

2017 제4차 충남미래연구포럼

전통 천연섬유산업의 미래

일 시 : 2017. 6. 27.(화) 14:00

장 소 : 서천군 문헌서원 교육관



서천군

(한산모시소곡주사업단)



충남연구원
ChungNam Institute

(미래전략연구단)

2017 제4차 충남미래연구포럼

전통 천연섬유산업의 미래

진행 흐름

14:00-14:10	10'	인사말씀 <input type="checkbox"/> 서천군 부군수
14:10-15:10	60'	전통섬유의 전통보존과 활성화 <input type="checkbox"/> 한산모시 사업 현황 • 김익열 서천군 한산모시팀장 <input type="checkbox"/> 전통문화 활성화를 위한 안동포 보존과 산업화 • 김문년 안동시 전통산업과 한방산업팀장 <input type="checkbox"/> 한지소재를 활용한 상품개발 현황 및 발전방안 • 임현아 한지산업지원센터 개발실장
15:10-15:50	40'	문답 및 토론 <input type="checkbox"/> 좌장 • 노희량 서천군 한산모시소곡주사업단장
15:50-16:00	10'	휴식
16:00-17:00	60'	전통섬유의 산업화 과제 <input type="checkbox"/> 한산모시의 시장과 산업 현황 • 임은순 한산모시협동조합장 <input type="checkbox"/> 안동포 산업화 노력 • 이동화 안동시 동안동농협 임하지점장 <input type="checkbox"/> 한지사 제조방법 및 제품의 시장성 • 김강훈 (주)쌍영방적 대표이사
17:00-17:50	50'	문답 및 토론 <input type="checkbox"/> 좌장 • 송두범 충남연구원 미래전략연구단장
17:50-17:55	5'	폐회

01

[전통 천연섬유산업의 미래]

『한산모시 사업 현황』

김 익 열

서천군 한산모시사업팀장

한산모시 사업 현황



순서

- I. 기본 현황
- II. 시설 및 인력 현황
- III. 그 동안 추진사업
- IV. 향후 사업계획



I . 기본현황

3



1. 기본현황

모시(ramie)란?



- 다년생 식물
- 땅속줄기나 종자로 번식
- 우리나라 중남부 지방에 주로 분포
- 색상 : 녹색
- 키(줄기) : 80~160cm
- 잎 : 길이 10~15cm, 너비 5~10cm
- 개화시기 : 7~8월
- 사용용도
 - 줄기 : 모시옷(섬유)
 - 잎 : 차, 떡 등(식품)

4

1. 기본현황

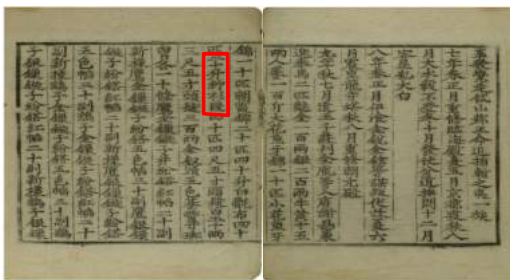


모시의 역사

1,500년의 전통을 이어온 한산모시

○ (통일신라시대) 경문왕869년에 모시를 중국에 공물로 보냈다는 기록이 있음.

○ (고려시대) 원나라는 1322년~1354년에 모시[織紋苧布]를 공물로 요구함.
모시는 그 뛰어난 품질로 중국에 보내는 대표적인 물품.



○ (조선시대) 인문역사서 <택리지>에는 모시 중에서 한산 세모시가 제일이라는 내용이 실려있음.

○ (조선후기) 한산 중심의 저산팔읍에서 모시 생산과 교역이 활발히 이루어짐.

1. 기본현황



한산모시 생산 현황

○ 모시밭 재배면적 : 10ha

○ 모시밭 재배농가 : 115농가

○ 필모시 생산량(년) : 641필(21.6m X 31cm)

○ 필모시 거래가격(필) : 60만원~300만원

○ 모시awl 생산량(년) : 345톤

○ 모시awl 거래가격(톤) : 150만원~200만원

1. 기본현황

한산모시 판매 현황

구 분	업체수(개소)	종사자(명)	매출액(백만원)
전통모시(모시옷) (한산모시조합)	10 (1)	114 (104)	843 (650)
현대모시 (양말, 속옷 등)	13	73	1,903
식품모시 (떡류)	22	83	1,362
식품모시 (젓갈, 앞차 등)	12	29	2,297

7

1. 기본현황

모시관련 단체 현황

○ (사)한산모시조합

- 설 립 일 : 2006. 6. 14
- 대 표 : 임은순
- 구 성 : 104명
- 주요 사업 : 지리적표시품 및 지리적표시단체 표장 관리, 모시유통 등

○ 한산태모시영농조합

- 구 성 일 : 2007. 1. 10
- 대 표 : 최종식
- 구 성 원 : 115명

○ 한산모시식품 관련 업체

- 모시떡 업체 : 22개소(송편, 개떡 등)
- 기타 모시식품 : 12개소(젓갈, 앞차, 막걸리, 칼국수, 소곡주 등)

8

1. 기본현황

유네스코 인류무형유산 등재

등재년도 : 2011년 11월 28일

등재사유

- 한산모시짜기는 1500년을 이어온 전통 직조기술
- 공동체 의식이 포함된 우수한 전통문화로 인정
- 전통적 가치의 전승 보존 등 총체적 관리 필요



한국의 무형유산 대표목록



9

1. 기본현황

모시관련 사업 전망

전통모시

모시짜기의 힘든 수작업 때문에 모시관련 종사자 감소 및 고령화

후계인력 육성을 통한 전통계승 및 지속적 보존 관리 필요, 모시공예 및 모시양말 등 모시제품의 다변화 모색

모시식품

모시잎의 약리 효과 연구 및 모시식품산업 시장규모 확대

다양한 상품개발 및 공격적 홍보 마케팅을 통한 식품산업 육성

10



II. 시설 및 인력 현황

11



■ 한산모서관

- 위 치 : 충남 서천군 한산면 충절로 1089
- 면 적 : 107,572㎡
- 연 면 적 : 4,677㎡
- 준 공 : 1993년
- 시 설 비 : 5,500백만원
- 시설내용

한산모시전시관



한산모시홍보관



모시짜기공방(3동)



저산팔음길쌈놀이
전수관(1동)



전시판매장



모시옷공방(3개소)



12

2. 인력 현황

■ 무형문화재

한산모시짜기 (국가 지정)	한산세모시짜기 (도 지정)	저산팔음길쌈놀이 [도 지정]	침선장 [도 지정]
			

■ 한산모시짜기 전승조교 및 이수자 : 7명

■ 공예단체 : 5개단체 167명

- 모시옷 제작협회 13명, 공예인협회 20명, 규방공예협회 25명,
[사]한산모시조합 104명
- 한다공방 5명(짚공예, 함석공예, 대장간, 부채공예, 염색공예)

13



III. 그 동안 추진사업

- 1) 전통모시(섬유분야)
- 2) 현대모시(식품분야)

14

1. 전통모시(섬유분야)

한산모시스쿨



세계의 문화, 우리의 유산 한산모시 특별 기획전



한산모시문화제(무형문화재 등 공개행사)



15

1. 전통모시(섬유분야)

밀라노 트리엔날레 한국공예전시회 참여



한산모시 명품전



국제직물 및 모시인형 전시회



학술세미나



16

2. 현대모시(식품분야)

타지자체 식품사업단 MOU 체결(안동, 태안, 공주 등)



한산모시식품 마케팅 실무교육 및 세미나



한산모시식품 버스광고



한산모시식품 캐릭터 광고



17

2. 현대모시(식품분야)

각종 식품박람회 참여(부산, 서울, 통영 등)



모시식품 시제품 개발(포장지, 모시초콜릿, 모시쿠키 등)



모시떡 개발 창업교육



심포지엄 및 선진지 견학



18



IV. 향후사업계획

- 1) 전통모시(섬유분야)
- 2) 현대모시(식품분야)

19

1. 전통모시(섬유분야)

1. 유네스코 모시학교 운영

- 사업비 : 90백만원
- 장소 : 한산모서관
- 운영방법 : 관학협력

유네스코
유산
지속적
전통보존

2016년

- 강사 : 무형문화재 3명
- 수강생 : 4명
- 역 할
- <한국전통문화대학교>
 - 교육교재, 커리큘럼
 - 전문 교육
 - 대학원과정 개설
- <무형문화재>
 - 모시짜기과정 실습교육
 - 전통대와 수업 교류
 - 전통 · 개량방식 교육

2017년

- 강사 : 무형문화재 3명
- 수강생 : 4명
- 역 할
- <한국전통문화대학교>
 - 교육교재, 커리큘럼
 - 전문 교육
 - 대학원과정 개설
- <무형문화재>
 - 모시짜기과정 실습교육
 - 전통대와 수업 교류
 - 전통 · 개량방식 교육

2018년

- 강사 : 무형문화재 3명
- 수강생 : 5명 선발
- 역 할
- <한국전통문화대학교>
 - 교육교재, 커리큘럼
 - 전문 교육
 - 대학원과정 개설
- <무형문화재>
 - 모시짜기과정 실습교육
 - 전통대와 수업 교류
 - 전통 · 개량방식 교육

인센티브 : 3년과정 완료시 수료증, 모시마을 내 공방 시연(시연자 보상)

20

1. 전통모시(섬유분야)

2. 한산모시 공예 아카데미 운영

- 사업비 : 145백만원
- 장소 : 한산모시관, 전통문화교육관
- 운영방법 : 지역 공예인, 단국대 및 전문가 초청 교육
- 내용 : 문화상품 제작, 깨끼바느질, 천연염색 등

전문화

2016년
초급 · 심화교

- 중급자반
 - 강사 : 4명 (공예인, 전문가, 단국대)
 - 수강생 : 45명
 - 내용 : 문화상품, 염색, 깨끼바느질

- 심화과정
 - 강사 : 4명 (공예인, 전문가, 단국대)
 - 수강생 : 45명
 - 내용 : 문화상품, 염색, 깨끼바느질

2017년
심화교 · 체험

- 강사 : 6명 (공예인, 전문가)
- 수강생 : 50명
- 과정
 - 깨끼바느질
 - 생활용품 제작
 - 짚 · 함석 · 부채 · 목공예
 - 천연염색
 - 체험프로그램

2018년
자립기반 구축

- 모시마을 입주
 - 체험프로그램 운영
 - 동아리 형태로 운영
 - 창작 · 작품활동
 - 공예학교 운영

21

1. 전통모시(섬유분야)

3. 한산모시 디자인 전시회(패션쇼, 공예전 등)

- 사업비 : 90백만원
- 장소 : 한산, 서울 등
- 내용

홍보
마케팅

공예인 조직화

2016년

- 대상 : 공예모임 동호회 등
→ 공예인협회, 생산자조합, 연구회로 조직
- 내용 : 분야별 교육 · 연구, 서천 공예전 개최

활성화

2017년

- 분야별 교육 · 연구
- 다양한 공예품 개발
- 충남공예대전 개최
- 서울 전시회(패션쇼)
- 박람회 참가 3회

브랜드 개발,
홍보

2018년

- 공예 브랜드 개발
- 공예대전 개최
- 전시회(패션쇼)
- 박람회 참가 3회

22

1. 전통모시(섬유분야)

4. 한산모시 생활 공예품 디자인 개발

- 개발계획 : 20종(침구류, 모시옷, 생활용품, 소품 등)
- 사 업 비 : 60백만원
- 운영방법 : 공예인, 건양대, 공주대 등 관학협업
- 방 향

다양한
제품
개발

기 능 성	실 용 성	다양한 수요층 겨냥
<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 소재 • 몸에 유익 • 관리 용이 • 포장지(구매욕 자극, 상품가치제고) 	<ul style="list-style-type: none"> • 유네스코 기념 공예품 • 4계절 이용 • 생활용품, 소품 • 지속적 재구매 유도 	<ul style="list-style-type: none"> • 가격(저가, 고가) • 소비층(성인, 어린이, 주부) • 지역(도시, 농촌)

23

1. 전통모시(섬유분야)

5. 저산팔음 길쌈놀이 전승 · 시연 개선

- 사 업 비 : 15백만원
- 참여인원 : 130명/회
- 운영계획 : 관광객이 참여하는 저산팔음 길쌈놀이 시연

< 현 재 >

- 저산팔음 길쌈놀이 보존회원이 매년 같은 내용으로 시연(관광객은 구경만)

< 개 선 >

- 보존회 + 타악 + 마당극 + 해설, 스토리텔링
⇒ 관광객과 하나되는 시연행사



관광객
참여

24

1. 전통모시(섬유분야)

연계 행사

6. 지역자원 연계 프로그램 운영

- 사업비 : 54백만원
- 내 용

유네스코 문화유산과 함께하는 1박2일 투어

- 인원 : 30명
- ※ 자유학기제 프로그램 운영(관내, 전국)
- 코스
- <1일차>
국립해양생물자원관 → 국립생태원
→ 체험마을
- <2일차>
유네스코 문화유산 체험 → 전통 공예 체험

공예교실(방과 후 학교)

- 강 사 : 지역 내 공예인
- 방 법
- 학교와 운영 협의, 역할분담
- 내 용
- 모시짜기 과정(미니 베를 체험등)
- 목공예(숫대만들기), 모시한지 공예, 생활용품 만들기

서천생태체험여행

- 세모시 코스
- 한산모시관 → 국립해양생물자원관
→ 서천특화시장, 장항전통시장 → 국립생태원
- 운영 : 화,목,토요일

서천생태체험여행

- 슬바람 코스
- 슬바람길, 스카이워크 → 한산모시관
→ 문헌서원 → 서천특화시장, 장항전통시장
→ 국립생태원
- 운영 : 금, 일요일

25



1. 전통모시(섬유분야)

7. 유통 · 판매 지원

- 사업기간 : 2017년 ~ 2018년
- 사업비 : 60백만원(서천군)
- 내 용
- < 유통시스템 개발 >

RFID	모바일 앱	홈페이지	포장재
			

< 판매 지원 >

한산모시관	국립생태원
	

→ 향후 수도권 판매장 등 지속 확보

26

1. 전통모시(섬유분야)

8. 한산모시 전수교육관 증축사업

- 완료시기 : 2017년
- 사업비 : 67억
- 사업내용 : 신축 10동(전통문화교육관1, 모시짜기 복원가옥4, 공예공방 5)

안정적
활동공간
제공



27

2. 현대모시(식품분야)

1. 모시식품업체의 협업공동체 확립



28

2. 현대모시(식품분야)

2. 비즈니스(세일즈) 모델 개발

- 박람회 및 축제 참가를 통해 한산모시 공동브랜드 『모시락』 집중적 홍보
- 국내에서 개최된 약 20여개의 박람회에 한산모시 식품업체가 참가하여 공동 브랜드 『모시락』 및 서천군 한산모시식품의 우수성을 대대적으로 홍보

**한산 모시 및 공동브랜드 인지도 향상
입는 모시에서 먹는 모시로의 인식 전환
국내외 최신 트렌드 파악
소비자 니즈에 걸맞은 제품 개발**

29

2. 현대모시(식품분야)

3. 연구개발 및 신제품 개발

- 한산모시식품 신제품 개발 : 모시양갱, 쿠키믹스 등
- 한산모시송편 지리적 표시제 등록
- 한산모시식품 디자인 및 상표 출원
- 한산모시 BI개발, 브랜드 디자인 및 매뉴얼 개발
- 모시식품 연구개발 특허 출원



**제품 다양화로 소비 루트 확대
한산모시 산업재산권 확보 및 권리화
브랜드 관리 효율성 확보**

30

2. 현대모시(식품분야)

4. 자립화 모델개발



31



감사합니다!

32

02

[전통 천연섬유산업의 미래]

『안동포 보존과 산업화』

김 문 년

안동시 전통산업과 한방산업팀장



전통문화 활성화를 위한 안동포 보존과 산업화

2017

안동시 전통산업과
보건약박사 **김문년**



Contents

1. 안동포 사업 추진현황
2. 안동포 전승의 문제점과 대책
3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

1. 국토중심부에 위치한 성장 거점도시 안동



2. 안동의 역사

- ❖ **선사시대** BC 4만년(마애 선사유물 371점)
- ❖ **상고시대** 창녕국 전국(BC57)
- ❖ **삼국시대** 고타야군(505)
- ❖ **통일신라** 고창군
- ❖ **고려시대** 안동부(930, 태조 13년), 영가·길주·북주, 안동대도호부(1362)
- ❖ **조선시대** 안동대도호부, 안동관찰부(1895, 경상도 동북부 17개군 관할)
- ❖ **1896. 8. 4** 지방제도개편시 관찰부 폐지, 안동군
- ❖ **1963. 1. 1** 안동읍이 안동시로 승격, 안동시와 안동군으로 분리
- ❖ **1995. 1. 1** 안동시·안동군 통합 → 안동시로 개편
- ❖ **2016. 3. 10** 경상북도 신청사 개청식

3. 안동의 역사성(시대별 국가통치이념 중심지)

한국 정신문화의 수도 안동

행복안동

고려시대

- 고려태종 「왕진」 안동병산전투승리가통일의 전기(930년)
-왕진을 도와준 김선평, 권행, 장정필에 태사벼슬 하사
- 여몽연합군 일본정벌 시 「충렬왕」 안동에 1개월 머무름(1281년)
-당시 고려 재상이자 도원수가 안동출신인 충렬공 김방경
- 홍건적의 난을 피해 「공민왕」 과 전 왕실이 안동으로 몽진
-1361. 12 ~ 1362. 2(70일간 임시수도)

화엄사상

조선시대

- 조선조퇴계 이황선생 성리학(국가통치이념)
- 조선중기 명재상으로 임진왜란을 극복한류성룡

성리학

구한말

- 구국의 일념으로 활화산처럼 일어난 안동
-최초의 독립운동(1894년 7월 갑오의병, 안동 서상철)
- 독립운동가들 가장 많이 배출한 독립운동의 성지(1,100여명)

독립운동

현대

- 한국정신문화의 수도 안동(한국국학진흥원, 독립운동기념관, 도산서원선비문화수련원)

정신문화

4. 일반 현황

한국 정신문화의 수도 안동

행복안동

행정규모

- 면적 1,521.82Km²
- 인구 168,798
- 공무원수 1,316명

재정규모

- 예산규모 8,660억원
- 일반회계 7,545억원
- 특별회계 1,115억원
- ※ 재정자립도 1263%

도시여건

- 주 택 보 급 74,763호(보급률 112.5%)
- 도 로 포 장 총 1,689.5km, 포장 1,188.1km(포장율 70.3%)
- 자동차등록 71,929대(세대당 1대)
- 교 육 환 경 대학 4, 초.중.고 57, 특수 2, 학생 36.3천명
- 상수도보급률 91.5% • 하수도보급률: 78.9%

5. 안동의 자랑

한국 정신문화의 수도 안동

해북안동

- ❖ 한국정신문화의 수도 안동(2006. 7. 4 특허등록)
- ❖ 전국 시중 가장 넓은 면적 : 1,521.91km² (서울시의 2.5배)
- ❖ 자연 상태의 문화재 최대보유 : 319점(국가 93, 도 226)
- 하회마을 세계유산등재(2010. 7. 31)
- ❖ 조선조 과거 급제자 1,220명, 독립유공자 357명



Andong, the Capital of the Korean Spirit | www.andong.go.kr

7

6. 안동을 왜 「한국정신문화의 수도」라 하는가?

한국 정신문화의 수도 안동

- ❖ 유교문화의 원형을 고스란히 간직한 **추로지향(鄒魯之鄉)의 도시** (2006. 7. 4 특허등록)
- ❖ 한국 유일의 지역학인 「**안동학**」이 정립된 도시
- ❖ 대구 경북 최초의 「**평생학습도시**」로 선정된 교육도시
- ❖ 독립 운동가를 최다(1,100여명) 배출한 **독립운동의 성지**
- ❖ 다 함께 더불어 살아가는 **인보협동의 도시**(사회복지시설 전국최다 / 72개소)
- ❖ 대한민국 글로벌 육성 축제인 **탈춤놀이와 민속의 축제도시**
- ❖ 유교문화와 전통문화를 수집·연구·교육하는 「**한국국학진흥원**」 설립



Andong, the Capital of the Korean Spirit | www.andong.go.kr

8

안동포 전승사업 추진현황

안동포의 유래

- ◆ 안동포는 신라 선덕여왕(632-646년)때 가배절 베짜기 경기에서 최우수품 뽑혔음.
- ◆ 고려시대, 조선시대에는 임금님께 15새(보름새)를 진상되었음.
- ◆ 1927년「조선여속고」 문헌에 따르면 “안동포가 품질이 가장 우수하다”는 기록이 있어 조선시대 궁중옷감으로 사용.
- ◆ 안동포는 경상북도 무형문화재 제1호로 지역을 대표하는 전통 특산품임.



안동포 전승사업 추진현황

안동포 제작과정



안동포 전승사업 추진현황

안동포전시관 현황

- ❖ 위 치 : 안동시 임하면 금소길 341-12
- ❖ 시설규모 : 부지 15,017㎡(4,543평), 건물 1,101㎡(333평)
- ❖ 주요시설 : 전시·판매장, 체험장, 사무실 등
- ❖ 위탁기관 : 동안동농업협동조합(대표자 : 임낙현)
- ❖ 위탁기간 : 2017. 01. 01 ~ 2018. 12. 31(2년간)
- ❖ 직원현황 : 3명(안동포전시관장 외 2명)
- ❖ 운 영 비 : 170백만원(시비 85, 자부담 85)
- ❖ 위탁내용 : 안동포전시관 운영관리, 상품개발·유통, 체험프로그램 운영
- ◆ 안동포전시관 관리·운영조례 제10조 규정에 의거 적격심사(수행실적 및 관리능력 등 위탁사무처리 평가) 후 재협약



안동포 전승사업 추진현황

전통빛타래길쌈마을 조성사업 현황

- ❖ 총사업비 : 134억원(국비78, 도비 10, 시비27, 민자19)
- ❖ 위 치 : 경북 안동시 임하면 금소리 일원
- ❖ 사업기간 : 2013 ~ 2017년(5년간)
- ❖ 사업규모 : 72,023㎡
- ❖ 사업내용 : 디자인하우스 400㎡, 안동포전승교육관 1,009㎡, 천연염색체험장 36㎡, 경작체험농장, 어울림 마당, 편의시설 등
- 안동포를 체계적인 활용방안으로 전승공간 확보와 기능인력 양성을 위한 교육·전수기회 확대/ 우수한 디자인과 삼배기능을 전시판매, 체험할 수 있는 여건 조성으로 지역경제 활성화에 기여

안동포 전승사업 추진현황

전통빛타래길쌈마을 추진상황

- ❖ 2008. 09 : 광역경제권 선도프로젝트로 3대문화권사업 선정
- ❖ 2010. 03 : **3대문화권사업** 기본계획 수립(문광부)
- ❖ 2012. 12 : 투융자 심사(경북도)
- ❖ 2013. 03 : 기본 및 실시설계용역 착수(해동엔지니어링 외 1)
- ❖ 2014. 09 : 경북도 도시계획위원회 심의(용도지역 결정)
- ❖ 2014. 12 : 안동시 도시계획위원회 시설결정(공원조성계획)
- ❖ 2015. 05 : 안동시 기술자문위원회 심의
- ❖ 2015. 10 : 도시계획시설(공원) 실시계획 승인 신청
- ❖ **2016. 02 : 공사 착공**(취산종건)
- ❖ 2016. 06 : 안동포문화공원사업 시행자지정 및 실시계획인가
- ❖ 2017. 10 : 기반조성공사 및 건축공사 준공

안동포 전승사업 추진현황

전통빛타래길쌈마을 조성



안동포 전승사업 추진현황

전통빛타래길쌈마을 조성

■ 조성계획도



안동포 전승사업 추진현황

대마재배 현황

연도별 대마 재배 현황

연도별	허가농가수	실경작농가수	재배면적(m ²)	재배면적(ha)	채취시기
2008	166	98	382000m ²	38.2ha	6~7월
2009	118	61	192000m ²	19.2ha	6~7월
2010	86	46	168320m ²	16.8ha	6~7월
2011	84	36	134927m ²	13.4ha	6~7월
2012	84	32	56883m ²	5.69ha	6~7월
2013	85	32	46932m ²	4.69ha	6~7월
2014	85	35	35986m ²	3.59ha	6~7월
2015	33	24	24833m ²	2.48ha	6~7월
2016	36	14	14,715m ²	1.48ha	6~7월
2017	38	19	12,000m ²	1.2ha	6~7월

안동포 전승사업 추진현황

대마 수확 및 찌기



17

안동포 전승사업 추진현황

안동포 사업 추진 현황

❖ 안동포전시관 운영(3,100백만원 투입, 2007년 준공)

- 민간위탁 운영업체 : 동안동농업협동조합(2011년~현재)
- 운영비 지원 : 170백만원 (시85, 자85)

❖ 안동포 및 무삼 길쌈인력 양성사업

- 사업비 : 160백만원 (도112, 시48)
- 사업내용 : 안동포 및 무삼 길쌈기술 전승 교육(안동포 10명/무삼 20명)
- 보조사업자 : 동안동농업협동조합

❖ 무삼공예활성화지원사업

- 사업비 : 100백만원 (도70, 시30)
- 사업내용 : 무삼을 활용한 공예 교육(염색, 자수, 그림, 우리 옷)
- 보조사업자 : (사)안동규방

안동포 전승사업 추진현황

안동포 사업 추진 현황

❖ 전통 안동포 및 무삼총람 편찬

- 사업비 : 80백만원 (도56, 시24)
- 사업내용 : 전통 안동포와 무삼짜기 전 공정과정의 표준화된 지침서 개발
- 보조사업자 : 국립안동대학교

❖ 안동포 및 무삼 활성화 기획 프로젝트

- 사업비 : 80백만원 (시80)
- 사업내용 : 전통문화 계승발전을 위한 특별 기획보도 연재
- 보조사업자 : 한국언론진흥재단

❖ 안동포 직녀 베틀방 행사

- 사업비 : 50백만원 (도35, 시15)
- 사업내용 : 삼 삼기 및 베틀 짜기 시연, 안동포 공연 및 패션쇼, 공예체험, 견우와 직녀 마당극 등
- 보조사업자 : 안동포생산자조합(임하면 금소리)

안동포 전승사업 추진현황

무삼공예활성화 사업추진

무삼을 활용한 공예품 개발과 여성유휴인력의 일자리 창출 일환으로 **2017년 3월 7일** 오전 11시 안동시 후면 광음리 소재 (사)안동규방에서 기관단체장 및 교육생 등 100여명이 참석한 가운데 무삼공예활성화를 위한 상품개발 **교육 개강식** 개최.

교육기간은 **2017년 3월 7일 개강식**을 시작하여 6개월간이며 교육내용은 무삼을 활용한 실용 규방공예 전반 교육인데 실용규방공예, 천연염색, 그림(동양화), 생활자수 등이며 9월 중순경에 **서울 인사동(가나인사아트)**에서 결과 발표 및 작품 전시회도 가질 예정임.

2016년 9월 21일부터 27일까지 7일간 서울 인사동 갤러리 경복에서 “안동무삼, 규방공예를 만나다” 라는 주제로 작품 전시회 개최.

세계적인 한복패션디자이너 이영희(영화배우 전지현 시할머니)님 귀국에 맞춰 **9월 22일** 오후 2시에 김관용 도지사, 김광림 국회의원, 권영세 안동시장 사모님과 경북 및 안동시 여성단체장과 회원, 경북회 및 능금회원, 교육생 등 100여명이 참석 **개막식** 개최.

안동포 전승사업 추진현황

안동포 지리적표시제 단체포장 등록

- ❖ 사 업 비 : 40,000천원(국비 20,000, 시비 20,000)
- ❖ 사업내용 : 안동포 지리적표시제 특허청 등록
- ❖ 사업주체 : 안동상공회의소
- ❖ 특허청 등록 : 중일국제특허법률사무소
- ❖ 지리적 특성 등 연구 : 안동대학교 디자인과 김희숙 교수
- ❖ 포장디자인 : 안동과학대학 이상운 교수



<추진경과>

- ❖ 특허청 출원 : 2011. 11. 24(출원번호 : 제2011-0000042호)
- ❖ 특허청 등록 : 2012. 11. 22(등록번호 : 제44-0000166호)
- ❖ 단체표장권자 : 사단법인 안동포조합(안동시 임하면 금소길 342)
- ❖ 권리명 및 권리존속기간 : 안동포, 10년(2012. 11. 22 ~ 2022. 11. 22)

<도형>



21

안동포 전승사업 추진현황

每日新聞

2017년 01월 06일 (금) 문화 18면

“시집과 보니 다 하길래...선택 여지 없었죠 45년 쉬지 않은 베틀 소리, 치매도 달아나”

무형문화재, 10만 시간의 지혜

『안동포 파기 우복인 씨』

한 우복인 씨다. 올해는 50년, 앞에는 70년, 경북도 차장 무형문화재라는 훈장을 걸었다. 10만 시간이 만들어낸 운명이다. 외할 댕을 돌이키며 그들은 어떤 생각을 할까? 2017년 해말신문은 이틀이 일선에서 우려한 지혜를 나누어 준다. 2주에 한 차례씩 실는다.

“시집 외서 보니 다 하길래...선택 여지 없었죠. 그래서 못지, 내가 선택하고 말고 할 게 아니었어. 다시 태어나면 이거 안 하지. 분명하게 살고 싶고, 그래서 이거 선택이 있었으면 좋겠고, 안동 시나 나가면 사람들이 나를 알아 줄까봐, 흥분 바르게 해야 돼.”

경북 안동시 임하면 금소리에 가면 우복인 할머니가 있다. 1952년생, 우리 나이로 66세다. 할머니는 2000년, 75세에 안동포 파기로 경북도 차장 무형문화재가 됐다. 금소리에세만 네 방짜였다. 한자 살아 있는 사람으로는 유일하다. 시어머니가 경북도 차장 무형문화재 1호(1975년) 배본원(2005년 작고) 할머니였다.



마리 후수가 더고공을 만지작거리고 있다. 이 손에서는 생채찍이 튀어나온다. 일러두기: 안동포 전승사업 추진현황

목욕탕서 무를 얻으면 금소리 사람 씨살·날실 만드는 작업하며 돈 '명' 안동포는 잘 안 짜어 장래에 쓰여 1년 동안 2월 짜면 수의 4월 재작



우 할머니는 19세에 시집과 22세 때부터 베틀을 앉았다고 했다. 과실의 곡식을 위해서 19년간 연동 시집에서 살 것을 빼도 45년 베틀했다. 자신은 피고가가 나라고 했다. 할머니는 “금소리는, 할 줄은 대가 가 잘 지르는 곳이다. 대가들이 안동포 파기자들이 더러웠다”고 했다.

할머니는 11월부 터 이듬해 4월까지 제는 유식기라 면서도 살베 실을 계속 만지작거린다. 실은 대가, 실을 가늘게 하는 작업이었다. 딸이 베틀을 보며 낄레도 하고, 방어도 한다고 했다. 할머니가 보며 생을 지냈다.

일주일만 한 번 안동 시집에 있는 베틀을 건다고 했다. 베틀을 한 살베 때문에 생긴 작업방식이 붙은 나 “이거 없으면 가는 거”라 했다. 베틀 “안동포 파기”라는 말을 안했다. “명”이라 했다. 해마다 한 번, 무를과 영장되는 부위에 실을 붙인다 보니 붙었다 했다. 씨살과 날실을 만드는 작업이었다.

씨살과 날실을 만든다 보니 붙었다 했다. 씨살이 붙는 거다. “손을 얹 새 줄이 움직이지고 침을 바르는 작업을 반복한다. 직접 해보면 안다. 한 줄씩 빼낼 때마다 길게 재산, 두께 재산을 해야 한다”고 해를 주면 강장산 씨가 붙는다.

할머니는 11월부 터 이듬해 4월까지 제는 유식기라 면서도 살베 실을 계속 만지작거린다. 실은 대가, 실을 가늘게 하는 작업이었다. 딸이 베틀을 보며 낄레도 하고, 방어도 한다고 했다. 할머니가 보며 생을 지냈다.

안동포 전승사업 추진현황

안동포와 무삼 길쌈기술 양성교육



안동포 전승사업 추진현황

안동포 활성화



안동포 전승사업 추진현황

안동포 활성화

- 안동포전시관 운영 활성화사업 일환으로 안동포 민화 공예교육 프로그램을 운영
- 안동포와 무삼 전통길쌈 기술 전승에 나서 “전통기술 단절 위기 극복”



경상투데이

2017년 03월 30일 (목)
지역 06면



안동시는 전통문화를 이어가기 위해 지난 28일부터 안동포전시관에서 안동포와 무삼 기능인력 양성교육에 들어갔다.

‘명품’ 안동포·무삼 명맥 길이길이

기능인력 양성교육 개강

윤재철기자cha2015@naver.com

‘안동포짜기’는 경북도 무형문화재 제1호로 지역을 대표하는 우수 전통특산물임에도 불구하고 낮은 경제성으로 인한 대마재배 생산량 감소, 기능보유자의 고령화에 따른 전통기술 단절 위기에 직면해 있다.

이에 안동시는 전통문화를 이어가기 위해 지난 28일부터 안동포전시관에서 안동포와 무삼 기능인력 양성교육에 들어갔다.

교육 기간은 28일 개강식을 시작으로 12월 20일까지 9개월간 진행되며 이곳에서 안동포와 무삼짜기 전 공정과 정 이론과 단계별 전문심습 교육을 실시하는데 12월 결과 발표와 전시회를 개최한 후 길쌈기술 우수 교육생에게는 수료식 때 시상할 예정이다.

김광삼 전통산업과장은 “안동포와 무삼의 뛰어난 실용성과 기능성을 되살리기 위해 길쌈기술 전승 사업을 지속적으로 실시해 안동포산업 인프라 구축에 함께 나감 계획”이라며 “자긍심을 갖고 교육에 임해 주길 당부한다”고 밝혔다.

118 X 180 mm

안동포 전승사업 추진현황

안동포짜기 시연



안동포 전승사업 추진현황

안동포짜기 시연



27

안동포 전승사업 추진현황

안동포 기능인력 양성교육



28

안동포 전승사업 추진현황



31

안동포 전승사업 추진현황

전통 안동포 홍보사업

대구영남대일

2016년 09월 23일 (금)종합 02면

“전통 단절 위기에 놓인 안동포 되살리자”

‘안동 무삼 공예품 전시회’ 개막

경북도는 22일 서울 인사동 갤러리 경북에서 ‘안동 무삼 공예품 전시회’를 개막했다고 22일 밝혔다.

이날 개막식에는 김관용 도지사, 김광림 국회의원, 권영세 안동시장의 부인들을 비롯해 능금회, 경북회, 새살림봉사회 등 경북 지역 대표 여성단체회원, 이영희 한복패션디자이너, 교육생 등 100여명이 참석했다.

전시에는 80명의 무삼공예 교육생들이 지난 4월부터 6개월 간 무삼을 소재로 만든 침선, 그림, 자수 등 규방공예 작품 100여점과 천연염색, 한복 등 (사)안동규방 김연호 대표의 작품 100여점을 선보인다.

현재 안동포는 지역의 대표 전통 특산품이지만 기능 보유자의 고령화와 이수 교육 희망자 부재로 인한 전통기술 단절 위기, 까다로운 공정에 따른 생산량 감소, 높은 가격대와 상품 다양성 부족의 문제 등으로 침체 상황에 직면해 있다.

경북도는 안동시와 함께 이러한 문제



점을 해결하고 우수한 안동포 김쌈 전통 기술의 계승·발전과 안동 무삼 관련 문화산업의 활성화를 위해 다양한 시책을 추진하고 있다.

그 중에 안동포 대부분이 수의나 여름 옷 등 옷감용으로만 소비되는 상품 다양성

부족의 문제를 극복하기 위해 상대적으로 생산이 쉽고 실용성이 높은 무삼을 활성화시키기로 하고, 2012년부터 무삼공예 전문인력 양성사업을 추진해 왔으며, 전시회는 이 사업의 일환으로 기획됐다.

신용진 기자

안동포 전승사업 추진현황

전통 안동포 홍보사업



경북매일

2016년 09월 26일 (월)
지역 10면

‘안동무삼 공예’ 서울 인사동 나들이

내일까지 150여점 선보여

【안동】 안동의 무삼을 활용한 공예전시회(사진)가 서울 인사동 갤러리에서 열리고 있다.

안동시는 지난 21일부터 오는 27일까지 7일간 서울 인사동 갤러리 경북에서 ‘안동무삼, 규방공예를 만나다’라는 주제로 총 150여점의 작품을 선보인다.

22일 오후에 열린 개막식에는 세계적인 한복패션디자이너 이영희씨와 김관용 도지사, 김광림 국회의원, 권영세 안동시장 부인과 경북 및 안동시 여성단체장과 회원, 경북회 및 능금회원, 교육생 등 100여 명이 참석했다.

이번 무삼공예 전시작품은 교육생 80명이 지난 4월부터 9월까지 6개월 동안 무삼



을 활용한 염색, 그림, 자수, 규방 작품 등 50점과 (사)안동규방 김연호 대표가 만든 100점으로 총 150여점이다.

김광섭 안동시 전통산업과장은 “무삼의 뛰어난 기능성과 실용성에도 불구하고 이를 활용한 상품이 다양하지 않은 것이 안타깝다”며 “앞으로 무삼 관련 산업인프라 구축에 더욱 힘써 나갈 계획”이라고 밝혔다.

/손병현기자 why@kbmaeil.com

118 X 99 mm

안동포 전승사업 추진현황

무삼공예활성화사업 추진



안동포 전승사업 추진현황

안동포 평가 후 시상



35

안동포 전승의 문제점과 대책

안동포 전승의 문제점 (1)

- ◆ 최근 중국산 급증, 판로애로 등으로 인해 재배면적 급감
경제성이 낮아 매년 생산량이 감소하고 기능보유자 고령화,
교육생 참여 기피, 상품 다양성의 한계 등으로 전통기술이 단절위기.
- ◆ 안동포 관련 부서 다원화로 업무 효율성 저하 및 민원인 불편 초래
 - 1) 안동포전시관 운영관리(전통산업과)
 - 2) 전통빛타래길쌈마을조성(유교신도시진흥과)
 - 3) 안동포 정보화마을 운영(공보전산실)
 - 4) 안동포 기능보유자(문화예술과)
 - 5) 대마 종자대 지원(유통특작과)
 - 6) 대마재배기술 보급 및 수확기계 지원(농업기술센터)
 - 7) 대마재배 신고관리(보건위생과)
 - 8) 생산장려지원(농정과)
 - 9) 사회적 기업관리(일자리경제과)
 - 10) 길안천고향의강정비사업(안전재난과)

36

안동포 전승의 문제점과 대책

안동포 전승의 문제점 [2]

- ◆ 안동포마을(금소리) 직능단체 다원화로 갈등 상존
동안동농협, 정보화마을, (사)안동포생산자조합, 금소리 자치회, 금소1리 및 금소 2리, 금소1.2리 통합회장, 부자마을(금소영농조합) 등
- ◆ 공정과정이 복잡 : 13개 공정, 장기간 소요 (6세 1필 가공에 1주일 소요)
- ◆ 고령화로 기능 전수 기피, 값싼 시공 (6세 1필 짜는데 24만원)

안동포 산업화 및 활성화 방안

안동포 활성화 이유

- ❖ 유교문화와 전통의복 안동포, 떼려야 뗄 수 없는 동반성장 과제임
 - ❖ 경상북도 무형문화재 제1호
 - ❖ 2012년 지리적단체포장 등록
 - ❖ 안동포타운, 전통빛타래길쌈마을 등 이미 많은 투자
 - ❖ 지역생산 원료사용 유일한 특산품(안동문어, 간고등어는 타지 원료사용)
 - ❖ 대마산업 육성 : 대마의 향균, 항독성, 방충성을 활용하여 연구개발, 대마 제품 산업화 가능성 무궁무진(미래의 신성장동력)
- ex) 기능성식품, 의약품, 화장품, 위생용품, 침대시트, 대마오일, 친환경 벽돌 등 건축 자재, AI 및 구제역 백신, 섬유, 탄성소재, 아토피 치료제, 항암제 개발, 노화방지, 치매 예방 등

안동포 전승의 문제점과 대책

안동포 활성화 대책

- ❖ 안동포관련 컨트롤타워 역할 부서 선정
- ❖ 안동포관련 단체의 유기적인 공조체제 구축
- ❖ 안동포·무삼 기능인력 양성교육 및 교육생 지원
- ❖ 대마재배 장려금 지원[유통특작과]
 - 2018년 계획 ⇒ 3ha, 190,200천원
(반당 종자대 300천원+비료대 40천원)×30반=10,200천원
- ❖ 안동포 생산장려금 지원[전통산업과]
 - (반당 가공인건비 300천원×50/100×40필)×30반=180,000천원
* 반당 : 300평/ 40필, * 7세 기준 수공비 : 30만원(50%지원)
 - 대마(Hemp) 기능성제품 연구개발 육성

안동포 전승의 문제점과 대책

안동포 활성화 대책

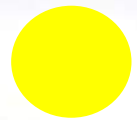
- ❖ 안동포 천년의 혼을 새천년의 혼으로 잇기 위해 노력
 - 대마 생산기반을 확충
 - 안동포와 무삼 길쌈기술 양성교육
 - 무삼을 활용한 규방공예품 개발과 전시회 개최
 - 전통 안동포와 무삼 활성화를 위한 홍보사업
 - 안동포 직녀 베틀방 행사
 - 안동포 패션쇼
 - 안동포 전국사진촬영대회 등 다양한 시책을 펼쳐 안동포 활성화에 주력

안동포 산업화 및 활성화 방안

향후 추진계획

- ❖ 대마재배 생산기반 확충
- ❖ 안동포 및 무삼 길쌈기술 전승교육으로 전통문화 계승
- ❖ 안동포 스토리 콘텐츠화로 지역경제 활성화
- ❖ 관광 체험객 유치 활동
- ❖ 대마생산 기반조성을 위한 영농 보조금 지원
- ❖ 안동포 기능보유자(무형문화재) 및 전수조교 지정 확대
- ❖ 전통 빛타래 길쌈마을 조성사업 연계 추진 방안 모색 등

감사합니다



kmn2001@korea.kr

T. 010-9776-1922

김문년

03

[전통 천연섬유산업의 미래]

『한지소재를 활용한 상품개발 현황 및 발전방안』

임 현 아

전주시 한지산업지원센터 개발실장

한지소재를 활용한 상품 개발 현황 및 발전 방안

REVIEW OF PRODUCTS UTILIZING THE HANJI MATERIALS AND DIRECTION OF DEVELOPMENT

HANJI | HANJI MATERIALS | HANJI PRODUCTS

한지산업지원센터 연구개발실장

임 현 아

HISC 한지산업지원센터
Hanji industry support center

1

목차 CONTENTS

1

한지

2

한지 기술 개요

3

한지소재 상품 현황

4

한지 시장구조 분석

5

일본 화지 상품 현황

6

해외 전시 등 홍보활동

7

한지소재 상품 개발 방향

8

한지소재 상품 발전 방안

2

인류사회에 있어서 문화의 발달은 종이에서 비롯되었다고 할 수 있다.
한국의 종이인 한지는 예로부터 주변국가에까지 널리 알려졌으며,
특히 ‘닥’ 을 주 원료로 하여 만들었기에 **한국어로 ‘닥종이’** 라고도 불리워 왔다.

기원전 2세기 - 중국 문경제년간 (179-141 B.C.) 무렵에 제작된 방마탄에서 가장 오래된 종이 발견

서기 105년 - 중국 후한때 채륜이 종이를 개량한 시기와 비슷하게

한국의 창조적인 기술개량을 통해 종이를 생산

신라 시대 - 중국에 희고 곱게 다듬은 종이 수출

고려 시대 - 수공업의 전문화와 인쇄술·제지술이 발달하면서 더욱 질 좋은 종이 수출

한지는,

- 재료의 우수함(닥나무, 전통 잣물)으로 품질 우수
- 닥나무의 장섬유로 질기고, 부드러우며, 장기보존이 가능
- 장식성과 실용성이 뛰어남
- 흡수성 및 통풍성이 좋아 **생활용품에 적합**
- 서화용으로도 적합



전통한지 산업화 기술 구현

전통한지 제조방식의 기계화를 통한 상품 개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 한지의 원료인 닥섬유의 함량이 50% 이하로 낮음
(기타 목재섬유 포함)

전통한지

: 전통방법으로 제조한 한지



제품 분야

- 서화용지
- 복본용지(문화재 보존용지)
- 인쇄용지
- 아트용지
- 고급 포장용지
- 상장용지

산업용 한지

: 대량생산으로 산업화를 위하여 기계로 제조한 한지



산업용 제품 분야

- 자동차용 연료/오일 필터
- 전열교환용 필터
- 가정용 여과지
- 부직포
- 각종 카드

한지 칼라 기술 구현

다양한 색상의 염색을 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 색의 발현도 및 견뢰도 낮음(현재 화학염색이 주류)

한지 염색 방법 _ 선염법, 후염법

산업화 분야

- 선염법

한지를 제조하기 전 원료 상태의 닥펄프를 염색
: 칼라 재현성이 높고, 건조의 시간이 한번에 완료되는 장점이 있음



수공예적인 분야

- 후염법

한지를 제조 후 염료에 담거나, 붓으로 칠하거나 뿌리는 방법
: 한지의 강도가 강해야 하며, 과정이 번거로운 단점이 있음



색한지

특징 : 염색한지



산업화 제품 분야

- 공예용 한지
- 조명등
- 수의
- 포장지, 포장 패키지
- 관광공예상품

한지 패턴 디자인 구현

다양한 디자인 패턴을 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 인쇄성 낮으며, 다양한 디자인 접목이 미흡

한지 패턴 적용 방법 _ 제조공정상 패턴 구현, 인쇄 패턴 구현, 주름(구김) 패턴 구현

산업화 분야

- 제조공정상 패턴 구현

워터마크 삽입, 닥나무 티 또는 다른 재료 혼합
: 제조공정상에 조절을 통해 패턴을 구현



- 인쇄 패턴 구현

한지 위에 패턴을 인쇄
: 인쇄성이 높은 한지 위에 다양한 문양 패턴을 인쇄



수공예적인 분야



- 주름(구김) 패턴 구현

한지공예 줌치치기 기법을 활용
: 두겹 이상의 한지를 물에 적셔서 손바닥으로 굴리고 비벼가면서 마찰을 주어 한지가 마치 천과 같은 성질을 갖도록 제작하는 방법
패턴은 일정하지 않은 단점을 가짐

인테리어용 한지

: 기타 재료를 첨가 및 인쇄를 활용, 패턴화 하여 제조한 한지



산업화 제품 분야

- 창호지
- 벽지
- 장판지
- 시트지
- 실내 내장재(보드)

패션 및 공예용 한지

: 줌치기법을 활용하여 제조한 한지



산업화 제품 분야

- 한지 수의
- 한지 패션
- 지갑, 벨트
- 포장지, 포장 패키지
- 관광공예상품

한지 가족 제조 기술 구현

다양한 소품에 한지를 이용할 수 있게끔 마감처리 하여
상품개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 균일성 및 재현성이 낮음

한지 가족 제작 방법 _ 폴리우레탄 코팅

산업화 분야



- 기계한지 폴리 우레탄 코팅

원단 롤 상태로 코팅
: 제조공장상에 코팅을 적용

수공예적인 분야



- 전통한지 폴리 우레탄 코팅(구김 공예지)

염색 및 한지공예 줍치치기 기법을 적용 후, 코팅을 적용
: 균일성 및 재현성이 낮음

한지사 제조 기술 구현

섬유로서의 기능을 가진 한지사를 활용하여 상품개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 한지의 원료인 닥섬유의 함량이 5% 미만으로 낮음

한지사 제작 방법 _ 한지를 제조하고, 그 종이를 가늘게 테이프사로 절단 한 후 꼬아서 실로 제조

의류용 한지
: 닥섬유 제품



산업용 제품 분야

- 한지사

기타 기술 구현

전통적인 개념에서 벗어나 지속적인 한지 소재로의 개발이 이뤄지면서 이를 활용하여 상품개발이 이뤄지고 있음

_ 단점 : 아직 미흡한 부분이 많은 분야도 있음

장례용

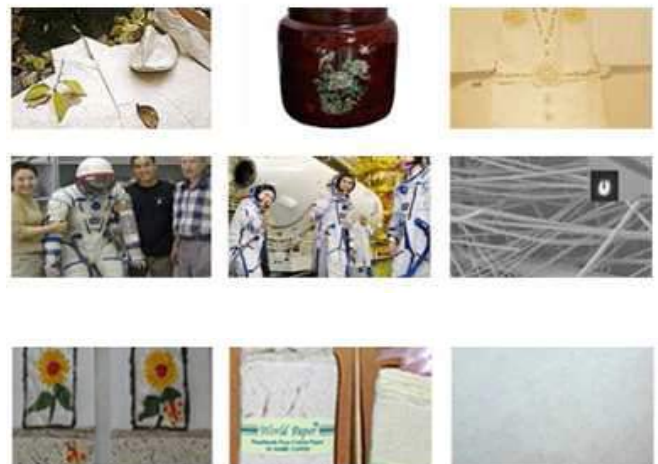
분야 : 한지납골함, 한지분골함

첨단제품

분야 : 한지나노섬유, 바이오 한지셔츠, 두루마리 디스플레이, 한지스피커, 한지스크린, 과일숙성에 따라 변화하는 한지스티커, 바이오센서, 한지반도체, 인공피부

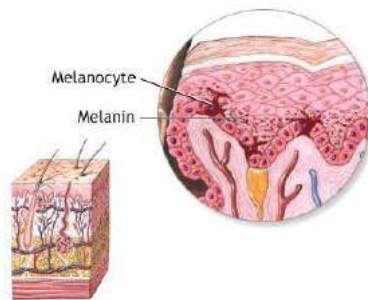
기타

분야 : 인화지, 학습도구 등



화장품 분야

특징 : 닥나무 바이오 제품



산업화 분야

- 미백, 항산화 기능성 화장품
- 미백용 팩
- 미백 천연 비누
- 바디제품

식약약품 분야

특징 : 닥나무 바이오 제품



산업화 분야

- 드링크제
- 기능성 차
- 피부 트러블 치료제
- 화상 치료제

다양한 한지소재 상품 _ 칼라 적용 사례

다양한 색상의 염색을 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

<한지공예품>_HANDCRAFT

1-1_ 전지공예



〈한지공예품〉_HANDCRAFT

1-2_ 지승공예



25

〈한지공예품〉_HANDCRAFT

1-3_ 지호공예



26

<한지공예품>_HANDCRAFT

1-4_ 지화공예



27

<한지공예품>_HANDCRAFT

1-5_ 닥인형



28

3 한지소재 상품 현황_칼라 적용

HANJI PRODUCTS

<한지 문구류>_ 상품



29

3 한지소재 상품 현황_칼라 적용

HANJI PRODUCTS

<한지 포장지류>_ 상품



30

다양한 한지소재 상품 _ 패턴 적용 사례

다양한 디자인 패턴을 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

인테리어 한지(한지벽지) _ 천양피앤비(주)

한지벽지 hanji wallpaper



3

한지소재 상품 현황 _ 패턴 적용

HANJI PRODUCTS

인테리어 한지(창호지) _ 고감한지앤페이퍼



부드러운 질감과 반투명한 두께감



아크릴 코팅이라 힘이 있고
자연백색의 색감으로
전등갓, 전통공예 등에 애용



온온하게 버치는 윤용무늬가 햇살을
분산시켜 편안한 느낌을 줍니다

3

한지소재 상품 현황 _ 패턴 적용

HANJI PRODUCTS

인테리어 한지(조명, 포장지) _ 고감한지앤페이퍼



부드러운 질감과 반투명한 두께감

3 한지소재 상품 현황 _ 패턴 적용

HANJI PRODUCTS

한지 가구(Office 형) _ (주) 코아스



전통 한지(韓紙) 마감

우리나라의 전통미가 깃든 한지(韓紙)로도 패널을 마감할 수 있습니다. 인테리어적 요소로 기능하는 패널에 한지를 적용함으로써 우리나라의 특별한 디자인 감성이 살아 숨쉬는 사무공간을 연출합니다. 코아스만의 오랜 기술력으로 특허 출원한 한지와 보드의 특수 친환경 접착 기술 및 표면 강화 기술에 의해 제조되는 K350 패널은 한지 특유의 특성인 우수한 친환경성, 내구성, 내습성 및 통기성을 보유하고 있으며, 글로벌 시대 코아스의 가장 한국적인 제품 경쟁력을 상징합니다.



(주) 코아스 홍보 내용

35

3 한지소재 상품 현황 _ 패턴 적용

HANJI PRODUCTS

<패턴 문양 활용> _ 인테리어 상품



36

<주름 패턴 활용>_ 잡화



다양한 한지소재 상품 _ 한지 가족 적용 사례

한지 가족을 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

3 한지소재 상품 현황 _ 패턴 적용

HANJI PRODUCTS

한지 가죽(하운지) _ 한원물산

〈주름 패턴 활용〉_ 의상



39

3 한지소재 상품 현황 _ 한지 가죽 적용

HANJI PRODUCTS

한지 가죽(하운지) _ 한원물산

〈주름 패턴 활용〉_ 잡화



40

다양한 한지소재 상품 _ 한지사 적용 사례

한지사를 활용한 상품 개발이 이뤄지고 있음

한지사 제품_ (주)쌍영방방적, 경인상사, (유)지리산한지, (주)코퍼 등

〈한지사 양말〉



3 한지소재 상품 현황_한지사 적용

HANJI PRODUCTS

한지사 제품_ (주)쌍영방방적, 경인상사, (유)지리산한지, (주)코퍼 등

〈한지사 손수건〉



43

3 한지소재 상품 현황_한지사 적용

HANJI PRODUCTS

〈한지사 의상〉



44

〈한지사 신발〉

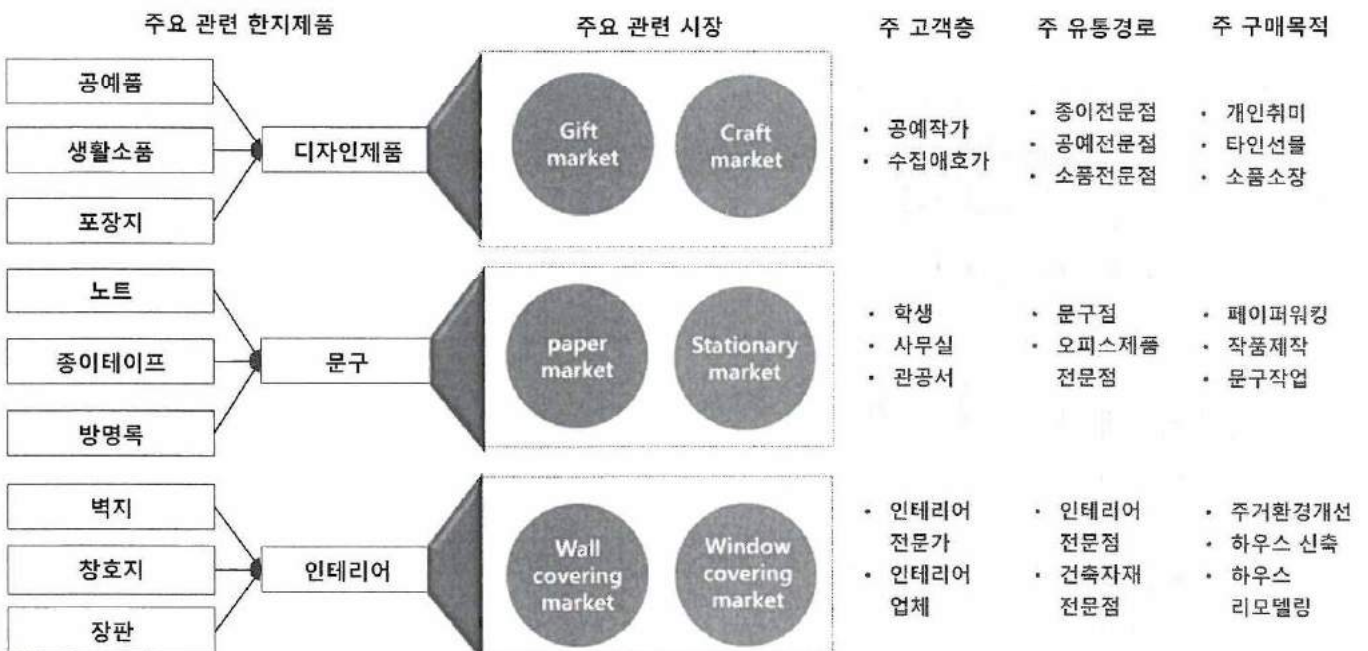


45

4 한지 시장구조 분석

HANJI MARKET

아트소재로서의 한지제품은 주 고객층, 주 유통경로, 주 구매목적 측면에서 디자인 제품시장, 문구 시장, 인테리어 시장으로 구분할 수 있음



46

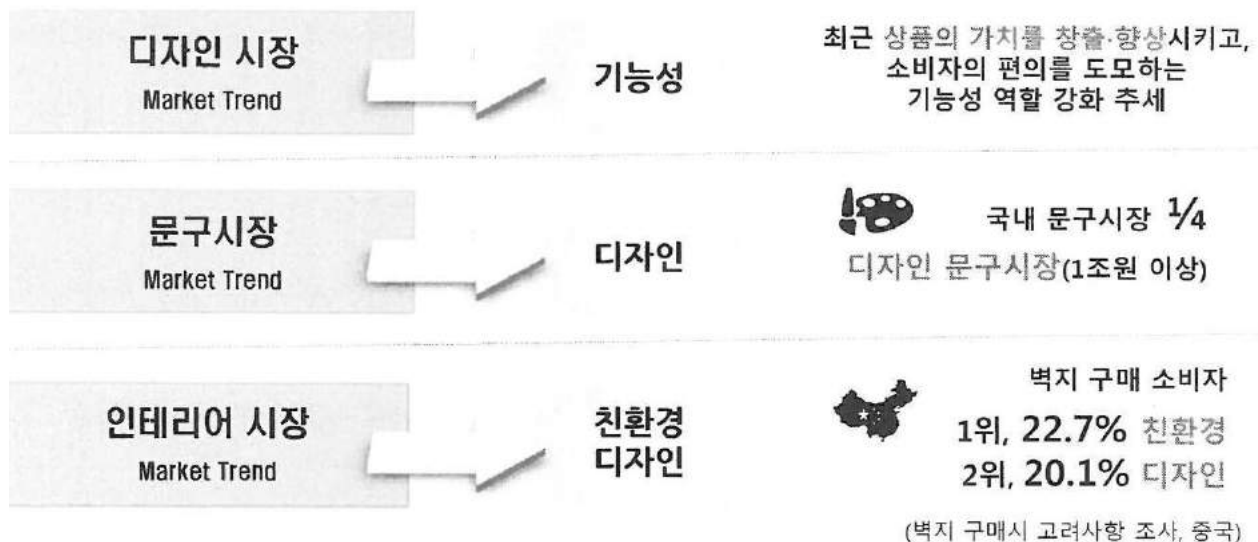
아트소재의 시장규모는 아트소재가 진출 가능한 관련 산업들의 규모를 통해 추정가능하며, 국가별 진출 분야를 설정할 수 있음



47

아트소재 시장 트렌드

디자인, 문구, 인테리어 시장에서 친환경 소재사용, 디자인적 요소 등이 부각되고 있으며, 이와 같은 요소들을 가미하여 고부가가치 창출이 가능함

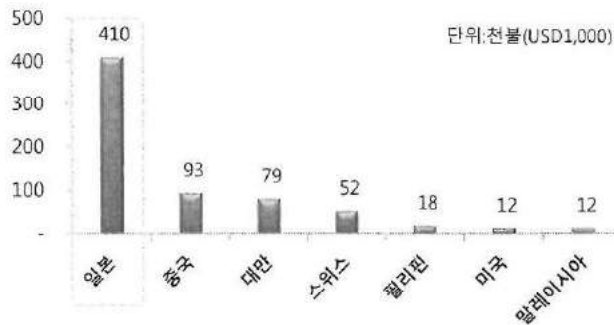


48

디자인

공예용 종이, 색지, 수제지의 최대 생산국은 일본이며,
고급수제지로 인식된 **일본 수제지의 최대 소비국은 미국**

글로벌 수출 통계 현황 (2013-2015): 수제지



수제지 최대 수출국 **일본**
연 수출규모 약 **2억 원**

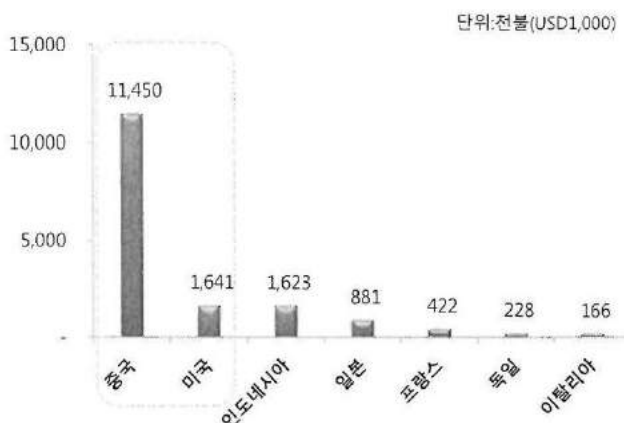
일본 수제지 주요 소비국

국가	Air	sea	total
304 USA	\$ 2,635	\$ 37,889	\$ 40,524
103 R KOREA		\$ 21,130	\$ 21,130
106 TAIWAN		\$ 20,565	\$ 20,565
302 CANADA	\$ 1,211	\$ 18,074	\$ 19,285
213 GERMANY	\$ 6,446	\$ 11,555	\$ 18,001
105 CHINA	\$ 1,253	\$ 15,439	\$ 16,692
210 FRANCE	\$ 15,027		\$ 15,027
108 HG KONG		\$ 13,820	\$ 13,820
601 AUSTRAL	\$ 5,573	\$ 822	\$ 6,395
535 ANGOLA	\$ 5,652		\$ 5,652
208 BELGIUM	\$ 4,856		\$ 4,856

문구

문구용품 중 종이제품인 지재류의 최대 소비국은 중국과 미국이며,
1Kg당 수입가격을 비교하였을 때, **미국이 고급/고가의 제품을 선호**

글로벌 수출 통계 현황 (2013-2015): 지재류



지재류 주요 소비국

연 수입규모 (2014)

연 수입규모 약 **125억 원**
 연 수입규모 약 **18억 원**

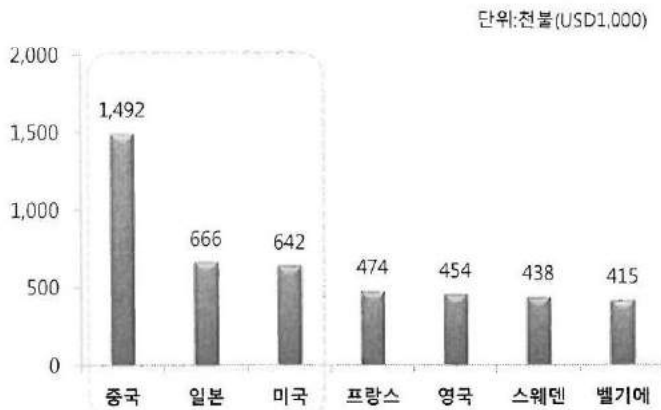
종이 수입 가격(Kg당)

5.7 달러 < **6.53 달러**

인테리어

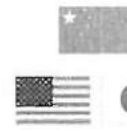
인테리어 벽지의 최대 소비국은 중국과 일본, 미국이며, 1Kg당 수입가격을 비교하였을 때
미국이 소비하는 벽지 가격이 중국의 약 9배 수준

글로벌 수출 통계 현황 (2013-2015): 벽지



지재류 주요 소비국

연 수입규모(2014)



연 수입규모 약 126억 원

연 수입규모 약 7억 원

벽지 수입 가격(Kg당)



5.2 달러

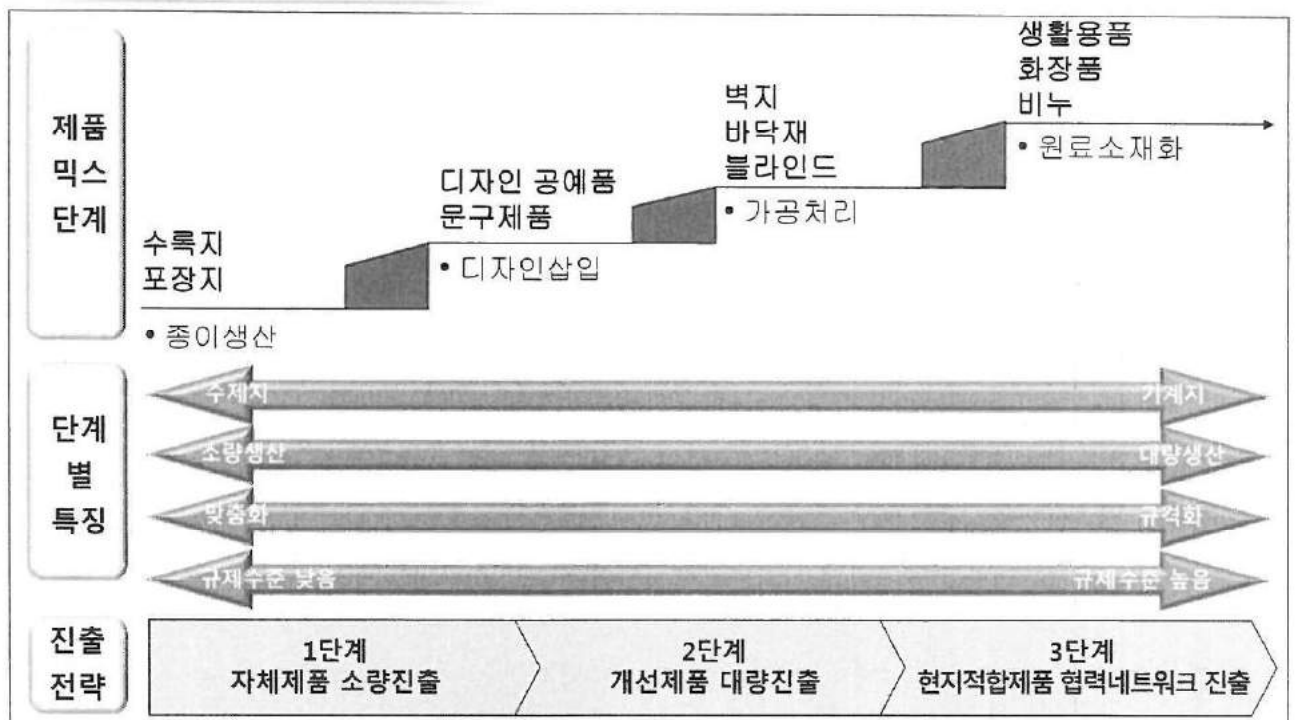


13 달러



47 달러

한지제품 제품믹스 분석



한지제품 강약점

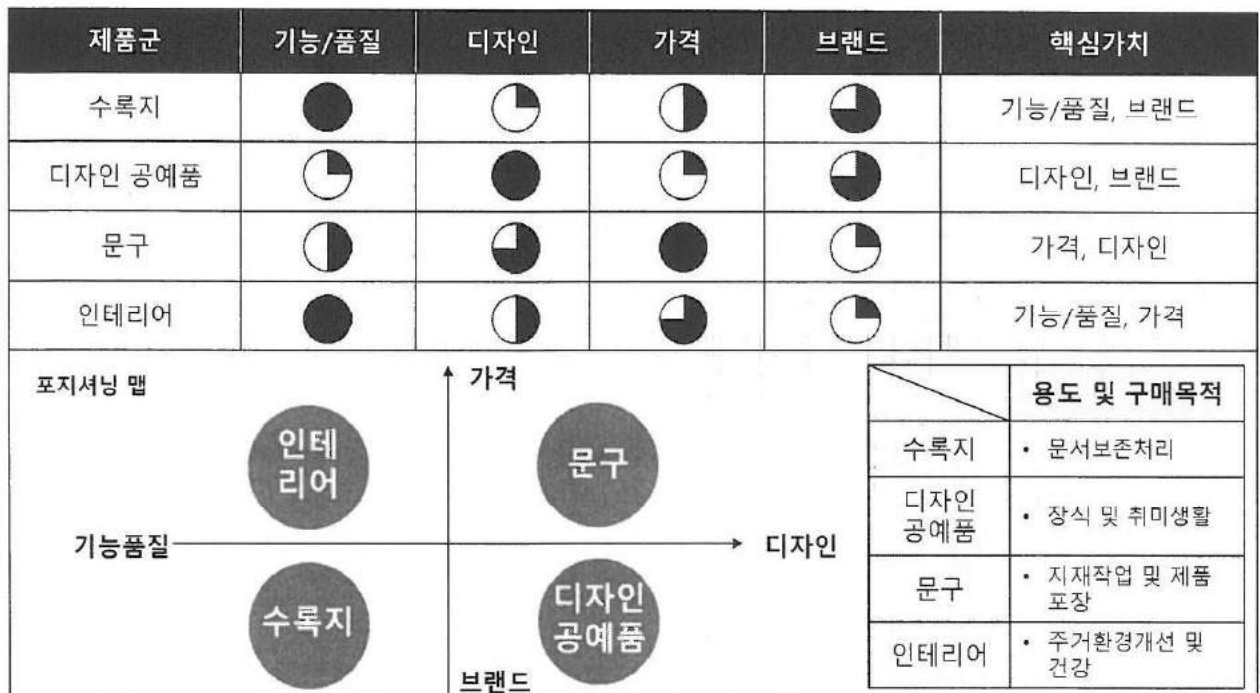
인테리어는 천연 소재의 기능적인 특성, 디자인 공예품은 수제지로서 제조기법에 의한 품질적인 특성, 수록지와 포장지는 전통문화에 기반한 고유적인 특성, 문구제품은 인지도가 낮으며 다양하지 못한 한계를 보임



53

한지제품군 포지셔닝

중요도 ○ : 1 ◐ : 2 ◑ : 3 ◒ : 4 ◓ : 5



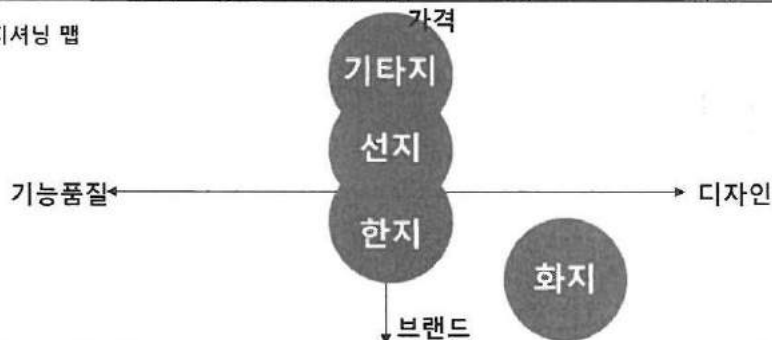
54

대량생산용 기계한지 포지셔닝

경쟁력 ○ : 1 ◐ : 2 ◑ : 3 ◒ : 4 ● : 5

제품군	기능/품질	디자인	가격	브랜드	핵심가치
한지(한국)	차이없음	◐	○	◑	기능/품질, 브랜드
화지(일본)		●	◐	●	디자인, 브랜드
선지(중국)		◐	◑	◐	기능/품질, 가격
기타지(태국, 네팔)		◐	●	◐	가격

포지셔닝 맵



- 사업화를 위해 대량생산을 할 경우 전통방식보다는 기계를 이용하여 한지를 생산해야 함
- 기계를 이용한 한지인 경우 경쟁제품과 유사한 방식으로 제조되어 기능/품질 차이가 없음 (인터뷰 결과 : 충북대학교 최태호 교수)

일본 화지 소개

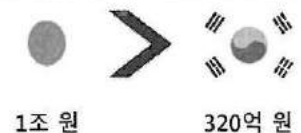
화지 부가가치 약 4조 8천억 원

[펄프·종이·종이가공품] 2015 산업별통계표(산업세분류별)

산업분류	사업장 수	종업원 수 (명)	원재료 사용금액 등 (백만원)	제조품 출하금액 (백만원)	부가가치금 액 (백만원)
0000 제조업 계	208,029	7,402,984	186,353,831	292,092,130	90,148,885
1400 펄프·종이·종이가공품 제조업	6,116	181,608	4,271,836	6,741,136	2,077,095
1411 펄프 제조업	27	2,012	24,224	48,301	19,497
1421 양지·기계로 뜯 화지 제조업	235	21,683	1,212,516	1,869,200	512,262
1422 판지 제조업	101	8,464	458,206	727,582	215,567
1424 손으로 뜯 화지 제조업	49	413	568	1,915	1,259
1431 도공지 제조업 (인쇄용지 제외)	150	7,800	231,258	348,682	102,026
1432 골판지 제조업	101	3,526	76,742	117,190	36,494
1433 벽지·장지 제조업	76	1,544	29,285	43,787	13,128
1441 사무용·학용품지제품 제조업	287	8,523	97,526	176,048	70,829
1442 일용지제품 제조업	140	2,247	13,620	29,601	15,089
1449 기타 종이제품 제조업	301	6,459	111,067	160,292	44,491
1451 종코장지봉투 제조업	129	3,423	55,674	84,089	26,037
1452 각봉투 제조업	92	3,207	46,384	76,916	26,938
1453 골판지 상자 제조업	2,021	50,470	999,484	1,521,795	463,168
1454 종이상자 제조업	1,335	28,910	332,692	549,598	189,696
1499 기타 펄프·종이·종이가공품 제조업	9,072	33,127	581,689	966,172	340,036

사업장 및 투입인력 대비 높은 부가가치를 발휘

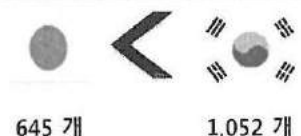
시장규모



종이 제조업체 수



수제지 기술 특허 출원



일본 화지 해외시장 진출전략

화지박물관이 전국에 40~50곳 정도가 있음

화지의 보존과 육성을 위한 일본 정책

- 강력한 문화정책을 통한 글로벌 확장
 - 미국, 유럽 등지에서 '고급종이'로 인식
- 무형문화재 지정 및 기능보유자 장인의 인간국보 지정
- 공적적 수출전략
 - 역사기록용 보존용지, 공예용지로 프랑스 등 유럽국가로 대량 수출

지역사회의 화지 발전 노력

- 자치단체의 화지 산업 발전 활동
- 화지 교육이 포함된 교과과정
- 관광적 효과가 뛰어난 시설 구축(테마파크, 마을회관 등)
 - 종이축제를 통한 지역화지 홍보
 - 지역 상표 등록을 통한 브랜드 및 품질 유지
 - 미노전통지

- 아시아 최대 비즈니스 전시회 'ISOT'

화지(和紙) 특설 존(zone) 설치

일본 문구시장 규모 전세계 2위, 약 15조

- 일본을 테마로 한 각종 문구/종이제품
- 각종 전통화(和)지, 공예용품 등

- 미노시 화지마을(Mino Washi Paper)

마노시 종이사업
연 2천억



- 마노시 종이 축제
- 마노시 화지마을회관, 화지테마파크, 화지박물관
- <미노전통지> 상표등록을 통한 산지 브랜드링

일본 화제조기술_유네스코 무형 유산 등재

57

일본 화지 해외시장 진출 사례분석

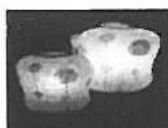
사례1)

家田 지공 주식회사

미노 일본 전통지 가공, 종이를 이용한 제품의 제조 판매

과거 제등 제조자에게 종이를 판매하던 업체였으며, 우연히 인테리어 등(초롱)을 제작한 것이 발단이 되어 사업을 전개

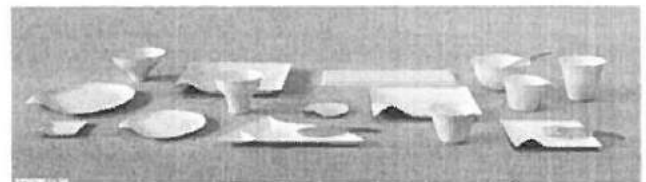
- 요인1) 전등의 경우 EU규정이 까다롭기 때문에, 전기부분의 제외한 것 (전등을 덮는 종이) 부분만을 수출
- 요인2) 종이소재의 특성을 정확하게 이해하는 전문 디자이너에게 디자인 의뢰
- 요인3) 제품 성격에 맞는 해외 전시회 방문을 통한 추가 정보 획득
 - 수공업제품에 관심이 큰 프랑스 살레 디자인 박람회 '매종 오브제' 참가
 - 크리스마스 시즌에 러시아에 창 창식을 하는 관심이 있다는 것을 알게 되고 창 창식 제품을 개발
- 요인4) 제품의 강점을 부각하고 약점을 보완하는 마케팅전략
 - 가격이 비싸다는 인식을 제고하기 위해 품질면에서 차별화에 주력하여 독일, 스위스 중심으로 매출 증대 중



사례2)

(주) WASARA

종이그릇의 기획, 제조, 판매



세계에 유일무이한 디자인 밀회용 식기 제작을 통해 고부가가치 창출

- 요인1) 사업화의 시작부터 글로벌 시장을 목표(영어 웹사이트 준비)
- 요인2) 구체적인 타겟팅
 - 친환경 이미지를 지닌 기업, 자사의 브랜드 이미지에 민감한 기업(패션업계)
- 요인3) 브랜딩을 통한 고급화 전략
 - 디자인에 민감한 사람들이 주 고객인 셀렉트 샵 등에 진열하여 자연스럽게 관심유도 및 광고효과 창출
 - 사진작가의 작품, 고급 파티 및 이벤트, 서빙되는 음식 등에 초점을 맞춘 정보 전달로 자연스럽게 제품의 고급성을 암시하고 홍보물의 높은 품질 유지
- 요인4) 높은 원가 및 판매가격을 보완할 수 있는 가치제공
 - 고개 요구는 상품기획에 반영하여 개발 진행

58

사례3)

株式会社マルモ印刷

상업인쇄물 및 포장자재(포장지), 문구제품, 수지제품 등

1919년 인쇄업으로 시작하여 종이소비형태 변화에 따라 다양하게 사업을 확장

요인1) 사업 부문의 점진적 확대

- 인쇄 → 문구 → 인테리어소품 → 취미활동용 제품 → 교구

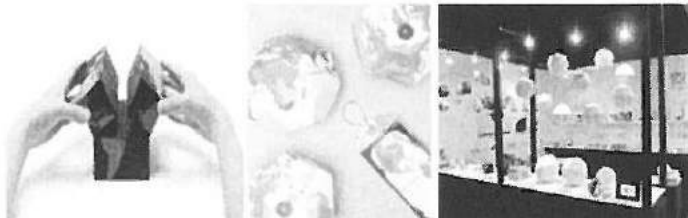
요인2) 제품 성격에 맞는 해외 전시회 방문을 통한 해외 판로 개척

- 국제 문구·종이 제품 전 (ISOT), 인테리어 라이프스타일 참가를 통해 대만과 호주 바이어 접촉 및 거래

요인4) 해외 진출을 위한 적극적 투자

- 영어 POP, 제품 이용 동영상 제작

- 영어에 능통한 해외 담당자 채용



사례4)

주식회사 大直

종이 제품, 창호지 제품의 기획, 제조, 판매 등

창호지 사업과 함께 종이 제품브랜드 '오시'로 다양한 종이제품 및 문구제품 생산

매출의 30% 해외에서 발생, 현재 17개국 수출 중

요인1) 전략적인 박람회 참가 및 해외 판로 개척

- '08 년 6 월 IFFT (도쿄 국제 가구 박람회)

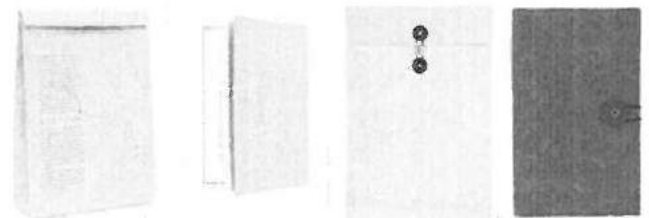
- '09-'14 년 파리 메종 오브제 전시회

- 구매자의 관심을 끄는 부스제작, 영감을 호소하는 프레젠테이션, 효과적인 연출에 집중함

요인2) 관련 기구 및 센터 활용

- JETRO 나 중소기업의 스타디 그룹에 참가하여 지식습득

- 바이어와 대화, 전문 서적을 읽고 공부



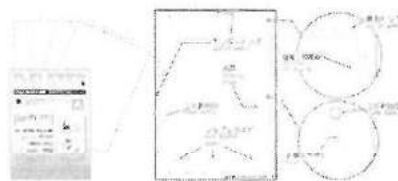
59

사례5)

株式会社浜田兄(데리타 주식회사)

만화용 재료의 생산, 판매

매니아, 전문가용 만화 재료(툰 필름, 펜 등)의 판매 및 수출



요인1) 소비자의 의견 반영

- 만화가, 만화제작 종사자(어시스트) 인터뷰 및 의견 수집

- 정기적으로 만나며 제안사항 반영 및 제품 개선

요인2) 장기적 관점의 해외 판로 개척

- 단발적 노력이 아닌 20년간의 해외 진출 노력

- 5년 전 해외판매 사이트 개설 (73개국 고객확보)

- 주력시장은 미국, 프랑스이며 한국, 대만, 태국 등 판로 확대 중

➢ 1단계: 관련 전시회 참가

➢ 2단계: 해외 거래처 방문 (미술재료상점, 문구점 등 전문점 직접방문)

➢ 3단계: 해외 거래처 확대 (만화/미술 전문학교, 타사와의 제휴 등)

사례6)

社名 : 株式会社テクノライフ(찌쿠노라이후)

대나무 숲을 소재로 한 제품 기획, 제조, 판매 등

대나무 숲을 이용한 공기청정 및 인테리어 제품 생산, 판매

요인1) 제품 인증을 통한 신뢰도, 인지도 확보

- 경제 산업성이 실시하고 있던 브랜드 육성 사업 'sozo-comm인증 제품'에 07년 ~ 09년, 3년 연속 선정

- 이후 제품 판로 확대

요인2) 해외 관련 전시회를 통한 해외 판로 개척

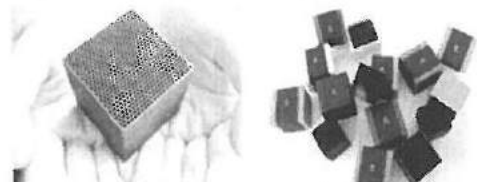
- 독일 프랑크푸르트 암 비엔 데 전시회 참가, 독일 유통업체와 거래시작

- 프랑스 파리의 메종 오브제 전시회 참가, 프랑스 유통업체와 거래시작

- 스위스 주방용품 대형 판매 회사와의 대규모 거래

- 뉴욕 현대 미술관 "MoMA", 프랑스의 셀렉트 스텝 "COLETTE" 등 유명 매장

에서 판매 시작
- 해외 성과를 바탕으로 국내 업체들의 거래제거가 들어오며 국내시장에서도 거래 확대



60

박람회, 전시회 참가를 통한 홍보

행사명	개최국가/도시/개최주기	시장부문		
	주요내용	디자인	문구	인테리어
Hong Kong International Stationery Fair 홍콩 국제 문구 박람회	홍콩/ 연1회			
	<ul style="list-style-type: none"> 109개국 20,276명 방문 (2014년 기준) 친환경과 지속가능성에 주목 홍콩 및 중국에서 온 진성 바이어 접촉기회多 19,332 바이어 참관(2013년 기준) 		●	
International Stationer&Office Products Fair Tokyo 일본 도쿄 국제 문구 & 사무용품전	일본/ 도쿄/ 연1회			
	<ul style="list-style-type: none"> 아시아 최대 비즈니스 전시회 전세계 주요 수입 대행사 및 도매상, 유명소매업체 바이어 참가, 약 1,900여사 참가 수제지(화지) 전용 세션 보유 	●	●	
China International Stationery&Gift Exposition 중국국제문구선물박람회 (中国国际文具礼品博览会)	중국/ 닝보/ 연1회	●	●	
중국(정저우)국제문구 및 사무용품박람회 (中国(郑州)国际文具及办公用品展览会)	중국/ 정저우/ 연1회		●	
China Stationery Fair 상하이 문화용품 (문구) 박람회 (中国文化用品商品交易会)	중국/ 상하이/ 연1회		●	
	30000sqm / 약 900개 업체		●	
China Int'l Wallpaper, Textile&Home Decorations Exposition 북경 국제 벽지, 직물, 홈장식 박람회 (中国(北京)国际墙纸、布艺暨家居软装展览会)	중국/ 베이징/ 연 1회			●
	<ul style="list-style-type: none"> 약 2,000개 업체 참가 아시아 최고수준 벽지 전시회 			●

행사명	개최국가/도시/개최주기	시장부문		
	주요내용	디자인	문구	인테리어
북미 사무가구전 NeoCon (The National Exposition of Contract Furnishings)	미국/시카고/연1회			●
	<ul style="list-style-type: none"> 북미 최대 가구, 실내 디자인 관련 박람회(사무가구) 700개사 이상 참가(동종업계 글로벌 선두 기업 및 한국의 대·중·소 기업 다수 참가) 			●
시드니 선물 박람회 Reed Gift Fairs	호주/ 시드니/ 연1회		●	●
	760개사(Life in Style- 자매 전시회 포함) 참가		●	●
Escalar-Paper Brasil 브라질 문구용품 전시회	브라질/ 상파울루/ 연1회			
	세계 3대 전시회 중 하나, 관람객 수 세계1위			
NSS - National Stationery Show 뉴욕 국제 문구 박람회	미국/ 뉴욕/ 연1회		●	
	<ul style="list-style-type: none"> 1,100여 업체가 출품, 15,000 여명 참관 브랜드와 제품이 준비된 후 참가권고 		●	
MoOD - Meet only Original Designs 벨기에 브뤼셀 실내장식 박람회	벨기에/ 브뤼셀/ 연1회			●
	약 140,000m2/ 약 1,000여개 업체 참가			●
International Building Trade, Renovation and De coration Show 벨기에 브뤼셀 건축 전시회	벨기에/ 브뤼셀/ 연1회			●
	약 31000m2/ 약 200여개 업체 참가			●

박람회 관련 사항

- 기타 북미/유럽의 박람회의 경우 사전에 유통사, 바이어, 도매점과 사전약속이 정해져 있을 경우 참가
- 행사 전 해당국가 바이어와 접촉하여 박람회 참가를 알리고 적극적으로 미팅을 잡음

행사명	개최국가/도시/개최주기	시장부문		
	주요내용	디자인	문구	인테리어
Maison & Objet Paris 프랑스 파리 메종오브제	프랑스/ 파리/ 연1회	●		
	• 약 130,000m2/ 약 23,400여개 업체 참가			
Salon des Metiers & Activités de la Creation 프랑스 파리 공예·창작품 박람회	프랑스/ 파리/ 연1회	●		
	• 약 8841 S/M / 약 200여개 업체 참가			
PaperWorld 독일 프랑크푸르트 문구박람회	독일/프랑크푸르트/		●	●
	• 3257업체 참가, 5만여 명 참관 • 미국바이어 증가추세 • 친환경 인증인 FSC®(세계산림관리협회인증), PEFC(유럽산림인증)을 취득하는 것이 유럽업체와의 거래를 시작하는데 효과적			
Print Media Messe 뒤셀도르프 인쇄 및 제지 기술 박람회	독일/ 뒤셀도르프/ 4년 1회	●		
	• 2,000개사 참가/ 참관객 약 430,000명			
Luxepack Expo (모나코, 뉴욕, 상하이) 패키지분야 무역박람회	미국/뉴욕, 모나코, 중국/상하이(각 연1회)			
	• 상해: 약 4천명 참관/모나코: 400개사 참가, 리오더 15% • 뉴욕: 바이어 비율 63%			

추천박람회 관련 사항

- 비용절감효과를 위해 근접국가(중국, 일본)의 박람회 참가
- 바이어 참여 비율이 높고 실거래가 활발히 이루어지는 박람회 참가

파리 메종오브제(프랑스)



프랑크푸르트 문구박람회(독일)



65

북경문화창의산업박람회(중국)



66

외교공간 리모델링



67

미래의 상품은 이성이 아닌 **감성**에 호소

- 이미지와 스토리가 경제를 움직이는 사회
사회는 상품의 효율적인 대량생산(산업화 사회), 정보와 네트워크 (정보화사회)의 중심에서 IMAGE와 스토리 중심으로 변화함
- 꿈과 감성을 파는 사회
- 하드웨어, 소프트웨어 중심에서 콘텐츠 중심의 사회로 변화
- 상상력, 창조력이 국가 경쟁력의 원천인 사회

일상생활에서 활용 가능한

기능적이며 실용적인 고부가가치의 상품 개발



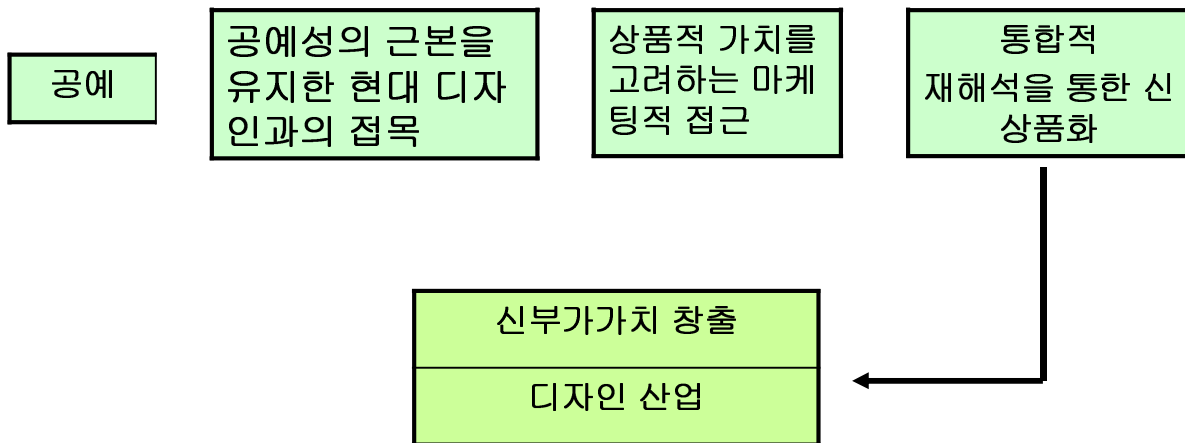
• 한지소재 상품 개발의 기대효과

- 1) 21세기 문화산업으로 성장할 수 있다.
- 2) 고용창출의 효과가 크며, 부가가치가 높다
- 3) 한지의 효용성은 적용범위가 넓다.
- 4) 지식산업으로 발전가능성과 환경친화적인 미래산업이다.

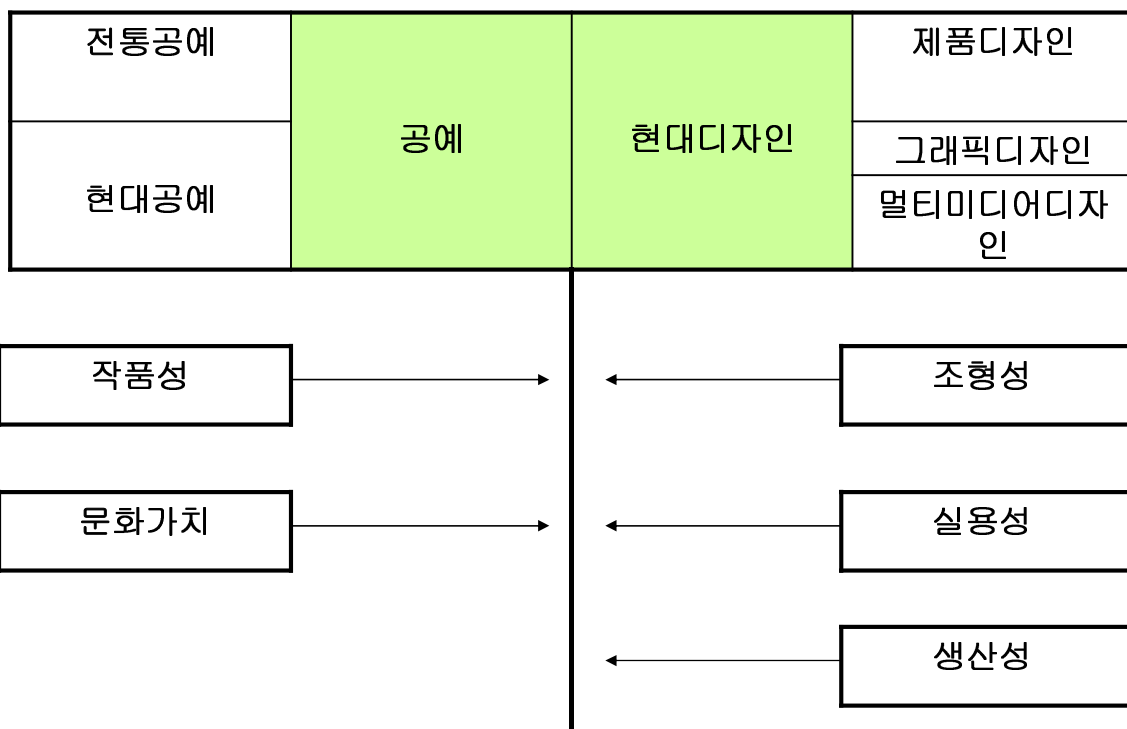
21세기 한지산업 : 융복합 상품 개발



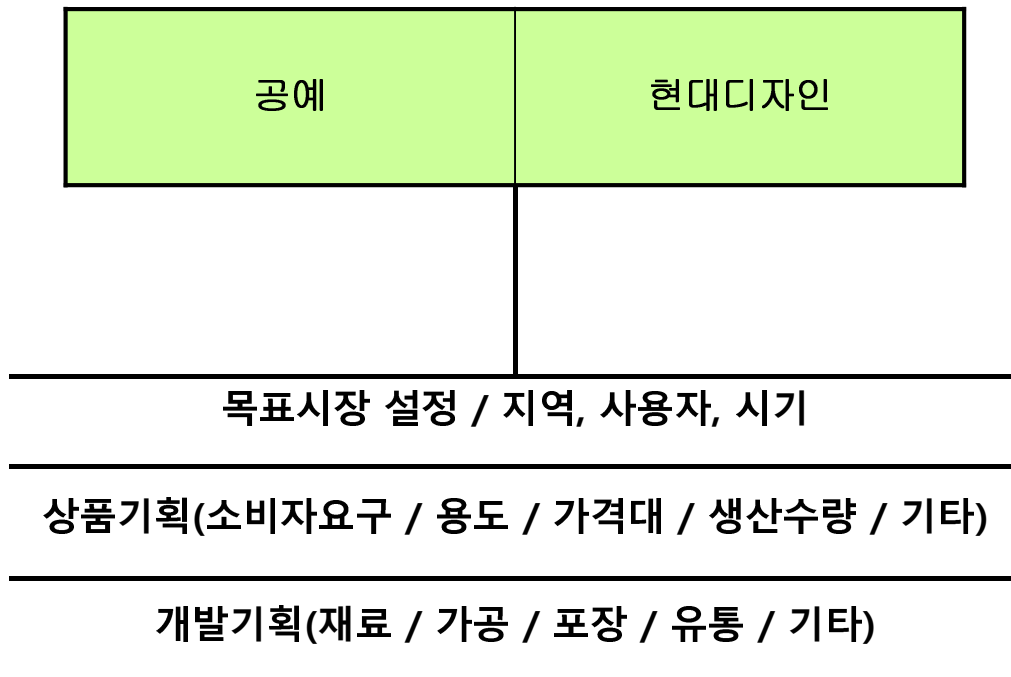
- 한지소재 상품의 고부가가치화
- 한지소재 상품의 다양화
- 한지소재 상품의 양산화
- 한지 소재 부문의 디자인 산업화



공예성의 근본을 유지한 현대 디자인과의 접목



상품적 가치를 고려하는 마케팅적 접근



유통전략

- 유통경로(Distribution channel) : 유통구조의 현대화, 다양화, 해외 유통망 구축
- 수송방법(Transportation) : 규격화를 통한 합리적 수송과 납기준수에 노력
- 재고(Inventory) : 정기적 시장조사를 통한 정확한 재고 수준 결정
- 포장(Packing) : 소비자 욕구를 불러 일으킬 수 있는 다양한 연구 및 고급화 전략이 시급

감사합니다
Thankyou

04

[전통 천연섬유산업의 미래]

『한산모시의 시장과 산업 현황』

임 은 순

서천군 한산모시협동조합장

05

[전통 천연섬유산업의 미래]

『안동포 산업화 노력』

이 동 화

안동시 동안동농협 임하지점장



안동포 산업화 노력

2017

안동포 전시관
동안동농협 임하지점장 이 동 화



安東布



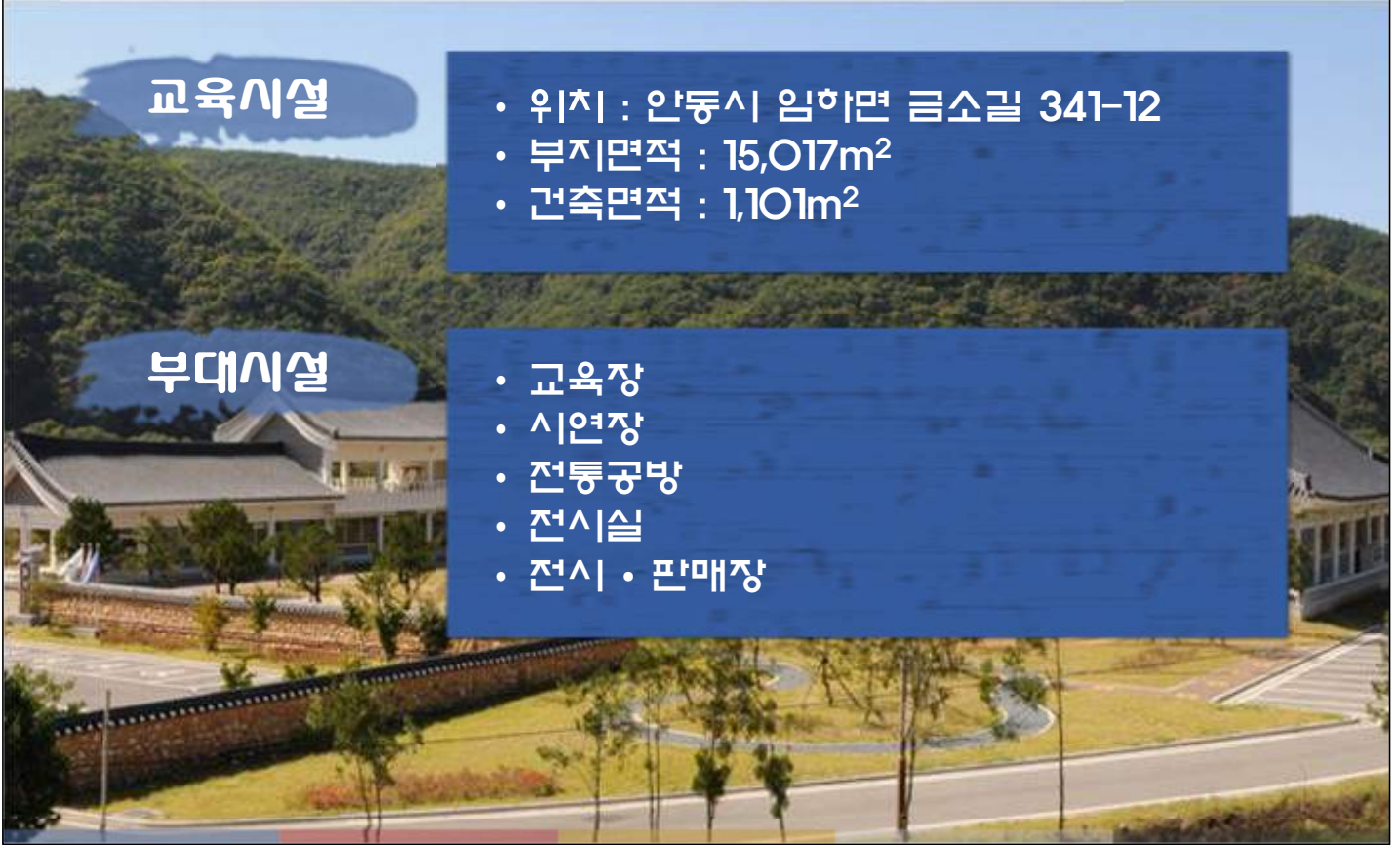
1. 안동포 전시관 시설 현황

교육시설

- 위치 : 안동시 임하면 금소길 341-12
- 부지면적 : 15,017m²
- 건축면적 : 1,101m²

부대시설

- 교육장
- 시연장
- 전통공방
- 전시실
- 전시 · 판매장



2. 안동포 생산 및 판매현황

대마재배 및 안동포 생산 현황

대마재배농가(가구)	재배면적(평)	안동포생산량(필)	수익환산(set)
8	1,500	188	63





2. 안동포 생산 및 판매현황

안동포 판매 현황

연도	매 출 액 (단위: 백만원)	비고
2016	122	
2015	91	
2014	292	윤달
2013	71	
2012	476	윤달



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안



안동포 생산기반 조성 및 생산원가 절감

안동포 전통계승 발전

안동포 전시관에 안동포 제작 전과정 기구 배치

시대 변화에 따른 사업 활성화 방안



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

안동포 생산기반 조성 및 생산원가 절감



- ◆ 비료 및 종자 지원
- ◆ 대마 수확 기계화



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

안동포 전통계승 발전



- ◆ 경상북도 무형문화제 제1호 지정 - 무형문화제 및 전수 장학생 선발 → 전통 계승
- ◆ 안동포 길쌈교육 → 전통계승 인력 양성 및 일자리 창출



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

안동포 전시관에 안동포 제작 전과정 기구 배치



◇ 개별농가 생산에서 수공업으로 발전시켜 원가 절감 및 전통문화 유도



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

시대 변화에 따른 사업 활성화 방안



◇ 전통방식 고수하여 차별화 전략

◇ 안동포 생냉이(안동포)에서 익냉이(무삼) 생산으로 유도하고 현대인의 취향에 맞게 다양한 생활용품으로 개발



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

시대 변화에 따른 사업 활성화 방안



- ◆ 문화예술로 승화시켜 부가가치 향상
- ◆ 안동 무삼 명품화 하여 상위계층에 홍보 및 판매전략
(서울 인사동 갤러리에 매년 전시회 개최)



3. 안동포 산업화 및 활성화 방안

시대 변화에 따른 사업 활성화 방안



- ◆ 체험행사 및 관광자원화 추진
- ◆ 햄프씨드를 활용한 기능성 의약품 · 화장품 · 식품 개발



안동시

안동포 전시관
(동안동농협)

감사합니다.

안동포
생산농가

06

[전통 천연섬유산업의 미래]

『한지사, 그 천년의 지혜와 꿈』

- 한지사 제조방법 및 제품의 시장성으로 고부가가치 창조 -

김 강 훈

쌍영방적(주) 대표이사

한지사, 그 천년의 지혜와 꿈

● 한지사 제조방법 및 제품의 시장성으로 고부가가치 창조 ●

쌍영방적(주)
www.lohashanji.com

H A N J I S A . A T H O U S A N D Y E A R ' S W I S D O M & D R E A M

H A N J I S A . A T H O U S A N D Y E A R ' S W I S D O M & D R E A M

쌍영방적(주) SSANGYOUNG SPINNING COMPANY LOHASHANJI.COM

대표	김강훈
설립	2004. 12. 1
사업자 번호	403-81-37914 법인번호 : 214911-0022790
사업장 소재	전라북도 익산시 어양동 513-33
주요 업무	한지사 제조 도소매
한지사 관련	한지사 / 한지사 원단 / 한지사 제품 개발 및 판매
보유인증	한지사 원사 및 제품 제조 및 유통 (ISO9001, 14001) Eco-Quality Mark (KPC09-EQ-101) 한지복합사 Buy전북상품 -제42호 (한지사 양말)

**“고어텍스(Gore-Tex)를
능가하는 기능성 섬유를 개발하는
한국 회사가 있다면,
곧바로 국내 재계 순위 10위권 내에
진입할 수 있을 것입니다.”**

-섬산련 회장, 2008 섬유의 날 축하 中에서-

“반도체 못지 않은 고부가가치”

한지사란? ABOUT HANJISA ; KOREAN PAPER YARN

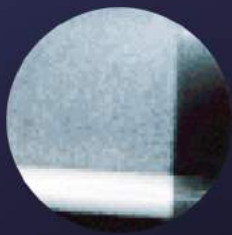
세월이 흐를수록 고운 결과 천년의 숨결!
5천년 역사의 한(韓)문화
 닥나무 껍질로, 한지로
새로운 패러다임
 천 년 역사의 동면에서
 한지사로 새롭게 태어남



한지사 생산과정 PRODUCTION PROCESS



닥나무



기계한지



한지원단

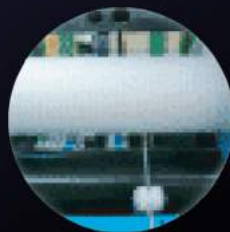


슬리팅

사외 공정



한지사



연사



와인딩

한지사의 특징 SPECIAL FEATURE

- 원적외선 방사 (Far-infrared radiation)
- 속건성 (Quick drying)
- 소취성 (Deodorant)
- 곰팡이 및 유해 세균의 발생 방지
- 경량 소재로 청량감과 흡한 속건 기능이 탁월
- 친환경 천연소재로 아토피 피부염 예방 및 개선
- 우수한 염색성

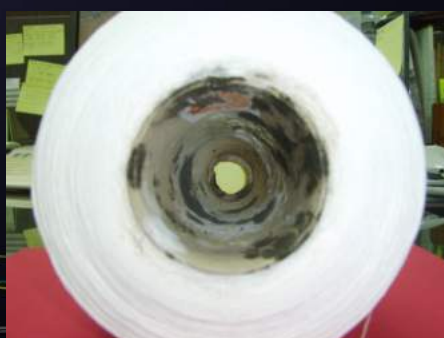
한지사의 특징 SPECIAL FEATURE

2007년 4월

한달 간

온도 25℃

습도 80%



한지사의 활용성 APPLIED INTERINDUSTRY



주요실적 및 현황 SITUATION OF MARKET

- **롯데 백화점 (전주 점)**
BUY전북 운영 및 판매 개시
- **전주한옥마을공예품전시관**
한지 제품 판매 개시(한지관)
- **비너스, 비비안, 와코루**
여성용 한지원사, 원단 판매
내의류, 덧신 등
- **세정, 세정,노스페이스**
티셔츠
2014, 2015 S/S시즌 부터 진행
제품 판매 중
- **다스, 인디안, 로가디스**
한지제품 판매 중
- **대형백화점 행사 진행**
한지제품 테마별 판매 진행
- **좋은 사람들, 쌍방울트라이**
한지내의 및 양말 류 진행
- **아가방, 해피랜드**
- **기능성 유/소아 제품 출시**

한지사의 명품화 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY



그리고 5년 후에는
상상할 수 없을 정도로 늘어날 것입니다.

“일본종이 매출
5년 전 대비 10배
이상 초고속 성장
향후 종이섬유 시장,
무한대 성장 가능성,”

한지, 종이를 넘어 패션으로!
가사시마 히로시, 교와텍스타일 대표 인터뷰 중에서

한지사의 명품화 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY

“세상은 상위 5%가
이끌고 나간다
5%의 부자가 전체부의 60%를
소유하고 있는 상황에서
이들을 향한 마케팅을 하는 것은
당연하다,”

-토마스 J. 스탠리-

한지사의 명품화 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY

MONTBLANC



필기구, 만년필

존경의 상징

ROLLS ROYCE



이동수단, 자동차

명예의 상징

HANJISA



의류, 옷

자연을 입는다!

기능적 가치 ➡ 심리적 가치

한지사의 명품화 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY

명품화의 요건 충족

명성

대중들이 쉽게
인식하고 수용하는

장인정신

브랜드의 뛰어난
품질을 입증하는

전통성

오랜 시간을 통해
검증 받은 불멸의

희소성

대중의 선망과
동경을 유발하는

친환경성

철저히 브랜드
충성을 유지하는

한지사의 국제인증제 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY



컴퓨터 — 칩이 어디 제품?
옷 — 어떤 소재냐?

한지사의 국제인증제 전략 HANJISA BRANDING STRATEGY



산, 관, 학, 연이 공동으로 연계하여
한지사의 품질을 보증하는
국제공인인증제도의 도입으로
코튼마크, 울마크 등과 함께
국제적인 한지사마크化
韓브랜적인 차원에서의 전략으로
국가브랜드 가치 향상에 기여

한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE

Eco in (Put on the HANJI) Fashion

구 분	내 용
Concept	<ul style="list-style-type: none"> ● Eco를 반영한 일상에 지친 현대인들에게 감성 전달 ● 자연소재인 고품질 한지사로 기능성과 디자인 고려 ● 쾌적하고 절제된 편안한 라인 추구 ● 여유롭고 부드러운 분위기 연출 ● 젊고 세련된 고 Quality <p>◆ Entertaining & Luxury, simple / easy</p>
Target	<ul style="list-style-type: none"> ● 활동성 있는 현대인들에게 쾌적함 제공 ● 자기만의 개성을 Brand Image를 통해 소유하는 자연적 패션성을 추구하는 세대 ● 아토피증후 관련으로 모성과 감성을 자극 요구하는 세대 ● 가족의 건강한 삶을 원하는 세대

한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE (Family)



한지에 스민 깨끗한 자연이
가족의 건강을 지켜드립니다



한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE (KIDS)

런칭은 이미 시작되고 있다



한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE (Man, Woman)

런칭은 이미 시작되고 있다



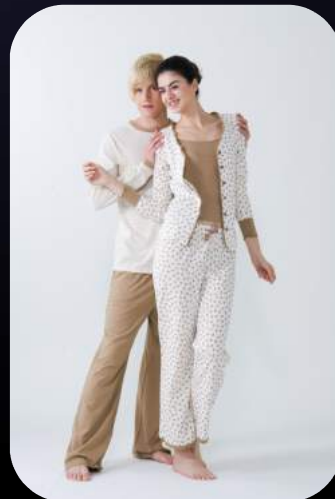
스포츠내의

라운드T, 청바지



골프T

실내복



한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE

런칭은 이미 시작되고 있다



연기자 이효춘

한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE

런칭은 이미 시작되고 있다



연기자 최시연

한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE (MISCELLANEOUS GOODS)

런칭은 이미 시작되고 있다



양말



넥타이



스카프

한지사 제품 Style

HANJISA PRODUCT STYLE (BEDDING)

런칭은 이미 시작되고 있다



한지천연패드

한지사의 생산 및 설비 확장

VISION OF HANJISA

2010



연사기 6대
슬리터기 2대
기존설비 보강 및
신규 설비 추가

2013



시장성과 매출 확대
계획에 따른 추가 시설
한지사 제품의 기획과 개발
직영점, 전문점 확보로 수익창출

2015



친환경제품으로 런칭
대표적 브랜드
고부가가치 산업으로
지속적 발전 노력

한지사의 생산 및 설비 확장

VISION OF HANJISA



닥나무 재배
(농가소득 증대)

지역경제활성화

한지산업 발전
(제조기술, 자동화)

한지사의 도약 VISION OF HANJISA

STEP 1

**한지제품의
산업화**

- 판매 거점 구축 및 확보
- 생산 설비 및 품질 확충
- 원사개발에서 제품화

STEP 2

**한지제품의
브랜드화**

- 세계적 브랜드화
- 다양한 제품군 개발
- 세계시장개척

STEP 3

**한지제품의
세계화**

- 한지의 핵심산업화
- 국제적 경쟁력 확보
- 고부가가치로 이익창출



전세계

대한민국

전라북도

한지 Made in

익산

HANJISA... A THOUSAND YEARS' WISDOM & DREAM

I  HANJISA

HANJISA... A THOUSAND YEARS' WISDOM & DREAM





상품정보

소재	레이온(한지)47% / 폴리에스터38% / 면9% / 마6%
원산지	MADE IN KOREA
제조사	(주)세경
세탁방법 및 취급주의사항	       물뺀후에
A/S 책임자와 전화번호	세경 (경상계축) 1577-7002 세경 (아울렛) 080-371-1001 세경과미래(경상, 상설) 080-558-2929
제조년월	201704

<충남미래연구포럼 추진내용>

회차	일자	발표자 및 발표 제목
2015년 1차	2015.2.9.	김진향(KAIST미래전략대학원) 대한민국 국가미래전략
2015년 2차	2015.2.26.	이상대(경기연구원) 경기연구원 미래비전 연구의 경험과 시사점
2015년 3차	2015.7.13.	안남성(前에너지기술평가원 원장) 에너지산업의 Path Dependence(신재생에너지 시장에서 연료전지의 경쟁력) 권혁수(에너지경제연구원) 충청남도 연료전지산업 육성방안
2015년 4차	2015.8.12.	김영덕(서강대 명예교수) 5세기 일본에 있던 백제 다무로 이도학(한국전통문화대) 백제인의 발길이 닿았던 곳
2015년 6차	2015.9.08.	노길태(한국선급) 선박용 연료전지기술개발 현황 및 한국선급 활동
2015년 7차	2015.9.24.	황상문((주)프로파워) 착탈식 경장비용 연료전지기술개발 현황
2015년 8차	2015.10.02.	차미숙(국토연구원) 미래 국토발전 전략과 정책과제
2015년 9차	2015.10.06.	최재우(포항공과대) 유럽의 수소이용 기술개발과 산업화 활동
2015년 10차	2015.10.20.	서동혁(산업연구원) 주력산업의 한중 경쟁력 비교 및 미래전략 김영귀(대외경제정책연구원) 한중 FTA와 충남교역
2015년 11차	2015.10.28.	Peter Storey(CTI PFAN) 청정에너지 비즈니스 모델의 시작 및 촉진에 대한 CTI PFAN의 방법론 이수철(일본 메이조대학교) 일본의 재생가능 에너지 비즈니스 모델 - FIT도입 이후의 성과와 과제
2015년 12차	2015.12.04.	김주한(산업연구원) 중국의 부상과 충남 철강산업의 발전방향 노성호(세종대) 뉴노멀시대 중국의 신산업 정책이 충남 석유화학산업에 미치는 영향분석
2016년 1차	2016.3.17.	안준영(광주과학기술원) 미생물 연료전지의 현황과 발전전망 권 면(국가핵융합연구소) 핵융합에너지 개발, 어디까지 왔나?
2016년 2차	2016.4.5.	하도훈(SK텔레콤) 공간빅데이터의 이해와 활용
2016년 3차	2016.5.17.	노기한(자동차부품연구원) Micro-모빌리티 개발 동향과 발전방향
2016년 4차	2016.6.28.	(주)이조, 3D프린팅 업체견학 및 미래전망 모색
2016년 5차	2016.7.20.	(주)미래원, 식물공장 업체견학 및 농업분야 미래전망 모색
2016년 6차	2016.8.17.	박진희(동국대) 지역에너지비전 수립의 범위 및 내용 고재경(경기연구원) 경기도 에너지비전 수립 사례

2016년 7차	2016.8.31.	최돈정(충남연) 충남 정책지도의 개요소개 및 지역정책 발굴을 위한 고도화 전략 박성인(대전시 사회적자본지원센터) 지자체 커뮤니티 매핑 사례 류홍철(광주광산구청) GIS기반 커뮤니티 매핑을 활용한 정책활용
국책연구기관 공동포럼 1	2016.9.7.	서용석(한국행정연구원) 미래 인구구조 변화와 세대 간 격차 김유경(한국보건사회연구원) 가족변화가 가족생활에 미치는 영향
국책연구기관 공동포럼 2	2016.8.17.	서중해(한국개발연구원) 지역산업구조변화와 대응과제 임 현(한국과학기술기획평가원) 지역R&D센터의 현황 및 문제점
국책연구기관 공동포럼 3	2016.11.16.	허재준(한국노동연구원) 지능정보기술, 노동시장, 정책수요 김형만(한국직업능력개발원) 미래의 일자리와 평생학습
2017년 1차	2017.3.9.	홍성주(STEPI) 글로벌 트렌드의 변동으로 본 국가적, 지역적 과제 이석형(청운대) 4차산업혁명시대 충남의 미래전략 홍원표(충남연) 수소차 국책사업화 과정이 미래먹거리 발굴에 주는 시사점
2017년 2차	2017.4.26.	최돈정(충남연) 충남 정책지도와 공간정보 활용에 관한 제언 양규석(서울시) 서울시 공간정보의 활용과 체계 나상일(국립농업과학원) 공간정보 기반의 농업 연구사례와 정책적 활용가치 장동호(공주대학교) 공간정보 기반의 해양 연구사례와 정책적 활용가치 김태우(벨류투게더) 공간정보 기반의 재난안전 연구사례와 정책적 활용가치
2017년 3차	2017.5.25.	장운종(산업연구원) 4차산업혁명과 산업의 미래 이주량(과학기술정책연구원) 농업과학기술혁신체계의 진화와 선택
2017년 4차	2017.6.27.	Ⅱ 전통 천연섬유산업의 미래 김익열(서천군) 한산모시 사업현황 김문년(안동시) 전통문화 활성화를 위한 안동포 보존과 산업화 임현아(한지산업지원센터) 한지소재를 활용한 상품개발 현황 및 발전방안 임은순(한산모시협동조합) 한산모시의 시장과 산업 현황 이동화(안동시동안동농협) 안동포 산업화 노력 김강훈((주)쌍영방직) 한지사 제조방법 및 제품의 시장성
2017년 5차	2017. 7월 말 예정	“VR, AR산업 현황과 응용” (현장견학 및 포럼)
2017년 6차	2017.8월말 예정	“충남의 우버택시 도입 가능성”

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]

MEMO

[illegible]