지 75.0%
주요 판매처 (복수응답) >(1순위)	업체 소유 판매장	44.8%	94.3%		가입목적	정보교류	67.6%	49.8%	
	플리/프리마켓	9.0%	0.1%			판로확대	14.9%	9.2%	
	종합포털사이트	6.9%	0.7%			지원혜택	9.5%	4.2%	
	박람회/축제/페어/전시회 장소	5.5%	0.3%			업체 간 친목	5.4%	36.3%	
	관광기념품/전통공예 판매장	4.1%	11.1%			대량생산	1.4%	0.5%	
	대형 할인마트	2.1%	3.2%		도움 정도	많은 도움	6.8%	3.4%	
	백화점	0.7%	1.3%			어느 정도 도움	58.1%	61.5%	
업무수행 중요도	유통판매	46.2%	65.2%			그저 그렇다	29.7%	31.8%	
	제품 확보	20.0%	6.4%		사업형태	전혀 도움 안됨	5.4%	3.2%	
	유통망 및 시장조사	15.9%	15.8%			소매업	46.2%	-	
	홍보 및 마케팅	13.8%	10.9%			도소매업 모두	44.1%	-	

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전개서, pp. 1-213.

4) 공예사업체 재무현황

- (총 매출액) 평균은 14,631만원(2천만원 미만인 27.2%, 2천~5천만원 15.1%)
 - 전국 매출액 평균은 10,397만원임(2천만원 미만인 15.1%, 2천~5천만원 사이가 29.7%), 전국 매출 순이익은 월간 276만원, 연간 3,312만원으로 조사됨(2015년)
- (매출영역) 제조/생산이 52.4%, 교육이 23.7%, 유통이 22.7%로 조사됨
 - 전국의 경우 제조/생산이 83.5%, 교육 1.9%, 유통 14.0%로 고양시와 차이가 있음
- (운영비용) 운영비용은 1,290만원(년)으로 월평균 약 100만원 내외로 조사됨
 - 비용은 재료/설비 구입비가 37.7%, 인건비, 임대료 순으로 조사됨
- (자금조달) 자기자본조달이 86.2%로, 자금상황은 곤란이 51.3%로 나타남

[표 4-4] 공예산업 재무현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)

주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성	주요항목		고양시 (2019)	전국 (2015)	고양시 특성
총 매출액	매출액/년	14,631만 원	10,397만 원	-	운영비용	월평균	1,290만 원	609만원	-
	2 천 만 원 미만	27.2%	15.1%	-		50 만 원 이하	14.2%	-	-
	2 천 만 원~5천만 원 미만	15.1%	29.7%	-		51~100 만원	20.7%	24.2%	-
	5 천 만 원~1억원 미만	5.6%	23.2%	-		101~200 만원	16.4%	16.2%	-
	1억원 이 상	19.4%	24.6%	-		201~500 만원	12.5%	-	-
매출 순이 익	월간	-	276만원	-	501~1,00 0만원	9.1%	-	-	
	연간	-	3,312만원	-		1,001만 원 이상	10.8%	-	-
매출 영역 별 비중	제조/생산	52.4%	83.5%	-	영역별 비중	재 료 / 설 비 구입	37.7%	45.6%	-
	교육	23.7%	1.9%	-		인건비	22.7%	23.7%	-
	유통(도/ 소매)	22.7%	14.0%	-		임대료	22.4%	18.4%	-
내수/수출	내수	97.2%	99.1%	-	자금조달 방법	자기자본 조달	86.2%	89.5%	-
	수출	2.8%	0.9%	-		금융기관 대출	7.7%	9.4%	-
						정부정책 자금	4.0%	0.5%	-
					자금상황	곤 란 (매 우 곤 란 포함)	51.3%	52.6%	-
						원활	12.0%	1.5%	-

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전개서, pp. 1-213.

5) 공예사업체 수출입현황

- (수출입 경험) 대다수가 없으며, 판로개척 및 원가경쟁의 어려움을 호소함
- (해외 전시회/박람회) 참여 경험은 고양시가 6.5%로 높게 조사되었음(전국 1.3%).
해외 판로 개척의향은 고양시의 경우 22.0%(전국 4.3%)로 높게 나타남

[표 4-5] 공예산업 수출입경험: 고양시(2019년) VS 전국(2015)

		고양시(2019)	전국(2015)	고양시 특성
수출/수입 경험	없음	89.2%	96.6%	-
	수출	4.3%	2.1%	금속 12.5%
	수입	3.4%	1.2%	유리 25.0%
	수출/수입	3.0%	0.1%	유리 25.0%
수출시도 경험	시도경험	4.7%	28.5%	금속 28.6%
수출시 애로사항	판로개척(정보부족)	37.0%	15.7%	귀금속/보석>섬유
	서류절차	18.5%	17.7%	-
	원가경쟁의 어려움	11.1%	28.5%	-
	품질/안전성 검사	11.1%	5.3%	-
해외 전시회/박람회	참여 경험	6.5%	1.3%	종이/한지
	참여 평균 횟수	4.3회	-	도자(6.3회)
해외 판로개척 의향	있다	22.0%	4.3%	금속>주방/목실용품

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전게서, pp. 1-213.

6) 공예사업체 기술현황

- (상표등록 및 특허 등록) 각각 11.6%로 전국 평균보다 높았으며, 기능인 비율 9.9%, 실용신안 취득 비율도 9.5%로 전국 평균보다 높게 나타남. 지적재산권에 대한 고양시 공예인의 관심은 높은 것으로 파악됨
- (지적재산권 미취득 이유) 중요성을 알지 못하는 경우가 45.4%이었으며, 자격미달 9.2%로 조사됨. 전국 평균의 경우 자격미달이 34.8%로 조사됨
 - 고양시에 숨은 장인이 많은 것으로 해석될 수도 있고, 인증/특허 등록을 시도하지 않은 경우가 많은 것으로도 해석 될 수 있음

[표 4-6] 공예산업 기술현황: 고양시(2019년) VS 전국(2015)

		고양시(2019)	전국(2015)	
인증/특허 취득 비율	상표등록	11.6%	2.1%	유리, 금속
	특허등록 인증제	11.6%	1.4%	유리, 금속
	기능인	9.9%	1.3%	-
	실용신안	9.5%	1.0%	-
IP 미취득 이유	중요성을 알지 못해	45.4%	58.4%	-
	비용 때문	17.9%	0.7%	-
	자격요건이 되지 않아서	9.2%	34.8%	-
	시간이 오래 걸려서	8.7%	1.3%	-
	복잡해서	7.0%	2.8%	-
	절차를 몰라서	6.1%	1.9%	-

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전게서, pp. 1-213.

7) 공여사업체 지자체 및 중앙정부 지원 수혜현황 및 만족도

- (지자체 및 정부 지원) 인지도는 45.2%로 전국 평균 24.5%에 비해 높게 나타났으며, 활용도는 22.9%(전국 8.5%)로 조사됨
- (도움이 된다)는 의견이 66.7%로 나타났으며, 판매·유통망 강화, 정책적 보호/세제 지원 등에 만족도가 높은 것으로 조사됨
- (희망 지원) 자금 지원 및 투자로 조사됨

[표 4-7] 공여산업 지자체 및 중앙정부 지원 수혜현황 및 만족도: 고양시(2019년) VS 전국(2015)

		고양시(2019)	전국(2015)	
인지도	알고 있음	45.2%	24.5%	금속, 종이/한지 11명 이상 종사자
활용여부	활용	22.9%	8.5%	유리 6-10명 종사자
도움수준	도움 됨	66.7%	65.9%	종이/한지, 공통
	도움 안됨	8.3%	21.9%	
지원방안	판매·유통망 강화	40.9%	52.8%	종이/한지 66.7%
	정책적 보호/세제지원	25.4%	24.6%	
	조합·업체간 공동브랜드 개발	8.2%	8.1%	
희망하는 지원 내용	자금 지원 및 투자	44.0%	30.6%	
	홍보 및 마케팅	25.4%	36.4%	
	국내 판로	7.3%	19.5%	

〈자료〉 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전개서, pp. 1-213.

제2절 고양시 공예범주 특성

1. 공예산업 공예범주별 특성 비교

1) 공예산업 공예범주별 특성 현황

- (공예범주) 조사대상은 현대 23.6%, 전통 19.1%, 산업 26.0%, 생활 5.3%임
- (사업시작 시점) 2011년 이후 급증, 생활공예가 71.9%, 산업공예는 60.3% 증가함
- (교육사업 병행) 생활공예가 36.8%로 가장 많은 것으로 조사됨
- (대표자 성별) 현대(61.8%)와 생활공예(84.2%)에서 여성이 많은 것으로 조사됨
- (대표자 경영형태) 모든 범주에서 창업으로 나타났으며, 개인사업체로 운영되고 있고, 공장보다는 공방 형태로 운영되는 것으로 조사됨
- (전문교육) 이수자는 현대가 50.9%로 가장 많았으며, 전통이 36.2%, 생활이 19.3%로 가장 낮았음. 교육 분야는 전 범주에서 도자가 가장 많았음

[표 4-8] 공예산업 사업체 일반현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
공예산업구성	제조/생산	23.6%	19.1%	26.0%	5.3%
	유통/판매	3.6%	4.3%	6.8%	12.3%
	제조+유통	30.9%	36.2%	27.4%	22.8%
사업시작 시점	1980년 이전	1.8%(1개)	14.9%(7개)	1.4%(1개)	0
	1981~1990	1.8%(1개)	10.6%(5개)	6.8%(5개)	0
	1991~2000	10.9%(6개)	27.7%(13개)	12.3%(9개)	7.0%(4개)
	2001~2010	32.7%(18개)	8.5%(4개)	19.2%(14개)	22.8%(13개)
	2011~2019	52.7%(29개)	38.3%(18개)	60.3%(44개)	71.9%(41개)
교육사업 병행현황	제조+교육	18.5%	14.9%	26%	22.8%
	제조+유통+교육	26.7%	25.5%	13.7%	36.8%
대표자 성별	남성	38.2%(21개)	53.2%(25개)	47.9%(35개)	15.8%(9개)
	여성	61.8%(34개)	46.8%(22개)	52.1%(38개)	84.2%(48개)
대표자 경영형태	창업	98.2%(54)	87.2%(41)	8.9%(62)	91.2%(52)
	기업계승	0.0%	8.5%(4)	4.1%(3)	0.0%
	기업인수	0.0%	0.0%	2.7%(2)	0.0%
	전문경영인	0.0%	4.3%(2)	1.4%(1)	1.8%(1)
	협동조합	0.0%	0.0%	4.1%(3)	0.0%
	동업	1.8%(1)	0.0%	0.0%	3.5%(2)

사업체 형태	개인사업체	78.2%(43)	80.9%(38)	75.3%(55)	75.4%(43)
	회사법인	5.5%(3)	4.3%(2)	13.7%(10)	5.3%(3)
	회사외 법인	0.0%	0.0%	1.4%(1)	0.0%
	비법인단체	0.0%	4.3%(2)	4.1%(3)	1.8%(1)
	개인	16.4%(9)	10.6%(5)	5.5%(4)	15.7%(10)
기업(사업)운영	공방	85.5%(47)	83%(39)	67.1%(49)	63.0%(46)
	공장	9.1%(5)	10.6%(5)	12.3%(9)	5.3%(3)
사업체 평균종사자 수 ³⁷⁾		24명	5.0명	10.3명	16명
고령형태별	상용근로자 ³⁸⁾	1.7명	2.7명	8.3명	1.2명
	무급가족종사자	0.1명	1.2명	0.2명	0.2명
	일용근로자	0.3명	1.1명	1.5명	0.2명
공예관련 전문교육 이수현황	이수 종사자	50.9%	36.2%	28.8%	19.3%
	업종	도자(16.4%)>기타(12.7%)>섬유(9%)	도자(35.3%)>종이(17.6%)	도자(6.8%)=섬유(6.8%)>나무·목공예(5.5%)	기타(8.8%)>도자(3.5%)=나무·목공예(3.5%)=섬유(3.5%)
신규인력	채용 경험	7.3%	4.3%	9.6%	7%
	채용 계획	9.1%	10.6%	17.8%	17.5%
채용 주요 고려사항	경력 및 관련 경험	63.6%	78.7%	61.6%	57.9%
	전공	16.4%	25.5%	17.8%	24.6%
사업체 소유형태	공방	85.5%(47)	83%(39)	67.1%(49)	63.0%(46)
	공장	9.1%(5)	10.6%(5)	12.3%(9)	5.3%(3)
사업장 소유형태	소유	32.1%	31.1%	43.3%	38.8%
	임차	67.9%	68.9%	56.7%	61.2%

2) 제조·생산 공예사업체의 공예범주별 특성 현황

- (대표 공예품) 현대는 액자(10.7%), 전통은 도자기(9.7%), 산업은 가방(15.2%) 및 생활도 가방(15.7%)로 조사됨. 주로 이용되는 소재는 현대는 섬유(30.7%), 전통은 나무(37.1%), 산업은 가죽(31.3%) 및 생활은 섬유(30.9%)로 조사됨
- (산업과 생활공예) 대표 공예품은 가방으로 조사되었으나 주로 사용되는 소재는 산업은 가죽, 생활은 섬유로 구분되는 것으로 추측됨
- (판매) 모든 범주의 공예에서 직판으로 이루어짐
- (교육사업) 취미교육 형태로 생활공예 인력이 다수 배출되고 있는 것으로 파악됨
- (재교육) 프로그램의 참여 욕구는 전통을 제외한 나머지 분야에서 높게 나타남

37) 생활공예 사업체중 근무자 500명이 있는 사업체는 제외

38) 생활공예 사업체중 근무자 500명이 있는 사업체는 제외

- 현대, 산업, 생활의 경우 트렌드 등에 매우 민감하고 관심이 높았음
- 전통공예의 경우 진입장벽이 높아 일반인의 관심과는 거리가 있는 것으로 보임
- 나머지 범주의 공예산업은 2011년 이후 급격히 증가된 것으로 볼 때 많은 일반인들이 관심을 가지고 사업을 시작하고자 하는 것으로 보임

□ (단체 및 협회) 가입비율은 전 범주에서 40% 후반에서 50% 초반으로 나타났으며, 산업공예가 가장 많이(71.9%) 도움을 받는 것으로 나타남

[표 4-9] 제조/생산 공예사업체의 공예범주별 특성: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
대표 공예품	종류	액자(10.7%)>가방(9.3%)>인형(8.0%)>	도자기(9.7%)>액자(4.8%)>액세서리(3.2%)	가방(15.2%)>액자(6.1%)=지갑(6.1%)	가방(15.7%)>액자(4.3%)
	용도	생활소품(50.7%)>장신구/잡화(28.0%)>주방/욕실용품(10.7%)	생활소품(40.3%)>기타용품(17.7%)>장신구/잡화(16.1%)	생활소품(35.4%)>장신구/잡화(35.4%)>가구용품(11.1%)	생활소품(40.0%)>장신구/잡화(38.6%)>기타용품(12.9%)
	소재	섬유(30.7%)>도자기(17.3%)>나무·목공예(16.0%)	나무·목공예(37.1%)>도자(12.9%)>종이(11.3%)	가죽(31.3%)>나무·목공예(26.3%)>섬유(15.2%)	섬유(30.0%)>나무·목공예(11.4%)>가죽(10.0%)
판로	직접 판매	81.1%	71.1%	70.6%	92.0%
판매 애로사항	과도한 원가절감	30.0%	23.1%	25.0%	25.0%
	까다로운 품질기준	30.0%	15.4%	15.0%	25.0%
	과도한 이익배분	20.0%	23.1%	20.0%	0.0%
	유통·판매업체 정보/초기판로 확보	10.0%	15.4%	20.0%	0.0%
주된 판매처 (복수응답)>(1순위)	공방 내 매장	52.8%	53.3%	44.1%	52.0%
	종합포털사이트	9.4%	6.7%	5.9%	2.0%
	플리/프리마켓	15.1%	6.7%	11.8%	24.0%
판로개척 애로사항 (복수응답)>(1순위)	각종 초기 비용 문제	45.3%	42.2%	45.6%	46.0%
	과도한 원가 절감 요구	13.2%	13.3%	16.2%	12.0%
	복잡한 서류 절차	7.5%	15.6%	7.4%	8.0%
업무 난이도 (복수응답)>(1순위)	유통 및 판매 판로확보	32.1%	17.8%	30.9%	30.0%
	상품 기획 및 디자인 개발	24.5%	24.4%	23.5%	20.0%
	제품생산	7.5%	24.4%	13.2%	14.0%
신규제품 개발	필요성	75.5%	82.2%	69.1%	82.0%
신규제품 고려사항	트렌드	50.0%	59.5%	53.2%	53.7%
	제품 디자인	20.0%	16.2%	19.1%	24.4%
	제품 실용성	20.0%	2.7%	21.3%	19.5%
	전통성	0.0%	21.6%	2.1%	0.0%
신규제품 디자인기능 (1순위)	개선 경험 있는 경우(2년 이내)	77.4%	66.7%	66.2%	58.0%

	디자인개선	24.4%	20.0%	20.0%	24.1%
	시장의 변화	56.1%	56.7%	48.9%	51.7%
	실용성 강화	9.8%	10.0%	15.6%	13.8%
	회사 정체성 강화	4.9%	6.7%	6.7%	3.4%
소비자 제품 선호 이유 (1순위)	독특한 디자인	47.2%	40.0%	41.2%	50.0%
	제품의 품질	18.9%	11.1%	22.1%	10.0%
	합리적인 가격	15.1%	22.2%	11.8%	14.0%
	제품의 용도	9.4%	8.9%	13.2%	10.0%
교육사업 운영 비율	교육 사업 운영	43.4%	42.2%	42.6%	68.0%
교육사업 운영 내용	취미 교육	73.9%	47.4%	65.5%	67.6%
	자격증 취득 전문교육	13.0%	26.3%	13.8%	11.8%
	1회성 체험교육	4.3%	10.5%	6.9%	17.6%
	전문가를 위한 재교육	4.3%	10.5%	0.0%	0.0%
교육사업 참여자	일반인	78.3%	73.7%	89.7%	85.3%
	창업희망자	13.0%	5.3%	3.4%	5.9%
	공예중사자	0.0%	10.5%	0.0%	5.9%
교육장소	사업장 내 공방	82.6%	89.5%	79.3%	79.4%
	문화센터 및 직업교육센터	8.7%	0.0%	6.9%	2.9%
	운영매장	0.0%	0.0%	3.4%	8.8%
	초/중/고등학교	8.7%	0.0%	3.4%	2.9%
재교육 프로그램	참여 경험	28.3%	15.6%	26.5%	30.0%
	대표자 참여	80.0%	85.7%	55.6%	93.3%
재교육 참여방법 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	지역 내 공예 전문기관	26.7%	28.6%	11.1%	26.7%
	조합 및 협회	13.3%	0.0%	44.4%	13.3%
	학위과정	13.3%	42.9%	11.1%	6.7%
	한국공예디자인문화진흥원	6.7%	0.0%	16.7%	6.7%
	평생교육원	13.3%	0.0%	5.6%	6.7%
	시설 학원 및 아카데미	20.0%	0.0%	22.2%	6.7%
	전통교육센터	13.3%	14.3%	22.2%	0.0%
희망 재교육 프로그램	공예 트렌드 관련	41.5%	28.9%	25.0%	36.0%
	제품 디자인 및 품질향상	18.9%	26.7%	26.5%	14.0%
	정부 정책 및 지원 제도	13.2%	13.3%	16.2%	20.0%
정보습득	주변지인 또는 동종사업체	32.6%	30.6%	26.9%	20.5%
	공예 관련 협회 및 단체	15.2%	38.9%	23.1%	12.8%
	인터넷	43.5%	22.2%	42.3%	46.2%
단체 및 협회	가입률	49.1%	44.4%	47.1%	42.0%
단체 및 협회 가입목적	지역 내 해당 업종 정보교류	57.7%	90.0%	65.6%	66.7%
	업체의 홍보/마케팅 판로의 확대	15.4%	10.0%	21.9%	14.3%
	가입단체의 지원 및 혜택을 위해	7.7%	0.0%	9.4%	14.3%
	업체 간 친목	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%
단체 및 협회 도움 정도	어느 정도 도움	57.7%	55.0%	71.9%	57.1%
	많은 도움	7.7%	5.0%	6.3%	9.5%

3) 유통·판매 공예사업체의 공예범주별 특성 현황

□ (대표 공예품) 현대는 인형(10.3%), 전통은 도자기(8.5%), 산업은 가방(9.1%) 및

생활도 가방(11.1%)으로 조사됨

- (정기거래처) 보유 비율은 현대 41.4%, 전통 35.5%, 산업 38.6%로 조사되었으며, 생활은 19.5%로 거래처 확보가 다른 범주에 비해 떨어지는 것으로 조사됨
- (유통/판매) 업체 납품 비율도 현대, 전통, 산업은 30% 내외로, 생활은 9.8%로 조사됨. 업체에서 거래되는 비율도 현대(83.3%), 전통 (100%), 산업 (94.1%)은 높은 반면, 생활공예는 37.5%만 거래되는 것으로 조사됨
 - 생활공예의 경우 상품의 질이 담보되지 않으면 정기거래처 보유가 힘들고 판로확보에 있어 어려움이 있을 것으로 추측됨. 또한 판로에 대한 정보 취득에 있어 타 공예산업에 비해 취약하여 애로가 있을 것으로 추측됨
- (정보취득) 경로는 전통(7.7%)을 제외하고는 모두 인터넷이 가장 높은 것으로 조사됨. 전통공예의 경우 단체 및 협회를 통한 정보 취득률이 53.8%로 조사됨

[표 4-10] 유통/판매 공예사업체 공예범주별 특성 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
대표 공예품	종류	인형(10.3%)>가구(7.7%)=액자(7.7%)	도자기(8.5%)>액세서리(4.3%)	가방(9.1%)>지갑(6.1%)	가방(11.1%)>액자(5.6%)>의류(3.7%)
	용도	생활소품(53.8%)>장신구/잡화(25.6%)>가구용품(10.3%)	생활소품(31.9%)>기타용품(21.3%)>주방/욕실용품(17.0%)	생활소품(43.9%)>장신구/잡화(21.2%)>기타용품(12.1%)	생활소품(42.6%)>장신구/잡화(29.6%)>기타용품(16.7%)
	소재	섬유(28.2%)>도자(23.1%)>나무목공예(20.5%)	나무·목공예(36.2%)>도자(17.0%)>금속(10.6%)	나무·목공예(27.3%)>가죽(22.7%)>도자(15.2%)	섬유(29.6%)>특수소재(13.0%)=나무·목공예(13.0%)
정기거래처	보유	41.4%	35.5%	38.6%	19.5%
정기거래처 유형	공예 제품 유통(판매) 업체	83.3%	100.0%	94.1%	37.5%
유통/판매 경로	고객에게 직접 판매	65.5%	67.7%	63.6%	87.8%
	유통/판매업체 납품	31.0%	29.0%	29.5%	9.8%
	제조/생산업체 납품	3.4%	3.2%	6.8%	2.4%
주요 판매처 (복수응답)>(1순위)	업체소유 판매장	41.4%	54.8%	38.6%	46.3%
	플리/프리 마켓	10.3%	6.5%	6.8%	12.2%
	종합포털사이트	6.9%	9.7%	9.1%	2.4%
	박람회/축제/페어/전시회 장소	10.3%	0.0%	6.8%	4.9%
	관광기념품/전통공예 판매장	3.4%	3.2%	2.3%	7.3%
	대형 할인마트	0.0%	3.2%	4.5%	0.0%
	백화점	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%

업무수행 중요도 (1순위)	유통 판매	51.7%	38.7%	54.5%	39.0%
	제품 확보	10.3%	35.5%	18.2%	17.1%
	유통망 및 시장조사	17.2%	16.1%	13.6%	17.1%
	홍보 및 마케팅	20.7%	3.2%	9.1%	22.0%
홍보/마케팅 활동	경험	62.1%	61.3%	47.7%	34.1%
경로 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	온라인 홍보	66.7%	42.1%	52.4%	57.1%
	주변 지인을 통해	33.3%	31.6%	42.9%	35.7%
	사업체에서 보유한 홈페이지를 통해	33.3%	10.5%	23.8%	14.3%
공예 및 사업정보 직·간접적 취득	경험	86.2%	83.9%	77.3%	70.7%
정보 취득 경로	인터넷을 통해	36.0%	7.7%	35.3%	48.3%
	공예 관련 협회 및 단체	12.0%	53.8%	35.3%	10.3%
	동종 사업체	36.0%	30.8%	20.6%	24.1%
	이용고객	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%
공예 단체 협회 협동조합 가입 여부	가입비율	58.6%	54.8%	56.8%	36.6%
가입목적	정보교류	47.1%	82.4%	68.0%	73.3%
	판로확대	11.8%	17.6%	16.0%	13.3%
	지원혜택	11.8%	0.0%	12.0%	13.3%
	업체간 친목	23.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	대량생산	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%
도움 정도	많은 도움	5.9%	11.8%	4.0%	6.7%
	어느 정도 도움	52.9%	47.1%	68.0%	60.0%
	그저 그렇다	29.4%	41.2%	20.0%	33.3%
	전혀 도움 안됨	11.8%	0.0%	8.0%	0.0%
사업형태	소매업	41.4%	54.8%	36.4%	53.7%
	도소매업 모두	48.3%	29.0%	54.5%	41.5%

4) 공예산업 범주별 재무현황

- (총매출액) 산업공예가 18,324만원으로 가장 많았으며, 현대 17,494만원, 전통이 11,406만원 및 생활공예는 6,362만원으로 조사됨
- (매출 영역) 전 범주에서 제조/생산 약 50%, 교육 약 25%, 유통 약 25%로 조사됨
- (운영 비용) 중위 값에 의하면 월평균 100~150만원이 제일 많은 것으로 조사됨. 자금상황은 생활공예가 64.9%로 가장 어려운 것으로 조사됨
- (생활공예) 매출이 낮음에도 불구하고 재료비, 운영비, 임대료 등은 타 공예와 비슷한 비용이 소요되어 자금상황이 매우 어려울 것으로 추측됨

[표 4-11] 공예산업 범주별 재무현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
총 매출액	매출액/년	17,494만원	11,406만원	18,324만원	6,362만원
	2천만원 미만	25.5%	27.7%	26.0%	29.8%
	2천만원~5천만원 미만	14.5%	14.9%	11.0%	21.1%
	5천만원~1억원 미만	12.7%	6.4%	2.7%	1.8%
	1억원 이상	16.4%	31.9%	21.9%	8.8%
매출 영역별 비중	제조/생산	52.1%	54.3%	54.0%	48.6%
	교육	24.9%	20.5%	20.6%	29.6%
	유통(도/소매)	20.7%	24.2%	24.7%	20.8%
내수/수출	내수	95.2%	98.4%	97.5%	97.6%
	수출	4.8%	1.6%	2.5%	2.4%
운영 비용	월평균	714만원	582만원	1,832만원	1,890만원
	월평균 중위값	100만원	100만원	50만원	100만원
	50만원 이하	10.9%	12.8%	17.8%	14.0%
	51~100만원	25.5%	21.3%	15.1%	22.8%
	101~200만원	14.5%	19.1%	12.3%	21.1%
	201~500만원	10.9%	14.9%	12.3%	12.3%
	501~1,000만원	12.7%	19.1%	5.5%	1.8%
	1,001만원 이상	9.1%	8.5%	17.8%	5.3%
운영 영역별 비중	재료/설비 구입비	40.6%	35.3%	34.0%	41.9%
	인건비	20.2%	24.1%	27.4%	17.6%
	임대료	24.4%	22.4%	20.8%	22.4%
자금조달 방법	자기자본조달	88.9%	83.2%	86.2%	86.5%
	금융기관대출	7.9%	7.9%	7.4%	7.8%
	정부정책자금	2.6%	6.4%	5.2%	1.7%
자금상황	곤란(매우곤란 포함)	47.3%	44.7%	47.9%	64.9%
	원활	14.5%	21.3%	6.8%	8.8%

5) 공예산업 범주별 수출입현황

- 수출·입 경험 및 시도경험은 현대공예가 가장 높았으며, 애로사항은 판로개척에 있어 정보부족을 지적하였으며, 현대와 생활공예는 서류절차의 복잡성을 지적함
- 해외전시 참가경험은 전통공예가, 실제 참가는 현대공예가 6회로 가장 높았음
- 해외 판로개척 의향은 현대가 가장 높았으며, 타범주의 공예도 20% 내외로 조사됨

[표 4-12] 공예산업 범주별 수출입경향: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
수출/수입 경험	없음	85.5%	85.1%	91.8%	93.0%
	수출	3.6%	10.6%	1.4%	3.5%
	수입	5.5%	4.3%	2.7%	1.8%
	수출/수입	5.5%	0.0%	4.1%	1.8%
수출시도 경험	시도경험	6.0%	4.8%	4.3%	3.7%
수출시 애로사항	판로개척 (정보부족)	50.0%	28.6%	42.9%	20.0%
	서류절차	25.0%	0.0%	14.3%	40.0%
	원가경쟁의 어려움	12.5%	28.6%	0.0%	0.0%
	품질/안전성 검사	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%
해외 전시회/박람회	참여 경험	7.3%	12.8%	2.7%	5.3%
	참여 평균 횟수	6.0회	3.0회	2.5회	1.3회
해외 판로개척 의향	있다	29.1%	19.1%	21.9%	17.5%

6) 공예산업 범주별 기술현황

- 생활공예는 상표등록, 특허, 기능인 및 실용신안 취득에 있어 가장 낮은 분포를 보임
- 지적재산권 취득에 대해 전통공예와 생활공예는 중요성을 알지 못해 취득을 하지 않은 경우가 50%를 상회하는 것으로 나타남. 지적재산권 취득에 대한 홍보와 지원 등이 필요할 것으로 보임. 지원 시에는 지적재산권에 대한 지분 설정 등을 통해 고양시의 사회적경제 사업 등의 다양한 운영 방안의 모색도 기대됨

[표 4-13] 공예산업 범주별 기술현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
인증/특허 취득 비율	상표등록	10.9%	14.9%	13.7%	7.0%
	특허등록 인증제	7.3%	19.1%	13.7%	7.0%
	기능인	7.3%	17.0%	9.6%	7.0%
	실용신안	7.3%	10.6%	12.3%	7.0%
IP 미취득 이유	중요성을 알지 못해	35.2%	50.0%	45.8%	50.9%
	비용 때문	27.8%	17.4%	16.7%	10.5%
	자격요건이 되지 않아서	14.8%	6.5%	9.7%	5.3%
	시간이 오래 걸려서	5.6%	6.5%	12.5%	8.8%
	복잡해서	7.4%	10.9%	4.2%	7.0%
	절차를 몰라서	5.6%	4.3%	4.2%	10.5%

7) 공예산업 범주별 지자체 및 중앙정부 지원 수혜현황 및 만족도

- 지자체 및 정부지원 수혜에 대한 만족도는 전통공예가 가장 높은 것으로 나타남

- 지자체 지원을 인지한 공예가 중 이에 대한 활용도는 산업공예가 31.3%로 가장 높았으며 전통공예는 인지도 34%로 가장 높았으나, 활용도는 26.9%로 낮았음
- 지원에 대한 긍정적 응답은 전통에서 가장 높았고, 모든 범주에서 긍정적으로 조사됨
- 지원방안으로는 판매, 유통망 강화에 대한 요구가 높았으며, 전통공예의 경우 조합·업체 간 공동브랜드 개발지원에 대한 요구가 다른 범주에 비해 높았음
- 희망하는 지원 내용으로는 자금지원, 홍보 및 마케팅 및 국내판로 개척 순으로 나타남. 생활공예의 경우 국내판로 개척에 대한 요구가 높았음

[표 4-14] 공예산업 범주별 지자체 및 중앙정부 지원 수혜 현황: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

주요항목		현대공예	전통공예	산업공예	생활공예
인지도	알고 있음	3.6%	34.0%	9.6%	3.5%
활용여부	활용	12.5%	26.9%	31.3%	17.4%
도움수준	도움 됨	66.7%	85.7%	60.0%	50.0%
	도움 안됨	0.0%	14.3%	0.0%	25.0%
지원방안 (1순위)	판매·유통망 강화	49.1%	44.7%	32.9%	40.4%
	정책적 보호/세제지원	23.6%	25.5%	28.8%	22.8%
	조합·업체간 공동브랜드 개발	3.6%	12.8%	9.6%	7.0%
희망하는 지원 내용	자금 지원 및 투자	50.9%	42.6%	42.5%	40.4%
	홍보 및 마케팅	23.6%	29.8%	26.0%	22.8%
	국내판로	7.3%	8.5%	2.7%	12.3%

2. 공예산업 공예범주별 특성 요약

[표 4-15] 공예산업 공예범주별 특성 요약: 고양시(2019년) - 현대 vs 전통 vs 산업 vs 생활

공예범주	비율(%)	특성 총평
산업공예	26.0	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액이 가장 많고, 평균종사자수가 10.3명으로 다른 공예에 비해 많으며, 상용근로자가 8.3명으로 높음. 신규인력 채용 경험도 9.6%로 가장 높고, 채용 계획도 17.8%로 가장 높음. • 다른 범주의 공예산업은 주로 공방 형태로 이루어지는 반면 산업공예는 12.3%가 공장 형태로 운영되고 있음. 사업장 소유도 43.3%로 가장 높음. 산업공예는 4개의 공예범주 중 경제적으로 가장 안정적인 것으로 파악됨. 일자리창출 및 소득향상 등 지역경제 활성화 관점에서 공예산업을 연계 시에는 산업공예의 육성이 가장 적합할 것으로 파악됨. • 주요판매처는 종합포털사이트로 이용률이 타 범주에 비해 높음(9.1%). 매출액의 경우 5천만 원 이상 1억 원 이하가 27%, 1억 원 이상이 21.9%로 48.9%가 5천만 원 이상의 매출을 내고 있는 것으로 조사됨. 2019년 예상 매출액은 공예사업에 따라 '산업공예'가

		222,025,000원으로 가장 높고, 운영비 중 인건비 비중이 타 범주에 비해 가장 높음
생활공예	5.3	<ul style="list-style-type: none"> 대표공예품은 가방이며, 소재는 섬유임. 2011년 이후 급격히 증가(71.9%) 하였으며, 대표자 성별을 여성이 84.2%를 차지하고 있음. 사업체 평균 종사자수가 10.4명으로 많은 것으로 나타났음. 교육 사업은 모든 범주의 공예에서 취미교육을 중심으로 이루어지고 있음. 플리/프리마켓(12.2%)을 타 공예산업에 비해 주된 판매처로 활용하고 있으며, 정기거래처 보유 비율(19.5%) 및 유통판매업체 이용률(37.5%)은 가장 낮은 것으로 조사됨. 국내 판로개척에 대한 요구가 높았음. 제품의 질 등이 보증되거나 담보되지 않아 판로확보에 어려움이 있는 것으로 파악됨. 업무수행의 중요도에서 홍보 및 마케팅을 가장 높게 제시함(22.0%). 재무현황은 매출액 평균이 6,362만원으로 가장 낮으며, 운영비용은 월평균 1,890만원으로 가장 높음. 운영비용은 101~200만원 구간이 가장 많음(21.1%). 따라서 자금상황이 가장 좋지 않으며 (64.9%), 가장 원활(8.8%)하지 않은 상황임. 생활공예의 경우 매출은 낮은 반면 재료비, 운영비, 임대료 등은 타 공예와 같은 비용이 소요되어 자금상황이 매우 어려울 것으로 추측됨
현대공예	23.6	<ul style="list-style-type: none"> 2001년 이후 85.7%가 설립되었으며, 여성 비율이 높으며, 전문교육을 이수한 종사자 비율(50.9%)이 가장 높으며, 제조에서의 대표공예품은 액자이고 소재는 섬유임. 유통판로확보에 가장 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남. 최근 2년 이내 신규제품 및 디자인 등의 경험이 가장 많았으며(77.4%), 공예 트렌드 관련하여 재교육에 대한 희망이 가장 높았음(41.5%). 유통되고 있는 대표 공예품은 인형으로 소재는 섬유로 나타남. 박람회/축제/전시회 등에서 판매에 관심이 많으며, 업무수행의 중요도는 유통/판매로 함. 판매경로 중에 사업체에서 보유한 홈페이지를 통한 판매율(33.3%)이 타 범주에 비해 높은 것으로 조사됨. 매출액은 17,494만원으로 산업공예 다음으로 높았으며, 월평균 운영비용은 51~100만원 사이가 가장 많았음(25.5%). 사업체 평균종사자는 2.4명이며, 상용근로자수는 1.7명으로 가장 낮음. 해외 판로개척 의향이 29.1%로 현대공예가 가장 높았음. IP 미취득 사유로 비용 때문이라는 비율이 높았음
전통공예	19.1	<ul style="list-style-type: none"> 남성 종사 비율(53.2%)이 높았으며, 타 범주와 달리 가업계승이 8.5% 이루어지고 있음. 상용근로자는 2.7명으로 낮았으며, 제조 대표공예품은 도자기, 소재는 나무로 조사됨. 업무난이도는 제품생산(24.4%)이라는 응답이 많았음. 신규제품에 대해서 디자인, 트렌드 보다 전통성(21.6%)을 가장 많이 고려해야 하는 대상으로 삼음. 단체 및 협회 가입률이 타 범주에 비해 높았으며, 정보교류 및 판로확보를 위한 목적으로 가입한 것으로 조사됨. 정보취득은 협회나 단체를 통해 주로 취득함 정기거래처 보유률이 100%로 조사됨. 유통에 있어서 가장 중요한 업무는 제품확보 (35.5%)를 선택함. 총매출액은 11,406만원으로 조사되었으나, 1억 원 이상 매출을 내는 비율은 가장 높은 것으로 조사됨(31.9%). 운영비용은 51~100만원 구간이 가장 많았음. 수출 경험은 10.6%로 가장 높았으며, 해외전시회/박람회 참가율이 가장 높았음. 인증/특허 취득 비율이 전통공예가 가장 높은 것으로 조사됨

제3절 전통공예와 비(非) 전통공예의 실태

1. 고양시 전통공예와 비 전통공예의 특징

1) 일반적 특징

- (전통공예)와 비(非) 전통공예(현대, 산업 및 생활)로 나누어 특성을 비교함
- (사업시작) 2011년 이후 비 전통공예의 약진이 두드러짐
- (대표자 성별) 전통은 남성이, 비 전통공예에서는 여성이 많은 것으로 조사됨
- (기업 경영) 창업이 높게 조사되었으며, 전통공예의 경우 가업계승이 8.5%로 나타남
- (상용근로자) 전통공예는 평균 2.7명, 비 전통공예는 6.9명으로 조사됨
- (신규인력) 채용 경험과 계획에 있어 전통은 4.3%, 10.6%, 비 전통은 8.1%, 15.1%로 비 전통공예가 높은 것으로 조사됨

[표 4-16] 공예산업 사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예

주요항목		전통공예	현대+산업+생활공예	주요항목		전통공예	현대+산업+생활공예
공예산업 구성	제조/생산	19.1%	18.9%	사업체 형태	개인사업체	80.9%	76.2%
	유통/판매	4.3%	7.6%		회사법인	4.3%	8.6%
	제조+유통	36.2%	27.0%		회사외 법인	0.0%	0.5%
사업시작 시점	1980년 이전	14.9%(7개)	1.1%		비법인단체	4.3%	2.2%
	1981~1990	10.6%(5개)	3.2%		개인	10.6%	12.4%
	1991~2000	27.7%(13개)	10.3%	기업(사업) 운영	공방	83%	76.8%
	2001~2010	8.5%(4개)	24.3%		공장	10.6%	9.2%
	2011~2019	38.3%(18개)	61.6%	사업체 평균종사자수		5.0명	5.3명
교육사업 병행현황	제조+교육	14.9%	19.5%	고형형태별	상용근로자	2.7명	4.2명
	제조+유통+교육	25.5%	27.0%		무급가족 종사자	1.2명	0.2명
대표자 성별	남성	53.2%	35.1%		일용근로자	1.1명	0.8명
	여성	46.8%	64.9%	공예관련 전문교육 이수현황	이수 종사자	36.2%	32.4%
대표자 경영 형태	창업	87.2%	90.8%		교육 이수 업종	도자(35.3%)> 종이(17.6%)	도자(26.7%)> 기타(23.3%)> 섬유(15%)
	가업계승	8.5%	1.6%	신규인력	채용 경험	4.3%	8.1%
	기업인수	0.0%	1.1%		채용 계획	10.6%	15.1%

	전문경영인	4.3%	1.1%	채용 주요 고려사항	경력 및 관련 경험	78.7%	61.1%
	협동조합	0.0%	1.6%		전공	25.5%	19.5%
	동업	0.0%	1.6%	사업체 소유 형태	공방	83%(39)	97.8%
					공장	10.6%(5)	11.9%
				사업장 소유 형태	소유	31.1%	38.5%
					임차	68.9%	61.5%

2) 제조·생산 공예사업체 분야의 특징

- (대표공예품) 공예품은 전통은 도자, 비 전통은 가방으로 나타났으며, 소재는 전통은 목공예, 비 전통은 섬유로 나타남
- (업무 난이도) 전통은 상품 기획, 디자인 개발 및 제품생산, 비 전통은 유통 및 판로 확보의 어려움이 있는 것으로 조사됨
- (신규제품 개발) 전통은 전통성을 비 전통은 실용성을 중요시함
- (재교육) 전통은 학위과정을 통해, 비 전통은 지역 내 공예 전문기관 또는 조합 및 협회, 한국공예디자인문화진흥원을 통해 과정을 이수하는 것으로 조사됨
- (단체 및 협회) 전통공예는 지역 내 해당 업종 정보교류를 위해 단체 및 협회에 가입하는 것으로 나타남. 전통공예의 경우 인터넷 등을 통한 정보 취득률이 낮은 반면 주로 단체 및 협회 활동을 통해 관련 정보 취득을 선호하는 것으로 조사됨

[표 4-17] 제조/생산 공예사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
대표 공예품	종류	도 자 기 (9.7%)>액자 (4.8%)>액세 사리(3.2%)	가방(13.5%)> 액자(7.0%)>	교육사업 운영 내용	생활 교육	47.4%	68.6%
	용도	생 활 소 품 (40.3%)>기 타 용 품 (17.7%)>장 신 구 / 잡 화 (16.1%)	생 활 용 품 (41.4%)>장 신 구 / 잡 화 (34.0%)>기 타용품(8.2%)		자격증 취득 전문교육	26.3%	12.8%
	소재	나무·목공예 (37.1%)>도 자(12.9%)>종 이(11.3%)	섬유(24.2%)> 나무·목공예 (18.9%)>가 죽(15.6%)		1회성 체험 교육	10.5%	10.5%
판로	직접 판매	71.1%	80.1%	교육사업 참여자	전문가를 위 한 재교육	10.5%	1.2%

판매 애로 사항	과도한 원가 절감	23.1%	26.5%		일반인	73.7%	84.9%
	까다로운 품질기준	15.4%	20.6%		창업희망자	5.3%	7.0%
	과도한 이익 배분	23.1%	17.6%		공예종사자	10.5%	2.3%
	유통·판매 업체 정보/ 초기판로 확보	15.4%	14.7%		사업장 내 공방	89.5%	80.2%
주된 판매처 (복수응답) > (1순위)	공방 내 매장	53.3%	49.1%	교육장소	문화센터 및 직업교육센터	0.0%	5.8%
	종합포털 사이트	6.7%	5.8%		운영매장	0.0%	4.7%
	프리/프리마켓	6.7%	16.4%		초/중/고등학교	0.0%	4.7%
판로개척 애로사항 (복수응답) > (1순위)	각종 초기 비용 문제	42.2%	42.2%	재교육 프로그램	참여 경험	15.6%	28.1%
	과도한 원가 절감 요구	13.3%	13.0%		대표자 참여	85.7%	75.0%
	복잡한 서류 절차	15.6%	7.0%	재교육 참여 방법 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	지역 내 공예 전문기관	28.6%	20.8%
업무 난이도 (복수응답) > (1순위)	유통 및 판매 판로확보	17.8%	31.0%		조합 및 협회	0.0%	25.0%
	상품 기획 및 디자인 개발	24.4%	22.8%		학위과정	42.9%	10.4%
	제품생산	24.4%	11.7%		한국공예디자인문화진흥원	0.0%	10.4%
신규제품 개발	필요성	82.2%	74.9%		평생교육원	0.0%	8.3%
신규제품 고려사항	트렌드	59.5%	52.3%		시설 학원 및 아카데미	0.0%	16.7%
	제품 디자인	16.2%	21.1%		전통교육센터	14.3%	12.5%
	제품 실용성	2.7%	20.3%	희망 재교육 프로그램	공예 트렌드 관련	28.9%	33.3%
	전통성	21.6%	0.8%		제품 디자인 및 품질향상	26.7%	20.5%
신규제품 디자인/기능 (1순위)	개선 경험 있는 경우 (2년 이내)	66.7%	67.3%		정부 정책 및 지원 제도	13.3%	16.4%
	디자인개선	20.0%	22.6%	정보습득	주변지인 또는 동종사업체	30.6%	27.0%
	시장의 변화	56.7%	52.2%		공예 관련 협회 및 단체	38.9%	17.5%
	실용성 강화	10.0%	13.0%		인터넷	22.2%	43.8%
	회사 정체성 강화	6.7%	5.2%	단체 및 협회	가입률	44.4%	46.2%
소비자 제품 선호 이유 (1순위)	독특한 디자인	40.0%	45.6%	단체 및 협회 가입목적	지역 내 해당 업종 정보 교류	90.0%	63.3%
	제품의 품질	11.1%	17.5%		업체의 홍보/마케팅	10.0%	17.7%

교육사업 운영 비율				단체 및 협회 도움 정도	판로의 확대		
	합리적인 가격	22.2%	13.5%		가입 단체의 지원 및 혜택을 위해	0.0%	10.1%
	제품의 용도	8.9%	11.1%		업체 간 친목	0.0%	5.1%
	사업 운영	42.2%	50.3%		어느 정도 도움	55.0%	63.3%
					많은 도움	5.0%	7.6%

3) 유통·판매 공예사업체 분야의 특성

- (대표공예품)은 제조 및 유통 모두에서 전통은 도자, 비 전통은 가방으로 나타났으며, 소재도 제조 및 유통 모두에서 전통은 목공예, 비 전통은 섬유로 나타남
- (정기 거래처) 전통은 100% 공예제품 유통 판매 업체를 통하는 것으로 조사됨
- (업무수행의 중요도) 전통은 제품 확보(35.5%), 비 전통은 유통 및 판매(48.2%)임
- (정보취득경로)는 전통은 오프라인을, 비 전통은 온라인을 이용하는 것으로 조사됨

[표 4-18] 유통/판매 공예사업체 분야의 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
대표 공예품	종류	도 자 기 (8.5%)>액세서리(4.3%)	가방(8.8%)>액자(5.0%)	경로 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	온라인 홍보	42.1%	58.5%
	용도	생활 소품 (31.9%)>기타 용품 (21.3%)>주방/목실용품 (17.0%)	생활 소품 (45.9%)>장신구/잡화 (25.2%)>기타 용품 (11.3%)		주변 지인을 통해	31.6%	37.7%
	소재	나무·목공예 (36.2%)>도자(17.0%)>금속(10.6%)	섬유 (21.4%)>나무·목공예 (20.8)>도자 (14.5%)		사업체에서 보유한 홈페이지를 통해	10.5%	24.5%
정기거래처	보유	35.5%	32.5%	공예 및 사업정보 직간접적 취득	경험	83.9%	77.2%
정기거래처 유형	공예 제품 유통(판매) 업체	100.0%	78.4%	정보 취득 경로	인터넷을 통해	7.7%	39.8%
유통/판매 경로	고객에게 직접 판매	67.7%	72.8%		공예 관련 협회 및 단체	53.8%	20.5%
	유통/판매 업체 납품	29.0%	22.8%		동종 사업체	30.8%	26.1%
	제조/생산업체 납품	3.2%	4.4%		이용고객	0.0%	1.1%

주요 판매처 (복수 응답)>(1순위)	업체소유 판매장	54.8%	42.1%	공예 단체 협회 협동 조합 가입 여부	가입비율	54.8%	50.0%
	플리/프리 마켓	6.5%	9.6%		정보교류	82.4%	63.2%
	종합포털 사이트	9.7%	6.1%	가입목적	판로확대	17.6%	14.0%
	박람회/축제/페어/전시회 장소	0.0%	7.0%		지원혜택	0.0%	12.3%
	관광기념품/전통공예 판매장	3.2%	4.4%		업체간 친목	0.0%	7.0%
	대형 할인마트	3.2%	1.8%		대량생산	0.0%	1.8%
	백화점	0.0%	0.9%		많은 도움	11.8%	5.3%
업무수행 중 요도 (1순위)	유통 판매	38.7%	48.2%	도움 정도	어느 정도 도움	47.1%	61.4%
	제품 확보	35.5%	15.8%		그저 그렇다	41.2%	26.3%
	유통망 및 시장조사	16.1%	15.8%		전혀 도움 안됨	0.0%	7.0%
	홍보 및 마케팅	3.2%	16.7%	사업형태	소매업	54.8%	43.9%
홍보/마케팅 활동	경험	61.3%	46.5%		도소매업 모두	29.0%	48.2%

4) 재무적 특징

- ☐ (총 매출액) 전통은 11,406만원, 비 전통은 14,060만원으로 조사됨
- ☐ (운영비용) 중위 값으로 매월 100만원 내외 수준으로 조사됨, 운영비용 중 재료 및 설비 구입 비중에 양측에서 모두 높은 것으로 조사됨

[표 4-19] 재무적 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
총 매출액	매출액/년	11,406만원	11,290만원	운영비용	51~100만원	21.3%	20.5%
	2천만원 미만	27.7%	27.0%		101~200만원	19.1%	15.7%
	2천만원~5천만원 미만	14.9%	15.1%		201~500만원	14.9%	11.9%
	5천만원~1억원 미만	6.4%	8.6%		501~1,000만원	19.1%	6.5%
	1억원 이상	31.9%	16.2%		1,001만원 이상	8.5%	11.4%
매출 영역별 비중	제조/생산	54.3%	51.6%(평균)	운영 영역별 비중	재료/설비 구입비	35.3%	38.8%
	교육	20.5%	25.1%(평균)		인건비	24.1%	21.7%
	유통(도/소매)	24.2%	22.1%(평균)		임대료	22.4%	22.5%
수출	내수	98.4%	96.7%(평균)	자금조달 방법	자기자본 조달	83.2%	87.2%
	수출	1.6%	3.3%(평균)		금융기관 대출	7.9%	7.7%
운영비용	월평균	582만원	954만원		정부정책 자금	6.4%	3.2%
	월평균 중위값	100만원	100만원	자금상황	곤란(매우 곤란 포함)	44.7%	53.0%
	50만원 이하	12.8%	14.6%		원활	21.3%	9.7%

5) 수출입 실태 특징

- (수출입 경험) 양측 모두 낮으며, 전통공예는 10.6%가 경험이 있는 것으로 응답함
- (애로사항) 판로개척 및 정보부족에 대한 의견이 많았음
- (해외 전시회 및 박람회) 참여 비율은 전통(12.8%)이 많은 것으로 나타남
- (판로개척) 의향은 양측이 20% 내외로 전국 평균(4.3%)에 비해 높게 나타남

[표 4-20] 수출입 실태 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
수출/수입 경험	없음	85.1%	90.3%	수출시 애로 사항	서류절차	0.0%	25.0%
	수출	10.6%	2.7%		원가경쟁의 어려움	28.6%	5.0%
	수입	4.3%	3.2%		품질/안전성 검사	28.6%	5.0%
	수출/수입	0.0%	3.8%	해외 전시회/박람회	참여 경험	12.8%	4.9%
수출시도 경험	시도경험	4.8%	4.6%		참여 횟수 평균	3.0번	3.6번
수출시 애로 사항	판로개척(정보부족)	28.6%	40.0%	해외 판로 개척 의향	있다	19.1%	22.7%
	서류절차	0.0%	25.0%				

6) 기술적 특징

- (인증/특허) 상표등록(14.9%), 특허등록(19.1%), 기능인 및 실용신안 취득률은 전통공예에서 높게 나타남
- (미취득 이유) 전통 및 비전통 모두 ‘중요성을 알지 못해서’가 가장 큰 것으로 조사됨

[표 4-21] 기술적 특징: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
인증/특허 취득 비율	상표등록	14.9%	10.8%	IP 미취득 이유	비용 때문	17.4%	18.0%
	특허등록 인 증제	19.1%	9.7%		자격요건이 되지 않아서	6.5%	9.8%
	기능인	17.0%	8.1%		시간이 오래 걸려서	6.5%	9.3%
	실용신안	10.6%	9.2%		복잡해서	10.9%	6.0%
IP 미취득 이유	중요성을 알 지 못해	50.0%	44.3%		절차를 몰라 서	4.3%	6.6%

7) 공예사업체 지자체 및 중앙정부 지원 수혜현황 및 만족도

- (지자체 및 정부지원) 전통공예에서 인지도와 활용도가 높았으며, 전통공예에서 활용자 중 도움이 된다는 의견이 85.7%로 높게 나타남

[표 4-22] 공예산업 지자체 및 중앙정부 지원 수혜 현황: 고양시(2019년) - 전통공예 vs 비 전통공예(현대+산업+생활)

조사항목		전통공예	비 전통공예	조사항목		전통공예	비 전통공예
인지도	알고 있음	34.0%	5.9%	지원방안 (1순위)	정책적 보호 /세제지원	25.5%	25.4%
활용여부	활용	26.9%	21.5%		조합·업체간 공동브랜드 개발	12.8%	7.0%
도움수준	도움됨	85.7%	58.8%	희망하는 지원 내용	자금 지원 및 투자	42.6%	44.3%
	도움 안됨	14.3%	5.9%		홍보 및 마케팅	29.8%	24.3%
지원방안 (1순위)	판매·유통망 강화	44.7%	40.0%		국내판로	8.5%	7.0%

2. 전통공예와 비(非) 전통공예의 특징 요약

[표 4-23] 전통공예와 비 전통공예(현대+산업+생활) 특징

특 성	전통공예	비 전통공예
	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전통공예는 2000년대 이전부터 오랜 동안 전통과 기술을 계승하여 왔음 상용근로자는 평균 2.7명임 전통은 신규제품에서 전통성을 중요시함 교육 사업에 있어서 전통은 자격증 취득과 전문교육 위주로 이루어지고 있으며, 학위과정이 많음 온라인을 통한 정보교류와 유통판매에 취약함 사업형태는 소매업 비율이 높음 총매출액 평균은 전통이 11,406만원으로 조사됨. 1억 원 이상은 31.9%를 차지함. 수출경험은 높으며, 수출시 애로사항으로는 원가경쟁 및 품질/안정성 검사로 조사됨. 인증/특허 취득 비율은 전통이 높았으며, 지자체나 중앙정부의 지원도 많이 받았고, 도움이 되었다는 응답률(85.7%)도 높았음. 	<ul style="list-style-type: none"> 비 전통공예는 2001년부터 활성화되기 시작하였음. 상용근로자는 평균 6.9명으로 조사됨. 채용 경험 및 계획은 비 전통공예에서 높게 조사되어, 일자리 창출 및 지역경제 활성화에 도움이 될 수 있을 것으로 기대됨. 플라.프리마켓에서 판매-유통 경험이 높은 것으로 조사됨 비 전통은 실용성을 많이 고려하는 것으로 조사됨 비 전통공예가 14,060만원으로 조사됨 교육사업은 생활공예 교육 중심으로 이루어지고 있음 재교육 프로그램 참여는 비 전통공예가 높음 온라인을 잘 활용하는 것으로 조사됨 비 전통은 소매와 도소매병행이 비슷한 비율로 조사됨

제4절 생활공예 실태

1. 고양시 생활공예 특징

1) 생활공예 일반 특징

- (업종비율) 생활공예는 제조·생산과 유통·판매를 병행하는 비율이 높음(현대·산업공예는 제조·생산 비율이 높음)
- (사업시작 시점) 생활공예는 2011년 이후 급증함(현대와 산업공예는 2000년도 초반 이후 급증함)
- (교육) 생활공예는 제조 또는 유통과 함께 교육을 병행하는 경우가 많음
- (대표자 성별) 생활공예는 여성비율이 84.2%로 매우 높은 것으로 조사됨
- (평균종사자수) 생활공예 1.6명으로 현대·산업공예 6.9명에 비해 열악함
- (전문교육) 이수종사자는 현대·산업공예에 비해 생활공예는 적은 것으로 조사됨

[표 4-24] 생활공예 특징: 고양시(2019년) - 생활공예 vs 현대+산업공예

조사항목		생활공예	현대+산업공예	조사항목		생활공예	현대+산업공예
공예산업 구성	제조/생산	5.3%	25.0%	사업체 형태	개인사업체	75.4%(43)	76.6%
	유통/판매	12.3%	5.5%		회사법인	5.3%(3)	10.2%
	제조+유통	22.8%	28.9%		회사외 법인	0.0%	0.8%
	교육 산업 병행	제조+교육	18.0%		비법인단체	1.8%(1)	2.3%
		제조+유통+교육	36.8%		개인	15.7%(10)	10.2%
사업시작 시점	1980년 이전	0	1.6%(2)	기업(사업) 운영	공방	63.0%(46)	87.3%
	1981~1990	0	4.7%(6)		공장	5.3%(3)	12.7%
	1991~2000	7.0%(4)	11.7%(15)	사업체 평균종사자수		1.6명	6.9명
	2001~2010	22.8%(13)	25.0%(32)	고용 형태별	상용근로자	1.2명	5.5명
	2011~2019	71.9%(41)	57.0%(73)		무급가족종사자	0.2명	0.2명
					일용근로자	0.2명	1.0명

대표자 성별	남성	15.8%(9)	43.8%(56)	공예관련 전문교육 이수현황	이수 종사자	19.3%	38.3%
	여성	84.2%(48)	56.3%(72)		업종	기타(8.8%)> 도자(3.5%)= 나무·목공예 (3.5%)=섬유 (3.5%)	도자 (10.9%)>섬 유(7.8%)>기 타(7.0%)
대표자 경영형태	창업	91.2%(52)	92.1%(116)	신규인력	채용 경험	7%	8.6%
	가업계승	0.0%	2.4%(3)		채용 계획	17.5%	14.1%
	기업인수	0.0%	1.6%(2)	채용 주요 고려 사항	경력 및 관련 경험	57.9%	62.5%
	전문경영인	1.8%(1)	0.8%(1)		전공	24.6%	17.2%
	협동조합	0.0%	2.4%(3)	사업체 소유 형태	공방	63.0%(46)	75%
	동업	3.5%(2)	0.8%(1)		공장	5.3%(3)	10.9%
				사업장 소유 형태	소유	38.8%	38.3%
					임차	61.2%	61.7%

2) 생활공예 제조·생산 사업체 특징

- (대표공예품) 생활과 현대·산업공예 모두에서 가방과 액자인 것으로 조사됨
- (관로) 생활공예는 92%가 직관형태로 운영되고 있는 것으로 조사됨
- (신규제품) 생활공예는 디자인 및 기능의 개선의 경험이 있는 경우가 58%, 현대·산업 공예의 경우 71.1%인 것으로 조사됨
- (제품 선호도) 생활공예는 소비자가 제품 구매시 독특한 디자인을 선호하고, 현대와 산업공예는 독특한 디자인과 함께 제품의 품질이라는 의견으로 조사됨. 생활과 산업 및 현대 공예 간의 소비자 선호도에 대한 인식의 차이가 있는 것으로 추정됨

[표 4-25] 생활공예 제조·생산 사업체 특징 고양시(2019년)

조사항목		생활공예	현대+ 산업공예	조사항목		생활공예	현대+ 산업공예
대표 공예품	종류	가방(15.7%) > 액자(4.3%)	가방(12.6%) > 액자(8.0%)	교육사업 운영 내용	취미 교육	67.6%	69.2%
	용도	생활 소품(40.0%) > 장신구 / 잡화(38.6%) > 기타 용품(12.9%)	생활 소품(42.0%) > 장신구 / 잡화(32.2%) > 주방/욕실용품(9.2%)		자격증 취득 전문교육	11.8%	13.5%
	소재	섬유(30.0%) > 나무·목공예(11.4%) > 가죽(10.0%)	나무·목공예(21.8%) = 섬유(21.8%) > 가죽(17.8%)		1회성 교육 체험	17.6%	5.8%

판로	직접 판매	92.0%	75.2%		전문가를 위한 재교육	0.0%	1.9%
판매 애로사항	과도한 원가 절감	25.0%	26.7%	교육사업 참여자	일반인	85.3%	84.6%
	까다로운 품질기준	25.0%	20.0%		창업희망자	5.9%	7.7%
	과도한 이익 배분	0.0%	20.0%		공예종사자	5.9%	0.0%
	유통·판매업체 정보/초기판로 확보	0.0%	16.7%	교육장소	사업장 내 공방	79.4%	80.8%
주된 판매처 (복수응답)>(1순위)	공방 내 매장	52.0%	47.9%		문화센터 및 직업교육 센터	2.9%	7.7%
	종합포털 사이트	2.0%	7.4%		운영매장	8.8%	1.9%
	플리/프리마켓	24.0%	13.2%		초/중/고등학교	2.9%	5.8%
판로개척 애로사항 (복수응답)>(1순위)	각종 초기 비용 문제	46.0%	45.5%	재교육 프로그램	참여 경험	30.0%	27.3%
	과도한 원가 절감 요구	12.0%	14.9%		대표자 참여	93.3%	66.7%
	복잡한 서류 절차	8.0%	7.4%	재교육 참여방법 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	지역 내 공예 전문기관	26.7%	18.2%
업무 난이도 (복수응답)>(1순위)	유통 및 판매 판로확보	30.0%	31.4%		조합 및 협회	13.3%	30.3%
	상품 기획 및 디자인 개발	20.0%	24.0%		학위과정	6.7%	12.1%
	제품생산	14.0%	10.7%		한국공예디자인문화진흥원	6.7%	12.1%
신규제품 개발	필요성	82.0%	71.9%		평생교육원	6.7%	9.1%
신규제품 고려사항	트렌드	53.7%	51.7%		시설 학원 및 아카데미	6.7%	21.2%
	제품 디자인	24.4%	19.5%		전통교육 센터	0.0%	18.2%
	제품 실용성	19.5%	20.7%	희망 재교육 프로그램	공예 트렌드 관련	36.0%	32.2%
	전통성	0.0%	1.1%		제품 디자인 및 품질향상	14.0%	23.1%
신규제품 디자인/기능 (1순위)	개선 경험 있는 경우(2년 이내)	58.0%	71.1%		정부 정책 및 지원 제도	20.0%	14.9%
	디자인개선	24.1%	22.1%	정보습득	주변지인 또는 동종 사업체	20.5%	29.6%
	시장의 변화	51.7%	52.3%		공예 관련 협회 및 단체	12.8%	19.4%
	실용성 강화	13.8%	12.8%		인터넷	46.2%	42.9%
	회사 정체성 강화	3.4%	5.8%	단체 및 협회	가입률	42.0%	47.9%

소비자 제품 선호 이유 (1순위)	독특한 디자인	50.0%	43.8%	단체 협회 목적	지역 내 해당 업종 정보 교류	66.7%	62.1%
	제품의 품질	10.0%	20.7%		업체의 홍보/마케팅 판로의 확대	14.3%	19.0%
	합리적인 가격	14.0%	13.2%		가입 단체의 지원 및 혜택을 위해	14.3%	8.6%
	제품의 용도	10.0%	11.6%		업체 간 친목	0.0%	6.9%
교육사업 운영 비율	사업 운영	68.0%	43.0%	단체 협회 도움 정도	어느 정도 도움	57.1%	65.5%
					많은 도움	9.5%	6.9%

3) 생활공예 유통·판매 사업체 특징

- (유통·판로) 생활공예는 유통·판로 확보가 미약함. 현대와 산업공예는 정기거래처와 유통·판매 경로를 확보하고 있는 것으로 조사됨. 주요 판매처는 업주 소유의 판매장으로, 업무수행 중요도는 유통·판매라 응답하였음

[표 4-26] 생활공예 유통/판매 사업체 특징: 고양시(2019년) - 생활공예 vs 현대+산업공예

조사항목		생활공예	현대+산업공예	조사항목		생활공예	현대+산업공예
대표 공예품	종류	가방(11.1%)>액자(5.6%)>의류(3.7%)	가방(7.6%)>액자(5.7%)>가구(5.7%)	경로 (복수응답) (1순위 응답이 없음)	온라인 홍보	57.1%	59.0%
	용도	생활 소품(42.6%)>장신구/잡화(29.6%)>기타 용품(16.7%)	생활 소품(47.6%)>장신구/잡화(22.9%)>가구(9.5%)		주변 지인을 통해	35.7%	38.5%
	소재	섬유(29.6%)>특수 소재(13.0%)>나무·목공예(13.0%)	나무·목공예(24.8%)>도자(18.1%)>섬유(17.7%)		사업체에서 보유한 홈페이지를 통해	14.3%	28.2%
정기거래처	보유	19.5%	39.7%	공예 및 사업정보 직간접적 취득	경험	70.7%	80.8%
정리거래처 유형	공예 제품 유통(판매) 업체	37.5%	89.7%	정보 취득 경로	인터넷을 통해	48.3%	35.6%
유통/판매	고객에게 직	87.8%	64.4%		공예 관련	10.3%	25.4%

경로	접 판매				협회 및 단체		
	유통/판매업체 납품	9.8%	30.1%		동종 사업체	24.1%	27.1%
	제조/생산업체 납품	2.4%	5.5%		이용고객	0.0%	1.7%
주요 판매처 (복수응답)> (1순위)	업체소유 판매장	46.3%	39.7%	공예 단체 협회 협동조합 가입 여부	가입비율	36.6%	57.5%
	플 리 / 프 리 마켓	12.2%	8.2%		정보교류	73.3%	59.5%
	종합포털사 이트	2.4%	8.2%	가입목적	판로확대	13.3%	14.3%
	박람회/축제/ 페어/전시회 장소	4.9%	8.2%		지원혜택	13.3%	11.9%
	관광기념품/ 전통공예 판 매장	7.3%	2.7%		업체간 친목	0.0%	9.5%
	대형 할인마 트	0.0%	2.7%		대량생산	0.0%	2.4%
	백화점	0.0%	1.4%		많은 도움	6.7%	4.8%
업무수행 중요도 (1순위)	유통판매	39.0%	53.4%	도움 정도	어느 정도 도움	60.0%	61.9%
	제품 확보	17.1%	15.1%		그저 그렇다	33.3%	23.8%
	유통망 시장조사	17.1%	15.1%		전혀 안됨	0.0%	9.5%
	홍보 및 마 케팅	22.0%	13.7%	사업형태	소매업	53.7%	38.4%
홍보/마케팅 활동	경험	34.1%	53.4%		도소매업 모 두	41.5%	52.1%

4) 재무적 특징

- (매출액) 생활공예 연 매출액은 약 6천만 원으로, 현대와 산업공예는 1억 8천만 원에 크게 못 미침. 매출영역에서 제조·생산이 차지하는 비율이 50% 내외로 조사됨
- (운영 비용) 생활공예가 월평균 1,890만원인 것에 반해 현대와 산업공예는 1,342만원으로 조사됨. 생활공예에서 재료·설비 구입비가 비용에서 차지하는 비율이 41.9%로 높게 조사됨.
- (자금사정) 생활공예의 경우 매출은 현대와 산업공예의 약 30%인 것에 반해 운영비용은 약 140%를 지출하고 있고, 재료 설비 구입 비율도 높아 자금사정이 매우 좋지 않을 것으로 판단됨. 조사에서도 자금사정이 곤란하다는 응답이 64.9%로 조사됨

[표 4-27] 생활공예 재무적 특징: 고양시(2019년) - 생활공예vs현대+산업공예

조사항목		생활공예	현대+산업공예	조사항목		생활공예	현대+산업공예
총 매출액	매출액/년	6,362만원	17,944만원	운영비용	51~100만원	22.8%	23.8%
	2천만원 미만	29.8%	25.8%		101~200만원	21.1%	16.2%
	2천만원~5천만원 미만	21.1%	12.5%		201~500만원	12.3%	14.3%
	5천만원~1억원 미만	1.8%	7.0%		501~1,000만원	1.8%	10.5%
	1억원 이상	8.8%	19.5%		1,001만원 이상	5.3%	17.1%
매출 영역별 비중	제조/생산	48.6%	53.1%(평균)	운영 영역별 비중	재료/설비 구입비	41.9%	37.3%(평균)
	교육	29.6%	22.8%(평균)		인건비	17.6%	23.8%(평균)
	유통(도/소매)	20.8%	22.7%(평균)		임대료	22.4%	22.6%(평균)
수출	내수	97.6%	96.3%(평균)	자금조달 방법	자기자본 조달	86.5%	87.5%(평균)
	수출	2.4%	3.7%(평균)		금융기관 대출	7.8%	7.7%(평균)
운영비용	월평균	1,890만원	1,342만원		정부정책 자금	1.7%	3.9%(평균)
	월평균 중위값	50만원	100만원	자금상황	곤란(매우 곤란 포함)	64.9%	47.7%
	50만원 이하	14.0%	18.1%		원활	8.8%	10.2%

5) 수출입 특징

- (수출입 경험) 전 범주에서 미약한 것으로 조사되었으며, 수출 시도경험은 5%이하로, 수출시 애로사항은 서류절차와 판로개척 정보부족으로 응답하였음
- (해외 전시회 및 박람회) 현대 및 산업공예가 연 4.8회 참석하는 것으로 조사되었으며, 해외 판로개척에 대한 의향은 20% 내외로 조사되었음

6) 기술적 특징

- (인증·특허) 취득 비율은 양쪽 모두 낮음
- (지적재산권(IP) 미취득 이유) 중요성을 알지 못해서라는 응답이 가장 많았음

7) 공예사업체 지자체 및 정부 지원 수혜현황 및 만족도

- 지자체 및 정부지원이 도움이 된다는 의견이 50%이상이었으며, 우선 지원 방안으

로 판매 유통망 강화를 1순위로 꼽음. 자금지원 및 투자에 대한 요구가 가장 많음

2. 생활공예와 현대·산업공예 특징 요약

[표 4-28] 생활공예와 현대·산업공예 특징 요약

	생활공예	현대+산업공예
특 성	<ul style="list-style-type: none"> 생활공예는 제조·생산과 유통·판매를 병행하는 비율이 높음 생활공예는 2011년 이후 급증 여성비율이 84.2%로 매우 높음 사업체 평균 근로자수는 16명 판로는 92%가 직판형태로 운영 소비자 제품 선호 이유로는 생활공예는 독특한 디자인을 꼽음 매출액은 약 6천만 원, 운영 비용은 1,890만 원으로 조사됨 <ul style="list-style-type: none"> 생활공예의 경우 매출은 현대와 산업공예의 약 30%인 것에 반해 운영비용은 약 140%를 차지하고 있으며, 재료 설비 구입비 비율이 높아 자금사정이 매우 좋지 않을 것으로 판단됨. 또한 조사에서 곤란하다는 응답이 64.9%로 조사됨 지적재산권(IP) 미취득 이유로는 '중요성을 알지 못해서'라는 응답이 가장 많았음 	<ul style="list-style-type: none"> 현대·산업공예는 제조·생산 비율이 높음 2000년도 초반 이후 급증 사업체 평균 근로자수는 현대·산업공예에서 6.2명 현대와 산업공예는 정기거래처와 유통·판매 경로를 확보 신규제품으로 디자인 및 기능의 개선의 경험은 현대·산업 공예의 경우 71.1%임 현대와 산업공예는 독특한 디자인과 함께 제품의 품질이라는 의견으로 조사됨 현대와 산업공예 매출은 1억 8천만원, 운영비용은 1,342만원으로 조사됨 해외 전시회 및 박람회에 현대와 산업공예에서 년 4.8회 참석하는 것으로 조사됨 지적재산권(IP) 미취득 이유로는 중요성을 알지 못해서라는 응답이 가장 많았음 전문교육 이수종사자는 현대·산업공예가 비율이 높음

제 5 장

2019년 고양시 공예산업 산업생태계 조사결과

제1절 고양시 공예산업 제조·생산 현황

제2절 유통·판매 현황

제3절 수출·수입 현황

제4절 재무현황

제5절 기술현황

제6절 정부 및 지자체 지원현황

제절 고양시 공예산업 제조·생산 현황

1. 공예품 제조·생산

1) 대표 공예품, 공예품 가격평균 및 월 평균 생산량

- 고양시에서 제조·생산되는 대표 공예품은 가방(10.8%), 액자(6.5%), 도자기(4.2%) 순으로 조사됨

[표 5-1] 결과 - 공예품 제조 [대표 공예품]

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	가방	액자	도자기	액세 서리/ 장신구/ 주얼리	인형	가구	상자/ 박스	지갑	생활 소품	생활 도자기	파우치
공예사업 분류	전체	(306)	10.8	6.5	4.2	2.6	2.6	2.6	2.3	2.3	2.0	2.0	2.0
	현대공예	(75)	9.3	10.7	2.7	5.3	8.0	4.0	4.0	0.0	2.7	5.3	1.3
	전통공예	(62)	0.0	4.8	9.7	3.2	1.6	1.6	0.0	0.0	1.6	1.6	0.0
	산업공예	(99)	15.2	6.1	4.0	2.0	1.0	4.0	3.0	6.1	2.0	1.0	4.0
	생활공예	(70)	15.7	4.3	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	1.4
업종	도자	(40)	0.0	2.5	27.5	5.0	2.5	0.0	0.0	0.0	2.5	15.0	0.0
	유리	(6)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	석	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	금속	(11)	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	귀금속/보석	(7)	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	목	(61)	0.0	16.4	0.0	0.0	0.0	13.1	4.9	0.0	1.6	0.0	0.0
	종이/한지	(15)	0.0	6.7	0.0	6.7	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	섬유	(60)	33.3	0.0	0.0	1.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
	가죽	(36)	27.8	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	19.4	5.6	0.0	5.6
	기타	(54)	5.6	14.8	1.9	1.9	3.7	0.0	1.9	0.0	3.7	0.0	0.0
	공통	(14)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0

- 대표 공예품 평균 가격은 가구 1,322,857원, 도자기 468,231원 및 가방 169,091원 순으로 조사됨

[표 5-2] 결과 - 공예품 제조 [공예품 가격평균]

(단위 : %, 원)

구분	세부 내용	전체	가방	액자	도자기	액세서리/ 장신구/ 쥬얼리	인형	가구	상자/ 박스	지갑	생활 소품	생활 도자기	파우치
	(사례수)	(306)	(33)	(20)	(13)	(8)	(8)	(8)	(7)	(7)	(6)	(6)	(6)
가격	1만원 이하	14.4	0.0	25.0	23.1	37.5	12.5	0.0	14.3	0.0	16.7	16.7	16.7
	1만 1천원~5만원	43.8	42.4	50.0	38.5	50.0	37.5	0.0	42.9	57.1	66.7	83.3	66.7
	5만 1천원~10만원	15.0	18.2	10.0	15.4	12.5	25.0	12.5	0.0	14.3	0.0	0.0	16.7
	10만 1천원~20만원	7.8	18.2	10.0	0.0	0.0	12.5	12.5	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	20만 1천원~50만원	7.2	12.1	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6	16.7	0.0	0.0
	51만원 이상	9.8	9.1	5.0	15.4	0.0	12.5	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	▶평균(원)◀	372,964	169,091	80,245	468,231	27,250	131,875	1,322,857	127,143	120,714	67,917	35,000	33,333

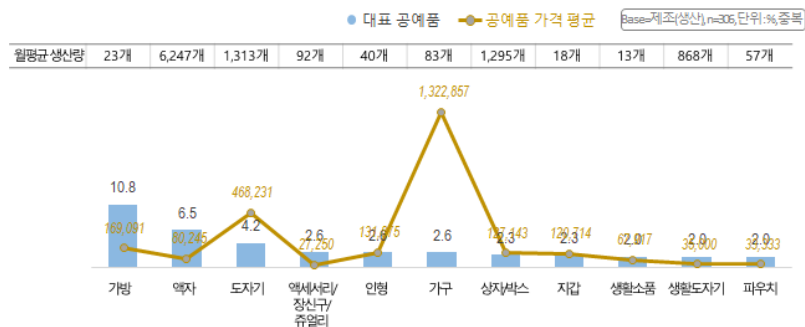
- 공예품 월 평균 생산량은 ‘액자’가 6,247개로 가장 많고, ‘도자기’ 1,313개, ‘상자/박스’ 1,295개 순으로 조사됨

[표 5-3] 결과 - 공예품 제조 [월 평균 생산량]

(단위 : %, 개)

구분	세부 내용	전체	가방	액자	도자기	액세서리/ 장신구/ 쥬얼리	인형	가구	상자/ 박스	지갑	생활 소품	생활 도자기	파우치
	(사례수)	(306)	(33)	(20)	(13)	(8)	(8)	(8)	(7)	(7)	(6)	(6)	(6)
	▶평균(개)◀	8,101	23	6,247	1,313	92	40	83	1,295	18	13	868	57

[그림 5-1] 결과 - 공예품 제조 [대표 공예품, 공예품 가격평균 및 월 평균 생산량]

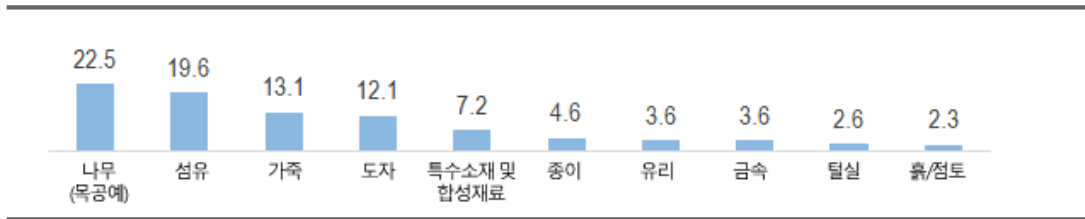


2) 대표 공예품 소재

- 공예품 소재로는 나무(목공예) 22.5%, 섬유 19.6% 및 가죽 13.1% 순으로 나타남

[그림 5-2] 결과 - 대표 공예품 소재

(제조/생산, n=305, 단위 : %, 중복)



□ 나무(목공예)는 71.0%가 가구용품 소재로 사용되는 것으로 조사됨

[표 5-4] 결과 - 대표 공예품 소재

(단위 : %)

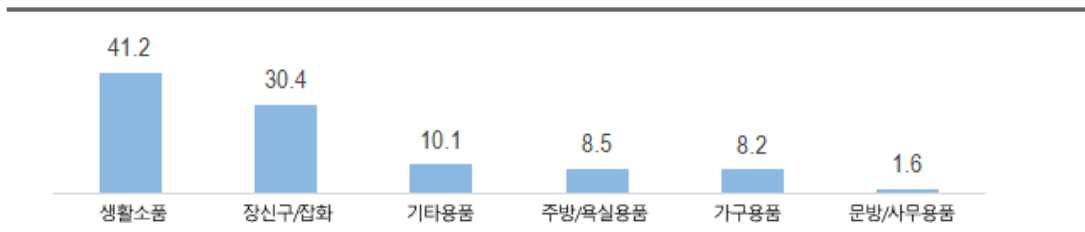
구분	세부 내용	(사례 수)	나무 (목공예)	섬유	가죽	도자	특수소재 및 합성재료	종이	유리	금속	탈실	흙/점토
공예품 용도 (중복)	전체	(306)	22.5	19.6	13.1	12.1	7.2	4.6	3.6	3.6	2.6	2.3
	가구용품	(31)	71.0	0.0	0.0	9.7	0.0	6.5	6.5	6.5	0.0	0.0
	문방/사무용품	(7)	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	생활소품	(157)	27.4	17.2	4.5	14.0	10.2	2.5	7.0	1.3	4.5	4.5
	장신구/잡화	(105)	3.8	31.4	31.4	5.7	4.8	2.9	1.0	4.8	1.9	1.0
	주방/욕실용품	(37)	10.8	16.2	5.4	56.8	0.0	0.0	5.4	5.4	0.0	0.0
	기타용품	(39)	35.9	17.9	7.7	0.0	10.3	5.1	5.1	2.6	0.0	0.0

3) 대표 공예품 용도

□ 생활소품 41.2%, 장신구/잡화 30.4%, 기타용품 10.1% 순으로 조사됨

[그림 5-3] 결과 - 대표 공예품 용도

(제조/생산, n=305, 단위 : %, 중복)

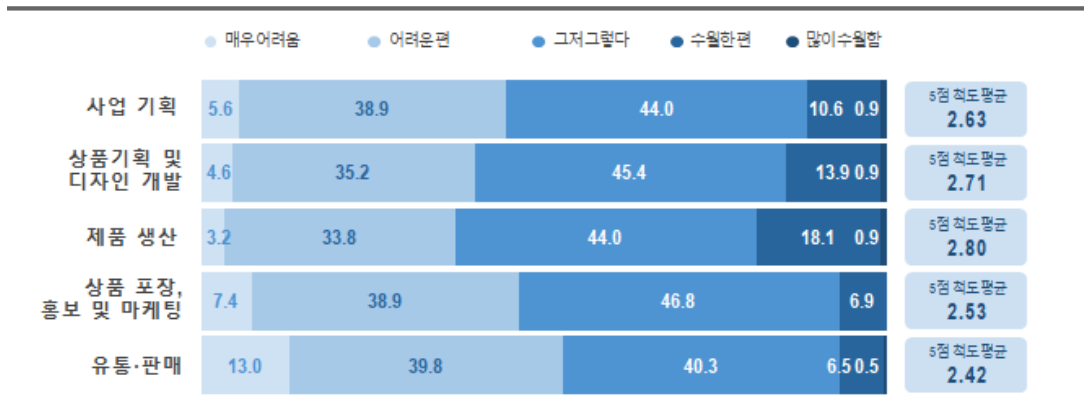


2. 업무 수행 단계별 어려움

- 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별로 제조 후 ‘유통·판매’가 어렵다고 응답한 비율이 52.8%, ‘상품 포장, 홍보 및 마케팅’ 46.3%, ‘사업 기획’ 44.5% 순임

[그림 5-4] 결과 - 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 어려움

(제조/생산, n=215, 단위 : %)



- 유통·판매에 대해 다수의 업종에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

[표 5-5] 결과 - 공예품 제조 시, 업무 수행 단계별 어려움

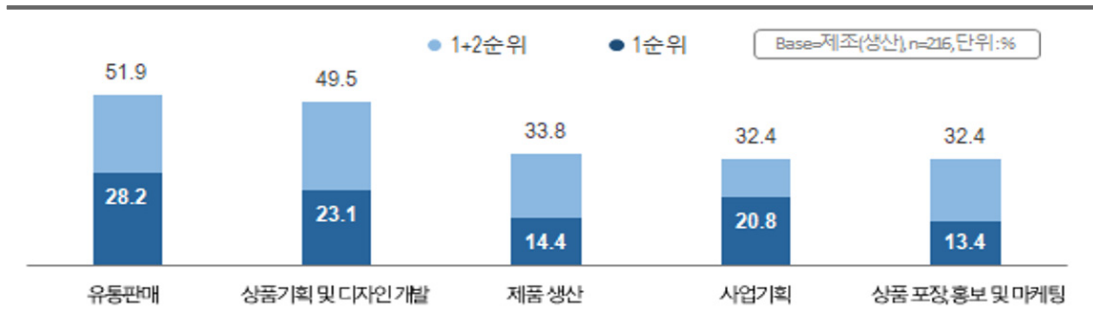
(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	사업 기획	상품기획 및 디자인 개발	제품 생산	상품 포장, 홍보 및 마케팅	유통·판매
전체		(216)	44.4	39.8	37.0	46.3	52.8
공예사업 분류	현대공예	(53)	49.1	45.3	41.5	49.1	58.5
	전통공예	(45)	37.8	31.1	31.1	35.6	44.4
	산업공예	(68)	39.7	36.8	35.3	47.1	48.5
	생활공예	(50)	52.0	46.0	40.0	52.0	60.0

3. 공예품 제조 시 주요 수행 업무

- 업무 수행 단계별 중요도에 대해 유통·판매 51.9%, 상품기획 및 디자인 개발 49.5% 및 제품 생산 33.8% 순으로 조사됨(1+2순위 기준)

[그림 5-5] 결과 - 공예품 제조 시 주요 수행 업무

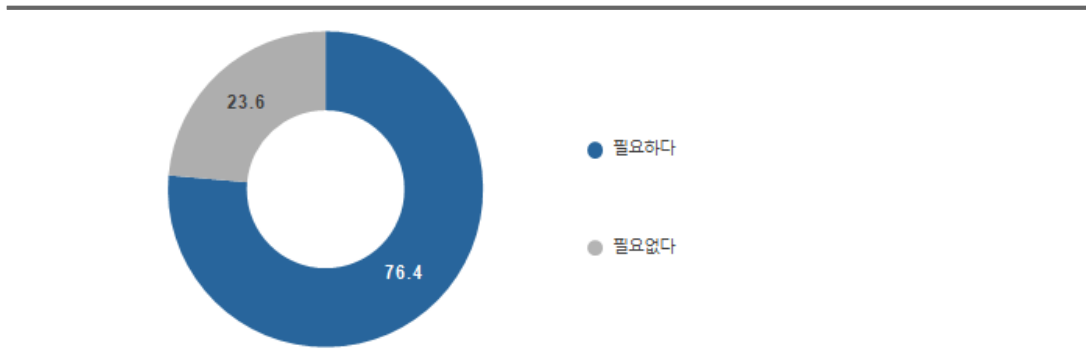


4. 신규 공예품 개발 필요성

- 공예 사업체 중 76.4%는 신규 공예품 개발이 필요한 것으로 응답함

[그림 5-6] 결과 - 신규 공예품 개발 필요성

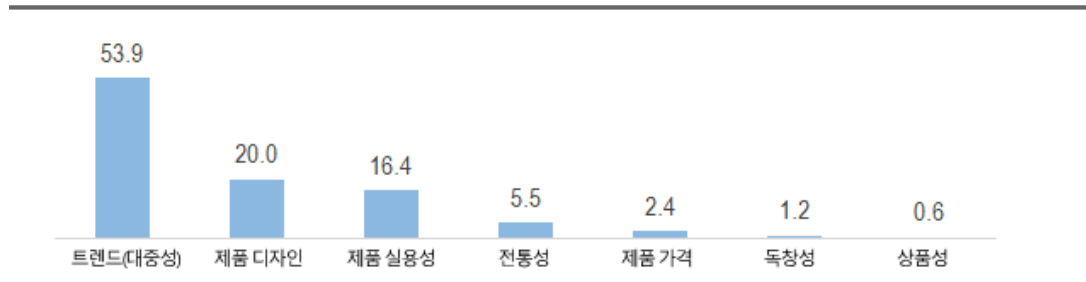
(제조/생산, n=216, 단위 : %)



- 신규 공예품 개발 시 주요 고려사항으로 트렌드(대중성) 53.9% > 제품 디자인 20.0% > 제품 실용성 16.4% 순으로 나타남

[그림 5-7] 결과 - 신규 공예품 개발 시, 고려사항

(Base=개발필요, n=165, 단위 : %)

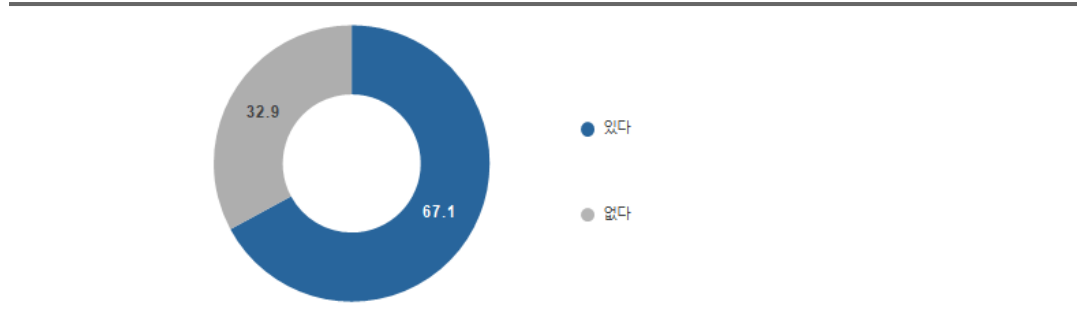


5. 디자인/기능 개선 경험

□ 최근 2년 내 신규 공예품 출시 또는 디자인/기능 개선 경험 비율은 67.1%로 나타남

[그림 5-8] 결과 - 2년 내 신규 공예품 출시, 디자인/기능 개선 경험

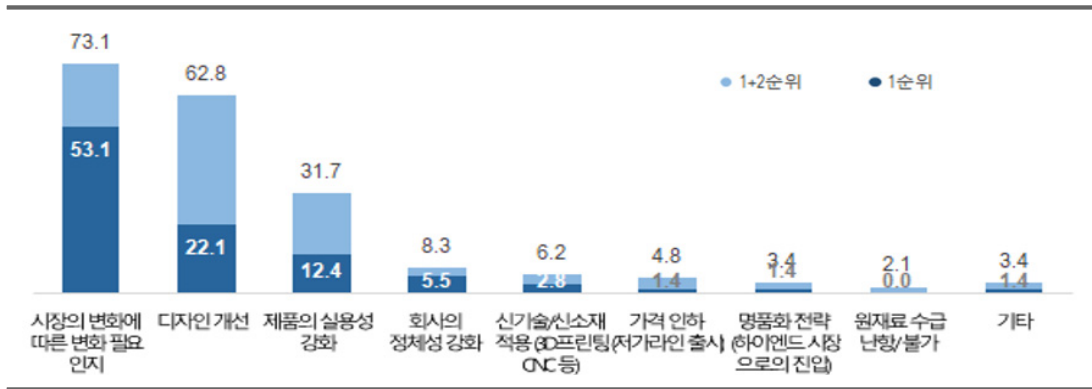
(제조/생산, n=216, 단위 : %)



□ 디자인/기능 개선 이유는 시장의 변화 인지 73.1% > 디자인 개선 62.8% > 제품의 실용성 강화 31.7% 순임

[그림 5-9] 결과 - 2년 내 신규 공예품 출시, 디자인/기능 개선 이유

(개선경험, n=145, 단위: %)

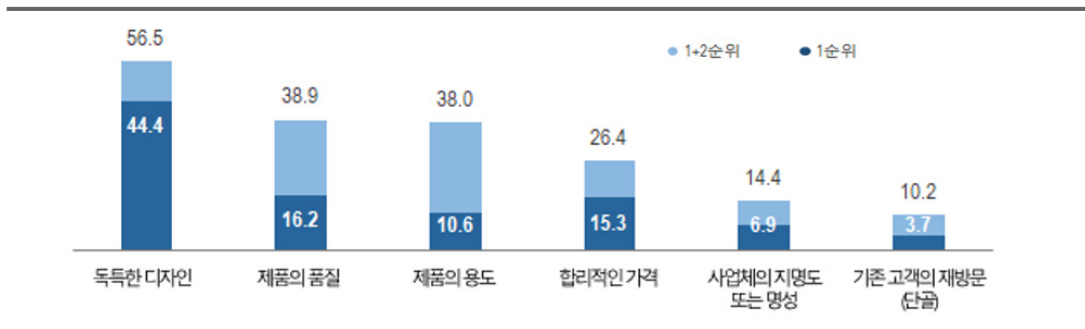


6. 공예품을 소비자가 선택하는 이유

□ 독특한 디자인 56.5% > 제품의 품질 38.9% > 제품의 용도 38.0% 순임(1+2순위)

[그림 5-10] 결과 - 사업체 공예품을 소비자가 선택하는 이유

(제조/생산, n=216, 단위: %)

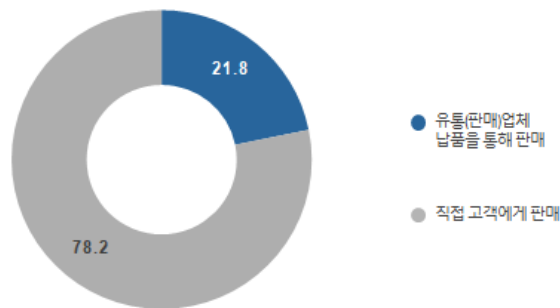


7. 제조품의 유통 경로

□ 직접 고객에게 판매(78.2%) 하는 비율이 유통(판매)업체를 통한 납품(21.8%) 비율에 비해 높음

[그림 5-11] 결과 - 제조품의 유통 경로

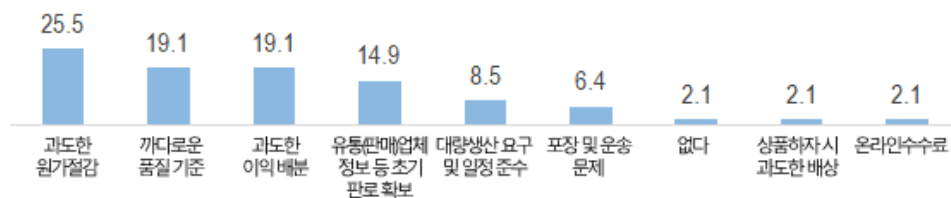
(제조/생산, n=216, 단위 : %)



- 제조품 납품 시 애로사항은 과도한 원가절감 25.5%, 까다로운 품질 기준, 과도한 이익 배분 각 19.1%, 초기판로 확보 14.9% 순으로 나타남
- 과도한 원가절감을 애로사항으로 응답한 비율은 ‘가구용품’이 75.0%로 가장 높음

[그림 5-12] 결과 - 제조품 납품 시 애로사항

(유통업체납품, n=47, 단위 : %)

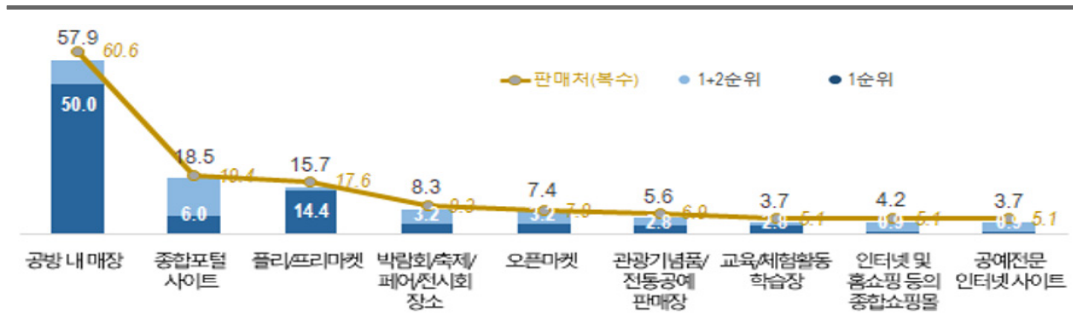


8. 공예품 주요 판매처

- 공방 내 매장 57.9%, 종합포털 사이트 18.5%, 플리/프리마켓 15.7% 순임(1+2순위)
- 판매량이 높은 곳 또한 ‘공방 내 매장’이 60.6%로 가장 높게 나타남

[그림 5-13] 결과 - 공예품의 주된 판매처 및 판매량이 높은 곳

(제조/생산, n=216, 단위 : %)

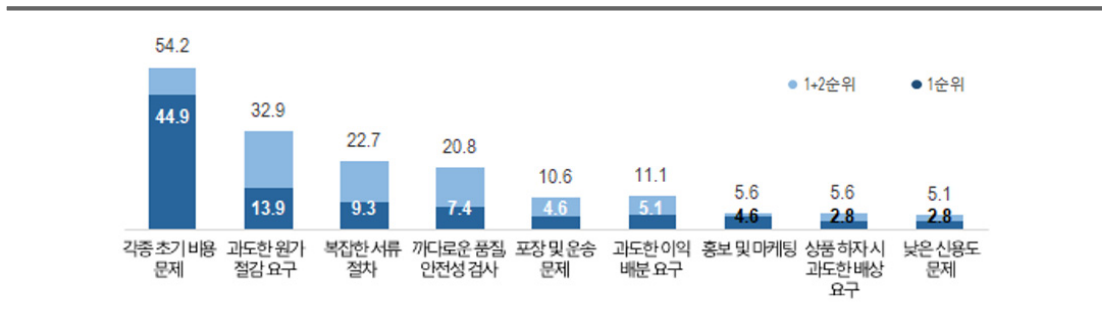


9. 국내 판로 개척 시 애로사항

- 각종 초기 비용 문제 54.2%, 과도한 원가 절감 요구 32.9%, 복잡한 서류 절차 22.7% 순임(1+2순위)

[그림 5-14] 결과 - 국내 판로 개척 시 애로사항

(제조/생산, n=216, 단위 : %)

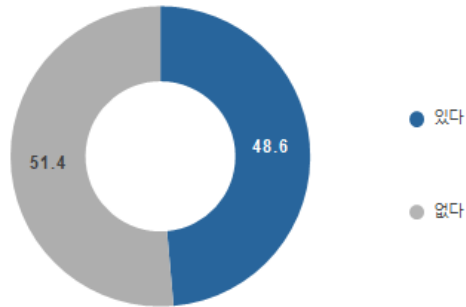


10. 공예 관련 교육 사업 운영

- 공예 관련 교육 사업 운영 비율은 48.6% 수준이며, 생활공예 사업체 68.0% 및 가죽업종 69.6%에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-15] 결과 - 공예 관련 교육 사업 운영

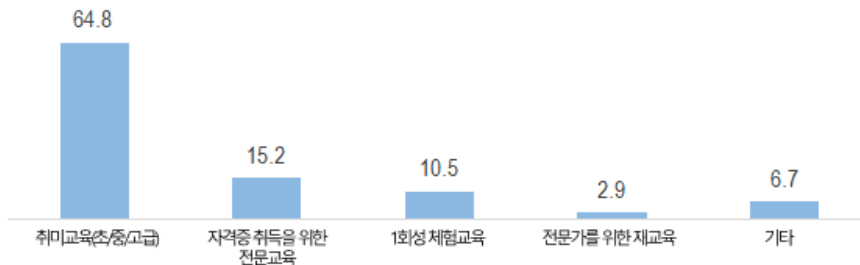
(제조/생산, n=215, 단위 : %)



- 공예 교육 운영 내용은 취미교육(초/중/고급) 64.8%, 자격증 취득을 위한 전문교육 15.2%, 1회성 체험교육 10.5% 순으로 나타남
- 취미교육(초/중/고급)은 '가족' 업종이 81.3%로 가장 높게 나타남
- 공예 교육 주 참가자는 '일반인'이 82.9%로 가장 많음

[그림 5-16] 결과 - 공예 교육 내용

(교육사업운영, n=105, 단위 : %)



- 공예 교육장으로는 사업장 내 공방이 81.9%로 가장 높게 나타남

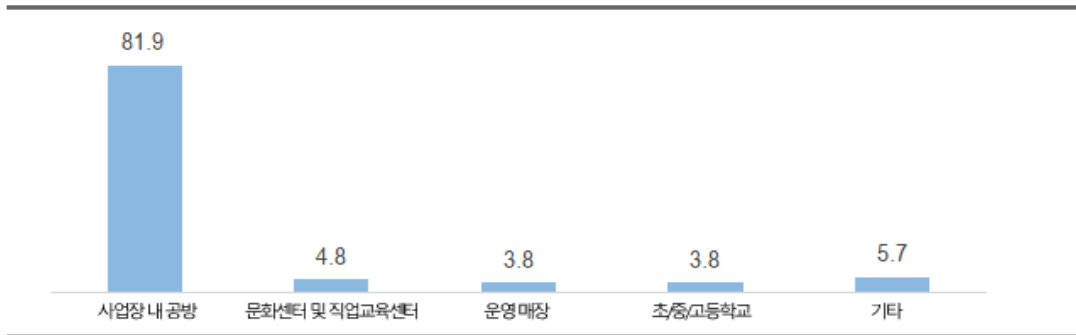
[표 5-6] 결과 - 공예 교육장

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	사업장 내 공방	문화센터 및 직업교육센터	운영 매장	초/중/고등학교	기타
공예사업 분류	전체	(105)	81.9	4.8	3.8	3.8	5.7
	현대공예	(23)	82.6	8.7	0.0	8.7	0.0
	전통공예	(19)	89.5	0.0	0.0	0.0	10.5
	산업공예	(29)	79.3	6.9	3.4	3.4	6.9
	생활공예	(34)	79.4	2.9	8.8	2.9	5.9

[그림 5-17] 결과 - 공예 교육장

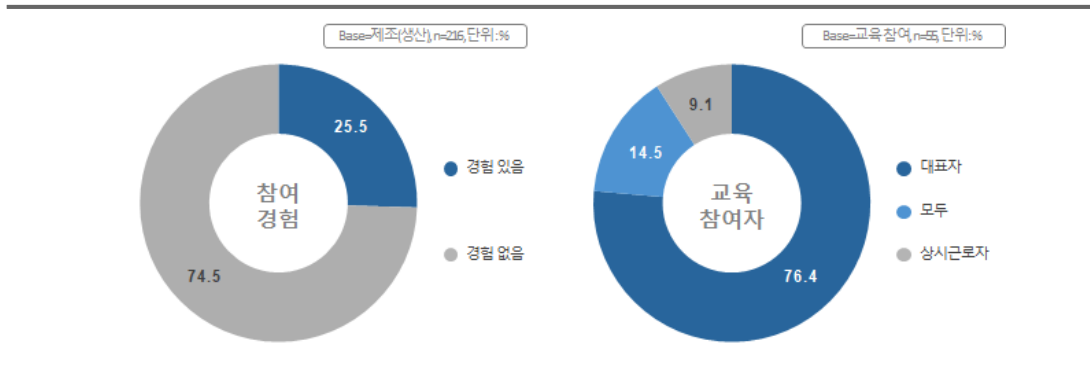
(교육사업운영, n=105, 단위 : %)



11. 재교육 프로그램 참여 경험 및 대상

- 참여 경험은 25.5%로, 교육 참여자는 ‘대표자’가 76.4%로 가장 높게 나타남

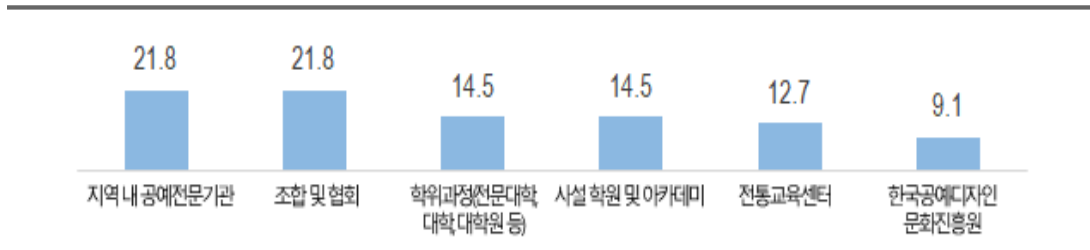
[그림 5-18] 결과 - 재교육 프로그램 참여 경험 및 대상



- 재교육 프로그램 참여 방법으로는 ‘지역 내 공예전문기관’과 ‘조합 및 협회’가 각 21.8%로 가장 높고, ‘학위과정(전문대학, 대학, 대학원 등)’, ‘시설 학원 및 아카데미’ 각 14.5% 순으로 나타남

[그림 5-19] 결과 - 재교육 프로그램 참여 방법

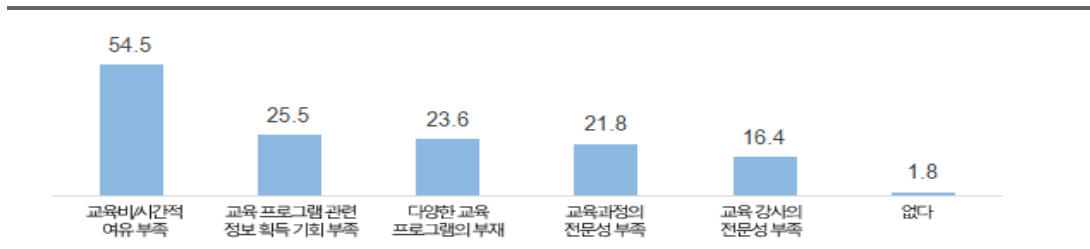
(교육참여, n=55, 단위 : %, 복수)



- 재교육 프로그램 참여 시, 애로사항으로는 ‘교육비/시간적 여유 부족’ 54.5%로 가장 높고, ‘교육 프로그램 관련 정보 획득 기회 부족’ 25.5%, ‘다양한 교육 프로그램의 부재’ 23.6% 순으로 나타남

[그림 5-20] 결과 - 재교육 프로그램 참여 시, 애로사항

(교육참여, n=55, 단위 : %, 복수)



- 필요로 하는 재교육 프로그램으로는 공예 트렌드 관련이 32.4%, 제품 디자인 또는 품질향상 관련이 21.8%, 정부 정책 및 지원 제도 관련이 15.7% 순으로 조사됨. 반면, 참여 의향이 없는 것으로 응답한 비율은 22.7%로 높게 나타남

[그림 5-21] 결과 - 희망 재교육 프로그램

(제조생산, n=216, 단위 : %)

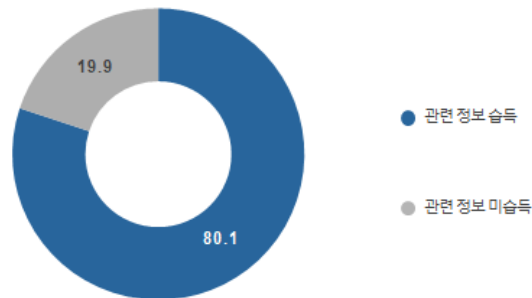


13. 정보의 직·간접적 취득 여부

- 공예 및 사업정보에 대한 정보를 취득하는 사업체 비율은 80.1%로 높게 나타남

[그림 5-22] 결과 - 공예 및 사업정보의 직·간접적 취득 여부

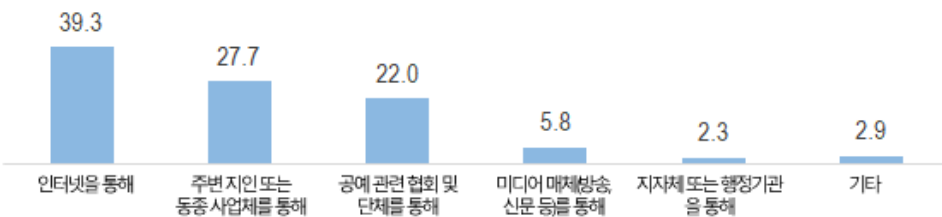
(교육참여, n=216, 단위 : %)



- 정보 취득 경로에 대해서는 ‘인터넷을 통해’가 39.3%로 가장 높고, ‘주변 지인 또는 동종 사업체를 통해’ 27.7%, ‘공예 관련 협회 및 단체를 통해’ 22.0% 순으로 조사됨
- 인터넷을 통한 정보 취득은 ‘섬유’ 업종이 58.8%, ‘장신구/잡화’ 업종이 60.0%로 높게 나타남

[그림 5-23] 결과 - 공예 및 사업정보 취득 경로

(관련정보습득, n=173, 단위 : %, 복수)

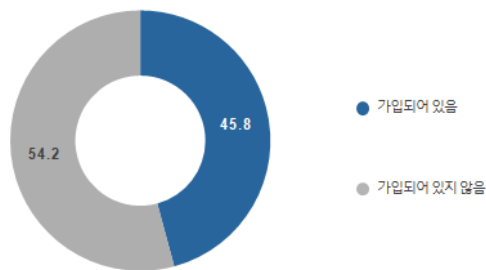


14. 단체, 협회 및 협동조합 가입 여부

- 공예 사업체의 단체, 협회 및 협동조합 등 가입 비율은 45.8%로 조사됨
- 단체, 협회 등 가입 비율은 ‘종이/한지’ 업종이 55.6%, ‘기타용품’이 60.0%로 높음

[그림 5-24] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부

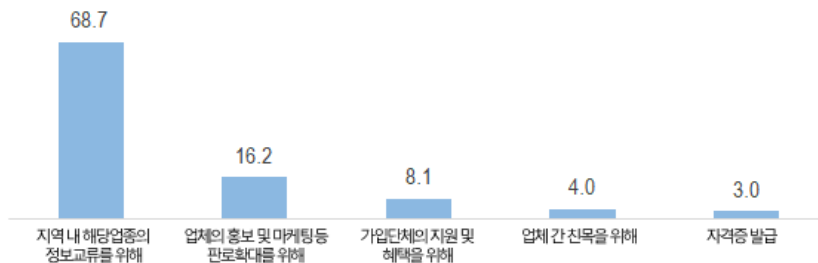
(제조생산, n=216, 단위 : %)



- 공예 단체, 협회 및 협동조합 가입 목적은 지역 내 해당업종의 정보교류를 위한 것이 68.7%로 가장 높고, 업체의 홍보 및 마케팅 등 판로확대가 16.2% 순으로 조사됨

[그림 5-25] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 목적

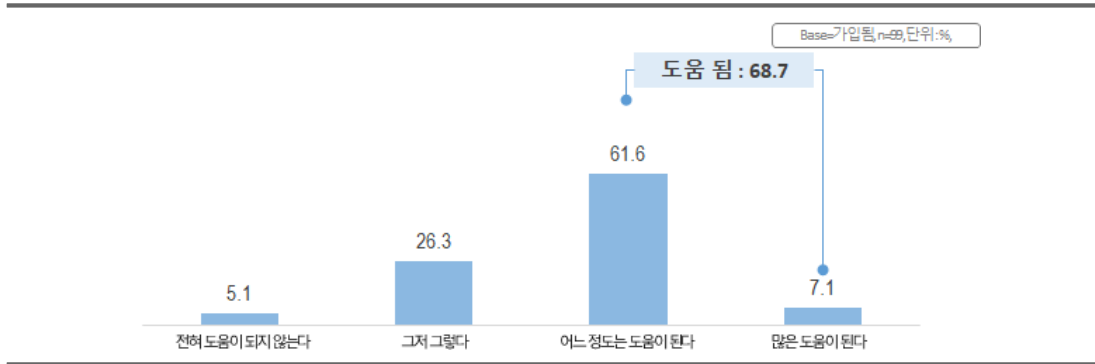
(가입됨, n=99, 단위 : %)



- 단체, 협회 및 협동조합 가입 후 도움 수준은 ‘어느 정도는 도움이 된다’가 61.6%로 가장 높고, ‘도움 됨(어느 정도는 도움이 된다 61.6% + 많은 도움이 된다 7.1%)’은 68.7%로 나타남. 반면 ‘그저 그렇다’는 26.3% 수준임

[그림 5-26] 결과 - 공예 단체, 협회 및 협동조합 가입에 따른 도움 수준

(가입됨, n=99, 단위 : %)

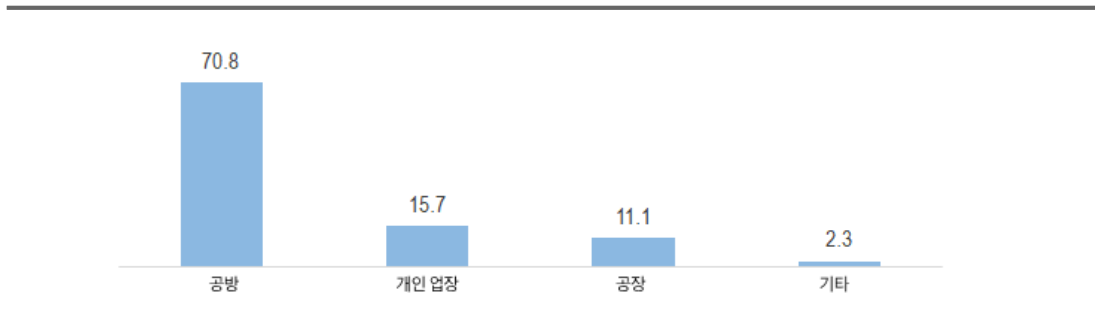


15. 사업 형태

- 제조(생산) 사업체의 사업 형태로는 ‘공방’이 70.8%로 가장 높게 나타남
- 공방 형태의 사업체는 5명 이하의 소규모 사업체가 대다수인 것으로 보임

[그림 5-27] 결과 - 사업 형태

(제조생산, n=216, 단위 : %)



제2절 고양시 공예산업 유통·판매 현황

1. 대표 공예품 및 단가

- 가장 많이 유통되는 공예품은 ‘가방’ 6.8%, ‘도자기’ 4.9% 및 ‘액자’ 4.4% 순임
- 공예품 단가 평균은 ‘가구’가 120만원으로 가장 비싼 것으로 나타남

[그림 5-28] 결과 - 공예품 유통 [품명, 단가]

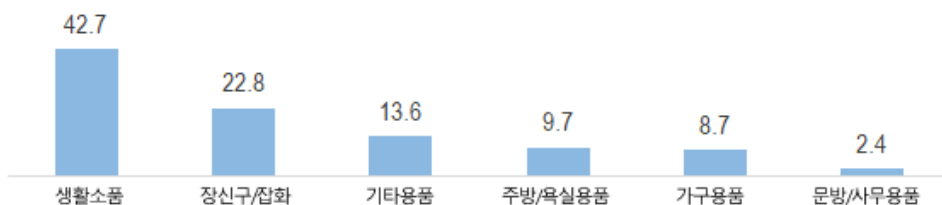
(유통/판매, n=205, 단위: %, 중복)



- 대표 공예품 용도는 ‘생활소품’이 42.7%로 가장 높고, ‘장신구/잡화’ 22.8%, ‘기타용품’ 13.6% 순으로 나타남

[그림 5-29] 결과 - 대표 공예품 용도

(유통/판매, n=206, 단위: %, 중복)

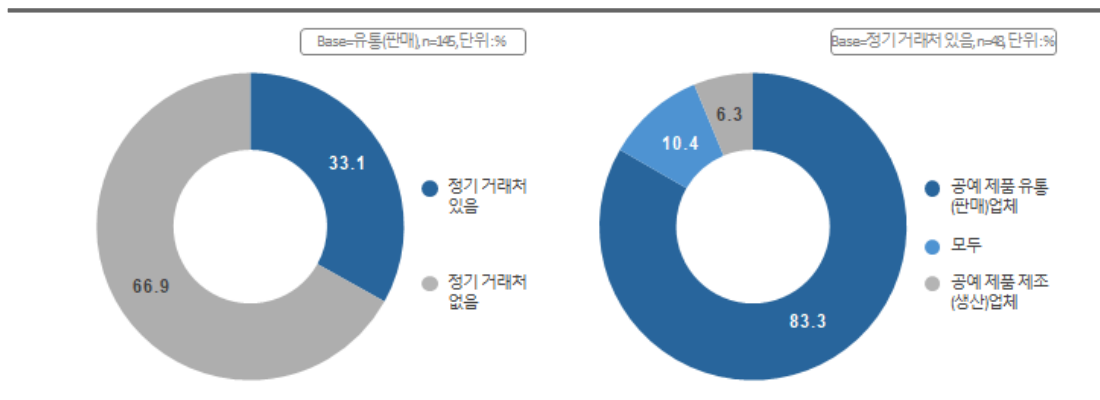


- 생활소품은 기타 업종 58.1% > 도자 51.4% > 종이/한지 50.0% 순임

2. 정기 거래처 보유 여부/정기 거래처 유형

- 33.1%가 정기 거래처를 보유하고 있으며, 정기 거래처 중 ‘공예 제품 유통(판매)업체’ 비율이 83.3%로 가장 높게 나타남

[그림 5-30] 결과 - 정기 거래처 보유 여부/정기 거래처 유형

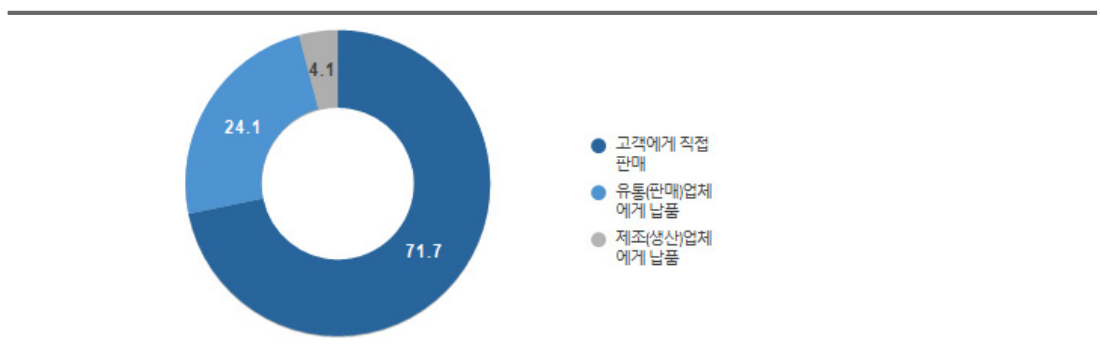


3. 공예품 유통 경로

- 공예품 유통 경로의 경우 ‘고객에게 직접 판매’가 71.7%, ‘유통(판매)업체에게 납품’ 24.1% 및 ‘제조(생산)업체에게 납품’이 4.1% 순으로 조사됨

[그림 5-31] 결과 - 공예 제품 유통 경로

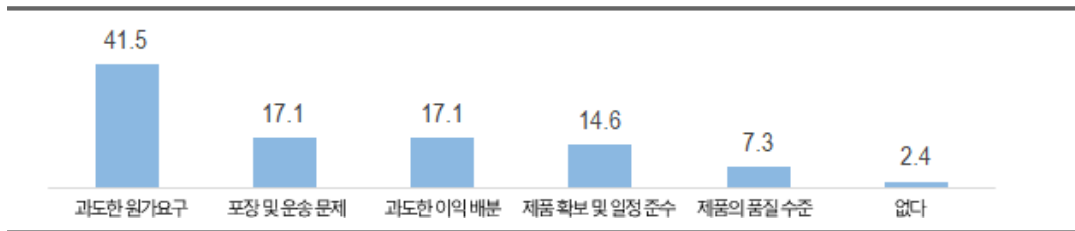
(유통/판매, n=145, 단위 : %)



- 공예품 납품 받을 때의 애로사항으로 ‘과도한 원가요구’ 41.5%, ‘포장 및 운송 문제’와 ‘과도한 이익 배분’이 각 17.1%로 조사됨
- 과도한 원가요구를 응답한 비율은 ‘죽세/조경’ 업종이 가장 높게 나타남

[그림 5-32] 결과 - 공예 제품 납품 받을 때, 애로사항

(제조유통업체납품, n=41, 단위 : %)

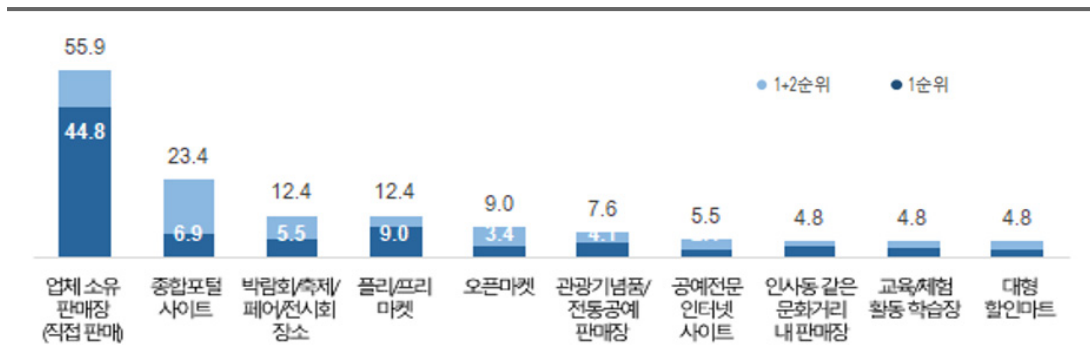


4. 유통 공예품의 주된 판매처

- 유통 공예품의 주된 판매처로는 ‘업체 소유 판매장(직접 판매)’을 응답한 비율이 55.9%로 가장 높고, ‘종합포털 사이트’ 23.4% 순으로 나타남 (1+2순위)

[그림 5-33] 결과 - 유통 공예품의 주된 판매처

(유통/판매, n=145, 단위 : %)



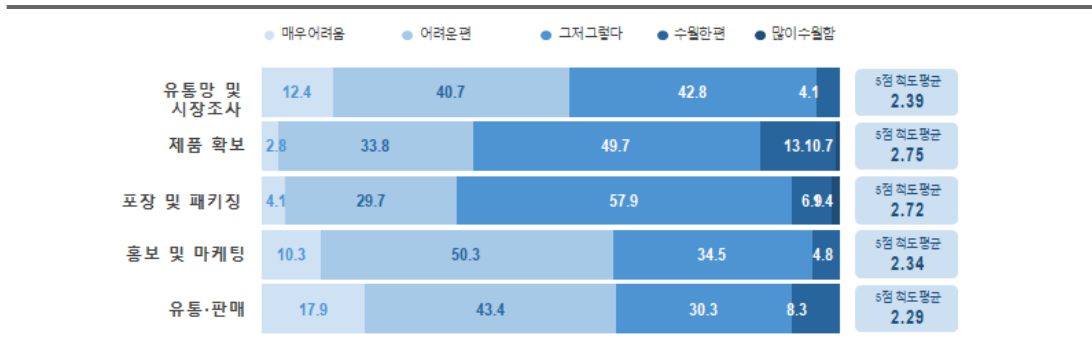
- 업체 소유 판매장에서 직접 판매 비율은 ‘가구용품’이 83.3%로 가장 높게 나타남

5. 공예품 유통 시, 업무 수행 어려움

□ ‘유통·판매’ 61.4%, ‘홍보 및 마케팅’ 60.7% 및 ‘유통망 및 시장조사’ 53.1% 순임

[그림 5-34] 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 어려움

(유통/판매, n=145, 단위: %)



□ 유통·판매에 대해 다수의 업종에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

[표 5-7] 응답자 특성별 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 어려움

(단위: %)

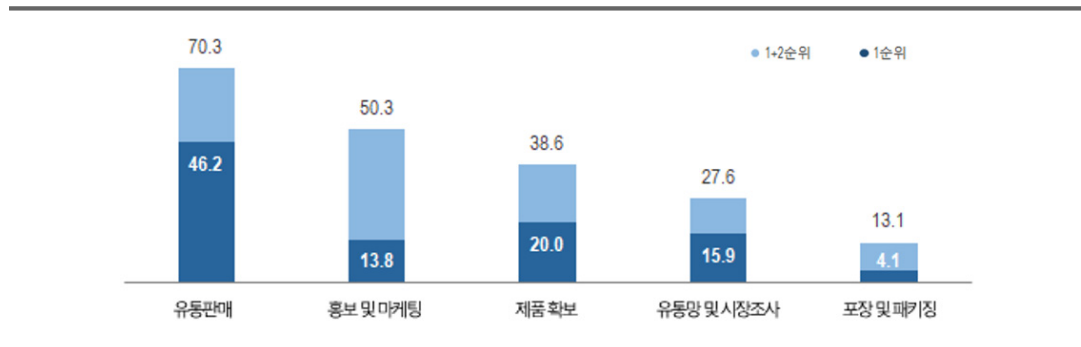
구분	세부 내용	(사례 수)	유통망 및 시장조사	제품 확보	포장 및 패키징	홍보 및 마케팅	유통·판매
공예사업 분류	전체	(145)	53.1	36.6	33.8	60.7	61.4
	현대공예	(29)	75.9	55.2	37.9	62.1	72.4
	전통공예	(31)	38.7	29.0	19.4	48.4	51.6
	산업공예	(44)	47.7	29.5	38.6	63.6	52.3
	생활공예	(41)	53.7	36.6	36.6	65.9	70.7
업종	도자	(26)	50.0	30.8	42.3	61.5	57.7
	유리	(3)	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
	금속	(7)	57.1	28.6	28.6	42.9	42.9
	귀금속/보석	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	목	(36)	55.6	44.4	33.3	50.0	61.1
	죽세/초경	(1)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	종이/한지	(4)	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
	섬유	(23)	52.2	34.8	17.4	65.2	65.2
	가죽	(11)	54.5	45.5	54.5	81.8	72.7
	기타	(22)	54.5	27.3	31.8	68.2	68.2
	공통	(11)	54.5	36.4	18.2	72.7	63.6
종사자 수	1명	(83)	51.8	41.0	28.9	65.1	67.5
	2~5명	(47)	61.7	31.9	38.3	59.6	57.4
	6~10명	(8)	62.5	37.5	62.5	62.5	75.0
	11명 이상	(7)	0.0	14.3	28.6	14.3	0.0
공예품 용도 (중복)	가구용품	(18)	66.7	55.6	33.3	61.1	66.7
	문방/사무용품	(6)	66.7	33.3	50.0	66.7	66.7
	생활소품	(75)	49.3	28.0	32.0	56.0	56.0
	장신구/잡화	(39)	66.7	43.6	43.6	74.4	71.8
	주방/욕실용품	(20)	30.0	25.0	25.0	45.0	50.0
	기타용품	(23)	43.5	30.4	30.4	52.2	56.5

6. 공예품 유통 시, 업무 수행 중요도

- ‘유통·판매’ 70.3%, ‘홍보 및 마케팅’ 50.3% 및 ‘제품 확보’ 38.6% 순임 (1+2순위 기준)

[그림 5-35] 결과 - 공예품 유통 시, 업무 수행 단계별 중요도

(유통/판매, n=145, 단위: %)

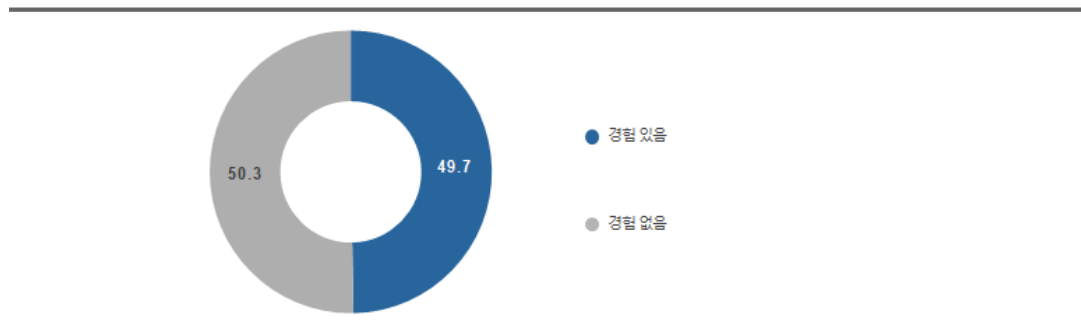


7. 제품 유통을 위한 홍보·마케팅 활동 경험

- 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 활동 경험은 49.7%로 나타남

[그림 5-36] 결과 - 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 활동 경험

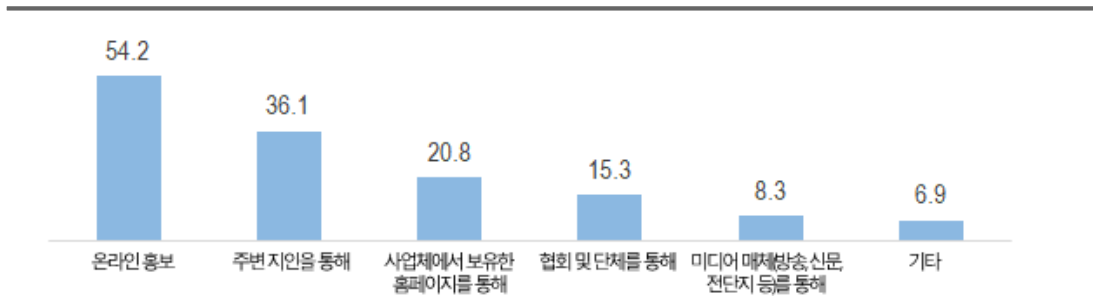
(유통/판매, n=145, 단위: %)



- 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 경로로는 ‘온라인 홍보’가 54.2%로 가장 높고, ‘주변 지인을 통해’ 36.1% 및 ‘사업체에서 보유한 홈페이지를 통해’가 20.8% 순으로 조사됨

[그림 5-37] 결과 - 제품 유통을 위한 홍보/마케팅 경로

(경험있음, n=72, 단위: %)



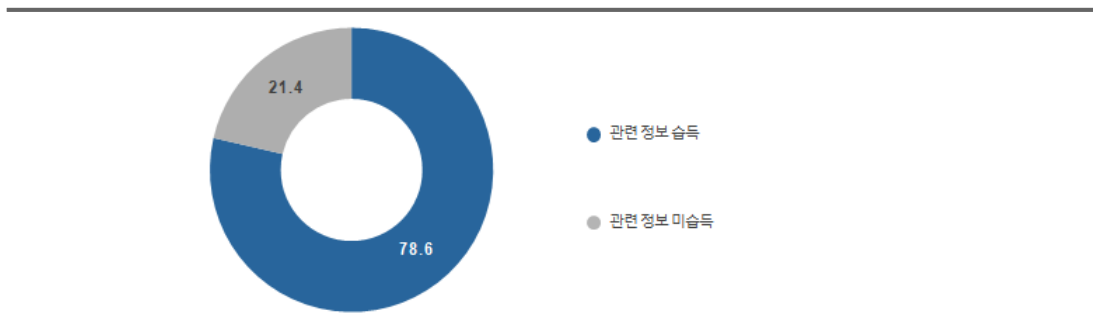
- 온라인 홍보의 경우 섬유 업종이 70.0%로 상대적으로 높게 나타남

8. 공예 및 사업정보의 직/간접적 취득

- 공예 및 사업정보 취득 비율은 78.6%로 높게 나타남

[그림 5-38] 결과 - 공예 및 사업정보의 직/간접적 취득

(유통/판매, n=145, 단위: %)



[표 5-8] 결과 - 공예 및 사업정보의 직/간접적 습득

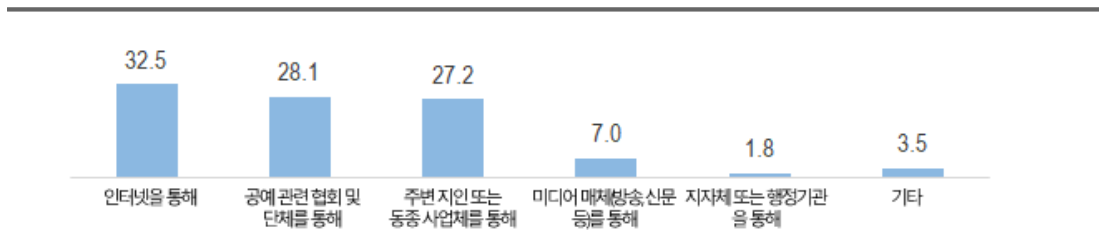
(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	관련 정보 미취득	관련 정보 취득
공예사업 분류	전체	(145)	21.4	78.6
	현대공예	(29)	13.8	86.2
	전통공예	(31)	16.1	83.9
	산업공예	(44)	22.7	77.3
	생활공예	(41)	29.3	70.7
업종	도자	(26)	15.4	84.6
	유리	(3)	0.0	100.0
	금속	(7)	42.9	57.1
	귀금속/보석	(1)	100.0	0.0
	목	(36)	19.4	80.6
	죽세/초경	(1)	100.0	0.0
	종이/한지	(4)	25.0	75.0
	섬유	(23)	21.7	78.3
	가죽	(11)	18.2	81.8
	기타	(22)	13.6	86.4
	공통	(11)	36.4	63.6
종사자 수	1명	(83)	19.3	80.7
	2~5명	(47)	23.4	76.6
	6~10명	(8)	0.0	100.0
	11명 이상	(7)	57.1	42.9
공예품 용도 (중복)	가구용품	(18)	11.1	88.9
	문방/사무용품	(6)	50.0	50.0
	생활소품	(75)	24.0	76.0
	장신구/잡화	(39)	23.1	76.9
	주방/육식용품	(20)	20.0	80.0
	기타용품	(23)	17.4	82.6

- 정보 취득 경로에 대해서는 ‘인터넷을 통해’가 32.5%로 가장 높고, ‘공예 관련 협회 및 단체를 통해’ 28.1% 및 ‘주변 지인 또는 동종 사업체를 통해’서가 27.2% 순임

[그림 5-39] 결과 - 공예 및 사업정보 습득 경로

(관련정보습득, n=114, 단위: %)



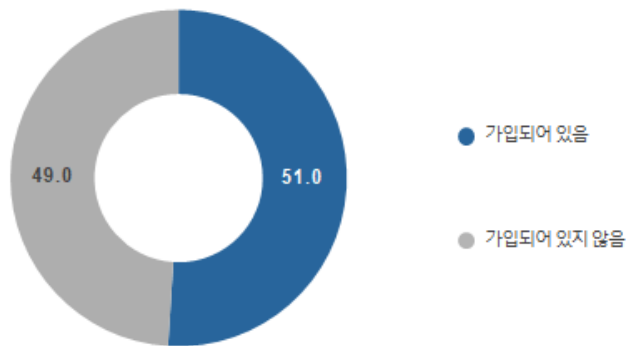
- 인터넷을 통한 정보 취득은 ‘섬유’ 업종 61.1%, ‘문방/사무용품’이 66.7%로 나타남

9. 유통·판매 공예사업체 단체, 협회, 협동조합 가입 여부

- 유통·판매 공예사업체의 단체, 협회 등 가입 비율은 51.0%로 나타남
- 단체, 협회 등 가입 비율은 ‘종이/한지’ 업종이 75.0%로 상대적으로 높음

[그림 5-40] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 여부

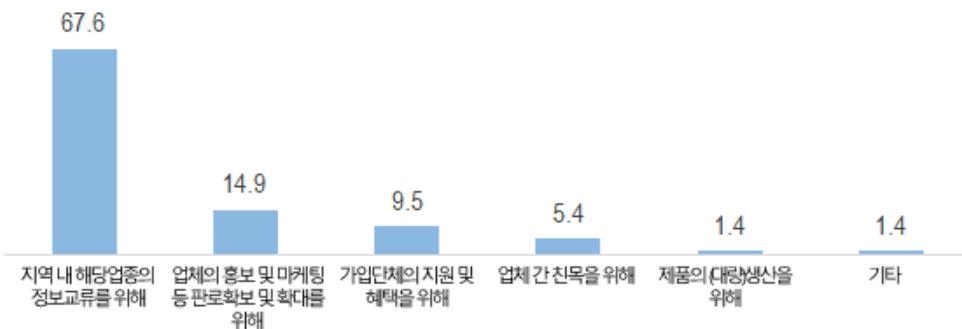
(유통/판매, n=145, 단위: %)



- 공예 단체, 협회 및 협동조합 가입 목적은 ‘지역 내 해당업종의 정보교류’를 위해서가 67.6%, ‘업체의 홍보 및 마케팅 등 판로확대’를 위해서가 14.9%로 조사됨

[그림 5-41] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 가입 목적

(가입됨, n=74, 단위: %)

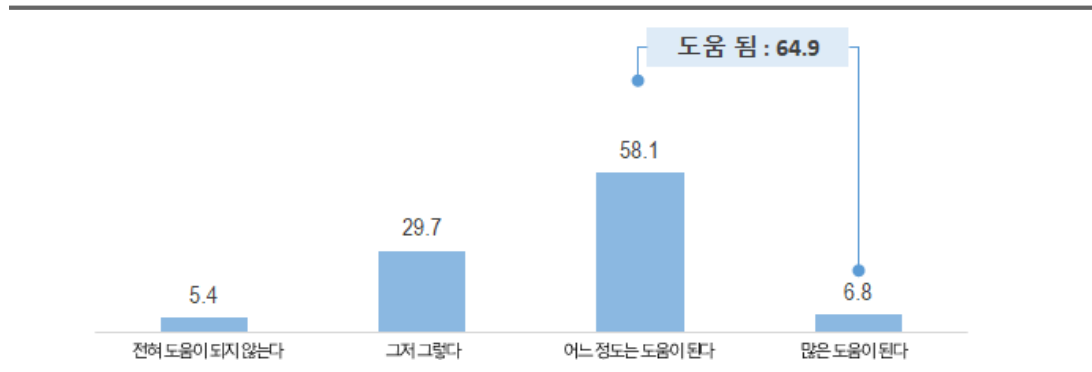


- 단체, 협회 및 협동조합 가입에 따른 도움 수준은 ‘어느 정도는 도움이 된다’가

58.1%로 가장 높고, ‘도움 됨’은 64.9%로 나타남. 반면 ‘그저 그렇다’는 29.7% 수준임

[그림 5-42] 결과 - 공예 단체, 협회, 협동조합 도움 수준

(가입됨, n=74, 단위: %)

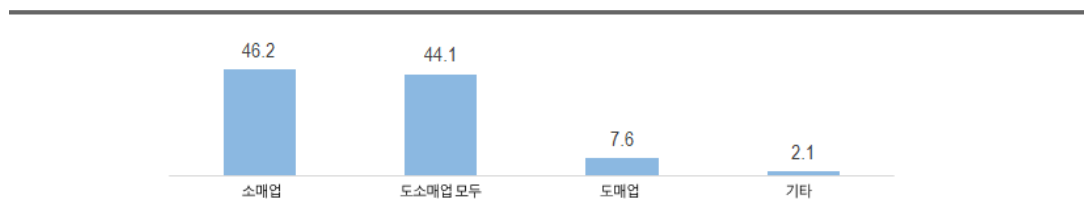


10. 사업 형태

- 유통·판매 공예사업체의 형태로는 ‘소매업’이 46.2%로 가장 높고, ‘도소매업 모두’는 44.1%로 높게 나타남

[그림 5-43] 결과 - 사업 형태

(유통/판매, n=145, 단위: %)



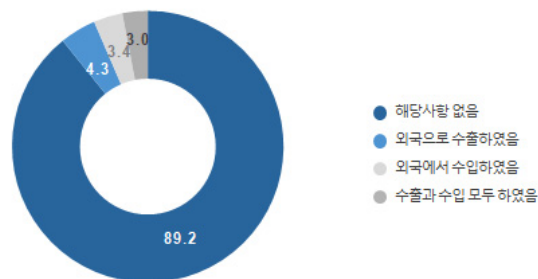
제3절 고양시 공예산업 수출·수입 현황

1. 공예품 수출·수입 경험

- 공예품 수출·수입 경험은 ‘해당사항 없음’이 89.2%로 가장 높음
- 외국으로의 수출 경험은 4.3%, 외국에서 수입 경험은 3.4%, 수출/수입 경험은 3.0% 수준으로 낮게 나타남
- 외국으로의 수출 경험은 ‘금속’ 업종 12.5%, 외국에서 수입 경험 ‘유리’ 업종 25.0%, 수출/수입 경험 ‘유리’ 업종이 25.0%로 높게 나타남

[그림 5-44] 결과 - 공예품 수출/수입 경험

(전체, n=232, 단위: %)

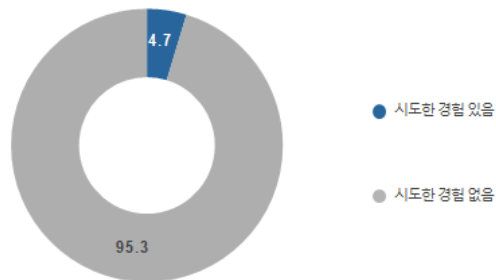


2. 공예품 수출 시도 경험

- 공예품 수출 시도 경험은 4.7%로 매우 낮게 나타남
- 업종으로는 금속 28.6%, 귀금속/보석 16.7%, 도자 6.1%, 공예품으로는 가구용품 18.2%로 조사됨

[그림 5-45] 결과 - 공예품 수출 시도 경험

(n=215, 단위: %)

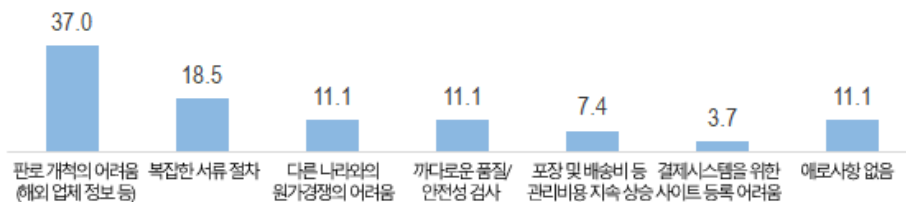


3. 공예품 수출에서의 애로사항

- 애로사항은 ‘판로 개척의 어려움(해외 업체 정보 등)’이 37.0%, ‘복잡한 서류 절차’가 18.5% 순으로 조사됨

[그림 5-46] 결과 - 공예품 수출 경험에 따른 애로사항

(수출시도경험, n=27, 단위: %)

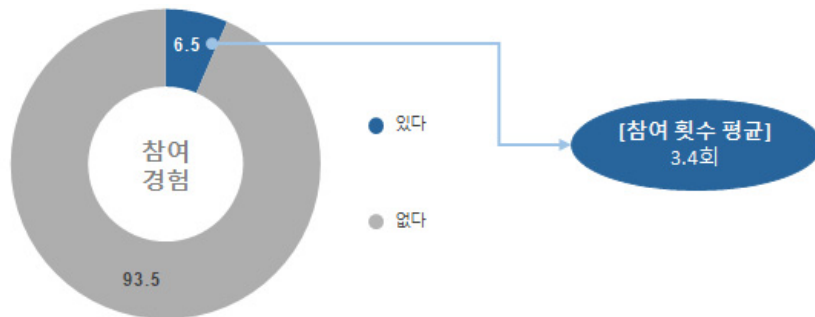


4. 해외 개최 박람회 및 전시회 참여 경험

- 참여 경험은 6.5%로 매우 낮고, 참여 횟수는 평균 3.4회로 조사됨. 전통공예는 12.8%, 업종은 종이/한지(33.3%), 금속(12.5%) 및 목공예(10.2%)로 조사됨
- 해외 개최 박람회 및 전시회 참여 횟수 평균은 ‘도자’ 업종이 6.3회로 가장 많음

[그림 5-47] 결과 - 해외 개최 박람회 및 전시회 참여 경험

(전체, n=232, 단위: %, 명)

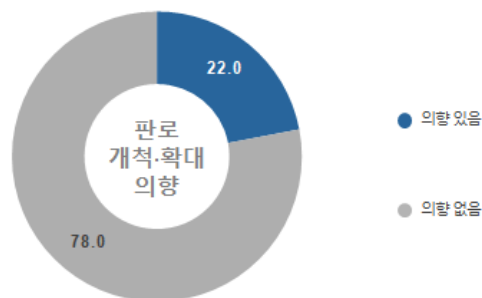


5. 해외 유통·판매 사이트 등록 경험 및 해외판로개척 의향

- 해외 유통 및 판매 사이트 등록 경험은 없는 것으로 나타남
- 해외수출 판로개척 및 판로확대 의향은 22.0%가 있는 것으로 응답함

[그림 5-48] 결과 - 해외수출 판로개척 및 판로확대 의향

(전체, n=232, 단위: %)



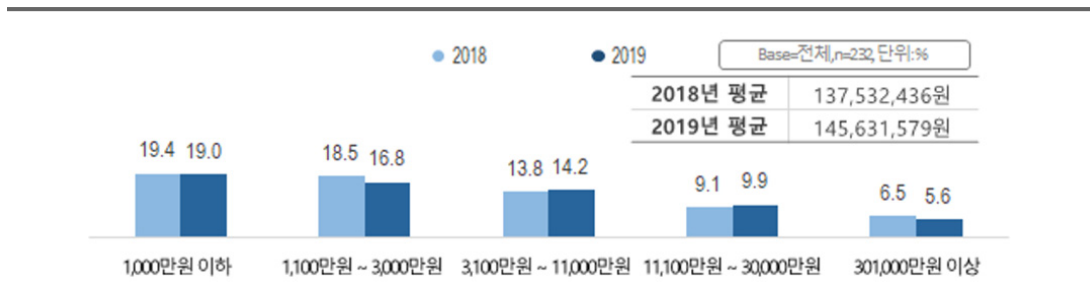
- 해외수출 판로개척 및 판로확대 의향이 있는 것으로 응답한 비율은 ‘금속’ 업종, ‘11명 이상’ 종사, ‘주방/욕실용품’이 상대적으로 높게 나타남

제4절 고양시 공예산업 재무현황

1. 2018년 매출액 및 2019년 예상 매출액

- 2018년 매출액에서 ‘1,000만원 이하’ 응답 비율이 19.4%로 가장 높고, ‘1,100만원~3,000만원’ 18.5%, ‘3,100만원~11,000만원’ 13.8% 순임
- 2019년 예상 매출액은 ‘1,000만원 이하’가 19.0%로 가장 높고, ‘1,100만원~3,000만원’ 16.8%, ‘3,100만원~11,000만원’ 14.2% 순으로 나타남
- 2019년 예상 매출액은 145,631,579원으로 2018년 매출액 평균 137,532,436원 대비 5.89% 증가함

[그림 5-49] 결과 - 2018년 매출액 및 2019년 예상 매출액



- 2018년 매출액은 공예사업에 따라 ‘산업공예’가 183,244,444원으로 가장 높고, ‘현대공예’ 174,947,368원 순임
- 업종별로는 ‘공통’이 550,250,000원으로 가장 높고, ‘기타’ 209,259,091원, ‘목’ 197,259,000원 순임

[표 5-9] 응답자 특성별 결과 - 2018년 매출액

(단위 : %, 원)

구분	세부 내용	(사례 수)	1,000만원 이하	1,100만원 ~ 3,000만원	3,100만원 ~ 11,000만원	11,100만원 ~ 30,000만원	31,000만원 이상	해당없음 (2019년 설립)	모름/ 무응답	▶평균◀
전체		(232)	19.4	18.5	13.8	9.1	6.5	1.7	31.0	137,532,436
공예사업 분류	현대공예	(55)	18.2	20.0	21.8	1.8	7.3	3.6	27.3	174,947,368
	전통공예	(47)	12.8	21.3	21.3	17.0	8.5	0.0	19.1	114,062,105
	산업공예	(73)	21.9	11.0	8.2	12.3	8.2	0.0	38.4	183,244,444
	생활공예	(57)	22.8	24.6	7.0	5.3	1.8	3.5	35.1	63,620,000

- 2019년 예상 매출액은 공예 모든 범주에서 증가하였으며, ‘산업공예’가 222,025,000 원으로 가장 높고, ‘현대공예’ 188,000,000원 순으로 조사됨. 업종별로는 ‘공통’이 771,875,000원으로 가장 높고, ‘기타’ 208,375,000원, ‘유리’ 202,500,000원 순임

[표 5-10] 응답자 특성별 결과 - 2019년 예상 매출액

(단위 : %, 원)

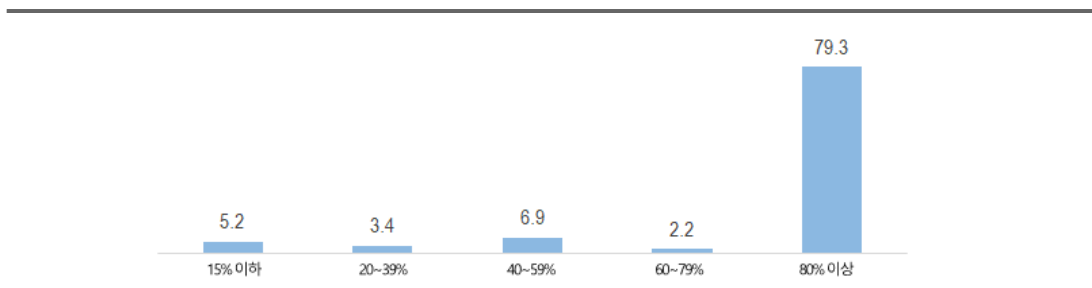
구분	세부 내용	(사례 수)	1,000만원 이하	1,100만원 ~ 3,000만원	3,100만원 ~ 11,000만원	11,100만원 ~ 30,000만원	31,000만원 이상	해당없음 (2019년 설립)	모름/ 무응답	▶평균◀
전체		(232)	19.0	16.8	14.2	9.9	5.6	-	34.5	145,631,579
공예사업 분류	현대공예	(55)	21.8	12.7	23.6	1.8	7.3	-	32.7	188,000,000
	전통공예	(47)	17.0	17.0	21.3	23.4	4.3	-	17.0	100,435,897
	산업공예	(73)	13.7	13.7	6.8	13.7	6.8	-	45.2	222,025,000
	생활공예	(57)	24.6	24.6	8.8	1.8	3.5	-	36.8	66,166,667

2. 2018년 매출액 중 공예 비중

- 사업체 2018년 매출액(공예, 교육 등) 중 공예가 차지하는 비율이 ‘80% 이상’인 경우가 79.3%로 가장 높음

[그림 5-50] 결과 - 2018년 순수 공예 관련 매출액 비중

(전체, n=232, 단위: %)



[표 5-11] 응답자 특성별 결과 - 2018년 공예 관련 순 매출액 비중

(단위 : %)

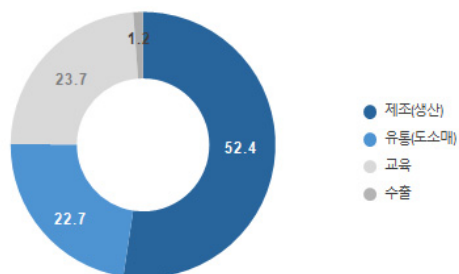
구분	세부 내용	(사례 수)	15% 이하	20~39%	40~59%	60~79%	80% 이상	▶평균◀
공예사업 분류	전체	(232)	5.2	3.4	6.9	2.2	79.3	86.8
	현대공예	(55)	3.6	7.3	7.3	1.8	74.5	84.1
	전통공예	(47)	0.0	0.0	2.1	2.1	93.6	97.6
	산업공예	(73)	6.8	2.7	8.2	4.1	76.7	84.7
	생활공예	(57)	8.8	3.5	8.8	0.0	75.4	83.2

3. 2018년 매출액 영역별 비중

- 제조·생산 공예업체 2018년 매출액 영역별 비중은 ‘제조(생산)’이 52.4%, ‘교육’ 23.7% 및 ‘유통(도소매)’ 22.7% 순으로 조사됨

[그림 5-51] 결과 - 2018년 매출액 영역별 비중(제조)

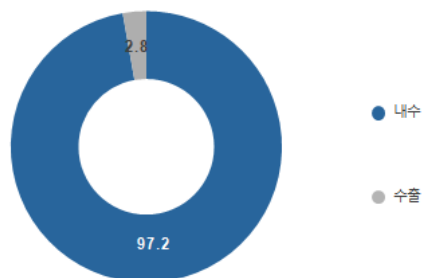
(제조/생산, n=215, 단위: %)



- 유통·판매 업체 2018년 매출액 영역별 비중은 ‘내수’ 97.2%, ‘수출’ 2.8%로 나타남

[그림 5-52] 결과 - 2018년 매출액 영역별 비중(유통/판매 업체)

(유통/판매, n=145, 단위: %)

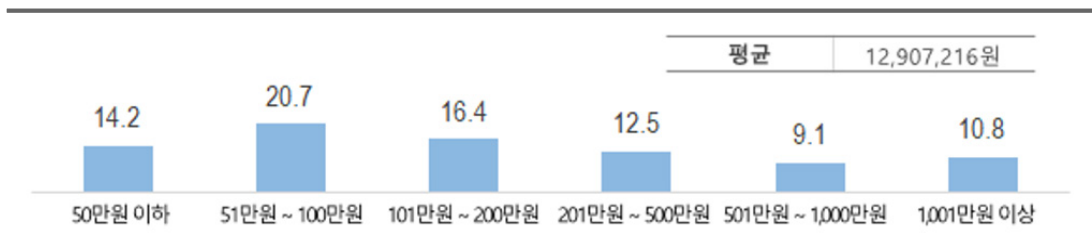


4. 2018년 월 평균 사업체 운영비용

- 2018년 월 평균 사업체 운영비용은 51만원~100만원이 20.7%로 가장 높고, ‘101만원~200만원’ 16.4%, ‘50만원이하’가 14.2%로 조사됨. 사업체 운영비용 년 평균 비용은 12,907,216원으로, 월평균 100만원의 비용이 사용되는 것으로 판단됨
- 공예사업 분류별 월 평균 사업체 운영비용은 ‘생활공예’가 18,907,955원으로 가장 높고, ‘산업공예’ 18,327,119원 순으로 나타남

[그림 5-53] 결과 - 2018년 월 평균 사업체 운영 비용

(전체, n=232, 단위: %)

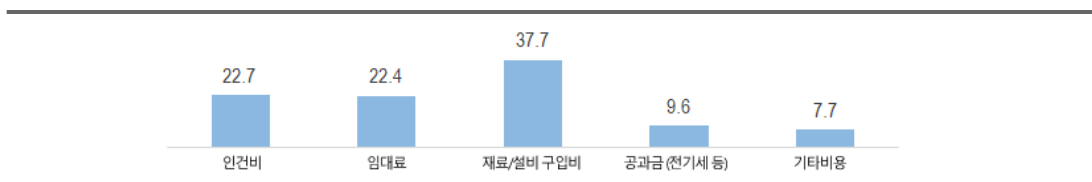


5. 사업체 운영 내역별 지출 비중

- 사업체 운영 내역별 지출 비중으로는 ‘재료/설비 구입비’가 37.7%, ‘인건비’ 22.7%, 및 ‘임대료’ 22.4% 순으로 조사됨

[그림 5-54] 결과 - 사업체 운영 내역별 지출 비중

(전체, n=232, 단위: %)



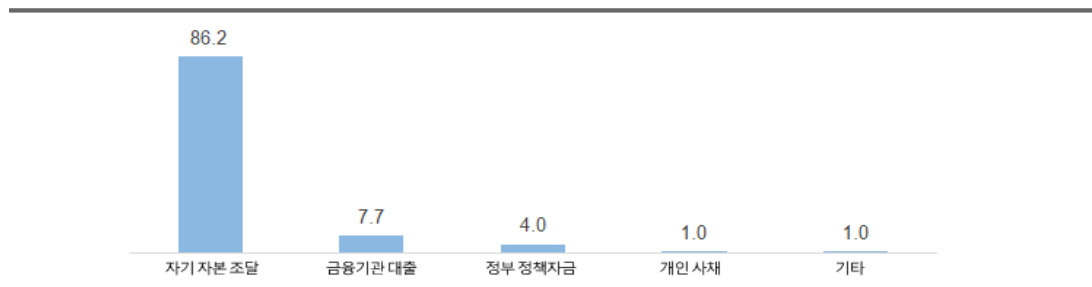
- ‘재료/설비 구입비’ 지출 비중은 ‘섬유’ 업종이 45.3%로 가장 높게 나타남

6. 2018년 자금 조달 방법

- 2018년 자금 조달 방법으로는 ‘자기 자본 조달’이 86.2%로 가장 높게 나타남
- 자기 자본 조달은 사업체 종사자 수가 적을수록 높음

[그림 5-55] 결과 - 2018년 자금 조달 방법

(전체, n=232, 단위: %)



[표 5-12] 응답자 특성별 결과 - 2018년 자금 조달 방법

(단위: %)

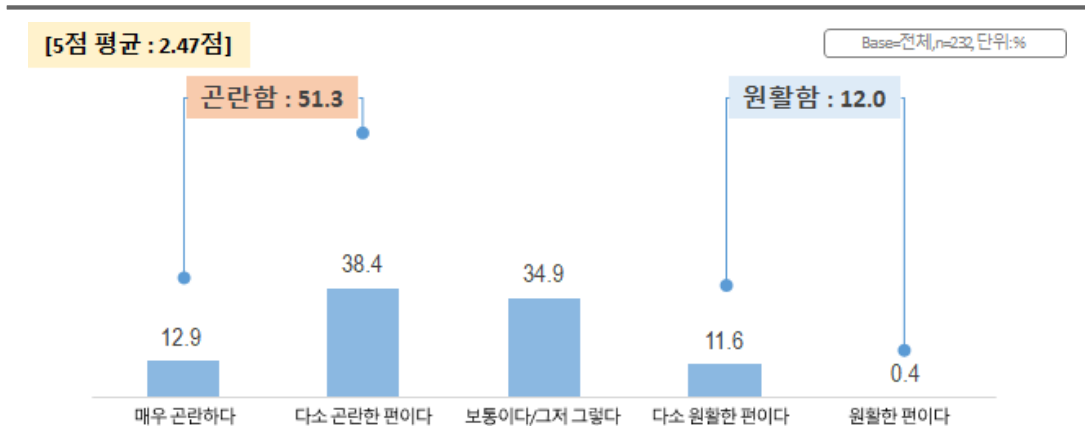
구분	세부 내용	(사례 수)	자기 자본 조달	금융기관 대출	정부 정책자금	개인 사채	기타
전체		(232)	86.2	7.7	4.0	1.0	1.0
공예사업 분류	현대공예	(55)	88.9	7.9	2.6	0.2	0.4
	전통공예	(47)	83.2	7.9	6.4	2.1	0.4
	산업공예	(73)	86.2	7.4	5.2	0.6	0.6
	생활공예	(57)	86.5	7.8	1.7	1.3	2.7
종사자 수	1명	(146)	92.0	5.4	2.2	0.2	0.2
	2~5명	(60)	81.7	10.1	4.5	1.6	2.2
	6~10명	(12)	60.8	15.5	16.5	5.5	1.8
	11명 이상	(14)	66.1	16.1	11.1	3.2	3.6

7. 2018년 대비 2019년 자금 현황

- 2018년 대비 2019년 자금 상황에 대해 ‘다소 곤란한 편이다’가 38.4%로 가장 높음
- ‘곤란함’은 (매우 곤란하다 12.9% + 다소 곤란한 편이다 38.4%) 51.3%로 나타남

[그림 5-56] 결과 - 2018년 대비 2019년 자금 상황

(전체, n=232, 단위: %)



□ ‘다소 곤란한 편이다’는 ‘유리’, ‘금속’ 업종과 ‘10명 이하’의 소규모 업체로 조사됨

[표 5-13] 응답자 특성별 결과 - 2018년 대비 2019년 자금 상황

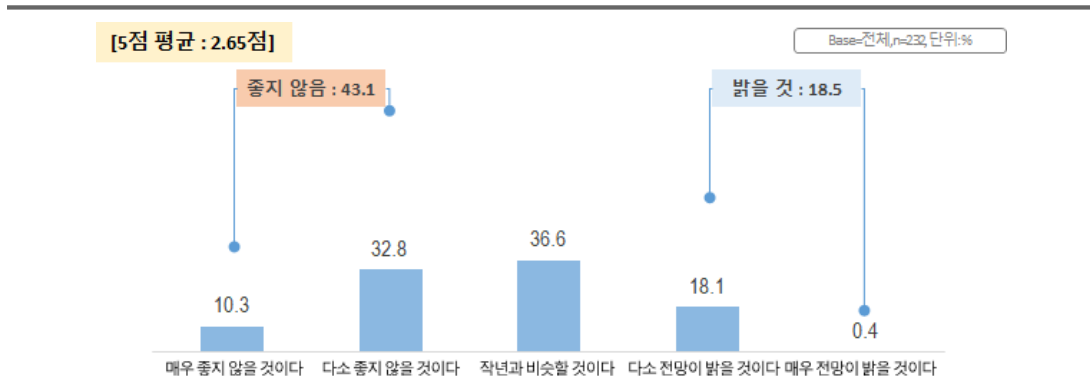
(단위: %, 점)

구분	세부 내용	(사례 수)	매우 곤란하다	다소 곤란한 편이다	보통이다/그저 그렇다	다소 원활한 편이다	원활한 편이다	▶5점 평균◀
전체		(232)	12.9	38.4	34.9	11.6	0.4	2.47
공예사업 분류	현대공예	(55)	16.4	30.9	34.5	14.5	0.0	2.49
	전통공예	(47)	8.5	36.2	34.0	19.1	2.1	2.70
	산업공예	(73)	11.0	37.0	45.2	6.8	0.0	2.48
	생활공예	(57)	15.8	49.1	22.8	8.8	0.0	2.25
종사자 수	1명	(146)	15.1	34.2	35.6	13.0	0.7	2.49
	2~5명	(60)	13.3	50.0	28.3	5.0	0.0	2.26
	6~10명	(12)	0.0	50.0	41.7	8.3	0.0	2.58
	11명 이상	(14)	0.0	21.4	50.0	28.6	0.0	3.07

8. 사업체 운영 분야의 사업 전망

□ 향후 사업 전망에 대해 ‘작년과 비슷할 것이다’가 36.6%인 반면 ‘좋지 않음(매우 좋지 않음 + 다소 좋지 않음)’은 43.1%로 나타남

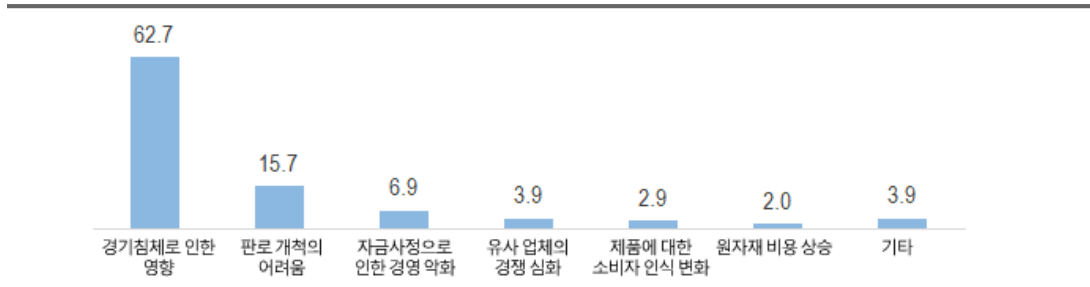
[그림 5-57] 결과 - 사업체 운영 분야의 사업 전망



- 사업 전망이 부정적인 이유로는 '경기침체로 인한 영향'이 62.7%, '판로 개척의 어려움' 15.7% 및 '자금사정으로 인한 경영 악화'가 6.9% 순으로 조사됨

[그림 5-58] 결과 - 사업 전망 부정적 이유

(전망부정, n=102, 단위: %)



[표 5-14] 응답자 특성별 결과 - 사업 전망 부정적 이유

(단위: %)

구분	세부 내용	(사례 수)	경기침체로 인한 영향	판로 개척의 어려움	자금사정으로 인한 경영 악화	유사 업체의 경쟁 심화	제품에 대한 소비자 인식 변화	원자재 비용 상승	기타
전체		(102)	62.7	15.7	6.9	3.9	2.9	2.0	3.9
공예사업 분류	현대공예	(25)	48.0	20.0	12.0	0.0	0.0	4.0	12.0
	전통공예	(22)	72.7	4.5	9.1	4.5	9.1	0.0	0.0
	산업공예	(28)	64.3	14.3	7.1	7.1	3.6	0.0	3.6
	생활공예	(27)	66.7	22.2	0.0	3.7	0.0	3.7	0.0

제5절 고양시 공예산업 기술현황

1. 인증·특허 취득 여부 및 건수

□ ‘상표등록’과 ‘특허등록 인증제’가 각 11.6% > ‘기능인’ 9.9% > ‘실용신안’ 9.5% 순임

[그림 5-59] 결과 - 인증·특허 취득 여부 및 건수

(전체, n=232, 단위: %, 건)



[표 5-15] 결과 - 인증 및 특허 취득 여부

(단위: %, 건)

구분	세부 내용	(사례 수)	상표등록		실용신안		특허등록 인증제		기능인	
			취득 비율	건수	취득 비율	건수	취득 비율	건수	취득 비율	건수
공예사업 분류	전체	(232)	11.6	3.3	9.5	7.5	11.6	12.8	9.9	1.7
	현대공예	(55)	10.9	2.8	7.3	2.5	7.3	3.8	7.3	1.3
	전통공예	(47)	14.9	1.6	10.6	2.0	19.1	7.3	17.0	1.6
	산업공예	(73)	13.7	2.3	12.3	1.3	13.7	3.1	9.6	2.3
	생활공예	(57)	7.0	9.5	7.0	33.3	7.0	58.5	7.0	1.5
업종	도자	(35)	2.9	1.0	0.0	-	8.6	1.7	14.3	1.2
	유리	(4)	50.0	1.5	50.0	1.0	50.0	3.5	50.0	5.0
	석	(2)	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-
	금속	(8)	50.0	2.3	37.5	1.3	50.0	4.5	50.0	1.0
	귀금속/보석	(6)	16.7	4.0	0.0	-	16.7	3.0	16.7	1.0
	목	(49)	8.2	1.5	12.2	2.0	18.4	4.4	12.2	1.2
	죽세/조경	(1)	0.0	-	0.0	-	0.0	-	0.0	-
	종이/한지	(9)	22.2	17.5	22.2	16.0	22.2	15.5	11.1	2.0
	섬유	(43)	4.7	1.0	2.3	5.0	0.0	-	0.0	-
	가죽	(23)	8.7	2.0	13.0	1.0	0.0	-	4.3	1.0
	기타	(39)	12.8	2.0	7.7	1.7	10.3	8.5	5.1	1.5
종사자 수	공통	(13)	30.8	3.8	15.4	51.0	15.4	104.0	7.7	6.0
	1명	(146)	8.2	4.8	4.8	6.4	7.5	5.2	4.8	1.1
	2~5명	(60)	13.3	-	11.7	-	13.3	-	18.3	-
	6~10명	(12)	16.7	-	16.7	-	25.0	-	8.3	-
공예품 용도 (중복)	11명 이상	(14)	35.7	2.2	42.9	17.7	35.7	42.2	28.6	4.3
	가구용품	(23)	8.7	1.5	8.7	3.0	26.1	2.0	17.4	1.3
	문방/사무용품	(8)	25.0	3.0	25.0	1.5	12.5	3.0	37.5	1.7
	생활용품	(114)	15.8	3.8	12.3	10.5	15.8	17.6	7.9	2.8
	장신구/잡화	(74)	9.5	2.3	5.4	2.3	4.1	2.7	9.5	2.3
	주방/욕실용품	(25)	12.0	3.7	8.0	1.5	12.0	6.7	24.0	1.8
	기타용품	(28)	7.1	3.0	14.3	26.0	14.3	52.5	10.7	1.3

- 상표등록과 특허등록 인증제 취득 비율은 ‘유리’, ‘금속’ 업종이 각 50.0%로 가장 높고, 특허등록 인증제 취득 건수는 ‘공통’ 업종이 104건으로 가장 많음

2. 인증 및 특허 미취득 이유

- ‘취득 및 등록의 중요성 (필요성)을 알지 못해서’가 45.4%, ‘취득 및 등록을 위한 비용 때문에’가 17.9% 인 것으로 조사됨

[표 5-16] 결과 - 인증 및 특허 미취득 이유

(단위 : %)

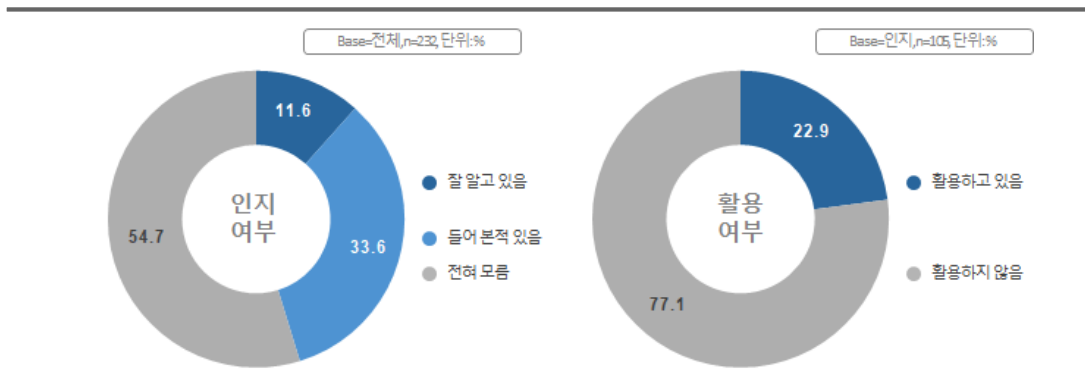
구분	세부 내용	(사례 수)	취득 및 등록의 중요성 (필요성)을 알지 못해서	취득 및 등록을 위한 비용 때문에	자격요건 이 되지 않아서	취득 및 등록을 위한 시간이 오래 걸려서	준비 과정이 복잡해서	취득 및 등록 절차를 몰라서	관련 없음	전체	기타
전체		(229)	45.4	17.9	9.2	8.7	7.0	6.1	4.8	0.4	0.4
공예사업 분류	현대공예	(54)	35.2	27.8	14.8	5.6	7.4	5.6	3.7	0.0	0.0
	전통공예	(46)	50.0	17.4	6.5	6.5	10.9	4.3	4.3	0.0	0.0
	산업공예	(72)	45.8	16.7	9.7	12.5	4.2	4.2	5.6	1.4	0.0
	생활공예	(57)	50.9	10.5	5.3	8.8	7.0	10.5	5.3	0.0	1.8
업종	도자	(35)	25.7	25.7	14.3	11.4	8.6	11.4	2.9	0.0	0.0
	유리	(3)	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
	석	(2)	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	금속	(6)	50.0	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	귀금속/보석	(6)	50.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	목	(49)	44.9	20.4	20.4	6.1	4.1	0.0	4.1	0.0	0.0
	죽세/초경	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	종이/한지	(9)	44.4	22.2	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
	섬유	(43)	65.1	14.0	4.7	4.7	0.0	7.0	4.7	0.0	0.0
	가죽	(23)	39.1	21.7	0.0	13.0	13.0	8.7	4.3	0.0	0.0
	기타	(39)	59.0	10.3	5.1	12.8	0.0	2.6	5.1	2.6	2.6
	공통	(13)	7.7	15.4	7.7	7.7	30.8	15.4	15.4	0.0	0.0
종사자 수	1명	(146)	50.0	20.5	8.2	8.2	4.1	3.4	4.8	0.0	0.7
	2~5명	(58)	37.9	12.1	13.8	8.6	10.3	10.3	5.2	1.7	0.0
	6~10명	(12)	41.7	25.0	8.3	0.0	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0
	11명 이상	(13)	30.8	7.7	0.0	23.1	23.1	15.4	0.0	0.0	0.0
공예품 용도 (중복)	가구용품	(23)	34.8	34.8	13.0	8.7	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0
	문방/사무용품	(8)	50.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0
	생활소품	(112)	40.2	21.4	10.7	9.8	5.4	6.3	6.3	0.0	0.0
	장신구/잡화	(74)	48.6	16.2	4.1	6.8	10.8	9.5	2.7	1.4	0.0
	주방/욕실용품	(23)	47.8	13.0	4.3	13.0	13.0	8.7	0.0	0.0	0.0
	기타용품	(28)	50.0	7.1	3.6	3.6	17.9	3.6	10.7	0.0	3.6
인증 및 특허 취득 내용	상표등록	(205)	47.3	17.1	9.8	7.8	5.4	6.3	5.4	0.5	0.5
	실용신안	(210)	46.7	18.1	9.5	7.6	5.7	6.2	5.2	0.5	0.5
	특허등록인증제	(205)	47.3	16.1	9.8	7.8	7.3	5.4	5.4	0.5	0.5
	기능인	(209)	46.9	17.7	10.0	8.6	5.7	4.8	5.3	0.5	0.5

제6절 정부 및 지자체 지원현황

1. 정부 정책 및 지원사업 인지 및 활용 현황

□ ‘공예산업 관련 정책 및 지원 사업’ 인지 수준은 45.2%, 활용률은 22.9%로 조사됨

[그림 5-60] 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 인지 및 활용



□ 공예산업 관련 정책 및 지원사업에 대한 인지는 ‘11명 이상’ 종사 업체에서 높음

□ ‘6~10명’ 종사 업체에서 활용 비율이 높은 것으로 조사됨

[표 5-17] 응답자 특성별 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 인지

(단위 : %)

구분	세부 내용	(사례 수)	전혀 모름	들어 본적 있음	잘 알고 있음
공예사업 분류	전체	(232)	54.7	33.6	11.6
	현대공예	(55)	56.4	40.0	3.6
	전통공예	(47)	44.7	21.3	34.0
	산업공예	(73)	56.2	34.2	9.6
	생활공예	(57)	59.6	36.8	3.5

[표 5-18] 결과 - 정부, 지자체, 공공기관 실시 정책/지원사업 활용

(단위 : %)

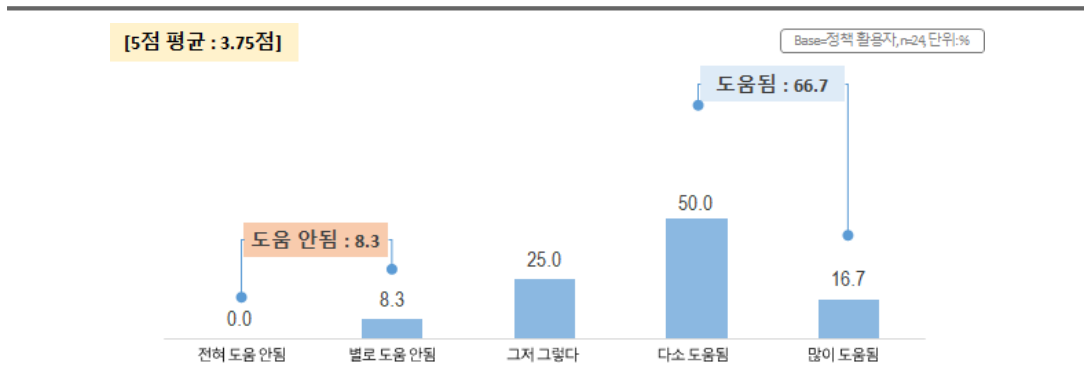
구분	세부 내용	(사례 수)	활용하지 않음	활용하고 있음
공예사업 분류	전체	(105)	77.1	22.9
	현대공예	(24)	87.5	12.5
	전통공예	(26)	73.1	26.9
	산업공예	(32)	68.8	31.3
	생활공예	(23)	82.6	17.4
종사자 수	1명	(57)	77.2	22.8
	2~5명	(30)	86.7	13.3
	6~10명	(8)	50.0	50.0
	11명 이상	(10)	70.0	30.0

2. 정책 및 지원사업 도움 수준

- 정책 및 지원사업이 ‘도움이 된다’(다소 도움됨 50.0% + 많이 도움됨 16.7%)는 의견은 66.7%로 조사됨

[그림 5-61] 결과 - 정책 및 지원사업의 사업체 도움 수준

(정책활용자, n=24, 단위: %)

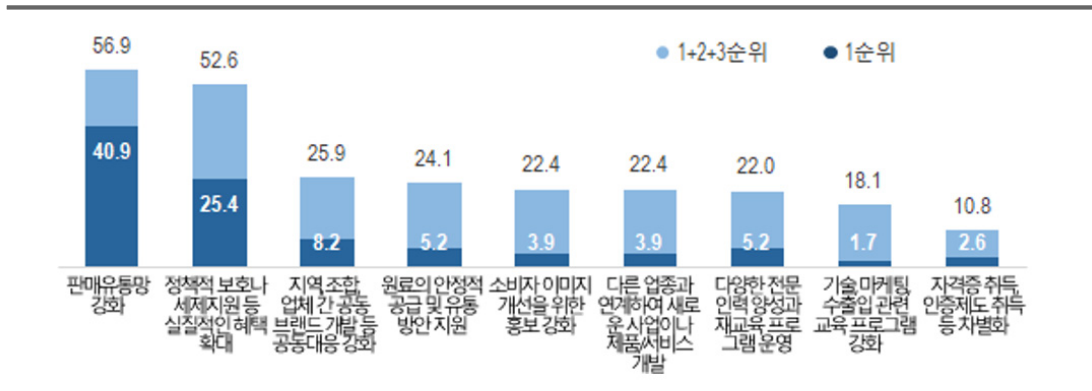


3. 공예산업 활성화를 위해 필요한 정부 지원

- 공예산업 활성화를 위해 필요한 정부 지원 방안으로는 ‘판매·유통망 강화’ 56.9%, ‘정책적 보호나 세제지원 등 실질적인 혜택 확대’ 52.6%, ‘지역, 조합, 업체 간 공동브랜드 개발 등 공동대응 강화’ 25.9% 순임 (1+2+3순위)

[그림 5-62] 결과 - 공예산업 활성화를 위한 정부 지원 방안

(전체, n=232, 단위: %)



□ 판매·유통망 강화 응답 비율은 ‘종이/한지’ 업종이 66.7%로 가장 높게 나타남

[표 5-19] 응답자 특성별 결과 - 공예산업 활성화를 위한 정부 지원 방안

(단위: %)

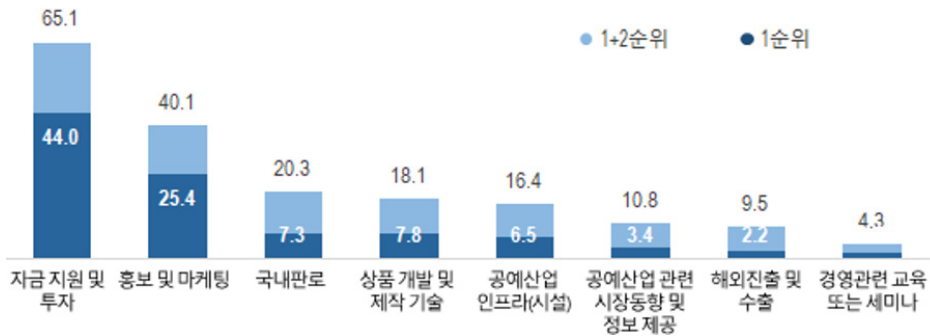
구분	세부 내용 (사례 수)	판매유통망 강화	정책적 보호나 세제지원 등 실질적인 혜택 확대	지역조항 업체 간 공동브랜드 개발 등 공동대응 강화	원료의 안정적 공급 및 유통방안 지원	소비자 이미지 개선을 위한 홍보 강화	다른 업종과 연계하여 새로운 사업이나 제품/서비스 개발	다양한 전문인력 양성과 재교육 프로그램 운영	기술 마케팅, 수출입 관련 교육 프로그램 강화	자격증 취득, 인증제도 취득 등 차별화
전체	(232)	56.9	52.6	25.9	24.1	22.4	22.4	22.0	18.1	10.8
공예사업 분류	현대공예	(55)	61.8	50.9	23.6	20.0	23.6	21.8	20.0	16.4
	전통공예	(47)	61.7	51.1	25.5	29.8	25.5	17.0	23.4	21.3
	산업공예	(73)	46.6	54.8	26.0	26.0	16.4	26.0	20.5	11.0
	생활공예	(57)	61.4	52.6	28.1	21.1	26.3	22.8	24.6	14.0

4. 자치단체로부터 희망하는 지원

□ 희망하는 지원에는 ‘자금 지원 및 투자’ 65.1%, ‘홍보 및 마케팅’ 40.1% 및 ‘국내판로’ 20.3% 순으로 조사됨(1+2순위)

[그림 5-63] 결과 - 정부, 자치단체로부터 희망하는 자원 내용

(전체, n=232, 단위: %)



[표 5-20] 응답자 특성별 결과 - 정부, 자치단체로부터 희망하는 자원 내용

(단위: %)

구분	세부 내용	(사례 수)	자금 지원 및 투자	홍보 및 마케팅	국내판로	상품 개발 및 제작 기술	공예산업 인프라(시설)	공예산업 관련 시장동향 및 정보 제공	해외진출 및 수출	경영관련 교육 또는 세미나
전체		(232)	65.1	40.1	20.3	18.1	16.4	10.8	9.5	4.3
공예사업 분류	현대공예	(55)	70.9	40.0	16.4	5.5	16.4	7.3	25.5	3.6
	전통공예	(47)	66.0	40.4	23.4	21.3	19.1	12.8	0.0	2.1
	산업공예	(73)	64.4	41.1	12.3	20.5	17.8	13.7	6.8	5.5
	생활공예	(57)	59.6	38.6	31.6	24.6	12.3	8.8	5.3	5.3
종사자 수	1명	(146)	68.5	43.8	20.5	16.4	15.8	8.2	7.5	4.1
	2~5명	(60)	60.0	38.3	18.3	16.7	16.7	13.3	11.7	5.0
	6~10명	(12)	75.0	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	8.3	8.3
	11명 이상	(14)	42.9	14.3	28.6	42.9	21.4	21.4	21.4	0.0

5. 공예산업 발전을 위한 정부 및 지자체 지원 건의사항

- 공예산업 발전을 위한 건의사항으로는 ‘자금 지원’이 상대적으로 높게 나타남. 그 다음으로 판로 개척, 실질적인 지원 및 규제 완화, 공예산업 시설 지원, 홍보 및 마케팅 지원으로 조사됨

[표 5-21] 응답자 특성별 결과 - 사업체 발전을 위한 정부, 지자체 지원 건의사항 (단위 : %, 중복)

내용	비율	사례수	내용	비율	사례수
없다	70.3	(163)	서류 절차 간소화	0.4	(1)
자금 지원	6.0	(14)	무료 교육 폐지	0.4	(1)
판로 개척	3.9	(9)	공동브랜드 개발 및 공동 대응 강화	0.4	(1)
실질적인 지원 및 규제 완화	3.4	(8)	인증된 원료를 사용하여 만든 제품의 재인증 제도 지양	0.4	(1)
공예산업 시설 지원	2.6	(6)	핸드메이드의 특성을 고려한 인증 제도 개선 필요	0.4	(1)
홍보 및 마케팅 지원	2.2	(5)	상설 매장 운영	0.4	(1)
지역 경제 활성화	0.9	(2)	지자체 행사 홍보 활성화	0.4	(1)
모름/무응답	0.9	(2)	프리마켓 참가비 인하	0.4	(1)
교육시설 확충	0.9	(2)	전통공예와 현대공예의 차별화 및 별도 지원	0.4	(1)
전문 기술자 양성 교육 필요	0.9	(2)	수입공예품의 제한 필요	0.4	(1)
공장 미등록 업체도 품질/생산 능력에 따라 납품 가능했으면 함	0.4	(1)	아티스트 발굴 강화	0.4	(1)
관광사업 연계 다양한 정책 지원	0.4	(1)	심사위원의 피드백 필요	0.4	(1)
고양시 자체 핸드메이드 쇼핑몰 구축	0.4	(1)	공예 관련 지원금 관리 철저	0.4	(1)
정부/지자체 담당자들이 현장에 나와 어려움을 파악했으면 함	0.4	(1)	인터넷 광고비 상한선 제한 관리 필요	0.4	(1)
정부에서 한지를 저렴하게 공급/지원 해 주었으면 함	0.4	(1)	상표 등록 취득 기간 축소	0.4	(1)
정부에서 영세사업자에게 저금리 대출을 해 주었으면 함	0.4	(1)	저작권 보호 필요	0.4	(1)
공예작가들의 의견 수렴 후 정책 마련	0.4	(1)	인프라 지원	0.4	(1)
소상공인 공예사업체를 위한 다양한 지원	0.4	(1)	임대료 지원	0.4	(1)
전시장 및 박물관 확충	0.4	(1)	인력 지원	0.4	(1)
다양한 박람회 지원	0.4	(1)	창업 3년 이내 성장 지원	0.4	(1)

□ 제안된 기타 의견 들은 심층면접조사 내용과 유사하여 다음 장에서 논의하고자 함

제 6 장

2019년 고양시 공예산업 심층면접조사 결과

제1절 조사개요

제2절 심층면접조사 결과

제3절 간담회 및 자문회의

제절 조사개요

1. 심층면접조사 및 자문회의

- 심층면접조사는 3차에 걸쳐 3개 그룹에 의해 다음과 같이 실시됨

[표 6-1] 고양시 공예산업 심층면접조사 구성 및 내용

구분		내용
1차 면접조사	대상	• 공예작가 및 유통 기획자 중심
	일시	• 2019년 7월 4일 오전 10시~12시
	참석자	• 관광업 종사자, 수공업업체 대표, 문화기획자, 유통업 종사자 참석
	내용	• 활동하는 생활공예가 및 유통 기획자 중심으로 공예사업 수행의 어려움 및 발전방향에 대해 심층조사
2차 면접조사	대상	• 전통공예 장인 및 협회 종사자 중심
	일시	• 2019년 7월 9일 오후 15시~17시
	참석자	• 단체 및 협회, 한자공예, 금속공예, 석공예, 기타공예 종사자 참석
	내용	• 전통공예 중심의 공예사업 수행에 있어 애로사항 및 발전방향에 대해 조사
3차 면접조사	대상	• 고양시 수공업작가
	일시	• 2019년 8월 5일 오후 14시~16시
	참석자	• 고양시 섬유, 가방, 소품, 업사이클링, 가죽공예, 한복, 도자기, 손뜨개 등의 수공업작가 10인 참석
	내용	• 고양시에서 활동하고 있는 수공예 개인작가(공예가) 중심으로 애로사항 및 발전방향에 대한 논의를 진행함

- 고양시 공예연구소, 한국문화정보원, 교육문화국 문화예술과, 고양시 행사 기획자 등과 5차에 걸쳐 자문회의를 실시함

[표 6-2] 고양시 공예산업 자문회의 일시 및 대상

자문회의	일시 및 대상
1차 자문회의	• 2019년 4월 29일, 공예연구소
2차 자문회의	• 2019년 6월 20일, 한국문화정보원
3차 자문회의	• 2019년 7월 29일, 교육문화국
4차 자문회의	• 2019년 8월 5일, 기획 및 유통 업자
5차 자문회의	• 2019년 9월 19일, 공예연구소

[표 6-3] 고양시 공예산업 자문 및 조사 내용

자문 및 조사내용	
•	고양시 공예산업 현황
•	고양시 공예산업 사업체 및 작가 애로사항
•	고양시 공예시장 및 유통/판로 확보에 따른 활성화 방안(플리, 프리 마켓 등)
•	고양시 공예산업 특화 방안 모색(공예마을, 공예거리 등)
•	고양시 공예산업 전시관 및 판매장 구축 방안
•	고양시 공예사업체 및 공예작가가 필요로 하는 지원 사업
•	고양시 공예인 전문 인력 양성 사업에 대한 의견
•	고양시 공예산업 홍보/마케팅 지원 방안

3. 간담회 및 고양시와의 협력

□ 간담회는 시청 및 시의회 연구회 주관으로 총 3차에 걸쳐 진행되었음

[표 6-4] 고양시 공예산업 간담회 구성 및 내용

구분		내용
1차 간담회	일시	• 2019년 3월 13일 오후 13시~16시
	참석자	• 소상공인지원과, 협동조합 공예작가, 강사 및 교육생 등 참석
2차 간담회	일시	• 2019년 4월 16일 오후 14시~16시
	참석자	• 일자리경제국, 소상공인지원과 등 시공무원, 항공대학교, 고양시 전통 공예인, 수공예인, 유통업 종사자, 기획자, 협동조합, 협회 및 단체 등 20여명 참석
3차 간담회	일시	• 2019년 9월 30일 오전 10시~12시
	참석자	• 고양시의원, 고양시청 소상공인과, 문화관광팀, 고양시 전통공예인, 수공예인, 협회인 등 15명 내외 참석

□ 고양시 일자리경제국 소상공인지원과와 관련 회의 지속적 실시 및 조례제정을 위한 자료조사와 의견개진 등을 통한 긴밀한 협력관계를 유지함

제2절 심층면접조사 결과

1. 공예산업 종사자 정책제안

- 공예 기획자, 제조·유통 업자, 협회 및 조합 활동가 등의 심층면접을 통한 정책 제안은 다음과 같음

[표 6-5] 고양시 공예산업 육성 조력자 정책 제안 내용

공예산업 종사자(기획, 유통, 판로, 관광 등 종사자) 정책 제안 내용	
1	• 고양시 생활공예 시장 기획 및 차별화
2	• 고양시 공예인 원탁 테이블 제공
3	• 고양시에서 활동 중인 공예조합
4	• 고양시 유통·판로 개척 및 공예마켓
5	• 고양시 공예시장 현황 및 공예거리 조성
6	• 고양시 기존 상권과의 마찰 최소화 및 상권분리 방안 모색
7	• 고양시 공예산업 양성화

1) 생활공예 시장 기획 및 차별화

- 고양시 공예산업 육성을 위해서는 공예마켓이 열리는 것이 필요하지만, 지금처럼 시장 간의 조율 없이 우후죽순으로 예측 불허의 형태로 시장이 열리는 것은 문제 있음
- 공예 시장 전체에 대한 일정조율과 시장 간의 차별화에 대한 전략이 필요함

[표 6-6] 기획을 통한 고양시 생활공예 시장 차별화의 중요성

1) 생활공예 시장 기획 및 차별화	
기획의 중요성	<ul style="list-style-type: none"> • 시장 차별화 <ul style="list-style-type: none"> - 공예 시장 간의 특색과 차별성 없이 많은 시장이 열리고 있어 소비자 입장에서는 색다름에 대한 호기심이 적어짐. 즉 시장이 활성화에는 한계가 있음 • 브랜딩 <ul style="list-style-type: none"> - 계절, 시간, 주제, 장소, 일정 등을 브랜딩 하고, 시장 간의 서로 차별화될 수 있도록 하는 기획이 필요함.

	<ul style="list-style-type: none"> - 타시도와 차별화 될 수 있는 공예시장 특성 또는 여러 장소에서 열리는 공예시장이 각각의 특성을 기획하여 차별화된 시장을 형성하는 것이 필요함. - 이에 대한 고양시의 공예산업자산의 브랜딩이 필요함
기획 성공 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 리버마켓(양평 문호리 리버마켓) - 지자체가 지속적으로 후원하고, 다양한 장소(양평이외의 강원도 내의 장소)에서 좋은 기획자들의 기획을 기반으로 운영할 수 있도록 지원함. - 장소를 달리해서 매주 열리지만 대란이 일어날 정도로 사람이 많음 • 소소마켓(광화문, 세종문화회관 주관) - 그림/일러스트 관계 예술인들을 기반으로 기획된 행사로 관심 있는 사람들이 많이 모임
기획의 주체	<ul style="list-style-type: none"> • 공예마켓의 기획은 민간 중심으로 진행되어야 하며, 지자체 등은 문호리 마켓과 같이 공예 생태계구축을 위한 토대마련의 지원이 필요함 • 기획의 주체는 공예 관계자뿐만 아니라 지역상권 및 상인회 등과 협업을 통해 시장 활성화와 지역 상권을 보호할 수 있는 방향으로 모색되어야 함
공공의 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 단·중·장기 계획을 가지고 시간이 걸리더라도 행사를 성공시킬 수 있도록 브랜딩 작업들이 함께 충실히 고려되어 행사가 기획되어야만 함 • 관과 민의 역할 구분이 있어야 하며, 협업 상생할 수 있는 방안을 모색하여야 함 • 관의 금전적 지원 보다는 건강한 생태계 조성을 위한 지원이 필요함. 즉 공예 시장 또는 복합공간의 구성이나 전략 구축 등의 지원이 필요함
브랜딩이란?	<ul style="list-style-type: none"> • 장소, 기획, 시기, 참여자, 특색 등이 고려되어 행사가 기획되어야만 함. 시장에 참여하는 공예품이 좋아 보이게 하고, 이야기를 입혀서 스토리텔링이 되도록 하여 사람들의 관심을 모으고 수요를 창출 할 수 있는 방법이 브랜딩임 • 브랜딩의 시작은 판매가 목적이 아닌 공예를 널리 알리는 것이 우선되어야 함. 수공예 마켓이 상점으로 인식도되면 거부감으로 사람들이 몰리지 않음. 마켓의 컨셉과 이에 맞는 놀거리, 볼거리, 먹거리를 함께 담는 것이 중요함. 많은 사람들이 수공예를 접할 수 있는 기회와 방법을 모색하여야 하며 매출을 목적을 하지 않는 것이 중요함 • 수공예를 활성화하기 위해서는 공간 안에 다양한 사업을 복합적으로 구성해야함. 복합공간의 개념으로 전체적인 구성이 있어야지만 사람들이 오랫동안 공간에 머물게 됨 • 또한 마켓을 통해 가치가 부가되고 창출되는 사업도 연계 진행되어야 함. 예를 들어, 교육 및 체험프로그램 등을 함께 기획하는 것이 필요함. 예를 들어, 어린이 경제 베품시장(현재 연 2회 현대백화점 문화홀에서 진행) 및 가족단위로 즐길 수 있는 다양한 행사를 기획하는 것이 필요함
브랜딩 실패 사례 (공예산업의 복합공간 조성에 있어서)	<ul style="list-style-type: none"> • 길거리 음식 상점을 이대 앞 건물을 지어 공간을 제공했으나, 사람들이 몰리지 않았음. 이는 음식 맛을 떠나서 기획(MD: Merchandising) 구성이 전혀 되지 않았고, 그곳만의 특색이 없었기 때문에 손님들을 끌어들이기 특별한 유인책이 없었음. 만약에 '길거리 음식 도사들'처럼 어떤 특색을 가지고 기획을 통해 시작했다면 하는 아쉬움이 남음 • 고양시 원마운트에 청년들의 창업 푸드트럭 사업을 진행했으나, 청년들의 번뜩이는 아이디어에도 불구하고 검증되지 않는 제품들로 홍보가 미진했고, 사람들이 몰려들었을 때 등 판매 경험과 노하우의 부족, 이에 대한 지원이 없어 성공이 어려웠음
고양시 실패 사례에 대한 기획 제안	<ul style="list-style-type: none"> • 경험과 지식이 무모하게 새로운 것을 기획하기보다 기존에 실패한 사업들을 복기하여 이에 대한 문제점 및 아쉬운 부분들을 찾아 재육성하는 방안 등을 모색하는 것이 필요함. 예를 들어, 청년 푸드트럭 중 숨어있는 고수들을 찾아 새로운 기획을 하는 것 등임

	<ul style="list-style-type: none"> • 공유주방 개념에 고양시의 젊은 셰프들을 뽑아서 먹거리 장터를 제공하는 방안 모색 • 먹거리 경진대회 등을 통해 경쟁력이 있는 사람들을 중심으로 마켓을 구성하는 것이 필요. 전문가가 심사하고, 시식을 하고 매출이나 영업이익들을 복합적으로 고려하여 먹거리 마켓 내에 들어올 실력 있는 상인들을 모집하는 것이 필요함
--	--

2) 고양시 공예인 원탁테이블 제공

- 공예인 공급 초과는 공예 프리/폴리마켓 뿐만 아니라, 지역 중소 소상공인 시장과의 마찰 및 시장경쟁 교란의 위험이 높음. 따라서 이러한 문제 해결 및 공예 시장 활성화를 위해 공예 종사자 스스로가 기획하고 논의할 수 있는 기회의 지원이 필요함
- 대표적인 예로 서울 중구의 ‘놀놀파티-문화예술 거버넌스 테이블’ 사례가 있음

[표 6-7] 고양시 공예인 원탁테이블 제공

2) 고양시 공예인 원탁테이블 제공	
공예인 거버넌스 구축 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 공예인, 공예종사자, 기획인 및 관심 있는 사람들이 서로 만나 의견을 교환하고, 정보를 교류하며, 마켓 등을 기획할 수 있는 만남의 장소와 기회의 제공이 필요함 • 관주도가 아닌 민간주도의 자발적 참여를 이끌어 내어 공예인 스스로 사업과 정책을 제안하여 개발해 나가는 것이 중요함. • 관은 이들로부터 정책들을 제안받고 이중 우수하고 실현가능성의 우선순위가 높은 과제들을 선정하여 이들을 중심으로 지원정책을 모색하는 것이 필요함
민간 거버넌스 성공 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 중구 “문화예술 거버넌스 테이블”은 기획자, 작가, 예술가, 협의체 등이 모여 문화예술 행사 등을 기획하고 문화예술 정책을 논의하고 결정하는 조직체임 • 기존에는 정부나 지자체가 정책 콘셉트와 프로그램을 직접 제공했던 것과 달리, 거버넌스 테이블은 아이디어 단계부터 관이 지역 예술가들과 함께 논의하여 사업을 만들어감 • 거버넌스 테이블 구축은 문화예술 사업을 설계하고 예산을 집행하는 권한이 지자체보다 지역 주민과 예술인들에게 주어지는 것을 의미함 • 더 나아가 지역이나 장르에 따라 각자 따로 활동하고 있는 예술가들이 만나 서로 무슨 작업을 하고 어떤 생각을 하는지 교류와 만남의 장 역할도 함
서울 중구 “놀놀파티-문화예술 거버넌스 테이블” 공간 지원 및 운영 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 만남의 장소는 예술가 개개인의 문화예술 공간을 돌면서 활용하고 있으며, 협의체들이 매달 모여 놀면서 회의를 진행하고, 공연 및 전시 등도 함께 창의적으로 진행하고 있음 • 회의 지원은 구에서 위원회를 만들어서 지원하고 있음. 즉, 민이 의견들을 모을 수 있는 시스템을 만들어주면 생태계는 자연스럽게 생겨나고, 그 생태계에서 다양한 의견들이 시에 투영되어 활성화에 도움이 되고 있음 • 구청 안 갤러리 등이 문화예술 공간이 될 수 있도록 생태계형성을 관이 지원하고 있음. 거버넌스 테이블에서 기획된 내용 중 시정에 반영할 수 있는 것은 반영하고, 그렇지 않은 것은 기획자들과 고민을 통해 문제를 해결하고 있음

서울로 팝업 스토어와 세종예술시장 소소	<ul style="list-style-type: none"> • 서울로 팝업 스토어는 기획 단계부터 디자인, 제작에 이르기까지 디자이너와 장인들이 협업해 특화상품을 공동 제작함 • 세종예술시장 소소는 광화문에서 열리는 시장으로 독립출판물, 디자인 소품, 일러스트 등 작품을 전시 및 판매함. 특히 20~30대 여성들이 좋아함
고양시 협의회 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 협의회를 진행하고 있지만 다양한 예술가들이 참여하지 못하고 있어 각각의 이익을 대변하거나 협이가 이루어지기에는 아직 어려움이 많은 상황임 • 다양한 협의체나 협의회가 모여 행사 및 협업을 논의하기 위해서는 서로의 이해가 달라 목적은 같아도 가는 과정에서 서로간의 많은 난관과 고민이 예상됨 • 각자 생각과 입장이 달라 협의에 어려움이 있더라도 충분한 시간과 협의를 통해 공동의 약속을 만드는 것이 필요함. 즉 정해진 약속들을 지키고, 서로 간의 배려와 양보가 필요한 부분에 대한 정의(규정/규칙)가 만들어져야 될 필요가 있음 • 협회, 조합 이외에 작가들이나 개인 사업가들도 제도권으로 들어오는 것이 필요함. 그렇지 않으면 협의회가 편중된 시각으로 비춰져서(시에서의 자원 여부와 상관없이 시와 연관되어 있는 조직 또는 도움을 받는 집단으로 오인) 소기의 목적을 달성하기 어려울 수 있음 • 새로운 단체를 만들려 하지 말고, 기존에 있는 단체를 잘 연결해 주는 관의 역할이 필요함

3) 고양시에서 활동 중인 공예조합

- 고양시에는 공예인이 5천여 명 정도 활동하는 것으로 알려져 있으나, 그 정확한 수치를 파악하는 것에는 여러 가지 한계가 존재함. 그럼에도 불구하고, 작가 및 공예인, 그리고 예술인들이 그들의 다양한 목적에 맞는 다양한 형태의 조합과 협회 등을 구성하여 다양한 활동을 하고 있음
- 그러나 협회 및 조합의 활동들이 지속성 보다는 목적에 따라 이합집산이 반복되고 있어 정확한 숫자 등의 파악은 어려운 상황임

[표 6-8] 고양시 활동 중인 공예조합

3) 고양시 활동 중인 공예조합	
공예조합 및 조합인 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 종류와 특색을 가진 다양한 고양시 공예 협동조합들이 존재하는 것으로 파악되나, 지속적으로 조합의 생성과 소멸이 반복되고 있어 현재 정확한 조합의 수를 판단하는 것은 쉽지 않음. 또한 고양시의 협동조합의 수와는 달리 유명무실한 조합이 많이 있음 • 고양시공예사업협동조합, 한국아트공예협동조합, 고색한지공예협동조합 이외에도 고양 아트마켓, 비늘 꽃, 두레, 만듬협동조합(공예와 텃밭), 사회적경제협의회, 공방라인 협동조합 등이 있음. 공방라인은 공방작가들의 협동조합이며, 문화활력소라는 이름으로 활동하는 작가들도 많이 있음 <ul style="list-style-type: none"> - ‘칼랄라’ 수다 마켓은 수공예자 작가가 40~50명으로 구성되며, 30여 팀이 로컬푸드 먹거리 마켓을 운영하고 있음 - 고양서관광브랜드 협동조합 및 협의회는 생활용품, 악세서리 공예품 수공예 작가 30여명으로 구성됨

4) 고양시 유통 및 판로 개척/공예마켓/시장현황

- 유통 활성화를 위해서는 먼저 소비자가 공예상품을 인지하는 것이 필요하며, 이는 오프라인 마켓에서의 상품에 대한 브랜딩, 팬덤형성 등이 선행되어야 함
- 이에 따라 충성도 높은 고객이 확보된 이후에 온라인 마켓 등으로 시장의 다양화가 순차적으로 이루어져야 함
- 공예마켓은 열리고 있으나, 공예작가들의 매출은 좋은 편이 아님. 또한 산발적으로 특색 없이 열리고 있는 마켓들에 대한 기획과 통합적 조정이 필요한 것으로 보임

[표 6-9] 고양시 유통 및 판로 개척 및 공예마켓

4) 고양시 유통·판로 개척 및 공예마켓	
복합공간	<ul style="list-style-type: none"> • 판매촉진을 위한 복합 공간의 개념으로 기획·구성할 필요가 있음
팬덤마켓	<ul style="list-style-type: none"> • 공예산업은 팬덤마켓의 형성이 중요함. 이를 위해서는 온라인 마켓보다 오프라인 마켓에서의 대면을 통한 판매가 더 효과적임. • 공예산업 특성상 브랜드 네임 및 상품의 질이 확보 된 이후 온라인 마켓 활성화가 가능함
온라인 마켓	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 마켓은 오프라인 행사와 같이 기획이 되어 팬덤을 형성하는 것이 중요하며, 이후 온라인으로 넘어가야함
아이디어스(idus)	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 마켓이지만 오프라인 마켓도 함께 지속적으로 병행해 왔었음. 이유는 오프라인 마켓을 하지 않으면 사람들이 공예품에 대한 정확한 가치의 인지가 쉽지 않음
오프라인 마켓	<ul style="list-style-type: none"> • 킨텍스에서 '슈퍼맘페어'도 진행(2019년 5회차), 2009년부터 아트마켓 진행함 • 원마운트 옆 공간, 트레이더스 유희공간에서 '일반마켓'이라는 행사를 진행함 • 원마운트 및 이마트 유희공간에서 '일반마켓'을 진행하였으나, 유동인구가 적어 고민이었음. • '일산 아카데미'의 경우 아마추어 작가들을 돕기 위한 목적으로 마켓을 운영. 비슷한 아마추어 작가들끼리 서로 소통하고 도와주는 과정을 통해서 재밌게 즐기 위해서 행사를 진행 • 고양시 사회적경제 협의회에서는 작가들을 중심으로 플라마켓을 지속적으로 진행(4년차)하고 있음
고양시 유통 및 판로 개척 노력	<ul style="list-style-type: none"> • 어린이경제 벼룩시장(현대백화점 문화홀), 걷기대회, 킨텍스 슈퍼맘 페어, 지역주민 김치나눔 행사, 일반마켓으로 이마트 앞(킨텍스) 마켓, 호수공원과 원마운트 사이 마켓, 스타필드 앞 마켓 등의 행사를 진행함 • 모든 행사에서 가장 중요한 것은 기획이며, 사람 없는 곳에 사람을 모으는, 사람 많은 곳에서는 새로운 유입이 될 수 있도록 하는 다양한 행사를 기획하고 활성화 하는 것이 필요함. • 고정 고객 및 고정 상품으로는 시장의 지속성을 담보하기가 힘들. • 현재 고양시에서는 화정역 광장에서의 마켓이 가장 활성화 되어 있으며, 이는 많은 유동인구가 주요 원인인 것으로 파악됨 • 결론은 사람을 끌어들이 수 있는 기획 없이 그냥 그곳에 마켓을 연다고 해서 사람들이 몰려들지 않으며, 장사도 되지 않음

공예마켓	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 고양시 마켓 운영 현황은 마켓마다 매출이 거의 없는 것으로 보임 • 현재 산발적으로 열리는 마켓에 대한 통합적 컨트롤이 필요함 • 신규 수요의 창출을 위해서는 새로운 사람들의 지속적 유입이 발생하는 장소가 필요함 • 예를 들어, 스타필드 앞 공간 등에서의 야시장이 있음
고양시 판매전시공간	<ul style="list-style-type: none"> • 관광정보센터 등의 공간 활용으로 관광상품과 공예제품과 함께 전시하는 방안도 모색이 필요함. • 관광정보센터는 관광객의 수요를 창출하기 위한 공간으로 기획적 행사/문화/활용 등이 이루어지는 공간으로 활용되기를 기대함. • 독자적으로 전시를 통해 살릴 수 있는 공간은 아니며, 복합공간으로 활용하여 시너지를 내야 하는 공간임

5) 고양시 공예시장 현황 및 공예거리 조성

- 고양시는 수공예 인력을 일자리사업 등의 교육을 통해 양산하고 있으나, 그 수와는 달리 셀럽작가가 없다는 사실은 시장 비활성화의 이유가 되고 있음
- 또한 작가들의 연령대가 높아 젊은 소비자층의 시장 유입을 창출하는 것이 힘든 상황이며, 또한 트렌디한 제품 생산에도 한계가 있는 상황임
- 신규 시장진입자들의 시장에 대한 이해와 경험 부족으로, 가격 및 제품 경쟁력이 떨어짐

[표 6-10] 고양시 공예시장 현황 및 공예거리 조성

5) 고양시 공예시장 현황 및 공예거리 조성	
고양시 공예시장 현황	<ul style="list-style-type: none"> • (셀럽 작가 경쟁력) 당굴마켓, 문호리마켓 등에 있는 고객을 유입시킬 유명작가가 없음 • (시장 경쟁력) 연령대가 높아 젊은이들의 취향을 저격할 수 있는 트렌디한 제품 생산이 어렵고, 판매도 미진하지만, 시장에서의 상품 경쟁력도 떨어짐 • (제품 경쟁력) 가격은 높고, 트렌드는 취약하고, 소수의 취향에만 특화된 특이한 제품들이 많은 상황임 • (혁신 경쟁력) 색다른 제품이나 새로운 작가가 시장에 유입되어야 시장이 지속적으로 혁신 활동을 통해 성장해 나갈 수 있음
고양시 작가 및 시장현황	<ul style="list-style-type: none"> • (고양시 작가) 생활공예 작가들은 사람들을 몰고 다니는 유명한 마켓의 유명작가들은 아님 • (작가 현황) 고양시 작가들은 나이가 높은 편이며, 새로운 젊은 작가들과 같이 성장한 것이 아니라, 열악한 환경 속에서 버텨 온 작가들이 많음. 또한 현재 생활공예 교육으로 신규 진입하는 많은 공예가들로 기존 작가들과 시장에서의 마찰 및 시장 교란에 대한 우려가 있는 상황임 • (기존작가) 제품의 품질은 좋으나, 트렌디하지 않고 가격이 비쌌음. 40~50대 엄마들의 특수 취향에는 맞으나, 젊고 대중적인 제품이 나오지 못하는 것이 한계임. 또한 새로운 미디어,

	<p>즉 SNS 등과 같은 활용이 미진하고 유행을 따라가기가 힘들</p> <ul style="list-style-type: none"> • (시장현황) 사람들을 끌어들이는 힘은 없고 장사를 한다 해도 장사가 되지 않음. 현재 고양시 공예제품은 우수하나, 홍보가 되어 있지 않고, 고객을 유입시킬 만큼의 경쟁력은 없으며, 또한 고양시에 유동인구가 많은 장소를 특별히 없음
고양시 공예거리 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 공간을 만든다고 사람들이 몰리는 것은 아님. 조심해야 할 것은 이미 죽은 공간에 마켓을 만들면 공간이 활성화되는 것이 아니라, 있던 시장도 다 같이 죽음 • 죽은 공간을 살릴 수 있는 셀럽작가나 사람들이 몰려들 수 있는 매력적인 공간이 필요함 • 공예거리 등이 가능한 장소로는 애니골, 덕이동, 행주산성, 호수공원, 원마운트, 서오름, 라페스타, 원마운트 등을 생각해 볼 수 있음. 그러나 이들 공간도 살리기 위해서는 언급한 바와 같이 공간을 획기적으로 살릴 수 있는 마중물이 필요함 • 현재 일산에서 성장할 수 있는 가능성이 있는 공예거리 중의 하나는 정발산과 보닛거리가 있으며, 입소문으로 서울 등에서도 사람들이 찾아 옴. • 조심해야 할 것 중의 하나는 시장이 차별화가 되고 유명해지면 젠트리피케이션 현상이 발생함. 성동구 사례에서는 이를 해결하기 위해서 성동구가 건물주들과 협의를 통해 임대료를 올리지 않는 방안 등을 합의를 통해 도출함

6) 고양시 기존 상권과의 마찰 최소화 및 상권분리 방안 모색

- 업종이 겹치는 것만으로도 기존 상권이 위기의식을 느낄 수 있기 때문에 시장 및 상권을 분할하는 등 세심한 정책이 필요함.
- 의류, 금속공예, 가죽공예 등 시장 특화 등을 통해 기존 상권과 품목이 최대한 겹치지 않도록 진행하고, 기존 상권과의 협업 방안의 모색 및 협업의 명분과 기회를 만들어 주는 것이 필요함
- 새로운 마켓에 대한 지역 상권들의 저항을 최소화하고, 지역 상권들도 자유롭게 참여할 수 있도록 하는 기회를 제공하여, 서로 간의 이질감을 없애야 함

[표 6-11] 고양시 기존 상권과의 마찰 최소화 및 상권분리 방안 모색

6) 고양시 기존 상권과의 마찰 최소화 및 상권분리 방안 모색 필요	
상권 마찰	<ul style="list-style-type: none"> • 원마운트 옆쪽(사유지)에 야시장(일밤마켓)은 상권과의 마찰로 중단됨 • 현재 운영 중인 마켓 중에 화정역 광장이 매출이 좋고 사람이 많이 다니지만 지역 상인들과의 마찰 때문에 화정역 광장의 마켓도 중단됨
상권과의 협의	<ul style="list-style-type: none"> • 상권과 협의를 필요함. 사람들이 모여야 매출이 잘 나온다는 것을 기존 상권에 이해시켜주어야 하며, 마켓을 열었을 때 기존상권이 더 살아날 수 있음을 보여주어야 함
협업사례	<ul style="list-style-type: none"> • 마포구 합정동 메세나폴리스 협업 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 처음에는 상인회 쪽에서 상권이 조금이라도 겹치면 안 된다고 부정적이었음

	<ul style="list-style-type: none"> - 먼저 행사에 들어올 수 있는 공간을 우선적으로 마련하고 문화기획이벤트(체험, 전시 등)를 지속적으로 운영함 - 상인회에서 문화프로그램들이 들어와야 사람들이 몰려든다는 것을 이해함
--	--

7) 공예산업 양성화

- 공예산업의 육성을 위해서는 개인공예작가 등 제도권 안에서 양성화될 수 있어야 함
- 브랜드 공모전 등을 통한 공예인 간의 서로 경쟁과 협업 환경이 조성 되어야 함
- 공예산업 종사자들 간의 서로 정보교류 가능한 환경이 조성되어야 함

[표 6-12] 고양시 공예산업 양성화

7) 고양시 공예산업 양성화	
고양시 수공예품 개발 공모전 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 공모전 등을 통해 브랜드상품 개발이 필요함. • 현재 매년 1~2회 정도의 공모전을 시행하고 있으나 활성화 될 필요가 있음
공예 산업의 양성화	<ul style="list-style-type: none"> • 공예산업 시장 활성화를 위해서는 공예인들이 제도권 안으로 들어와야 할 부분이 있음. 개인 수공예 작가들은 대부분 제도권 밖으로 세금 등에 있어 투명하지 않은 상황임. • 즉, 이는 기존 상인들과의 마찰의 이유를 제공하고 있으며, 시장이 성장하기 위해서는 제도권 안에서 서로 경쟁 환경을 조성하여 주는 것이 필요함 • 고양시 전시관 또는 판매장 운영시 카드결제 등을 통한 관련 산업의 투명성 확보가 필요함
정보교류	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 단체들 간의 공예정보 공유가 가능한 '고양 공예 소식통' 등이 만들어져야 함

2. 전통 및 전승공예 장인 중심

- 전통·전승공예 중심으로 공예사업 수행의 어려움 및 발전방향에 대해 한지 및 닥종이 공예장인, 금속공예 전문가, 옥공예 작가 등을 통해 심층 조사함

[표 6-13] 고양시 전통 및 전승 공예인 정책 제언 내용

고양시 전통 및 전승 공예인 정책 제언 내용	
1	• 고양시 공예산업 공간지원
2	• 정보교류와 만남 장 필요
3	• 고양시 전통공예 특화방안 모색
4	• 고양시 전통공예 전시·홍보 및 대중화 방안
5	• 고양시 전통공예 육성 지원 방안

1) 고양시 공예산업 공간지원

- 전통 공예산업 육성을 위한 체험공간 등의 지원과 공예마을, 공예거리 및 집성촌 등의 조성을 제안함.
- 체험공간 등을 운영하려 하더라도 공간의 확보가 쉽지 않음. 체험공간을 관광산업 등과 연계 운영을 통한 대중화 방안의 모색도 제안함

[표 6-14] 고양시 공예산업 공간지원

1) 고양시 전통공예산업 공간지원	
체험공간	<ul style="list-style-type: none"> • 체험공간 등을 통해 관광객과 함께 즐길 수 있는 공간이 필요하며, 공간 마련시 작업 공간의 확보에 대한 지원이 매우 중요함 <ul style="list-style-type: none"> - 학생들의 체험공간 마련 및 테마파크 식의 체험공간들을 마련하는 것이 필요함 - 손재주가 많은 사람들이 와서 배우고 즐길 수 있는 공간 마련도 필요함 • 현재 체험을 개인적으로 진행하고 싶어도 작업공간이 협소해서 진행할 수 없는 상황임 <ul style="list-style-type: none"> - 목공예 같은 경우 30-40평 정도의 공간이 필요함 • 작업공간을 지원해주거나 체험할 수 있는 공간을 지원할 수 있는 공방을 모아 주면 좋을 것 같음. <ul style="list-style-type: none"> - 예를 들어, 대지를 할당해 주면 협의회나 조합을 통해 조율방안을 스스로 모색하고 필요한 공간을 할당하고 사업 등을 진행할 수 있는 방안을 마련할 수 있을 것임 - 그렇지 않으면 임대료가 비싸서 물건을 만들어 결국 건물주에게만 돈이 흘러감
공예마을, 공예거리, 공예촌, 공예집성촌, 공예공동체 등	<ul style="list-style-type: none"> • 공예마을/공예거리 등 공예산업 종사자들이 생태계를 구성할 수 있는 공간과 기회를 지원하는 것이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 공예인에게 맞고, 원하는 방향으로 공방을 만들 수 있도록 지원하여, 그곳이 하나의 생활 공간이 되고 공방이 되어 계속 전승할 수 있는 공간으로 마련되어야 함. - 공예인 작업장들이 함께 모여 있을 수 있는 공동체 공간이 필요함. 입지에는 크게 관계없이 장소를 정하는 것이 필요함. 필요에 따라 현재 공방의 이주도 가능함. 그러나 이전에 시도했는데 망했던 공간은 안됨 - 시청에서 좋은 입지를 주더라도 그 입지의 월세가 굉장히 높기 때문에 수익률이 안 좋으면 망함 - 공예사업자들도 어느 정도의 자본을 가지고 있어 공예사업을 할 수 있는 공간을 지자체가 저렴하게 지원해주면 많은 도움이 될 것 같음. • 공예거리에 지하(창고)/1층(매장)/2층(카페)/3층(주거) 등의 형태로 일률 또는 자율로 건물의 신축 등을 통해 공예마을을 조성하는 것이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 공예거리는 외곽지역, 행주산성, 제3기 신도시, 한류월드 등의 지역 등의 공간에 조성해 주면 함. 이들 지역에 작은 공간이라도 마련했으면 하며, 공예업체가 같이 다 붙어있어야 역할을 담당할 수 있을 것으로 기대됨 - 도시재생 등과는 맞지 않는 것으로 생각됨 - 주차가 되고 체험도 하고 먹거리도 있고 판매도 하고 복합적이고도 단독적인 공간이 마

	<p>련되길 희망함</p> <ul style="list-style-type: none"> 고양시가 공예마을, 공예거리 등의 집성촌을 형성하는 등의 지원해 해 줄 필요가 있음 - 동두천시는 중앙역에 60공방 집성촌을 마련하여 다양한 지원을 하고 있음 공예마을, 공예거리 등의 조성을 통해 전통공예 체험도 가능하게 하고, 수익창출도 공예사업자들이 협업을 통해 같이 할 수 있도록 하는 것이 필요함 공방과 판매 공간을 같이 형성하는 것이 매우 중요함. 공예물품을 진열할 수 있는 공예거리가 만들어지면 공예산업을 유지하면서 관광 활성화에도 도움이 될 것임
--	---

2) 정보교류와 만남의 장 필요

- 공예작가 등의 존재와 활동, 작품 활동 등이 양성화, 표면화 되어 그들 간의 교류와 정보 나눔 및 외부와의 접촉의 기회가 이루어질 수 있도록 하는 지원이 필요함

[표 6-15] 정보교류와 만남의 장 필요

2) 정보교류와 만남의 장 필요	
전통 공예인의 특성	<ul style="list-style-type: none"> 공예품 전시전을 해도 적극적으로 참여하려고 하지 않으며, 공예대전에 전통공예와 생활공예를 함께 대회를 하려고 해도 참여하지 않음. 또한 전통공예인은 생활용품만 만드는 것에 관심이 없음 이러한 부분에 있어서 문제점을 파악하고 사람들이 모이지 않는 부분에 있어 해결점을 찾기 위한 노력이 필요함
공예장인들의 만남의 기회와 장소가 필요	<ul style="list-style-type: none"> 작가들이 모임을 가질 수 있는 조합공간의 제공을 제안함 공간에 대한 논의는 전체 공예인들을 모아서 이루어질 수 있게 함 전통공예인들도 같은 카테고리 모이는 사람들이 없음. 같은 일을 하고 있는 장인들이 같은 공간에서 만나 서로의 의견을 나누고 고민을 공유하는 것이 필요함 외부의 이야기도 들으면서 서로의 생각과 트렌디한 문화의 변화 등을 공유할 수 있는 기회를 갖는 것이 필요함 세상이 빠르게 변화하고 있고 공예문화를 접하는 소비자들의 요구도 다양한 되고 트렌디하게 변화하고 있어 이에 대한 즉각적 대응이 요구되면, 이러한 부분을 채우기 위해서도 장인과 장인, 장인과 소비자, 장인과 문화인 자유롭게 만날 수 있는 만남의 장을 마련해 주는 것이 필요함
공예산업 종사자 연합체 및 협의체	<ul style="list-style-type: none"> 공예산업 종사자들이 모두 모일 수 있는(네트워크) 연합체나 협의체 등의 조직이 필요함 관이 주도하여 공예산업을 육성하는 것은 쉽지 않은 일이며, 공예사업자들 스스로가 협의회를 통해 기준, 기조나 가치 등을 마련하여 공예산업을 육성하는 것이 필요함 현재 조합은 전통공예인 중 30%정도 참여하고 있음 자생적으로 불량 물건들을 걸러낼 수 있는 방안들을 공예인 스스로 찾아내야 함
공예산업 자문위원단	<ul style="list-style-type: none"> 공예산업별 자문위원단 구성 필요함 - 공예산업 범주별로 자문위원단을 구성할 필요가 있음. 공예 자문위원, 전통계승자, 심사위원 등으로 적극적인 활용이 필요함

3) 고양시 전통공예 특화방안 모색

- 전통공예 특화를 위해서는 고양시 공예산업 종사자에 대한 전수조사가 필요함. 이에 대한 데이터를 기반으로 공예 특구로 특화 방안 모색을 제안함
- 또한 공예 명장 및 장인 등의 지정 승인 등의 지원 방안을 모색할 필요가 있음. 고양시 장인 및 명장 등 지정 시 이에 대한 전시 지원 등의 정책을 제안함

[표 6-16] 고양시 전통공예 특화방안 모색

3) 고양시 전통공예 특화방안 모색	
전수실태조사	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업 종사자 및 공예산업 전반에 대한 전수 실태조사가 절실함(2003년도 진행된 공예인 실태조사가 있으나 DB가 오래되고 작가들의 잦은 이동 등으로 활용은 무의미함) 공예산업의 특성상 종사자 등이 음성화 되어 있는 경우가 많아 실질적으로 공예산업 종사자의 정확한 숫자 등의 파악이 필요함. 조사에 드러나지 않은 실질적 공예사업자들이 엄청 많이 있음 <ul style="list-style-type: none"> 이들을 조사할 수 있는 방법은 고양시에 소재하고 있는 주민들 활용이 가능함 주민자치위원, 통반장, 동 대표들을 활용해서 조사하면 보다 정확할 수 있음 수십년 전에 공예업체를 조사했을 때 200여개 업체가 있었는데 현재는 더 많을 것임 공예가협회 DB에서도 고양시 거주하는 분들이 많아, 공예가가 많을 것으로 추측됨 따라서 공예산업 육성을 위해서는 이에 대한 전수 실태조사가 필요함
공예특구 지정	<ul style="list-style-type: none"> 공예특구 지정 등을 통해 고양시를 공예마을 특구로 특화하는 방안을 모색함 관광특구, 산업특구, 특화단지 조성 등은 다양한 규제특례를 받을 수 있어 공예산업도 이러한 지정을 통해 공예산업이 육성될 수 있도록 지자체의 노력이 필요함
공간명장 및 인증제도	<ul style="list-style-type: none"> 명장/인증제는 명확한 지원과 관리가 필요함. 실명제로 진행되어야 하며 현재는 명장 또는 장인이라는 명칭만 있는 것으로 제도가 유명무실함. 실제적 지원으로는 전시지원금, 국내외전시 참석 지원금, 개발지원금 등이 지원되면 함
전통공예+생활공예 목공예 현황	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업 1위는 목공예로 고양시에 명장이 두 분 있음 현재 자리잡고 있는 업체들이 많기 때문에 목공예 발전방향을 제시해줄 필요가 있음 고양시 가구산업으로 목공예가 유명했으나 현재는 파주로 많이 이동함. 가구협동조합이 있지만 대부분 판매업자들이며 화전, 수색, 파주, 남양주에서 제작한 상품을 판매 중임, 현재는 대부분 도매상들만 남음 전통, 전승공예의 주류는 한지, 목, 금속 공예로 공예 종류로는 민족공예가 70% 차지하며, 재료로는 한지공예가 50%를 차지함 고양시의 목공예로는 화회탈, 고가구 등이 있으나 현재 트렌드와는 다를 수 있으며, 주로 손조각 목공예제품이 서울 안국동 등에 많이 판매되고 있음 생활공예로서의 목공예는 DIY가 활성화 되면서 뜨고 있음 고양시는 시민들 중심의 라이프 산업을 선도할 수 있는 생활공예의 발전가능성이 높음

4) 고양시 전통공예 전시·홍보 및 대중화 방안

- 전통 공예인에 대한 배려 및 고려와 함께 핸드메이드 제품에 대한 가치 인식과 제품이 아닌 작품으로서의 인식의 변화가 필요함
- 공예인들에게 작품을 전시할 수 있는 기회와 공간의 제공이 필요함
- 고양시에는 유명 작가와 장인 등이 많이 생활하고 있어, 명장별로, 테마별로 주제를 정해 갤러리 형식으로 전시할 수 있도록 하는 방안의 지원을 제안함
- 전시나 판매에 있어 작품에 대한 스토리텔링 등의 지원이 필요함

[표 6-17] 고양시 전통공예 전시·홍보 및 대중화 방안

4) 고양시 전통공예 전시·홍보 및 대중화 방안	
전시 기획 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 공예를 하는 사람들이 제작, 유통, 전시를 모두 다하기 어렵고, 이러한 경우 제품 제작에 집중하기 어려움 • 개인적으로 국내외 전시에 많이 참여하고 있으나, 대부분의 공예인들은 개인적으로 공예제품을 전시하기 위해 전시를 찾아다니고 출품하는 등은 쉽지 않음. • 고양시가 단체로 전시를 할 수 있도록 도움을 준다면 많은 참여가 있을 수 있음
전통공예에 대한 인식개선 및 배려 필요	<ul style="list-style-type: none"> • 공예산업 및 관광 사업에 병행 지원이 필요함 • 전통공예, 전승공예의 경우 오랜 시간을 거쳐서 숙련된 기술로 만들어지기 때문에 기술력 및 습득과정(어려움, 시간 등) 등에서 배려와 고려가 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 옛날에는 종사하는 사람들이 많았는데 기술습득 등의 어려움으로 그 인원이 많이 줄었음 • 문화가 바뀌면서 전통공예에 대한 가치를 낮게 보며 한국 사람들이 핸드메이드에 대한 가치를 아직 낮게 봄. 이러한 부분에 대한 문제 인식 및 해결 방안 모색이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 공예장인들에게 자부심이나 긍정적 에너지를 주는 것이 필요하며, 이러한 부분이 양성화 되어야 산업의 육성 및 젊은 청년들이 관심을 가질 수 있고 이에 따른 인재 육성 등이 가능할 것으로 보임 • 공예산업이 활성화 되고 돈이 된다는 것을 증명하여야 함, <ul style="list-style-type: none"> - 그러나 매출을 정확히 밝히지 않아 고양시 현황 등의 파악이 힘들며 관련정책을 개발하거나 중앙정부의 공모사업을 추진하기 어려움
전시관 및 공동판매장	<ul style="list-style-type: none"> • 작품 전시의 기회가 필요하지만 마땅한 장소와 공간이 없음 • 고양시에는 유명작가나 명장들이 많이 있어 이들의 작품을 명장별로, 테마별로 주제를 정해 갤러리 형식으로 전시하는 것도 의미가 있음 • 공예 전시관 및 공동 판매장이 있어 공예품을 소개하고 판매할 수 있는 장소가 절실함
시장수요	<ul style="list-style-type: none"> • 우리나라 시장은 질보다는 가격을 추구하고, 트렌디한 제품 수요가 많음
판로와 전시	<ul style="list-style-type: none"> • (소비자 직거래) 판매장이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 정기적 판로는 확보되어있지만 소비자와 직거래가 없기 때문에 힘들 - 소비자가 생산에 참여하고 공예인과 소통을 하는 통로가 없음

	<ul style="list-style-type: none"> • (전시장 부재) 고양시가 원산지인 민속공예품들이 고양시 내 전시장이 없기 때문에 인사동 등 외부의 판로를 확보하여 판매되고 있음 • (전시장) 공예제품(보석뿐만 아니라, 한지 등 모든 작품)은 제품의 가치를 제대로 평가 받기 위해서는 전시장의 조명이나 인테리어가 굉장히 중요함. <ul style="list-style-type: none"> - 전시장을 만들더라도 조명이나 인테리어 등 전시장 인프라가 뒷받침되지 않으면 공예품에 대한 가치가 떨어짐 - 같은 제품이라도 전시를 어떻게 하느냐에 따라서 가치가 다르게 보이고 책정될 수 있음 - 전시관의 접근성이 좋아야 함 • (전시장) 고양시 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 호수공원 전시장은 운영이 전혀 안됨 - 킨텍스 로비에 전시공간을 만들었지만 운영이 제대로 이루어지지 않음 - 작품위주의 전시가 아닌 상품으로 전시를 하면 사람들이 모이지 않음 - 여러 종류의 제품을 테마 등 기획 없이 전시하고 있어 아무것도 이루어지고 있지 않음 • (작품) 공예품은 상품이 아닌 작품으로 이해하고 전시할 필요가 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 분야별, 콘텐트별 주제와 이야기를 가지고 전시할 필요가 있음 - 전승 및 전통 공예 작품은 1년에 1~2개 제작하는 것으로 수도 적고 작품으로 접근하는 것이 필요함 • (판매) 공예품은 일반 상품과 달리 작품에 대한 설명과 스토리텔링이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 작가가 제작활동 및 판매와 유통을 동시에 책임지고 판매장에서 판매하는 것은 어려움 - QR 코드등을 이용해 전시관에서 작품을 구경하고 바로 구매, 결제, 배송까지 완료되는 시스템을 구축하는 것이 필요함
--	--

5) 고양시 전통공예 육성 지원 방안

- 전통 공예인에 대한 지원은 하나를 하더라도 확실한 지원을 필요로 하며, 지원은 명목이 명시되어야 하며, 이에 대한 사후 관리와 평가를 통해 재지원이 필요함
- 상업적 목적의 생활공예인과 기술의 전통공예인은 구분하여 지원할 필요가 있음
- 공예대전 대상이나 대통령상 등 전국대회 수상 시 고양시의 공예산업 육성 및 홍보를 위한 방안으로 마케팅이나 홍보에 활용할 수 있는 방안 모색을 제안함
- 전통 공예인 기술은 단기간에 전수가 힘들며, 또한 전수자도 마땅치 않아 이를 신기술 등과 접목하여 기록화 할 수 있는 방안의 지원이 필요함

[표 6-18] 고양시 전통공예 육성 지원 방안

5) 고양시 전통공예 육성 지원 방안	
지원	<ul style="list-style-type: none"> • 여러 사업을 동시다발적으로 추진하기보다 하나의 지원이라도 지속적이고 집중적으로 진행하는 것이 필요함

	<ul style="list-style-type: none"> • 지원은 지속적이며 명목이 있어야 함. 무엇인가 하려고 하는 것의 의미와 가치가 주어질 수 있도록 명분을 만드는 것이 중요함. 예를 들어, 전사지원금, 전수지원금 등 다양한 지원을 모색하고, 실질적 결과도출 하고 사후관리가 필요함 • 생활공예 산업과 전통공예인들을 나누어 지원해야 함. 즉 상업적 목적으로 시작하는 공예와 전통, 전승 공예인 간에는 다른 지원이 필요함 • 해외전시회에 나갈 수 있도록 판로 개척과 해외전시에 대한 지원이 필요함
홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 경기도 대회 등에서 수상(대상)시 고양시(시청이나 시의회)와의 소통 등이 필요함. 즉 축하나 격려 등이 필요하며, 고양시는 공예산업의 홍보나 마케팅에 활용 방안도 제안함 • 관광기념품 공모전에서 대통령상을 수상한 경우도 마찬가지임
기술협업 기술지원	<ul style="list-style-type: none"> • 전통/전승 작가들은 기술적, 예술적 기능을 현대의 신기술을 이용하여 기록화도면, 기능의 지식화 등) 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 3D로 도면화하고, 공예 제작 지식을 전문가로부터 추출, 저장, 활용 방법을 찾으려함 • 공예품 3D 쇼피몰 또는 홀로그램 기법 등을 이용하여 판매, 마케팅 등에 활용하는 방안 등의 모색이 필요함 • 소비자의 요구사항에 맞춰 제작이 가능한 유통망, 시스템 등의 확보와 지원이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 3D로 찍어서 AR을 통해서 실제로 이게 주변 환경과 어울리는지 확인하고 나만의 제품을 주문제작하는 방법 등이 있음 • 공예 기술을 표면적으로 기록하는 것은 가능하지만 사람 감각 등의 암묵지를 기록하는 것은 어려움 <ul style="list-style-type: none"> - 공예 작업이 매우 열악하고, 습득 기간이 길며, 기능 습득도 어려워 젊은이들의 관심이 적음
계승 및 후학양성	<ul style="list-style-type: none"> • (계승) 공예가로서 성공하더라도 이에 대한 가치 평가가 불투명하여 전통/전승 공예를 계승하고 계승자를 찾기는 매우 어려운 상황임 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 젊은이들은 전승/전통 공예 계승에는 관심이 없음. 배우기 어렵고, 가치를 창출하기 까지 많은 시간과 노력 그리고 인내가 필요한 작업임 - 현재는 가업승계 되고 있으며, 별도의 승계 방안은 거의 없음 • (기술개발) 전통/전승 공예 계승자 및 후학양성은 매우 어려운 일임 <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 분야와 접목이 어려움. 새롭게 개발되는 신기술 등과 융합하여 신공예 산업의 육성 및 발전을 위한 노력과 이를 위한 융합인재양성 노력이 필요함 - 공예인들은 창작력, 공예 기능 등은 갖추고 있으나, 이것을 현재 다른 여러 가지 신기술들을 이용하여 작품으로 승화하거나 생활공예와 접목하는 능력은 없음. 즉 기능인으로서 제품 제작은 잘하지만 변화에 적응하고 받아들여 현대화하는 방면에는 지원이 필요함 - 소비자는 작품에 기능성이 추가된 제품들을 찾고 있으며, 이를 위해서는 후학양성을 통해 가능함. 이에 따라 후학양성을 단순 기능 전수가 아닌 신기술을 가미한 기술개발에 디자 인까지 겸비된 부분에서의 교육이 필요함 - 전등 모양을 만들긴 했지만 전기분야에 대한 기술을 몰라 상업화하는 것은 힘들 - 공예교육에 대한 반응은 좋으나 이를 전문가로서 후학양성하는 것은 쉽지 않음 • 브랜드가 나오고 매출이 나와야 하는데 공예인들이 매출을 정확히 밝히는 것을 꺼려함. <ul style="list-style-type: none"> - 매출을 신고하는 것은 매우 중요함. 매출이 발생하는 것들이 명확하게 밝혀지고 돈을 많이 번다는 사실을 알아야 젊은이들이 계승할 수 있을 것으로 기대함

3. 생활공예 작가 중심

- 페브릭, 의류, 가죽, 규방공예, 악세사리, 도자기 등의 공예작가들 10명과 다음과 같이 심층면접조사를 진행함

[표 6-19] 생활공예 면접조사 참석자 현황

공예 작가	작가 현황	공예 작가	작가 현황
1	업종: Fabric, 옷, 가방 업력: 10년 활동: 행신동, 인사동, 고양아트마켓	6	업종: 생활한복 업력: 7-8년 활동: 여성회관에서 7년 정도 시장활동을 했으며, 현재는 여성회관 이외의 마켓에서 활동하는 1년 정도 된 백석동에 공방 이루다를 운영함
2	업종: Fabric, 가방, 소품 업력: 3년 활동: 화정동 공방 운영 했음	7	업종: Fabric, 소품, 가방 업력: 작품경력 10년, 시장활동 경력 2-3년 활동: 가내수공업
3	업종: 가죽공예, 소품, 가방, 지갑 업력: 2-3년 업장: 가내수공업	8	업종: 도자기 업력: 작품경력 10년, Market 경력 4-5년 활동: Shopping Mall 납품(4-5년), May-Lily Art 운영, 박람회 참가
4	업종: 가죽공예, 소품, 가방, 지갑 업력: 2-3년 업장: 가내수공업	9	업종: Fabric, 옷, 소품 업력: 작품경력 7년, Market 경력 1년 활동: 공방은 꿈마네로 화정에 있음. 주문 제가 상품을 만들고 있음
5	업종: 린넨의류 제작/가방 등 업력: 3-4년 활동: Free Market	10	업종: 손뜨개 업력: 3년 활동: 가내수공업, 행신로, 판로는 Free Market

[표 6-20] 고양시 생활공예 작가 정책제안 요약

고양시 생활공예 작가 정책제안 요약	
1	• 고양시 생활공예 작가 지원방안
2	• 고양시 판로, 행사 및 시장 운영
3	• 고양시 생활공예인 지원

1) 고양시 생활공예 작가 지원방안

- 고양시 마켓 참여 및 신청 등의 정보 공유 방안에 대한 모색이 필요함
- 마켓 등의 참여의 기회가 모두에게 균등 및 투명하게 주어져야 함
- 정보의 불균형이 심해 마켓 참여자의 제안이 발생하고 있으며, 이를 개선하기 위해서

는 서울시의 ‘정보카페’ 같은 정보제공의 창구가 마련되는 것이 필요함

[표 6-21] 고양시 생활공예 작가 지원방안

1) 고양시 생활공예 작가 지원방안	
협동조합을 조성하고 활동하는 이유	<ul style="list-style-type: none"> • 단체, 조직 또는 조합에 가입 되지 않으면 정보취득이나 교류 등도 어려우며, 마켓에 참여 자체의 제약이 있어 개인작가는 쉽게 참여가 이루어지지 않음. • 조합 등에 가입하더라도 조합원 중 마켓에 참여할 수 있는 팀이 2~3팀으로 제한되어 있어 불만이 많음 • 취미활동이나 순수공예 작가활동하는 개인 작가들이 공예사업자들처럼 조합일이나 사업에 적극적 참여가 힘들 • 생활공예인이 어느 수준에 도달하면 취미활동을 넘어 작품을 시장에서 판매하고 자본금을 벌어 다시 작품 활동을 확장할 수 있는 선순환의 고리에 들어가는 방안의 모색이 필요함
정보공유	<ul style="list-style-type: none"> • (고양시)에서 벼룩장터 이외에는 물건을 판매하거나 활동을 할 수 있는 정보가 전혀 없음. 마켓 참여 및 신청, 프리마켓 참여 방법, 장소, 일시 등 행사에 대한 정보가 너무 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 개별적으로 활동 하려 했으나 고양시에서는 판매자로서 나갈 수 있는 자리가 주어지는 것이 어려워 결국 서울 명동, 양재 등 외부지역에서 활동함 • (서울시)는 개인들이 운영하는 정보카페들이 있어서 정보를 얻기 쉽고 정보가 많음. 또한 시/구 행사들이 체계적으로 잘 공지되어있음. 서초구청에서 이루어지는 나눔장터는 1회/1달 이루어지며 다양한 작가들이 참여함 • (공예 교육정보)에 대한 구청이나 시의 정보제공이 필요함 • (정보의 불균형)이 심함. 누군가는 교육을 하고 싶은 사람이 있고 누군가는 물건을 만들어 판매를 하고 싶은 사람이 있음. 다만 교육활동에 있어서 문제는 어떤 공방에서 어떤 교육활동을 하는지를 알 수 없기 때문에 그런 정보들을 모아서 시에서 제공했으면 좋겠음 • (네트워킹)도 체계화 되어야하고 정보가 공유되는 시스템이 필요함. 정보는 공동작업장, 공동전시장, 공동판매자, 상설판매장/전시장 등에 관한 것과, 고양시 내의 다양한 경진대회, 공모전, 경쟁대회 등과, 전국적 대회 및 전시회, 예를 들어, 동아전람회, 핸드메이드코리아 등에 대한 정보를 제공할 수 있어야 하며, 이에 대한 지원이 객관적이고 투명하게 이루어질 수 있도록 시스템을 정비하고 구축하는 것이 필요함
작품의 질	<ul style="list-style-type: none"> • 서울시하고 비교할 때 고양시 작가 및 작품들이 수준차가 있는 것을 인정함 <ul style="list-style-type: none"> - 서울시의 경우 많은 Seller들이 시장에 나오고, 시장의 제품 수만큼 제품의 질도 향상됨 • 판매에 대한 수준차도 있음. 마케팅, 세일즈 등에 대한 수준 차이도 있으며, 작품을 팔수 있는 기회, 장소 및 환경 등의 지원도 차이가 있음
공예작가 수준	<ul style="list-style-type: none"> • 작가들의 수준은 판매가 잘되면 올라갈 수밖에 없음. 판매가 활발히 이루어지면 더 좋은 제품을 개발하게 되고 그 과정에서 작가들의 수준이 올라감. <ul style="list-style-type: none"> - 하지만 고양시의 판매가 적다보니 발전된 활동이 만들어질 수 없음. 판매가 안 되는 작가는 계속해서 물건을 만들지 않고 이 때문에 작가의 역량이 올라갈 수 없음. - 판매가 끝난 뒤 재고가 남으면 새로 제작을 하는 것이 아니라 남은 재고를 가지고 다시 마켓에 나감 - 제품 개발이 늦어지고 실력 향상의 동기부여도 떨어짐 • 판매를 하려면 물건의 질이 높아야 한다 VS 판매를 해야 물건의 질이 높아진다 간의 이견이 존재하며 이에 대한 고민이 필요함

2) 고양시 판로, 행사 및 시장 운영

- 시장 참여의 기회 증가와 예측 가능한 시장 운영으로 시장 참여의 기회가 주어지는 것이 필요함. 행사, 전시 및 판로확보 등에 대한 지원이 필요함

[표 6-22] 고양시 판로, 행사 및 시장 운영

2) 고양시 판로, 행사 및 시장 운영	
행사 및 시장 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 시장이 일정한 일자, 일정 및 정해진 공간 등에서 열린다는 예측 가능한 운영이 필요함 • 시장이 열리는 기회와 참여의 기회가 매우 제한적이어서 작가들이 계획을 세우고 원하는 날짜에 마켓을 열고 싶어함 • 지속적이고 정기적으로 열리는 마켓이 있었으면 좋겠음 <ul style="list-style-type: none"> - 일정 및 장소 등에 대한 계획이 있었으면 함. 어느 일자에 어느 장소에서 마켓이 열릴지에 대한 정보가 작가들에게 공유되어야 함 - 예를 들어, 적어도 2개월 전에 마켓일정 등을 알려주면 이에 맞춰 작품을 제작하고 시장 참여를 결정할 수 있음 - 그렇지 않으면 제품의 생산 차질 및 제고 생성, 계절상품에 맞는 제품 생산, 수량 등의 문제를 야기할 수 있음
판로지원 ³⁹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • (공동상설매장/공동판매장) 등 일정 공간 및 장소, 건물 등이 필요함. 즉 지속적으로 수입을 만들어 낼 수 있는 공유공간이 필요함. <ul style="list-style-type: none"> - “현재 고양시에는 마땅한 판로가 트렁크를 들고 서울로 들고 있어 매우 심신이 피곤함” - 외부와 고양시 제품의 질 차이가 있음. 외부의 시장에 참여 경험이 많을수록, 박람회 등 참여가 많을수록 제품 및 작품의 질도 올라감. 기회가 된다면 비싸더라도 국제박람회에 참여하고 싶음 - 고정된 오프라인 판매, 교육, 공동 작업장이 필요함. 학교라든지 유흥공간 등 - 서울시는 삼성역과 논현역 등에 공예작가 공간을 제공하고 있음. 지하철역 등 유동인구가 많은 곳에 상설판매장이 함께 만들어 지는 것이 필요함. 원흥역 등의 활용을 기대함 - 킨텍스는 특정인의 공간으로 이외에 일반인들에게도 노출될 수 있는 공간이 필요함 • (임대료/수수료) 판로확보를 위해 전시회나 마켓에 나갈 경우 킨텍스/코엑스 등의 부스/수수료/월세 등에 대한 부담이 큼. 또한 바이어들을 만나기 위해 개인적으로 판매장 등을 임대하기에도 부담이 큼. 임대료 및 수수료가 낮은 상설매장이나 판매장 등 지원 필요함 • (프리/프리마켓) 고양시 외곽지역의 공터 등에 일정기간/일정주기별로 예측 가능하도록 공예시장을 열어주어도 좋을 것 같음. 그만큼 홍보가 필요하고 중요함. 공산품을 제외한 핸드메이드 장터가 만들어지는 것이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 공터에 프리마켓을 운영하는 것은 대학로, 강남구 등이 있음 • (운영비용) 작가들이 직접 판매장에서 판매하기는 힘들. 전문적인 판매업자가 필요함. 인건비는 작가들이 나누어 낼 수 있으나, 생각보다 비용이 부담되는 부분들이 있어 이에 대한 지원이 필요함. 농협하나로에서 판매하면 조합에 판매비의 15%를 수수료로 내야하고, 조합비도 내는 등 부담이 큰 상황임
행사참여	<ul style="list-style-type: none"> • 핸드메이드 코리아, 한디아트, 동아전람, 가구박람회 등에 참여의 기회가 폭넓게 지원되었으면 함

	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 행사 정보가 공유되어 많은 작가들에게 참여의 기회가 주어졌으면 함 • 핸드메이드 코리아(코엑스행사)는 첫 번째 행사부터 너무 좋은 작가들이 참여하다보니 행사가 지속적으로 열리게 됨. 고양시에도 작가들이 가서 관람하고 물건을 보고 수준 높은 물건들을 만들 수 있는 동기부여가 될 수 있는 환경을 제공해 주었으면 함 • 현재까지는 개인 공예작가들이 이러한 행사에 참여의 지원은 조합을 통해서만 가능했음. 개인적인 작가들이 지원을 받아 참석할 수 있는 기회의 제공 및 방법이 필요함 • 조합 중에 관의 참여 지원을 받아 참석한 경우, 형식적인 참여로 매출이 잘 나오지 않는 경우도 있었음 • 행사 참여시에는 공정경쟁에 있어 실력있는 작가의 참여가 필요하며, 이를 위해 고양시의 작가 간의 경진대회 등을 통해 조합, 작가 등이 참여할 수 있도록 판매부스 지원 등의 과정에서 투명성을 확보하는 방안이 시급해 보임
온라인마켓	<ul style="list-style-type: none"> • idus 등 공신력 있는 온라인마켓은 여러 행정적 절차 등, 엄격한 심사 등에 의해 참여하기 쉽지 않음 • 등록하더라도 주문대비 재고량 확인 등 판매유통에 대한 지속적 관리가 필요하여 작가 개인으로 활동하기에는 무리가 있음 • 작가의 제품의 판매나 홍보를 위해 공예품을 광고 상단에 올리는 등의 활동이 필요함며 이에 따른 광고비 부담 등 개인 작가가 감당하기 힘든 부분이 있음 • 작품 사진 찍기 위해서는 스튜디오 등이 필요하며, 사이트에 올리기 위해서는 예술적 및 편집디자인적 지식이 필요하고, 스토리텔링 및 상세설명을 작성하고 올리는 부분도 상당히 부담되고 힘들. <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 마켓은 사진 찍는 역량이 매우 중요한데 작가들은 이러한 역량을 갖추기 힘들 - 온라인 쇼핑몰의 경우 상세설명이 가장 중요한데, 항목이 매우 많음. 예를 들어, 원단의 설명 등도 올려야 하며, 관련 인증서 등 어려움이 있음 - 아이디어스 입점을 위해서는 까다로운 작가선별 과정을 거쳐야 함. 현재는 작가추천으로만 들어갈 수 있는데 그럼에도 불구하고 판매량이 많지 않음 - 핸드온은 지원을 받아서 가입할 수 있으나, 소량의 제품을 생산하는 핸드메이드로 재고량을 지속적으로 유지해야하는 등의 애로사항이 있음(주문을 받고 생산하는 구조)

3) 고양시 생활공예인 지원

- ☐ 고양시 생활 공예인 교육 이후 이에 대한 취업 및 작가로서의 역량 증진을 위한 지원 방안 모색이 필요함
- ☐ 개인공예가들에게 공동작업 가능한 공동작업장 등의 지원이 필요함
- ☐ 핸드메이드 제품 및 작품의 가치에 대한 고양시민의 인식 개선 등이 필요함

[표 6-23] 고양시 생활공예인 지원

3) 고양시 생활공예인 지원	
교육과정 수료 후 일자리매칭 등 관리의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 고양시에서 일자리창출 등을 위해 진행되고 있는 공예 관련 교육과정 수료 뒤 시장에 무방비로 방출되는 경우가 많음 <ul style="list-style-type: none"> 1년의 짧은 기간 교육 후 시장으로 방출되면 시장에 진입하는 것이 불가능함. 절반정도의 교육생이 교육과정 이후 시장에 작품을 가지고 나가게 되나 시장성 부족으로 부적응함 이에 초보 작가들이 시장 참여의 동기부여가 안되고, 따라서 관심을 끊고 활동을 안하게 되면 1년 동안 투자된 교육비는 그냥 낭비되는 것임 10차시/20차시 등의 수업 후 시장에 바로 던져지기보다 차후 단계별 훈련 및 연수 프로그램 등이 필요함 기존 공예시장에 신규 진입자가 진입함으로써 공예상품 수준에 대한 신뢰 부분이나 1장 교란 등으로 인해 생성되는 마찰 및 충돌에 대한 관리가 필요함 작가로서 성장하고 지속적으로 공예활동을 할 수 있는 동기부여 및 중·고급 기능을 학습·훈련할 수 있는 기회 제공이 필요함 교육 이후 개인 공방을 열거나 취업을 하는 경우 이에 대한 지속적인 관리는 없음
공동작업장	<ul style="list-style-type: none"> (공동작업장) 개인 공예 작가들은 개인작업장이 없는 경우가 대부분으로 공동작업장이 필요함. 주엽역 커뮤니티센터, 광성교회 목공예 작업장 등의 공간이 벤치마킹 대상이 될 수 있음. 예를 들어, 가족공예는 소음이 많이 나서 주거지역에서 작업하기 어려움
문화정책	<ul style="list-style-type: none"> 핸드메이드 및 공예문화가 고양시에 정착되는 것이 필요함. 이에 대한 지속적인 홍보가 중요하며, 공예의 가치를 느끼고 즐길 수 있는 문화를 만들고 축제 등이 필요함 수원의 깔롱마켓처럼 일정공간에서 일정한 일자에 시장이 지속적으로 열려 고객들에게 지속성 있는 시장으로서의 이미지를 인식시키는 것이 필요함

제3절 간담회 및 자문회의

1. 간담회 논의 내용 요약

- 공예산업에 종사하는 사업자 및 종사자 등의 다양한 애로사항 수렴이 필요하며, 공예산업의 종류에 따른 차별적 접근방안 모색이 필요함

[표 6-24] 고양시 공예인 간담회를 통한 정책제안

1) 고양시 공예인 간담회를 통한 정책제안	
재능기부형식의 강의플랫폼 제시	<ul style="list-style-type: none"> 공예품은 예술작품 활동의 일환이기 때문에 제작자의 실력을 인증하기 어렵고 선정이후 제품 혹은 강의에 대한 모든 책임을 고양시에서 다 져야하는 부담이 있음 강의 플랫폼 도입시 민간 협의회 등을 통해 사업체간 이해관계 등의 문제가 없도록 해야 하며 중간 관리자로서의 역할 등 전체적인 컨트롤을 할 수 있는 방안을 모색해야 함
캐릭터와 공예산업 매칭	<ul style="list-style-type: none"> 구마모토에 구마몬이라는 캐릭터가 있듯이 고양시를 대표할 수 있는 고양시 캐릭터 산업(예를 들어, 고양이, 장미 등)을 발전시켰으면 함 <ul style="list-style-type: none"> - 고양이 전시회, 디자인 공모전, 캐릭터 공모전 등을 통해 개발, 홍보 및 활용이 필요함 - 고양시 시화가 장미로 장미를 모티브로 하는 캐릭터 산업(컵 등)을 발전시켰으면 함
경기도 공예협동조합 유치 및 활용 방안	<ul style="list-style-type: none"> 경기도 공예협동조합을 고양시에 설립하기 위해 준비 중에 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 경기도 31개 시군을 대표하는 협동조합으로 경기도 공예산업의 전반적인 활동을 지원함 - 경기도 공예협동조합이 고양시에 설립되면 경기도 교육청과 함께 교육사업, 교육문화회관 건립사업 및 공예대전 유치 등이 훨씬 쉬워질 것으로 기대됨. - 이에 대한 고양시의 도움과 응원이 필요함
한옥마을 학교	<ul style="list-style-type: none"> 고양시의 전통가옥 기술 장인 등을 활용한 한옥마을 학교 등의 필요성을 제시함 공예는 감동의 문화이고 혼의 문화라고 생각하며 이런 것들을 만들어 가야한다고 주장함 <ul style="list-style-type: none"> - 부친이 전통가옥을 만들어왔고 이를 물려받아 전통가옥을 30년째 만들었으며 이를 유지하고 있음 - 공예품, 수제품은 재주가 좋으면 다 만들 수 있음. 하지만 제품을 판매할 때 감동을 줄 수 있는 방법이 무엇인가 고민해 봐야함 - 전통가옥에 대한 실태조사를 실시했었고 이런 것들을 서울시에서 발표함으로써 전통가옥에 대한 인식을 만들어가고 있음 - 고양시도 이에 대한 관심을 가져야 할 필요가 있음 전통가옥 미니어처 전시공간 확보 방안을 모색할 필요가 있음. 또한 체험공간을 통한 학교 정규, 방과후 교육 등과 연계해서 교육장으로의 활용 등을 고민해 볼 수 있음 고양시 유희공간 등을 활용하여 전통가옥 미니어처의 특화거리 조성을 위한 노력과 공모사업에 도전해 보는 것이 필요함

공예 판로 및 유통 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 공예상설시장이 필요하며, 소비자의 기호에 맞는 트렌디한 제품들로 채워질 수 있는 방안 등의 모색이 필요함 • 고양시 애니콜의 공예품을 파는 갤러리카페나 파주의 프로방스처럼 공예품을 파는 거리 등 공예 판매 전시 단지를 조성하는 방안 등이 필요함 • 고양시가 인증한 업체가 크라우드 펀딩을 통해 인터넷 판로를 개척하는 방안도 제시됨 • 서초구의 나눔장터와 같은 판매장 및 상설판매장이 절실히 필요함 • 전시관, 판매장, 작업장 등에 스토리텔링이 필요할 것으로 보임. 스토리텔링 작가들과 연계 해서 작업이 가능할 것으로 보임 • 고양시 공예시장의 방향성과 활성화를 위한 컨트롤 타워가 필요해 보임
공예산업발전 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 복지가 아닌 산업으로서의 공예발전을 위한 방안 모색이 필요함 • 협동조합이나 사회적기업 등의 조직에 소속되지 않은 개인 공예작가들이 공예 관련 마켓, 교육, 전시 등의 정보를 취득하고 공유하며 참여할 수 있는 공예정보 제공처가 필요함 • 고양시 공예인들의 무형문화재 지정, 명장 및 장인 등의 인증에 대한 지자체의 노력이 있었으면 함. • 고양시 공예품 브랜드화 하는 작업 필요함 • 고양시 공예마을의 활성화와 시티투어와 연계 등이 필요함

2. 자문회의 결과

- 공예산업은 협회, 조합, 단체, 개인 공예가, 예술인 등 이해관계자들의 의견 수렴을 통해 정책에 반영하는 것이 필요함. 여러 이해관계가 존재하는 만큼 공예산업의 지원 사업은 매우 섬세한 정책이 필요함
- 공예는 산업과 예술적 성격의 양면성이 있어 목적에 따라 다른 정책적 지원을 필요로 함. 조합은 산업적, 협회는 예술적 성향이 강하며, 각자의 관점으로 행사, 전시 등 서로 다른 양상으로 공예가 표현되며 양자 간에 충돌이 있을 수 있음
 - 예를 들어, 미술 공모대전은 공예가(예술)들이 참여하기 때문에 예술적 관점으로 진행되며, 프리마켓은 산업적 관점으로 진행되어 작품과 상품이 공존할 수 있음
- 지자체와 한국디자인·공예문화진흥원과 다양한 연계방안을 모색하는 것이 중요함

[표 6-25] 고양시 공예산업 자문회의 정책제안 요약

고양시 공예산업 자문회의 정책제안 요약	
1	• 고양시 공예산업 DB(2003년도) 및 공예산업 현황
2	• 고양시 공예마켓 현황 및 육성방안

1) 고양시 공예산업 DB(2003년도) 및 공예산업 현황

- 고양시는 2003년 공예인들에 대한 데이터베이스를 구축한 바 있으며, 당시 4천 명 정도의 공예인이 활동하고 있는 것으로 조사되었음

[표 6-26] 고양시 공예산업 DB(2003년도) 조사결과 및 고양시 공예산업 현황

1) 고양시 공예산업 DB(2003년도) 조사결과 및 고양시 공예산업 현황	
작가현황	<ul style="list-style-type: none"> 2003년 공예실태 조사 DB 현황(DB가 오래되고 작가들의 잦은 이동으로 활용은 무의미함) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들에 대한 2003년도 DB가 있으며, 4천 명 정도의 공예인이 활동하고 있는 것으로 조사되었으며, 대부분이 공방이 없이 개인적으로 집 등에서 공예활동을 하는 것으로 조사됨 공예인들은 사업자가 있는 사업체와 개인 활동 작가로 분류됨(이러한 분류는 산업과 예술의 분류와도 유사점이 있음) 고양시에 공예작가는 4천에서 5천여 명 정도로 추정되며 이외에도 교육을 통한 생활공예인들이 지속적으로 배출되고 있는 상황임 <ul style="list-style-type: none"> 100~200명을 위한 해결책의 마련은 쉬울 수 있으나, 5천여 명의 작가 및 공예인들의 요구사항을 반영하여 정책을 마련하는 것은 쉽지 않을 것으로 보임 예를 들어 공예거리나 상설매장을 만드는 것만으로 모두의 요구사항을 만족시키기는 쉽지 않음
생태계 구축 및 시장경쟁의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> (생태계) 새로운 작가들이 생기게 되면 기존 작가들은 또 다른 가독권 세력이 되는 것으로, 신규작가 수용 방안 모색이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> (생태계 구축 방안 모색) 교육생→시장진입→시장상권 재편→성장 or 소멸→활성화→안정화에 이르는 명확한 생태계에 대한 이해 없이는 매우 무질서하고 혼돈의 상황이 지속되어 공예산업의 발전에는 한계가 될 수 있음 초보 작가들이 생산하는 제품의 품질 및 기업가 정신에 대한 이해의 부족은 공예상권 및 기존 소상공인 상권과의 심각한 마찰과 시장교란 등의 문제를 발생시킬 수 있음 프로와 아마추어 간의 시장경쟁의 원리가 적용될 수 있음에 대한 충분한 교육과 이해가 필요함 <ul style="list-style-type: none"> 기존 작가와 신규작가 간의 경쟁도 객관적 시장논리에 따름을 인지하는 것이 필요 함 신규 진입자와 기존 작가 시장이 공존할 수 있는 방안의 모색이 필요함
지자체 및 정부 지원의 방향성	<ul style="list-style-type: none"> 지자체나 정부로부터 자금지원 및 공예단지 조성 등 다양한 자원에도 불구하고 현재 고양시는 성공적인 생태계 구축은 미비한 것으로 보임 <ul style="list-style-type: none"> 공예와 관련된 공무원들은 잦은 민원으로 인해 공예인들을 꺼리게 되고, 정작 자원받은 공예인들의 만족도는 매우 떨어지는 결과를 가져옴 정부나 지자체의 지원이 수동적인 지원이 아닌 공예인이 주체가 되어 공예산업 생태계를 구축할 수 있도록 하는 능동적 공예인을 위한 지원이 필요함. 이를 통해 공예인들 스스로가 자립적인 생태계 구축하는 것이 매우 필요함 고양시는 전통공예가와 시민공예가가 공존하는 도시로 이들 양자 모두를 지원할 수 있는 방안 모색이 필요함 지원 사례 중 실패 사례

	<ul style="list-style-type: none"> - 공예가들에게 공예품대전이나 공모전에 응시할 비용을 지원 했으나 품질이 보장되지 않은 상황에서 작품 또는 상품의 출품으로 공공의 지원을 받았으나 결과가 좋지 않은 경우 - 프리마켓에 오랜 실력 있는 공예인들이 시장의 교란으로 버티지 못하고 빠져나가고 초보 수준의 공예인들만 참여하여 시장에 대한 신뢰 및 제품의 품질을 담보할 수 없게 됨
공예품 유통의 한계	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 공예상품은 대부분 직영체제로 운영되고 있는데, 이의 이면을 해석하면 일반적 유통시장에서 거래되기에는 상품으로서의 한계가 존재한다는 의미로 해석할 수도 있음 • 축제 등을 공예품 유통시장으로 주로 활용하고 있음. 축제는 임대비용, 시설비용 등 고정비용이 없기 때문임. 하지만 여러 가지 이유로 축제기간이 줄어들고, 사람들이 모이지 않음으로 인해 축제가 아닌 프리마켓 형태로의 유통 출구가 생겨남
마켓 운영 지원 현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 공예산업 마켓현황은 프리마켓이 현재 30여개 종류가 있으며, 조합단위로 마켓이 열리고 있으며 조합원만 참가 가능한 형태임. 예를 들어, 하나로, 벨리시타, 롯데마트(고양행신점) 등에 공예업체들이 입점해 있음 • 공예인들은 프리마켓에 대한 비용을 정부(지자체)가 부담하기 때문에 프리마켓을 여는데 부담이 없고 자신들의 물건이 팔리고 수익이 나기 때문에 부담이 적은 상황임. 문제는 수익이 많이 나지 않는 것에 있음 • 직영체제로는 프리마켓을 열어달라고 하고, 고정매장은 공동판매장을 열어 줄 것을 요구함
공예품의 시장성 및 공유공방 서울여성공예센터 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 공예가들은 시장에 대한 예측이 힘들며, 상품성에 대한 도움도 필요로 함. 이에 따라 시장 논리에 따른 평가를 받을 필요가 있음. • 서울여성공예센터에서는 공예가들을 시장에 내보내는 역할을 하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 벤치마킹 1순위로 1층에는 체험공간, 2, 3층은 공방으로 구성되어 있음 - 수공길이나 공예공모전에서 수상을 통해 검증된 사람들이 입주하여 작품 활동을 하고 있어 제품에 대한 질은 보증이 됨

2) 고양시 공예마켓 현황 및 육성방안

[표 6-27] 고양시 공예마켓 현황 및 육성방안

2) 고양시 공예마켓 현황 및 육성방안	
공예작가 양성화	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시에는 생활공예가(개인작가)들이 많아 이들의 양성화와 시장화의 마중물이 필요함 • 생활공예가 작가들을 가시화하고, 공예가들이 서로 경쟁할 수 있는 플랫폼 등을 조성하며, 공예작가들의 다양한 소통채널 지원을 통해서 이들을 수면 위로 올릴 필요가 있음 • 작가들을 위한 고양시만의 특화된 상품의 산업으로 발전할 수 있는 플랫폼을 만들어주는 것도 필요(공방시스템 + 유통시스템 + 교육시스템) • ‘공예 전문대학원’ 등을 통한 작가들의 실력향상 시스템이 필요함. 고양시에서 대학원을 설립하여 산학협력을 통해 공예가들이 대학원 안에서 경쟁하게 하는 등으로 위의 문제를 보완할 수 있을 것임 • 분야별 연구소 및 교육기관의 필요성 <ul style="list-style-type: none"> - 공예 분야별 연구소나 교육기관 등이 필요함. 교육만 받은 초보자가 시장에 나와 시장 진입을 위한 다양한 교육과 연수가 필요함

생활공예인 성장을 위한 지원 방향	<ul style="list-style-type: none"> • 시에서 마켓을 제공해주다보니 스스로 성장하지 못함 - 공정거래나 역량강화 쪽으로 지원을 해주는 것이 필요함 • 생활공예인들의 상품성을 올리려면 대회를 만들고, 용도(해외연수, 전시회 참가, 기술개발 등) 등이 수반되는 목적성 상금이 주어져야함 • 생활공예의 경우 일부 공예인들은 충분한 교육과 경쟁력 없이 시장으로 나오는 경우, 고양시 내에서만 시장이 형성되는 경우 등은 공예산업 육성에 한계가 있음. 따라서 타 지자체 등과 고양시 간의 협력 및 경쟁 유통벨트를 만들고 시장경쟁 환경을 조성 지원해야 함
문화상품 디자인 아카데미 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 문화상품은 공산품으로 콘텐츠와 스토리를 함께할 수 있는 부가가치상품으로서 수익성이 있음. 따라서 부가가치 창출을 위한 문화상품디자인 아카데미 등의 진행이 필요함 • 아카데미 교육은 명장선생님들이 진행하여야 함 • 시장경쟁/공정한 시장질서/교육기회 확대/시장경제 등의 공정한 기회가 필요
고양시 애니골과 행주산성의 활용 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 애니골에서 공예품을 팔수 있기 위해서는 판매장, 전시장 등이 갖춰져야 하는데, 현재는 공간이 없음. • 애니골의 기존의 식음료점을 활용하는 방안도 있으나, 개인사업체들에게 강요는 할 수 없는 상황임. 즉 식음료점 주인이 자발적으로 운영하는 것이 아니면 큰 효용이 없을 것임
공예거리 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 공예거리에 대한 좋은 예로는 담양 죽녹원이 입구와 출구가 같아서 체류시간이 낮기 때문에 마을과 연결된 출구(통로)를 만들 - 마을로 관광객들이 유입되어 마을 사람들이 자발적으로 시장을 형성하여 활성화됨. 현재는 담양의 공예조합이 전담을 대표할 정도로 커짐
협회운영 모범 사례	<ul style="list-style-type: none"> • 좋은 협회 사례로는 전라남도 광주 ‘수제공방협의회’가 있음 - 전통공예인들로만 구성된 광주공방조합에 생활 및 현대공예인이 함께 참여하여 수제공방 협의회로 바뀐 뒤 서로 협력 발전하게 됨 • 수제공방협의회는 온라인 쇼핑몰의 공예인들의 활동을 지원함(전라남도 광주시) - 광주시에서 20개 업체를 선정 회원가입 및 유지비 지원(온라인 쇼핑몰 ‘아이디어스’) - ‘아이디어스’에 납품하는데 필요한 심사를 수제공방협의회에서 대신하여 진행함
인증 및 등록제	<ul style="list-style-type: none"> • 조합의 공동브랜드 사업은 인증마크로 변화하였으며, 문체부 K-리본 인증은 통과 어려움 • 도자간의 ‘도예인 등록제도’ 사례를 통해 ‘공예인 등록제도’를 만들어야함 - 모든 공예인들의 혜택은 등록된 공예인만 받을 수 있도록 하여 공예인 양성화 방안 모색 - ‘사업체 등록제도’와 ‘작가등록제도’를 같이 만들어서 개인공예인들 등록 체계 형성
청년계승자 육성	<ul style="list-style-type: none"> • (청년예술인) 육성/이수자/전수자 육성사업으로 청년활용이 가능하며 필요함 - 청년계승자 육성을 위한 정책 방안으로 시와 업체가 청년공예인 인건비 부담금 비율을 5:5(1~2년차), 3:7(3년차), 자립(5년차) 등의 사업으로 계승자 육성을 지원할 필요가 있음 • (청년창업지원) 공예마을 토탈패션(Total Fashion)으로 지자체가 젊은이들에게 공간 지원 - 동대문과 같이 젊은이들이 옷을 만들고 팔 수 있도록 지원하는 공동판매장 등의 방안 모색도 필요함. 덕이동과 같은 장소의 활용도 가능함 - 이는 청년들의 창업교육(Academy)센터가 경기북부메카로서 자리 잡는 역할을 수행할 수 있음을 의미함. 덕이동은 경의선, 제니스(구매고객층) 등이 있어 시장경쟁력이 있으며, 먹거리 등이 함께 복합공간의 상권으로서 성장 가능성이 있음

<p>장인공예의 독일과 같은 산업공예화 필요</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (독일의 행켈 사례)와 같이 고양시 칼장인의 칼제품 양산가능한 산업화 방안 모색이 필요함 • (공예 산업화) 방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> - 서로 다른 범주의 분야에 종사는 공예인 간의 협동을 통한 산업화 방안 모색 필요함. - 서로 다른 분야별 공예산업의 융합의 예로 페브릭(Fabric)과 가족의 협업 등이 있음. - 즉, 이들은 팀원이 되어 협업으로 하나의 작품을 만들 수 있으며 분업화로 산업화 방안을 모색할 수 있음. • (인력활동) 예비사회적기업, 사회적기업 및 협동조합/협회 등을 활용할 수 있으며, 산업화를 통한 일자리창출 방안 등과의 연계 방안 모색이 필요함
<p>고양시 생활공예가의 예술가 및 사업가로서의 역량 강화 방안 모색 필요</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (기업가 정신) 생활공예인으로서 자부심과 자존감이 필요하며, 작품의 질과 가격에 대한 객관적 시각 및 냉철한 판단이 필요함. 또한 시장에 따른 가격 형성 원리에 대한 명확한 이해가 필요함 → 따라서 공예인이 기업가정신에 대한 교육 등이 필요한 상황임 • (협동조합정신) 조합원은 협동조합의 정신을 이해하는 것이 필요함. 자신들이 필요로 하는 것을 채기기 이전에 자신이 가진 것들을 나누기 위한 목적임을 공유할 수 있어야 함 • (실무교육) 교육은 훌륭한 장인 기술자/공예전문가/강사들을 모셔서 진행되어야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 이론 교육이 아닌, 공예 제작 기술을 습득하고, 판매유통 등의 전문가 육성을 위한 심화 교육 및 경영자 과정 등이 필요함 • (네트워크) 교육생들 간의 네트워크 구축은 매우 중요하며 이를 위해 기수별 기간과 년차 등을 정하는 등을 통해 자율적 생태계 구축을 유도할 필요가 있음 • (고부가가치) 문화상품 기획과정 등의 교육프로그램의 구성이 필요함 <ul style="list-style-type: none"> - 무형문화제 등의 장인을 선생님 등을 활용하는 방안 모색이 필요함
<p>고양시 사유지 및 공유지 또는 유휴상가 활용 공예마을 및 공간</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 공예마을을 위한 공간(사유지, 공유지)이 필요함 • 공예마을은 관광과 함께 고려되어 구성되는 것이 필요함 • 후보지로는 행주산성, 능이마을 등이 있으며, 이외에도 어느 곳이든 공터만 만들어주면 가능하다고 생각함 • 조합, 단체 등이 선호하는 공동판매장 및 공예단지 조성 시 예상되는 문제점은 결국임대업 체들만 남아 임대료 상승 등으로 공동화 현상 등의 문제가 발생할 수 있음 • 관이 공예마을을 장인들에게 지원하기 위해서는 공공적 혜택에 대한 명확한 환원방안 등 공공의 선에 대한 제시도 함께 이루어져야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 시가로 월세를 내주고 10년 뒤에는 장인들이 기증하는 방식, 장인들이 10년 뒤 건물을 매입하는 방식 등의 고려가 필요함 - (서울시 사례) 서울시가 공간 매입→젠트리피케이션→상가매입→저리로 분양 • (후보자) 라페스타 2층(상가협의회와 논의 필요), 덕이동 패션로데오(덕이동 상인협동조합 80여개), 웨스턴동 등 빈 공간을 협동조합에서 관리 할 수 있어야함
<p>모든 공예범주의 공예인 의견 수렴 및 소통 방안 모색 필요</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (의견 청취) 공예범주별로 현장관계자의 의견을 모으고 주제를 잡아 심도있는 토론을 진행하여 현장에 필요한 정책을 개발해야함 • (협의체 및 단체) 협의체는 회원들의 판로개척을 위해 마켓 등 기회를 제공하는 곳이지만 회원 스스로가 협동조합 및 협회를 단순히 행사참여의 도구로 생각하면 문제가 될 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 협회, 조합 및 단체 간 상호협력 방안의 모색이 필요함. 만약 행사참여의 기회, 정보취득의 기회 등을 독점하려 하거나, 주도권 및 기득권 유지를 위한 것으로 비추지면 산업전반의 발전에 심각한 취약점으로 작용할 수밖에 없음

온라인, 오프라인 판매장 및 전시장	<ul style="list-style-type: none"> • 판매장 또는 전시장은 긍정적인 부분보다 부정적인 부분이 많을 수 있음 • 현재 다양한 유통채널의 등장으로 기존 오프라인 형태의 시장은 활성화가 어려울 것으로 생각됨 • 온라인 판매의 경우 공예상품의 특성상 쉽지 않을 것으로 보임 • 상품 홍보 및 광고가 가능한 유투버 등의 이용이 더 효과적일 것으로 기대됨
---------------------------	--

3. 소상공인지원과 회의

- 공예산업 지원정책은 단기 및 중·장기로 나누어 계획될 필요가 있음
- (단기) 전통공예는 현재 지원을 유지하고, 생활공예 및 수공예는 활성화 방안 모색
 - 소규모로 진행되는 행사나 프리마켓 등의 활성화 방안 모색
 - 덕이동 패션아울렛, 정발산 보넛길 등 공예거리 조성 방안 모색
 - 대화동의 ‘재미난 길’처럼 동네축제를 열 듯 판로 개척 방안 모색
- (장기) 전시장이나 박람회 추진 계획 등을 고민할 필요가 있음
- (판로개척 및 시장확대 방안)
 - (양성화) 카드, NFC 및 QR코드 등의 도입 방안 등과 함께 공예산업의 양성화 방안 모색이 필요함
 - (스토리텔링) 수공예 등 작품에 대한 스토리텔링이 필요함
 - (마켓 차별화) 일본 등의 해외사례에서와 같이 수제과자거리와 같이 차별화된 시장형성 등의 마켓 차별화 방안을 모색하는 것이 필요함
 - (복합공간 조성) 공예, 음식과 관광 등 접목한 복합공간 조성 방안 모색
- 4차 산업 중심 공예산업 디자인과 기술의 융합 산업 특화 방안 모색

제 7 장

공예산업 정책 및 현황 조사

제1절 문체부 공예산업 정책

제2절 전국 공예산업 현황 및 고양시

제3절 주요지자체 공예산업 현황

제4절 지역공예명장 및 공예인증

제1절 문체부 공예산업 정책

1. 공예문화산업 진흥 기본계획(2018~2022)

1) 개요

- 공예문화진흥 기본계획은 공예문화산업진흥법에 의해 5년마다 수립되며, 공예, 공예품 및 공예문화산업의 개념을 정의하고 있음⁴⁰⁾
- 공예문화산업 진흥 기본계획은 (비전) 생활 속의 공예를 추구, (목표) 공예산업의 산업화, 시장 확장과 일자리 창출 및 교육과 홍보를 통한 공예문화 형성, (전략과제)는 공급, 인력, 유통, 문화 및 정책의 관점으로 구성됨

[표 7-1] 공예문화산업 진흥 기본계획 5대 추진전략 및 14개 핵심과제

전략	중분류	세부 정책
1. 공예산업 공급기반 강화	(1) 공예산업 혁신기반 구축	공예산업 클러스터 조성 지역공예 네트워크 강화
	(2) 공예기술과 소재 경쟁력 강화	공예기술 R&D 지원체제 구축 공예소재개발 지원 강화
		공예상품 개발지원 제도의 개선
	(3) 공예 생산역량 강화	공예산업 경영 컨설팅 서비스
2. 공예인력 양성 및 창업지원	(1) 공예 전문인력 양성	공예산업 융합형 인재 양성 공예 전문인력 양성
	(2) 공예창업을 통한 일자리 창출	공예 1인 창조기업 지원 공방창업 크라우드펀딩 지원
3. 공예유통 활성화 및 시장 창출	(1) 공공부문 공예수요 창출	공예수요 창출 지원 플랫폼 구축
		공예 공모전 연계 우수공예품 구매 지원

40) 제2장 제1절 참조

	(2) 공예 유통망 개선	상설전시판매장 개설 확충
		공예유통 플랫폼 연계사업 추진
		공예전문박람회 개최
	(3) 공예 원산지 표시 및 지역 공동 브랜드화	지역공예브랜드화 사업 지원
		공예품 원산지 표시
	(4) 공예품 해외진출 강화	해외시장 동향조사 및 DB구축
		유통망 확장 및 다변화
		무역 지원프로그램 운영
4. 공예문화의 확산	(1) 공예문화 인식개선	공예품 품질보증 시스템 강화
	(2) 국민 공예체험 기회 확산	공예 체험교실 지원 활성화
		공예 체험교육 전문가 양성
	(3) 공예문화 홍보 강화	공예문화 홍보 강화
		찾아가는 공예전시
5. 공예문화산업 정책 추진체계 정비	(1) 공예문화산업 진흥 거버넌스 확립	공예진흥기관 위상 재정립
		정책협의체 구축
	(2) 공예산업 민간 협력체계 구축	공예산업 민간 협력체계 조직

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전거서, p. 15.

2) 공예문화산업의 가치와 위기

- 공예는 문화적, 기술적, 산업적 가치의 결합으로 다양한 분야에 영향을 미침에 따라 연계산업들과의 관계 및 경제적 파급효과 등을 고려하여 육성 정책이 마련되어야 함
- 국내 공예문화산업의 환경적 위기는 다음과 같음
 - (시장규모 축소) 대량생산체제에서 공산품에 비해 가격경쟁력 열위로 지속적으로 시장규모가 축소되고 있음
 - (제조·생산) 공예사업체는 가내수공업 형태로 영세하고, 디자인, 기술개발 등이 부족함
 - (유통·판매) 공예전문 판매 및 전시공간의 부족과, 홍보 및 마케팅 인력이 부재함⁴¹⁾
 - (인적자본 부재) 보존가치가 있는 공예기법, 기술, 노하우 등의 명맥 유지가 취

약함⁴²⁾

- (체계적인 정책 부재) 중앙정부, 광역 및 기초 지방자치단체의 정책으로 각기 나뉘어 개별적으로 정책이 추진되고 있으며, 전통공예는 전승과 보존 위주의 소극적 정책으로, 생활공예는 현대 및 산업공예로 상업화에 집중하고 있음

3) 공예문화산업 환경 변화

- 4차 산업혁명에 공예의 예술과 산업적 디자인 및 기술 부분을 고려한 산업화 및 개인화에 초점을 두고 있음
 - 4차 산업혁명에 따른 개인 맞춤 생산 환경이 구축됨에 따라 개인의 개성과 취향별 제품 제작에 대한 새로운 소비 트렌드가 발생함
 - DIY 확산에 따른 일상 속 공예 활동에 대한 수요가 증대됨
 - 생활공예를 중심으로 많은 공예작가 등이 지속적으로 등단하고 있음
- 「공예문화산업 진흥법」을 통한 공예 진흥정책 추진 기반 구축
 - 부처 간, 지자체 간 분산된 정책과 자원을 통합하는 토대를 마련함
 - 전통, 현대, 예술, 산업공예의 특성에 따른 지원체계와 육성방안 모색이 가능함

4) 주요 전략과제 개요

- 5대 추진전략 14개 핵심과제의 세부추진사업과 주무부처는 다음과 같음
 - 세부사업은 24개이며 이중 지자체와 관련된 사업은 5개임
 - 공예산업클러스터 조성, 지역공예 네트워크 강화, 상설전시판매장 개설확충, 공예품 해외진출 강화, 공예문화산업 진흥 거버넌스가 이에 해당됨

41) 공예품 주요 판매처는 직접판매가 88.2% (2015 공예산업실태조사)

42) 2015년 중요무형문화재 전승취약 종목(보유자 없음): 조각장, 제와장, 배접장(문화재청 주요업무 통계자료 2015)

[표 7-2] 5대 추진전략 및 14개 핵심과제 세부추진사업 및 주무 부처

구분	추진사업	주무 부처
공예산업 공급기반 강화	공예산업 클러스터 조성	문체부, 지자체
	지역공예 네트워크 강화	문체부, 지자체
	공예기술 R&D 지원체계 구축	문체부, 산업부
	공예소재개발 지원 강화	문체부, 과학기술정보통신부
	공예상품 개발지원 제도의 개선	문체부
	공예산업 경영 컨설팅 서비스	문체부
공예인력 양성 및 창업지원	공예산업 융합형 인재 양성	문체부, 교육부
	공예 전문인력 양성	문체부, 고용노동부, 문화재청
	공예 1인 창조기업 지원	문체부, 중소벤처기업부, 지자체
	공방창업 클라우드펀딩 지원	문체부, 중소벤처기업부
공예유통 활성화 및 시장 창출	상설전시판매장 개설 확충	문체부, 지자체
	공예유통 플랫폼 연계사업 추진	문체부
	공예품 해외진출 강화	문체부, 지자체
	공예 브랜드화 사업 지원	문체부
	공예산업 총 조사 및 이력관리제 도입	문체부
	공예수요 창출 지원 플랫폼 구축	문체부
	공예 공모전 연계 우수공예품 구매 지원	문체부
공예문화확산	공예품 품질보증 시스템 강화	문체부
	공예 체험교실 지원 활성화	문체부
	공예 체험교육 전문가 양성	문체부, 교육부
	공예문화 홍보 강화	문체부
	찾아가는 공예전시	문체부
정책추진 체계정비	공예문화산업 진흥 거버넌스 확립	문체부, 지자체
	공예문화산업 민관 협력체계 구축	문체부

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전거서, p. 56.

- 세부추진사업 예산은 다음과 같음. 2022년까지 공예산업 육성을 위한 지원정책과 이에 따른 예산이 지원될 것으로 기대됨
- 고양시는 공예산업 육성을 위해 관련 사업들에 대한 관심과 공모 등의 참여를 통해 문체부에서 추진 중인 세부추진사업들의 참여 방안을 모색할 필요가 있음

[표 7-3] 문체부 세부추진사업과 투입 예산(2018~2022)

(단위: 백만원)

구 분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	계
공예 산업 공급 기반 강화	메이커스페이스 예산	-	2,000	2,000	2,000	2,000	8,000
	지역공예 네트워크 강화 예산	1,200	1,400	1,600	1,400	1,400	4,200
	공예기술 R&D 지원체계 구축	150	250	250	150	150	950
	공예소재개발 지원강화	-	-	100	800	1,200	2,100
	공예 가치사슬에 따른 단계별 연계지원	1,286	1,686	2,186	2,486	3,686	11,330

	공예산업 경영컨설팅 서비스	-	400	200	200	200	1,000
소계		2,636	5,736	6,336	7,036	8,636	28,980
구 분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	계
공예인력	공예산업 융합형 인재 양성	380	580	600	600	640	2,800
	공예 전문인력 양성	500	350	400	400	450	2,100
양성 및 창업 지원	공예 1인 창조기업 지원	예산은 따로 편성하지 않고 지역클러스터 조성사업과 연계하여 같이 운영					-
	공방창업 크라우드 펀딩 지원	100	100	100	100	100	500
소계		980	1030	1100	1100	1190	5400
구 분		2018년	2020년	2021년	2022년	계	
공예유통 활성화 및 시장 진출	공예수요 창출 지원 플랫폼 구축	200	1,200	1,100	900	800	4,200
	공예 공모전 연계 우수공예품 구매지원	-	1,000	1,000	1,000	1,000	4,000
	상설전시판매장 개설 및 확충	200	1,300	2,200	2,200	2,200	8,100
	공예유통 플랫폼 연계사업 추진	884	884	984	984	1,084	2,752
	공예전문 박람회 개최	880	880	880	880	880	4,400
	공예품 원산지 표시	400	350	150	350	150	1,400
	지역 공예 브랜드화 사업 지원	-	600	600	600	600	2,400
	공예품 해외진출 강화	1,200	1,700	1,800	1,900	1,500	8,100
소계		3764	7914	8714	8814	8214	36336
구 분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	계
공예문화의 확산	공예 문화 인식개선	360	450	500	500	500	2,310
	공예 체험교실 지원 활성화	-	-	100	300	1,100	1,500
	공예 체험 전문가 양성	-	-	-	300	800	1,100
	공예문화 홍보 강화	3,030	4,000	4,300	5,300	5,900	22,530
	찾아가는 공예전시	1,400	2,600	3,200	3,800	4,600	7,200
소계		4790	7050	8100	10200	12900	38440

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전제서, p. 17-52.

2. 주요 전략과제 소개

1) 공예산업 공급기반 강화

- 공예산업 혁신기반 구축을 위한 메이커스페이스 중심의 공예클러스터 조성, 공예기술과 소재 경쟁력강화 및 공예생산 역량강화에 대한 목적 및 필요성과 세부추진계획은 다음과 같음

[표 7-4] 공예산업 공급기반 강화 전략과제 세부항목

공예산업 혁신기반 구축을 위한 메이커스페이스 중심의 공예클러스터 조성	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예의 생산·유통·판매·관광 생태계의 구축과 유사 공방의 집적을 통해 공용설비 활용, 인력 및 설비 관리 등을 통합적 운영 방안 모색 ‘공예종합지원센터’를 설치하고, 공예 제작 관련 공용 설비까지 확충할 예정임. ‘공예종합지원센터’는 청년공예가를 육성하고 창업을 지원할 예정임
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (메이커스페이스 중심의 공예클러스터 조성) 영세공방과 공예스타트업에게 공용작업실을 지원하고, 교육, 법률자문, 마케팅 등의 지원을 실시할 예정임. 지역을 공모 받아 2019~2022년 사이에 매년 1개소씩 4개설치 운영 예정⁴³⁾ (지역공예 네트워크 강화) 지역공방, 판매점, 대학, 연구소의 연계를 강화하고 기존 지역 공예 마을육성사업을 확대 운영할 예정임
공예기술과 소재 경쟁력강화	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예산업은 소량생산, 소량소비의 구조이기 때문에 소재의 가격경쟁력이 떨어지게 되며, 이를 극복하고자 현대적인 기술 투입에 의한 품질향상, 가격경쟁력 강화의 사업을 진행
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예기술 R&D 지원체계 구축) 최신 공예기법 및 설비 등에 관한 R&D 로드맵을 구축(2020년) 및 기술 R&D과제 발굴 (공예소재개발 지원강화) 신소재를 발굴 및 품질개선 활동 지원, 지역별 전통 공예소재를 토대로 신제품 개발 및 상품화 지원
공예생산 역량강화	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예상품화 지원사업과 상품개발 이후 브랜드화·유통지원을 유기적으로 연결하여 지원사업의 효율성을 향상
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예 가치사슬에 따른 단계별 연계지원) 상품생산에서 유통 및 판매까지(공예소재→공예생산→공예유통) 가치사슬 단계를 연계하여 지원함. 디자인, 제작, 상품화, 브랜드, 유통, 소비까지 연계한 단계별지원⁴⁴⁾함 (공예산업 경영컨설팅 서비스) 마케팅, 브랜딩, 해외진출, 경영관리 등 각 분야의 전문가들로 공예산업화 컨설팅 지원팀을 구성하여 1인 공예가, 소규모 공방, 공예마을 등에 대한 지원방안을 도출할 예정

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전개서, p. 17~24.

43) 한국공예·디자인문화진흥원 (2018) 지역공예클러스터(메이커스페이스) 조성을 위한 운영방안 수립 연구 제안요청서

44) (개발지원) 시제품 공모 당선작에 대한 제작비 지원(건당 500만원)

(상품화지원) 사업화 및 마케팅 등 전문가 컨설팅 및 멘토링 지원

(브랜드화지원) 브랜드화 관련 강연 및 전문가 멘토링 지원

(유통지원) 최종 선정 작품에 대한 일정수량 공공구매 및 유통활성화 지원

2) 공예 인력 양성 및 창업지원

- 공예 전문인력 양성 및 공예창업을 통한 일자리 창출로 구성되며, 세부 목적 및 필요성과 추진계획은 다음과 같음

[표 7-5] 공예 인력 양성 및 창업지원 전략과제 세부항목

공예 전문인력 양성	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 2006년부터 전문대학의 공예학과수가 크게 감소하고⁴⁵⁾ 있으며 4년제 대학의 공예 관련 취업 비중도 크게 감소하였으며, 국가 자격 취득자 수도 감소하고 있는 상황임. 그러나 문화·여가 생활 증진을 위한 평생교육프로그램들은 증가하고 있음
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예산업 융합형 인재 양성) 공예분야 예비창업자 및 현업 종사자들을 대상으로 산업역량 강화를 위한 비즈니스 교육 확대와 공예 매개인력(큐레이터, 전문기획자, 갤러리스트 등) 양성과정을 확대를 통해 공예산업 인재 양성 (공예 전문인력 양성) 전통공예의 기법 전수 및 협업 기회 제공 확대, 산학연계를 통해 공예창업, 공예공방, 공예공장 등 현장실습 과정을 확대, 공예강사 양성과정을 통해 공예 교육의 전문성을 확보하고 전공 인력의 취업진로분야를 확대 제공
공예창업을 통한 일자리 창출	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예문화산업은 여가시장 및 DIY 시장이 확대됨에 따라 사회적 관심이 증가하고 있음. 하지만 공예 관련 학과 졸업생 수에 비해 취업사례는 많지 않으며 공예업종은 사회적으로 취업보다는 창업기회를 제공하는 것이 효과적임
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예 1인 창조기업 지원) 예비창업자를 대상으로 인턴십(공예기술교육, 공방경영교육 등) 프로그램, 인턴십 수료자를 대상으로 창업비용 일부 및 공동작업실과 공용시설(캐드, 밀링, 3D 프린터, 레이저 커터 등) 지원 등 (공방창업 클라우드 펀딩 지원) 청년공예가를 대상으로 공예창업을 위한사업계획서 작성에서부터 클라우드펀딩에 이르기까지 지원 및 관련서비스 제공

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전거서, p. 25-32.

3) 공예유통 활성화 및 시장창출

- 공공부문 공예수요창출, 공예유통망 개선, 공예 원산지 표시 및 지역 공동 브랜드화 및 공예품 해외진출 강화로 구성됨

45) 2006년부터 2016년까지 학과수는 16개 감소하였으며 입학생수도 40% 이상 감소함

[표 7-6] 공예유통 활성화 및 시장진출 전략과제 세부항목

공공부문 공예수요창출	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예품의 소량생산-소량수요 체계를 수요집적-수요대응형 생산체계로 발전시키고자 함
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예수요 창출 지원 플랫폼 구축) 공예생산자와 공공수요자의 거래를 지원하는 온라인 플랫폼을 구축하고, 우수공예품 생산자와 공공 수요자의 거래를 촉진하며, 공공부문 공예품 소비를 촉진하기 위한 거점지역(5개소)을 순회하며 전시회를 개최할 예정임 (공예 공모전 연계 우수공예품 구매지원) 공예 범주별 각종 공모전 수상작에 대해 일정 수량 구매하여 수요를 창출하고, 고객군을 발굴하고 확대할 예정
공예유통망 개선	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 상설 판매 공간 및 홍보·마케팅 구축으로 공예품의 소비자 접촉 기회를 확대할 수 있도록 온오프라인 유통망을 확대하고 해외 홍보 기회 제공
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (상설전시판매장 개설 및 확충) 공항, 가차역, 터미널 등 유동인구가 밀집된 지점에 '지역특산물+공예+문화체험' 결합형 공간을 조성하고 공예전문 MD 및 샵매니저 운영을 통해 전문화된 상품 선택권과 정보를 제공 (공예유통 플랫폼 연계사업 추진) 오픈마켓, 클라우드펀딩 등 온라인 사이트를 통한 공예유통망 활성화 및 다각적 네트워크 구축 (공예전문 박람회 개최) 정보교류 및 비즈니스 창출을 위한 공예전문박람회 개최, 국내외 바이어, 기업유치를 통한 공예 산업화를 위한 비즈니스 촉진
공예 원산지 표시 및 지역 공동 브랜드화	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예가 및 공방에 대한 브랜드화, 공예작가와 이력 정보 제공하여 신뢰할 수 있는 공예시장의 형성 및 우수공예품의 소비를 촉진하고자 함
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예품 원산지 표시) 민간협력으로 공예자원 총 조사와 DB 구축, 공예품의 원산지 표시, 개인 공예가와 공방 이력 DB화 등 (지역 공예 브랜드화 사업 지원) 공예품에 대한 지리적 표시제 도입 및 공동 브랜드를 통해 동일 지역의 장인, 공방들 간 네트워크를 형성하도록 지원
공예품 해외진출 강화	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 해외진출을 원하는 공예종사자에게 무역·유통 프로그램 지원
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (해외시장 DB 구축 및 무역 지원프로그램 운영) 해외시장 정보제공, 상설매장, 행사성 페어에 대한 참여지원과 신규 페어 발굴 등 유통망을 확장. 해외진출을 위해 바이어 발굴 및 협상, 거래 타진 등 무역 원스톱 서비스 지원

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전거서, p. 33-41.

4) 공예문화의 확산

- 공예문화 인식개선, 국민 공예체험 기회 확산 및 공예문화 홍보 강화로 구성됨

[표 7-7] 공예문화의 확산

공예문화 인식개선	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예품 시장 활성화를 도모, 다양한 홍보채널을 구축, 주기적 홍보활동 시행, 우수공예품 인증마크 자체가 주요 홍보 및 마케팅 수단으로 활용
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예품 품질 보증 시스템 강화) 우수문화상품 및 우수공예상품 인증제도 재정비, 우수문화상품 지정제도(K-리본 셀렉션) 홍보 강화, 공예품에 대한 QR 코드 부착으로 공예품에 관한 작가, 공방에 대한 이력 정보 지원
국민 공예체험 기회 확산	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 예술 강사 공예 부문 지원이 매우 적고, 공예 및 디자인 전공 교원의 비중이 작고, 교원연수 프로그램이 한정적으로 운영되고 있는 상황으로 공예 체험 확대를 통해 공예에 대한 인식을 개선하고, 이를 통해 실제 공예에 대한 유효수요로 연결되는 선순환 구조를 구축하고자 함
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예 체험교실 지원 활성화) 예술강사 지원 사업의 기본교과에 공예부문 포함, 복지시설에 공예 교육 프로그램 운영, 문화예술 향유 기회 확대, 공예를 통한 치유프로그램 개발, 공예체험 치료과정 도입 및 개발과 치매환자, 재활환자의 치유를 보완하는 공예체험 교육프로그램 개발 (공예 체험 전문가 양성) 문화예술교육사 양성 프로그램 내 공예부문의 커리큘럼의 개선을 추진하고 공예 소재별 체험교육 커리큘럼을 구축
공예문화 홍보 강화	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 정부와 지자체가 장인지원제도, 공모전, 교육, 인증제도 등의 정책 사업들을 추진하고 있음에도 불구하고 공예산업의 저변이 취약한 것은 대중적 관심을 이끌어 내는데 실효성이 낮기 때문임. 공예문화 홍보를 위해 공예 전문도서 및 간행물 발간, 방송, 신문, 잡지, 관광홍보기관 등의 매체 활용. 한류 드라마, 영화, 뮤직비디오 등 시각매체를 통하여 홍보효과를 극대화할 필요가 있음
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예문화 홍보 강화) 공예의 날, 공예주간 도입으로 국민들의 관심을 집중시키고 공예인의 관한 다류 제작지원, 공예페스티벌 개최를 지원하고자함. 또한 공공부문이 우수 공예품을 매입, 기증, 예치 등의 방식으로 확보하여 문화콘텐츠 제작자 등 수요처에 유·무상 임대, 대여 시스템(공예품뱅크)을 도입 (찾아가는 공예전시) 상시 관람 가능한 KCDF(한국공예디자인문화진흥원) 갤러리 연중 기획전시를 열린 전시 공간에서 트렌드와 전문성 높은 주제 기획을 통한 공간 정체성 확립 및 공예 작품 스펙트럼을 확대함. 또한 예측 가능한 정기적인 공예 콘텐츠 전시 및 시의성에 따른 특별전을 기획. 상근 예술감독 제도를 도입하여 전문성 및 신뢰성을 제고, 국내 지자체 및 재외한국문화원·해외 유명 미술관과 협력하여 한국 공예 순회전을 개최 제고

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전거서, p. 42-52.

5) 공예문화정책 추진체계 정비

- 공예문화산업 진흥 거버넌스 확립 및 공예문화산업 민관 협력체계 구축으로 구성됨

[표 7-8] 공예 인력 양성 및 창업지원 전략과제 세부항목

공예문화산업 진흥 거버넌스 확립	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 공예 산업을 육성을 위한 공예문화산업 거버넌스 구축
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (정책협의체 구축) 문화체육관광부를 중심으로 관계부처 및 지자체와의 정책 공조 및 협력 강화. 한국공예·디자인문화진흥원은 정부의 정책사업을 수행하고 민간공예업종 단체 간 협력 관계 구축
공예문화산업 민관 협력체계 구축	
목적 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> 민간과 공공의 역할과 기능을 분담하고 판로개척, 기술협력 등 다양한 활동을 촉진함으로써 공예산업 민간 역할의 확대와 활성화 도모
추진 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> (공예문화산업 민관 협력체계 조직) 공예 각 부문별 협회의 다양성, 분산화로 인한 공예산업진흥정책의 전달체계 강화를 위한 민간 공예산업단체 설립을 지원. 정부, 업계, 학계 등이 참여하는 공예산업정책 포럼을 상설화 및 업계의 애로사항을 정책에 반영하도록 함

〈출처〉 문화체육관광부(2017). 전개서, p. 53-54.

제2절 전국 공예산업 현황 및 고양시

1. 전국 공예산업 실태현황

- 전국 공예산업 실태현황을 살피기 위해 2015년 공예산업 실태조사⁴⁶⁾에 수록된 공예 제조업 세부분류⁴⁷⁾를 제10차 한국표준산업분류의 소분류에 적용하여 통계자료를 수집하였으며, 통계자료는 통계청에서 조사한 2015년 경제총조사⁴⁸⁾를 활용함
- 해당 자료의 지역적 단위는 시·군·구이며 서울특별시를 비롯한 인천광역시, 부산광역시 등 1개의 특별시와 6개의 광역시는 군·구 등 소지역단위를 포함하여 조사함

1) 전국 공예산업 사업체수 및 종사자수 현황 및 비교

- 조사대상은 전국 시·군·구 지역 포함 총229지역과 수도권지역 56개로 함
- 공예제조업 사업체수는 화성시가 5,451개로 가장 많은 사업체가 있었으며 고양시는 2,131개로 229개 중에 22번째로 많은 사업체가 분포하는 것으로 조사됨
- 공예제조업 종사자수는 화성시가 37,168명으로 가장 많이 종사하고 있었으며 고양시는 10,549명으로 229개 중 31번째로 많은 것으로 조사됨

46) 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 전거서, pp. 1-213.

47) 131 방직 및 가공사 제조업 / 132 직물 직조 및 직물제품 제조업 / 134 섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업 / 139 기타 섬유제품 제조업 / 141 봉제의복 제조업 / 142 모피제품 제조업 / 144 의복 액세서리 제조업 / 151 가죽, 가방 및 유사 제품 제조업 / 152 신발 및 신발 부분품 제조업 / 162 나무제품 제조업 / 163 코르크 및 조물 제품 제조업 / 171 펄프, 종이 및 판지 제조업 / 172 골판지, 종이 상자 및 종이 용기 제조업 / 179 기타 종이 및 판지 제품 제조업 / 231 유리 및 유리제품 제조업 / 232 나화, 비나화 요업제품 제조업 / 239 기타 비금속 광물제품 제조업 / 243 금속 주조업 / 259 기타 금속 가공제품 제조업 274 시계 및 시계 부품 제조업 / 320 가구 제조업 / 331 귀금속 및 장신용품 제조업 / 339 그 외 기타 제품 제조업

48) 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017. (경제총조사는 5년마다 실시되어 2015년이 최근 자료임)
http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1K11510&conn_path=13 (KOSIS 개편 시 통계표 URL은 달라질 수 있음)

[표 7-9] 전국/수도권 대비 고양시 공예산업 사업체수·종사자수 및 매출액/영업이익 현황(2015)

공예산업	사업체수(전국229지역/수도권56지역)	종사자수(전국229지역/수도권56지역)
1등	화성시(5,451개)-1등/1등	화성시(37,168명)-1등/1등
고양시 순위	고양시(2,131개)-22등/14등	고양시(10,549명)-31등/15등

공예산업	매출액(전국229지역/수도권56지역)	영업이익(전국229지역/수도권56지역)
1등	안산시(8조 80억)-1등/1등	강남구(1조 175억원)-1등/1등
고양시 순위	고양시(1조 7,116억원)-43등/19등	고양시(1,269억원)-41등/19등

[표 7-10] 전국(229개 지역) 공예제조업 사업체수·종사자수 현황(2015)

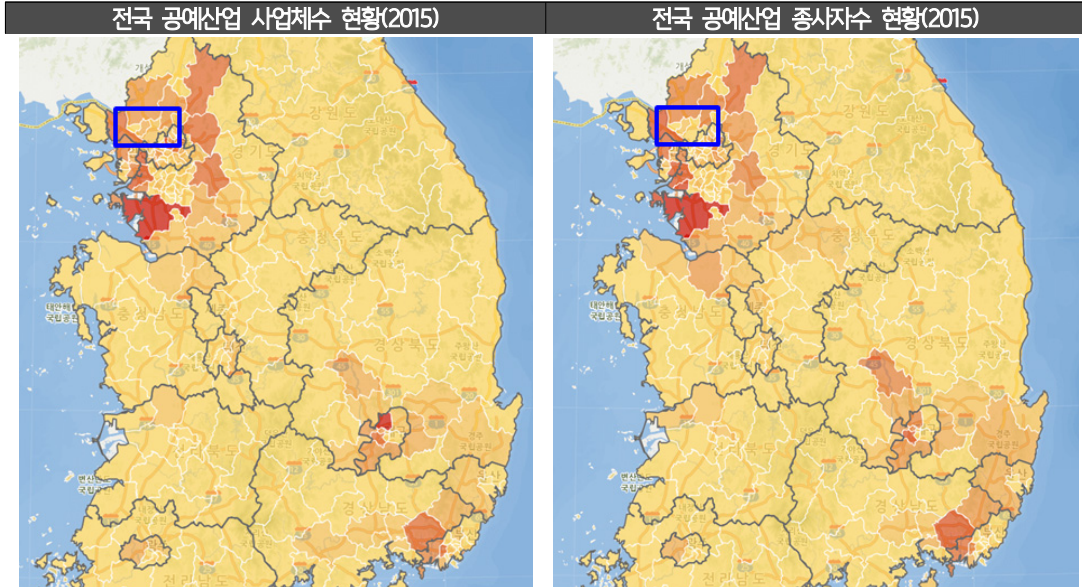
(개, 명)

순위	행정구역(시군구)	사업체수	순위	행정구역(시군구)	종사자수
1	화성시	5451	1	화성시	37,168
2	대구광역시 북구	5075	2	안산시	30,343
3	서울특별시 중구	3740	3	시흥시	23,917
4	시흥시	3654	4	대구광역시 달서구	23,863
5	부천시	3582	5	김해시	23,810
6	서울특별시 종로구	3549	6	김포시	22,710
7	창원시	3301	7	인천광역시 남동구	22,680
8	부산광역시 사상구	3254	8	포천시	20,936
9	포천시	3189	9	창원시	20,491
10	김포시	3188	10	인천광역시 서구	19,399
11	김해시	3078	11	부산광역시 강서구	18,642
12	대구광역시 달서구	2958	12	대구광역시 북구	18,331
13	안산시	2852	13	광주시	17,800
14	광주시	2837	14	부산광역시 사상구	17,705
15	남양주시	2780	15	부천시	17,195
16	서울특별시 성동구	2765	16	파주시	15,878
17	인천광역시 남동구	2540	17	양주시	15,672
18	서울특별시 중랑구	2524	18	대구광역시 서구	15,115
19	인천광역시 서구	2441	19	서울특별시 성동구	15,001
20	부산광역시 강서구	2401	20	구미시	14,930
21	서울특별시 동대문구	2220	21	남양주시	14,794
22	고양시	2132	22	서울특별시 금천구	14,117
			23	대구광역시 달성군	13,769
			24	서울특별시 강남구	13,209
			25	양산시	11,807
			26	서울특별시 중랑구	11,533
			27	아산시	11,499
			28	청주시	11,208
			29	천안시	11,202
			30	경주시	10,610
			31	고양시	10,549

전국 공예산업체 조사결과 고양시는 사업체수는
22위 종사자수는 31위로 조사됨

〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

[그림 7-1] 전국 공예산업 사업체수·종사자수 현황지도 (2015)



〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

- 지도상에서도 대구 및 화성시 공예사업체 분포가 높은 것으로 보이며, 종사자수는 수도권에 많이, 그리고 화성시 주변으로 많이 분포하고 있는 것으로 파악됨(색이 붉을 수록 분포가 높음)

[표 7-11] 수도권(56개 지역) 공예산업 사업체수·종사자수 현황(2015)

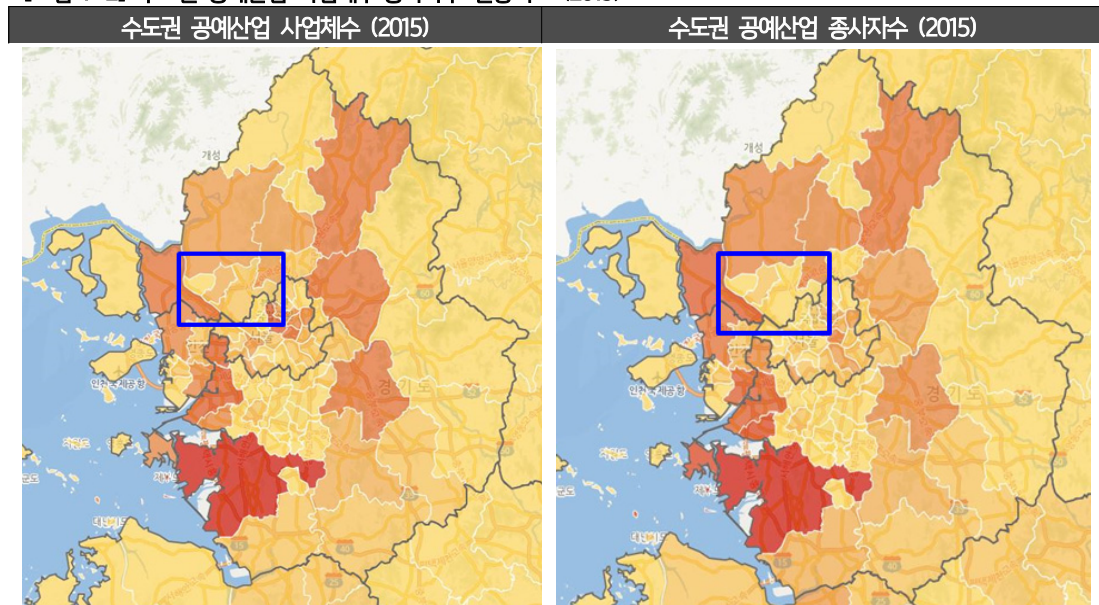
(단위: 개, 명)

순위	행정구역(시군구)	사업체수	순위	행정구역(시군구)	종사자수
1	화성시	5451	1	화성시	37,168
2	서울특별시 중구	3740	2	안산시	30,343
3	시흥시	3654	3	시흥시	23,917
4	부천시	3582	4	김포시	22,710
5	서울특별시 종로구	3549	5	포천시	20,936
6	포천시	3189	6	광주시	17,800
7	김포시	3188	7	부천시	17,195
8	안산시	2852	8	파주시	15,878
9	광주시	2837	9	양주시	15,672
10	남양주시	2780	10	서울특별시 성동구	15,001
11	서울특별시 성동구	2765	11	남양주시	14,794
12	서울특별시 중랑구	2524	12	서울특별시 금천구	14,117
13	서울특별시 동대문구	2220	13	서울특별시 강남구	13,209
14	고양시	2132	14	서울특별시 중랑구	11,533
			15	고양시	10,549

〈자료〉 통계청, “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

- 수도권 내에서는 고양시 사업체수는 14위, 종사자수는 15위로 조사됨
- 지도상에서도 화성시가 사업체수나 종사자수에서 월등히 많은 것으로 파악됨

[그림 7-2] 수도권 공예산업 사업체수·종사자수 현황지도 (2015)



〈자료〉 통계청, “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

2) 전국 공예산업 매출액 및 영업이익 현황

- 전국 229개 지역에서 고양시 매출액 및 영업이익은 43위, 41위이었으며, 수도권 56개 지역 중에서는 각각 19위를 기록함. 매출액 대비 영업이익은 7.42%로 147위임
- 전국 229개 지역 대비 영업이익은 서울특별시 강남구가 약 1조 175억 원으로 가장 많은 영업이익을 기록하였으며 고양시는 1,269억 원으로 41위로 조사됨

[표 7-12] 전국(229개 지역) 공예산업 매출액·영업이익 현황(2015)

(단위: 개, 명)

순위	행정구역(시군구)	매출액	순위	행정구역(시군구)	영업이익
1	안산시	8,080,640	1	서울특별시 강남구	1,017,551
2	화성시	7,728,223	2	화성시	683,840
3	서울특별시 강남구	7,571,853	3	아산시	578,237
4	김해시	5,057,090	4	안산시	553,374
5	아산시	5,047,490	5	창원시	406,234
6	시흥시	4,903,962	6	구미시	378,903
7	창원시	4,828,961	7	대구광역시 북구	371,816
8	구미시	4,710,080	8	서울특별시 금천구	352,266
9	김포시	4,525,068	9	김포시	351,046
10	대구광역시 달서구	4,443,409	10	김해시	347,418
11	부산광역시 강서구	4,407,843	11	대구광역시 달성군	343,732
12	인천광역시 서구	4,265,196	12	시흥시	331,346
13	인천광역시 남동구	4,245,302	13	대구광역시 달서구	327,706
14	서울특별시 금천구	4,088,303	14	인천광역시 남동구	321,254
15	경주시	3,902,421	15	울산광역시 북구	316,429
16	파주시	3,671,685	16	부산광역시 강서구	309,872
17	청주시	3,654,768	17	인천광역시 서구	293,729
18	서울특별시 성동구	3,326,637	18	충주시	285,408
19	천안시	3,303,398	19	서울특별시 성동구	280,166
20	포천시	3,180,599	20	광주시	273,049
21	대구광역시 달성군	3,133,885	21	부천시	263,416
22	광주시	3,102,577	22	포천시	260,764
23	평택시	2,975,098	23	부산광역시 사상구	249,713
24	울산광역시 울주군	2,949,591	24	천안시	243,257
25	광주광역시 광산구	2,800,362	25	울산광역시 울주군	233,277
26	양산시	2,796,322	26	대전광역시 대덕구	198,289
27	부산광역시 사상구	2,679,374	27	경주시	194,555
28	대전광역시 대덕구	2,608,813	28	양산시	189,198
29	대구광역시 북구	2,590,089	29	남양주시	188,364
30	부천시	2,537,515	30	포항시	188,334
31	양주시	2,418,435	31	평택시	174,594
32	포항시	2,279,660	32	용인시	173,395
33	서울특별시 구로구	2,212,547	33	이천시	167,779

34	용인시	2,208,340	34	파주시	162,341
35	서울특별시 서초구	2,190,134	35	양주시	159,132
36	남양주시	2,098,058	36	청주시	155,576
37	대구광역시 서구	1,994,228	37	부산광역시 사하구	147,865
38	부산광역시 사하구	1,954,529	38	안성시	147,663
39	안성시	1,800,628	39	서울특별시 동대문구	129,694
40	경산시	1,791,149	40	대구광역시 서구	127,360
41	음성군	1,753,682	41	고양시	126,986
42	울산광역시 북구	1,711,838			
43	고양시	1,711,673			

〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

- 수도권 56개 지역 대비에서는 고양시 매출액 및 영업이익 각 19위를 차지함. 안산시가 매출액은 1위이며, 영업이익은 서울시 강남구가 가장 높은 것으로 조사됨

[표 7-13] 수도권(56개 지역) 공예산업 매출액·영업이익 현황(2015)

(단위: 개, 명)

순위	행정구역(시군구)	매출액	순위	행정구역(시군구)	영업이익
1	안 산 시	8,080,640	1	서울특별시 강남구	1,017,551
2	화 성 시	7,728,223	2	화 성 시	683,840
3	서울특별시 강남구	7,571,853	3	안 산 시	553,374
4	시 흥 시	4,903,962	4	서울특별시 금천구	352,266
5	김 포 시	4,525,068	5	김 포 시	351,046
6	서울특별시 금천구	4,088,303	6	시 흥 시	331,346
7	파 주 시	3,671,685	7	서울특별시 성동구	280,166
8	서울특별시 성동구	3,326,637	8	광 주 시	273,049
9	포 천 시	3,180,599	9	부 천 시	263,416
10	광 주 시	3,102,577	10	포 천 시	260,764
11	평 택 시	2,975,098	11	남 양 주 시	188,334
12	부 천 시	2,537,515	12	평 택 시	174,594
13	양 주 시	2,418,435	13	용 인 시	173,395
14	용 인 시	2,212,547	14	이 천 시	167,779
15	서울특별시 구로구	2,208,340	15	파 주 시	162,341
16	서울특별시 서초구	2,190,134	16	양 주 시	155,576
17	남 양 주 시	2,098,058	17	안 성 시	147,663
18	안 성 시	1,800,628	18	서울특별시 동대문구	129,694
19	고 양 시	1,711,673	19	고 양 시	126,986

〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

- 매출액 대비 영업이익은 고양시가 7.42%로 147위로 조사됨
- 해남군이 28.69%로 1위이며, 강남구는 13.44%로 43위, 화성시는 8.85%로 109위,

화천군은 -14.32%로 229위를 기록함

[표 7-14] 전국 공예산업 매출액 대비 영업이익 (2015)

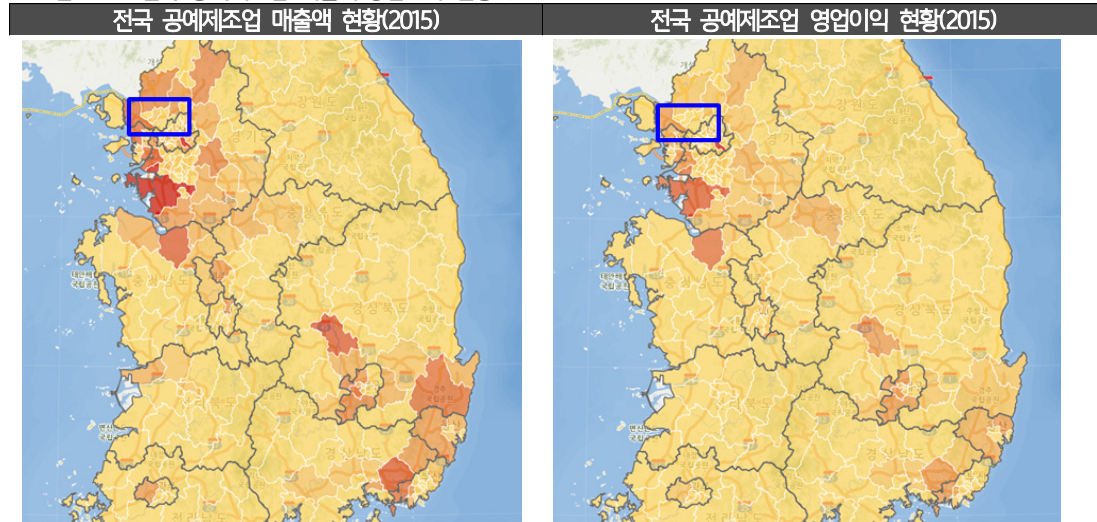
(단위: 개, 명)

순위	행정구역(시군구)	영업이익/매출액	순위	행정구역(시군구)	영업이익/매출액
1	해남군	28.69%	80	인천광역시 부평구	10.51%
2	광주광역시 동구	24.59%	90	울산광역시 동구	10.15%
3	부산광역시 동구	24.01%	100	구리시	9.37%
4	청송군	23.40%	109	화성시	8.85%
5	고창군	22.06%	110	서울특별시 은평구	8.82%
6	태안군	21.77%	120	창원시	8.41%
7	평창군	21.32%	130	서울특별시 양천구	8.06%
8	양평군	21.27%	140	부여군	7.71%
9	울릉군	21.09%	141	서울특별시 관악구	7.62%
10	속초시	20.72%	142	대전광역시 대덕구	7.60%
20	대구광역시 중구	17.49%	143	인천광역시 남동구	7.57%
30	영덕군	15.15%	144	부산광역시 사하구	7.57%
40	강진군	13.72%	145	거제시	7.52%
43	서울특별시 강남구	13.44%	146	고성군	7.43%
50	서울특별시 중랑구	12.92%	147	고양시	7.42%
60	서귀포시	11.96%	168	안산시	6.85%
70	제천시	11.26%	229	화천군	-14.32%

〈자료〉 통계청, “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

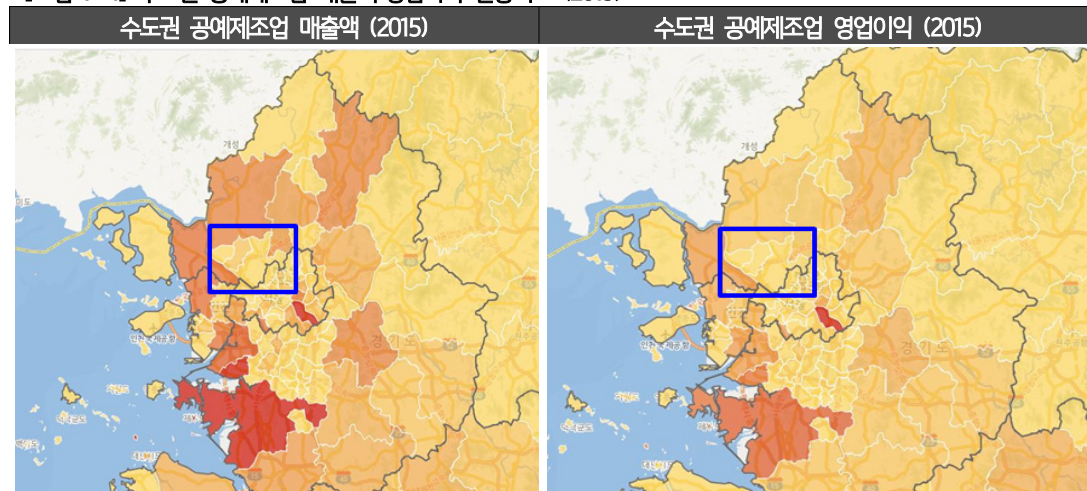
- 전국 229개 지역 대비 매출액은 안산시가 약 8조 80억 원으로 가장 많은 매출액을 기록하였고, 고양시는 약 1조 7,116억 원으로 43위임

[그림 7-3] 전국 공예제조업 매출액·영업이익 현황지도(2015)



〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

[그림 7-4] 수도권 공예제조업 매출액·영업이익 현황지도 (2015)



〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

2. 고양시 공예산업 시장규모 추정(2015년)

□ 「2015년 경제총조사」⁴⁹⁾에서 조사된 시·군·구별/산업소분류별 총괄 자료를 활용하

였으며, 「2015년 공예산업 실태조사」 설문지에서는 산업분류체계였던 9차 산업분류를 기준으로 항목을 설정함⁵⁰⁾

- 이를 기반으로 2015년 조사된 고양시의 공예산업 시장규모는 다음과 같음.
- 매출액은 의복>종이>금속>가구>직물 등의 순으로 조사됨
 - 영업이익은 직물>종이>금속>의복>가구의 순으로 조사됨

[표 7-15] 고양시 공예산업 시장규모 추정(2015)

고양시 공예산업 소분류 (9차 산업분류 기준)	매출액 (백만원)	영업이익 (백만원)
방직 및 가공사 제조업	5,824	303
직물직조 및 직물제품 제조업	155,379	19,274
섬유제품 염색, 정리 및 마무리 가공업	10,267	1,035
기타 섬유제품 제조업	37,426	2,107
봉제의복 제조업	222,537	11,610
모피가공 및 모피제품 제조업	0	0
의복 액세서리 제조업	15,080	1,110
가죽, 가방 및 유사제품 제조업	90,066	-1,346
신발 및 신발부분품 제조업	61,838	3,644
나무제품 제조업	50,041	4,889
펄프, 종이 및 판지 제조업	25,370	1,828
골판지, 종이 상자 및 종이 용기 제조업	210,613	18,227
기타 종이 및 판지 제품 제조업	221,040	15,105
유리 및 유리제품 제조업	28,691	2,227
도자기 및 기타 요업제품 제조업	2,714	173
기타 비금속 광물제품 제조업	32,575	2,218
금속 주조업	5,450	561
기타 금속가공제품 제조업	163,778	14,473
시계 및 시계부품 제조업	0	0
가구 제조업	162,556	11,286

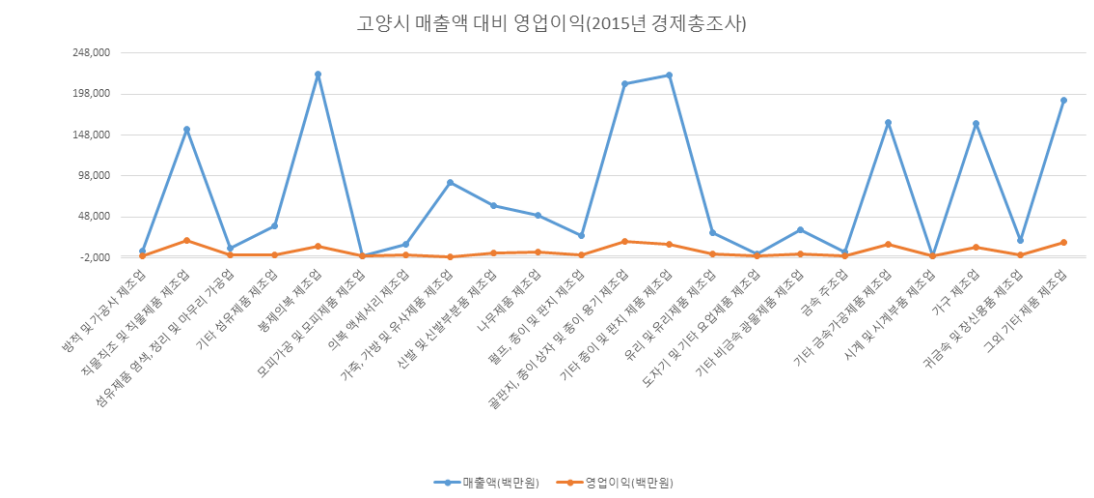
49) 경제총조사는 국가 전체 산업구조에 대한 구조와 분포, 경영실태 등에 관한 사항을 종합적으로 파악하여 경제 및 산업정책 수립 기초자료, 각종 통계의 모집단 자료, 소지역 단위(지역) 통계자료 등으로 활용. 공표주기는 5년으로 지난 2015년을 기준으로 2016년에 조사된 자료가 2017년 공표됨

50) 세부분류에서 소분류로 범주가 커졌기 때문에 매출액과 영업이익의 크기가 커졌을 것이며 이러한 오차를 줄이기 위해서는 공예업체 및 공예인 전수조사가 필요

귀금속 및 장신용품 제조업	19,222	1,306
그외 기타 제품 제조업	191,206	16,956
합계	1,711,673	126,986

〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

[그림 7-5] 고양시 공예사업 매출액 대비 영업이익 (2015)



〈자료〉 통계청. “2015 경제총조사”, 『경제총조사』, 2017.

3. 전국 지자체 공예산업 운영현황

1) 공예산업 담당부서

- ❑ 전국 지자체 공예산업 담당부서는 예술·문화 또는 산업·경제 관점으로 나누어져 있음. 이는 지자체가 추구하는 가치에 따른 공예문화산업의 육성 방향을 나타냄
- ❑ 부천시 2016년까지 문화산업과가 담당했으나, 2017년 이후 관광콘텐츠과가 담당
- ❑ 이천시 2018년까지 주무부서는 문화관광과, 2019년 문화예술과로 변경됨
- ❑ 고양시 2018년까지 주무부서는 지역경제과, 2019년 소상공인지원과로 변경됨

[표 7-16] 2019년 공예품 경진대회 접수부서

시·군명	담당부서				
	2015	2016	2017	2018	2019
수원시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
성남시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
부천시	문화산업과	문화산업과	관광콘텐츠과	관광콘텐츠과	관광콘텐츠과
안양시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
안산시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
용인시	투자유치과	투자유치과	투자유치과	투자유치과	기업지원과
평택시	기업정책과	기업정책과	기업정책과	기업정책과	기업투자과
광명시	기업경제과	기업경제과	기업경제과	기업경제과	지역경제과
시흥시	경제산업과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
군포시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과
화성시	경제정책과	지역경제과	기업지원과	기업지원과	소상공인과
이천시	문화관광과	문화관광과	문화관광과	문화관광과	문화예술과
김포시	경제진흥과	경제진흥과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
광주시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
안성시	창조경제과	창조경제과	창조경제과	창조경제과	창조경제과
하남시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
의왕시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
오산시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과
여주시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과
양평군	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	일자리경제과
과천시	산업경제과	산업경제과	산업경제과	산업경제과	산업경제과
고양시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	소상공인지원과
의정부시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	일자리경제과
남양주시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
파주시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과
구리시	산업경제과	산업경제과	산업경제과	산업경제과	산업경제과
포천시	기업경제과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	평화기반조성과
양주시	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업지원과	기업경제과
동두천시	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	문화체육과
가평군	경제과	경제과	경제과	경제과	일자리경제과
연천군	지역경제과	지역경제과	지역경제과	지역경제과	문화관광체육과

〈자료〉 경기도, 『경기도 공예품 경진대회 개최요강 공고』, 2015-2019.

2) 조례 및 규칙현황

- 공예산업의 정책적인 지원을 위해 지자체별 조례 및 규칙을 제정해서 운영함
- 전남(88개), 경북(84개), 전북(72개) 순으로 많은 조례 및 규칙이 제정됨

[표 7-17] 광역지자체 별 공예관련 조례 및 규칙 보유 현황

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
보유 개수	11	11	5	6	14	7	7	3	42	40	46	53	72	88	64	55	8

〈출처〉 이인범 외(2017). 전개서, p. 46.; 2019년 조사·수정

- 지자체 조례와 공예산업 활성화 정도를 비교했을 때 조례의 수와 공예산업 활성화 정도는 반드시 비례하지 않음
 - 경기(42), 충남(53), 광주(14), 대구(5), 부산(11), 서울(11) 지역의 사업체수, 종사자수, 매출액, 영업이익, 매출액대비영업이익 면에서 우수한 성적을 내고 있었으나, 전북(53), 전남(88), 경북(64)에 비해 조례의 수는 많지 않았음
 - 사업체수는 화성시>북구(대구)>중구(서울) 순으로 조사됨(고양시 22등)
 - 종사자수는 화성시>안산시>시흥시 순으로 조사됨(고양시 31등)
 - 매출액은 안산시>화성시>강남구 순으로 조사됨(고양시 43등)
 - 영업이익은 강남구>화성시>아산시 순으로 조사됨(고양시 41등)
 - 매출액대비영업이익은 해남>광주시>부산시 순으로 조사됨(고양시 147등)

4. 전국 공예협동조합 현황

1) 전국 공예협동조합 현황

- 공예 관련 대표 기관은 '한국공예협동조합연합회'이며, 지역마다 공예협동조합이 운영되고 있으며 전시장 등을 운영하고 있음
- 고양시에는 고양시 공예사업협동조합이 고양시 일산동구 호수로 호수공원 내에 소재하고 있으며, 전시장 등을 운영하고 있음. 그러나 전시장의 규모가 협소하여 전시장으로서의 활용은 쉽지 않은 것으로 파악됨

[표 7-18] 전국 공예협동조합 현황

No	지방조합	주 소	연락처
1	서울경인공예협동조합	서울 중구 마른내로 65-9 3층	02-738-0001
2	부산공예협동조합	부산 해운대구 우2동 1291	051-740-7588
3	인천공예협동조합	인천광역시 부평구 부평대로 301, 907호	032-363-3928
4	대구경북공예협동조합	대구광역시 달서구 공원순환로 46 두류공원내	053-626-6131
5	광주공예협동조합	광주광역시 동구 금남로 1가 23번지	062-223-7040
6	대전공예협동조합	대전광역시 동구 중동 317	042-256-7686
7	울산공예협동조합	울산광역시 울주군 상북면 웃궁평길 38-15	052-254-2456
8	충북공예협동조합	충청북도 청주시 청원구 상당로 314 (청주첨단문화산업단지) 335호	043-223-8557
9	충남공예협동조합	충남 공주시 고마나루길 30	041-856-9097
10	경남공예협동조합	경남 창원시 성산구 용지로 111번길 3	055-266-4044
11	전북공예협동조합	전북 전주시 완산구 태조로 15	063-231-2288
12	전남공예협동조합	전남 목포시 통일대로 25(폐업)	061-285-7041
13	강원공예협동조합	강원도 춘천시 춘천로 19	033)254-4419
14	제주관공예협동조합	제주특별자치도 제주시 선덕로23 제주웰컴센터 1층	064-713-7560
15	고양시공예사업조합	경기도 고양시 일산동구 호수로 595 공예전시관	031-963-3660,

〈출처〉 이인범 외(2017). 전계서, pp. 71-72.; 2019년 조사수정

2) 공예협동조합 활동내용

- 전국 공예협동조합 활동내용은 다음과 같음. 경기도 대표 공예협동조합은 없는 상황이며 고양시 공예사업협동조합이 이를 대신하여 경기도 전체 업무를 맡아 진행 중에 있음

[표 7-19] 전국 공예협동조합 활동내용

공예협동조합	활동내용
서울경인공예협동조합 ⁵¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 1962년에 설립되었으며 현재 서울 중구에 자리잡고 있음 • (목적) 서울 경인지역의 공예품산업의 육성과 우리나라 전통 공예품을 관광기념품으로 개발하기 위함임 • 서울경인협동조합은 조직도 상 중소기업청 산하 중소기업협동조합중앙회 내 한국공예협동조합연합회 소속 중 하나로 명시되고 있으며 각 시도공예협동조합과 그 위치를 나란히 하고 있음
부산공예협동조합 ⁵²⁾	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 1962년에 설립되었으며 현재 부산 해운대구에 있음 • (역사) 경남공예협동조합이었으나 1965년 부산시공예협동조합으로 명칭을 바꿨으며 1972년 부산상공회의소 1층에 관광민예품직매장을 설치 운영을 시작으로 2001년 BEXCO 내 부산우수공예품 전시판매장 입점, 2005년 누리마루 관광기

	<p>념품매장 입점, 2016년 감천문화마을 부산공예수 2호점 입점 등 여러 곳에 판매장을 운영하며 부산공예산업을 돕고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> • (사업) 부산공예문화상품 전국공모전, 대한민국공예품대전 부산예선전 등 각종 행사의 주관을 맡고 있으며 2014년에는 제2회, 제3회 후쿠오카 하카타 전통공예관 전시, 시연, 교류 판매전을 개최하여 해외지원사업도 진행함
대구경북공예협동조합 ⁵³⁾	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 1983년에 설립, 1985년 대구·경북공예협동조합으로 업무구역을 확대 및 명칭 변경하여 현재는 대구 달서구에 있음 • (주요사업) 전시판매장 운영, 대구광역시 공예품대전 주관, 대구관광기념품 주관, 경상북도 공예품대전 주관, 경상북도산업디자인 전람회 주관, 독도 국제기념품공모전 주관이 있음
충북공예협동조합 ⁵⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> • (개요) 1994년에 설립되었으며 현재는 청주시 청원구에 있음 • (주요사업) 찾아가는 공예문화체험, 충청북도 공예품대전, 충청북도 공예아카데미, 충청북도 우수공예품개발 지원사업, 우수공예품 홍보·판매전 사업이 있음. 또한 공예상품샵, 공예품 대전 주관, 공예교육 체험사업 등을 진행하고 있음 • (충북 공동브랜드 개발) 지역브랜드인 ‘올 크래프트 충북’을 개발. 실이나 줄의 가닥이라는 뜻의 ‘올’, 모든 이라는 뜻의 ‘All’, 올바르다에서의 ‘올’의 의미를 내포하여 충북공예품의 브랜드 이미지를 만들고자 함

51) 서울경인공예협동조합 <http://handcraft.or.kr/> 접속일 2019.10.31.

52) 부산공예협동조합 <https://busancrafts.com/> 접속일 2019.10.31.

53) 대구경북공예협동조합 <https://www.dkhand.or.kr> 접속일 2019.10.31.

54) 충북공예협동조합 <https://allcraft.or.kr> 접속일 2019.10.31.

제3절 주요지자체 공예산업 현황

1. 주요 지자체 공예산업 현황

1) 사업체수 비교(2017년)

- 고양시의 공예 사업체수가 타 지자체에 비해 많으며, 전체산업 및 제조업 대비 차지하는 비율이 4개 지자체 중 가장 높은 것으로 조사됨
 - 고양시는 전체산업대비 공예산업 비율은 3.1%, 제조업대비 35.8%임
 - 수원시는 전체산업대비 공예산업 비율은 0.8%, 제조업대비 15.7%임
 - 성남시는 전체산업대비 공예산업 비율은 2.2%, 제조업대비 33.0%임
 - 용인시는 전체산업대비 공예산업 비율은 2.4%, 제조업대비 35.8%임

[표 7-20] 주요지자체 공예산업 사업체수 비교

(단위: 개)

지역	전체산업	제조업	공예산업	전체산업대비	제조업대비
고양시	66,621	5,751	2,058	3.1%	35.8%
수원시	71,898	3,900	611	0.8%	15.7%
성남시	64,188	4,248	1,402	2.2%	33.0%
용인시	49,635	4,066	1,184	2.4%	29.1%

〈자료〉 고양시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 고양시 사업체 조사』, 2018, 수원시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 수원시 사업체 조사』, 2018, 성남시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 성남시 사업체 조사』, 2018, 용인시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 용인시 사업체 조사』, 2018.

2) 종사자수 비교(2017년)

- 고양시의 공예 종사자수가 타 지자체에 비해 많으며, 전체산업 및 제조업 대비 공예 산업이 차지하는 비율이 4개 지자체 중 가장 높은 것으로 조사됨.
- 고양시 평균종사자수는 5.26명이며, 용인시는 7.75명으로 가장 많은 것으로 조사됨

[표 7-21] 주요지자체 공예산업 종사자수 비교

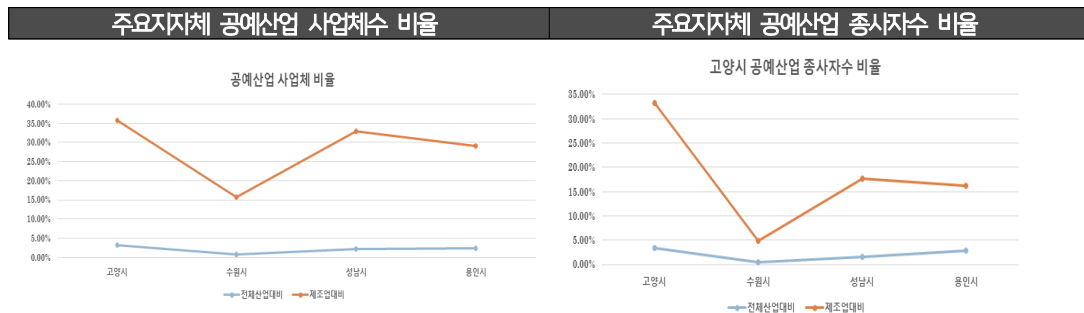
(단위: 명)

지역	전체산업	제조업	공예산업	전체산업대비	제조업대비	평균종사자수
고양시	319,434	32,476	10,827	3.4%	33.3%	5.26
수원시	423,649	42,643	2,052	0.5%	4.8%	3.36
성남시	448,808	39,419	6,979	1.6%	17.7%	4.98
용인시	314,118	56,148	9,174	2.9%	16.3%	7.75

〈자료〉 고양시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 고양시 사업체 조사』, 2018, 수원시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 수원시 사업체 조사』, 2018, 성남시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 성남시 사업체 조사』, 2018, 용인시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 용인시 사업체 조사』, 2018.

- 고양시는 전체산업대비 공예산업 종사자수 비율은 3.4%, 제조업대비 33.3%임
- 수원시는 전체산업대비 공예산업 종사자수 비율은 0.5%, 제조업대비 4.8%임
- 성남시는 전체산업대비 공예산업 종사자수 비율은 1.6%, 제조업대비 17.7%임
- 용인시는 전체산업대비 공예산업 비율은 2.9%, 제조업대비 16.3%임

[그림 7-6] 주요지자체 공예산업 사업체수 및 종사자수 비율(2017)



〈자료〉 고양시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 고양시 사업체 조사』, 2018, 수원시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 수원시 사업체 조사』, 2018, 성남시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 성남시 사업체 조사』, 2018, 용인시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 용인시 사업체 조사』, 2018.

3) 고양시 사업체수 및 종사자수(2017년)

- 고양시는 공예 사업체수는 2,958개로 전체산업대비 공예사업체수 비율은 3.1%, 제조업대비 35.8%이며, 종사자수는 10,827명으로 전체산업 대비 3.4%, 제조업대비 33.3%, 평균종사자수는 5.26명임
- 고양시는 제조업 비중이 낮은 반면 제조업에서 공예산업이 차지하는 비중이 35.8%에 달해 상대적으로 고양시 산업에서 공예산업이 비중이 매우 높은 것으로 파악됨.

[표 7-22] 고양시 공예산업 사업체수 및 종사자수

구분	사업체수			종사자수			평균 종사자 수
	사업체수	전체산업 대비	제조업 대비	종사자 수	전체산 업대비	제조업 대비	
전체 산업	66,621	100.0%		319,434	100.0%		4.79
C. 제조업	5,741	8.6%	100.0%	32,476	10.2%	100.0%	5.66
합계	2058	3.1%	35.8%	10,827	3.4%	33.3%	5.26
섬유제품 제조업(의복제외)	189	0.3%	3.3%	917	0.3%	2.8%	4.85
의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	192	0.3%	3.3%	1031	0.3%	3.2%	5.37
가죽 가방 및 신발 제조업	108	0.2%	1.9%	648	0.2%	2.0%	6.00
목재 및 나무제품 제조업(가구제외)	127	0.2%	2.2%	599	0.2%	1.8%	4.72
펄프 종이 및 종이제품 제조업	454	0.7%	7.9%	2906	0.9%	8.9%	6.40
비금속 광물제품 제조업(기계 및 가구제외)	118	0.2%	2.1%	1126	0.4%	3.5%	9.54
가구 제조업	341	0.5%	5.9%	1380	0.4%	4.2%	4.05
기타 제품 제조업	529	0.8%	9.2%	2220	0.7%	6.8%	4.20

〈자료〉 고양시. “산업세세분류별 총괄”, 『2018 고양시 사업체 조사』, 2018.

4) 수원시 사업체수 및 종사자수(2017년)

- 수원시 공예 사업체수는 611개로 전체산업 대비 0.8%, 제조업 대비 15.7%이며, 종사자수는 2,052명으로, 전체산업 대비 0.5%, 제조업 대비 4.8%, 평균종사자수는 3.36명으로 조사됨

[표 7-23] 수원시 공예산업 사업체수 및 종사자수

구분	사업체수			종사자수			평균 종사자수
	사업체수	전체산업 대비	제조업 대비	종사자수	전체산업 대비	제조업 대비	
전체 산업	71,898	100.0%		423,649	100.0%		5.89
C. 제조업	3,900	5.4%	100.0%	42,643	10.1%	100.0%	10.93
합계	611	0.8%	15.7%	2,052	0.5%	4.8%	3.36
섬유제품 제조업(의복제외)	106	0.1%	2.7%	319	0.1%	0.7%	3.01
의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	117	0.2%	3.0%	395	0.1%	0.9%	3.38
가죽 가방 및 신발 제조업	20	0.0%	0.5%	101	0.0%	0.2%	5.05

목재 및 나무제품 제조업(가구제외)	29	0.0%	0.7%	69	0.0%	0.2%	2.38
펄프 종이 및 종이제품 제조업	31	0.0%	0.8%	220	0.1%	0.5%	7.10
비금속 광물제품 제조업(기계 및 가구제외)	42	0.1%	1.1%	387	0.1%	0.9%	9.21
가구 제조업	82	0.1%	2.1%	214	0.1%	0.5%	2.61
기타 제품 제조업	184	0.3%	4.7%	347	0.1%	0.8%	1.89

〈자료〉 수원시. “산업세제분류별 총괄”, 『2018 수원시 사업체 조사』, 2018.

5) 성남시 사업체수 및 종사자수(2017년)

- 성남시는 공예 사업체수는 1,402개로 전체산업대비 공예사업체수 비율은 2.2%, 제조업대비 33.0%이며, 종사자수는 6,979명으로 전체산업 대비 1.6%, 제조업대비 17.7%, 평균종사자수는 4.98명으로 조사됨

[표 7-24] 성남시 공예산업 사업체수 및 종사자수

구분	사업체수			종사자수			평균 종사 자수
	사업체수	전체산업 대비	제조업 대비	종사자수	전체산업 대비	제조업 대비	
전체 산업	64,188	100.0%		448,808	100.0%		6.99
C. 제조업	4,248	6.6%	100.0%	39,519	8.8%	100.0%	9.30
합계	1402	2.2%	33.0%	6,979	1.6%	17.7%	4.98
섬유제품 제조업(의복제외)	186	0.3%	4.4%	772	0.2%	2.0%	4.15
의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	488	0.8%	11.5%	2864	0.6%	7.2%	5.87
가죽 가방 및 신발 제조업	312	0.5%	7.3%	1371	0.3%	3.5%	4.39
목재 및 나무제품 제조업(가구제외)	20	0.0%	0.5%	83	0.0%	0.2%	4.15
펄프 종이 및 종이제품 제조업	28	0.0%	0.7%	246	0.1%	0.6%	8.79
비금속 광물제품 제조업(기계 및 가구제외)	56	0.1%	1.3%	398	0.1%	1.0%	7.11
가구 제조업	48	0.1%	1.1%	173	0.0%	0.4%	3.60
기타 제품 제조업	264	0.4%	6.2%	1072	0.2%	2.7%	4.06

〈자료〉 성남시. “산업세제분류별 총괄”, 『2018 성남시 사업체 조사』, 2018.

6) 용인시 사업체수 및 종사자수(2017년)

- 용인시는 공예 사업체수는 1,184개로 전체산업대비 공예사업체수 비율은 2.4%, 제조업대비 29.1%이며, 종사자수는 9,174명으로 전체산업 대비 2.9%, 제조업대비 16.3%, 평균종사자수는 7.75명으로 조사됨

[표 7-25] 용인시 공예산업 사업체수 및 종사자수

구분	사업체수			종사자수			평균 종사 자수
	사업체수	전체산업 대비	제조업 대비	종사자수	전체산업 대비	제조업 대비	
전체 산업	49,635	100.0%		314,118	100.0%		6.33
C. 제조업	4,066	8.2%	100.0%	56,148	17.9%	100.0%	13.81
합계	1184	2.4%	29.1%	9,174	2.9%	16.3%	7.75
섬유제품 제조업(의복제외)	121	0.2%	3.0%	847	0.3%	1.5%	7.00
의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	28	0.1%	0.7%	246	0.1%	0.4%	8.79
가죽 가방 및 신발 제조업	68	0.1%	1.7%	306	0.1%	0.5%	4.50
목재 및 나무제품 제조업(가구제외)	70	0.1%	1.7%	382	0.1%	0.7%	5.46
펄프 종이 및 종이제품 제조업	279	0.6%	6.9%	2844	0.9%	5.1%	10.19
비금속 광물제품 제조업(기계 및 가구제외)	169	0.3%	4.2%	1630	0.5%	2.9%	9.64
가구 제조업	282	0.6%	6.9%	1857	0.6%	3.3%	6.59
기타 제품 제조업	167	0.3%	4.1%	1062	0.3%	1.9%	6.36

〈자료〉 용인시, “산업세제분류별 총괄”, 『2018 용인시 사업체 조사』, 2018.

2. 주요 지자체 공예산업 예산 현황

1) 지자체 공예산업 예산 비교

- 2019년 본예산 기준으로는 4개 지자체 중 고양시의 공예예산이 가장 많이 책정되어 있으며, 수원시가 가장 적은 것으로 조사됨

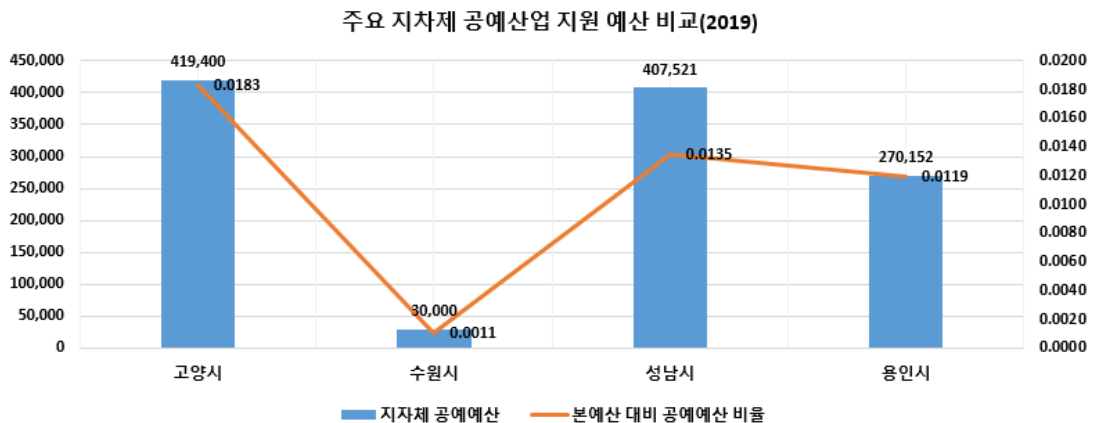
[표 7-26] 4개 지자체 공예산업 예산 비교(2019년)

(단위: 천원)

2019년	고양시	수원시	성남시	용인시
지자체 공예예산	419,400	30,000	407,521	270,152
지자체 전체 예산	2,290,983,273	2,776,758,125	3,012,903,337	2,265,483,214
전체 예산 대비 비중	0.0183%	0.0011%	0.0135%	0.0119%

〈자료〉 고양시, 『2019년도 일반회계 세출예산사업명세서』, 2019a, pp. 1-963, 성남시, 『2019년도 일반회계 세출예산사업명세서』, 2019, pp. 1-155, 수원시, 『2019년도일반 및 특별회계 세입·세출예산서』, 2019, pp. 1-1072, 용인시, 『2019년도 일반 및 특별회계 세입·세출예산서』, 2019.

[그림 7-7] 4개 지자체 공예산업 예산 비교(2019년)



〈자료〉고양시(2019a). 전개서, pp. 1-963, 수원시(2019). 전개서, pp. 1-1072, 성남시(2019). 전개서, pp. 1-155, 용인시(2019). 전개서.

2) 고양시 공예산업 예산 현황(2019년)

- 2019년 공예지원예산 총액은 4억 1,940만 원, 전년 대비 예산이 3천3백만 원 증가함
 - (소상공인지원과) 공예 예산은 공예품전시장 운영, 공예산업 육성 지원 및 가구산업 활성화 추진으로 구성되며, 총액은 39,120만 원임
 - (기타부서) 문화예술과, 농업기술센터, 여성회관의 공예 예산은 2,820만 원임

[표 7-27] 고양시 공예산업 지원 예산현황(2019년)

(단위: 천원)

관련부서	세부사업	예산액	전년도 예산액	비교증감
소상공인지원과	공예품전시장 운영	4,200	4,200	0
	공예산업 육성 지원	54,000	54,000	0
	가구산업 활성화 추진	333,000	300,000	33,000

합계		391,200	358,200	33,000
문화예술과	고양 행주 미술 및 공예·디자인 대전	20,000	20,000	0
농업기술센터	공예체험실 운영비	4,500	4,500	-
여성회관	공예교실 냉방기 구입	700	-	3,700
	양재교실 재봉틀 비품구입	3,000	-	
합계		28,200	24,500	3,700
고양시 2019 공예산업 예산 총합계		419,400	382,700	36,700

〈자료〉 고양시(2019a). 전게서, pp. 1-963.

3) 수원시 공예산업 예산 현황(2019년)

- 2019년 공예지원예산 총액은 3천만 원으로 전국 규방공예 공모전 지원 사업에 사용

[표 7-28] 수원시 공예산업 지원 예산현황(2019년)

(단위: 천원)

관련부서	세부사업	예산액	전년도 예산액	비교증감
농업기술과	전국 규방공예 공모전	30,000	40,000	△10,000
수원시 2019 공예산업 예산 총합계		30,000	40,000	△10,000

〈자료〉 수원시(2019). 전게서, pp. 1-1072.

4) 성남시 공예산업 예산 현황(2019년)

- 성남시 2019년 공예지원 본예산 총액은 4억 752만 원(407,521,000원)으로 전통공예산업 육성 비용으로 책정됨. 전년도 예산 대비 1억 1,347만원이 감소함

[표 7-29] 성남시 공예산업 지원 예산현황(2019년)

(단위: 천원)

관련부서	세부사업	예산액	전년도 예산액	비교증감
산업·중소기업과	전통공예산업 육성	407,521	520,996	△113,475
성남시 2019 공예산업 예산 총합계		407,521	520,996	△113,475

〈자료〉 성남시(2019). 전게서, pp. 1-155.

5) 용인시 공예산업 예산 현황(2019년)

- 용인시 2019년 공예지원 본예산 총액은 약 2억 8,385만원으로 공예명장을 통한 공예문화 육성 및 목재문화체험장 운영비용으로 책정됨

[표 7-30] 용인시 공예산업 지원 예산현황(2019년)

(단위: 천원)

관련부서	세부사업	예산액	전년도 예산액	비교증감
문화예술과	공예문화 육성 (공예명장 심사, 장려금, 현판 제작, 등)	13,700	14,200	△ 500
산림과	목재문화체험장 운영	270,152	250,600	19,552
용인시 2019 공예산업 예산 총합계		283,852	264,800	19,052

〈자료〉 용인시(2019). 전계서.

제4절 지역공예명장 및 공예인증

1. 지역공예명장⁵⁵⁾

- 대한민국명장 분야는 총 37개 분야 97개 직종으로, 그 중 공예분야는 29번째 분야의 7개 직종으로 분류됨. 공예명장 용어는 공예명장, 공예명인 및 공예장인으로 구분됨
- 이 중 지역지정 명장/명인/장인 제도상에서의 정의는 다음과 같음
 - 지역 공예명장은 지역 내 대한민국명장과 무형문화재로 선정되지 않은 공예 숙련자 중 해당 조례의 자격 및 선정요건에 따라 선정된 자로 정의함
 - (공예명장) 대체로 공예 분야만을 지칭함
 - (공예명인) 공예 분야 외 음식, 문화예술, 전통분야 등의 명인 중 일부로 정의
 - (공예장인) 대한민국명장 제도를 지역차원에서 육성하기 위한 목적이 일반적이거나, 국가지정 대한민국명장과 용어상의 혼란을 빚지 않기 위해 지자체에서는 공예명장 대신 장인 또는 최고장인이라는 명칭을 주로 사용하고 있음
- 현재 지자체 공예명장/명인/장인 관련 조례는 전국 44개, 경기 9개 지역에 있음.
 - 경기 9, 강원 1, 경남 3, 경북 7, 광주 1, 대구 2, 대전 2, 부산 2, 서울 1, 울산 1, 인천 1, 전남 8, 전북 3, 제주 1, 충남 1, 충북 1임.

[그림 7-8] 공예명장/장인/명인 조례



〈출처〉 최연수, 『고양시 공예명장제도 도입을 위한 선행연구』, 고양시정연구원, 2019, p. 14

⁵⁵⁾ 최연수, 『고양시 공예명장제도 도입을 위한 선행연구』, 고양시정연구원, 2019, p. 14

2. 공예인증

- 우리나라 공예 관련 인증제도는 대한민국전승공예대전, 대한민국최우수공예품 제작 및 마케팅 선도기업 선정인증 등이 있음
- 이외에도 한국관광명품인증마크, 경상남도추천상품제 및 K-Ribbon 마크 등이 있음

[표 7-31] 공예 관련 주요 인증제도

인증제도명	주요 특징
대한민국전승공예대전 (한국중요무형문화재 기능보존협회, 1973)	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 대표 공예 공모전으로 우수한 공예품에 대해 대통령상 등 시상 • 전통공예 기능인으로 인정(정식 인증제도는 아님) • 전통적 재료와 전통기법 강조
대한민국 최우수공예품 제작 및 마케팅 선도기업 선정인증(파스빌) (한국공예협동조합연합회, 1999년)	<ul style="list-style-type: none"> • 공예품 제작 기업(업체) 인증 • 공동브랜드 개발 및 상표 등록
한국관광명품 인증마크 (한국관광공사, 1998)	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 추진지침 의거 • 시도공모전 입상작을 대상으로 전국 공모전 개최 • 완제품과 아이디어(시제품, 시안) 분야로 구분
경상남도 추천상품제(QC) (경상남도, 1995)	<ul style="list-style-type: none"> • 경상남도 운영예규 의거 • 농·축산물, 공산품, 공예품으로 구분 • 최근 3년 이내 공모전 수상 경력 조건
K-Ribbon Selection (2015. 11)	<ul style="list-style-type: none"> • 한국공예·디자인문화진흥원 • K-Ribbon 마크는 우수문화상품 지정제도로 한국의 문화적 가치를 담은 우수문화상품을 지정 • 브랜드마케팅을 통해 ‘코리아프리미엄’을 창출하고자 하는 제도

〈자료〉 문화체육관광부(2017). 전개서, pp. 42-45.

- 이외에도 「문화산업진흥 기본법」 제15조 우수문화상품의 지정·표시를 근거로 문화체육관광부장관, 시·도지사, 구청장은 우수문화상품을 지정할 수 있으며 지정된 물품에는 지정되었음을 나타내는 표시를 붙일 수 있음

1) 대한민국전승공예대전⁵⁶⁾

- 1973년 문화재관리국 주최로 ‘인간문화재 공예작품전시회’라는 이름으로 개최되었으며, 1978년부터는 문화재청 주최, 한국문화재단 주관으로 실시되었다가 현재는 국가무형문화재기능협회가 주관 및 공동 주최하고 있음
- 1980년 ‘전승공예전’, 1986년 ‘전승공예대전’으로 명칭을 변경함. 2018년 기준 43회가 개최되었으며 우리나라 최고의 전통공예기능인의 무대로 자리매김하여 전통공예 활성화에 도움을 주고 있음

2) 한국관광명품 인증마크⁵⁷⁾⁵⁸⁾

- 한국관광명품 인증마크는 전국 관광기념품공모전에서 장려상 이상 수상작에게 부여하며, 1998년 제1회가 개최되었으며 2018년까지 21회가 개최됨
- 2015년 기준 총 332점의 관광기념품이 인증마크를 부여받았으며 2014년 기준 공모전 수상작의 75%가 상품화되고 발굴된 관광기념품의 판로구축 확대를 통한 최근 3년간 매출액 3배 이상 증가함
- 공모대상은 한국의 문화, 자연환경, 먹거리, 관광지, 다양한 관광 콘텐츠를 소재로 한 공산품, 공예품, 패션잡화류, 가공식품 등으로서 거의 모든 제품이 가능함
- 문체부는 2015년을 기점으로 인증마크 디자인을 변경하고 테마기념품분야를 신설하여 시대적 흐름에 맞는 참신한 기념품을 발굴하고자 하였음
- 공모전의 응모분야는 완제품과 아이디어 제품으로 나뉘어져 있음

[표 7-32] 한국관광명품 인증마크 개요

항목	세부내용		
응보분야	완제품		아이디어
응모자격	일반(만 35세 이상)	청년(만 15세 이상 34세 이하)	청년(만 15세 이상 34세 이하)

56) 국가무형문화재기능협회 대한민국전승공예대전 (<http://www.kpicaa.co.kr/event2/>) 접속일 2019.10.31.

57) 문화체육관광부, 2015년 제18회 대한민국 관광기념품 공모전 개편 계획, 문화체육관광부, 2015, pp. 1-9.

58) 한국관광공사 (<https://kto.visitkorea.or.kr>) 접속일 2019.10.31.

출품조건	- 양산 가능한 완제품(시제품 포함) - 크기(cm) : 가로30 × 세로30 × 높이30 이내 * 여러개로 구성된 패키지 상품의 경우 가로 60cm × 세로 60cm 이내로 크기제한 - 판매희망가 : 10만원 이하(부가세포함)		- 제출양식 의거 제품 설명 및 아이디어의 실사화 모습을 이미지 파일로 제출 예) 실물 예상 이미지, 상품도면 등
제출방법	서류접수 및 물품접수		서류접수
시상내역	대통령상 (일천오백만원)	국무총리상 (오백만원)	문화체육관광부 장관상 (삼백만원)
	한국관광공사 사장상 (이백만원)	후원기관장상 (오십만원)	입선 (삼십만원)
심사기준	<ul style="list-style-type: none"> • (주제성) 우리나라 관광명소, 한국 문화 상징 등 반영 여부 • (상품성) 가격 적정성, 시장성(국내외 관광객 대상) • (디자인) 심미성, 예술성 • (창의성) 독창성, 참신성, 스토리텔링 • (품질수준) 내구성 실용성 (완제품 분야에만 적용) • (완성도) 실현가능성 (아이디어 분야에만 적용) 		

〈자료〉 한국관광공사 (<https://kto.visitkorea.or.kr>) 접속일 2019.10.31.

3) ‘파스빌’

- 대한민국 최우수공예품 제작 및 마케팅 선도기업 선정인증⁵⁹⁾으로 1999년 중기청의 지원으로 한국공예협동조합연합회에서 우수한 공예품을 제작하고 마케팅을 잘하는 기업에게 부여하는 상징성 브랜드인 ‘파스빌’을 제작함
- ‘파스빌’은 상품위주로 부여되던 타 브랜드와 달리 우수한 모범 ‘기업’에게 부여되는 특징을 가짐. 2016년 기준으로 운영되었으나 현재는 중단됨⁶⁰⁾

4) 경상남도 추천상품제(QC)⁶¹⁾

- 경상남도 추천상품(QC: Quality Certification)은 생산자에게는 지속적인 품질향상

59) “‘파스빌’ 우수공예품 상징으로”. 중소기업뉴스(2005.10.10.), <http://news.kbiz.or.kr/news/articleView.html?idxno=9787> 접속일 2019.10.31.

60) 내년 중기 공동브랜드 첫선...‘한국판 썬키스트’ 만든다. 한국경제(2016.06.16.), <https://www.hankyung.com/news/article/2016061687881> 접속일 2019.10.31.

61) 경상남도, 『경상남도 추천상품(QC) 참고자료』, 2016, pp. 1-5

유도 및 판매 촉진 지원하고 소비자에게는 도내에서 생산되는 우수제품 구입 기회 제공하고자 만들어짐. 연 2회(상반기 5월, 하반기 11월) 선정하며 농·수·축산물, 공·산품, 공예품 분야에서 선정함

- QC상품은 해외마케팅 참가업체 선정 시 가점혜택을 주며, 인터넷 포털사이트 및 온라인 매체를 통한 홍보, G마켓, 11번가 등 인터넷쇼핑몰과 연계 판매, 택배비 지원, 각종 수수료 지원 등 온라인 판매 및 홍보를 지원함

5) K-Ribbon Selection⁶²⁾

- K-Ribbon 마크는 우수문화상품 지정제도로 한국의 문화적 가치를 담은 우수문화상품을 지정하여 한복의 옷고름 모양을 딴 K-Ribbon 마크를 부착하고, 체계적인 관리와 브랜드마케팅을 통해 ‘코리아프리미엄’을 창출하고자 하는 제도임
- 2015년 11월부터 시행되었으며, 문화콘텐츠, 한복, 공예품, 한식·식품 등 한국을 대표할 수 있는 문화상품들을 대상으로 함
 - 지정분야는 모든 상품이 가능하나 공식 사이트에서는 공예품, 디자인상품, 식품, 콘텐츠, 한복, 한식을 예시로 들고 있으며 심사문의 또한 한복, 공예품, 콘텐츠, 한식, 식품, 디자인 상품으로 나누어 문의를 받음
- 지정혜택으로는 사업지원, 홍보 및 유통 부분임
 - (사업지원) 정부 지원사업 가산점이 부여됨
 - (홍보) 우수문화상품 지정서 부여, 해외전시회, 해외문화원 등을 통한 홍보, 우수문화상품 광고 제작 및 홍보, 디렉토리북, 리플렛 등을 통한 홍보 등을 지원함
 - (유통) 주요 포털 내 유통시스템 입점 지원, 해외 비즈매칭, 국내외 유통망 연결 등을 지원함

⁶²⁾ K-Ribbon Selection (<https://kribbon.kr>) 접속일 2019.10.31.

[그림 7-9] K-Ribbon 및 지정분야



〈출처〉 K-Ribbon Selection (<https://kribbon.kr>) 접속일 2019.10.31.

제 8 장

공예문화산업 활성화 사례

제1절 해외사례 조사

제2절 공예산업 벤치마킹 사례조사

제3절 전국 공예마을 현황파악

제4절 지역특화발전 특구 사례정리

제5절 전국 유명 공예마켓

제6절 고양시 공예마켓

제절 해외사례 조사

1. 주요 국가별 공예산업 지원활동 요약

[표 8-1] 주요 국가별 공예산업 진흥기관 및 지원활동 요약

국가	기관	지원활동
영국	Craft Council	<ul style="list-style-type: none"> • 공예산업 관련 육성 및 지원 • 공예관련 교육 실시 • 공예작가들의 활동무대 제공 • 공예정보센터 운영
	Hidden Art	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 공예품시장 유통기회 제공 • 공예관련 네트워크 연결 및 정보서비스 제공 • 디자인 커미션 관리 및 디자인 역량제공 • 생산자와 소비자 연계
이탈리아	토스카나 공예진흥기관	<ul style="list-style-type: none"> • 수공예 구축 및 관리 • 산학/바이어 연계공예품 제작 및 판매시스템 구축 • 박람회 개최 및 직판
	뮤라노 유리공예인증기관	<ul style="list-style-type: none"> • 뮤라노 유리 공예품 인증 • 인증마크 홍보 • 진품여부 확인 서비스(온라인)
미국	NEA (National Endowment for the Arts)	<ul style="list-style-type: none"> • 예술활동에 필요한 장비 및 시설 지원 • 기금운영을 통한 예술활동 자금 지원 • 미국 예술인 보고서 발간 • 장학 지원
	American Craft Council	<ul style="list-style-type: none"> • American Craft 발간 • 소매도매 공예전시회 • 현대공예품 라이브러리 • 공예관련 워크숍세미나 개최
	Handmade in America	<ul style="list-style-type: none"> • 공예산업 장기 전략 구축 • 공예전문인력 지원 • 공예자료 수집 • 공예 조사/디자인기관 설립 추진
일본	전통공예품산업실	<ul style="list-style-type: none"> • 경제사업대신의 지정품목 측정 • 보조금 지원 • 전국적인 전통공예품 공모전 개최 • 공예 계몽활동
	전통공예품산업진흥협회	<ul style="list-style-type: none"> • 숙련공예인에게 '전통공예사' 자격 부여 • 지정산지 진흥 지도사업 • 공예센터 운영사업 • 전통공예품 표시사업 및 소재 표시사업

〈출처〉 장건용. “공예문화산업 지원정책 국내외 조사 분석에 관한 연구”, 『한국디자인문화학회지』, 2014, 20(1) : 581-590.

2. 영국

- 1971년부터 공예 지원을 전담하는 영국공예청(The Craft Council)과 비영리 단체인 Hidden Art에서 공예산업을 지원함.
- 영국공예청은 축적된 공예산업 데이터를 활용하여 분석을 실시하고 이를 기반으로 전시회 및 컬렉션 등을 통해 다양한 혁신 프로그램들을 제시함
 - 주요 지원 분야는 교육, 전시와 컬렉션, 제품개발과 직접적인 공예산업 활성화를 위한 직영 공예품 갤러리 운영 및 다양한 판매 지원프로그램을 운영중 임
- Hidden Art는 영국 비영리기관으로 판로확대를 위한 지원과 공예 관련 네트워크 연결 및 정보서비스를 제공함
- (영국)은 공예품이 교육, 전시, 갤러리 운영 및 판로확대를 주로 지원하고 있음

3. 이탈리아

- 이탈리아는 유럽의 대표 공예품 생산국이며 각 지역별로 원재료와 도시성격에 따라 공예클러스터가 특성화되어 있음.
- 국가산하기관인 공예진흥기관 ‘토스카나’에서 산학/바이어, 시제품 생산/제작기업 연계 및 박람회 개최 등 다양한 지원활동을 진행함
- 유리공예의 경우 뮤라노 유리공예인증기관에서 지원하고 있으며 인증마크를 부여 및 관리하여 뮤라노 유리 공예품의 인지도 상승에 대한 지원을 하고 있음
- (이탈리아)는 관보다는 민간주도로 공예산업 육성을 위한 정책 개발 및 인증 기관 운영 등이 활발히 이루어지고 있으며, 관은 시제품 생산 및 제작과 박람회 등을 지원하고 있음

4. 미국

- 미국의 경우 NEA(National Endowment for the Arts)에서 공예를 지원하고 있음
- 비영리 공예 교육기관인 ‘American Craft Council’은 미국 공예산업의 최신 트렌드 정보를 제공하고 창작활동에 필요한 재정적 지원을 하고 있음. 또한 공예 전시회를 열어 판매채널을 제공하고 워크숍 등을 개최하고 있음
- 서부 노스캐롤라이나 지역 경제 성장을 목적으로 생겨난 비영리기관인 ‘Handmade in America’는 공예 전문 인력 양성 및 관련 산업에 대한 저금리 대출을 추진하고 공예산업 진흥을 위한 20년 장기 전략을 계획하고 구성함
- (미국)은 비영리기관 주도로 공예 전시회 및 인력양성을 위한 진흥 계획과 전략 등을 수립하고 수행하고 있음


5. 일본

- (산업경제성) 공예제품을 지정하고 이에 대한 국가적 차원의 인증제를 실시하며 엄격한 품질인증으로 통해 구매자들의 신뢰도 향상을 도모함
- (전통공예품산업실) 품질인증에 관한 지원 및 운영, 전통공예품 공모전을 개최하여 공예산업 홍보를 진행함. 또한 공예품산지에 대한 보조금을 지원하고 전통공예품 정보가 담긴 홍보물을 제작하여 전국 단위의 공예 계몽활동을 진행함
- (전통공예품산업진흥협회) 일본 공예산업의 대표 민간기관으로 공예 숙련종사자 인증사업을 진행하고 있으며 전국적인 검증을 거쳐 ‘전통공예사’를 선발함. 또한 공예 센터 운영사업, 공예산업조사사업, 전통공예품 표시사업, 소재 표시사업을 진행하며, 지역공예품 브랜드화도 진행함
- (일본)은 국가적 차원에서이 인증제 실시 및 공모전과 홍보 등을 진행하고 있음. 민간기관은 공예 숙련종사자 교육과 인증 등에서 역할을 수행하고 있으며, 지역공예품 브랜드화 등에서 역할을 수행하고 있음

제2절 공예산업 벤치마킹 사례조사

1. 신당동 창작아케이드

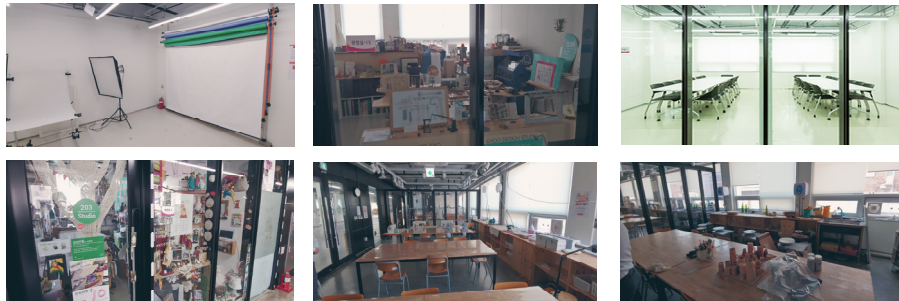
[표 8-2] 신당동 창작아케이드

기관명	신당동 창작아케이드		
사업개요	1971년 조성된 신당 지하쇼핑센터 내 51개 빈 점포를 리모델링하여 조성한 공예전문창작공간으로 공예예술가들에게는 값싼 임대료로 창작공간을 대여해주며 지역민들에게는 다양한 문화향유프로그램을 제공하여 지역거점형 예술공간임		
위치	서울시 중구 마장로 87 신당지하쇼핑센터	면적	연면적 1,389㎡
공간지원	창업 공간	(창작공방) 다양한 공예분야의 예술가들이 입주하여 작업하는 공간 (공동작업장) 공예품 제작에 필요한 값비싼 장비를 공동으로 사용하는 공간	
	지원 공간	(아트마켓 도시 樂) 창작공방에서 만들어진 공예품들을 전시하고 소개하는 장소 (사진실) 제작된 공예품을 전문사진장비로 촬영할 수 있는 공간	
공간이미지			
지원사업	<ul style="list-style-type: none">• (활동지원사업) 입주작가 경쟁력 확보 및 브랜드 강화를 위한 분야별 워크숍을 운영하고 학습공동체 CoP 구축하여 입주작가 간 협업프로젝트를 개발하고 상호 네트워킹을 할 수 있도록 지원• (상설 아트마켓) 현 입주작가 작품 홍보 및 판매, 쇼케이스 실시• (연례 기획전시) 매년 입주작가들의 공예품을 전시		
시사점	<ul style="list-style-type: none">• 서울여성공예센터와 마찬가지로 무너져가는 상권을 회복하기 위해 신당지하센터의 빈 공간을 활용하였으며 공예예술가들의 지원과 아트센터 위에 자리잡은 서울중앙시장의 활성화를 동시에 추구함• 서울여성공예센터가 창업지원을 목표로 하였다면 신당아트센터는 공예작품을 만드는 '예술가'들을 지원하고자 함• 이에 따라 창작공간을 아주 값싸게 제공하고 일반 공예가들은 사용하지 못하는 고가 장비들을 공동으로 사용하게 하여 보다 원활한 작품 활동을 하도록 도와줌		

〈출처〉 서울문화재단 신당 창작아케이드 (https://www.sfac.or.kr/site/SFAC_KOR/02/10203010000002018102302.jsp) 접속일 2019.10.31, 서울문화재단 『주요업무보고』, 2018, p. 24.

2. 서울시 여성공예센터

[표 8-3] 서울시 여성공예센터

기관명	서울시 여성공예센터		
사업개요	서울여성공예센터는 옛 서울북부지방감찰청을 리모델링하여 여성공예인들의 창작과 창업활동을 전문적으로 지원하고 육상하는 복합문화플랫폼으로 여성공예(예비)창업가 53팀에게 가계형 창업실과 맞춤형 창업지원프로그램을 지원하고, 지역주민과 시민에게 다양한 공예전시/교육/마켓/생활창작 프로그램을 제공함		
위치	서울시 노원구 동일로 174길 27 서울여성공예센터 더 아리움	면적	연면적 5,723㎡
공간지원	창업 공간	(창업실) 여성창업가들이 입주하여 작업실 및 소품, 가게로 활용함 (비주얼 스튜디오) 제품 촬영 및 편집과 함께 촬영 경험을 만들	
	회의 공간	(코워킹 스페이스) 여성공예창업가들의 회의공간으로 활용함	
	체험 공간	일반시민들의 공예체험과 취미활동교육을 진행하는 공간으로 생활창작공간 씨 운영	
	지원 공간	컨퍼런스 홀, 3D 프린팅 룸	
	휴게공간	(카페크라프트 살롱) 공예를 매개로 한 다양한 만남과 교류를 만들기 위한 커뮤니티 카페 (공예의 뜰) 여성창업인들이 편하게 쉴 수 있는 공간	
공간이미지			
지원사업	<ul style="list-style-type: none">• (공예창업지원) 공예창업기초교육, 비즈니스 멘토링, 컨설팅을 통해서 창업에 대한 기초 과정 교육을 진행함• (사업화지원) 사업수행과 관련한 실무 항목에 한하여 지원금을 지원하고 온·오프라인 판로확대 증진을 위한 교육, 홍보 프로모션을 진행함• (여성공예마켓 '수공길') 여성공예창업가의 오프라인 판로지원을 위한 공예마켓으로 종로구 율곡로에 위치한 감고당길에서 여성공예창업가들의 제품을 선보이고 직접 판매를 통해 시장을 경험할 수 있도록 함• (서울여성공예창업소전) '수공길'에 참가할 참가자들을 발굴하는 공모전		
시사점	<ul style="list-style-type: none">• 서울북부지방법원과 서울북부지방감찰청이 이전하면서 지역상권이 약화됨. 이에 서울시는 서울여성공예센터 를 건립하고 해당 지역의 상권을 되살림과 동시에 여성공예창업가들을 육성하고자 함• 공예가를 지원하기 때문에 예술가적인 측면과 기업가적인 측면을 모두 고려하지만 본 센터의 경우 창업을 모토로 삼고 있기 때문에 업체 선정기준 중 기업가 마인드를 가장 중요한 기준으로 함• 초창기에는 모든 여성공예창업가들을 뽑았지만 공예창업기간에 따라 교육이 달라야함을 인식하여 현재는 1~2년 된 초기공예창업가들만을 선정함• 계약기간은 기본적으로 2년이며 계약기간 만료 후 연장할 수 있는 구조이며 계약기간 만료 후 다른 곳에서 투자를 받을 수 있도록 스피치 교육을 실시함• 향후 홍콩 등 외국에서 비슷한 공예프로그램을 진행하는 곳과 연계하여 해외 판로까지 개척할 계획임		

<출처> 서울공예센터 (<https://seoulcraftcenter.kr/>) 접속일 2019.10.31.

3. N15

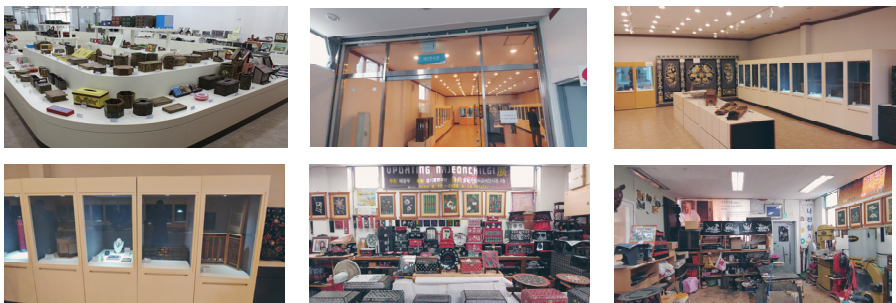
[표 8-4] N15

기관명	N15		
사업개요	대기업, 공공기관, 중앙정부, 학계 등 다양한 파트너와 함께 스타트업 발굴, 육성, 투자 프로그램을 진행함으로써 제조환경을 혁신하는 메이커 스페이스를 운영하고 시제품제작, 메이커 스페이스 설계 및 구축 등을 교육을 통해 신생기업들의 이윤창출을 도모함		
위치	서울특별시 중구 한강대로 416 서울스퀘어 5층	면적	
공간지원	제조공간	3D 프린터를 통해서 시제품부터 본 상품까지 제조하는 공간	
	스튜디오	창업에 필요한 회의 및 기본적인 사무를 볼 수 있는 공간	
공간이미지			
지원사업	<ul style="list-style-type: none">• (활동지원사업) 회로/펌웨어, 제품디자인, 기구설계, APP 개발을 통해 시제품을 만들고 금형/사출/SMT 팩토리를 통해 아이디어를 제품화 함• (역량개발사업) 자체 제조역량을 바탕으로 스스로 제품을 기획하고 양산을 할 수 있도록 최고급 3D 프린터 등 우수한 제조인프라를 제공함• (메이커스페이스) 하드웨어 스타트업 생태계를 구축하기 위해 스타트업 육성 노하우를 바탕으로 직접 투자부터 보육 및 제조까지 스타트업의 성장을 지원함		
시사점	<ul style="list-style-type: none">• 서울여성공예센터와 신당아트센터의 경우 사회적기업 '일상예술창장센터'와 서울시설공단이 지원 및 투자를 진행하여 공적인 영역인 반면 N15는 사기업이 투자 및 육성을 지원함• N15는 스타트업 기업들의 투자를 통해 기업의 이윤추구를 최상위 목표로 하여 스타트업 기업들을 육성하기 때문에 기존의 재무관점과 네트워킹 방식보다는 새로운 방식을 찾기 위해 다양한 실험을 진행함		

〈자료〉 N15 (<http://n15.asia/>) 접속일 2019.10.31.

4. 성남시 민속공예전시관

[표 8-5] 성남 민속공예전시관


기관명	성남 민속공예전시관		
사업개요	성남시의 우수 공예품 전시하기 위해 1997년에 개관하여 운영하고 있으며 잊혀져가는 전통공예를 계승하고 발전하기 위해 전통공예가들의 작업공간과 일반 시민들의 체험공간까지 같이 제공함		
위치	경기도 성남시 중원구 산성대로 626	면적	1,560㎡
공간지원	나전칠기 전수관	경기무형문화재 제24호 기능보유자인 나전칠기장 ‘배금용’ 선생의 전용작업공간임	
	전통공예체험 문화교실	시민들의 전통공예체험 공간임	
공간이미지			
자원사업	<ul style="list-style-type: none">제1전시관 : 생활용 공예품을 전시하며 판매까지 이루어짐제3전시관 : 각종 공예품 경진대회에서 입상한 작품들을 전시		
사사업	<ul style="list-style-type: none">1997년 개관하여 2014년까지 성남시청 기업지원과에서 직영으로 운영하다가 2014년에 성남도시개발공사에 위탁함<ul style="list-style-type: none">1층에는 판매와 전시를 동시에 진행하는 전시관이 있으며 판매업체는 입주신청과 심사를 거쳐 3년간의 계약으로 입주 (성남거주, 사업자 등록, 성남 공예협회 등록자). 1층의 운영은 입주해있는 공예가들로 구성된 자치위원회에서 진행함2층의 체험공간은 성남시민이면 누구나 접수가 가능하지만 어린 학생들을 위주로 진행중임. 체험에 필요한 재료는 모두 전시관에서 제공하며 강습료는 무료로 진행. 보유강사가 없기 때문에 단발성 수업이 진행되며 체험위주의 교육이 이루어짐2층 전시관은 경기도 경진대회, 전국 공예경진대회에서 입상한 공예품들을 전시하며 전시관에서 구매하여 전시하는 것이 아닌 일정기간 대여하여 전시하는 형식으로 이루어짐3층 나전칠기 전수관은 나전칠기 무형문화재인 ‘배금용’ 선생의 전용작업공간으로 사용됨		

<출처> 국학중앙연구원 향토문화전자대전 - 성남시 민속공예전시관

http://www.grandculture.net/ko/Contents/Contents?dataType=01&contents_id=GC00101169&RequestBy=%ED%95%AD%EB%AA%A9%EB%A7%81%ED%81%AC 접속일 2019.10.31.

5. 송파 마을예술창작소 '다락'

[표 8-6] 송파 마을예술창작소 '다락'

기관명	송파 마을예술창작소 '다락'		
사업개요	송파역 인근 지하보도를 활용한 공간으로 해당 인근주민들이 문화예술을 체험하게 하고 그 체험을 바탕으로 서로 소통하는 공간을 제공하여 지역사회에 문화예술과 창작활동을 함께 정착시키고자 하는 목적으로 조성됨		
위치	서울특별시 송파구 송파대로 384	면적	320㎡
공간지원	문화체험 공간지원	(상상의 방) 공작활동, 공예, 미술활동 등으로 사용되어지는 공간 (소통의 방) 인문학이나 음악활동, 워크숍 용도로 사용되어지는 공간 (목공공간) 목공이나 특수한 목적을 위해 작업활동을 하는 공간	
	소통 공간지원	(카페다락) 체험활동을 하는 사람들을 위한 모임공간 (오픈공간) 간단한 전사와 소모임을 할 수 있는 복도식 공간	
공간이미지			
지원사업	<ul style="list-style-type: none">• (공간대여) 소통의 방, 상상의 방, 목공공간을 1년 계약으로 송파구민에게 대여함• (교육 서비스) 공간대여를 진행한 단체나 동호회에서 일정 금액의 수강료를 받고 교육 프로그램을 진행함		
시사점	<ul style="list-style-type: none">• 송파 마을예술창작소는 버려진 지하보도를 이용하여 사업을 진행함• 송파구청에서 관리하며 개인을 위한 공간대여는 불가능하지만 지역 내 문화와 예술관련 분야 소모임이나 단체, 동아리 등 5인 이상의 모임에서 대여가 가능함• 공연만 특화되어 공간이 대여되는 곳은 아니며 영화, 음악에 관련된 프로그램도 진행		

<자료> 송파마을예술창작소 (<http://www.masulso.org/home/>) 접속일 2019.10.31.

제3절 전국 공예마을 현황 파악

1. 공예마을 정의 및 분류

1) 정의

- 지역특화형 공예마을은 좁게는 공예를 기업으로 하는 공예인 여럿이 모여 사는 마을이며 넓게는 공예품이 특히 많이 생산되는 지역을 말함.
- 공예마을 공동체는 공예를 통해 생활, 행동 또는 목적을 같이 하는 공동체로 정의됨
- 공예문화산업 관련시설은 영리 또는 비영리 단체로서 공예체험 테마파크 등 관광융합시설을 의미함

[표 8-7] 공예마을 세부분류

분류 유형	분류의 기준(중첩 포함)
① 장인 중심형 공예마을	- 전통공예를 중심으로 한 중요무형문화재 장인의 1인 공방(전수자 포함)들이 모여서 형성된 마을 - 사례: 해와-크레모나, 라히지, 아나리칸디 등
② 공방형 공예마을	- 장인을 중심으로 조력 인력과 공예품을 만드는 공방시설이 모여 형성된 마을, 생산지 또는 지역 - 사례: 해와-에르츠 / 국내-계룡산도예촌, 진천, 강릉
③ 관광 융·복합형 공예마을	- 공방이 입주한 공예마을로서 관광업을 영위하는 특정 장소 또는 집객력 높은 인접 관광기반시설과의 융·복합적 공간 - 사례: 해와-아레턴번즈 / 국내-북촌, 통영, 강릉, 남원
④ 유통 중심형 공예마을	- 지역내발적(地域內發的)으로 공예품의 생산과 판매는 물론, 서비스 등의 가치사슬을 형성한 공예마을 - 사례: 해와-산타페, 가나자와 / 국내-계룡산도예촌, 전주
⑤ 도시재생 특성형 공예마을	- 쇠퇴하는 도시를 지역자원+공예문화산업 결합 통한 지역역량 강화를 통해 사회적·경제적·환경적으로 활성화시킨 마을 - 사례: 해와-파리 도메닐 공방거리 / 국내-북촌한옥마을
⑥ 커뮤니티형 공예마을 (공동체)	- 복지시설 등에서 공예품 생산, 체험이 이루어지는 공동체마을 또는 조합형태 등의 커뮤니티를 중심으로 형성된 마을 - 사례: 해와-에르츠 / 국내-진천공예마을

⑦ 국제공예워크숍 등 공예문화산업 관련시설	- 국제공예워크숍이 이루어지는 공방+레지던시의 시설, 장소 - 사례: 필척, 펜랜드, 우타츠야마, 세브르국립도자박물관 등
----------------------------	--

〈자료〉 전재명 외, 『지역특화형 공예마을 조성사례 및 발전모델 연구』, 한국공예디자인문화진흥원, 2016, p. 162.

2) 공예마을 지정개요

- 지역특화산업으로서의 공예마을사업은 2011년부터 한국공예디자인문화진흥원에서 진행함. 공모를 통해서 매년 2개소 이내의 대상지역을 선정하여 최대 3개년에 걸쳐 지역공예마을 사업을 지원함
- 해당 사업의 총사업비는 2016년 기준 6억원으로 책정됨. 추진경과는 다음과 같음
 - 2011 : 서울 종로구 북촌(1차년도), 경남 통영시(1차년도)
 - 2012 : 서울 종로구 북촌(2차년도), 경남 통영시(2차년도)
 - 2013 : 서울 종로구 북촌(3차년도), 경남 통영시(3차년도)
 - 2014 : 충남 공주시(1차년도), 전남 담양군(1차년도)
 - 2015 : 충남 공주시(2차년도), 전북 남원시(1차년도), 강원 강릉시(1차년도)
 - 2016 : 공주시(3차년도), 남원시(2차년도), 강릉시(2차년도), 제주(1차년도)
- 2017년부터 ‘지역공예특화컨설팅’으로 명칭을 변경하였으며, 원주, 나주 등 7개 지역이 선정되었음. 이후 ‘지역공예 기반조성 지원’으로 다시 명칭을 바꾸어 운영 중임
- 이와는 별개로 지방자치단체의 공예산업 육성정책은 주로 지역 전승공예 육성(예, 담양 죽세공, 충무 나전칠기 등)에 관한 정책이 있으며, 드물게는 관광산업과 연계한 공예단지 조성(예, 강릉예술인창작촌, 진천공예마을) 정책 등이 있음

[표 8-8] 지역특화형 공예마을 육성사업 연도별 추진 경위

연도	2011년(2개)	2012년	2013년	2014년(2개)	2015년(2개)	2016년(1개)	2017년(7개)	비고
대상지역	서울 종로구(북촌), 경남 통영시			충남 공주시 전남 담양군	전북 남원시 강원 강릉시			•2018년 이후 공모전 및 교육프로그램 등 사후관리만 이루어짐 •2019-22년 공예클러스터 사업 시작
내용						제주도	원주, 나주 등	

〈출처〉 전재명 외(2016). 전거서, p. 36.

2. 공예마을 사례

□ 선행연구⁶³⁾에서 조사된 한국 대표 공예마을 5곳은 다음과 같음

[표 8-9] 한국의 대표 공예마을 5곳

지역	명칭	관련기관	운영특성
충북 진천군	진천공예마을	진천공예사업협동조합, 충남공예협동조합	<ul style="list-style-type: none"> 지자체를 중심으로 조성계획이 이루어졌지만 지자체는 부지만 제공하였으며 전체적인 계획은 협동조합에서 수립
충남 공주시	계룡산도예촌	충남공예협동조합, 충남도자기협동조합	<ul style="list-style-type: none"> 도예가들을 중심으로 도예마을 건립에 대한 수요가 발생하였고 이에 지자체가 협력하여 조성
서울 종로구	북촌한옥마을	북촌전통공방협의회, 북촌전통공예체험관	<ul style="list-style-type: none"> 기존의 공방이 있었으나 지자체에서 집적화시켜줄 공간을 마련(공예가들에게 공방을 임대) 공방위주의 공예마을이 아닌 관광중심의 공예마을로 조성
전북 전주시	전주한옥마을	한지산업지원센터, 전주한옥마을	<ul style="list-style-type: none"> 한옥마을이라는 기존의 관광상품에 공예산업을 더하여 육성 및 지원
경남 통영시	통영나전칠기공방	통영나전칠기공방, 통영전통공예관, 통영웃칠미술관	<ul style="list-style-type: none"> 통영은 원산지로서의 입지가 있으며 기존 나전칠기 공방들이 다수 존재 하지만 개인공방으로 존재했기 때문에 따로 집적화된 곳은 없으며 이를 통합할 수 있는 방안도 모색하기 힘들기 때문에 각 공방들이 만든 제품을 전시할 수 있는 전시관들을 다수 운영

〈자료〉 전재명 외(2016). 전개서, pp. 188-208.

63) 전재명 외(2016). 전개서, pp. 188-208.

1) 진천 공예마을

[표 8-10] 진천공예마을

공예마을	진천 공예마을																				
개요	<table><tr><th>구분</th><th>내용</th></tr><tr><td>위치</td><td>충청북도 진천군 문백면 옥성리 672번지 일원(공예촌길 116-5)</td></tr><tr><td>운영주체</td><td>진천군, 진천공예사업협동조합 공동 http://cafe.daum.net/dhrehdf</td></tr><tr><td>규모</td><td>약 125,000m(약28,000평)</td></tr><tr><td>종류</td><td>도자기, 칠보공예, 금속공예, 한지, 천연염색, 연만들기, 목걸이, 목공예, 미술 등</td></tr><tr><td>설립동기</td><td>관광·공예상품개발의욕고취 실용성있는상품개발·판매로소득증대에기여</td></tr><tr><td>조성경위</td><td>2002년 착공, 2010년 1차 완공 후 지속 개발</td></tr><tr><td>투자규모</td><td>약 147억(4,821백만원 지원)</td></tr><tr><td>운영현황</td><td>33개 공방, 기반시설 포함 총 37개 시설 입주 및 운영</td></tr><tr><td>특화요소</td><td>공방+전시판매 공간+생활공간 일체형 / 관광융합의 체험테마파크 형태</td></tr></table>	구분	내용	위치	충청북도 진천군 문백면 옥성리 672번지 일원(공예촌길 116-5)	운영주체	진천군, 진천공예사업협동조합 공동 http://cafe.daum.net/dhrehdf	규모	약 125,000m(약28,000평)	종류	도자기, 칠보공예, 금속공예, 한지, 천연염색, 연만들기, 목걸이, 목공예, 미술 등	설립동기	관광·공예상품개발의욕고취 실용성있는상품개발·판매로소득증대에기여	조성경위	2002년 착공, 2010년 1차 완공 후 지속 개발	투자규모	약 147억(4,821백만원 지원)	운영현황	33개 공방, 기반시설 포함 총 37개 시설 입주 및 운영	특화요소	공방+전시판매 공간+생활공간 일체형 / 관광융합의 체험테마파크 형태
	구분	내용																			
	위치	충청북도 진천군 문백면 옥성리 672번지 일원(공예촌길 116-5)																			
	운영주체	진천군, 진천공예사업협동조합 공동 http://cafe.daum.net/dhrehdf																			
	규모	약 125,000m(약28,000평)																			
	종류	도자기, 칠보공예, 금속공예, 한지, 천연염색, 연만들기, 목걸이, 목공예, 미술 등																			
	설립동기	관광·공예상품개발의욕고취 실용성있는상품개발·판매로소득증대에기여																			
	조성경위	2002년 착공, 2010년 1차 완공 후 지속 개발																			
	투자규모	약 147억(4,821백만원 지원)																			
운영현황	33개 공방, 기반시설 포함 총 37개 시설 입주 및 운영																				
특화요소	공방+전시판매 공간+생활공간 일체형 / 관광융합의 체험테마파크 형태																				
<div><자료> 전재명 외(2016). 전거서, p. 136.</div>																					
조성경위	<div><ul style="list-style-type: none">진천군은 1998년도에 관광단지 조성사업의 일환으로 ‘진천공예마을’을 군부지에 조성하고 약 50여개 업체가 추진위원회를 구성 및 투자하는 방식으로 사업을 진행함2001년 20개 업체로 줄어 진천공예산업협동조합이 담당하게 됨2002년 당시 행정자치부에서 지역경제활성화사업으로 ‘진천공예마을’사업을 채택하여 특별교부세 20억 원이 지원되어 사업여건이 호전됨<ul style="list-style-type: none">사업요건이 호전됨과 동시에 기존에 이탈한 사업체와 남은 사업체간의 마찰이 존재했으며 남은 사업체에 대한 특혜논란 및 적격성 논란이 발생2010년까지 조성이 완료되었으며 33개 업체가 입주2009년 조성초기에는 활성화가 제대로 되지 못하였지만 2011년 ‘만남’을 주제로 한 축제가 개최되고 이후 5월에 농림수산식품부가 뽑은 지방관광명소 ‘Rural-20’에 선정⁶⁴⁾되면서 주목 받음해당 부지가 산업유통형 생산용지로 지정되어있어 기본적인 편의시설 및 숙박시설이 없는 점과 2014년에 공예마을 축제에 대한 진천군의 지원이 끊기면서 하락세를 보임⁶⁵⁾2018년 5월에 ‘공예마을 군 관리계획 변경결정’을 통해 해당 부지를 산업유통형에서 주거형으로 전환하면서 편의시설 및 숙박시설을 설치할 수 있게 됨</div>																				
시사점	<div><ul style="list-style-type: none">선행연구에 따르면 진천공예마을은 공방형 공예마을로서 장인을 중심으로 조력 인력과 공예품을 만드는 공방시설이 모여 형성하지만 단순히 장인들에게 공방만 제공을 하는 형식으로는 활성화가 이루어지지 못하였고 이로 인하여 입주 공예인들이 외부활동 등으로 공방을 자주 비움에 따라 발생이를 해결하기 위해 관광객의 유입을 위한 대안을 모색하고 해당 부지용도를 산업유통형에서 주거형으로 변경하여 편의시설 및 숙박시설을 설치할 수 있도록 함⁶⁶⁾조성 형태는 공방형 공예마을이었지만 관광·융합 공예마을로 발전시키고자 함</div>																				

〈자료〉 전재명 외(2016). 전거서, pp. 136-138.

2) 계룡산 도예촌

[표 8-11] 계룡산 도예촌

공예마을	진천 공예마을	
개요	구분	내용
	위치	충청남도 공주시 반포면 상신리 도예촌길 71 일원
	운영주체	충남공예협동조합, 충남도자기협동조합 www.cndojagi.co.kr
	규모	약 16,500m(약5,000평)
	종류	도자공예(철화분청사기 중심)
	설립동기	안정적 작업환경의 확보, 대를 이어가는 역사적 공간, 대중과 교감하는 공간
	조성경위	1993년 도예공방 첫 입주(고토도예) 이후 2013년 충남도자기협동조합 설립
	운영현황	15개 공방, 기반시설 포함 총 18개 시설 입주 및 운영
	특화요소	우리나라 3대 도요지의 하나, 조선 도예가 이삼평과 철화분청사기의 역사적 공간
<자료> 전재명 외(2016). 전계서, p. 139.		
조성경위	<ul style="list-style-type: none">계룡산도자예술훈은 도예를 전공한 30대에서 40대 초반의 젊은 도예인 18명이 철화분청의 전승복원을 목적으로 도자문화 창출지로서 발전시키기 위해 1993년 전국 최초로 동시 일괄적으로 입주 형성한 공동체 마을1994년 백제문화제의 일환으로 계룡산분청사기축제를 개최하기 시작했으며 1995년에는 부지를 공동 자금으로 매입하고 각각의 개인 공방을 설치한 뒤 공공시설에 대한 투자가 없는 상황에서 1995년 공주시로부터 농어촌 특산 단지 자금을 지원⁶⁷⁾받음2004년 공주시 「국제 도자문화 교류촉진에 관한 연구」를 자료로 도자기 축제를 실시하였고, 2007년에는 상신야영장과 도예촌 운동장을 보완하고 도로를 확포장하는 등 개발이 이루어짐2014년에 다시 공주시에서 활성화방안이 나왔으며 2015년 활성화방안 연구가 진행2016년 문화체육관광부와 충청남도와의 협의를 통해서 16억원의 지원을 받기로 하고 2016년 편의시설을 정비와 반포도자문화 커뮤니티센터의 착공이 이루어짐⁶⁸⁾조선시대 철화분청사기의 전통의 맥을 잇는 도예촌으로서 개인공방, 도자공원, 야외공원으로 조성되어있음	
시사점	<ul style="list-style-type: none">‘계룡산 철화분청사기 축제’를 꾸준히 개최하면서 명맥을 유지함지자체에서 먼저 계획을 세우고 진행한 것이 아닌 젊은 도예가들의 요구에 의해 조성됨정부에서 지속적으로 공적자금을 투입하여 전시장(공공시설) 및 야외공원과 같은 공공시설이 지어졌으며 이를 통해 관광활성화를 이루고자 함공방형 공예마을로 시작하였지만 행사개최 및 전시장 활용을 통해서 관광용 복합형 공예마을로 전환됨	

〈자료〉 전재명 외(2016). 전계서, pp. 139-143.

64) 연합뉴스(2011.05.03.), 진천 공예마을 세계적 관광명소로 뜬다.

65) 뉴스1(2018.05.06.), 진천군 공예마을 '판매·편의시설' 들어선다

66) 부지의 용도가 산업유통형의 경우 편의시설 및 숙박시설이 들어설 수 없음

3) 북촌 전통공방마을

[표 8-12] 북촌 전통공방마을

공방마을	북촌 전통공방마을																		
개요	<table border="1"> <tr> <th>구분</th><th>내용</th></tr> <tr> <td>위치</td><td>서울 종로구 북촌로 12길 일원</td></tr> <tr> <td>운영주체</td><td>북촌전통공방협의회(http://bukchoncraft.modoo.at) 외</td></tr> <tr> <td>규모</td><td>종로구 가회동, 송현동, 안국동, 삼청동, 사간동, 계동, 소격동, 재동 등 포함</td></tr> <tr> <td>종류</td><td>역사유적과 연결한 장소성을 기반으로 하는 전통공예의 집적화 공간</td></tr> <tr> <td>설립동기</td><td>전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업</td></tr> <tr> <td>조성경위</td><td> <ul style="list-style-type: none"> 2011년 지역공예육성사업 당시 경공장 중심을 지향 정부가 매입한 한옥을 입주 공예인에게 임대(5년 단위 2회 계약 조건) </td></tr> <tr> <td>운영현황</td><td>관련 기관은 북촌전통공방협의회, 북촌전통공방협동조합, 연합회 등 20~30여 개의 공방이 참여한 북촌전통공방협의회 중심으로 운영</td></tr> <tr> <td>특화요소</td><td>고궁 등 역사문화재 중심지 연결한 한옥마을에 다양한 전통공예 장인들의 집적화 2011 지역공예마을 사업 대상(시장형 공예마을) 선정, '경공방' 북촌 브랜드</td></tr> </table>	구분	내용	위치	서울 종로구 북촌로 12길 일원	운영주체	북촌전통공방협의회(http://bukchoncraft.modoo.at) 외	규모	종로구 가회동, 송현동, 안국동, 삼청동, 사간동, 계동, 소격동, 재동 등 포함	종류	역사유적과 연결한 장소성을 기반으로 하는 전통공예의 집적화 공간	설립동기	전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업	조성경위	<ul style="list-style-type: none"> 2011년 지역공예육성사업 당시 경공장 중심을 지향 정부가 매입한 한옥을 입주 공예인에게 임대(5년 단위 2회 계약 조건) 	운영현황	관련 기관은 북촌전통공방협의회, 북촌전통공방협동조합, 연합회 등 20~30여 개의 공방이 참여한 북촌전통공방협의회 중심으로 운영	특화요소	고궁 등 역사문화재 중심지 연결한 한옥마을에 다양한 전통공예 장인들의 집적화 2011 지역공예마을 사업 대상(시장형 공예마을) 선정, '경공방' 북촌 브랜드
구분	내용																		
위치	서울 종로구 북촌로 12길 일원																		
운영주체	북촌전통공방협의회(http://bukchoncraft.modoo.at) 외																		
규모	종로구 가회동, 송현동, 안국동, 삼청동, 사간동, 계동, 소격동, 재동 등 포함																		
종류	역사유적과 연결한 장소성을 기반으로 하는 전통공예의 집적화 공간																		
설립동기	전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업																		
조성경위	<ul style="list-style-type: none"> 2011년 지역공예육성사업 당시 경공장 중심을 지향 정부가 매입한 한옥을 입주 공예인에게 임대(5년 단위 2회 계약 조건) 																		
운영현황	관련 기관은 북촌전통공방협의회, 북촌전통공방협동조합, 연합회 등 20~30여 개의 공방이 참여한 북촌전통공방협의회 중심으로 운영																		
특화요소	고궁 등 역사문화재 중심지 연결한 한옥마을에 다양한 전통공예 장인들의 집적화 2011 지역공예마을 사업 대상(시장형 공예마을) 선정, '경공방' 북촌 브랜드																		
〈자료〉 전재명 외(2016). 전거서, p. 144.																			
조성경위	<ul style="list-style-type: none"> 2011년부터 2013년까지 지역공예마을 육성사업의 일환으로 진행 조성된 부지는 창덕궁, 경복궁, 창경궁 등 조선시대 궁궐이 밀집되어있으며 조선왕실에 공급하기 위한 고급 공예품을 제작하기 위한 경공장 밀집지역이었으며 과거 경공방의 맥을 잇기 위해 조성됨 2011년 「지역 공예마을 육성 시범프로젝트」⁶⁷⁾의 1차년도 사업대상지로 선정되어 이후 본격적으로 조성 2012년 '경공방 북촌 선포식'을 통해 북촌지역 공예문화산업 발전방향을 제시한 뒤 '시장형 공예마을'로 조성하기 위해 추진 '경공방 북촌'이라는 브랜드 개발을 통해 과거의 수준 높았던 공예품을 현재의 시각에서 생산하고 유통하는 지역으로 한류 공예문화의 중심지로 특화 발전을 목표로 함 																		
시사점	<ul style="list-style-type: none"> 북촌 전통공방마을은 왕실에 납품했던 공예품이라는 스토리로 궁궐을 찾은 관광객들을 흡수하고 지역 경제 활성화를 목적으로 함 정부지원사업을 중심으로 기존에 있던 공방들을 활성화하기 위해 조성된 마을 관광객의 유치로 인한 소음, 쓰레기 등 관광 에티켓 문제로 주민들의 피해의식이 증가하였으며 주민의 협조 없이는 공예마을 조성에 어려움을 겪음을 보여줌 하지만 공방입주 공예인들이 대부분 외부에 거주하고 있어 북촌의 일반 주민들과의 교류가 부족하고 주민 협조에 어려움을 겪음 																		

〈자료〉 전재명 외(2016). 전거서, pp. 144-147.

67) 한국학중앙연구원 홈페이지 - 향토문화전자대전
(http://gongju.grandculture.net/Contents?local=gongju&dataType=01&contents_id=GC01701768)

68) 공주시. 『계룡산도예촌 활성화계획』, 2017.

69) 문화체육관광부와 한국공예디자인문화진흥원에서 진행

4) 전주 한옥마을

[표 8-13] 전주 한옥마을

한옥마을	전주 한옥마을																		
개요	<table><tr><th>구분</th><th>내용</th></tr><tr><td>위치</td><td>전라북도 전주시 완산구 풍남동, 교동 일대</td></tr><tr><td>운영주체</td><td>한지산업지원센터 http://ktcc.or.kr/2015/intro/intro.html 외</td></tr><tr><td>규모</td><td>296,330㎡(약90,000평, 한옥543동의 일부 공방가옥과 관련시설</td></tr><tr><td>종류</td><td>대규모로 도심에 운집해 있는 도시형 한옥마을의 전통공예 집적화 공간</td></tr><tr><td>설립동기</td><td>전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업</td></tr><tr><td>조성경위</td><td>1930년 무렵 일본 상인들의 도심상권 세력 확장에 반발하여 조성되기 시작한 교동과 풍남동 일대에 한옥촌 중 공방과 전시관 등을 중심으로 형성</td></tr><tr><td>운영현황</td><td>한국전통문화전당 공예인 입주 공방 및 공예공방촌 1단지(꽃숙이) 등 체험공방</td></tr><tr><td>특화요소</td><td>전통 한지와 부채 및 한복 등</td></tr></table>	구분	내용	위치	전라북도 전주시 완산구 풍남동, 교동 일대	운영주체	한지산업지원센터 http://ktcc.or.kr/2015/intro/intro.html 외	규모	296,330㎡(약90,000평, 한옥543동의 일부 공방가옥과 관련시설	종류	대규모로 도심에 운집해 있는 도시형 한옥마을의 전통공예 집적화 공간	설립동기	전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업	조성경위	1930년 무렵 일본 상인들의 도심상권 세력 확장에 반발하여 조성되기 시작한 교동과 풍남동 일대에 한옥촌 중 공방과 전시관 등을 중심으로 형성	운영현황	한국전통문화전당 공예인 입주 공방 및 공예공방촌 1단지(꽃숙이) 등 체험공방	특화요소	전통 한지와 부채 및 한복 등
	구분	내용																	
	위치	전라북도 전주시 완산구 풍남동, 교동 일대																	
	운영주체	한지산업지원센터 http://ktcc.or.kr/2015/intro/intro.html 외																	
	규모	296,330㎡(약90,000평, 한옥543동의 일부 공방가옥과 관련시설																	
	종류	대규모로 도심에 운집해 있는 도시형 한옥마을의 전통공예 집적화 공간																	
	설립동기	전통공예를 재탄생시키는 중심지, 각기 다른 분야 장인들의 협업																	
	조성경위	1930년 무렵 일본 상인들의 도심상권 세력 확장에 반발하여 조성되기 시작한 교동과 풍남동 일대에 한옥촌 중 공방과 전시관 등을 중심으로 형성																	
	운영현황	한국전통문화전당 공예인 입주 공방 및 공예공방촌 1단지(꽃숙이) 등 체험공방																	
특화요소	전통 한지와 부채 및 한복 등																		
	〈자료〉 전재명 외(2016). 전거서, p. 148.																		
조성경위	<ul style="list-style-type: none">1930년 무렵 일본 상인들의 도심상권 세력 확장에 반발하여 조성되기 시작한 교동과 풍남동 일대에 한옥촌 중 공방과 전시관 등을 중심으로 형성이와 더불어 1989년 공예공방, 1990년 시민공방, 1996년 시민예술촌 등 기존 한옥마을에 입주하여 운영되던 공방이 있었음전주시와 일본 가나자와시가 가매결연 이후 전통적 공예문화에 대한 벤치마킹 및 교류를 본격화조성사업 진행과 더불어 전통공예에 관한 지식 및 기술 습득을 위해 해외 유학을 희망하는 자에게 경비의 2/3 및 한도액은 200만원 이내로 지원2015년 ‘제14회 가나자와 전통교류전’ 등에 참여전주시의 전통가옥 보존정책과 인센티브 제공을 바탕으로 문화체육관광부 관련시설과 인프라 지원 및 육성 등을 통해 한옥마을 활성화를 지원																		
	시사점	<ul style="list-style-type: none">진천, 공주, 서울과는 다르게 기존에 한옥마을이 조성되어있었으며 이미 관광상품으로 가치를 지니고 있었으며 부지 내 공방 또한 오래전부터 존속되어옴한옥마을에 방문한 관광객들에게 다양한 콘텐츠를 제공하려는 목적으로 관광산업과 공예산업이 매칭된 방향으로 지원이 이루어짐진천과 마찬가지로 숙박시설이 부족하여 관광객들이 오래 머물지 못하고 당일여행에 그치는 경우가 많음한옥마을 자체가 공예산업만을 위한 장소가 아니기 때문에 방문객 수 대비 공예체험과 판매는 상대적으로 저조함관광지 활성화로 인한 임대료 상승문제 해결과 방문객들이 자연스럽게 공예품을 살 수 있도록 하는 마케팅 방안들이 필요																	

〈자료〉 전재명 외(2016). 전거서, pp. 148-151.

5) 통영나전칠기공방

[표 8-13] 통영나전칠기 공방

공방	통영나전칠기 공방	
개요	구분	내용
	위치	경상남도 통영시 도남로 281 외
	운영주체	개인공방으로 각각의 개인사업자
	규모	통영 바닷가를 둘러싸고 분산되어 위치
	종류	나전칠기와 옷칠 등 12공방
	설립동기	일제에 의해 훼손된 통제영내에 있었던 관아 및 12공방을 복원
	조성경위	통제영 역사 재조명과 함께 세계적인 역사관광지로 조성
	운영현황	공예 관련시설과 개별 공방이 산재하여 운영. 판매 활성화
	특화요소	나전칠기, 2011년 지역공예마을 육성사업 대상(원료산지형 공예마을) 선정
〈자료〉 전재명 외(2016). 전개서, p. 152.		
조성경위	<ul style="list-style-type: none"> 1964년 (선조 37) 통제영이 두룡포로 옮겨진 후 그 안에 군수품과 임금이나 고위 관리에게 바치는 진상품을 제작하는 공방이 밀집하게 됨⁷⁰⁾ 전통적 공예품 제작의 기반이 되는 대표적 원료 생산지인 통영은 원료산지형 공예마을로서 공예관련 단체 및 시설과 공방, 장인, 전승기법이 유지되는 지역 1994년 통영전통공예전수 교육관이 설립되었으며 2006년 옷칠미술관을 비롯하여 통영나전칠기 공방, 통영 전통공예관 등이 건립됨 2011년 ‘지역공예마을 육성사업’에 선정되고 2013년까지 활성화지원이 이루어짐 활성화 지원의 일환으로 수도관에 지어지던 ‘디자인큐브’가 지방으로는 처음으로 통영에 설치되었으며 관광객들이 지나다니는 거점에 설치되어 통영 공예시설을 이어주는 역할을 함 	
시사점	<ul style="list-style-type: none"> 통영의 경우 공방들이 집적화되어있지는 않으며 개인공방이 산재하여 공예마을 조성이 어렵고 대부분 수작업인 까닭에 인건비 비중이 높음 관광객보다는 50대 이상 지역민을 대상으로 한 나전칠기와 누비 공예품의 판매가 활발하며 유명 장인의 공예품은 상류층이 주요 고객 대신 타 지역으로의 판매 및 유통이 활발한 편이며 국제교류도 꾸준히 이어져 옴 	

〈자료〉 전재명 외(2016). 전개서, pp. 148-155.

⁷⁰⁾ 통영시 홈페이지 - 통영 12공방(<http://www.tongyeong.go.kr/00973/01168/03487.web>)

3. 고양시 공예마을조성 시 주요 고려사항

- 진천 공예마을과 공주 계룡산 도예촌의 경우 공방위주의 공예마을을 만들었지만, 활성화가 잘 이루어지지 않고, 지역 주민의 요청에 의해 관광산업과 융합하는 형태로 사업의 방향을 전환함
 - 단순 공방위주의 공방 집적마을 및 지역 육성사업은 지역산업으로 활성화 되기 어려우며, 관광산업 등 복합문화시설 등과 연계 융합된 형태로 추진 될 수 있도록 해야 함
 - 협동조합을 통해 진천 공예마을과 같이 공예마을이나 공예거리를 육성할 경우, 조합 내 공예 사업체 간의 다양한 문제에 의해 발생하는 마찰 등의 조율을 위해서 문제를 다각도로 접근할 필요가 있으며 지자체가 중재자로서 일정 부분 역할을 담당해야 할 필요가 있음
 - 예를 들어, 공예마을 선진입자(활성화 이전)와 활성화를 위해 후진입자(활성화 이후) 간의 마을 활성화 전후로 발생할 수 있는 이해문제 등과 관련된 갈등구조 등이 발생하지 않도록 하는 방안의 모색이 필요함
 - 다양한 지원을 통한 복합문화공간으로서 지역 활성화 사업도 동시에 진행해야함
- 기존에 있는 공방 집적지역을 활성화 할 경우 서울 북촌한옥마을과 같이 해당 지역의 스토리텔링과 브랜드화를 같이 진행해야함. 또한 관광지 및 복합문화단지가 만들어 지기 전후로 인근 주민들과의 충분한 소통과 협력을 통해 발생할 수 있는 인근 주민들의 피해를 최소화하기 위한 노력과 방안의 모색이 이루어져야 함
- 전주 한옥마을 등 이미 활성화되어있는 관광지 등에서 공예산업을 육성하고자할 경우, 해당 관광객들이 공예품 가게나 공방으로 유입될 수 있도록 동선 등을 고려한 도시계획을 수립해야함
- 공방거리나 마을을 조성하지 못할 경우 찾아가는 갤러리, 이동식 윈도우 갤러리인 ‘디자인큐브’⁷¹⁾ 등의 활용을 통해 전시장을 조성 할 수 있음.

71) 디자인 큐브는 한국공예문화디자인진흥원(원장 최정삼)에서 추진하고 있는 전시사업으로 전시공간의 고정관념을 깨고 도심공간에 설치하는 이동식 윈도우 갤러리이다. 디자인 큐브는 대중이 있는 곳으로 디자인 갤러리가 찾아간다는 개념으로 시민들이 보다 쉽고 편안하게 디자인과

□ 통영시는 ‘지역공예컨설팅’ 공모사업에 선정되어 ‘디자인큐브’를 통해 공예문화를 시민들에게 전시한 바 있음.

- ‘디자인큐브’는 너비 3.5m, 높이 2.5m, 깊이 2m의 투명 육면체로 만들어진 큐브로 월 단위로 지역을 순회하면서 관광지 및 상업지역 등에서 공예를 전시함
- ‘디자인큐브’를 통해 젊은 디자이너들 및 장인들의 작품 등을 선보일 수 있음
- 고양시가 공예전시장을 구축하는 데에는 많은 시간과 공간적 제약이 있다면 ‘디자인큐브’를 활용하는 방안도 제안함. 다양한 작가의 작품을 큐브별로 제작하는 것이 가능하며, 제작도 필요에 따른 순차적인 접근이 가능하며, 특정 작가를 위한 제작이 아닌 모든 범주의 작가를 위한 큐브의 활용이 가능함

[그림 8-1] 디자인큐브 통영



<출처> 동덕여자대학교 (https://craft.dongduk.ac.kr/bbs/p5_3/14041) 접속일 2019.10.31.

공예 작품을 관람하고, 신인 작가들에게는 소중한 작품 발표의 기회를 제공하고 있다. 예술의 전당, 광화문, 인천공항 등 수도권지역에만 설치되다가 지방으로 자리를 옮긴 것은 이번이 처음으로 지난 8월 ‘지역공예컨설팅’ 공모사업에 통영시가 선정되면서 이루어지게 됐다.

<출처> 한산신문, 2011, 11, 18, 찾아가는 갤러리, 디자인큐브 통영에 등지,
<http://www.hansannews.com/news/articleView.html?idxno=31869>

제4절 지역특화발전 특구 사례정리

1. 지역특화발전특구 지정현황⁷²⁾

- 현재 전국에서 지역특구로 지정된 곳은 198개이며 서울 12개, 경기 18개가 있음
- 지역특구는 향토자원, 관광레포츠, 교육, 산업연구, 의료·복지가 있으며 공예와 관련된 특구는 향토자원과 관광레포츠가 있음
- 대표적인 공예관련 특구(이하 공예특구)는 이천 도자산업특구가 있으며 이외에도 강남 청담·압구정 패션특구, 원주 옷·한지산업특구, 옥천 옷산업특구, 고흥 분청사기문화예술특구, 강진 고려청자문화특구 등이 있음

[표 8-15] 지역별·유형별 지정현황

지역	유형	향토자원	관광레포츠	교육	산업연구	의료·복지	합 계
서울	(12)	1	2	7	-	3	13
부산	(7)	1	4	2	-	-	7
대구	(2)	1	1	-	2	-	4
인천	(3)	1	1	1	-	-	3
광주	(3)	1	1	1	-	-	3
대전	(2)	-	1	-	-	-	1
세종	(0)	-	-	-	-	-	0
울산	(2)	1	1	-	-	-	2
경기	(17)	4	6	3	5	-	18
강원	(12)	7	4	-	3	-	14
충북	(11)	8	3	1	2	-	14
충남	(12)	13	1	4	-	-	18
전북	(11)	7	3	-	3	2	15

⁷²⁾ “거창 승강기밸리산업특구, 동작 직업교육특구 신규지정”.. 중소벤처기업부(2019.01.31.), <http://www.korea.kr/news/> 접속일 2019.10.31.

전남	(22)	22	8	9	1	-	40
경북	(21)	18	6	3	1	-	28
경남	(12)	7	4	2	2	-	15
제주	(2)	1	2	-	-	-	3
합계	(151)	93	48	33	19	5	198

* () 안은 지역특구 관할 기초 지자체 수

〈출처〉 “거창 송강기벌리산업특구, 동작 직업교육특구 신규지정”. 중소벤처기업부(2019.01.31.), <http://www.korea.kr/news/> 접속일 2019.10.31.

□ 향토자원 및 관광레포츠 등으로 지역특구로 지정받은 수도권 현황은 다음과 같음

[표 8-16] 수도권 지정현황

사도	사군구	특 구 명 칭	유 형	위원회 차수
서울	동대문구	서울 악령시한방산업특구	향 토 자 원	4차지정
	노원구	노원 국제화교육특구	교 육	13차지정
	중 구	서울 중구 영어교육특구	교 육	13차지정
		서울 중구 해피메디컬투어리조트특구	의료·복지	31차지정
	강남구	강남 청담·압구정패션특구	관광레포츠	15차지정
	관악구	관악 Edu-Valley교육특구	교 육	22차지정
	은평구	은평 북한산 韓문화체험특구	관광레포츠	33차지정
	성동구	성동 융복합혁신교육특구	교 육	35차지정
	강서구	서울 강서미래클-메디특구	의료·복지	35차지정
	중랑구	중랑 역사문화교육특구	교 육	37차지정
	도봉구	도봉 문화예술혁신교육특구	교 육	39차지정
경기	영등포구	영등포 스마트메디컬특구	의료·복지	42차지정
	동작구	동작 직업교육특구	교 육	45차지정
	이천시	이천 도자산업특구	향 토 자 원	4차지정
	군포시	군포 청소년교육특구	교 육	6차지정
	양평군	양평 친환경농업특구	향 토 자 원	6차지정
		양평 헬스투어힐링특구	관광레포츠	38차지정
	고양시	고양 화훼산업특구	산업·연구	8차지정
		고양 전시문화특구	산업·연구	19차지정
	여주시	여주 쌀산업특구	향 토 자 원	10차지정
	양주시	양주 장흥 문화예술체험특구	관광레포츠	15차지정
	안산시	안산 다문화마을특구	관광레포츠	17차지정
	가평군	가평 자산산업특구	향 토 자 원	23차지정
	시흥시	시흥오이도 선사해안문화특구	관광레포츠	26차지정
	의왕시	의왕 철도특구	산업·연구	29차지정
	남양주시	남양주양평 자전거레저특구	관광레포츠	35차지정
	수원시	수원 인문기행특구	관광레포츠	38차지정
	부천시	부천 만화영상산업융합특구	산업·연구	41차지정
	광명시	광명 글로벌평생학습특구	교 육	42차지정
	안양시	안양 인문교육특구	교 육	42차지정
	양주시, 포천시, 동두천시	양주·포천·동두천 섬유가죽패션클러스터산업특구	산업·연구	43차지정

〈출처〉 “거창 송강기벌리산업특구, 동작 직업교육특구 신규지정”. 중소벤처기업부(2019.01.31.), <http://www.korea.kr/news/> 접속일 2019.10.31.

2. 지역특화발전특구 사례

1) 이천 도자산업특구

[표 8-17] 이천 도자산업특구

지역특구	이천 도자산업특구
추진목적 및 개요	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 세계 도자기엑스포와 경기도 세계도자비엔날레, 이천 도자기축제 등으로 도자산업이 활성화됨 • 2004년 도자산업특구지정을 신청하였으며 2005년 6월 도자특구지역을 지정받음 • 이에 요업기술원을 건립하고 전통가마터, 판매전시장, 도예단지 조성등 도자공예에 대한 홍보 및 활성화함 • 특구로 지정받게 되면서 도자기축제를 개최할 경우 도로통행 금지 및 제한을 할 수 있는 도로교통법 특례, 옥외 광고물 설치를 제한하는 옥외광고물 관리법에 대한 특례 등 행위제한에 대한 규제특례를 받음 • '이천 도예촌'이라는 명칭으로 거리가 조성되었으며 56개 업체에서 도예교실을 운영⁷³⁾ • 이외 주요 관광지로는 '예스파크', '사가막골도예촌'이 있음
이천 예스파크 ⁷⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> • '예스파크'는 이천시가 조성한 국내 최대의 도자예술마을로, 12만 3천 평의 대규모 부지에 도자기, 미술, 고가구, 조각, 목공예, 섬유, 옷칠 등 다양한 분야의 공예공방(221개)을 집적화한 곳임 • 2005년 도자특구로 지정받은 이후 2008년 이천도자기사협동조합과 함께 '도자마을'을 조성하였으며 이천시에서 행정진행을, 이천도자기사협동조합에서 입주업체 유치 및 분양에 관한 사항을 맡아 진행 • 마을 조성은 중국 대규모 도자 생산지이면서 집적생산시설을 갖춘 경덕진의 도계천을 벤치마킹하였으며 도자기 일본의 아리타 도자기축제를 • 2009년부터 2011년까지 수공예작품을 만드는 공방을 위주로 입주업체를 모집 • 2018년 기준 221개의 공방이 입주되어 있으며 마을형 축제, 체험 교육프로그램, 해외작가 레지던시, 신규작가 인큐베이팅 등 다양한 사업을 진행

〈출처〉 “도자특구지정, 이천도자산업 어떻게 변하고 있나?”, 이천뉴스(2008.05.01),


<http://www.2000news.co.kr/news/articleView.html?idxno=4502> 접속일 2019.10.31.

⁷³⁾ 이천시 홈페이지 - 이천 도예촌(<http://tour.icheon.go.kr/site/tour/sub.do?key=19>)

⁷⁴⁾ 서정걸, “KOCEF NEWS 국내 최대 규모의 공예 마을 이천 예스파크로 떠나자”, 『KOCEF NEWS』, 한국도자재단, 2018, pp. 1-3.

2) 옥천 옷산업특구

[표 8-18] 옥천 옷산업특구


지역특구	옥천 옷산업특구
추진목적 및 개요 ⁷⁵⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 옷산업특구는 옷산업의 연계기반 구축과 이를 기반으로한 소득창출 그리고 지역경제 활성화를 목표로 함 • 2005년 당시 재정경제부에서 옥천군을 옷산업특구로 지정 • 2007년 전국 최초 옷나무 가구공장 설립 • 2008년 옥천군 농업기술센터 주관 옷대학 개설 및 옷가공전문가 양성과정 개설하며 옷 관련 인재양성사업 • 2010년 지역연구산업육성사업으로 옥천 참옷라이프케어 육성사업 시행 • 같은 해 옷 브랜드 제품 개발과 인력양성사업 시행 • 옷은 습도가 높고 경사진 곳에서 잘 자라는 특성이 있기 때문에 옥천군에서 옷나무가 잘 자라며 이에 대해 우수성을 알리기 위하여 지리적 표시제⁷⁶⁾를 등록하였으며 옥천군에서 생산되는 옷 공예품에 마크를 부착 • 2013~2015년 향토 산업 육성사업의 일환으로 옥천 참옷 대중화 시행중
옷 문화단지	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 옥천군은 동이면 경부고속도로 금강휴게소 인근 185ha에 옷문화단지를 조성하기로 하고 6월말 준공⁷⁷⁾ • 해당지역은 2005년 옷산업특구로 지정된 이후 180여 곳의 농가가 옷나무를 재배 • 옥천군은 옷문화단지 일원을 휴양림으로 지정 받은 뒤 옷 문화단지는 2020년까지 40억원을 추가로 들여 야영장과 숲속의 집 등을 갖추어 관광상품으로 전환할 예정이며 생태체험장, 등산로, 탐방로, 레저스포츠길 등이 조성됨
옥천 옷 산업특구	 <p>〈출처〉 옥천군 홈페이지 - 옥천 참옷 산업 특구</p>

〈출처〉 “옥천에 185ha규모 옷문화단지 조성”. 연합뉴스(2016.06.22.), <https://www.yna.co.kr/view/AKR20140716071800064> 접속일 2019.10.31.

⁷⁵⁾ 옥천군 - 옥천 참옷 산업 특구 http://chamot.co.kr/html/menu_1_4_1.html 접속일 2019.10.31.

3) 강진 고려청자문화특구

[표 8-19] 강진 고려청자문화특구

지역특구	강진 고려청자문화특구
추진목적 및 개요 ⁷⁸⁾	<ul style="list-style-type: none"> 과거 고려청자의 85%가 생산되었고 현재 대한민국 국보와 보물로 지정된 고려청자요지(高麗靑瓷窯址)가 있어, 이를 기반으로 2009년 대구면 사당리, 수동리 일대 300,056㎡ 부지를 '고려청자문화특구'로 지정받음 지정 이후 고려청자박물관, 고려청자관광지, 도예학교와 연계한 클러스터를 조성하고 청자산업 활성화를 위한 민간도사업체 유치 및 대중화 사업을 추진함 또한 고려청자도시 이미지구축 및 지원사업, 청자체험교육 및 관광홍보사업을 위한 활동 등을 진행함 강진 고려청자문화특구는 청자관련시설과 강진청자축제 등 관련 인프라를 바탕으로 고려청자문화의 부흥을 도모하고 지역브랜드를 강화하며 관광산업을 육성하여 지역경제 활성화했음을 인정받아 중소기업벤처부에서 실시하는 '특구운영실적 종합평가'에서 2010년, 2012년, 2014년 우수특구로 지정함 강진군은 현재까지 특구 내 관광활성화와 민간 도사업체 유치를 위한 기반시설사업을 완료하였으며 앞으로 관광객이 찾고 싶은 체류형 관광·문화특구로 거듭나기 위해 녹지공간 등을 확대 조성하고 있음
강진청자 축제 ⁷⁹⁾	<ul style="list-style-type: none"> 강진군에서는 1996년부터 강진군 대구면 일대에서 제1회 청자문화제를 진행하였으며 현재는 '강진청자축제'로 이름이 변경하여 진행하고 있음 강진청자축제는 고려 시대 선조 무명 도공들의 안식과 님을 추모하기 위해 제를 올리는 의식행사인 '무명도공 기원제'와 청자 상형, 성형, 조각 등의 제작과정을 볼 수 있는 시연행사, 다양한 청자 모형을 석고틀로 만들어 관광객이 손으로 직접 청자의 형태를 만들 수 있는 체험행사 등이 진행됨
강진청자 축제	 <p>〈출처〉 강진군청 http://www.gangjin.go.kr/culture 접속일 2019.10.31.</p>

〈출처〉 강진군청 <http://www.gangjin.go.kr/culture> 접속일 2019.10.31, “8.24. 강진군, 고려청자문화특구 2015 우수 지역특구’에 선정”. 강진군(2015.08.28.), <http://www.gangjin.go.kr/www/government/press> 접속일 2019.10.31.

76) 농수산물 또는 농수산 가공품의 명성·품질 등의 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 그 특정지역에서의 생산된 특산품임을 표시하는 것

77) “옥천에 185ha규모 옷문화단지 조성”. 연합뉴스(2016.06.22.), <https://www.yna.co.kr/view/AKR20140716071800064> 접속일 2019.10.31.

78) “8.24. 강진군, 고려청자문화특구 2015 우수 지역특구’에 선정”. 강진군(2015.08.28.), <http://www.gangjin.go.kr/www/government/press> 접속일 2019.10.31.

제5절 전국 유명 공예마켓

1. 오프라인 마켓

- 오프라인 마켓으로는 서울밤도깨비야시장, 양평리버마켓, 수원갈롱마켓, 고양다다켓프리마켓 등이 있음. 이들 마켓은 각 지역의 성격에 따라 전통 시장인 5일장, 플리마켓, 프리마켓 등의 형태로 열리고 있음.

[표 8-20] 공예마켓정리 - 서울밤도깨비야시장, 양평리버마켓, 수원갈롱마켓, 고양다다켓프리마켓

마켓명	개요	
서울밤 도깨비야시장	사업목적	• 서울 시민들의 삶의 질 향상에 도움을 주고 외국 관광객에게 좋은 이미지를 심고 여러 문화공연, 다양한 공예품 및 먹거리 판매로 관광명소화 추진
	행사개요	• 2015년 여의도한강공원에서 시범운영을 진행한 이후 2016년 4개소, 2017년 5개소, 2018년 6개소, 2019년 5개소로 확장되어옴 [운영시간: 일정기간 내 매주 금요일~일요일 저녁시간대에 개최(위차마다 상이)]
	위치	• 여의도한강공원, 반포한강공원, 동대문디자인플라자, 청계천광통교일대
	참여업체	• 2015년을 푸드트럭 & 셀러 총 120팀 참가 현재 약 500여개 팀까지 참여확대
	특징	• 장소 내 기존 자원(분수, 조명 등)의 활용한 장소별 특색있는 콘텐츠를 구성 • 일정기간동안 매주 특정요일에 개최
양평리버 마켓	사업목적	• 각 지역에 자생적으로 형성되고 있는 플리마켓, 5일장, 예술인촌 등을 찾아가 지역 특성을 살리고 지역민들의 삶 속에 지역마켓을 녹여내기 위함
	행사개요	• 2014년 9월 20일에 양평문호리에서 처음 시작 • 매월 셋째 주 토요일 오전 10시부터 오후 6시까지 진행
	위치	• 2014년 제1회 마켓은 양평 문호리 강변에서 열렸으나 이후 서울, 충주, 강원도 양양 등 여러 지역에서 마켓을 개최
	참여업체	• 각 지역의 문화예술인들이 참여
	특징	• 전문가 TF 성원 각각이 가진 재능을 지역현장과 연계하여 재능기부형식으로 참여 • 지역의 창조역량 및 문화예술인 생존권 강화와 함께 지역발전을 촉진
수원갈롱 마켓	사업목적	• 수원시 영통구에 있는 핸드메이드 상설매장의 활성화를 위해 수공예품과 먹거리를 판매하는 주기적인 마켓을 개최

79) 한국농어촌공사 '흙사랑물사랑' (2016.09) 전남, 천년의 신비가 살아 숨쉬는 곳 강진

	행사개요	<ul style="list-style-type: none"> • 핸드메이드 제품을 전시하고 판매 • 1년에 4번 개최되는 '마당마켓'과 네이버 밴드를 통해 수시로 모집하여 상시 열리는 '밴드마켓'과 위탁판매를 진행하는 '상설마켓'이 있음 [운영시간 : 평일 10:00~18:00 / 토요일 10:00~17:00 (일요일 휴관)]
	위치	• 경기도 수원시 영통구 이의동 122-2 깔롱마켓
	참여업체	• 약 100여명의 수공예품 셀러들이 참여
	특징	• 위치가 수원이지만 수원지역의 셀러들만 참여하는 것이 아닌 일산, 화성, 수원, 부산, 해남, 제천 등 전국의 모든 셀러들이 참여 가능
	특징	• 위치가 수원이지만 수원지역의 셀러들만 참여하는 것이 아닌 일산, 화성, 수원, 부산, 해남, 제천 등 전국의 모든 셀러들이 참여 가능
고양다다켓 프리마켓	사업목적	• 고양시 관내 사회적 경제 기업 생산품의 다양한 유통망 진출을 위해 통합브랜드 '다다켓(DADAKET)'을 제작하여 마켓을 개최
	행사개요	• 2019년 4월 19일부터 21일까지 일산 벨라스타에서 '다다켓' 마켓을 개최
	위치	• 고양시 일산동구 강송로 33 벨라스타
	참여업체	• 사회적기업인 '두레협동조합', '바늘꽃 협동조합', '아트앤크래프트(여비)', '고양 브랜드관광상품협동조합' 등 5개의 사회적기업에서 14명의 작가들이 참여
	특징	• 일반 기업이나 작가들이 아닌 사회적 경제기업이 직접 제작한 제품 홍보 및 판매 행사로 진행되며 구매자 대상으로 '추억의 놀이'를 통해 다양한 선물을 제공

<자료> 서울시. 『2018 「서울밤도깨비야시장」 운영 기본계획』, 2018a, pp. 1-11, “「로컬체(LoCulture)」가 우리동네에 뜬다”, 지역발전위원회 (2014.09.22.), http://region2015.idasystem.co.kr/news/report_read.php?id=45525&board_id=38&page=1 접속일 2019.10.31., “전국 핸드메이드 장인들의 작품을 만나보세요. 광고 깔롱마켓”, 경기소셜락(2019.04.05.), https://gnews.gg.go.kr/news/news_detail.do?sessionId=29DAA6F761B02225A37A57B0B216F128.ajp13?number=201904051545359231C094&s_code=C094 접속일 2019.10.31., “고양시 사회적경제 통합브랜드 ‘다다켓(DADAKET)’ 제작”, 고양일보(2018.09.11.), <http://www.mygoyang.com/news/articleView.html?idxno=48207> 접속일 2019.10.31.

- 공예시장으로는 서울로 팝업스토어, 서울예술시장 소소, 중구문화예술 거버넌스 협치테이블 등이 있으며, 시장마다의 특색을 가지고 진행되고 있음

[표 8-21] 공예마켓정리 - 서울로 팝업스토어, 서울예술시장 소소, 중구문화예술 거버넌스 협치테이블

마켓명	개요	
서울로 팝업스토어	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 장인과 신진 디자이너 간 협업을 통해 선순환 산업생태계의 조성 • 2017년에 시작하여 3년째 진행중
	행사개요	<ul style="list-style-type: none"> • 기존에는 의류와 수제화 등 각각의 콘셉트에 맞게 운영하였으나 기획, 디자인, 제작을 디자이너와 장인들이 협업하여 특화상품을 만들어 운영하는 방식으로 수정 • 2019년 05.17(금)-06.20(목)에 진행되었으며 09.27(금)-11.03(일)에 진행됨
	위치	• 서울특별시 서울로 7017 목련마당
	판매상품	• 30종의 의류와 6종의 수제화를 판매
	특징	• 협동조합에 소속되어있는 디자이너 지망생들부터 장인들까지 다양한 폭의 공

		<p>여작가들이 참여함으로써 프로그램을 통해 유입된 디자이너와 지역의류 제조인들이 함께 협업할 수 있는 장을 마련해줌</p>
세종예술시장 소소	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 예술가들의 신선한 아이디어와 열정을 독려하고 시민들이 공연, 예술, 문학 등 여러 문화예술을 즐길 수 있도록 함
	행사개요	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년에 5월부터 시작하였으며 4월~10월 간 매월 첫째, 셋째 토요일 운영 (7,8월에는 운영하지 않음) • 2019년에는 04.20(토)~10.19(토)까지 운영
	위치	<ul style="list-style-type: none"> • 서울특별시 종로구 세종로 세종대로 175 세종문화회관 예술의 정원
	참여업체	<ul style="list-style-type: none"> • 공모를 통해 100여 팀의 문화예술인을 선정
	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 일상과 예술이 만나는 시장이라는 컨셉으로 누구나 참여할 수 있음 • 시장운영뿐만 아니라 싱어송라이터 무대, 야외영화 상영, 북 콘서트 등 다양한 공연을 같이 진행
중구문화예술 거버넌스 협치테이블	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 서울특별시 중구의 문화예술을 주민과 예술인들이 직접 만들어갈 수 있도록 소통의 장을 마련 • 중구청, 중구문화예술거버넌스, 중구문화재단, 서울문화재단에서 함께 운영
	행사개요	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 11월 14일에 처음 개최되었으며 5가지의 주제(놀이파티 기획 운영, 예술과 도시기술, 예술인의 연대와 협력, 일상과 예술, 지역과 만나는 예술교육)를 가지고 토론을 진행 • 2018년 11월 1회, 2019년 1월 2회, 2019년 9월 3회를 개최 • 이전에는 '중구 문화예술 거버넌스 테이블'이었으나 현재는 '중구문화예술 거버넌스협치 테이블'로 명칭이 변경됨
	위치	<ul style="list-style-type: none"> • 서울특별시 중구청 대강당
	참여자	<ul style="list-style-type: none"> • 중구청장을 비롯한 중구청 관계자 • 예술인, 기획인, 생활예술가, 문화예술단체 등 100여명
	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 10월 26일 서울 중구 을지로 대림상가 옥상에서 '아티스트 네트워크 파티-을지놀'이라는 행사가 개최되었으며 이를 기반으로 아티스트들이 다양한 소통을 할 수 있는 '중구 문화예술 거버넌스 협치테이블'이 개최됨 • 두 행사 모두 중구청에서 주관하였으며 '을지놀'은 파티의 장으로 '중구 문화예술 거버넌스 협치테이블'은 토론의 장으로 운영함
와글와글 밤시장	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 창업 이전 이후 판매할로를 찾는 지역주민들에게 기회를 제공
	행사개요	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 협동조합 롤루랄라 내 '일산아지매'와 원마운트가 같이 주관한 마켓으로 2017년 8월 11일부터 12일까지 2일간 원마운트 옆 거리에서 진행 • 정기적으로 운영하는 야간마켓으로 기획되었으며 현재는 이마트타운 키텍스점에서 운영
	위치	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 일산서구 키텍스로 171 이마트타운 키텍스점 1층 야외마당
	특징	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 공예작가 및 셀러 50명 • 핸드메이드 제품, 식품, 주방용품, 완구, 의류 등 제품종류가 특정되지 않음

〈자료〉 “[카드뉴스] 서울로 봉제·수제화 팝업스토어, 확 달라진 모습으로 17일 개장”,

서울시(2019.05.20.), http://news.seoul.go.kr/citybuild/archives/504105?tr_code=sweb 접속일 2019.10.31. "여름 쇼핑은 서울로 701에서",

머니투데이(2019.05.16.), <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019051609185329952> 접속일 2019.10.31., 세종예술시장 ‘소소’ 네이버 포스트 (<https://m.post.naver.com/my.nhn?memberNo=12333474>) 접속일 2019.10.31. VISIT SEOUL.NET 홈페이지(운영기관: 서울관광재단) - 세종예술시장 ‘소소’ 소개 <http://korean.visitseoul.net/index> 접속일 2019.10.31., “제1회 중구 문화예술 거버넌스 테이블 개최”, 중구일보 (2018.11.20.), <http://www.junggunews.com/news/articleView.html?idxno=30572> 접속일 2019.10.31. “예술가 300명 모이는 '을지로 옥상파티' 연다” 아시아경제(2018.10.23.), <https://www.asiae.co.kr/article/2018102307280011990> 접속일 2019.10.31., “일산에서 열리는 와글와글 밤시장 '일밤마켓'” 고양일보(2017.08.24.), http://www.goyang1.com/news/articleView.html?idxno=3481&replyAll=&reply_sc_order_by=C 접속일 2019.10.31.

2. 온라인 마켓

1) 텀블벅

[표 8-22] 텀블벅

텀블벅	특성 및 현황
개요	<ul style="list-style-type: none"> 2011년 1월에 설립된 텀블벅은 크라우드 펀딩 회사로서 온라인 플랫폼을 활용하여 문화, 콘텐츠, 아이디어 상품 등 다양한 주제로 펀딩을 받음. 아이디어 상품이 있으면 목표금액과 모금기간을 설정하여 누구나 등록하여 펀딩을 받을 수 있으며 SNS, 블로그 등을 통해 홍보를 진행하여 후원금을 모집함 2019년 11월 기준 공예분야의 펀딩프로젝트는 746건이 있으며 다양한 아이디어 상품 이외에도 DIY 키트, 교육프로그램 등이 있음
판매물품 및 판매전략	<ul style="list-style-type: none"> 텀블벅의 판매물품 카테고리는 게임, 공연, 디자인, 문화, 공예 등 14가지로 구성됨 상품 등록시 상품 스토리, 창작자 소개, 프로젝트를 시작한 계기 등 여러 이야기를 통해 제품을 홍보할 수 있으며 단순히 진열되어있는 제품을 구매하는 것이 아니라 제품 안에 있는 스토리까지 구매를 하는 것이기 때문에 일반적인 공산품과의 차별성을 둘 수 있음 또한 사이트의 각종 데이터를 종합하여 판매자에게 도움이 되는 정보를 제공함으로써 보다 쉽게 고객을 끌어들이 수 있게함 현재 텀블벅의 제품수수료는 후원금 마련에 성공한 프로젝트에 한하여 후원금 지불액의 5%로 하고 있음
시사점	<ul style="list-style-type: none"> 텀블벅은 후원금 마련이 성공되기 전까지 후원금이 전달되지 않기 때문에 일정 금액이 모이기 전까지는 판매자와 후원자 모두 크게 부담되지 않는 구조로 이루어짐 또한 제품생산을 시작할 때부터 수익금이 확정되어있으므로 보다 안정적으로 제품생산에 들어갈 수 있으며 제고가 남으면 손실이 큰 영세 사업자의 경우 이러한 시스템 혜택을 보다 많이 누릴 수 있음 다만 후원금이 일정금액을 넘지 못하는 경우 아예 수익이 창출되지 않기 때문에 텀블벅에 진입하기 전에 보다 높은 제품완성도나 아목을 집중시킬 수 있는 스토리 등 다양한 스펙을 키워줄 필요가 있음

<출처> “누적 후원금 147억 규모..텀블벅, 2017년 결산”, Platum(2018.02.02.), <https://platum.kr/archives/95268> 접속일 2019.10.31.

2) 아이디어스(idus)

[표 8-23] 아이디어스(idus)

아이디어스	특성 및 현황		
개요	<ul style="list-style-type: none"> • idus는 2014년 6월 핸드메이드 작가들을 위한 플랫폼을 시작으로 2018년 01월 오프라인 스토어를 오픈했으며, 2019년 01월 누적거래 1,100억 원을 달성함 2019년 1월 기준 누적다운로드 수는 470만을 넘어섰으며 월 이용자는 165만 명으로 추정되며, 1개월 내 재 구매율 80%로 핸드메이드 마켓 플랫폼 1위임 • 공예인 연평균 매출 상위 5%는 2억 2천만 원, 상위 35%는 5,400만원임 • 아이디어스는 심사를 통해서 개인 작가들을 영입하며, 입점한 작가들에게는 판매전략 등 작가교육을 진행함. 작가는 판매할 작품과 가격을 자유롭게 올릴 수 있음 		
판매물품 및 판매전략	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어스에는 식품, 공예품, 패션 잡화 등 36개의 카테고리가 있으며, 이중 식품과 액세서리가 가장 많이 팔림. 전통공예 매출은 적지만 지속적 후원 계획임 • 판매는 카테고리별 검색창 이용하는 방법과, 추천작품, 실시간 후기, 작가 추천 등의 다양한 형식으로 이루어지고 있음. 지불은 네이버페이로 이용함 • 아이디어스는 단순한 작품판매뿐만 아니라 작가 브랜딩 및 홍보, 고객과의 소통관계 구축들을 통해서 고객과의 신뢰형성을 중요시함. 공예인들 스스로 프로필 관리, 스토리 등록, 작품관리 설정 등을 가능하게 함 • 스토리 등록은 자신이 만든 작품을 소개하고 작가의 이야기를 적을 수 있도록하여 페이스북이나 인스타그램처럼 고객들과 직접 작가들이 소통할 수 있도록 함 • 단순한 구매 플랫폼을 넘어서 공예문화를 이룩하고자 하며 이를 위해 온라인 매장, 오프라인 매장 확장과 해외진출을 계획하고 있음 		
광주디자인 센터의 아이디어스 지원 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 광주디자인센터에서는 온라인 판매장(아이디어스) 입점 공방을 모집하여 공예제품의 온라인 판로를 열어줌 • 2019년 5월부터 11월까지 진행되었으며 20개의 공방을 지원함 • 자체 지원 내용으로는 아이디어스 멤버십 작가수수료지원, 아이디어스 광주공예가 기획전 참여기회 제공, 집체 교육 제공 등 총 5가지를 지원함 		
	지원사항	세부내용	비고
	멤버십작가 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 5월부터 11월까지 멤버십 작가 활동 자격 지원 - 판매 수수료 일반작가(22%), 멤버십작가(15%) 	-
	기획전 참여 기회 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 우수 상품 5개 이상 보유시 참여 가능 	-
	집체교육 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어스 마케팅 관련 강의 제공 	디자인센터
	본사 집체교육 우선 선발 기회 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어스 내 본사 교육 신청시 우선 선발 기회 제공 	아이디어스
	촬영 지원 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 아이디어스 본사로 상품을 보내야 하며 수령 후 평균 3주 소요 예정 	아이디어스

〈출처〉 아이디어스 (<https://www.idus.com>), 접속일 2019.10.31., 아이디어스, 『아이디어스 서비스 소개서』, 2019, pp. 1-24.

3. 공예산업의 온라인쇼핑몰 현황

- 공예는 팬덤이 형성되어야 하며, 작품 또는 상품이 시장에서 인지도를 확보하지 못하면 온라인쇼핑몰에서 성공하기 쉽지 않은 구조임.
- 즉, 공예제품이 온라인상에서 상품으로서 인정받아 거래가 활성화되기 위해서는 오프라인에서 충분히 고객을 확보할 수 있어야 하며, 이후 홍보할 수 있는 기획과 계획이 우선되어야 하며, 이를 통해 오프라인과 온라인이 병행될 수 있어야 함
- 현재 공예로 인지도를 얻은 아이디어스의 경우에도, 철저히 상품의 질에 대한 평가를 하고 있으며, 온라인 등록 공예인과 공예품 등을 지속적으로 관리하고 있음
- 이외에도 많은 공예사이트가 오픈되기는 하였으나 성공적으로 지속성을 가지고 운영되고 있는 경우는 드문 상황임
- 따라서 선불리 온라인 공예품 거래시장을 오픈하거나 지자체 차원의 온라인 공예 포털 및 플랫폼을 지원하는 것은 신중히 고려해 볼 필요가 있음
- 오히려 공예 시장이나 공예 지원 사업 등에 대한 다양한 정보를 공유하고 교류할 수 있는 정보공유플랫폼 등의 구축이 절실히 필요한 것으로 보임. 공예인의 특성상 특정 기업이나 업체에 소속되지 않고 개인 작가로서 활동하는 공예가가 많아 이들이 정보 공유 플랫폼을 통해 전시, 경진대회, 프리마켓, 플리마켓, 지역특화사업, 인증, 공모사업, 박람회, 특허 등의 지적재산권 확보 등과 같은 정보를 쉽게 접할 수 있도록 지자체가 지원하는 것이 필요함
- 전시의 경우 대규모전시관의 구축이 쉽지 않다면 ‘디자인큐브’와 같은 이동식 갤러리 사업을 통해 공예품 전시 등을 시도해 볼 필요가 있음. ‘디자인큐브’는 찾아가는 갤러리로 호수공원 꽃박람회 등과 같은 고양시 모든 대규모 행사에서 전시가 가능하여 활용도도 매우 높을 뿐만 아니라 공예를 홍보하고, 젊은 디자인너들의 작품 전시를 통한 인지도 확보에도 활용될 수 있을 것으로 기대됨

제6절 고양시 공예마켓

1. 고양시 플리/프리 마켓

□ 2017, 2018, 및 2019년 상반기(7월)까지 고양시에서 열린 마켓은 다음과 같음

[표 8-24] 2017년 플리/프리 마켓

주관 및 주최	일시	행사명
고양시 여성회관	01.16-19 (4일간) 05.01-08 (8일간)	• 솜씨고운가게
고양시청 고양문화재단	05.27-28 (2일간)	• 고양시 생활문화동호회 축제 소.나.기 - 나 눔 아트마켓
고양시청	05.20-21 (2일간)	• 고양문화마켓 ⁸⁰⁾ - 슈퍼맘 마켓/푸른고양나눔장터 ⁸¹⁾ /고양브 랜드마켓/고양 펫마켓/청소년 문화기획단/ 전통아트마켓/그리너리 마켓
고양시청	5월-10월(한달에 1번)	• 사회적 경제 꿈길마켓
덕양구 화정1동 주민자치위원회	06.03	• 꽃우물 별난장터 - 어린이 나눔장터 / 수공예 플리마켓
신도동종합복지회관 고양하천네트워크	06.16	• 창릉천의 푸른밤 - 프리마켓
고양문화재단	09.09-10 (2일간)	• 고양행주문화제
고양문화재단	09.28-10.01 (2일간)	• 고양호수예술축제
흥도동 주민자치위원회	09.16	• 한마음 문화축제 - 나눔 플리마켓
고양동 주민자치위원회	09.23	• 높빛축제 - 나눔장터
고양시청 여성가족부	10.14	• 호호성공 페스티벌 - 창업자 프리마켓
덕양구 화정2동 주민자치위원회	10.14	• 꽃우물 플리마켓 - 어린이나눔장터 / 플리 마켓
이마트타운 고양시일산종합사회복지관	10.21	• 알뜰살뜰할고양 플리마켓
고양시청 다문화가족지원센터	10.24	• 2019 고양 다문화 어울마당
고양시 농업기술센터	9월-12월 (총 2회)	• 화훼프리마켓

〈자료〉 고양시청 - 소식 (http://www.goyang.go.kr/news/user/bbs/BD_selectBbsList.do?q_bbsCode=1030) 접속일 2019.10.31.

80) 원마운트 - 관광안내센터 - 고양문화원 - 노래하는 분수대

81) 2017년 5월 26일 - 3개 구청 협력협업체 회의를 통해서 '푸른고양나눔장터'의 무분별한 상업화를 막고 플리마켓(수공예) 등 개인 테마장터를 더욱 활성화하기로 협의

[표 8-25] 2018년 플리/프리 마켓 정리

주관 및 주최	일시	행사명
고양시 여성회관	02.01-07 (5일간) 05.02-04 (3일간)	• 솜씨고운가게
원흥종합사회복지관	05.19	• 흥도·도래울 돛자리 문화제'
덕양구 화정1동 주민자치위원회	06.16	• 꽃우물 별난장터 - 어린이 나눔장터 / 수공예 플리마켓
덕양구 고양동 복지일촌협의회	06.22	• 고양동 불우이웃돕기 나눔행사 • 프리마켓 - 나눔마켓
고양시청 고양문화재단	07.21	• 고양시 생활문화동호회 축제 소나기 - 나눔 아트마켓
고양문화재단	09.08-09 (2일간)	• 고양행주문화제
고양시청 고양시사회적경제지원센터	09.13-14 (2일간)	• 다다켓
백석2동 주민자치위원회	09.15	• 알미문화축제 - 프리마켓
일산종합사회복지관 일산서문상인회	09.15	• 우리마을 플리마켓 - 수공예장터
고양시청 여성가족부	10.06	• 호호성공 페스티벌 - 창업자 프리마켓
흥도동 주민자치위원회	09.16	• 한마음 문화축제 - 나눔 플리마켓

〈자료〉 고양시청 - 소식 (http://www.goyang.go.kr/news/user/bbs/BD_selectBbsList.do?q_bbsCode=1030) 접속일 2019.10.31.

[표 8-26] 2019년 플리/프리 마켓 정리

주관 및 주최	일시	행사명	비고
고양시 여성회관	01.23-29 (8일간)	• 솜씨고운가게	-
고양시청 고양시사회적경제지원센터	04.19-21 (3일간)	• 다다켓	-
고양시청	04.27 05.18	• 제1회 푸른고양 나눔장터 (04.27) • 제2회 푸른고양 나눔장터 (04.27)	-
고양시청 다문화가족지원센터	05.18	• 2019 고양 다문화 어울마당	-
덕양구 화정1동 주민자치위원회	05.25	• 꽃우물 별난장터 - 어린이 나눔장터 / 수공예 플리마켓	-
덕양구 행신동 마을축제추진위원회	06.15	• 오진다!! 행신동 가족사랑 축제 - 플리마켓 / 경단녀 수공예동아리 프리마켓	-
덕양구 원신동 마을축제추진위원회	06.10	• 제5회 다.다.모축제 - 지역주민의 공예품 등을 판매하는 플리마켓	-
덕양구 관산동 주민자치위원회	05.18 06.15	• 통일로 속닥속닥 프리마켓	-
문화체육관광부	07.04	• 지역 장인이 만든 수공예품 문화누리마켓	-
고양시청 고양시사회적경제기업협의회	08.31-09.01	• 호수범마실 축제	-

고양시 관산동 복지일촌협의회	09.03	• 웹마켓 (나눔바자회) - 경기도 꽃고리가요제 및 통일로 프리마켓과 연계	-
행주동 행정복지센터	09.28.	• 행주통기타축제	취소
덕양구 환경녹지과	09.28.	• 제4회 푸른고양 나눔장터	
일산동구 환경녹지과	09.28	• 제6회 푸른고양 일산동구 나눔장터	
일산동구 환경녹지과	10.19	• 제5회 푸른고양 나눔장터	
문화유산관광과	09.20-09.21 09.28-09.29	• 한강하구 평화이야기 가을여행주간	
문화유산관광과	09.27-09.29	• 2019 경기도 인간문화제대축제	
문화예술과	10.03-10.06	• 제11회 호수예술축제	
여성가족과	10. 12.	• 호호페스티벌	

〈자료〉 고양시청 - 소식 (http://www.goyang.go.kr/news/user/bbs/BD_selectBbsList.do?q_bbsCode=1030) 접속일 2019.10.31.

2. 호수밤마실 축제

[표 8-27] 호수밤마실축제

호수밤마실축제	특성 및 현황
사업취지	<ul style="list-style-type: none"> 고양시민의 문화예술공간 확충에 대한 니즈를 충족시키며, 고양시의 랜드마크인 호수공원의 활성화와 젊고 건강한 이미지 확립에 기여 주말 호수공원 방문자들에게 휴식과 체험, 먹거리, 수공예 제품 판매장 등 풍성한 경험을 제공함으로써 방문 만족도 상승 판매처가 부족했던 사회적경제 주체들에게 양질의 판매처 제공, 고양시민들과 직접적 스킨십을 통하여 제품 홍보 및 판매 수익 극대화
행사개요	<ul style="list-style-type: none"> 일 시 : 2019. 08. 31(토) ~ 09. 01(일) 16:00~22:00 장 소 : 고양 호수공원 내 노래하는분수대 광장 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> - 프리마켓 : 핸드메이드 등 소셜미션을 갖고 있는 고양시 우수작가 작품 판매 - 문화공연 : 시민과 함께하는 버스킹공연 - 가족체험 : 천연재료 수공예 체험, 사회적경제 스킨십 프로그램 제공 - 푸드트럭 : 청년창업가 세계음식 주최/주관: 고양시/고양시사회적경제기업협의회
프리마켓	<ul style="list-style-type: none"> 핸드메이드, 업사이클링 제품, 친환경농산물 등 소셜 미션을 실천하는 고양시 셀러 30팀 <ul style="list-style-type: none"> - 대표 작가 셀러, 고양아트마켓공예작가협동조합, 두레협동조합, 비즐협동조합, 바늘꽃협동조합, 단아후, 나루코, 아트앤크레프트, 나들이 등

	 
예술공연	<ul style="list-style-type: none"> • 축제를 풍요롭게! 호수공원의 밤 분위기를 더 해주는 거리공연 팀 구성 • 노래하는 분수대 양 측면 간이 무대 설치, 가수가 양 무대를 활용하여 움직이며 관객 속으로 들어가 시민과 어울리는 버스킹 공연  
가족체험	<ul style="list-style-type: none"> • 아이들이 직접 핸드메이드 제품을 제작해보며 사회적경제와 스킨십 강화 • (대표 체험 운영 부스) 고양아트공예작가협동조합, 아트앤크레프트 천연 색소 or 자투리 천을 이용한 수공예 체험, 애착인형 만들기 등   
푸드트럭	<ul style="list-style-type: none"> • 합리적인 가격과 다채로운 세계음식으로 구성된 청년 푸드트럭 10여대  

〈자료〉 고양시, 『호수 밤마실 축제 기획안』, 2019b, pp. 1-4.

제 9 장

결론 및 정책제언

제1절 결론

제2절 정책제언

제절 결론

1. 연구 기대효과

1) 고양시 공예산업 현황 및 특성파악

- 전국 공예산업 현황 및 고양시 현황 비교 조사
- 고양시 실태조사를 통한 고양시 공예산업의 현황 파악 및 분석
- 타 지자체 및 타 지역과의 차별성과 경쟁력 조사 및 분석

2) 고양시 공예범주별 현황 및 특성파악

- 고양시 공예산업 각 범주별 현황 및 특성 파악분석
- 고양시 공예산업 각 범주별 특성에 따른 지원정책방안 모색
- 고양시 공예산업 각 범주별 육성·발전 방향성 제시

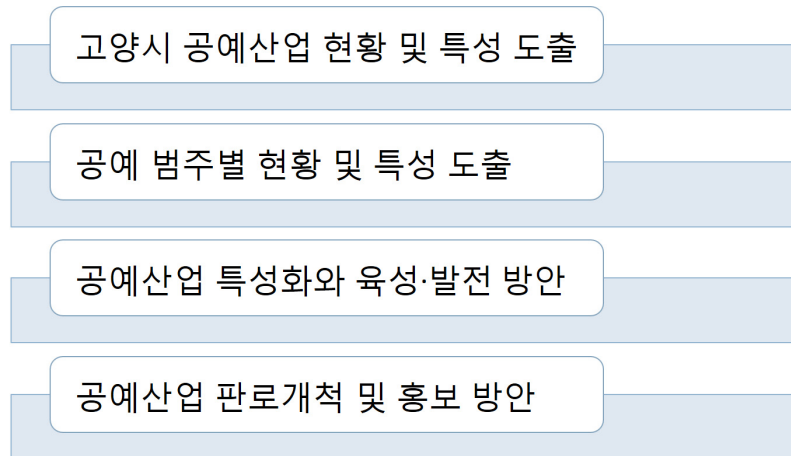
3) 고양시 공예산업 특성화와 육성·발전 방안

- 타 지자체 및 지역과 고양시 공예산업 차별화 방안 모색
- 고양시 공예산업이 육성·발전을 위한 방향성 제시

4) 고양시 공예산업 판로개척 및 홍보방안

- 고양시 공예 범주별 유통·판로를 살펴보고 이에 따른 판로개척방안 모색

[그림 9-1] 연구기대효과



〈출처〉 연구자 제안

5) 가능한 정책 제안

- 공예범주별(전통, 생활, 산업, 현대) 공예산업 육성 및 판로개척 정책 방안
- 공예사업자 숙련도별(신규시장 진입자/기존시장/경쟁자) 판로개척 방안
- 공예기술자 및 사업자 육성 방안(미래기술과 융합, 전승 및 계승자 육성 등)
- 공예 기술의 지식산업화 방안 모색(빅데이터 기반 데이터베이스 구축방안 모색, 3D 프린팅 활용 방안, 맞춤 생산 방안, 개인화 등)
- 판로개척 방안 제안, 전시관 구축·운영 방안, 이동전시관 도입방안, 온라인(idus) 판로개척 방안 모색, 오프라인(애니콜 및 행주산성) 판로개척 방안 모색
- 신규 공예사업자의 공방 창방 및 판로개척 등을 위한 클라우드 펀딩 방안 모색
- 신규 및 기존시장 간의 상권 마찰 해소 등을 위한 비즈니스 모델 및 정책방안 제시
- 오프라인(Off-line) 시장 활용 및 활성화 방안 모색(전통시장, 프리마켓, 플리마켓, 밤도깨비 시장 등), 노브랜드, 고양이 마켓 등을 통한 공예산업 판매 방안 모색
- 공예사업자의 해외시장 진출을 위한 정보수집 및 서류 등의 행정지원 방안 모색
- 전국 및 세계적 공예대전, 전시회, 공모전, 대회 등의 유치 및 운영 방안 제시
- 공예산업의 선순환 생태계(소재→생산→유통→교육) 조성 방안 모색

2. 고양시 전체 공예산업 일반현황 및 특성파악

- **(산업역량)** 고양시는 229개 시군구 중에 사업체수로는 22등, 종사자수는 31등, 매출액은 43등 및 영업이익은 41등에 해당함. 수도권 56개 시군구 중에서는 사업체수 14등, 종사자수 15등, 매출액 및 영업이익 각 19등임. 공예산업 매출액 대비 영업이익은 229개 중 147위에 해당함⁸²⁾
- **(고양시 공예가 응답자 특성)** 고양시 공예산업 종사자 중 설문응답자 232명 중 (대표자)는 여성이 61.2%, (사업체 형태)는 개인사업체가 77.2%, 사업 (시작시점)은 2010년 이후가 60.3%이며, (사업체 운영)형태는 공방이 78%, (사업체 구조)는 단독기업형태가 91.8%이며, (대표자 경영형태)는 창업자가 90.1%임. (4대 보험)가입자는 20.7%에 불과하고, 49.6%는 전혀 가입하지 않은 것으로 조사됨
- **(범주현황)** 현대 23.6%, 전통 19.1%, 산업 26.0%, 생활 5.3%로 조사됨. 2011년 이후 생활공예 71.9%, 산업공예 60.3% 급증함. 소재는 목공예가 가장 많으며, 취미교육 형태로 생활공예 인력이 다수 배출되고 있는 것으로 파악됨. 이에 따른 시장포화로 기존 상권과의 마찰 등의 문제가 발생하고 있음. 전통공예는 시장 및 판로확보는 비교적 양호하나 기술 전승의 어려움이 심각하고, 공예마을 등 집성촌 조성에 대한 요구가 큼. 현대와 산업은 정기거래처 확보가 타 범주에 비해 높은 것으로 조사되었으나, 여전히 유통·판로 확보 및 재교육에 대한 요구가 높게 나타남. 현대공예는 해외 판로 개척에 대한 관심이 높았음. 산업공예가 매출액이 가장 많고, 평균종사자수가 10.3명으로 다른 공예에 비해 많으며, 상용근로자가 8.3명으로 높음. 신규인력 채용 경험도 9.6%로 가장 높고, 채용 계획도 17.8%로 가장 높게 조사됨. 타 범주 공예는 공방형태 운영이 많으나, 산업공예는 공장형태로 운영되고 있으며, 4개의 범주 중 경제적으로 가장 안정적인 것으로 조사됨.
- **(고양시와 전국 공예)** 전국 공예는 2000년대 활성화되었으나 2010년 이후 성장세가 둔화됨. 고양시는 2010년 이후로 급성장함. 대표자 성별은 전국은 남성, 고양시는 여

⁸²⁾ 통계청, 2015 경제총조사 활용(경제총조사는 5년 마다 실시하여, 2019년 현재 2015년 자료가 가장 최신임)

성 비율이 높음. 사업체 평균 종사자수도 고양시는 7.4명인데, 전국은 1.8명임. 신규 인력 채용 경험도 고양시가 7.35로 전국 2.7%에 비해 높음. 채용 계획은 고양시 14.2%, 전국은 2.7%로 조사됨. 대표공예품의 경우 고양시는 가방, 전국은 한복 등으로 조사됨. 고양시의 재교육 참여자는 25.5%로 전국 4.7%에 비해 월등히 높음. 희망 재교육 프로그램으로는 고양시는 트렌드, 전국은 제품 디자인 및 품질향상으로 조사됨. 단체 및 협회 가입률은 고양시가 45.8%로 전국 24.9%에 비해 높음. 고양시는 정보교류 및 취득이 목적인 반면 전국은 업체 간 친목에 가입 목적을 둬. 정보취득 경로로 고양시는 인터넷을 이용하는 경우가 많았으며, 전국은 동종업체를 통해 정보를 취득 및 교류하는 것으로 조사됨. 고양시 총 매출액은 14,631만원인 반면, 전국은 10,397만원으로 조사됨. 고양시는 2천만 원 이하가 27.2%로 가장 많으며, 전국은 2천만 원 이상~5천만 원 미만이 29.7%로 가장 많음. 매출 영역별 비중은 고양시는 교육 및 유통이 높은 반면, 전국은 제조/생산이 83.5%로 조사됨.

□ (전통공예와 비전통공예)

- 전통공예는 2000년대 이전에 활성화되었음. 오프라인으로 주로 거래하며, 온라인 거래는 취약함. 수출경험도 높고, 지자체나 정부의 지원도 많이 받은 편임.
- 비 전통공예는 2001년부터 활성화 되었으며, 일자리창출 등을 목적으로 교육을 통해 양산되고 있음. 공예시장으로 플리 및 프리마켓에 대한 수요가 높고 재교육 욕구가 높은 것으로 조사됨. 온라인을 통한 정보 취득률이 높음

- #### □ (생활와 현대+산업공예)
- 생활공예는 2011년 이후 급증했으며, 여성비율이 84%로 높고, 판로는 92%가 직판임. 소비자 제품 선호 이유로 독특한 디자인을 꼽음. 이에 반해 상대적으로 매출액이 높은 현대와 산업은 제품의 품질이라는 의견으로 조사됨. 생활공예가 시장성이 낮고, 현대 및 산업공예의 시장성이 높은 것으로 판단됨. 생활공예가 비용 대비 매출 및 영업이익이 현대에 비해 상대적으로 열악함. 즉 생활은 공예를 문화·예술적으로, 산업과 현대는 경제·산업적 관점으로 보는 관점에 차이가 있음. 문화·예술적 관점의 경우에도 예술성과 함께 상품의 질이 보장되는 않는 경우는 시장성이 낮아 시장경쟁에서 낙오될 수 있음. 이에 따르 시장에 신규진입하는 공예가들에게 시장성에 대한 정확한 이해와 판단을 위한 교육 등이 우선될 필요가 있음

- (고양시 공예 특성) 전통공예와 생활, 현대 및 산업 공예가 고르게 공존하고 있음
 - 전통공예는 공예장인 등 명장 등 층이 넓게 분포하고 있음. 이에 대한 지역경제 활성화, 4차 산업 기술 등과 현대화 및 전통기술 전승·계승 방안 등으로 그 영역을 확대하고 양성화할 필요가 있음.
 - 현대 및 산업공예는 나름의 영역을 확보하고, 전국적으로 상권을 형성하며 자율적, 독립적으로 시장 및 판로확보를 위한 노력에 힘쓰고 있는 것으로 판단됨. 이에 따른 지원 방안 모색이 필요함
 - 생활공예는 신규시장 진입자가 최근 들어 대폭 증가함에 따라 고양시 내에서는 수요 대비 공급이 급증함. 따라서 소비자 수요 창출을 통한 매출확대 방안의 모색이 필요하며, 양질의 공예품 생산을 위한 재교육 및 훈련의 과정이 필요한 것으로 보임. 시장 선진입자와 후 진입자 간의 다양한 마찰 등 문제에 대한 해결 방안의 모색이 필요함

3. 고양시 공예범주별 현황 및 특성파악

1) 전통공예 현황 및 특성파악

- (현황) 전통공예인은 명장이나 장인의 반열에 있는 공예인이 많아 공예기술 등의 전수와 전승에 관심이 높음
- (판로유통) 판매처나 판로는 이미 확보한 상태로 이에 대한 필요성보다는 전시회, 갤러리 등의 공간과 기회를 통해 작품을 전시하고 대중화에 대한 욕망이 컸음.
- (공예마을) 전통공예인들이 모여서 작업하고 생활할 수 있는 공예 집적 공간을 필요로 했음.
 - 즉, 공예마을, 공예클러스터 및 공예거리 등의 조성을 통해 고양시에 분산 분포하는 전통공예인들이 모여 시너지를 낼 수 있는 작업공간과 서로 간의 기술 융합을 통한 새로운 작품도 창출 할 수 있는 방안의 제공을 필요로 함.
 - 공예마을의 관광화 및 문화복합공간조성, 생활 공예인과 협업 및 공유 공간 창출

등을 기대함

- 공예마을이나 클러스터 등의 조성 시 토지 매입이나 건물 신축의 자부담에 대한 거부감을 보이지 않았음. 정책적 방안은 지자체가 일정 거치 임대기간(예, 30년 임대 후)을 거쳐 공예인에게 매입의 기회 제공 등임. 이는 지가 상승 차익 등의 목적으로 참여하는 것을 방지하고자 함
- **(공예인 자긍심)** 전통공예인은 기술이 이미 산업화 및 사업화의 경지를 넘어 생활이나 임금 등에 대한 어려움 보다는 공예인으로서의 자부심과 사회 공헌의 기회가 주어지기를 기대함
- **(후학양성 및 기술 전승)** 수학 기간이 길고 많은 노력을 필요로 함에 따라 청년 및 후계자 확보가 상당히 어려움. 이에 대한 정책적 지원이 필요함(청년예술가 지원사업으로 시와 공예장인 인건비 분담금 비율을 5:5(1~2년차), 3:7(3년차), 자립(5년차) 등으로 하는 정책 등을 마련하여 계승자 육성을 지원하는 것이 필요함
- **(융합산업)** 전통공예는 신기술의 활용 및 융합화 방안 등에 관심이 높았음. 빅데이터 기술을 이용하여 전통 공예인의 암묵지 등을 기록화 하는 방안 및 3D 프린팅기술을 이용하여 전통공예기술의 도면화 및 생산 등에 많은 관심과 요구가 있음
- **(협업환경)** 전통공예의 경우 조합·업체 간 공동브랜드 개발지원에 대한 요구가 다른 범주에 비해 높았음. 타 범주와도 협업의 의지가 높았음

2) 생활공예 현황 및 특성파악

- **(현황)** 생활공예인은 조사 대상에서는 5.3%에 불과하였으나, 2011년 이후 생활공예인의 수가 빠르게 증가하고 있음. 공예 교육생이 배출되면서 취미공예 작가들이 양산되었고, 이들이 만든 작품이나 제품을 시장에서 판매하고자하는 욕구가 매우 커진 상황임
- **(판로유통)** 생활공예에서 생산된 제품 중 37.5%만이 업체를 통해 거래되는 것(현대 83.3%, 전통 100%, 산업 94.1%)으로 조사됨. 이는 제품이 질이 담보되지 않아 정기 거래처 보유가 힘들고 정기적 판로확보에 어려움이 있는 것으로 추측됨. 또한 판로에 대한 정보 취득에 있어 타 공예산업에 비해 취약하여 애로가 있을 것으로 추측됨.

- 정기거래처를 거의 확보하고 있지 않았으며, 지자체가 플리(벼룩시장) 또는 프리마켓 형태로 수공예 제품의 유통·판매 기회의 제공을 필요로 함. 국내판로 개척에 대한 요구가 높았음.
- (자금상황) 매출이나 수익이 낮은 반면 비용은 다른 공예에 비해 매우 큰 것으로 조사되어 자금상황이 좋지 않은 것으로 조사됨.
- (사업체 소유형태) 타 공예 대부분이 공방이나 공장으로 조사되었으나, 생활공예는 그렇지 않은 경우가 11.7%로 가내수공업으로 작업하는 경우가 많아 공동작업장에 대한 수요가 높음
- (시장 진입) 초보 공예인의 시장 신규 진입자가 많고 시장 진입 장벽을 느끼고 있는 것으로 조사됨. 원활한 시장 활동을 위해 우선적으로 시장성이 있는 제품 확보, 적절한 가격의 설정을 위한 노력이 필요해 보임. 이에 따른 공예 재교육 및 훈련의 기회 제공, 공동작업장의 제공 등의 욕구가 큼
- (기타) 생활공예는 상표등록, 특허, 기능인 및 실용신안 취득에 있어 가장 낮은 분포를 보임. 지적재산권 취득에 대해 전통공예와 생활공예는 중요성을 알지 못해 취득하지 않은 경우가 50%를 상회하는 것으로 나타남. 지적재산권 취득에 대한 홍보와 지원 등이 필요할 것으로 보임. 지원 시에는 지적재산권에 대한 지분 설정 등을 통해 고양시의 사회적경제 사업 등의 다양한 운영 방안의 모색도 기대됨

3) 현대공예 현황 및 특성파악

- (현황) 현대공예인은 전체 조사대상의 23.6%를 차지하며, 사업시작 시점은 2001년 이후 등장한 공예사업자가 85.4%로 다수를 차지하고 있으며, 공예 관련 전문교육 이수자가 50.9%로 타 범주에 비해 많은 것으로 조사됨
- (대표 공예품)은 액자, 가방 및 인형 순이며, 소재는 섬유가 가장 높은 것으로 조사됨
- (신제품개발) 신규제품 디자인 개선 경험이 1년 이내라는 응답이 77.4%를 차지함
- (교육) 재교육에 대한 욕구가 높았으며, 공예 트렌드에 대한 재교육 수요가 높았음
- (판로유통) 정기거래처 확보 비율이 41.4%로 가장 높았으나, 업무의 애로사항으로 판로개척에 있어 정보부족을 지적하였음

- 주요 거래처로는 플리/프리 마켓 및 박람회/축제/페어/전시회 장소 등을 선택함.
이 부분에 있어 현대공예는 예술성, 심미성 및 작품의 질을 확보하고 있는 경우가 많아 시장 내에서 생활공예와의 마찰이 우려됨.
- (수출·입 및 해외전시) 경험 및 시도경험은 현대공예가 가장 높았으며, 해외전시회 참가는 현대공예가 6회로 가장 높았음. 또한 해외 판로개척에 대한 의향도 현대가 가장 높았음

4) 산업공예 현황 및 특성파악

- (현황) 산업공예인은 조사대상 중 26.0%를 차지하며, 2000년대 이후 79.5% 성장함. 또한 가업계승이 4.1%(현대 및 생활은 0%임)를 차지함.
- (사업체 현황)
 - 평균종사자수는 10.3명으로 조사되었으며, 상용근로자도 8.3명으로 조사됨
 - 사업체 소유형태는 공장이 12.3%로 생활 5.3%에 비해 높게 조사됨
 - 대표 공예품은 가방이며 소재는 가죽으로 조사됨
 - 년 매출액은 18,324만원으로 가장 높은 것으로 조사되었음
- (지자체 지원 활용) 인지하고 있는 공예가들 중에 이를 활용하는 정도는 산업공예에서 31.3%로 가장 높은 것으로 조사되었으며 도움이 된다는 의견은 60%로 조사됨

4. 고양시 전통공예 현황 및 특성파악

- 전통 공예 대표는 남성이 많았으며, 2000년대 이전에 활성화 됐으며, 가업계승이 8.5%로 조사됨. 상용근로자는 평균 2.7명으로 조사됨. 반면 비 전통공예는 여성이 많고, 2000년대 이후 활성화 되었으며, 상용근로자의 수가 6.5명으로 많은 것으로 조사됨. 일자리창출 및 지역경제 활성화에 참조가 필요함
- 전통공예 대표 공예품은 도자, 소재는 목공예로 조사됨. 신제품 개발에서 전통성을 주로 고려하며, 재교육은 학위과정을 통해서, 정보교류 및 취득은 단체 및 협회를 통

해서 오프라인으로 이루어지고 있는 것으로 조사됨. 이에 반해 비 전통공예는 공예품의 실용성을 중요시하며, 트렌드에 대한 재교육 수요가 높은 것으로 조사됨. 정보 교류 및 취득은 단체 및 협회를 통하지만 온라인에서 취득비율도 높게 조사됨

- 전통공예는 정기거래처와 유통판로를 100% 확보한 것으로 조사됐으며, 업무수행의 중요도는 제품 확보로 나타났으며, 박람회/페어/전시회 등을 통한 판매는 0%로 조사됨. 비 전통공예는 유통 채널로 플리 및 프리마켓을 많이 이용하고 있는 것으로 조사됨
 - 따라서 전통공예와 비 전통공예 간의 시장 마찰은 크지 않을 것으로 보임. 비 전통공예는 플리 또는 프리 마켓 등의 유통판로를 희망하고 있으며, 전시회/페어/박람회 등을 통한 판매에 관심이 많은 반면 전통공예는 전시회/페어/박람회를 통한 판로는 이용하지 않는 것으로 조사됨. 전통의 경우는 전시는 판매 보다 홍보의 목적으로 활용하고 있는 것으로 조사됨.
- 전통공예의 경우 수출입에 관심과 의사는 있었으나 판로개척 및 해외 정보부족에 대한 의견이 많았음
- 전통공예는 상표등록(14.9%), 특허등록(19.1%), 기능인 및 실용신안 취득률이 높았으며, 지자체 및 정부지원은 전통공예에서 인지도와 활용도가 높았음

5. 고양시 생활 및 현대+산업공예 특성파악

- (현황) 생활공예는 여성 대표비율이 월등히 높으며(84.2%), 판로는 92%가 직판으로 운영되고 있음. 디자인 및 기능 개선 경험은 58%이고 독특한 디자인을 선호하고 있음. 현대·산업 공예가 디자인 및 기능 개선 경험이 71.1%이고, 생활공예는 독특한 디자인을 중시하는 것과는 대조적임.
- (시장 마찰) 생활과 현대공예가 함께 프리 및 플리 마켓을 유통채널로 이용하고 있어 시장 간 마찰이 예상됨. 현대공예는 예술성과 상업성을 동시에 가지고 있는 반면, 생활공예는 취미로부터 시작되어 이제 막 시장에 진입하려는 초보자들이 많아 시장

진입이 쉽지 않을 것으로 보임.

- **(판로유통)** 현대공예는 정기거래처와 유통·판로 경로를 확보하고 있는 반면, 생활공예는 정기거래처를 확보하지 못한 것으로 조사됨
- **(자금상황)** 생활공예의 경우 매출은 현대와 산업공예의 약 30%인 것에 반해 운영비용은 약 140%를 지출하고 있고, 재료 설비 구입 비율도 높아 자금사정이 매우 좋지 않을 것으로 판단됨. 조사에서도 자금사정이 곤란하다는 응답이 64.9%로 조사됨

제2절 정책제언

1. 정책제언의 방향성

1) 공예범주별 정책제언

- 공예범주별 특성에 따른 정책 방안 모색
- 전통, 현대, 산업 및 생활공예 현황 및 애로사항에 따른 정책을 제안

2) 공예자원별 정책제언

- 공예자원(HW/SW/인력/제도)의 균형적 활용 방안 모색
- 기반시설(하드웨어), 지역특화(소프트웨어), 제도지원(인프라) 및 인력양성(교육)

3) 정책의 시기성에 따른 정책제언

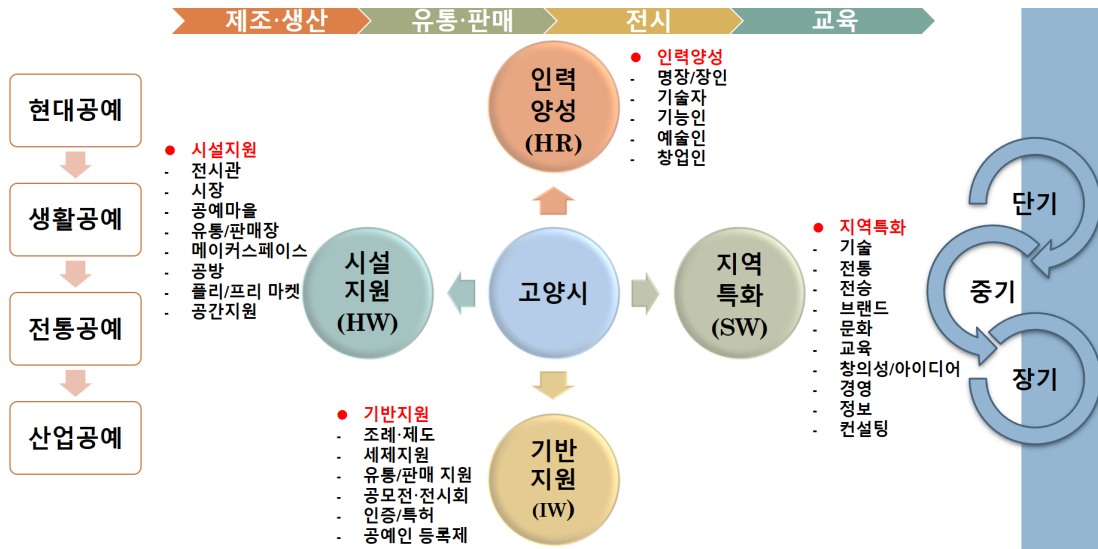
- 제안 정책별, 시기별 교차 확인하여 정책 제안
- 공예산업 육성, 발전 및 활성화를 위한 정책 종류와 시기(단·중·장기)로 구분

2. 고양시 공예산업 정책 제안 구조

- 공예산업은 현대, 생활, 전통 및 산업 공예의 범주별 제조, 생산, 유통 및 판매를 통한 고양시 공예산업의 지역특성화를 위한 육성 정책을 제안함
- 각 사업에 대해 공예범주, 작가, 전문가의 주제별 의견 반영을 표시하였으며, 사업시기별 단·중기와 장기로 구분하였음.
- 고양시 공예산업 세부정책은 유통·판로 강화, 지역 명소화, 우수자원 발굴 및 강화,

지역산업화, 정보교류 및 교육훈련 부문으로 정책을 제안함

[그림 9-2] 고양시 공예산업 정책 제안



- 공예산업정책은 인력양성, 지역특화, 기반시설 및 제도지원의 영역으로 구분하였으며, 수행시기별에 따라 단기, 중기 및 장기로 구분함
- (인력양성) 고양시 전통공예인의 후학양성 및 생활공예인의 기술 및 디자인의 트렌드 개선 등의 모색을 위한 재교육, 취미교육 등의 정책을 제안함
 - (기반시설) 공예인들의 공동 작업공간, 공방, 메이커스페이스, 공예 클러스터, 공예마을, 유통 판매 전시장, 전시관 등의 시설 등에 관한 정책을 제안함
 - (제도지원) 공예산업과 관련된 다양한 정부 및 지자체 지원 방안 모색 및 지자체 인증 장인제도 등의 마련과 조례제정 등의 지원 정책을 제안함
 - (지역특화) 고양시 공예산업의 차별화 방안 및 특성화 방안을 위한 방안을 모색하고 브랜드화 등의 방안을 위한 정책을 제안함
- 지원사업의 조정은 신규, 강화 및 유지로 표시하였으며, 향후 사업 추진방향에 있어, 중앙정부사업의 유치 및 연계 또는 직접추진 사업으로 표시하였음

[그림 9-3] 고양시 공예산업 정책 제언(HW, IW, SW 및 HR)

전략산업 도출		사업기간										정부정책에 대한 지원사업 방향			
특화구분		주제별 의견반영										지원사업 조정		향후 사업 추진 방향	
산업구분		사업시기										단중기		단중기	
생산		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
HW (기반시설)	유통·판로 강화	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
IW (인프라)	지역 명소화	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
SW (지역특화)	우수자원 발굴 및 강화	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
HR (인력양성)	지역산업화	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
	정보교류	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
	교육훈련	생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기
		생산	판매	전시	교육	전통	현대	산업	생활	작가	전문가	단중기	장기	단중기	장기

3. 공예산업 활성화 정책제언

1) 시설지원(HW: HardWare, 가) 정책제언

[표 9-1] 고양시 공예산업 정책 제언

(단위: 백만원)

기반시설(HW) 정책제언		공예범주	단기	중기	장기	예산	생태계
1	고양시 공예전시·판매관 신축	전 범주			0	300 ~	전시/판매
2	고양시 기존 공동전시공간 활용을 통한 공예전시·판매장 운영	전 범주	0	0		50 ~	유통/판매
3	고양시 킷텍스, 아람누리, 어울림 등 기존자원을 활용한 작품성 높은 공예갤러리 운영	전통현대	0	0		50 ~	판매/전시
4	고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(불거리, 먹거리, 살거리)	생활	0	0		20 ~	유통/판매/전시
5	고양시 공예거리 조성: 문화광장(생활공예), 행주산성(전통공예)	전 범주		0	0	50 ~	생산/유통/판매/전시/교육/관광
6	고양시 지역 공예거리 조성-보넛길	생활	0			20 ~	생산/유통/판매/전시/교육
7	고양시 공예전시관/공예전문종합전시관 건립	전범주		0	0	100 ~	전시/판매
8	고양시 분산된 상가공간을 활용한 공예전시·판매장 운영	생활	0			50 ~	전시/판매/유통
9	고양시 공예마을/공예촌/집성촌 등 조성	전통		0	0	100 ~	생산/유통/판매/전시/교육/관광
10	이동식 갤러리 구축 방안(디자인큐브)	전 범주	0			100 ~	전시

□ 중앙부처 연계사업으로 다음 사업 등과 지자체가 공예산업 육성 방향 모색이 필요함

- 공예산업 클러스터 조성(메이커스페이스, 80억원)
- 상설전시판매장 개설 확충(81억 원)
- 지역공예 네트워크 강화(70억원)

2) 인력양성(HR: HumanResource, 나) 정책제언

[표 9-2] 고양시 인력양성(HR, 인프라) 기반 정책제언

인력양성(HR) 정책제언		공예범주	단기	중기	장기	예산	생태계
1	고양시 전승·전통공예인후학양성 사업	전통		0		100 ~	교육/일자리

2	고양시 생활공예인(재)교육·훈련 사업 지원	생활	0	0		50 ~	교육
3	장인 및 인증제도	전 범주	0	0		100 ~	인력양성/관리
4	고양시 공예인 창업 역량 강화	전 범주	0	0		50 ~	역량강화
5	문화상품 기획과정 교육 등을 통한 고양시 공예인 기획 능력 양성	전 범주	0	0		50 ~	교육
6	고양시 공예와 기술의 접목을 통한 공예기술 산업인력 양성	전 범주		0	0	50 ~	교육/일자리
7	고양시 공예인 등록제	전 범주	0			100 ~	인력관리

- 중앙부처 연계사업으로 다음 사업 등과 지자체가 공예산업 육성 방향 모색이 필요함
- 공예산업 클러스터 조성(메이커스페이스, 80억원)

3) 기반지원(IW: InfraWare, 다) 정책제언

[표 9-3] 고양시 기반지원 정책제언

(단위: 백만원)

기반지원(IW) 정책제언		공예범주	단 기	중 기	장 기	예산	생태계
1	고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업장 제공 지원사업	생활		0	0	10 ~	제조/생산
2	고양시 유흥공간을 활용한 공예장터 조성	생활	0	0		100 ~	유통/판매
3	고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축	전 범주	0			50 ~	공유
4	고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공 (공예범주별, 범주간 만남의 장의 개설)	전 범주	0			30 ~	공유/만남/ 기획
5	고양시 공예인 전시회 참가 지원	전 범주	0	0		50 ~	역량강화
6	고양시 프리/프리마켓 차별성 및 특화 기획	생활	0	0		20 ~	유통/판매
7	온라인 유통업체와의 협약	생활	0			100 ~	유통/판매
8	공예 기술 및 지식 기록화	전통		0		300 ~	계승/전승
9	고양시 애니콜, 행주산성, 서오름 상권 네트워크와 리워드 제도 도입(예, 스타벅스 사례)	전 범주	0			50 ~	

- 중앙부처 연계사업으로 다음 사업 등과 지자체가 공예산업 육성 방향 모색이 필요함
- 공예산업 진흥 거버넌스 확립(-)

- 공예산업 클러스터 조성(메이커스페이스, 80억원)
- 지역공예 네트워크 강화(70억원)

4) 지역특화(SW: SoftWare, 라) 정책제안

[표 9-4] 고양시 지역특화 정책제안

(단위: 백만원)

지역특화(SW) 정책제안		공예범주	단기	중기	장기	예산	생태계
1	고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보·마케팅 활용 사업	생활	0			10 ~	홍보·마케팅
2	고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진	생활	0			20 ~	홍보
3	고양시 공예 산업화 지원 사업	생활		0	0	200 ~	생산
4	고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업	전 범주		0	0	100 ~	생산
5	고양시 공예 경진대회	생활	0			100 ~	인력발굴
6	공예대전 유치	전 범주	0			~	홍보
7	공예문화 확산 정책	전 범주	0			~	문화정책
8	고양시 방송영상 산업(VR, AR)과 공예 산업의 연계방안 모색	전 범주	0	0		100 ~	생산
9	고양시 공예교육 및 공예대회EBS와 연계 및 EBS 교육프로그램과 연계	생활	0			~	홍보/교육
10	지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안	전 범주	0	0		200 ~	홍보

- 중앙부처 연계사업으로 다음 사업 등과 지자체가 공예산업 육성 방향 모색이 필요함
- 지역공예 네트워크 강화(70억원)
 - 공예 1인 창조기업 지원(-)
 - 공예품 해외진출 강화(81억 원)

4. 정책제언 세부내용

가-1, 라-7) (HW) 고양시 공예전시관 신축 건립 연구 용역 수행

[표 9-5] 고양시 공예전시관 신축건립 연구 용역수행

사업명	고양시 공예전시관 신축건립 연구 용역 수행				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예제품 전용 전시용 공예전시관 건립 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 중장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 전국 공예전시관 건립현황 <ul style="list-style-type: none"> 현재 성남공예전시관, 청주전통공예전시관, 전주공예품전시관, 안동공예문화전시관 등이 운영되고 있음. 그러나 실질적으로 활발한 운영이나 효과는 미비한 상황임 고양시 공예전시관 운영현황 <ul style="list-style-type: none"> 현재 호수공원내 공예전시관이 운영 중에 있으나 장소가 협소하고 전시관이 독립적 건물이 아닌 형태로 운영되고 있어 매우 미흡한 상황임 킨텍스에서 공예품전시장을 운영했으나 2019년 현재 철수한 상황임 고양시 공예전시관 독립 건물 건립 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> 공예전시관을 건립하기 위해서는 토지매입/신축에 따른 장소물색/토지매입/신축비용 등이 고려되어야 함 전시관을 건축하기 위해서는 이에 대한 필요성에 대한 충분한 공감대가 형성된 후에 건축될 필요가 있음 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	사업성 검토 및 연구용역	시 투자 심사 및 설계용역	공사 시행	공사 진행	공사 진행
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예전시관은 고양시 관광자원, 공예종사자들의 공예전시공간 등으로 활용 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예전시관의 건립은 비용과 시간이 많이 드는 사업으로 건립 후 활용의 효용이 확실하게 나타나야 함 입지 등이 매우 중요하며 유동인구가 많은 곳에 위치할 필요가 있음 전시관은 일반 건물과 달리 예술적 감각의 건물로 신축될 필요가 있음 전시 운영 방안 및 인력 채용 필요함 				

가-2, 라-7) (HW) 고양시 공동전시공간 활용을 통한 공예 전시·판매장 운영

[표 9-6] 고양시 공동전시공간 활용을 통한 공예전시·판매장 운영

사업명	고양시 공동전시공간 활용을 통한 공예전시·판매장 운영				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예전시 공간으로 관광안내소 등 기존공공건물 활용 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 활용 공간 제안 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 관광안내소, 키텍스 또는 기타 활용 가능한 공간 고민 필요 고양시 공동 전시제품 <ul style="list-style-type: none"> 공공건물을 활용하며, 관광상품, 공예상품, 개성공단상품, 북한상품 등과 공동전시 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 관광안내소 등에 공예제품 전시공간 조성이 가능한지 여부 확인 필요 타 관광 상품과 공동 전시 가능 여부 확인 필요 예를 들어, 개성공단상품, 공예상품, 관광상품, 북한상품을 구역을 나누어 동시에 전시가 가능한지 등 관련 협의회, 협회 및 고양시 관련 과(기업지원과, 문화예술과, 문화유산관광과 등)와 논의 필요 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	운영 방안 기획 및 모색	타 관광 상품과의 연계논의	위치 선정 및 설계용역	사업시행	판매장 운영
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	200,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 관광상품, 개성공단 상품, 북한상품 및 공예상품 등이 공동 전시됨으로 인해 고양시 관광명소화 가능 전시기능뿐만 아니라 판매기능을 통해 시민 및 관광객의 호기심 및 관심 유도 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 장소 후보 선정 및 의사결정이 필요 상품 전시 공간으로서의 조명, 칠, 벽지, 구조물 제작 등 리모델링 비용 필요 QR코드 도입 등 효율적 판매 방안 모색 필요 가장 중요한 것은 협회 및 고양시 관련 과와의 협조 및 협업으로 보임 				

가-3) (HW) 고양시 기존 관광자원을 활용한 공예갤러리 운영 및 판매

[표 9-기] 고양시 기존 관광자원을 활용한 공예갤러리 운영 및 판매

사업명	고양시 기존 관광자원을 활용한 공예갤러리 운영 및 판매				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 명장들의 작품 전시 및 브랜딩을 위한 공예갤러리 운영 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 활용 공간 제안 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 관광안내소, 키텍스 또는 기타 활용 가능한 공간 고민 필요 갤러리 운영 방안 <ul style="list-style-type: none"> 갤러리는 유동인구 많은 곳으로 할 필요가 있음 키텍스, 아람누리, 어울림 등의 공간을 활용하는 방안 모색 필요 명장들이 공예제품을 일정주기로 일년 내내 전시하여 전시 상품화 제품 전시하는 명장들에게 적절한 보상 방안 모색 → 고양시 브랜딩과 연계 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 명장들에 대한 명확한 조사 및 명단 확보 명장들에게 갤러리 공간 조성시 작품 전시 의향 확인 공예인들 스스로 갤러리 운영을 기획하고 사업을 진행할 수 있도록 지원 갤러리라 칭할 수 있을 정도의 조명 등 시설인프라에 대한 투자 필요 고가의 제품으로 보안/보험 등에 비용 책정이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	운영 방안 기획 및 모색	위치 선정 및 설계용역	사업시행	판매장 운영	운영 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	500,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예명장 발굴 및 전시 기회 지원 고양시 공예제품 지역브랜드화 명장들의 제품 전시회를 통한 관광상품화 고가의 제품 판매 등 유통/판로 개척 → 소더비 경매와 같은 경매시장 운영 방안 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 명장 선정 및 전시기회 부여 등은 관이 주관하기보다 공예인들과 면밀한 협조를 통해 이루어져야함 또한 이러한 전시회 등이 성공 및 지속적으로 성장하기 위해서는 어떠한 형태로든 공정성이 확보될 수 있는 방안 모색이 필요 				

가-4) (HW) 고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(볼거리, 먹거리, 살거리)

[표 9-8] 고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(볼거리, 먹거리, 살거리)

사업명	고양시 지역상권과 상생하는 특화거리 조성-애니골(볼거리, 먹거리, 살거리)				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역상생 볼거리, 먹거리 및 살거리 조성 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역상권을 활용한 공예 전시 및 판매장 운영 <ul style="list-style-type: none"> 애니골의 지역 카페 및 음식점을 공예 수제품을 팔 수 있는 공간으로 활용 지역의 카페나 음식점에 수제품, 도자, 그림 등의 제품을 전사를 통해 판매함 전시품에 QR코드 등의 장착 <ul style="list-style-type: none"> 전시품 판매장에는 장소뿐만 아니라, 판매원 및 제품을 소개하고 관리할 수 있는 인력이 필요 그러나, 애니골 카페거리에 있는 모든 카페에 판매원이나 설명사를 둘 수는 없음 따라서 제품에 QR코드 등을 장착하여, 이를 통해 판매 물품/재고 등을 관리함 스토리텔링 등 설명을 모바일 폰을 통해 소비자가 쉽게 접근 할 수 있도록 함 또한 QR코드 등을 통해 수익 배분 및 세금 납부 등이 가능하도록 함 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 애니골 상인회와 수공예 협회 등의 간담회 등 회의 기회 마련 자원을 위한 세밀한 정책 방안 구축 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	간담회 조성 및 시범사업 수행	사업시행	사업확장	사업운영	운영평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예거리를 통한 유통판로 확보 및 지역상권 상생 스토리텔링을 위한 일자리 창출, 수익배분 및 납세 등 투명성 확보 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 상인회와 수공예 협회와의 만남 및 협력 분위기 조성 지역 상권에 수공예품 전시에 따른 다양한 문제점 발생을 예측하고 이를 방지하기 위한 정책 방안 마련, QR코드 장착을 위한 방안 모색 등 				

가-5) (HW) 고양시 공예거리 조성-문화광장, 행주산성 등

[표 9-9] 고양시 공예거리 조성-문화광장, 행주산성 등

사업명	고양시 공예거리 조성-문화광장, 행주산성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예거리 조성 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단 중 장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 활용 공간 제안 <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="flex: 1;"> <ul style="list-style-type: none"> 행주산성, 문화광장(정발산역→호수공원 길), 호수공원과 원마운트 사이길 등 도시재생 지역(예, 능곡 등) 창릉 및 삼송 등 제3기 신도시 등 고양시 근교 외곽지역 공터 </div> <div style="flex: 1; text-align: center;"> </div> </div> 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 미관광장의 경우 문화예술관광과와 협의 필요 행주산성의 경우 전통공예-전승공예 중심의 공예거리, 공예공방 등을 고민해 볼 필요가 있음 제3기 신도시에 공예거리 및 공예공방 등을 구축시 설계반영을 위한 노력 필요 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	공예 거리 조성계획 수립	공간 마련 및 주변 상권과의 조율	사업시행	사업운영	운영평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	200,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예거리를 통한 유통판로 확보 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예거리 운영시 상설 또는 주기적 운영 방안 고민 필요 공예거리에 참여하는 작가, 조합, 사업자 등 누가 참여할지, 참여의 기회의 공평한 부여 방안 등에 대한 고민 필요 지역 상권과의 마찰 및 충돌 해결방안 모색 필요 				

가-6) (HW) 고양시 지역 공예거리 조성-보넛길

[표 9-10] 고양시 지역 공예거리 조성-보넛길

사업명	고양시 지역 공예거리 조성-보넛길				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예문화를 선도할 수 있는 거리를 형성하고 공예 생태계를 구축 공예상권을 형성함으로써 판로를 개척하고 제작-유통-소비까지 연계할 수 있는 공간 확보 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 기존 공방거리에서 추가조성 <ul style="list-style-type: none"> 현재 고양시 일산동구 정발산동에는 ‘보넛길’로 불리는 공방거리가 형성되어있음 자생적으로 생겨난 거리이기 때문에 거리의 보수 및 개선만으로도 보다 많은 사람들을 이끌 수 있음 2000년 중앙정부는 「문화예술진흥법」의 개정을 통해 인사동을 문화지구로 선정하고 2004년 대학로를 문화지구로 지정 2014년 「지역문화진흥법」이 제정되면서 각 지자체는 조례를 통해서 문화지구를 선정할 수 있으며 지역문화진흥기금을 조성하여 문화지구를 지원할 수 있음 경기도 조례로는 「경기도 문화지구 관리 및 육성에 관한 조례」이 있으며 문화지구관리·육성을 위한 사군 조직 및 주민 협의회의체를 만들고 지원방안을 수립하고 세제지원을 통해 자금지원이 가능 현재 고양시는 문화지구에 대한 조례가 없기 때문에 해당 조례를 제정하고 「지역문화진흥법」 제18조 2항 ‘특성화된 문화예술 행사·축제 등 문화예술 활동이 지속적으로 이루어지거나 개최되는 지역’을 문화지구로 선정하여 공예거리를 활성화 할 수 있음 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	계획수립 및 연구용역 실시	문화지구와 관련한 조례제정 협의	공예거리를 구축할 수 있는 장소를 문화지구로 선정	해당 거리의 보수와 활성화를 위한 정책 수립	지속적인 관리
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	-	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예 공방의 집적으로 공예품의 인지도 및 판매 활성화에 기여 새로운 관광자원으로 활용이 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 유명 거리들에서 문제가 되는 젠트리피케이션을 막기 위한 대책 방안 모색이 필요함 「지역문화진흥법」 활용방안 모색(서울시는 관련법을 적극 활용한 ‘문화지구’를 대학로, 인사동 등에 적용하여 세제혜택 등 다양한 혜택을 있음) 				

가-7) (HW) 고양시 공예전문 종합전시관 건립

[표 9-11] 고양시 공예전문 종합전시관 건립

사업명	고양시 공예전문 종합전시관 건립				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 공예명품 전시를 통해 고양시의 공예품을 홍보하고 관광과 공예의 복합공간으로 기능을 수행 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 사전조사 <ul style="list-style-type: none"> 공예 전시관이 위치할 수 있는 공간을 조사 관광과 공예가 같이 섞일 수 있도록 유동인구 파악 및 수요조사 필요 공예전시관 활용 방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 성남시 민속공예전시관처럼 단순한 공예전시관이 아닌 공예품 전시와 판매 그리고 공방을 한 데 어우를 수 있는 방안을 모색 기존의 다른 관광지와 시너지를 낼 수 있는 방안을 모색하고 축제(고양시 꽃축제)와 연계할 수 있는 방안 필요 전통공예와 현대공예의 조합을 통해서 명장들의 전통공예품과 젊은 작가들의 감각적인 공예품을 같이 전시하여 전시제품의 다각화를 이끌어낼 필요가 있음 전시 공간 마지막 장소를 기념품 샵으로 하여서 자연스러운 구매를 유도 공예제품을 만들어 볼 수 있는 체험 공간 및 프로그램을 운영하여 공예에 친숙해질 수 있는 문화형성 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	사업성 검토 및 연구용역	시 투자 심사 및 설계용역	공사 시행	공사 진행	공사 진행
추정예산 ⁸³⁾ (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	100,000	400,000	6,000,000	3,000,000	100,000
기대효과 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예 명품을 직접 보면서 공예품의 가치를 고취시킬 수 있음 새로운 관광자원으로 활용이 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 전시에 섭외된 작가들과 섭외 받지 못하는 작가들 간 분쟁 발생시 조정할 수 있는 그룹을 형성해야함 행주산성, 호수공원 등 기존 관광자원에 건립할 수 있으나 명확한 유동인구의 파악이 중요 				

가-8) (HW) 고양시 분산된 상가공간을 활용한 공예전시·판매장 운영

[표 9-12] 고양시 분산된 상가공간을 활용한 공예전시·판매장 운영

사업명	고양시 분산된 상가 공간 활용한 공예전시·판매장 운영				
사업 목적	• 고양시 분산된 상가 공간을 활용하여 단중기적 공예전시관 운영				
사업 시기	• 단·중기				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 활용 공간 제안 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 라페스타 A,B,C,D동 2층 상가 공간, 덕이동 패션아웃렛, 애니골, 정발산동 보넛거리 등 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 관련 공간의 지역상인회와 면밀한 협조와 논의가 필요함 상가 임대 가능 여부와 비용 조달 여부 확인 필요 가능 공간 우선 확보 후 공예전시관 운영 및 기획 필요 조명 및 공예품 판매/전시를 위한 리모델링이 필요 공예전시관 사업형태 제안 <ul style="list-style-type: none"> 라페스타: 개별 상가 분양(시 지원 필요) 및 상품 차별화 방안 모색 보넛거리: 현재 공예거리 일부 형성되어 있는 만큼, 이를 적극 활용하여 전시관 운영, 거점 지역화 및 네트워킹으로 묶어 안내지도 등 제작 덕이동 패션아웃렛: 덕이동 패션아웃렛은 패션 공예상품 등으로 전시 및 판매장 운영 방안 모색이 필요, 청년창업과도 연계 가능 애니골: 기존의 식음료점을 활용하여 공예품을 전시 및 판매하도록 유도, 식기, 가구, 목공예 제품, 금속공예 등을 중심으로 전시관 운영 가능 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	운영 방안 기획 및 모색	위치선정 및 리모델링 계획수립	설계용역 및 운영방안 수립	공사진행	운영
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	2,000,000~				
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 상권 활성화 및 공동화 공간 활용 전시 및 판매 공간으로도 동시 활용 및 차후 활용 가능함. 운영을 통해 발생가능한 문제점을 파악 후 보완을 통해 전시관 건립시 참고 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 후보 상권 중에 우선적으로 가능한 상권을 선정하는 것이 필요함 4개의 상권을 동시에 운영하는 것은 위험이 있으므로, 상권 1개를 선정하여 운영 후 반응에 따라 확장하는 것이 안전할 것으로 보임 지역상권 및 상인회와의 충분한 논의와 협조가 우선해야 하며, 상권의 충돌을 최소화해야 할 필요가 있음 				

83) 서울시 공예박물관 건립예산 및 고양 꽃전시관 건립예산 참고

가-9) (HW) 고양시 공예마을 조성

[표 9-13] 고양시 공예마을 조성

사업명	고양시 공예마을 조성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예마을 조성을 통한 지역경제 활성화 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단 중 장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 활용 공간 제안 <ul style="list-style-type: none"> 전통시장, 고양시 근교 외곽지역 공지, 제3기 신도시 지역, 도시재생지역 등 공예종사자 명장 및 작가들 의견 <ul style="list-style-type: none"> 명장들의 경우 공예마을을 조성한다면 충분히 건물을 짓고 공방을 운영할 의지가 있음. 예를 들어, 지하 창고/작업장, 1층 작업장/전시 및 판매장, 2층 카페 등, 3층 생활거주지 등으로 조성할 의향이 있음 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 공예마을 조성 가능한 입지 가능 여부 공예마을 조성과 법적인 문제 확인, 필요하다면 조례 제정 문체부 공예클러스터사업에 지원 공모하여 고양시 적용가능 여부 확인 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	공예공방 조성사업 기획	공방 입주자 공모 및 의견조율	공예마을 조성	공예 마을 관리	운영 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예클러스터 조성을 통해 소재, 생산, 판매, 유통, 연구개발 및 교육에 이르는 공예생태계 조성이 가능 공예 명장 및 작가들이 응집할 수 있는 기회와 장소가 증가하여 상생발전의 기회가 증가할 것으로 기대 공예공방거리 조성으로 관광산업 육성 및 공예산업 육성이 기대 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 입지조성을 위한 다각적 검토가 필요 입주 공예인들에 대한 다양한 지원 방안 필요 공예명장 및 작가 등 입주자 선정 방안 모색 				

가-10) (HW) 이동식 갤러리 구축 방안(디자인큐브)

[표 9-14] 이동식 갤러리 구축 방안(디자인큐브)

사업명	이동식 갤러리 구축 방안(디자인큐브)				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 이동식 갤러리 활용을 통한 이동식 전시장 운영 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전시관 구축 애로사항 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 전시관 구축까지 공간 및 예산 확보 등을 위한 다양한 문제 해결까지 오랜 시간과 노력이 필요함 공예 전시관 구축 시 범주 간 전시관 할당 형평성 및 타 분야의 전시관을 필요로 하는 산업 간의 다양한 조율이 요구됨 필요로 하는 공간과 다양한 요구사항이 존재하나 구축에 있어 모든 요구사항을 만족시키는 데에는 한계가 존재함 전시관 구축 후의 타당성 분석 등의 좋은 결과에 대한 예측이 쉽지 않음 고양시 이동식 갤러리 구축 제언 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 전시관을 짓기 이전에 먼저 시범사업으로 이동식 갤러리 운영을 통해 전시관 운영 방안을 모색할 수 있음 이동식 갤러리의 다양한 활용 방안 모색, 예를 들어, 꽃박람회 등에 설치 운영 가능 전통 미니 가옥 등 전시관을 필요로 하는 사업에 시범적으로 운영 가능 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	이동식 갤러리 조성사업 기획	이동식 갤러리 운영 방안 모색	이동식 갤러리 운영	확대 운영 여부 결정	운영평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	50,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 전시관 구축에 대한 타당성 조사 이전에 이동식 갤러리를 활용하여 전시관 구축 운영 방안 모색 전시관을 필요로 하는 공예사업들을 대상으로 시범적으로 이동식 전시관을 운영하여 전시 효과 등에 대한 사전적 조사 등을 진행할 수 있음 이동식 전시관이라 필요로 하는 장소나 행사에 활용을 통한 전시효과 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 이동식 전시관 설치 및 운영 비용 확인 필요 야외 전시에서 발생할 수 있는 다양한 문제점을 선제적으로 고민하는 것이 필요함 				

나-1) (HR) 고양시 전승·전통공예인 후학양성 사업

[표 9-15] 고양시 전승·전통공예인 후학양성 사업

사업명	고양시 전승·전통공예인 후학양성 사업				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전승·전통 공예인 후학양성 및 청년일자리와 연계 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전승 및 전통 공예인 육성의 문제점 <ul style="list-style-type: none"> 전승 및 전통 공예의 경우 공예기술의 습득과정에서 많은 어려움과 시간을 필요로 함 교육 및 훈련과정에서 생계유지 등의 어려움 배우고자 하는 사람이 없으며, 배우고자 하여도 생계 등 유지에 어려움이 많음 고양시 자원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 전승 및 전통 공예인 육성을 위해서는 교육비 및 훈련비 등에 대한 지원이 필요함 청년일자리 사업과 연계할 수는 있으나, 당장 수입이 발생하지 않는 과정이어서 이에 대한 보완 대책이 필요함 이러한 지원이 투명성을 가지고 이루어질 수 있도록 하는 방안의 모색이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	전승·전통 공예인 육성 방안 기획	전승·전통 공예기술 선정	교육프로그램 완성 및 운영	교육프로그램 완성 및 운영	교육프로그램 완성 및 운영
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	50,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시에 많이 거주하고 삶의 터전을 일궈가고 있는 전통 및 전승 공예의 명장들의 명맥을 유지하고 발전시킬 수 있음 수많은 전통기술들을 유·무형의 것으로 나누어 4차 산업혁명 기술과 접목하여 데이터화하고 관리함으로써 전승되지 못할 위기에 처한 기술들을 보존할 수 있음 후학 양성과 청년일자리 사업과 연계하여 전통공예 일자리에 대한 홍보 및 정보를 제공 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 전통 및 전승공예인 후학양성을 위한 교육비, 훈련비, 재료비, 생계지원금 지원 사업이 투명하게 이루어질 수 있는 정책방안 모색이 필요함 단순히 전통 공예기술의 전승사업이 아닌 4차산업 기술과의 연계를 통한 고부가가치 산업으로의 발전 방향 모색 고부가가치 산업으로서 청년일자리와 연계방안 모색 				

나-2) (HR) 고양시 생활공예인 교육·훈련 사업 지원

[표 9-16] 고양시 생활공예인 교육·훈련 사업 지원

사업명	고양시 생활공예인 교육·훈련 사업 지원				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 산업공예, 현대공예, 수공예 종사하는 공예인들에게 초기 시장 진입 및 이후의 실력 향상을 위한 교육·훈련 사업 지원 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 현대 및 산업 공예인 애로사항 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 현대 및 산업공예에 종사하는 공예인들은 다양한 문화, 취미, 일자리 등의 교육과정을 통해 현재 공예작사로서 활동중에 있음 그러나 전국적 시장에서 경쟁력있는 상품으로서 인정 받기위해서는 좀 더 많은 훈련과 교육의 기회가 필요한 상황임 고양시는 공예인들의 초기 시장 진입을 위한 초기사업자는 다양한 교육프로그램을 통해 공예인을 양산하고 있는 상황임 고양시 지원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 수공예, 생활공예, 현대공예 등에서 양산된 공예인들이 좀 더 공예기술을 연마하고 경쟁력있는 제품을 생산할 수 있도록 교육 및 훈련의 기회 제공이 필요함 교육프로그램 운영 및 양질의 강사 초빙 등에 대한 지원이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	현대·실용 공예인 육성 방안 기획	현대·실용 공예기술 선정	교육프로그램 완성 및 운영	교육프로그램 운영 및 평가	교육프로그램 운영 및 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예 초보기술만 익힌 작가들에게 그들의 기술을 연마하고 훈련하여 양질의 공예제품을 생산할 수 있는 기회 제공이 필요함 교육 및 훈련에는 재료비, 교육비 등 많은 비용이 수반될 수 있어 개인차원의 수강은 힘들며, 이에 대한 지자체 차원의 지원이 보다 효율적일 것으로 보임 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 교육 및 훈련을 위해서는 강사와 장비 및 재료 등이 수반되어야 함 이를 일정한 교육장소를 통해 진행할 것인지, 아니면 분산된 공방을 활용하여 지원할 것인지에 대한 고민이 필요함 단기적으로는 분산된 공방을 네트워킹하여 가상의 교육 플랫폼을 구상하여 지원하는 방안을 모색할 필요가 있음 				

나-3, 라-10) (HR) 고양시 장인 및 인증제도

[표 9-17] 고양시 장인 및 인증제도

사업명	고양시 장인 및 인증 제도				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 인증 및 장인 제도 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단 중 장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 인증 <ul style="list-style-type: none"> 고양시에서 생산하는 수제품에 대해 고양시 인증제를 실시함 수제품의 원산지 표시를 통한 정체성을 확보함 고양시 장인 <ul style="list-style-type: none"> 수공예 장인에 대한 고양시가 장인제도를 통해 장인 인증을 함 장인으로 인증된 공예장인들에게 대회 및 전시회 참가 등의 자원방안을 마련함 해외수출 판로 등의 개척 고양시 인증된 예술성과 품질이 보장된 공예품과 공예장인 등의 자원의 확보 <ul style="list-style-type: none"> 자원을 이용하여 정부의 다양한 지원사업에 공모하여 공예사업 확장 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	관련 조례 제정 제도 마련	사업실시	사업운영	사업운영	사업평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	20,000~	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 인증 및 장인제도를 통한 공예인 양성화 고양시 공예 제도 자원 방안 구축 근거 마련 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 인증 및 장인 지정 등을 위한 조례 제정 관련 제도 선행적 마련 필요 				

나-4, 5) (HR) 고양시 공예인 창업 및 기획 능력 양성

[표 9-18] 고양시 공예인 창업 및 기획 능력 양성

사업명	고양시 공예인 창업 및 기획 능력 양성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인으로서 작품 상업화를 위한 창업 및 유통·판로·홍보 등을 위한 기획 능력 양성 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 창업 능력 양성 <ul style="list-style-type: none"> 단순히 작품을 만드는 작가로서 뿐만 아니라 작품을 상품화 하는 능력 양성 고양시 공예인 기획 능력 양성 <ul style="list-style-type: none"> 제품을 단순히 판매하는 공예인이 아닌 공예품을 문화 상품화 하는 기획 능력 양성 작품에 대한 스토리텔링 등을 통한 문화화 할 수 있는 능력 양성 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	교육프로그램구성	사업실시	사업운영	사업운영	사업평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	20,000~	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 창업 및 비즈니스 능력 함양 고양시 공예인 작가로서 뿐만 아니라, 문화 기획자 능력 함양 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 관련 교육 프로그램 구성 교육 장소 마련 				

나-6, 다-8, 라-8) (HR) 고양시 공예와 기술의 접목을 통한 공예기술 산업인력 양성

[표 9-19] 고양시 공예와 기술의 접목을 통한 공예기술 산업인력 양성

사업명	고양시 공예와 기술의 접목을 통한 공예기술 산업인력 양성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 4차 산업혁명에 따른 빅데이터 및 3D프린팅 기술 등을 통한 융합 상품 개발 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 중장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전통 공예 기술 계승 <ul style="list-style-type: none"> 공예기술의 빅데이터화 및 3D 프린팅 도면화 작업 등을 통한 지식화 사업 전통공예 기술의 전승 및 계승에 첨단기술 활용 방안 모색 공예기술 첨단기술과 융합화 <ul style="list-style-type: none"> 공예 전통 기술 및 수공예 기술과 첨단 기술과의 융합화를 통한 고도화 방안 모색 4차 산업기술이 개인 맞춤형에 초점을 두고 있어, 이는 공예품의 맞춤 생산과 같은 방향성을 가지고 있어, 이를 활용한 수공예 맞춤 대량 생산 방안 모색이 필요 예를 들러, 독일의 뒤셀도르프 초콜릿 공장이 있음. 이는 소비자가 원하는 형태의, 맛의, 아니 설 등을 요청대로 바로 만들어 줌 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	관련 수요 및 시행 방안 모색	사업실시	사업운영	사업운영	사업평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	20,000~	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예의 특성화 방안 중의 하나로 4차산업 기술과의 융합을 모색함 공예가 단순히 오래된, 고전의, 현대와는 거리가 먼 것이라는 인식의 전환 청년기술자와 숙련된 공예인과의 협업을 통한 신산업 창출 청년일자리 창출 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 관련 협업이 가능할 수 있도록 숙련된 공예인과 기술인력의 만남의 기회 제공 작업장 및 관련 공구 및 기구 등의 제공 방안 모색 관련하여 정부 공모사업 활용 방안 모색 				

나-7, 라-10) (HR) 고양시 공예인 등록제

[표 9-20] 고양시 공예인 등록제

사업명	고양시 공예인 등록제				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 등록제 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 등록제를 통해 모든 공예인을 관리함 <ul style="list-style-type: none"> 공예범주별 공예인 관리 범주별 지원 정책 마련 등록된 공예인에 대해서만 다양한 정책지원이 가능하도록 함 등록된 공예인에 해외진출 지원 등록된 공예인이 전시회 참여 기회 지원 등록된 공예인 교육기회 제공 등 고양시 공예인 지원 및 이에 대한 목적에 따른 결과 확인 <ul style="list-style-type: none"> 공예인에 대한 지원의 경우 목적성을 가지고 지원하여여 하며, 지원 후 이에 대한 결과의 평가가 반드시 필요함 평가에 따른 지원방안의 수정 및 지원자 대상 선정에 고려 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	관련 조례 제정 제도 마련	사업실시	사업운영	사업운영	사업평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	20,000~	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인의 정확한 실태 파악이 가능함 공예인들의 정확한 수요 파악에 따른 보다 현실적 지원 가능 공예인 간의 협력 및 협업의 기회 확대 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예인 등록제가 지원이 아닌 관리의 목적으로 사용되지 않아야 함 공예인 등록제에 대한 정확한 홍보가 필요함 공예인의 적극적으로 참여할 수 있는 방안 모색이 필요함 				

다-1) (IW) 고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업장 제공 지원사업

[표 9-21] 고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업장 제공 지원사업

사업명	고양시 공동사용 공예장비 및 공동작업장 제공 지원사업				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들이 공예 작품을 만들기 위해서는 가내수공업 제품도 있지만, 목공예, 가죽공예, 도자기공예 등 장비와 고가의 재료를 필요로 하는 경우도 많이 있음. 이에 대한 효율적 작업 공간 및 장비 제공 지원 사업이 필요함 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단중장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 현대 및 산업 공예인 애로사항 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들 중 공방이나 작업장을 갖추고 있는 공예인들도 있으나 그렇지 않은 공예인들에게 공동장비 사용 기회 및 공동작업장 제공 등의 요구사항이 많음 공예 제품 생산을 위해서 고가의 장비 및 재료 등이 필요한 경우가 많아 장비 등을 지자체 차원에서 지원해 주면 활용 효용이 높아 질 것으로 기대함 또한 공동작업장 등에서 작업할 수 있으면 좋을 것임 고양시 지원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 고가의 공예장비 구입의 필요성 및 효용성에 대한 고민 필요 구입된 장비의 공유 공간 확보 및 운영 방안 모색 필요 다양한 공예산업에 따라 필요로 하는 장비가 모두 다를 것이므로, 장비 구입의 우선순위 선정 등이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	장비 구입 및 장소 확보	공동작업장 구축 및 사용자 선정	작업장 운영	작업장 운영	운영 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	100,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예장비 도입으로 인해 보다 정교한 작품 생산 등이 가능 공예인들이 다양한 제품 생산을 시도해 볼 수 있음 공동 작업공간에서 아이디어의 교류 및 참신한 작품 생산 및 공예산업 발전을 위한 다양한 사업들이 발굴 될 수 있을 것으로 보임 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 장비 구입에 있어 우선순위 고민이 필요함 장소 확보에 있어 비용 등의 고려 사항이 필요함 시 정책 방향에 따라 공예산업 중 지원 가능한 공예산업의 우선순위 선정이 필요함 				

다-2, 라-7) (IW) 고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성

[표 9-22] 고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성

사업명	고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 유희공간을 활용한 공예장터 조성으로 유통 판로 마켓 확보 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 근교 외곽지역 공지 활용 <ul style="list-style-type: none"> 넓은 공간을 활용하기 때문에 주차 문제를 해결 주기적으로 공휴일 및 주말에 시장을 열 수 있음 다양한 먹거리 장터 등과 함께 시장 개장이 필요함. 또한 주변 상권들과의 마찰도 최소화할 수 있음 공예종사자 명장 및 작가들 의견 <ul style="list-style-type: none"> 공예작가들은 프리/폴리 마켓으로 유통/판로의 기회도 좋지만, 문제는 마켓에 참여할 수 있는 참여자 및 참여자수의 제한으로 다양한 공예 작가나 사업자 등이 참여할 수 있는 기회가 매우 적음 유통인구가 많지 않더라도, 주기적으로 외곽지역에 공예장터를 열어주면 충분히 참여할 의사가 있음 고양시 지원 <ul style="list-style-type: none"> 공예장터가 가능할 외곽지역 공지 여부 확인 공지에 공예장터가 열릴 경우 천막설치 및 전기/수도 등의 인프라 지원 방안 모색 양수리 리버마켓 등을 벤치마킹하여 먹거리장터 및 기타 다양한 이벤트 행사 기획 필요 				
추진일정	2020년 행사계획 수립 및 운영위원회 운영	2021년 공예장터 개최	2022년 공예장터 개최 및 평가위원회 운영	2023년 공예장터 개최 및 평가위원회 운영	2024년 공예장터 개최 및 평가위원회 운영
추정예산 (천원)	2020년 200,000~	2021년 -	2022년 -	2023년 -	2024년 -
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 현재까지 적은 공예 판로 및 유통시장으로 인해 작가들의 참여의 기회가 적은 현실에서 작가들이 셀로로서의 역할 수행할 수 있는 충분한 기회제공 양수리 리버마켓과 같이 고양시 관광 및 브랜드 상품화 가능 관광상품으로의 개발이 필요함 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예장터의 단기적 괄목할 만큼의 성장에 대한 기대는 금물이 필요함 인내와 끈기를 가지고 장터 성장 발전을 위한 다각적 모색 필요 공예장터를 운영하면서 초기 발생 가능한 문제점 파악 및 해결방안 모색 필요 				

다-3) (IW) 고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축

[표 9-23] 고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축

사업명	고양시 공예인 정보공유/제공을 위한 홈페이지 구축				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들이 행사 및 시장 등에 대한 정보 공유 균등한 기회 제공 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예정보 공유의 문제점 <ul style="list-style-type: none"> 고양시에서 공예산업과 관련하여 다양한 행사가 열리는 것에 반해 공예작가나 셀러들에게는 해당 정보가 잘 전달되지 않아 정보의 사각지대에 놓이게 되는 경우가 많음 조합이나 협회에 소속되지 않은 경우에는 이러한 정보를 받을 수 있는 기회가 전무함 또한 마켓에 참여하고자 하더라도 조합이나 협회에 소속된 작가들 중 소수에게만 기회가 제공되어 일반 셀러들이 참여할 기회가 매우 적음(개인적 참여의 경우 많은 비용이 수반되어 실 제적으로 영세한 작가나 셀러가 시장에 참여하기는 쉽지 않음) 참여한 작가 중심으로 지속적 참여가 이루어지고 있어 공개경쟁 등을 통한 작품 및 제품의 개발 및 연구 등에서 취약한 부분이 있음 고양시 공예정보 공유 방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예정보 홈페이지 등의 구축을 통해 공예정보의 제공이 필요함 서울시의 노원구, 성북구, 강남구, 서초구, 수원시 등의 사례 활용이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	공예정보제공 홈페이지 구축	홈페이지 관리	홈페이지 관리	홈페이지 관리	홈페이지 관리 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~50,000	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 현재는 많은 작가와 셀러들이 편중되어 제공되는 공예정보에 대한 불만이 높아, 이러한 부분 에 대한 공평한 정보 제공 효과가 기대됨 온라인시장 보다는 작가들에게 시장정보/국가공보사업정보/전국시장정보/전시회/공예대전/대 회 등에 대한 다양한 정보제공을 하는 것이 바람직할 것 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예정보 제공을 위한 홈페이지 구축을 위해서는 고양시가 소유하고 있는 다양한 공예자원 및 콘텐츠에 대한 고양시의 파악이 필요함 홈페이지 구축을 위한 아키텍처는 서울시의 공예관련 홈페이지를 참조하면 좋을 것임 홈페이지 구축의 목적이 우량의 정보제공임에 도달하기 위해서는 적정 비용을 제공하고 구축 하는 것이 필요함 				

다-4) (IW) 고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공

[표 9-24] 고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공

사업명	고양시 공예가족 원탁회의 기회 제공				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 관계자들의 자발적 모임의 기회 제공을 통한 공예발전 방안모색 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 관계자 모임 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업과 관련된 명장(전통, 전승공예), 작가(산업, 현대공예), 코디네이터, 유통/판매자 등이 자연스럽게 어우러져 공예산업의 발전방안을 모색할 수 있는 기회 제공 서로 다른 이해집단이 모여 서로의 문제와 어려움을 일정 시간 및 같은 공간에 모여 서로 토의를 통해 해결방안을 스스로 모색할 수 있는 기회 제공 토의 내용은 공예장터, 프리/플리마켓 기획, 전시회 기획, 행사 기획 등 각종 행사 및 마켓 운영의 문제점 등을 파악하고 이에 대한 해결방안 모색 단순 모임이 아닌 모임 시 마켓 및 전시회 등을 동시에 진행하는 방안 모색 				
추진일정	2020년 공예가족 모임 기획	2021년 공예가족 모임 개최 및 운영	2022년 공예가족 모임 개최 및 운영	2023년 공예가족 모임 개최 및 운영	2024년 운영평가
추정예산 (천원)	2020년 20,000~	2021년 -	2022년 -	2023년 -	2024년 -
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 리버마켓이 성공한 주안점은 관이 아닌 민이 주도하여 이루어진 것으로 고양시 공예산업의 성장을 위해서는 민이 주도적으로 공예산업 육성에 대한 고민과 방안을 초기부터 모색할 수 있는 기회 제공이 필요함 현재 고양시에는 다양한 공예종사자들이 있으나, 이들 간의 왕래와 접촉이 없어 서로 간의 애로사항이나 상생협력 방안을 찾기 힘든 상황으로 공예가족들이 협력할 수 있는 기회제공이 필요함 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예가족은 누가 될 것인지에 대한 정의 필요하지만 특별한 정의는 필요 없으며 공예를 사랑하는 사람들의 모임으로 이루어지는 것으로도 충분 서울시에서 공예사업 육성을 위한 모임지원 사업이 진행되고 있으며, 이에 대한 벤치마킹을 통해 사업 계획 수립필요(성북구 예술지원 ‘공유성북원탁회의’⁸⁴⁾, 무중력지대 등) 공예산업 내부적 산업간, 타지역 종사자와 고양시 종사자 간의 배타적 관계 형성을 지양하고 상호협력적 체계 구축을 위한 지속적 관리 및 애로사항 해결 방안 모색 필요 				

84) <https://www.facebook.com/sb.roundtable/posts/671685356556762/>

다-5) (IW) 고양시 공예인 전시회 참가 지원

[표 9-25] 고양시 공예인 전시회 참가 지원

사업명	고양시 공예인 전시회 참가 지원				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들에게 국내외 전시회 참가 기회를 주어 많이 보고/느끼고/창작의 기회를 제공하고자 함 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 현대 및 산업공예인 애로사항 <ul style="list-style-type: none"> 전시회에 작품을 출품하거나 전시회에 참가하는 것만으로도 작품에 대한 아이디어와 트렌드 등을 파악하여 보다 경쟁력있는 작품 및 제품을 생산하는 것이 가능할 것으로 기대함 고양시 지원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 고부가가치로 브랜드: 고양시 공예를 고부가 가치 작품 및 상품으로 시장에서 브랜드하기 위해서 공예인들의 작품 수준의 향상이 무엇보다 중요함. 이에 따라 전시회 및 대전 등에 참여 시 지원금 등을 지원하는 것이 필요함 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	전시회 지원비 운영계획 수립	전시회 지원비 사업공고 및 시행	전시회 지원비 사업 시행 및 평가	전시회 지원비 사업 시행 및 평가	전시회 지원비 사업 시행 및 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예인들에게 교육 목적의 비용을 지원하여 견학기회 확대 견학을 통해 양질의 제품 제작에 대한 동기부여 가능 생산된 양질의 제품으로 시장경쟁력 확보 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 전시회 참가비용의 전체 예산의 제한이 있으므로, 공예인들에게 어떠한 기준으로 지원할 것인지에 대한 방안 마련이 필요함 전시회 참가 후 참가 증빙을 어떻게 할 것인지에 대한 방안 모색 필요함 실질적인 작품활동까지 연계할 수 있는 방안 모색이 필요함 				

다-6) (IW) 고양시 특화 프리마켓 조성

[표 9-26] 고양시 특화 프리마켓 조성

사업명	고양시 특화 프리마켓 조성				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시를 대표하는 상설 프리마켓을 개최하여 고양시민의 삶의 질을 향상시키고 타 지자체나 외국인들에게 홍보효과를 주기 위함 공예제품만 판매하는 프리마켓에서 벗어나 다양한 예술가들이 참여할 수 있는 공간을 마련하여 고양시 내 젊은 예술가들의 일자리 창출함과 동시에 타 지자체에서도 사람이 몰려들 수 있는 관광 명소를 만들기 위함 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 사전조사 <ul style="list-style-type: none"> 고양시민들이 원하는 콘텐츠를 조사하고 이에 해당하는 수요조사 프리마켓 개최시 제품을 제공할 수 있는 업체 및 공예작가들의 수와 품질에 대한 공급조사 고양시 특화 프리마켓 운영방안 수립 <ul style="list-style-type: none"> 수익성 사업을 관이 주도할 수 없으므로 민간기업과 계약을 체결하되 단기 운영방안이 아닌 장기비전을 검토 고양시에 맞는 마켓을 개최하기 위해 고양시 내 다양한 전시 및 행사 기획자들을 모아 프리마켓 운영방안과 방향성을 논의 개인작가와 기획자 간 또는 마켓 참여자와 기존 상인 간 마찰을 줄이기 위한 협의체 형성 장소(예시 - 촌추는 분수대, 라페스타 거리 등)와 시간(명확한 시간 및 정기개최 주기) 논의 및 수립 구체적이고 객관적인 평가기준을 마련하여 공모전을 개최하고 품질 및 상업성 확보 고양시 특화프리마켓 평가 및 개선사항 도출을 통한 지속적인 운영방안 수립 <ul style="list-style-type: none"> 매년 프리마켓에 대한 평가 및 시사점 도출 공예작가, 운영진, 고객들의 피드백을 통한 개선점 마련 				
추진일정	2020년 행사기획 수립 및 운영위원회 운영	2021년 프리마켓 개최	2022년 프리마켓 개최 및 평가위원회 운영	2023년 프리마켓 개최 및 평가위원회 운영	2024년 프리마켓 개최 및 평가위원회 운영
추정예산 ⁸⁵⁾ (천원)	2020년 150,000	2021년 250,000	2022년 250,000	2023년 250,000	2024년 250,000
기대효과 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 주축 관광자원으로써의 역할 기대 늘어나는 공예인들의 판로수요를 충족시킴과 동시에 시민들에게 즐길 거리를 제공 매월 또는 매년 마켓을 개최하여 지속적인 수익창출 (시사점 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공연 및 식품판매로 인한 소음과 공해 등 여러 가지 환경적 문제를 검토하여 진행 단발성 행사가 되지 않도록 주변 상인 및 주민들과의 소통이 필요 마켓의 연속성 및 효율성 확보를 위해 민간위탁이 바람직하지만 입점비, 수수료 등 다양한 안건들에 대한 꾸준한 협의 및 조정이 필요 				

다-7) (IW) 온라인 유통업체와의 협약

[표 9-27] 온라인 유통업체와의 협약

사업명	온라인 유통업체와의 협약				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 현재 온라인 유통시장에서 영향력을 행사하고 있는 아이디어스나 텀블벅 등과의 협력을 통해 고양시 공예작가들의 온라인 유통판매를 활성화 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 사전조사 <ul style="list-style-type: none"> 고양시와 협력을 맺을 수 있는 업체를 조사 온라인 업체에 들어오고 싶어하는 작가들의 수요조사 온라인 업체와의 협약 <ul style="list-style-type: none"> 실제 국내 공예온라인 마켓 중 한 곳에서 타 공공기관과 협업을 진행 심사 간소화, 멤버십 요금 할인 등 협업을 맺은 곳의 공예인들에게 혜택을 주고 다수의 공예인을 확보함으로써 상호 이익을 추구 온라인 유통 판매의 경우 제품의 스토리, 제품 사진의 질이 중요하기 때문에 온라인 업체의 노하우를 고양시 공예인들에게 전수 및 전파 관이 주도로 홈페이지를 제작하지 않고 민간업체와 협업할 수 있는 장을 마련 사후관리 지속적이고 안정적인 협업으로 온라인으로 입점해있는 공예인들의 불안정성을 줄여주는 것이 중요 협약을 통한 온라인 판로개척이 이루어졌는가에 대한 객관적으로 평가하고 이에 맞는 개선이 필요 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	시장조사 및 계획수립	기존 마켓과의 협약	참여 작가 관리	참여 작가 관리	협약 맺은 업체에 대한 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	-	-	-	-	-
기대효과 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 개별적으로 이루어지던 온라인 판로 개척을 관이 매개하여 연결해줌으로써 고양시 작가들의 판로개척에 대한 비용을 낮춰주고 온라인 판로 확대를 이끌 수 있음 작가들이 접근하기 어려운 부분들을 보다 쉽게 접근할 수 있도록 하여 온라인 판로에 대한 이해를 도울 수 있으며 외부 판매를 통한 수익증대 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 관이 주도하기 때문에 온라인 업체선정의 공정성이 중요하며 의미있는 성공사례를 통해 확장할 수 있는 발판을 마련해야함 				

85) 서울시, 『소상공인 육성을 위한 야시장 운영 참조』, 2018b, pp. 1-5.

다-9) (IW) 고양시 애니골, 행주산성, 서오릉 상권 네트워킹과 리워드제도 도입(예, 스타박스 서비스 디지털화 사례 - 컵 등 전사판매, 로열티카드 및 리워드 제도)⁸⁶⁾

[표 9-28] 고양시 애니골, 행주산성, 서오릉 상권 네트워킹과 리워드제도 도입(예, 스타박스 사례)

사업명	애니골, 행주산성, 서오릉 등의 식음료점의 공예품 판매점 활용을 통한 시장 활성화				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 애니골, 행주산성, 서오릉 등 지역상권의 식음료점의 일부분을 공예품의 전신 판매장으로 활용하는 방안 모색 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 사전조사 <ul style="list-style-type: none"> 스타박스의 서비스 디지털화 사례 조사 필요 스타박스는 컵 등의 생활용품 및 기념품을 제작하여 스타박스 매장 내에서 판매하고 있으며, 또한 로열티카드를 제작하여(디지털앱) 충성도 높은 고객들에게 다양한 방식의 리워드를 제공하여 매출향상을 유도하고 있음 로열티 카드는 전 세계 매장과 연계되어 고객들의 사용 편의, 리워드의 신뢰 및 충성심을 더욱 굳건히 하고 있음 고양시 활용 방안 <ul style="list-style-type: none"> 고양시의 공예 제품의 판매장이 마땅히 없는 상황에서 애니골, 행주산성 및 서오릉과 같은 식음료점이 많은 지역에 스타박스와 같이 판매장으로 활용함 판매를 위한 인건비 등의 부담을 줄이기 위해 QR코드(대금결제, 수익배분, 제품 설명 스토리텔링에 활용)와 애플리워드 제도, 로열티 카드) 등을 활용하여 판매망 구축 및 촉진 방안 모색 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	시장조사 및 계획수립	기존 마켓과의 협약	참여 작가 관리	참여 작가 관리	협약 맺은 업체에 대한 평가
추정예산(천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	-	-	-	-	-
기대효과 및 시사점	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역상권 활성화와 지역상권 간의 연계 효과 등을 기대 공예산업과 지역상권이 융합하는 고양시만의 차별화된 상권 구축 방안 모색 리워드 및 로열티 제도 도입으로 고양시에 대한 소비자 충성도 확보 공예산업+지역상권+4차 산업(서비스의 디지털화)의 선도적 위치 확보 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 애니골, 행주산성, 서오릉 등의 상인회와의 충분한 협의와 협력 방안의 모색이 필요함 식음료점을 판매장으로 활용시 판매장 간의 차별화된 공예제품 전시가 필요함. 이로 인한 마창 등을 사전에 예상하고 해결방안의 선 마련이 필요함 서비스 디지털화(리워드, 로열티 제도 등) 와 사이버 네트워킹(행주산성, 애니골, 서오릉 간의 연계 방안)을 위한 시스템 구축비용 및 방안 모색이 필요함 				

⁸⁶⁾ 다-8, 본 보고서 P.273참조

라-1) (SW) 고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보·마케팅 활용 사업

[표 9-29] 고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보·마케팅 활용 사업

사업명	고양시 공예인 국내외 대회 참가 수상자 홍보 및 마케팅 활용 사업				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들인 국재외 대회 참가하여 수상할 경우 이에 대한 적절한 보상과 고양시 홍보 및 마케팅에 활용하고자 함 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 전승 및 전통 공예인 애로사항 <ul style="list-style-type: none"> 전승 및 전통공예인: 전시회 및 공모전에 참여하여 수상을 해도 고양시가 이러한 부분에 대한 장려나 격려가 전혀 없는 상황임. 경기도 대회, 전국 대회에서 수상 시 이에 대한 격려와 고양시 공예산업 홍보 등에 활용되면 본인들도 매우 영광일 것으로 생각하여 제안함 고양시 홍보 및 마케팅 활용방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 장인들이 전국 및 세계 대회에서 수상할 경우 시 차원에서의 격려 및 보상이 필요 국제대회에서 우수한 성적을 보인 국가대표를 홍보하듯이 고양시 공예인들의 대회 수상을 홍보자원으로 활용할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	홍보 마케팅 운영계획 수립 및 사업시행				
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 마케팅 홍보비용을 따로 들이지 않고 고양시 및 공예인에 대한 홍보가 가능 고양시 공예인들에게 자부심 고취 및 직업에 대한 만족도 향상을 기대할 수 있음 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 홍보 및 마케팅 활용 방안 및 보상 수준에 대한 논의 필요 				

라-2, 라-7) (SW) 고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진

[표 9-30] 고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진

사업명	고양시 시장배 공예인 대회 및 공모사업 추진				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인들의 실력향상 및 우수 자원 발굴을 위한 고양시장배 공예인 대회 및 공모사업을 추진함 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 공예인 대회 및 공모사업 필요성 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업별, 현대공예, 산업공예, 예술공예, 수공예, 수공예식품 등을 중심으로 하여 고양 시장배 공예 대회 등을 추진할 필요가 있음 고양시 대회를 통해 고양시 공예인들을 발굴 및 육성의 기회를 가질 수 있음(전국대회 참가자 선발, 지원 대상 선발, 전시회 참가가 선발 등으로 활용 가능) 고양시에서 발굴된 공예인들을 교육 훈련하여 전국대회 및 세계 대회에 출전 및 작품 출전 등의 기회를 가질 수 있음 전국대회 등을 고양시에서 개최하여 전국의 공예인의 모임 장소를 만들 수 있음 고양시 자원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예대전 기획이 필요함. 우선적으로 어떤 공예산업부터 할 수 있을지, 심사방법, 보상 방법 등 많은 논의가 필요함 단기로 진행한 뒤 관련 노하우를 축적하면서 확장할 필요가 있으며 지속적인 대회개최를 위한 논의가 필요 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	고양시장배 공예인 대회 계획수립	고양시장배 공예인 대회 개최 및 운영	고양시장배 공예인 대회 개최 및 운영	고양시장배 공예인 대회 개최 및 운영	고양시장배 공예인 대회 운영 및 평가
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 숨어있는 공예인을 발굴 할 수 있는 좋은 기회임 공예인들의 Festival로 자리 잡을 수 있음 공예인 간 경쟁 및 상생 작용을 통해 발전할 수 있음 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예대전 수행 기획이 매우 중요함 기획은 형식 및 운영의 공정성 등은 관이 주도하고 내용이나 콘텐츠 구성은 공예인 및 공예기획자의 도움을 받는 것이 필요함 또한 청년기획자들을 활용하여 청년들이 창의적이 다양한 기획 아이디어를 제안하도록 하는 방안도 고려 가능함 				

라-3, 라-7) (SW) 고양시 공예 산업생태계 구축 지원

[표 9-31] 고양시 공예 산업생태계 구축 지원

사업명	고양시 공예 산업생태계 구축 지원				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시의 다양한 공예자원의 산업화 지원을 통한 명실상부한 고양시 공예산업으로의 입지 모색 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업 현황 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업은 단순 가내수공업 형태로 머물고 있어, 이에 대한 산업으로서의 성장을 위한 지원이 필요한 상황임 가내수공업 중 육성 발전이 필요한 사업을 산업적으로 확장하는 것이 필요 또한 산업화를 위해 유사 공예산업에 종사하는 종사자들 간의 협업적 기능 및 공동생산 가능 공장 및 판매장 등에 대한 요구가 증가하고 있음 기초데이터 수집 및 분석 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 내 공예산업에 대한 전수데이터 확보 (사업장, 위치, 공예인 수 등) 전수데이터의 관리와 데이터분석에 대한 연구용역 실시 고양시 자원방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 공동생산 작업장 등의 마련을 통한 협업의 기회 제공 공동생산 제품에 대한 공동판매장 등을 통한 제품의 판로 개척 판매장 마련을 위한 비용 등 방안 모색 필요 개인사업자 확대와 수익구조 투명화를 통해 공예산업 양성화 방안 모색 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	공예산업화 지원				
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	50,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 영세 가내수공업자로서가 아닌 공동생산과 같이 산업화에 따른 공예활성화 방안 모색 공예도 산업으로 자리 잡을 수 있음을 보여줄 수 있음 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예의 산업화를 위한 다양한 의견을 공예인 및 유통사업자 등을 통해 청취할 필요가 있음 산업화의 다양한 방안 (맞춤생산, 공동생산, 공유경제 등)이 존재하고 이러한 방안에 대한 모색이 필요함 즉 산업화 중 맞춤, 공동, 공유 중 한 가지 방안을 설정하고 시범적으로 산업화 방안을 실시하는 것이 필요함 				

라-4) (SW) 고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업

[표 9-32] 고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업

사업명	고양시 공예 4차 산업과의 기술 연계 지원 사업				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업을 신산업화하기 위해 4차산업 기술과의 연계를 목적으로 함 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업 현황 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예산업은 생활, 현대, 전통 공예 등 다양한 분야에서 공예산업이 활성화를 목적으로 노력하고 있음 4차 산업혁명에 따라 산업이 기술과 융합하여 고도화 되고 있어 공예산업도 이에 맞춰 수 공예와 기술공예가 융합하여 성장할 필요가 있음 고양시 공예산업 육성 방안 모색 <ul style="list-style-type: none"> 공예산업은 맞춤형산업으로 발전 가능성이 높고 고부가가치화할 수 있는 산업으로 이를 위해서는 4차 산업기술과의 접목이 필요함 스마트공예 산업 및 스마트디자인 산업과 연계하여 콘텐츠산업으로 확장 육성 발전할 수 있는 방안 모색이 필요 고양시 공예기술 Big data화 및 3D Printing 기술 활용 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 도면 및 설계 등을 Big data기술 등을 활용 지식산업화 3D printing 기술을 활용하여 설계도면의 기록화 등 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	4차 산업과 기술 연계 방안 수립	기술 연계 사업 시행 및 지원			
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	50,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 공예산업의 고도화 및 고부가가치 상품화의 선도적 역할 수행 공예산업의 영세성에서 벗어나 산업으로의 육성 가능 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 필요로 하는 4차 산업기술이 무엇이고, 이러한 기술들과 연계 방안 모색 이를 위해 공예사업자 및 종사자들의 의견 청취 필요 4차 산업 기술 종사자들의 의견 청취 필요 공예와 기술의 융합 방안 모색 				

라-5, 6) (SW) 고양시 공예 경진대회 및 공예대전

[표 9-33] 고양시 공예 경진대회 및 공예대전

사업명	고양시 공예 경진대회 및 공예대전				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 경진대회 및 공예대전을 통한 공예인 발굴 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 경진대회 <ul style="list-style-type: none"> 고양시가 소소하게 생활공예 등 경진대회를 실시함 경험이 쌓이면 전통, 현대 및 경진대회를 확장함 경진대회를 통한 공예인의 능력 향상 도모함 능력있는 공예인 발굴 고양시 공예대전 <ul style="list-style-type: none"> 공예대전 유치를 통한 고양시의 공예특성화 방안 모색 공예대전을 통한 고양시 공예인의 능력 육성 방안 모색 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	경진대회	경진대회	공예대전	-	-
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 발굴 고양시 공예특성화 도시로 지역특화 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 경진대회를 위한 준비 필요 초기에는 작은 규모로 시작하여 시행착오를 거쳐 규모 확장 방안을 모색할 필요가 있음 				

라-7, 9) (SW) 고양시 공예문화 확산 및 EBS, JTBC와 함께 공예교육 및 공예대회

[표 9-34] 고양시 공예문화 확산 및 EBS, JTBC와 공예교육 및 공예대회 추진

사업명	고양시 공예문화 확산 및 EBS, JTBC와 공예교육 및 공예대회 추진				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예문화 확산 및 지역 방송국 등과 연계하여 공예문화 확산 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예문화 확산 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예 작가 및 명장 등을 활용하여 체험학습 등을 통한 문화 확산 플리/프리마켓 등을 통한 문화 확산 5일장과 같이 정기적으로 열리는 공예마켓을 통해 입소문을 통한 문화 확산 EBS 및 JTBC 등 지역방송국과 공예교육 및 공예대회 등 추진 <ul style="list-style-type: none"> EBS 및 JTBC 등의 지역방송국과 연계해서 공예교육 프로그램 개설 방송국 등과 공예대회 등 추진 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	추진계획 기획	경진대회	공예대전	-	-
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예문화 확산 고양시 지역방송국 활용을 통한 공예문화 확산 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 공예문화 확산을 위한 방안 모색 지역방송국과 함께 할 수 있는 프로그램, 대회 등 고민 실제 협력 추진을 위한 구체적 방안 모색 				

라-10, 가-3) (SW) 지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안

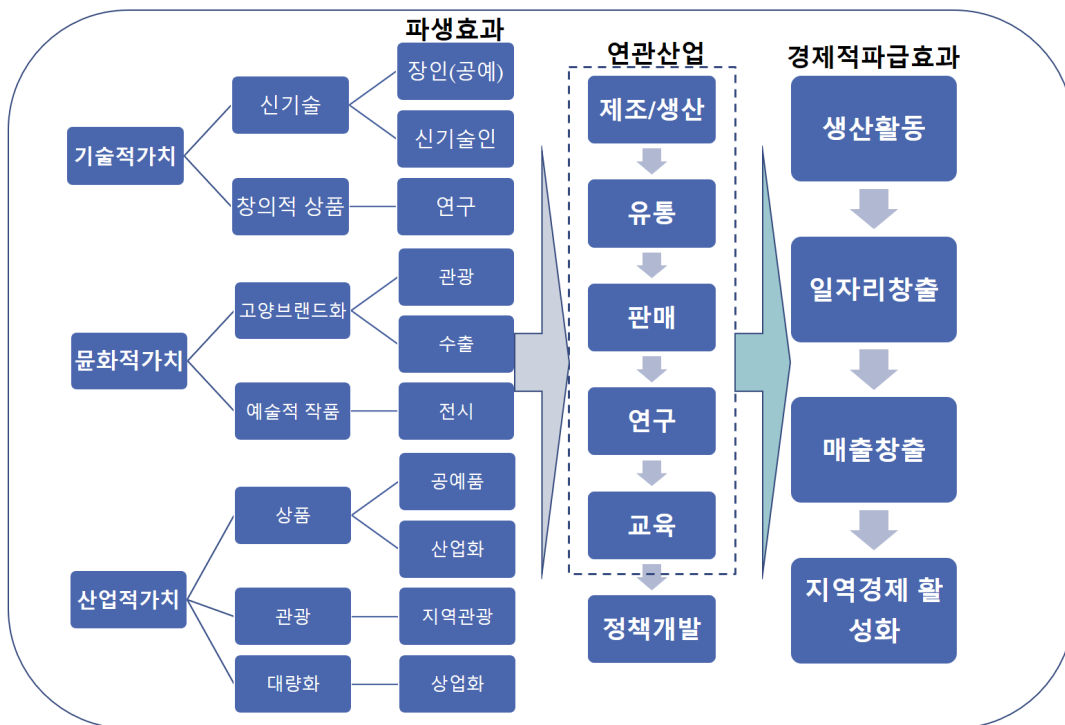
[표 9-35] 고양시 지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안

사업명	고양시 지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안				
사업 목적	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역공예인 배출, 원산지 표시 및 브랜드화 방안 				
사업 시기	<ul style="list-style-type: none"> 단·중·장기 				
사업 내용	<ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역공예인 배출 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 인증제를 통한 장인, 명장 등 발굴 원산지 표시 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예품 관리 및 인증을 통한 고양시 공예품 원산지 표시 브랜드화 방안 <ul style="list-style-type: none"> 고양시 공예인 및 공예품에 대한 인증, 장인 등을 통한 브랜드화 고양시 공예대전, 공예대회, 경진대회, 마켓, 특화거리 등을 통한 브랜드화 				
추진일정	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	추진계획 기획	경진대회	공예대전	-	-
추정예산 (천원)	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
	20,000~	-	-	-	-
기대효과 및 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> (기대효과 및 장점) <ul style="list-style-type: none"> 고양시 지역특화산업으로서의 공예산업 육성 (고려사항 및 단점) <ul style="list-style-type: none"> 인증, 브랜드화 및 공예인 배출을 위한 정책적 지원 방안 모색 				

5. 공예산업의 활성화에 따른 지역경제 파급효과

- 공예산업의 기술적, 문화적 및 산업적 가치에 따라 정책을 제안함
- 각 가치에 따른 파생효과는 연관산업에 영향을 미치고 이를 통해 지역경제의 생산, 일자리창출, 매출상승 등의 효과를 통해 지역경제 활성화에 영향을 미침

[그림 9-4] 공예산업의 활성화와 지역경제 파급효과



6. 고양시 공예산업 특성화와 육성·발전 방안

- 생활공예인의 경우 마켓 참여의 많은 기회를 필요로 했으나, 공예 유통업자 등은 제품의 질과 적정의 가격이 담보되지 않은 상황에서 많은 생활(취미)공예인들이 시장에 진입하게 되면 많은 문제가 발생할 수 있는 것으로 우려를 표명함. 예를 들어, 제

- 품의 질이 낮고 가격이 높게 책정되게 될 경우 소비자로부터의 시장 전체에 대한 신뢰성이 낮아지게 되어, 시장활동 중인 기존 공예인들에게 손해가 발생 할 수 있음
- 재교육된 많은 생활공예인이 숙련된 공예인으로서 시장 진입 시 기존 공예인과의 마찰 등의 문제가 발생할 수 있으며, 공급의 증가에 따른 시장교란 현상이 발생할 수 있음
 - 2011년 이후 생활공예인의 급증으로 인해 생활공예인들 간의, 생활공예인과 전통, 현대 및 산업 공예인과의 공예영역 및 판로확보 및 시장진출에 있어서의 다양한 마찰이 발생하고 있는 상황임
 - 범주 간 및 범주 내의 시장 분할, 영역 차별화, 제품 차별화, 공예인들 간의 협업, 시장 차별화(제품, 신규, 기존, 장인 등) 등을 위한 정책적 지원 방안 모색이 필요함
 - 공예는 수공업산업으로 4차 산업기술은 개인화·맞춤화 등을 통한 고부가가치 산업과 연관됨. 따라서 공예 작품, 제품 및 상품 등의 고부가가치화를 위한 4차 산업기술과의 융합화 방안 모색이 필요함
 - 시장의 성공에 있어 중요한 것은 수공예를 필요로 하는 소비자의 수의 증가가 필요함
 - 지역경제 상생을 위해 애니콜, 행주산성 등의 식음료점을 공예품 전시 및 판매장으로 활용하는 방안 모색이 필요함. 스타벅스와 같이 리워드 제도(충성도 높은 고객 커피 쿠폰 발급, 할인 방안, 선불제도 도입 등)의 도입으로 애니콜 등의 식음료점이 공예품 구입과 연동된 리워드 제도 등의 도입을 통해 시장과 공예산업 활성화 방안을 모색하는 것이 필요함
 - 통영의 ‘디자인큐브’와 같은 이동식 갤러리의 활용을 통한 공예품 전시공간 마련 방안 모색이 필요함. ‘디자인큐브’는 통영 뿐만 아니라, 세종로, 광화문 등에서도 활용되고 있으며, 공간의 제약 없이 필요로 하는 곳으로 이동하여 전시가 가능할 뿐만 아니라, 제작 비용도 예산에 따라 개수를 정할 수 있으며, 예산 확보시 지속적으로 확보할 수 있는 장점이 있음.
 - 덕이동 패션아웃렛 등 활용방안으로 (청년창업지원) 공예마을 종합패션(Total Fashion)으로 고양시가 가능성 높은 젊은이들에게 공간을 매칭 함
 - 젊은이들이 의복을 만들고 팔 수 있도록 지원하고, 청년들에게 공동판매장을 제

공하고, 신제품을 개발해서 지속적으로 판매할 수 있도록 함. 이는 동대문처럼 의류 판매의 메카가 될 수 있음

- 청년들의 의복 및 패션 디자인 교육(Academy)을 위한 경기북부 메카로서 자리 잡을 수 있음. 덕이동은 경의선, 제니스(구매고객층), 운정 등의 시장수요가 있어 시장경쟁력이 높아질 수 있으며, 먹거리 등이 함께 복합상권 구성시 성장 가능성이 있음

□ 장인공예 기술의 산업화 방안의 모색이 필요함

- 독일의 행켈처럼 칼장인의 칼제품을 양산할 수 산업화 방안의 모색이 필요함
- 또한 공예인들의 공예기술의 분업 및 협업을 통한 공예품의 상업화를 가속화하고 이를 통한 산업화 방안의 모색이 필요함

- 공통적으로 공예인들은 서로 만나 의견을 나누고 행사, 시장, 전시 등을 기획할 수 있는 만남의 공간과 기획의 필요성을 강조함. 시장의 차별화를 논의하고 전시회를 기획하며 영역 간의 분쟁을 공예인 스스로 해결할 수 있는 기획의 제공이 매우 중요하고 필요한 것으로 판단됨

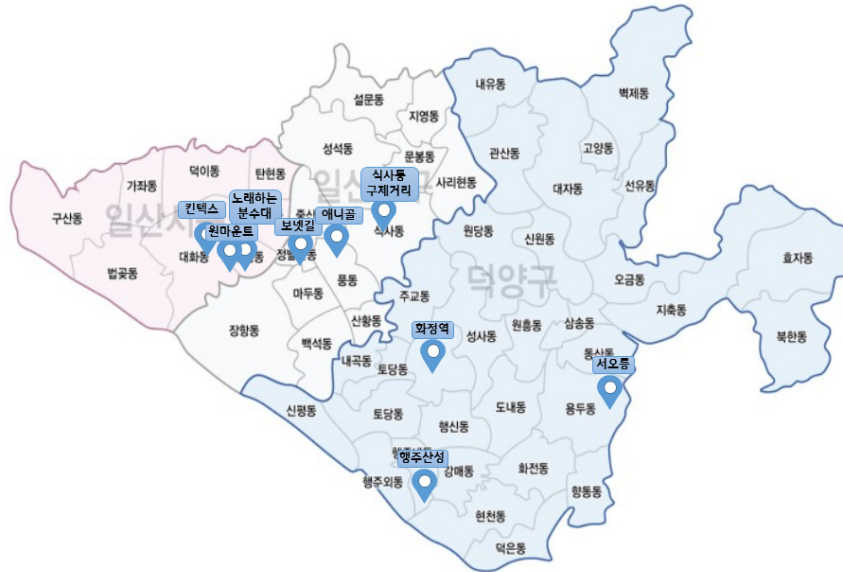
7. 고양시 공예산업 판로개척 및 홍보방안

- 고양시 공예 범주별 유통·판로를 살펴보고 이에 따른 판로개척방안 모색을 위해 고양시 공예산업 활성화를 위한 마켓 유치가능 제안지역을 다음과 같이 지도 표시함

[표 9-36] 고양시 공예산업 활성화정책 유치가능지역 제안

지역	주소
애니골	경기도 고양시 일산동구 풍동
행주산성	경기도 고양시 덕양구 행주내동 산26-1
노래하는 분수대	경기도 고양시 일산동구 호수로 731
원마운트	경기도 고양시 일산서구 한류월드로 300
킨텍스	경기도 고양시 일산서구 킨텍스로 217-60
보넛길	경기도 고양시 일산동구 일산로 355 고양시립마두도서관
식사동구제거리	경기도 고양시 식사동
화정역	경기도 고양시 덕양구 화정로 60
서오름	경기도 고양시 덕양구 서오름로 334-32

[그림 9-5] 고양시 공예마켓 및 공예거리 유치가능 지역



[그림 9-6] 고양시 공예마켓 및 공예거리 유치가능 지도



8. 기타

1) 시장성 확보를 위한 인증제도 활성화

- ❑ 고양시 공예품의 시장성을 확보하기 위해서는 고양시 공예품이 다른 지자체보다 품질이 우수해야함
- ❑ 이를 위해서는 공예교육 분야의 정책이 필요
- ❑ 또한 공예인들의 품질을 객관적으로 심사해줄 인증도구가 필요
- ❑ 심사로 인증된 공예품들이 실제 시장에서 경쟁력을 가지는지 지속적인 모니터링이 필요함

2) 판로개척을 위한 온라인·오프라인 시장 활성화

- ❑ 공예인들이 소규모로 사업을 하는 경우가 많기 때문에 판로를 개척하기 어려움
- ❑ 또한 고정 개인매장을 차리기 어려운 사람들을 위해 온라인 마켓시장과의 연결과 프리마켓 등 임시매장을 지원함으로써 판로를 개척해주어야 함
- ❑ 공예작가의 능력향상 및 시장진입·개척 단계
 - 1.0: 프리마켓 및 플리마켓 등의 시장 개척
 - 1.5: 팝업 Store, 사회적기업, 롯데마트 등에 입점
 - 2.0: 고객 맞춤 생산 제품+기술 협력+타 범주의 공예와 협업 방안 모색

3) 원활한 제작을 위한 공간 및 장비 지원

- ❑ 개인매장이 없고, 제작활동을 위한 공간이 없는 생활공예 작가들을 위한 공예장비 및 공간 지원
- ❑ 공예교육은 장비와 공간 및 장인을 필요로 하므로, 공예 공유 공간 등을 통한 교육프로그램 운영

4) 품질향상을 위한 교육제도 활성화

- 트렌드 및 기술 등의 재교육 등이 필요함
- 시장개척, 진입 및 창출 등을 위한 창업과정 및 비즈니스 모델 등의 교육이 필요함

5) 각 지원정책의 연계

- 서울시는 여성공예센터가 생기기 전까지 공예산업 지원정책을 단계별로 진행함
- 서울 여성공예창업소전과 서울 여성공예창업대전을 통해서 우수한 공예인들을 선발하고, 선발된 인원에게 여성공예마켓인 ‘수공길’을 통해서 판로를 개척했으며, 궁극적으로는 서울 여성공예센터를 설립하여 공예인들에게 장소와 장비를 지원함

참고문헌

[관련문헌]

경기도(2015-2019). 『경기도 공예품 경진대회 개최요강 공고』.

경상남도(2016) 『경상남도 추천상품(QC) 참고자료』.

고양시(2019a). 『2019년도 일반회계 세출예산사업명세서』.

고양시(2019b). 『호수 밤마실 축제 기획안』.

공주시(2017). 『계룡산도예촌 활성화계획』.

광주디자인센터(2019). 『2019 스타상품개발 및 일자리창출사업 - 온라인 판매장(아이디어스) 입점 공방 모집공고』.

국가과학기술심의회·미래성장동력특별위원회(2017). 『혁신성장동력 추진계획』.

국미애·장희연(2016). 『여성 공예창업 활성화 지원기관 운영방안 연구』, 서울시여성가족재단.

권혁인 외(2019). 『지역공예클러스터(메이커스페이스) 조성을 위한 운영방안 수립 연구 제안요청서』, 한국공예디자인문화진흥원.

글로벌리서치(2019). 『2019년 고양시 공예산업 실태조사』, 고양시정연구원.

김상범 외(2014). 『2012 공예산업 실태조사 보고서』, 한국공예디자인문화진흥원.

김종선(2013). “산업공예 기초경영진단 지표개발”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 13(2) : 188-190

문화체육관광부(2013). 『공예산업 활성화 대책』.

문화체육관광부(2015). 『2015년 제18회 대한민국 관광기념품 공모전 개편 계획』.

문화체육관광부(2017). 『공예문화산업 진흥 기본계획(2018~2022)』.

문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2012). 『2011 공예산업실태조사』.

문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원(2017). 『2015년 공예산업 실태조사』.

박남희 외(2014). 『2013 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원.

서울시(2018a). 『2018 「서울밤도깨비야시장」 운영 기본계획』.

서울시(2018b). 『소상공인 육성을 위한 야시장 운영』.

서울문화재단(2018). 『주요업무보고』.

서정걸(2018). “KOCEF NEWS 국내 최대 규모의 공예 마을 이천 예스파크로 떠나자”, 『KOCEF NEWS』, 한국도자재단.

성남시(2019). 『2019년도 일반회계 세출예산사업명세서』.

수원시(2019). 『2019년도 일반 및 특별회계 세입·세출예산서』.

아이디어스(2019). 『아이디어스 서비스 소개서』.

용인시(2019). 『2019년도 일반 및 특별회계 세입·세출예산서』.

이인범 외(2017). 『2014-2015 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원.

장건용(2014) “공예문화산업 지원정책 국내외 조사 분석에 관한 연구”, 『한국디자인문화학회지』, 20(1) : 581-590.

전재명 외(2016). 『지역특화형 공예마을 조성사례 및 발전모델 연구』, 한국공예디자인문화진흥원.

최봉현 외(2016). 『공예문화산업 진흥 기본계획 수립연구』, 산업연구원.

최연수(2019). 『고양시 공예명장제도 도입을 위한 선행연구』, 고양시정연구원.

김술개(2016). 『온라인에서 공예품을 파는 모든 방법』, 미진사.

한국공예디자인문화진흥원(2012). 『2011 공예백서』.

한국농어촌공사(2016) “전남, 천년의 신비가 살아 숨쉬는 곳 강진”, 『흙사랑물사랑』.

허보운 외(2012). 『공예문화 중장기 진흥정책 수립을 위한 기초연구』, 문화체육관광부.

허보운 외(2014). 『2012 공예백서』, 한국공예디자인문화진흥원.

[기타문헌]

[법조례]

경기도 문화지구 관리 및 육성에 관한 조례 제3조

고양시 공예산업 육성 및 지원 조례

고양시 수제품 판매촉진 지원에 관한 조례

고양시 수제품사업 육성 및 판매촉진 지원에 관한 조례

공예문화산업 진흥법 제2조 1항

지역문화진흥법 제18조 2항

[통계데이터]

고양시(2018). “산업세세분류별 총괄”, 『2018 고양시 사업체 조사』.

성남시(2018). “산업세세분류별 총괄”, 『2018 성남시 사업체 조사』.

수원시(2018). “산업세세분류별 총괄”, 『2018 수원시 사업체 조사』.

용인시(2018). “산업세세분류별 총괄”, 『2018 용인시 사업체 조사』.

통계청(2007) “제9차 한국표준산업분류표” 『한국표준산업분류』

통계청(2017). “2015 경제총조사”, 『경제총조사』.

[신문기사]

“8.24. 강진군, 고려청자문화특구 2015 우수 지역특구’에 선정”. 강진군(2015.08.28.),
<http://www.gangjin.go.kr/www/government/press> 접속일 2019.10.31.

“거창 송강기벨리산업특구, 동작 직업교육특구 신규지정”. 중소벤처기업부(2019.01.31.),
<http://www.korea.kr/news/pressReleaseView.do?newsId=156315700&pageIndex=1&repCodeType=&repCode=&startDate=2008-02-29&2019-01-31&srchWord=> 접속일 2019.10.31.

“고양시 사회적경제 통합브랜드 ‘다다켓(DADAKET)’ 제작”, 고양일보(2018.09.11.),
<http://www.mygoyang.com/news/articleView.html?idxno=48207> 접속일 2019.10.31.

“고양시의 또 하나의 자랑 ‘내유동 공예단지’”. 지역내일(2001.05.01.), <https://www.localnaeil.com/News/View/25244> 접속일 2019.10.31.

“내년 중기 공동브랜드 첫선... '한국판 썬카스트' 만든다.” 한국경제(2016.06.16.),
<https://www.hankyung.com/news/article/2016061687881> 접속일 2019.10.31.

“누적 후원금 147억 규모..탐블벅, 2017년 결산”. Platum(2018.02.02.), <https://platum.kr/archives/95268> 접속일 2019.10.31.

“도자산업특구 지정, 이천도자산업 어떻게 변하고 있나?”. 이천뉴스(2008.05.01.),
<http://www.2000news.co.kr/news/articleView.html?idxno=4502> 접속일 2019.10.31.

“‘로컬처(LoCulture)’가 우리동네에 뜬다”, 지역발전위원회(2014.09.22.),
http://region2015.idasystem.co.kr/news/report_read.php?id=45525&board_id=3&page=1 접속일 2019.10.31.

“서울시, 푸드트럭 영업 허용 구역 대폭 늘린다.”. 아시아경제(2016.02.16.),
<https://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016021611240692134> 접속일 2019.10.31.

“‘여름 쇼핑은 서울로 7017에서’ 서울로 팝업스토어 개장”. 머니투데이(2019.05.16.),
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019051609185329952> 접속일 2019.10.31.

“예술가 300명 모이는 '을지로 옥상파티' 연다.”. 아시아경제(2018.10.23.),

<https://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2018102307280011990&mobile=Y> 접속일 2019.10.31.

“옥천에 185ha규모 옷문화단지 조성.”. 연합뉴스(2016.06.22.), <https://www.yna.co.kr/view/AKR20140716071800064> 접속일 2019.10.31

“일산에서 열리는 와글와글 밤시장 '일밤마켓'”. 고양일보(2017.08.24.), <http://www.goyang1.com/news/articleView.html?idxno=3481> 접속일 2019.10.31.

“제1회 중구 문화예술 거버넌스 테이블 개최”. 중구일보(2018.11.20.), <http://www.junggunews.com/news/articleView.html?idxno=30572> 접속일 2019.10.31.

“전국 핸드메이드 장인들의 작품을 만나보세요. 광고 깔롱마켓”, 경기소셜라커(2019.04.05.), https://gnews.gg.go.kr/news/news_detail.do?jsessionId=29DAA6F761B02225A37A57B0B216F128.a.jp13?number=201904051545359231C094&s_code=C094 접속일 2019.10.31.

“진천군 공예마을 '판매 편의시설' 들어선다.”. 뉴스1(2018.05.06.), <http://news1.kr/articles/?3309454> 접속일 2019.10.31.

“진천 공예마을 세계적 관광명사로 뜬다.”. 연합뉴스(2011.05.03.), <https://www.yna.co.kr/view/AKR20110503165400064> 접속일 2019.10.31.

“[카드뉴스] 서울로 봉제·수제화 팝업스토어, 확 달라진 모습으로 17일 개장”. 서울시(2019.05.20.), http://news.seoul.go.kr/citybuild/archives/504105?tr_code=sweb 접속일 2019.10.31.

“‘파스빌’ 우수공예품 상징으로”. 중소기업뉴스(2005.10.10.), <http://news.kbiz.or.kr/news/articleView.html?idxno=9787> 접속일 2019.10.31.

[온라인 자료]

고양국제 꽃박람회 - 고양꽃전시관 <https://www.flower.or.kr/> 접속일 2019.10.31.

고양시청 2019 예산서 http://www.goyang.go.kr/www/user/bbs/BD_selectBbsList.do?q_bbsCode=1045 접속일 2019.10.31.

고양시청 www.goyang.go.kr 접속일 2019.10.31.

공유성북원탁회의 페이스북

<https://www.facebook.com/sb.roundtable/posts/671685356556762/> 접속일 2019.10.31.
 국가무형문화재기능협회 대한민국전승공예대전 <http://www.kpicaa.co.kr/event2/> 접속일 2019.10.31.
 국가법령정보센터 www.law.go.kr 접속일 2019.10.31.
 국학중앙연구원 향토문화전자대전
http://gongju.grandculture.net/Contents?local=gongju&dataType=01&contents_id=GC01701768 접속일 2019.10.31.
 국학중앙연구원 향토문화전자대전 - 성남시 민속공예전시관
http://www.grandculture.net/ko/Contents/Contents?dataType=01&contents_id=GC00101169&RequestBy=%ED%95%AD%EB%AA%A9%EB%A7%81%ED%81%AC 접속일 2019.10.31.
 대구경북공예협동조합 www.dkhand.or.kr 접속일 2019.10.31.
 동덕여자대학교 https://craft.dongduk.ac.kr/bbs/p5_3/14041 접속일 2019.10.31.
 부산공예협동조합 <https://busancrafts.com/> 접속일 2019.10.31.
 서울경인공예협동조합 <http://handcraft.or.kr/> 접속일 2019.10.31.
 서울시 공예박물관 건립예산 <https://opengov.seoul.go.kr/budget/17089690> 접속일 2019.10.31.
 서울공예센터 <https://seoulcraftcenter.kr/> 접속일 2019.10.31.
 서울문화재단 신당 창작아케이드 https://www.sfac.or.kr/site/SFAC_KOR/02/10203010000002018102302.jsp 접속일 2019.10.31.
 성남시청 <https://www.seongnam.go.kr> 접속일 2019.10.31.
 성남시청 2019 예산서 <https://www.seongnam.go.kr/city/contents> 접속일 2019.10.31.
 세종예술시장 ‘소소’ 네이버 포스트 <https://m.post.naver.com/my.nhn?memberNo=12333474> 접속일 2019.10.31.
 송파마을예술창작소 <http://www.masulso.org/home/> 접속일 2019.10.31.
 수원시청 www.suwon.go.kr 접속일 2019.10.31.
 수원시청 2019 예산서 http://www.suwon.go.kr/web/budgetDoc/BD_budgetDoc.list.do 접속일 2019.10.31.
 영국공예청 <https://www.craftscouncil.org.uk> 접속일 2019.10.31.
 아이디어스 <https://www.idus.com> 접속일 2019.10.31.
 옥천군 옥천 참웃 산업 특구 <https://www.oc.go.kr/> 접속일 2019.10.31.
 용인시청 <https://www.yongin.go.kr> 접속일 2019.10.31.
 용인시청 2019 예산서 <https://www.yongin.go.kr/home/ifOp/ifOpMunic/ifOpMunic02.jsp> 접속일 2019.10.31.
 이천시 “이천 도예촌” www.icheon.go.kr 접속일 2019.10.31.
 충북공예협동조합 www.allcraft.or.kr 접속일 2019.10.31.
 통계청 홈페이지 <http://kosis.kr> 접속일 2019.10.31.
 통영시 홈페이지 - 통영 12공방 <http://www.tongyeong.go.kr> 접속일 2019.10.31.
 한국관광공사 <https://kto.visitkorea.or.kr> 접속일 2019.10.31.
 K-Ribbon Selection <https://kribbon.kr> 접속일 2019.10.31.

N15 <http://n15.asia/> 접속일 2019.10.31.

VISIT SEOUL.NET 홈페이지(운영기관: 서울관광재단) - 세종예술시장 '소소' 소개 <http://korean.visitseoul.net/index> 접속
일 2019.10.31.

부록

2019년 고양시 공예산업 실태조사 설문 [부록 1]

[부록 1] 2019년 고양시 공예산업 실태조사

2019년 고양시 공예산업 실태조사

귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

고양시정연구원에서는 여론조사기관 글로벌알앤씨연구소(주)에 의뢰하여 고양시의 공예 및 공예 관련 사업체를 대상으로 공예산업 실태조사를 실시하고자 합니다.

본 조사는 고양시의 공예 관련 사업체의 실태를 파악하여 향후 고양시 공예산업 지원 및 진흥 정책 마련을 위한 기초자료로 활용될 예정입니다.

응답하신 내용은 연구 조사 이외의 목적으로는 일체 사용되지 않을 것이며, 통계법 33조, 34조에 의해 비밀이 보장됨을 알려드립니다. 귀하께서 응답하여 주신 모든 내용은 고양시 공예산업 육성방안 마련을 위한 연구에 매우 귀중한 자료가 되므로 빠진 문항 없이 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

참여해 주셔서 감사합니다.

※ 본 설문은 문화체육관광부와 (재)한국공예·디자인문화진흥원에서 진행된 '2011-2015년 공예산업 실태조사' 연구보고서 설문조사 자료를 참조하여 작성되었음

※ 주관기관 : 고양시정연구원 경제사회연구부, 이현정 선임연구위원

※ 조사기간 : 2019년 5월

개인정보 이용기간	설문지상의 모든 개인정보는 설문지와 함께 파기됩니다. 설문지의 보관은 설문의 검증 및 자료처리가 완료되는 시점을 기준으로 1개월을 넘기지 않습니다.
개인정보 이용목적	① 본인여부 확인 ② 조사목적에 따른 적합한 응답여부 검증 ③ 조사자료의 통계분석
개인정보 활용 동의여부	<input type="checkbox"/> 동의 <input type="checkbox"/> 동의하지 않음

※ 조사 신뢰성 확보를 위하여 아래 내용을 먼저 기입하신 후 설문을 진행해 주십시오.

→ 지금부터 분석에 활용하기 위한, 사업체 기본 현황에 대해 여쭙어 보겠습니다.

SQ1 사업체명					
SQ2 회사설립연도	년				
SQ3 대표자 성별	① 남성	② 여성			
공예사업 분류 SQ4 (하기의 표 확인 후, 응답)	① 현대공예	② 전통공예	③ 산업공예	④ 생활공예	
SQ5 기업(사업)형태	① 개인사업체	② 회사법인	③ 회사 외 법인	④ 비법인 단체	⑤ 개인
SQ6 기업(사업)세부	① 공방	② 공장	③ 주식	④ 유한	
	⑤ 합자	⑥ 합명	⑦ 재단	⑧ 사단	
	⑨ 협회	⑩ 조합	⑪ 사회적기업		
SQ7 기업(사업)구조	① 단독기업	② 공장, 지사, 영업소		③ 본사, 본점, 본부	④ 기타 ()
SQ8 경영형태	① 창업	② 가업 계승	③ 기업 인수	④ 전문경영인	⑤ 동업
					⑥ 기타 ()
SQ9 가입 4대보험	① 국민연금	② 건강보험	③ 고용보험	④ 산재보험	⑤ 모두
					⑥ 없음
SQ10 주소	경기도 고양시 _____ 구 _____ 동 (상세주소) _____ (상세주소는 생략 가능함)				

※ SQ4. 공예사업 분류 참고

공예백서 공예 분류 기준	1차 범주	2차 범주	
	① 현대공예	1. 금속공예	2. 도자공예
		3. 목칠공예	4. 섬유공예
		5. 유리공예	6. 기타공예
	② 전통공예	7. 목/칠공예(나전 채와 건칠 화각 죽 각자 등)	
		8. 도자공예(도자, 옹기 등)	
		9. 금속공예(장신구 포함)	
		10. 종이공예	
		11. 기타공예(옥석, 초자, 초경, 모피, 골각, 말총, 부채, 악기, 단청, 탕화, 민화 등)	
	③ 산업공예	12. 도자공예	13. 유리/석공예
		14. 금속공예	15. 목/죽세공예
		16. 종이공예	17. 섬유공예
		18. 가죽공예	19. 기타공예
	④ 생활공예	20. 롤페인팅공예	21. 양초공예
		22. 침숫공예	23. 크리스탈
		24. 야생화	25. 점토놀이공예
		26. 토크아트공예	27. 골판지공예 등

Part A. 사업체 기본현황 - [전체 응답자 작성]

※ 지금부터 귀 사업체 기본현황에 대해 여쭙어 보겠습니다. 귀 사업체를 기준으로 응답해 주시면 됩니다.

A1. 귀 사업체의 주요사업(업종)은 다음 중 어디에 해당하십니까?

- ① 제조(생산) ② 유통(판매) ③ 제조/유통 병행 ④ 기타()

A2. 귀 사업체의 핵심 사업 영역은 다음의 산업분류에서 어느 업종에 해당하십니까?

다음 코드표를 참조하여 선택하여 주십시오.

업종코드	<업종코드(중) : _____ > / <세부분류코드(소) : _____ >
------	---

	업종코드(중)	세부분류코드(소)
도자	도자 제조업 101	23211 가정용 및 장식용 도자기 제조업
	도자 유통업 102	46433 가정용 요업제품 비전가식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업
유리	유리공예제조업 201	23191 가정용 유리제품 제조업 23199 그 외 기타 유리제품 제조업
	유리공예유통업 202	46433 가정용 요업제품 비전가식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업
석	석공예제조업 211	23919 기타 석제품 제조업
	석공예유통업 212	47859 그 외 분류안된 상품 전문 소매업
금속	금속공예제조업 301	25912 금속단조제품 제조업 25999 그 외 금속가공제품 제조업 32091 금속가구 제조업 25943 금속선 가공제품 제조업
	금속공예유통업 302	24321 알루미늄주물 주조업 24322 동주물 주조업 24329 기타 비철금속 주조업
귀금속	귀금속/보석 311	33110 귀금속 및 관련제품 제조업 33120 모조 귀금속 및 모조 장신용품 제조

	업종코드(중)	세부분류코드(소)
죽/초	죽세/초경공예제조업 411	16302 돗자리 및 기타 조물제품 제조업 32029 기타 목재가구 제조업
	죽세/초경공예유통업 412	47599 그 외 기타 분류안된 가정용품 소매업 46692 벽지 및 장판류 도매업
종이/한지	종이/한지공예제조업 501	17129 기타 종이 및 판지 제조업
	종이/한지공예유통업 502	17909 그 외 기타 종이 및 판지제품 제조업 17229 기타 종이 상자 및 용기 제조업
섬유	섬유공예제조업 601	13222 자수제품 및 자수용재료 제조업 13409 기타 섬유제품 염색 정리 및 마무리 가공업 13910 카펫 마루덮개 및 유사제품 제조업 14130 한복 제조업 14499 그 외 기타 의복 액세서리 제조업 13109 기타 방직업
	섬유공예유통업 602	46417 의복액세서리 및 모조장식품 도매업 47412 한복 소매업 47419 기타섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업 47411 가정용 직물제품 소매업
가죽	가죽공예제조업 611	14202 천연모피제품 제조업 14203 인조모피 및 인조모피 제품 제조업 15121 핸드백 및 지갑 제조업 15129 가방 및 기타 보호용 케이스 제조업 15190 기타 가죽제품 제조업 14499 그 외 기타 의복액세서리 제조업 15211 구두류 제조업 15219 기타 신발제조업
	가죽공예유통업 612	46416 가죽 및 모피제품 도매업 47430 가방 및 기타 가죽제품 소매업

/ 보석	제조업		업 27402 시계부품 제조업 24329 기타 비철금속 주조업
	귀금속/보석 유통업	312	46492 시계 및 귀금속제품 도매업 47830 시계 및 귀금속 소매업
	귀금속 관련 수리업	314	95392 시계, 귀금속 및 약기수리업
목	목공예 제조업	401	16292 주방용 및 식탁용 목제품 제조업 16293 장식용 목제품 제조업 16299 그 외 기타 나무제품 제조업 32022 나전칠기기구 제조업 32029 기타 목재가구 제조업
	목공예 유통업	402	47599 그 외 기타 분류안된 가정용품 소매점 46433 가정용 요업제품 비전기식 주방용품 및 날붙이 도매업 47592 식탁 및 주방용품 소매업 46431 가정용 가구도매업 47520 가구소매업
기	기타공예 제조업	701	47419 기타 섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업 46420 신발도매업
	기타공예 제조업	701	33932 조화 및 모조장식품 제조업 33999 그 외 기타 달리 분류되지 않는 제품 제조업
	종합 도소매업	803	47841 예술품 및 공동품 소매업 47842 관광민예품 및 선물용품 소매업
공	전문 기술 서비스업	805	73202 제품 디자인업 73203 시각 디자인업 73209 기타 전문디자인업

A3. 귀 사업체의 대표자를 포함한 상시 종사자 현황을 기입해 주십시오.

※ 상시종사자 : 정규직과 비정규직을 포함한 모든 임금근로자

구분		상시 종사자 수				합계 _____명 ※ 합계는 A3-1, A3-2, A3-3 각 응답 수의 합과 동일
A3-1 고용 형태	① 상용근로자	② 임시/일용근로자	③ 무급가족종사자	④ 기타종사자		
	_____명	_____명	_____명	_____명		
A3-2 성별	① 남성		② 여성			
	_____명		_____명			
A3-3 공예 교육 이수자	① 공예 전공 및 전문교육 이수자		② 비전공자 및 비이수자			
	_____명		_____명			

A4. 대표자께서는 본 사업 운영을 위해 공예 관련 전공(대학 이상의 교육) 및 전문교육 이수를 하셨습니까?

- ① 공예분야 관련 전공(대학 이상의 교육) 하였음
- ② 전문 교육기관을 통해 공예 관련 교육을 이수하였음
- ③ 전문 공예인(가업 무형문화재 명장 등)을 통해 도제식 교육을 받음(교육기관 외)
- ④ 공예 관련 전공(대학 이상의 교육) 및 전문교육을 받지 않았음

A5. 귀 사업체에서는 2018년 기준(2018년 1월 1일 ~ 2018년 12월 31일) 신규채용을 한 적이 있습니까?

- ① 없다 ② 있다 (신규채용 인원 : 명)

A6. 귀 사업체에서는 향후 신규채용을 계획하고 계십니까?

- ① 없다 ② 있다 (신규채용 계획 인원 : 명)

A7. 귀 사업체에서 신규채용 및 인력 수급 시 고려하는 부분에 대해 다음의 중요도는 어느 정도입니까?

	전혀 중요하지 않음	별로 중요하지 않음	보통	약간 중요함	매우 중요함
관련 전공(학력)	①	②	③	④	⑤
업무 경험(경력)	①	②	③	④	⑤

A8. 귀 사업체의 구성과 규모, 소유형태는 어떻게 되십니까?

	공장 혹은 공방	판매점	
		직영점	유통점
개수	_____ 개	_____ 개	_____ 개
소유형태	① 소유 ② 임차	① 소유 ② 임차	① 소유 ② 임차

※ 사업체 형태에 따라 다수 (2개 이상) 사업체를 소유하신 경우, 가장 큰 사업체를 기준으로 말씀해 주십시오.

A9. 귀 사업체에서 주로 취급(제조 및 유통)하는 공예품 또는 공예 관련 제품의 형태는 어떻게 되십니까? (복수응답)

- ① 공예품 관련 소재 및 원부자재 제조 및 유통(부품, 재료, 원료 등)
 ② 공예품 관련 반제품(최종 완성단계 이전의 중간제품) 제조 및 유통
 ③ 공예품 관련 완제품(최종 완성품) 제조 및 유통

Part B. 사업체 기본현황 - 제조(생산) 업체용

※ 지금부터 제조(생산)과 제조/유통 병행 사업체 분들께 여쭙어 보겠습니다. B1부터 B18까지 응답을 부탁드립니다.

B1~B5. 귀사에서 제작(생산)하는 대표 공예품에 대해 작성해 주십시오.

문 항	대표공예품 1	대표공예품 2
B1. 귀사에서 제작/생산하는 대표적인 공예품은 무엇입니까?	(품명 작성)	(품명 작성)
B2. 대표 공예품의 주된 소재는 무엇입니까? (여러종류 소재 사용 시 주 사용소재 1~2개 답변)	(<보기 1> 해당 숫자)	(<보기 1> 해당 숫자)
B3. 대표 공예품의 주된 용도는 무엇입니까?	(<보기 2> 해당 숫자)	(<보기 2> 해당 숫자)
B4. 대표 공예품의 판매 가격은 얼마입니까?	_____ (원)	_____ (원)
B5. 대표 공예품의 월평균 제작/생산량은 얼마나 되십니까?	(월 기준)	(월 기준)
	_____ (개)	_____ (개)

B2의 <보기 1> 소재	소재 구분		
	① 금속	② 도자	③ 귀금속/보석
	④ 돌(석공예)	⑤ 나무(목공예)	⑥ 유리
	⑦ 죽세	⑧ 섬유	⑨ 칠
	⑩ 가죽	⑪ 종이	⑫ 특수소재 및 합성재료
	⑬ 기타 ()		

B3의 <보기 2> 용도	분류	대표 상품
	① 가구용품	거실장, 장식장, 식탁, 화장대 등
	② 문방/사무용품	메모콧이, 명함집, 필통, 칼, 붓, 베틀, 책갈피, 재떨이 등
	③ 생활소품	스탠드, 화병, 거울, 시계, 액자, 촛대, 벽걸이, 선반, 조각, 인형, 분수, CD콧이 등
	④ 장신구/집화	목걸이, 반지, 팔/발찌, 브로치, 열쇠고리, 핸드폰 줄, 넥타이 관련 소품, 지갑, 스카프 등
	⑤ 주방/욕실용품	반상기, 공기, 대접, 접시, 잔, 수저받침, 식탁보, 비눗갑, 다기 등
	⑥ 기타용품	악기류, 초, 제품, 종교제품 등

B6. 귀 사업체에서 공예 관련 제품 제조(생산) 시, 업무 수행 단계별 어려움의 정도는 어떻게 되십니까?

B6-1. 다음의 각 단계 중 중요한 단계부터 1~5위까지 순위를 선택하여 주십시오.

업무 단계	B6. 업무 수행 단계별 어려움					B6-1 중요도 (1~5위)
	매우 어려움	어려운 편이다	그저 그렇다	수월한 편이다	많이 수월함	
사업기획 (중장기 계획, 제조/유통 플랫폼 기획 등)	①	②	③	④	⑤	
상품기획 및 디자인 개발 (상품 기획, 시장조사, 상품 콘셉트/디자인/ 기술개발 등 제작 직전 단계)	①	②	③	④	⑤	
제품 생산 (자재 수급, 가공, 마감 등 제작 모든 과정)	①	②	③	④	⑤	
상품 포장 홍보 및 마케팅	①	②	③	④	⑤	
유통 및 판매(판로확보)	①	②	③	④	⑤	

B7. 사업체의 운영을 위해, 새로운 공예품 개발이 필요하다고 생각합니까?

- ① 필요없다 (B8로 이동) ② 필요하다 (B7-1로 이동)

B7-1. 귀사에서 새로운 공예품 제작(생산) 시 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ① 전통성 ② 트렌드(대중성) ③ 제품 가격
④ 제품 디자인 ⑤ 제품 실용성 ⑥ 기타 ()

B8. 귀사는 최근 2년 내 새로운 공예품을 출시했거나 디자인/기능을 개선한 경험이 있습니까?

- ① 없다 (B9로 이동) ② 있다(B8-1로 이동)

B8-1. 귀사가 새로운 공예품을 출시 또는 디자인/기능 개선을 진행한 가장 큰 이유는 무엇입니까?

• 1순위 () • 2순위 ()

- ① 회사의 정체성 강화 ② 시장의 변화에 따른 변화 필요 인지 ③ 제품의 실용성 강화
④ 디자인 개선 ⑤ 신기술/신소재 적용 (3D프린팅, CNC 등) ⑥ 원재료 수급 난항/ 불가
⑦ 가격 인하(저가라인 출시) ⑧ 명품화 전략 (하이엔드 시장으로의 진입) ⑨ 기타()

B9. 귀사의 공예품을 소비자가 선택하는 가장 큰 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

• 1순위 () • 2순위 ()

- ① 합리적인 가격 ② 독특한 디자인 ③ 제품의 품질
④ 제품의 용도 ⑤ 사업체(브랜드/공예인/장인)의 지명도 또는 명성 ⑥ 기존 고객의 재방문(단골)
⑦ 적극적인 홍보 (온라인 입소문, 홍보물 배포 등) ⑧ 기타()

B10. 귀사에서 제조(생산)되는 제품의 유통(판매) 경로는 어떻게 됩니까?

- ① 직접 고객에게 판매 (B11로 이동) ② 유통(판매)업체 납품을 통해 판매 (B10-1로 이동)

B10-1. 제조(생산) 제품을 유통(판매)업체로 납품 시 애로사항은 무엇입니까?

- ① 과도한 원가절감 ② 까다로운 품질 기준
③ 상품하자 시 과도한 배상 ④ 과도한 이익 배분
⑤ 포장 및 운송 문제 ⑥ 대량생산 요구 및 일정 준수
⑦ 유통(판매)업체 정보 등 초기 판로 확보 ⑧ 기타()

B13-3. 귀 사업체에서 교육 진행 시 주로 사용하는 교육장은 어디입니까? (한 가지 선택) (응답 후, B14 이동)

- | | | |
|------------|------------|-----------------|
| ① 사업장 내 공방 | ② 운영 매장 | ③ 문화센터 및 직업교육센터 |
| ④ 대학교 | ⑤ 초/중/고등학교 | ⑥ 기타() |

B14. 귀 사업체에서는 대표자 또는 근로자가 동종업종의 새로운 트렌드를 받아들이거나, 기능적인 능력 향상을 위해 재교육 프로그램에 참여하신 적이 있습니까?

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| ① 참여한 경험 없음 (B15로 이동) | ② 참여한 경험 있음 (B14-1로 이동) |
|-----------------------|-------------------------|

B14-1. 재교육의 대상은 누구입니까? (모두 선택) (응답 후, B14-2 이동)

- | | | |
|--------|----------|------------------|
| ① 대표자만 | ② 상시근로자만 | ③ 대표자 및 상시근로자 모두 |
|--------|----------|------------------|

B14-2. 귀 사업체에서는 재교육을 어느 방법으로 받으셨습니까? (모두 선택) (응답 후, B14-3 이동)

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| ① 학위과정(전문대학, 대학, 대학원 등) | ② 한국공예 디자인문화진흥원 |
| ③ 전통교육센터 | ④ 평생교육원 |
| ⑤ 지역 내 공예전문기관(예. 한지산업지원센터 등) | ⑥ 조합 및 협회 |
| ⑦ 사설 학원 및 아카데미 | ⑧ 자체 특강(사업장 내 외부강사 초청) |
| ⑨ 창업 또는 비즈니스지원센터(국공립) | ⑩ 기타() |

B14-3. 재교육 시 애로사항은 무엇이었습니까? (두 가지 선택) (응답 후, B15 이동)

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| ① 교육 프로그램 관련 정보 획득 기회 부족 | ② 교육과정의 전문성 부족 |
| ③ 교육 강사의 전문성 부족 | ④ 다양한 교육 프로그램의 부재 |
| ⑤ 교육비/시간적 여유 부족 | ⑥ 기타() |

B15. 귀 사업체에서 향후 재교육을 받을 의향이 있으시다면 희망하는 프로그램은 무엇입니까?

- | | |
|--------------------|------------------------|
| ① 공예 트렌드 관련 | ② 새로운 설비 및 기기사용 관련 |
| ③ 정부 정책 및 지원제도 관련 | ④ 기업경영(회계 및 재무관리 등) 관련 |
| ⑤ 특허등록(지적재산권 등) 관련 | ⑥ 제품 디자인 또는 품질향상 관련 |
| ⑦ 기타() | ⑧ 의향 없음 |

※ 지금부터 유통(판매)과 제조/유통 병행 사업체 분들께 여쭙어 보겠습니다. C1부터 C13까지 응답을 부탁드립니다.

C7-1. 유통(판매)할 공예 관련 제품을 납품 받을 때 애로사항은 무엇입니까?

- | | |
|-------------------|-----------------|
| ① 과도한 원가요구 | ② 제품의 품질 수준 |
| ③ 상품하자 시 납품업체의 대응 | ④ 과도한 이익 배분 |
| ⑤ 포장 및 운송 문제 | ⑥ 제품 확보 및 일정 준수 |
| ⑦ 제조(생산)업체의 정보 | ⑧ 기타() |

C8. 귀 사업체에서 제작 및 유통되는 공예품의 주된 판매처 중 판매량이 높은 순으로 2곳만 응답해 주십시오.

• 1순위: () • 2순위: ()

- | | |
|---|---------------------------------|
| ① 업체 소유 판매장(직접 판매) | ② 인사동 같은 문화거리 내 판매장 |
| ③ 백화점/면세점 | ④ 대형할인마트 |
| ⑤ 교육/체험활동 학습장 | ⑥ 관광기념품/전통공예 판매장 |
| ⑦ 박람회/축제/페어/전시회 장소 | ⑧ 전문갤러리 내 매장 |
| ⑨ 플리/프리마켓(벼룩시장 등) | ⑩ 전통시장(3일장, 5일장 등 임시전통시장 모두 포함) |
| ⑪ 공예전문 인터넷 사이트 | ⑫ 오픈마켓(11번가, G마켓 옥션, 인터파크 등) |
| ⑬ 인터넷 및 홈쇼핑 등의 종합쇼핑몰(GS shop, 롯데닷컴, CJ몰, 현대홈몰 등) | |
| ⑭ 종합포털사이트(네이버, 다음 등)에 링크되어 있는 쇼핑몰(카페 및 블로그 모두 포함) | |
| ⑮ 디자인 브랜드 사이트 | ⑯ 기타() |

C9. 귀 사업체에서 공예 관련 제품을 유통(판매) 시, 업무 수행 단계별 어려움의 정도는 어떻게 되십니까?

C9-1. 다음의 각 단계 중 중요한 단계부터 1~5위까지 순위를 선택하여 주십시오.

업무 단계	C9. 업무 수행 단계별 어려움					C9-1
	매우 어려움	어려운 편이다	그저 그렇다	수월한 편이다	많이 수월함	
유통망 및 시장조사	①	②	③	④	⑤	
제품 확보	①	②	③	④	⑤	
포장 및 패키징	①	②	③	④	⑤	
홍보 및 마케팅	①	②	③	④	⑤	
유통 및 판매(판로확보)	①	②	③	④	⑤	

C10. 귀 사업체에서는 공예 관련 제품의 유통(판매)을 위해 홍보 및 마케팅 활동을 하신 경험이 있으십니까?

- | | |
|-------------------|---------------------|
| ① 경험 없음 (C11로 이동) | ② 경험 있음 (C10-1로 이동) |
|-------------------|---------------------|

※ Part D 부터는 제조(생산) / 유통(판매) 여부와 무관하게 모두 응답을 부탁드립니다.

Part D. 수출/수입 현황 - [전체 응답자 작성]

D1. 귀 사업체는 과거 또는 현재 공예 관련 제품(완성품, 재료 등)을 외국으로(에서) 수출(수입)하신 경험이 있으십니까?

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| ① 외국으로 수출하였음 (D1-2로 이동) | ② 외국에서 수입하였음 (D1-1로 이동) |
| ③ 수출과 수입 모두 하였음 (D1-2로 이동) | ④ 해당사항 없음 (D1-1로 이동) |

D1-1. 귀 사업체는 과거 또는 현재 공예 관련 제품을 외국으로 수출을 시도한 적이 있습니까?

- | | |
|----------------------|------------------------|
| ① 시도한 경험 없음 (D2로 이동) | ② 시도한 경험 있음 (D1-2로 이동) |
|----------------------|------------------------|

D1-2. 국내에서 제작된 공예품을 수출한 경험으로 보아 수출 시 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| ① 한국 제품에 대한 낮은 인지도 | ② 다른 나라와의 원가경쟁의 어려움 |
| ③ 포장 및 배송비 등 관리비용의 지속 상승 | ④ 복잡한 서류 절차 |
| ⑤ 판로 개척의 어려움(해외 관련 업체 정보 등) | ⑥ 까다로운 품질/안전성 검사 |
| ⑦ 기타() | ⑧ 애로사항 없음 |

D2. 귀 사는 해외에서 개최되거나 개최한 박람회 및 전시회에 참여한 경험이 있으십니까?

- | | |
|---------|------------|
| ① 경험 없음 | ② 경험 있음() |
| | (참가행사명 :) |

D3. 귀 사는 공예품 판매를 위해 온라인(인터넷)으로 해외 유통 및 판매 사이트에 등록한 경험이 있으십니까?

- | | |
|---------|------------|
| ① 경험 없음 | ② 경험 있음() |
| | (사이트명 :) |

D4. 귀 사는 앞으로 공예품의 해외수출을 위한 판로개척 또는 판로확대를 하실 의향이 있으십니까?

- | | |
|---------|---------|
| ① 의향 없음 | ② 의향 있음 |
|---------|---------|

Part E. 재무현황 - [전체 응답자 작성]

E1. 귀 사업체의 2018년 총 매출액과 2019년 예상 매출액은 얼마 정도입니까?

	2018년	2019년 (예상)
매출액	원	원

E1-1. 귀 사업체의 2018년 매출액 중 순수 공예 관련 매출액의 비중은 어느 정도였습니까?

	2018년
총 매출액 대비 공예 관련 매출액의 비중	%

E2. 귀 사업체의 2018년 총 매출액 중 다음 영역별 비중은 어느 정도였습니까?

※ 제조(생산)인 경우 A만 응답, 유통(판매)인 경우 B만 응답하며, 제조와 유통 병행 시는 A와 B 모두 응답

A. 제조(생산)

제조(생산)	유통(도소매)	수출	교육	합계
%	%	%	%	100%

B. 유통(판매)

내수	수출	합계
%	%	100%

E3. 2018년 기준 귀 사업체를 운영하는데 지출한, 한 달 평균 비용은 총 얼마 정도 되십니까?

	2018년
월평균 지출 운영비	원

E4. 귀 사업체를 운영하는데 있어서 다음의 내역별 지출 비중은 어느 정도입니까?

인건비	임대료	재료/설비 구입비	공과금 (전기세 등)	기타비용	합계
%	%	%	%	%	100%

E5. 2018년 귀 사업체는 어떤 방법으로 필요자금을 조달 하셨습니까?

자금조달 방법	비율
자기 자본 조달	%
금융기관 대출	%
정부 정책자금	%
개인 사채	%
기타(회사채, 벤처캐피탈 자금 등)	%
전 체	100%

E6. 귀 사업체의 2019년 자금 사정은 2018년 대비 원활한 편입니까?

매우 곤란하다	다소 곤란한 편이다	보통이다/그저 그렇다	다소 원활한 편이다	원활한 편이다
①	②	③	④	⑤

E7. 귀 사업체가 운영하고 있는 사업 분야의 향후 사업전망은 작년 대비 어떻게 변할 것이라고 생각하십니까?

매우 좋지 않을 것이다	다소 좋지 않을 것이다	작년과 비슷할 것이다	다소 전망이 밝을 것이다	매우 전망이 밝을 것이다
①	②	③	④	⑤

E7-1. (E7 '① 매우 좋지 않을 것이다' 또는 '② 다소 좋지 않을 것이다' 응답자)

향후 전망이 좋지 않을 것이라고 생각하시는 주된 이유는 무엇입니까?

- | | |
|--------------------|---------------|
| ① 유사 업체의 경쟁 심화 | ② 판로 개척의 어려움 |
| ③ 자금사정으로 인한 경영 악화 | ④ 원자재 비용 상승 |
| ⑤ 제품에 대한 소비자 인식 변화 | ⑥ 경기침체로 인한 영향 |
| ⑦ 유통시장의 부재 | ⑧ 기타() |

Part F. 기술현황 - [전체 응답자 작성]

※ 2019년 4월 기준 귀 사업체가 보유하고 있는 인증제도, 특허 등 지식재산권 등록 및 취득 현황을 여쭙어 보겠습니다.

F1. 각 인증 및 특허에 대한 취득 여부는 어떻게 되십니까?

F2. 귀 사업체가 인증 및 특허를 취득했다면, 각 종류별 보유 건수는 몇 건 정도입니까?

※ 각 인증 및 특허에 대해 취득 여부를 선택 후, 취득 일 경우 "F2. 취득 및 보유 건수"를 응답해 주시기 바랍니다.

- G3. 귀 사업체는 향후 정부나 자치단체로부터 다음 중 어떤 부분을 지원 받고 싶으십니까?

- G4. 앞서 응답하신 것 이외 귀 사업체가 발전하기 위해 정부나 지자체에서 지원해 줬으면 하는 사항이나 다른 건의사항이 있으시면 작성해 주십시오.

--

※ 끝까지 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다 ※

조사원 성명		조사일자	년	월	일
검증원 성명		검증일자	년	월	일

Abstract

A Study on the Development of Craft Industry in Goyang City

Hyun Jung Lee*, Dongik Jo*

In this study, we focus on the development of craft industries in Goyang City. First, we conduct a survey to investigate the current status of the craft industry in Goyang City. Second, we conduct an in-depth interview with people who are involved in the craft industries: craftsmen, retailers, market planners, civil servants, members of craft guilds, etc. Fourth, main craft categories chosen for the interviews are: traditional, modern, industrial and life-style. In addition, we seek advice from researchers and experts in craft industries. Also, in order to understand the characteristics of the Goyang City's craft industries, we compare the surveyed data on Goyang City with the national data.

Since 2010, the number of people in the life-style craft industry has increased rapidly and the need to expand the market size naturally increased along with that. There are some possible efforts that might effect precisely that. For example, there are requests for a street devoted to crafts, a craft village, free markets and flea markets supported by the city. Also, there are demands for a roundtable for craftsmen for them to get together, education and training programs in the industry and so on. To realize these varied policy endeavors it is necessary for Goyang City to consider develop of

* Goyang Research Institute, Goyang, Korea

systematic policies to support the projects. The proposed policies are developed based on the classification of hardware and software: In terms of hardware, there is a need to build the appropriate infrastructure to support the craft industry. Hardware that is not backed up by software would be useless. Well-developed strategies for regional specialization that would make Goyang City unique is the soft power that is required. We also consider the schedule—i.e., planning time horizon—by dividing it into short, mid and long terms. Finally, we propose a diverse set of policies on in-depth interviews with craftsmen and experts as well as surveys: education and training programs for craftsmen, competition projects, holding a craft exhibition, setting aside an area for crafts (village; street), explore ways to converge the craft industry and new technologies, start a certification program for craftsmanship, etc.