

전략 연구 2015-17

충청남도 공예문화산업 지원 정책방안

권영현 · 양미숙

발간사

공예문화는 지역의 문화를 담은 공예품이라는 창작품을 통해 형상화 할 뿐만 아니라 지역 정체성을 정립하고 공동체 형성에 기여할 수 있으며, 산업화를 이룰 수 있는 문화산업의 한 분야입니다. 그럼에도 공예문화가 대중에게 예술의 한 분야로 인식되지 못하고 있으며 공예인 또한 예술가로서 지위가 불분명한 현실입니다. 이러한 양상은 공예 창작 및 산업의 낙후, 공예 인력의 부족, 기능 전수의 단절, 공예품의 품질 저하로 이어지면서 제대로 된 문화산업의 한 영역으로 자리 잡지 못하고 있습니다.

중앙정부와 충청남도를 포한 지방자치단체에서는 공예계에 창작 동기를 부여하고 공예 진흥을 위한 방안으로 교육 프로그램, 인증 사업, 공모전 개최, 판로지원, 금융지원 등의 정책을 실행하여 공예산업의 육성을 지원하고 있습니다. 이러한 지원 정책에 많은 공예인과 공예업체들이 참여하여 사업의 효과를 얻고 있으나, 지역에서 활동하는 지역 작가의 입장에서는 참여기회나 여건이 부족하고 장르와 공예인의 수준에 적합한지에 대한 점검과 보완이 요구되고 있습니다.

본 연구는 그간 충분히 이루어지지 못했던 충남 지역 공예인과 공예업체의 구체적인 실태를 조사하고 데이터화 하였습니다. 또한 공예 지원정책의 수혜 만족도를 분석하여 지자체 차원의 지원정책 방안을 제안하는 실효성 있는 연구입니다. 특히 2015년 공예문화산업 진흥법의 시행에 따라 공예 분야에 집중된 정책과 사업이 준비되는 시점에서 이 과제가 충청남도에 국한된 활용을 넘어 중앙정부, 문화예술단체와 충청남도 산하 관련 기관이 함께 의지를 모아 완성해야 할 계기를 마련하는 연구이기에 큰 의의가 둘 수 있습니다.

끝으로, 본 연구를 위해 애써주신 권영현 선임연구위원과 외부 연구진인 충남공예협동조합 양미숙 이사장을 비롯한 자문위원님들께도 깊은 감사를 드립니다. 또한 지역의 공예 발전과 창달에 열정을 아끼지 않는 우리 지역 공예인 여러분께도 감사를 전합니다.

2015. 7. 14

충남연구원장 강현수

연구 요약

공예가 예술의 범주나 산업디자인의 범주에 속하지 못한 채, 저급한 공예품 수준과 동일 시 되어 예술분야로 인식되지 못함에 따라 공예 및 공예인의 지위와 가치가 인정되어야 한다. 공예의 경시는 지역의 공예업체의 현황 및 실태에 관한 통계의 미구축으로 이어져 이 분야 연구의 시도가 이루어지지 않게 하며, 정책 수립에 어려움을 주고 있기 때문에 지역 공예산업 현황에 대한 전반적인 조사가 요구된다.

이러한 현실을 전환하기 위하여 중앙부처 및 지자체에서 교육 프로그램, 인증 사업, 공모전 개최, 판로지원, 금융지원 등의 지원 정책을 시행하고 있지만 지역에서 활동하는 공예인들에게 얼마만큼 실효성이 있는지 검증되지 않고 있어 선호도 및 만족도를 조사하여 정책의 방향을 보완할 필요가 있다. 아울러 공예 및 문화 관련 단체 및 기관의 역할을 파악하고 그 기능과 역량을 찾아내어 지원 정책에 활용하여야 한다. 지역 정체성에 부합하는 문화의 창출과 확산에 관심을 갖게 되는 시점에서 지역이 보유한 문화자원을 공예 분야의 활성화를 통해 문화 산업으로 한 축으로 자리매김 하여야 한다. 이러한 배경을 토대로 본 연구는 다음과 같은 목적을 갖는다.

첫째, 중앙부처 및 충청남도의 공예 관련 지원정책별 참여도와 만족도를 알아내 실효성을 알아내며 이를 토대로 지원정책의 개선 방향을 도출한다. 둘째, 공예품 소비자를 대상으로 구입 성향 및 선택요인을 조사·분석하여 이를 토대로 공예 상품 개발 방향에 활용한다. 셋째, 도내 공예산업 현황을 파악하여 충청남도 차원의 정책 및 지원사업을 구상하는 기초자료로 활용한다. 넷째, 공예 산업과 관련된 도 내 기관 및 단체의 기능을 분석하여 기관별 역할을 부여하여 기관 별 역할과 기능성을 제고한다. 다섯째, 공예산업이 창작 또는 제작과 유통의 구조나 체험학습 범주를 넘어 전후방 연관 산업의 활성화 등 산업 및 파급 효과가 큰 구상을 목적으로 한다.

본 연구의 수행 방법은 첫째, 공예문화 및 공예산업 지원 및 육성과 관련된 보고서, 학술논문 및 지원정책에 관한 문헌연구와 국내외 사례조사가 이루어졌다. 둘째, 현재 진행되고 있는 공예산업 지원정책을 비롯하여 관련 기관의 보유 기능과 잠재 역량에 관한 조사·분석하였다. 셋째, 공예품 구매 소비자를 대상으로 하는 설문조사와 공예인 및 공예업체를 대상으로 하는 실태조사를 통하여 공예산업계의 현황 및 실태를 파악하였다. 넷째,

공예산업 현장에서 활동하고 있는 지역 공예인이 참여하는 워크숍을 통해 지원정책의 수혜자인 공예인의 현황과 요구 사항을 청취하였다. 이러한 연구과정을 통하여 공예 지원정책의 문제점을 도출하였고 이를 근거로 충청남도 공예산업 육성 비전을 제안하였고 지원정책의 개선 및 방안 및 결론을 도출하였다.

충청남도 공예산업의 문제점은 주체별로 공예업체가 가지고 있는 문제점, 중앙부처의 지원정책의 문제점, 충청남도 지원정책의 문제점, 관련 조직의 문제점으로 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 충남의 공예산업 여건은 다른 지역의 실정과 다를 바 없이 소형화, 영세화 되어 있으며, 이러한 규모의 열세는 매출 부진, 후계구도 단절, 연관 산업의 동반 침체로 이어지고 있다. 이러한 실태는 공예산업의 궁극적 목표인 공예산업의 정립과 확산을 통한 지역 문화 형성에 기여하지 못하는 요인이 된다.

둘째, 이와 같이 열악한 여건에서 절실한 수혜수단인 지원정책의 구성과 효과가 지역 수혜자에게 충분히 미치지 못하고 있다. 중앙부처 사업의 경우 충청남도 지원정책에 비해 만족도는 약간 높게 나타났으나, 사업 참여도는 전체 대상의 14.9%의 낮은 참여율을 보이고 있으며, 참여도가 높은 사업일수록 만족도가 낮게 나타나고 있다.

셋째, 충청남도 지원정책에 대한 주요 문제점은 정책 및 사업에 관한 정보를 전달이 원활하게 이루어지지 못하고 있는 점과 상품개발계획서 등 지원사업 신청시 구비하여야 하는 서류작성의 어려움으로 나타났다. 그밖에도 지원 규모의 부족, 지원금의 용도 제한, 지원 대상의 선정 및 이행 여부 검증 등 절차의 공정성이 요구되고 있다.

넷째, 문화 분야를 지원 할 수 있는 산하 기관은 문화재단 등 여러 기관이 있으나, 개별적인 영역을 다루기 때문에 역량이 결집되기 어려운 면이 있다. 행정 조직 외에 공예분야를 직접 지원할 수 있는 조직으로는 공예협동조합의 경우 기존 수행 업무의 과다와 신규 과제로 인하여 원활한 기능수행에 어려움을 보이고 있다. 이러한 배경을 토대로 충청남도 공예문화산업 육성 비전과 추진전략을 다음과 같이 제시하였다.

충청남도 공예문화가 그 가치를 인정받지 못하고 일상 속에 과급되지 못하고 있으며, 개별된 문화산업으로서 자생력을 갖추지 못하고 있는 현실에서 “지역문화 창출 원동력, 충남공예문화산업”이라는 비전을 설정하여 도민에게 공예를 통한 문화의 향유를 제공하고 공예문화산업의 기반을 구축한다.

구체적인 추진 전략으로는 첫째, ‘공예의 일상화’를 통하여 공예를 실생활과 밀접하고 친근한 분야이자 격조를 높이는 예술로서 가치를 부여한다. 둘째, ‘유통의 극대화’로 전문점 위주를 벗어난 다변화된 유통 구조로 전환하여 저변확대와 매출증대에 주력한다. 셋째, 작품과 상품을 망라한 ‘공예품의 명품화’를 통해 공예 분야에 대한 인식 전환과 공예품의 가치를 정립한다. 넷째, ‘지원의 효율화’를 통해 수혜자에게 실효성 있는 정책 및 지원이 이루어지도록 하는 방안을 제안하고 있다.

공예문화산업 육성 비전 중 본 연구의 목적인 지원의 효율화 부문을 도출하였으며, 공예문화산업 진흥법에 담겨져 있는 ①창업 및 제작지원, ②전문 인력 양성, ③공예품의 품질 향상 및 기술 개발, ④공예문화산업 기반 시설의 확충, ⑤유통활성화 및 투자의 촉진, ⑥국제 교류 및 해외진출에 관한 내용에 따라 기조 및 방향을 유지하여 구상하였다.

‘창작 및 제작지원’은 공예산업체를 창업하거나 입문하는 청년층을 대상으로 창업 및 취업을 장려하고 지원함으로써 적절한 시기에 지역에 정착하여 창업 및 생산 활동이 이루어지게 하는 사업이다. 구체적 내용으로 예비 공예인과 지자체와의 연계가 미리 이루어질 수 있는 공예공모전의 개최로 후원자로서 지자체, 시장으로서 지역을 인식하는 사업이다. 청년 창업 지원제는 일정한 자격 및 활동 경력을 갖춘 청년 공예가를 대상으로 지원금을 지원하고 창작 환경을 제공함으로써 가능성 있는 청년작가를 지역에 정착시키는 지원정책이다. 그밖에 청년층 고용 사업체에게 세제 및 신상품 개발 지원, 해외판매전 기회 제공 등의 인센티브를 제공하는 방안을 제안한다.

제작지원은 기존의 신상품 개발 지원제를 대폭 보완한 내용으로 지원 규모를 확대하며, 사업을 규모별 구분하여 전략적으로 지원하는 내용이다. 또한 제안 단계에서 상품 기획가 등 전문가가 참여하도록 하며, 선정 방식 및 완료 후의 점검 과정을 포함하고 있다.

‘전문인력 양성’은 신규 공예인 교육 프로그램과 기성 공예인 역량강화를 위한 재교육을 기본 방향으로 하고 있다. 교육 프로그램은 작품 구상 능력 및 제작 능력, 산업 측면의 생산 및 유통 등 마케팅 능력, 취미교실을 운영할 수 있는 전문가를 양성하는데 초점을 맞추고 있다.

‘공예품 품질 향상 및 기술 개발’은 공예업체 내부의 방법과 외부 검증 및 지도로 이루어지며, ①품질 요인 도출 ▶ ②품질 수준의 설정 ▶ ③부합 정도의 판단 ▶ ④보완 ▶ ⑤상품 출시의 순서를 따른다. 또한 주관적, 포괄적 판단 보다는 시장의 요구나 객관적 판단에 근거하며, 품질 요인 항목 점검표(체크리스트) 등을 활용하도록 한다. 품질 향상을 위한

방안으로 공예품의 유형과 등급이 체계화된 브랜드 시스템 도입과 단순하고 격조가 떨어지는 형태의 품질인증표시에서 향상시킨 작가 또는 작품 이력이 담겨진 시리얼 도입을 제안하고 있다. 공예작가와 수요자를 연결해주는 공예품 데이터베이스 C&CP, 충청남도 명장제도, 인정문화상품의 보완 안을 제안하였다.

‘기반 시설의 확충 및 유통 활성화’ 기반시설과 관련된 정책 사업은 지방자치단체 차원 단독으로 조성하거나, 중앙정부의 지원 및 지자체와 매칭 형태로 조성된다. 한산모시특구를 대표적인 사례로 들 수 있다.

공예품 수요의 극대화는 공예품의 보편화(명품화와 보편화 병립)와 과급을 의미하며, 현재의 전문점 위주의 유통 체계에서 벗어나 고가품의 경우 주문판매를 지향하며, 일반 소비자의 직접 구매의 경우 전시회의 활용과 전문점을 넘어 일반 유통에서도 취급할 수 있도록 제안한다. 지자체에서 빈번하게 개최되는 축제에서 공예품 판매가 사후 관리 등 규모와 체계를 갖추 정례화 하며, 지역 영역을 벗어나 타 기관의 교류를 통해 타지역에 충남 공예전시장의 진출을 시도하여야 한다

목 차

제1장 서론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
1) 연구 배경과 필요성	1
2) 연구의 목적	5
2. 연구 범위 및 방법	6
1) 연구 범위	6
2) 연구의 방법	8
3) 연구의 흐름	9
3. 선행연구	10
1) 선행연구의 검토	10
2) 선행연구와의 차별성	12
제2장 공예문화산업 관련 이론 고찰 및 정책 사례	13
1. 관련 이론 및 법령	13
1) 공예 및 공예문화산업에 대한 이론적 고찰	13
2) 관련 법령 및 조례 고찰	22
2. 관련 조직 및 지원 정책	33
1) 충청남도 공예 관련 조직 및 단체	33
2) 지원 정책	40
3) 충청남도 지원 정책	47
4) 소결	49
제3장 충청남도 공예산업 실태 및 수범사례	51
1. 충청남도 공예품 현황	51
1) 충청남도 공예품 유형 및 특성	51
2) 공예문화상품 구매 특성	56
3) 공예문화상품 구매 성향 비교	57
2. 공예업체 현황 및 인식도 조사	62

1) 공예업체 설문조사 개요.....	62
2) 조사결과 분석.....	64
3. 충남 공예산업 지원정책 개발을 위한 워크숍.....	80
1) 워크숍 개요.....	80
2) 지정 토론 요지.....	81
4. 국내 · 외 사례.....	84
1) 국내 사례.....	84
2) 해외 사례.....	87
제4장 공예 지원정책의 문제점.....	106
1. 공예지원정책 문제점 도출 분석틀.....	106
2. 충남 공예산업의 문제점.....	108
1) 공예업체 현황.....	108
2) 중앙부처 지원 정책 및 사업의 문제점.....	111
3) 충청남도 지원 정책 및 사업의 문제점.....	113
제5장 충청남도 공예문화산업 지원방안.....	116
1. 공예문화산업 역량 분석과 전략.....	116
1) SWOT 분석.....	116
2) SWOT 분석 과제도출.....	119
2. 공예문화산업 육성 비전.....	122
1) 비전 및 목표.....	122
2) 추진전략.....	123
3) 지원 정책의 개선 및 방안.....	125
3. 결론.....	132
참고문헌.....	135
부록 1. 설문조사지.....	137
부록 2. 워크숍자료.....	144

표 목 차

[표 1]	선행연구 검토와 본 연구의 차별성	11
[표 2]	공예의 범주	18
[표 3]	문화체육관광부 제시 공예품 분류	20
[표 4]	국가지정 중요무형문화재 중 공예기술 분야	25
[표 5]	충청남도 보유 공예 관련 국가지정 중요무형문화재와 도지정 무형문화재	26
[표 6]	국가지정 중요무형문화재 전승자 지원금 내역 /2014년 기준	26
[표 7]	명장 선정 분야 중 공예 관련 직종	27
[표 8]	공예 분야별 명장 수	27
[표 9]	공예와 관련된 충청남도 및 시·군 조례 및 규정	30
[표10]	충남도청의 공예와 관련된 부서 및 주요업무	33
[표11]	공예 업무 담당 충청남도 및 시·군 조직	34
[표12]	충남도청의 공예와 관련된 부서 및 주요업무	36
[표13]	학교문화예술교육 지원사업 성과	36
[표14]	충남공예협동조합의 기능	37
[표15]	충청남도 내 공예 관련 기관 및 단체의 활동 현황	39
[표16]	지역공예마을 육성사업	41
[표17]	한국전통공예건축학교 강좌 내용	42
[표18]	전통공예디자인강좌 강좌 내용	42
[표19]	전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육 내용	42
[표20]	문화디자인어 양성교육과정 내용	43
[표21]	문화상품 위탁공급 업체 및 문화상품 공모 내용	43
[표22]	우수관광기념품 개발·유통자금 융자 내용	44
[표23]	대한민국명장 선정 내용	44
[표24]	숙련기술전수자 선정 내용	44
[표25]	우수 숙련기술자 선정 내용	45
[표26]	중요무형문화재 공예강습 지원사업 내용	45
[표27]	전통공예 활성화 및 제작유통 지원사업 내용	46
[표28]	대한민국공예품대전 내용	46
[표29]	지역연고(전농)산업육성사업 내용	46
[표30]	신제품 개발 장려금 지원 내용	47
[표31]	공모전 입상작 상품화 지원 내용	47
[표32]	충남공예품대전 개최 내용	47
[표33]	해외전시 판매전 내용	48
[표34]	국내전시 판매전 내용	48
[표35]	충청남도 인정문화상품 지정 및 컨설팅 내용	48
[표36]	광역지자체 별 공예관련 조례 및 규칙 보유 현황	50
[표37]	지역특성화상품군/충남공예협동조합 선정 목록	54
[표38]	백제문화상품군/충남공예협동조합 선정 목록	55
[표39]	공예품 구매자 구매성향 조사 내용	56

[표40]	항목별 소비 특성 비중	57
[표41]	공예산업체 인식 조사 내용	63
[표42]	시·군별 공예업체 분포 현황	64
[표43]	분야별 공예인 경력 현황	66
[표44]	분야별 공예인 연령 분포 현황	67
[표45]	분야별 공예인 학력 현황	68
[표46]	분야별 연간 매출 현황	71
[표47]	충청남도 공예 지원사업 별 참여 및 만족도	74
[표48]	중앙 부처 공예 지원사업 별 참여 및 만족도	77
[표49]	지원사업 분야별 중요도 및 순위	79
[표50]	지역 공예인 의견	83
[표51]	전통공예품산업 진흥법에 나타난 지원 내용	87
[표52]	가나자와시 지정 공예품	88
[표53]	독일의 공예 관련 업체 지원 제도	92
[표54]	프랑크푸르트 춘계소비재 박람회 현황	93
[표55]	프랑크푸르트 추계소비재 박람회 현황	93
[표56]	뮌헨 국제 수공업전시회 현황	94
[표57]	뉴른베르크 완구박람회 현황	94
[표58]	미도라 라이프치 귀금속 및 시계 국제박람회 현황	94
[표59]	미국 내 공예품 유통 유형	95
[표60]	Buyer Market of American Craft 현황	98
[표61]	CHA Summer Convention and Trade Show 현황	98
[표62]	HIA Convention and Trade Show 현황	98
[표63]	American Crafts Festival 현황	99
[표64]	American Crafts Exposition 현황	99
[표65]	영국 공예품의 유통 유형	100
[표66]	첼시 박람회 현황	103
[표67]	웨일즈 현대도에 박람회 현황	103
[표68]	런던 디자인 페스티벌 현황	103
[표69]	공예지원정책 문제점 도출분석틀	107
[표70]	충남공예산업 활성화 SWOT 전략	121
[표71]	세부 추진전략	123
[표72]	청년 창업 지원제도	126
[표73]	전문 공예인 양성 프로그램	127
[표74]	공예품 품질 향상 및 기술 개발 방안	129

그림 목 차

[그림 1] 연구의 흐름.....	9
[그림 2] 유네스코 문화 주기(Culture Cycle).....	16
[그림 3] 산업적 연관 관계 구성 모형.....	17
[그림 4] FCS에 의한 문화산업의 분류 체계.....	17
[그림 5] 『공예산업 분류기준 및 분류체계』의 공예 범주.....	19
[그림 6] 공예문화산업의 산업생태 개념도.....	22
[그림 7] 충남문화재단 조직 구성.....	35
[그림 8] 충남역사문화연구원 조직 구성.....	38
[그림 9] 충남연구원 조직 구성.....	38
[그림 10] 공예범주 제안.....	49
[그림 11] 구매상품의 가격대 분포.....	58
[그림 12] 공예품 구입 빈도 및 구입 경로.....	58
[그림 13] 소비자 선호 공예품 유형.....	59
[그림 14] 구매 공예품의 용도 및 장식용 선택 이유.....	60
[그림 15] 구매 공예품의 가격대.....	60
[그림 16] 공예 분야별 분포 현황.....	64
[그림 17] 대표적인 창작 소재 1순위, 2순위.....	65
[그림 18] 공예인 입문동기 및 경력.....	66
[그림 19] 업체별 보유 인원.....	67
[그림 20] 연령대 및 학력별 보유 인원.....	68
[그림 21] 공예업체의 경영 및 사업 유형.....	69
[그림 22] 사업자등록 여부 및 미완료 사유.....	69
[그림 23] 단체가입 현황.....	70
[그림 24] 공예업체의 연간 매출 규모.....	70
[그림 25] 사업유형에 따른 매출 비중.....	71
[그림 26] 전년 대비 매출 변동 현황.....	72
[그림 27] 공예품 판매 영역 및 유통경로.....	72
[그림 28] 도 지원사업 별 참여율 및 만족도.....	73
[그림 29] 지원사업 불만 사항.....	74
[그림 30] 도 지원사업의 정보입수 경로.....	75
[그림 31] 도 지원사업을 통한 성과.....	76
[그림 32] 주요 중앙 지원사업 별 참여율 및 만족도.....	76
[그림 33] 중앙 부처 사업의 정보입수 경로.....	77
[그림 34] 중앙 지원사업을 통한 성과.....	78
[그림 35] 지원사업 수행에 적합한 기관.....	78
[그림 36] 지원사업 전달에 적합한 매체.....	79
[그림 37] 지역특화 요소가 추가된 사업.....	82
[그림 38] 수제공방 육성사업의 정책방향과 기대효과.....	86
[그림 39] 충남공예문화산업 여건 SWOT 분석.....	119
[그림 40] 충남 공예문화산업의 비전 및 목표.....	122

제1장 서론

1. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경과 필요성

(1) 공예산업 및 공예인 지위 확보

공예를 ‘재료와 기술을 바탕으로 예술적 가치를 추구하는 동시에 실용적인 기능을 갖추는 물품 또는 그 물품을 구상하고 제작하는 과정’이라고 규정되고 있다. 그러나 순수한 예술분야로서 존재나 산업디자인과 차별된 면모를 찾기에 어려움이 있어 예술의 한 분야로 제대로 인식되지 못하며 공예인 또한 예술가로서 지위가 불분명한 것이 현실이다.

문화체육관광부가 발간한 「2013 문화연감」에 수록된 문화예술 활동분야를 보더라도 시각예술·국악·양악·연극·무용 등 회화와 공연예술 위주로 구분되고 있어 공예는 이 범주에 직접 포함되지 않고 있다. 한국예총 충청남도연합회를 구성하는 각 분야의 단체도 건축·국악·무용·문인·미술·사진·연극·연예·영화·음악 부문에서 참여하고 있는 것에 반해, 공예분야는 독자적인 영역이 없이 미술에 포함되고 있는 실정이다.

공예계를 비롯한 공예산업의 현황을 살펴보더라도 전승되어지는 공예나 생활용품을 재현 위주로 제작하는 전통공예와 새로운 창작을 시도하는 현대공예로 분류되거나 전문가에 의한 창작과 취미 활동으로 다루어지는 영역 등 다양한 장르를 포함하고 있다. 창작 기반이나 생산 여건에 있어서도 단독 작가가 운영하는 소규모공방에서 기업 수준의 설비와

유통 체계를 갖춘 곳에 이르기까지 각양각색의 면모를 보여주고 있다.

그럼에도 공예가나 공예산업을 바라보는 시선은 공예시장에 유통되고 있는 공예품의 수준과 동일시 되어 예술분야로 대우 받기 어려운 현실로 나타나고 있다. 공예가의 작품 활동 중 제작활동 비중이 평균 65.3%, 판매활동 비중은 34.7%로 나타나고 있으며,¹⁾ 전통 공예가와 예술 공예작가의 경우 개인공방을 보유하여 창작활동을 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 공예를 산업 관점에 편중하여 바라볼 수는 없고 예술 분야에서의 지위가 균형있게 인정되어야 한다.

(2) 지역 내 공예산업 데이터 구축 필요

공예산업의 현황 및 실태에 관한 통계와 자료로서 2011년 한국 공예·디자인 문화진흥원이 발간한 『2012 공예 현황보고서』와 월드리서처에 의해 조사가 이루어진 『공예유통망 활성화를 위한 2012년 공예산업 실태조사보고서』에 담긴 자료가 주로 인용되었다. 『공예 백서』는 2012년에 발간이 재개되어 체계적이고 종합적인 자료가 수록되면서 활용이 늘기 시작하였다. 이들 자료의 통계를 구축한 조사 방법 및 내용을 살펴보면, 『2012 공예 현황보고서』의 경우 충청남도를 별도 지역으로 구분하지 않고, 강원·충북권에 포괄하여 다루고 있으며, 월드리서처의 조사 방법에서도 충청남도를 충청북도와 대전광역시를 포함한 충청권으로 한데 묶어 조사가 이루어졌다. 더욱이 조사 표본 수도 162개 사례에 지나지 않아 충청남도의 독단적인 데이터로서 사용에 제약이 있다.

충청남도의 공예산업 실태에 관한 자료로는 2011년 충남문화산업진흥원에서 충남 문화산업 기반에 대한 조사를 하면서 문화산업의 범주에 포함된 업종 중 공예로 분류되는 기업을 대상으로 실태조사를 한 결과 자료가 활용되고 있다. 이 조사 역시 표본 수에 있어 조사대상이 되는 충청남도 내 공예업체의 표본 수가 37업체에 불과해 공예산업의 전반적인 현황 및 실태를 파악하기에는 규모면에서 한계를 보이고 있다.

이와 같은 공예산업 실태에 대한 자료 및 통계의 부족은 이 분야를 대상으로 하는 연구의 시도를 저하시키며, 관련 정책의 명확한 수립을 어렵게 하기 때문에 충청남도 내의 공예인과 공예업체를 대상으로 하는 전반적인 실태조사가 요구된다.

1) 한국공예·디자인 문화진흥원, 공예유통망 활성화를 위한 2012년 공예산업 실태조사 보고서, 2014. 2.

(3) 지원 정책의 실효성 검증 필요

『2013 공예 백서』에 따르면 공예작가의 주 수입원인 공예작품 총 판매액이 연간 2,600만 원으로 조사되고 있다²⁾. 이같은 열악한 경제 여건으로는 원활한 창작활동이나 사업체를 운영하기에 어려움이 따르며,³⁾ 더욱이 수입원 질문에 대한 무응답이 15.5%에 이르기 때문에 공예인의 경제 여건은 표면상에 나타난 결과 보다 심각할 수 있다.

중앙부처를 비롯한 지방자치단체에서 시행하고 있는 공예산업의 지원 정책은 어려운 여건에 있는 공예인과 공예업체들에게 창작 의욕을 고취시켜 상품개발 및 판로 확장을 위한 동기부여의 계기가 되고 있다. 중앙부처에서는 주무 부처인 문화체육관광부를 비롯한 산업통상자원부, 고용노동부 등이 주축이 되거나 주관이 되어 이루어지는 공예문화 단지 조성⁴⁾과 같은 중단기의 규모가 큰 사업을 비롯하여, 교육부문의 지원, 유통 및 판매 지원, 자금 및 세제 지원, 자격 및 인증, 국내·외 전시 등 다양한 지원 프로그램으로 이루어졌다.

충청남도에서도 신제품 및 공모전 입상작에 대한 상품화 지원사업, 문화인정상품, 공예품대전 및 관광기념품과 같은 공모전의 개최를 통해 개발 자금 지원, 상품의 판로 확대 및 판매 촉진을 위한 지원사업을 시행하고 있다.

그러나 중앙 부처 및 충청남도의 각종 지원 정책이 대상마다 다양한 장르와 상이한 여건과 특히 지방에 소재하고 있는 불리한 여건에서 효율성이 제대로 발휘되지 못하고 있다. 이에 따라 충청남도 내 공예인과 공예업체를 대상으로 하는 정책들이 효율적으로 이루어지고 있는지를 점검해 볼 필요가 있다. 이러한 점검 과정을 통해 본래 의도했던 대로 성과를 이루어냈는지를 평가하고 문제점을 찾아내 지원 정책을 재구성하거나 지원 대상의 선정 방식을 보완하는 등 정책의 재구성을 위한 자료로 활용 되어야 한다.

(4) 공예 관련 단체 및 기관의 기능 정립

공예를 예술의 범주가 아닌 산업차원으로 다루기 위해서는 공예가 지니고 추구하여야 할 기능과 역량을 단면적인 측면이 아닌 예술과 산업이 교차하고 융합되는 복합적인 대상

2) 박남희 외, 2013년 공예백서, 한국공예·디자인문화진흥원. 2014. 10. 20, p134.

3) 보건복지부가 4인가족 최저생계비는 월 166만 8,329원 (연 2001만원)으로 발표했음

으로 보아야 한다. 이러한 관점에서 공예산업은 소재의 선정에서부터 상품 기획 및 제작 과정을 망라하는 전반적인 과정을 수행하거나 지원할 수 있는 인력의 참여가 요구되기 때문에 공예라는 범주에 국한되기보다는 문화산업이라는 포괄적인 영역에서 이해되고 다루어져야 한다.

공예가 지닌 복합적인 면모와 요구되는 분야를 감안할 때, 이를 충족시킬 수 있는 역량과 인력 조직을 갖춘 충청남도 내 기관 및 단체로 충남문화산업진흥원과 충남역사문화연구원, 충남문화재단, 충남공예인협동조합 그리고 충남연구원을 들 수 있다.

공예와 직접 관련 있는 조직인 충남공예협동조합을 제외한 나머지 기관들은 공예분야로 한정되기보다는 문화 전체 분야를 대상으로 문화 정책을 비롯한 콘텐츠 생성 과정에 있어 특화된 분야를 가지면서 제각기 고유 영역을 가지고 있다. 하지만 이들 기관의 문화와 관련된 기능 및 역량이 결집되지 못하고 개별성을 갖기 때문에 문화 관련 조직의 기능과 조직 및 역량을 분석하여 각 기관 및 조직이 발휘할 수 있는 공예산업과 관련된 잠재적 기능을 찾아내어 지원정책에 활용할 수 있는 방안 마련이 요구된다.

(5) 충남의 정체성에 부합하는 문화자원 요구

지역이 지닌 고유한 문화는 그 지역의 품격과 가치를 가늠하고 판단하는 척도이자 새로운 문화의 창출과 지역 경제의 활성화로 이어지는 원천 요소로서 각 산업 및 예술 분야에 파급하여 활용하기 위한 접근과 시도가 관심 있게 다루어지고 있다.

충청남도는 고대 동남아에 선진 문화와 문물을 전파했던 주역으로 평가받는 고대 국가인 백제의 정통성을 계승하는 지역으로서 백제의 도읍이었던 공주와 부여가 위치하고 있는 지역이다. 2015년 7월, 공주와 부여 일원의 백제역사 유적지구가 유네스코 세계문화유산목록에 등재되면서 문화를 지향하던 국가인 백제의 정체성에 부합하는 저변 문화의 창출과 확산에 대한 관심이 팽배해지고 있으며, 그 방안의 하나로서 지역이 보유하고 있는 고유한 장점인 공예산업의 재정비와 활성화를 통하여 충청남도의 문화 위상에 걸맞는 문화자원의 한 축으로 자리매김 하여야 할 시기이다.

2) 연구의 목적

본 연구는 충남지역의 공예문화산업을 이끌어가는 공예인과 공예업체의 현황과 실태를 파악하고 중앙부처와 충청남도에서 이루어지는 공예 관련 지원정책의 효과를 검증하여 지역에서 활동하는 수혜자 관점에서 실효성 있는 지원 정책이 구비 하여야 할 요인을 밝혀내고 정책에 반영하는데 목적을 두고 있다. 또한 공예와 관련된 충청남도 산하 단체 및 기관의 기능을 분석하여 지원 정책의 수행에 있어 각 기관에 적합한 기능을 재정립하는데 있다. 구체적인 연구 목적은 다음과 같이 제시 할 수 있다.

첫째, 공예와 관련된 법령 및 자치 법규에 근거하여 시행되고 있는 중앙 부처를 비롯한 충청남도의 지원 정책별 참여정도와 만족도를 청취하여 접근성 및 수혜에 대한 실효정도를 알아낸다. 이를 토대로 지역 공예인의 요구에 부합하며 실질적인 도움이 이루어지는 지원정책으로 개선 방향을 도출한다.

둘째, 충남지역의 공예품을 구매하는 소비자를 대상으로 공예품 구입 성향 및 구매 단계에 있어 상품의 선호도 및 선택 요인을 청취·분석한다. 이를 토대로 충청남도 공예상품 개발 방향의 수립에 적용한다.

셋째, 충청남도 공예문화산업의 실태 조사 및 분석을 통하여 도내 공예문화산업의 현황을 파악하고, 공예인이 참여하는 워크숍을 통해 공예문화산업의 현황과 지원정책에 관한 실질적인 의견을 청취하여 이에 따른 충청남도 차원의 정책 방향 및 지원사업을 구상하는 기초자료로 활용할 수 있게 한다.

넷째, 공예산업과 관련된 도 내 문화예술 및 문화산업, 디자인과 관련된 기관 및 단체의 기능을 분석하여 각 기관에 적합한 공예산업 지원사업의 역할을 부여하여 각 기관의 개별화된 역할과 기능의 효용성을 제고하는데 있다.

다섯째, 공예산업은 단순히 공예품의 창작 또는 제작과 유통·판매를 통한 수익 창출 구조나 공예 체험학습의 단계를 넘어서 ①본격적인 공예산업화 과정에 수반되는 소재 및 설비, 부품 산업의 활성화, 디자인 수요 증대, 지적재산권 및 경영 컨설팅 등 지식서비스산업의 수요가 생겨나며, ②본격적인 안정세에 접어들면 다변화된 유통산업의 요구, 전시매체 활용의 확대에 따른 MICE산업의 활성화 등 전후방 연관 산업이나 고용창출에 파급 효과가 큰 공예산업 클러스트 구상을 목적으로 하고 있다.

2. 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위

(1) 공간적 범위

본 연구는 충남 지역 내에서 창작 및 생산 활동을 하고 있는 공예인 및 공예업체의 현황을 파악하고 중앙부처 및 충청남도의 지원 정책에 대한 실효성을 조사·분석하여 정책 수요자의 여건 및 지역 실정에 적합한 지원 정책 방안을 도출하고 제시하는 연구로서 공간 범위는 기본적으로 충청남도 지역 내로 한정하고 있다.

공예상품 구매자의 구매 성향 및 구매 요인 조사가 이루어지는 공간적 범위인 조사 장소는 충청남도 내의 대표적인 전문판매점으로 하였으며, 충청남도 내 공예산업체 및 공예인을 대상으로 하는 현황 및 지원 정책에 대한 인식 조사의 범위는 충청남도 내 전역을 대상으로 하였다⁴⁾.

중앙 부처의 관련 법령 및 타 지자체 사례는 공간 범위를 전국으로 확대하였으며, 해외 사례의 경우 미국, 독일, 영국 등 해외로 범주를 넓혀 조사 하였다.

(2) 시간적 범위

시간적 범위는 전국 단위로 공예인 및 공예업체에 대한 실태조사가 본격적으로 이루어진 2012년부터 2015년 5월까지 집계된 자료 및 통계와 본 연구와 관련된 연구 실적물, 관련 연구 기관의 보고서, 대학의 학위 논문을 비롯한 발간물 및 백서를 참고하고 인용하였으며, 국내나 해외 사례의 경우 2004년에 생성된 자료부터 인용하였다.

공예인과 공예업체를 대상으로 하는 실태조사는 2015년 5월 11일부터 5월 20일까지 진행되었고, 소비자 설문조사는 같은 해 5월 21일부터 6월 5일에 걸쳐 진행하였다. 연구

4) 충청남도 내 조사 대상자의 소재지는 시군별로 천안시 15, 공주시 37, 보령시 22, 아산시 6, 논산시 39, 계룡시 2, 당진시 6, 금산군 5, 부여군 17, 서천군 30, 홍성군 1, 예산군 3, 태안군 1 곳이며 서산시와 청양군은 대상자 없음

의 주요 내용인 지원정책 방안의 구상에 지대한 영향을 미치는 공예산업계 현장의 공예 산업 지원정책에 대한 충청남도의 정책 구상과 공예인의 요구를 청취하기 위한 워크숍은 2015년 5월 15일에 실시하였다.

(3) 내용적 범위

| 관련 연구 및 사례 검토

- 공예산업 활성화 및 정책 관련 연구, 정책보고서, 연감(백서)
- 국내 사례 조사 / 중앙부처와 지자체 차원의 공예 지원정책 및 수범 사례
- 해외 사례 조사 / 문헌 및 기타 자료(독일, 영국, 미국, 중국 및 일본)

| 개념 및 유형 분류

- 예술과 산업의 복합 관점에서의 공예의 정의 및 영역, 문화정책
- 공예업체의 유형, 지원사업의 유형, 사업 고시 매체의 유형

| 관련 법령 및 기관, 단체

- 지원 정책의 근거가 되는 공예 및 공예 정책 관련 법령 및 조례
- 문화·예술 분야 중 공예 관련 도 행정 조직 및 단체, 기관의 기능 비교

| 소비자 설문조사

- 구매 특성 : 공예품 및 관광기념품 구매 빈도
- 선호 상품 : 선호상품 유형, 구매 상품 용도, 구매 가격대
- 수준 평가 : 항목별 수준, 전반적 수준

| 공예업체 및 공예인 설문조사

- 공예인 특성 : 대표적인 분야, 창작 소재, 공예 전수 경위
- 일반 현황 : 운영년수, 인력 현황, 경영 및 사업 유형, 사업자 등록, 단체 가입 현황
- 매출 및 유통 현황 : 총매출, 수익구조, 매출 변동, 유통 영역, 유통 경로
- 제조 및 유통 : 주요 판매처 및 유통 경로/유형별 작품활동 영역
- 지원 정책 : 참여도 및 만족도, 불만 요인, 정보 입수 경로, 성과, 매출에 영향
- 지원 정책 공통 : 정책 적합 기관, 분야별 중요도, 효과적인 매체, 요구사항

| 공예 지원사업의 재구성 및 기관 별 역할 부여

- 중앙 지원사업의 고시 채널 및 전달 체계 마련/지역 특성 부여 방안
- 지역의 공예산업체(인)에게 실효성 있는 충남도 차원의 지원사업 제시
- 기관 및 단체별 역할 분담 및 부여로 기능 활성화

2) 연구의 방법

(1) 기본적인 연구수행 방법

본 연구의 기본적인 수행방법은 첫째, 공예문화 및 공예산업, 공예산업 지원·육성과 관련된 연구보고서 및 학술 논문, 중앙 정부 및 지방자치단체의 지원정책 및 사례의 고찰 등 문헌연구가 먼저 이루어진다.

둘째, 현재 진행되고 있는 공예산업 지원정책의 조사 분석 및 관련 기관의 보유 기능 및 잠재 역량 등에 관한 조사·분석을 진행한다.

셋째, 공예품 구매자를 대상으로 설문조사와 공예인 및 공예업체를 대상으로 하는 설문조사를 통하여 공예인 및 산업체의 현황 및 실태 파악 후 통계자료로 활용하며, 지원정책의 참여도 및 만족도를 조사·분석하여 지원정책 방안 구상에 활용하려 한다.

넷째, 공예산업 현장에서 활동하고 있는 지역 공예인을 대상으로 워크숍을 개최를 통해 지원정책의 수혜자인 공예인들의 현황과 요구 사항 등을 직접 청취한다.

(2) 단계별 연구수행 방법

| 문헌 연구

- 중앙 및 지자체 차원의 공예산업 활성화를 위한 선행 연구 및 정책, 사례를 고찰한다.

| 정보 전달 경로 연구

- 중앙 및 지자체의 정책 및 사업의 정보 전달이 최종 수혜자에게 전달되는 경로의 파악을 통해 적합한 매체를 제시한다.

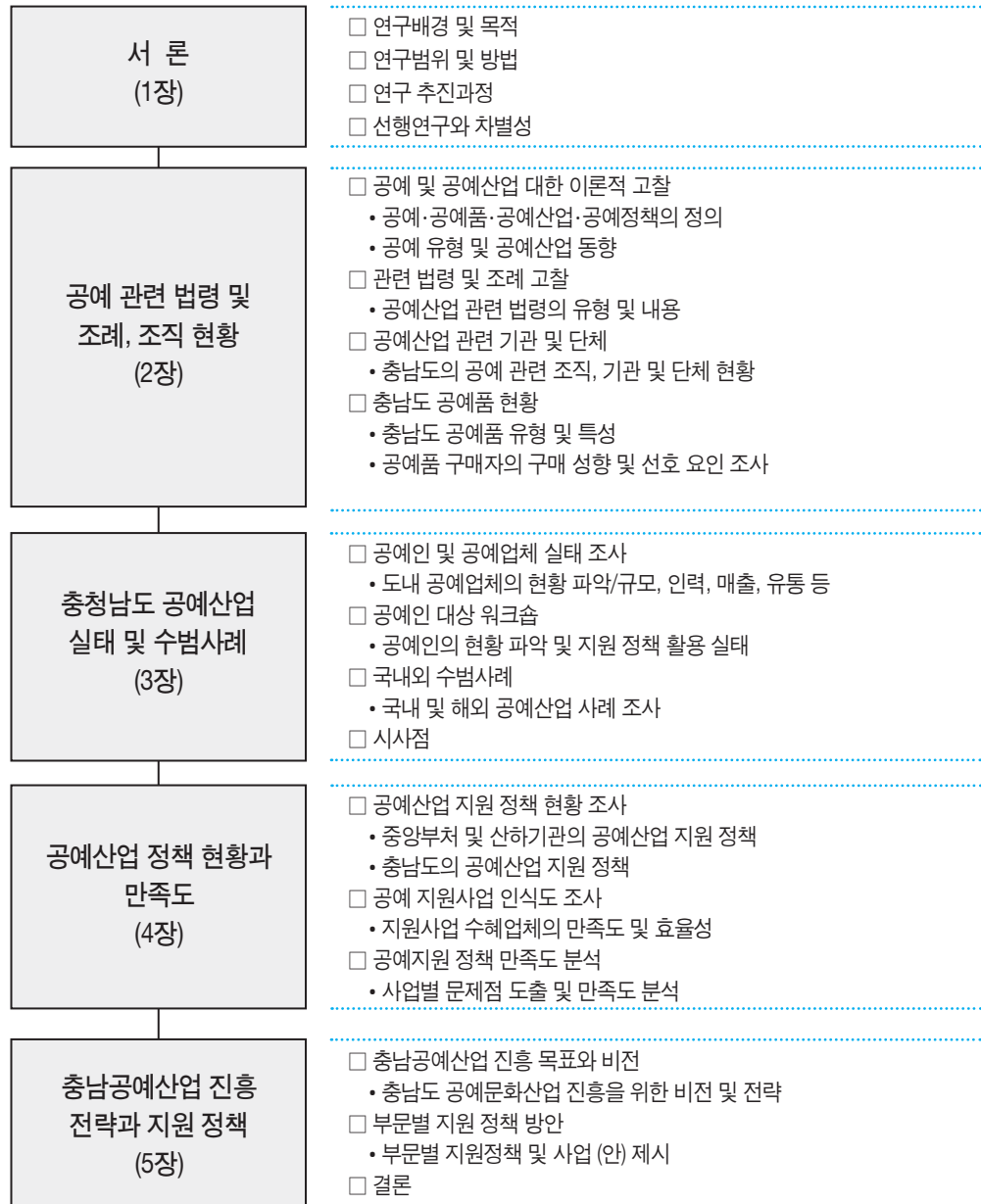
| 단계별 현황조사

- 지역 내 공예산업체의 현황 조사를 통하여 기초자료를 확보하며 수혜 경험 업체를 대상으로 심층적인 경로 및 실효성 조사를 실시한다.

| 밀착연구

- 이해 당사자인 공예협동조합(중앙, 충남) 관계 인사 및 수혜자인 공예인의 의견 청취를 통해 현실적인 결과를 도출한다.
- 워크숍 : 공예정책 및 사업 공고 및 전달에 대한 접근성의 및 지원정책의 문제점 수혜자 관점의 공예 지원정책 방안의 타당성 및 의견 수렴

3) 연구의 흐름



[그림 1] 연구의 흐름

3. 선행연구

1) 선행연구의 검토

중앙 정부 및 지방자치단체의 공예산업에 대한 정책 개발은 다른 문화·예술 분야에 비해 비교적 늦은 시기에 관심을 갖고 시작되었다. 이는 국내 공예산업이 예술성과 혼재된 공예의 특성과 복잡한 분야나 장르, 영세한 규모로 인하여 산업의 한 영역으로서 역량을 보여주지 못하여 중앙 정부나 지자체에서 주목할 만한 대상으로 여기지 못했기 때문이다. 공예산업의 복잡하고 부진한 실태는 각종 통계 등 데이터 구축에도 영향을 미치게 되는데, 가장 기초적인 통계라 할 수 있는 공예산업체 및 종사자의 현황을 파악하여 데이터화하는 데에도 오랜 기간이 소요되었으며, 대표적인 공예산업계의 현황 자료가 담긴 공예백서만 하더라도 상당기간 발간이 이루어지지 않다가 2012년부터 재개되기도 하였다.

이와같은 공예산업에 대한 현황 파악의 어려움과 무관심은 관련 분야 연구의 부진으로 이어지다가, 문민정부 및 지방자치제도의 시작에 따른 정부의 문화정책 구상에 힘입어 문화정책에 대한 연구가 시작된 이후인 2010년대에 이르러 공예 분야의 연구가 시작되었다. 이때에 이루어진 연구로는 공예분야에 대한 현상을 분석하여 관련 분야의 미래를 공예 관련인 및 국민에게 알리는 목적을 가진 공예백서와 백서 발간을 위한 선행연구 및 실태조사가 박남희 외(2013), 허보운 외(2012)에 의해 이루어졌다. 아울러 공예산업과 관련된 생산 여건, 유통 여건 및 환경측면의 공예산업 기반의 문제점을 분석하여 이를 상쇄시켜 나갈 비전을 비롯한 전략을 제시하는 연구로는 조인형(2011), 김진수(2012) 등에 의해 수행하였다.

『2013 공예백서』는 2014년 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원에서 발간한 우리나라 공예 전반에 대한 실질적인 정보를 수집하여 수록한 총람이다. 백서에는 그동안 분류가 모호한 공예의 구분체계를 마련하여 각 항목별 현상을 분석하고 진단하여 이에 따른 전망을 제시함으로써 현재 공예 관련 정보를 비롯한 통계자료가 빈약한 공예 분야에 연구과제와 정책 수립을 위한 토대 연구로서 활용가능한 정보를 제공하고 있다.

『국내 공예문화산업 분류체계 구축 및 공예지원사업 평가모델 개발』에서 공예문화 지

원사업을 평가하는 평가모델을 살펴보면, 평가 항목의 배점이 계획의 적정성(30점)과 추진의 효율성(30점) 등 계획과 실행 단계의 배점이 60%가 되며, 성과의 달성도(40점)에서는 수용자 만족도와 공예발전 기여도 등 사업 운영 성과 항목으로 측정하는 모델을 제시하고 있다.

『공예산업의 현황과 활성화 방안』에서는 공예산업이 지닌 속성인 규모의 영세성, 유통구조 및 인프라의 취약, 상품 경쟁력의 열위, 소비자 및 사회적 인식 부족에 따른 문제점을 지적하며, 이러한 취약한 구조 및 기반을 극복하여 공예 산업을 활성화 하는 방안으로 관광상품과 결합하는 관광상품화, 상품을 체계화하는 브랜드화, 유통 인프라 개선 및 확충, 제품 첨단화 및 협력 기반 강화를 제시하고 있다.

『광주지역 공예문화산업 실태분석 및 육성방안』에서는 광주 지역 공예산업의 활성화 저해 요인으로 생산측면·유통측면·환경측면의 문제점 등을 지적하며, 기반구축사업으로 창작공방촌 조성, 공예전시판매장 건립, 한국공예문화소의 설립을 제시하고 있다. 역량강화사업으로는 빛고을 공예대전, 상품개발지원, 마케팅 지원, 전문인력 양성사업을 들고 있으며, 공예품 일상화 및 대중화 여건 조성사업으로 관광정책과 연계 등 수요창출과 생산확대, 소비자 만족도 제고로 긍정적 이미지를 형성하는데 목적을 두고있다.

[표 1] 선행연구 검토와 본 연구의 차별성

선행	유형	연구자	연구 주요 내용
선행 연구	공예산업 활성화에 관한 연구	김진수(2012) 조인형(2011) 김성민(2011) 이원태(2011)	활성화 저해요인으로 생산, 유통, 환경 및 마케팅 등 전반적인 측면의 문제점을 제기 개선방안으로 정책 및 제도 개선, 협업 및 공동 물류시스템, 마케팅 강화, 통합지원제도 및 통합인증 관리시스템을 제시
	공예백서	박남희(2014) 허보윤(2013)	공예 전반에 대한 정보를 수집·데이터화, 공예를 유형화하여 항목별 현상을 분석, 진단과 전망을 제시 공예분야의 연구과제와 정책 수립을 위한 토대 연구로서 객관적 검토와 제안을 개진
	지원사업 평가지표에 관한 연구	김소영(2003)	평가모델로서 사업계획의 적정성, 사업집행(추진)의 효율성, 사업결과로 이어지는 Plan-Do-Outcome의 기본적인 구조를 제안
본 연구	도내 공예 문화산업 경쟁력 확보 방안	권영현	지원사업의 수혜자를 대상으로 한 실태조사를 통해 현실적인 문제점의 발굴과 대안 마련 전반적인 개선방안의 나열이 아닌 기존 사업의 유형별 재구성 및 홍보 채널의 효율화와 지자체 차원의 지원사업의 보완을 제시함으로써 실행력을 담보

이러한 지원사업을 통해 창작, 마케팅, 기술연구, 인재 양성 등의 육성 기반을 구축하는 한편 대외 이미지 및 인지도 제고를 목표로 하고 있다.

『공예산업의 활성화 - 중부권 공예산업 중심으로』에서는 공예의 유형을 전통공예, 미술공예, 일상 산업공예, 자립형 공예로 구분하고 있으며, 공예산업의 문제점으로 영세성, 원부자재 구입의 어려움, 전문 인력 부족에 따른 신제품 개발 능력 결여를 들고 있으며, 이에 대한 개선 방안으로 정책 및 제도의 일원화, 협업시스템, 통합적 인증관리 시스템을 제시하고 있다.

2) 선행연구와의 차별성

공예산업의 실태조사를 비롯한 백서는 연감 형태의 간행물로 국내 공예산업의 전반적인 현황 및 정책과 행사, 연구 교육활동의 내용을 수록하고 있으나, 각 지역별 통계 분류에서 미흡한 면을 보여주고 있다. 공예산업 활성화와 관련된 선행 연구에서는 공예 상품 개발 및 기획단계, 제조 및 창작 여건, 유통 인프라 개선 및 확충, 협력 기반 확충 등 상품과 관련된 전 과정에 걸친 정책 방향을 다루고 있어 모든 과정에 대응하면서 보편적인 방안의 대안에 그치는 경우가 많다.

이에 비해 본 연구는 충남 지역을 대상으로 관련 산업의 세밀한 조사 분석을 통해 지역 현실과 부합되는 정책 및 사업을 제시하려 하며, 특히 지자체에서 다루어야 할 영역인 지원정책 및 이미 보유하고 있는 조직의 재편성을 다루고 있어 실효성을 담고 있는 연구이다. 연구 특성상, 문헌 및 자료의 조사와 분석 등 축적된 데이터의 활용이 불가피 하지만, 본 연구에서는 200개에 달하는 지역 내 공예인 및 공예산업체를 표본으로 하여 대면조사를 실시하였으며, 지역의 공예인이 참여하는 워크숍을 개최하여 현장의 생생한 목소리를 청취하여 보다 현실성 있고 활용에 적합한 방안을 도출하여 연구에 반영하려 한다.

본 연구의 대상인 공예산업과 유사한 분야인 문화·예술 분야가 이미 관련 지원법 또는 진흥법의 기반에서 영역을 확고하게 하여 지원정책 등이 이루지고 있는 것에 비해 명료한 해법을 제시하는데 한계를 보이고 있었지만, 2015년 11월 공예문화산업진흥법의 시행으로 실질적인 정책 대안을 마련할 수 있는 전환점을 이룰 수 있을 것이다.

제2장 공예문화산업 관련 이론 고찰 및 정책사례

1. 관련 이론 및 법령

1) 공예 및 공예문화산업에 대한 이론적 고찰

활용되는 시대와 공간이 갖는 상황과 편의에 따라 제각기 이해되고 사용되는 공예의 특성으로 인하여 공예(工藝/Craft)의 본질을 명확하게 규명하기는 어렵다. 그럼에도 공예문화산업의 활성화를 거론하기 위해서는 예술의 한 장르이자, 산업의 영역으로서 공예가 내포하고 있는 정의와 소속된 범주를 구분 짓는 것이 우선되어야 한다.

본 연구에서는 용어의 기원으로부터의 의미와 각 단체 및 법령에서 제시하는 공예의 정의를 토대로 연구의 목적에 부합하는 의미와 활동성을 담보로 하는 정의로 함축하며, 공예의 범주 또한 다양한 분류 체계 가운데 충청남도의 공예문화산업 현황과 정책 구현에 적합한 체계를 대상으로 고찰하였다.

(1) 공예의 정의

공예에 대한 정의는 우리나라에 이 명칭이 유래된 1880년대 이래 시대 상황에 따라 꾸준한 변화를 보여 왔다. 이러한 과정에서도, ‘기술·기법’, ‘수작업’, ‘실용성’, ‘예술적 가치’, ‘일상생활’, ‘재료’와 같은 요소들은 변함없이 지속적으로 등장하고 있어 공예의 정의와 정체성을 이루게 하는 핵심 요소로 판단 할 수 있다. 공예가 다른 조형예술에 비해

정의가 명확하게 규명되지 않는 이유를 공업과 미술의 경계에 걸쳐 있는데서 찾을 수 있는데, 19세기 중엽부터 대량생산을 위한 공업적인 요소와 공정이 도입된 이후, 이른바 저급한 부류와 차별되는 예술성이 높은 제품을 만드는 ‘미술공예부흥운동’의 과정과 결과에서 기인하고 있다.

공예를 대상의 내면을 바라보는 본질적인 정의와 외면을 직시하고 있는 지각적인 정의로 살펴 볼 수 있다. 본질적인 공예의 정의는 하워드 리사티(Howard Risatti)가 아리스토텔레스의 테크노에 대한 정의에서 언급한 바와 같이 공예가의 행위는 아이디어(Theoria/테오리아)와 물질적인 형태(프락시스/Praxis)가 공존하는 포이에시스(Poiesis/예술적인 창작 행위)에 해당한다고 한다. 그밖에도 Craft의 어원이 되는 게르만어 ‘Teutonic’에서 찾아볼 수 있는데⁵⁾ 본래 ‘힘/Strength’, ‘세력/Force’, ‘능력/Power’, ‘미덕/Virtue’을 의미하다가, 차츰 ‘기술’, ‘숙련이 필요한 일’, ‘계획하여 실행하는 능력’, ‘특별한 구성 능력’, ‘숨겨 좋음’의 의미로 발전하게 되었다.

위키백과에 따르면, ‘공예(工藝)란 인간의 생활주변에서 주로 사용되며, 재료·의장(意匠)·기교 등에 의해서 미적 효과를 가진 도구와 기타 물품, 그리고 그 제작을 총칭하며, 직접적인 실용성을 가지고 있다는 점에서 회화나 조각과는 구별되고 있다’고 정의하고 있다.

유네스코에서는 공예와 장인에 의한 제작물을 ‘장인이 직접 다룬 수작업의 노고가 완제품의 가장 중요한 구성요소로 남아있는 것과 같이 장인에 의한 완전한 수작업 또는 수공구, 기계를 수단으로 생산된 제작물들을 말하고 있다. 장인의 제작물이 갖는 특별한 성질은 제작물들이 실용적, 미학적, 예술적, 창조적, 문화적으로 결부되어 있으며, 장식적, 기능적, 전통적, 종교적이면서 사회적으로 상징적이고 의미심장한 변별적 특징들에서 비롯된다’라고 정의하고 있다.

공예문화산업 진흥법⁶⁾에서 ‘공예란 문화적 요소가 반영된 기법, 기술, 소재(素材), 문양(文樣) 등을 바탕으로 기능성과 장식성을 추구하여 수작업(부분적으로 기계적 공정이

5) 이와 같은 공예라는 용어의 본래 의미는 디자인 Design의 어원인 라틴어 ‘테시그나레/ designare’ 와도 유사한 면을 보이고 있는데 우리나라 대학 학제에서 디자인이라는 명확한 영역이 구분되지 않던 시기에는 순수미술과 대비되는 의미를 갖고 공예라는 범주에서 디자인의 영역을 포괄하여 다루던 시기도 있었음

6) 2015년 5월 18일 문화체육관광부 시각예술디자인과에서 제정하여 동년 11월 19일 시행 예정으로 공예문화산업진흥기본계획의 수립 및 시행, 진흥위원회의 설치, 실태 조사, 창업 및 제작 지원, 전문 인력의 양성, 공예품 품질향상 및 기술 개발, 기반 시설 확충, 국제교류 및 해외시장 진출 활성화, 우수공예품 지정, 지역 특화 공예품 육성 등의 조항을 담고 있음

가미된 것을 포함)으로 물품을 만드는 일 또는 그 능력을 말한다' 고 정의하고 있다.

그러나 공예문화산업 정책을 위한 본 연구에서는 제작 방법과 구사하는 장르의 특성에 따라 공예의 정의를 구분하기는 어렵기 때문에 지역의 문화적 정체성을 정립하고 지역민과 지역경제에 기여하기 위한 주요 목적에 초점을 맞춘다면, '공예란 일정 수준의 숙련된 기술이나 솜씨를 가진 자가 문화적 요소를 구사하여 만들어낸 기능성과 장식성이 있는 물품, 과정 또는 그 능력을 말한다.' 고 정의할 수 있다.

(2) 공예의 범주

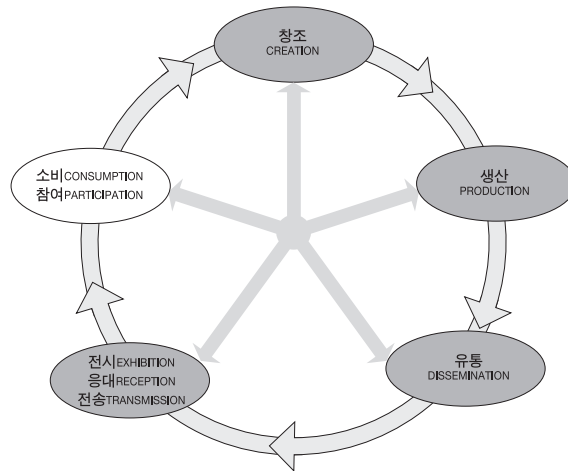
앞서 공예의 정의가 모호했던 이유는 공예의 범주가 다각도로 파생되어 있다는 것에 그 원인을 두고 있는데, 역설적으로 공예의 범주를 체계적으로 분류하게 되면 오히려 명확한 정의를 이끌어 낼 수 있는 방안이 될 수 있다.

공예의 범주를 구분하는 가장 보편적인 방식으로 재료 및 그에 따른 제작기법으로 분류되는데, 목공예, 금속공예와 같은 단편적인 유형으로 구분할 수 있다. 또한 제작물의 형태나 제작기법의 구사방식이 추구하는 시대에 따라 분류가 되기도 하며, 이미 이루어진 제작물의 전범(典範)을 정해진 제작 기법에 따라 재현하거나 재창조하는 전통공예와 새로운 주제와 형태를 구상하여 새로운 형태와 기법으로 창작하는 현대공예로 나누어진다⁷⁾.

이와 같은 전통과 현대의 단계에 의한 분류에서 확장하여 김진호(2010)는 공예가 창의적 아이디어를 구체화하는 지적 조형 활동이라는 예술적 성격을 지닌 미술공예의 한 분야로 보아야 하며, 이러한 특성에 따라 전통적 문화와 민족 고유성을 표현하는 예술성이 가미된 공예품을 생산하는 산업이라는 관점에서 공예문화산업을 예술성과 기능성의 단계, 원형보존과 현대적 해석의 단계가 교차하는 구조로 정의하고 있다. 또한 창작 또는 생산되는 수량에 따른 분류도 이루어지는데, 단품(單品)을 창작하는 유형, 동일한 형상의 상품을 다수 제작하는 유형, 기계에 의한 대량생산 유형으로 분류할 수 있다. 여기에 창작된 상품의 판매 방식에 따라서도 구분이 이루어지고 있다.

7) 영국 공예청(Craft Council)에서는 총체적 공예 개념을 공예제작자가 직접 손으로 제작한 독창적인 수공예에 한하여 '공예'라 지칭하고, 최근 또는 현재 활동 중인 공예제작자가 만든 독창적인 수공예를 '현대공예'(Contemporary craft), 현대 공예 중에서 혁신적인 재료와 최고의 기술을 통하여 예술적 가치와 미적 비전이 구현된 공예를 '최첨단 공예'로 각기 규정하고 있음

유네스코에서 제시하고 있는 ‘문화 주기(Culture Cycle)’는 소비행위를 비롯한 각 단계가 새로운 문화상품을 비롯한 가공품을 창조하는데 연속적으로 기여하여 전체 행위에 대한 연결 행위를 제시하는데 도움을 준다. 이 모델은 감수성 모형의 한 부분으로 보여질 수 있는 문화의 생산과 조달에 관하여 사고하는 추상적 분석에 도움을 준다⁸⁾. 또한 이 문화주기를 토대로 파생되는 공예문화산업의 범주를 구획하는 기반으로 활용된다.



[그림 2] 유네스코 문화 주기(Culture Cycle)

유네스코의 ‘문화 주기(Culture Cycle)’ 모형에 기초한 창조관련 가치사슬을 비롯하여 생산과 소비의 연결 관계, 문화산업통계와 정책 간의 연계, 산업적 연관관계의 구성으로 그 관계도가 확장할 수 있다.

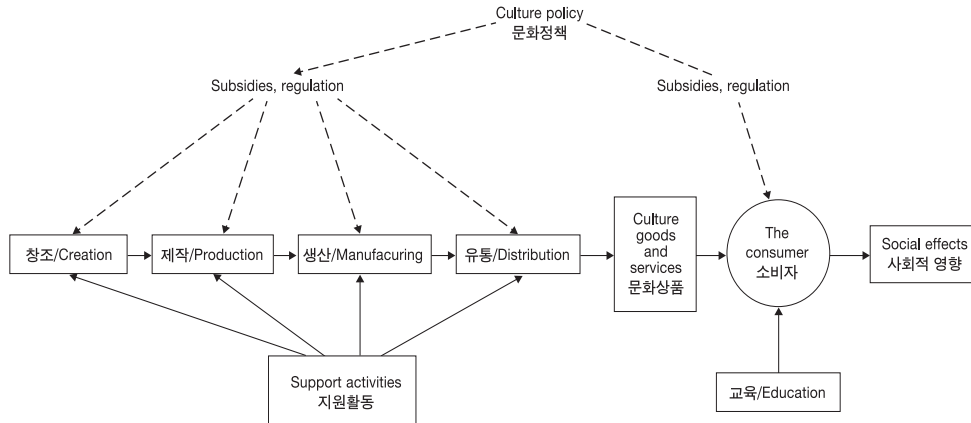
‘창조관련 가치사슬’은 창조(Creation)▷생산(Production)▷대량 재생산(Manufacturing)▷유통(Distribution)과정에서 발생하는 역할과 가치의 창출, 그리고 전 과정에 걸쳐 재정적, 제도적으로 지원이 이루어지는 문화 관련 활동(Support activities)들의 결속을 설명하고 있다.

‘생산과 소비의 연결모형’은 창조관련 가치 사슬에 소비 단계가 더해진 구조로서 가치 사슬의 최종 단계는 소비자이며, 소비자는 단순히 소비 과정에만 참여하는게 아니라 자원 봉사, 문화 예술에 대한 기부금 지원, 생산 및 유통과정에 노동력을 제공함으로써 연관이

8) THE 2009 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS, UNESCO INSTITUTE for STATISTICS, 2009, p 12.

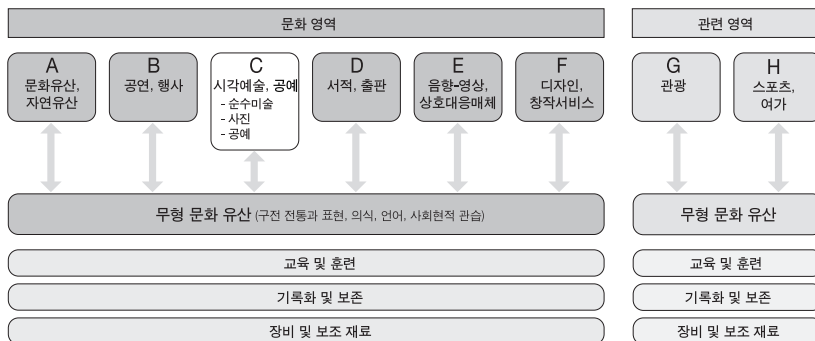
이루어지며, 소비 행위는 사회적 영향 및 또 다른 가치 사슬 순환을 유발시키게 된다.

‘정책과의 연결 관계 모형’은 문화의 창조에서 소비에 이르는 전 과정에 있어서 공공의 문화정책은 유무형의 문화 상품 공급자들의 창조 및 생산 형태를 비롯하여 문화소비자들의 소비 행태에 영향을 미치고 결과적으로 문화 상품의 구조를 변화시킴으로써 침체 및 활력을 줄 수 있는 중요한 요소이다⁹⁾.



[그림 3] 산업적 연관관계 구성 모형

FCS(Framework for Cultural Statistics)에 따른 분류체계에서 공예는 8가지 문화의 영역 중 시각예술 및 공예의 범주에 속하고 있으며 HS(Harmonised System 2007)와 SITC(Standard International Trade Classification)에 의해 상세하게 분야를 구분하여 제시해 주고 있다.



[그림 4] FCS에 의한 문화산업의 분류 체계

9) 이원태 외, 전통문화산업 실태조사 및 종합육성계획 수립을 위한 기초조사, 문화체육관광부, 2011, p. 253.

『2011 공예백서 선행연구』에서 제시된 구분 방식은 시대 및 산업 성향에 따라 현대공예, 전승공예, 공예산업, 취미공예로 구분한 1차 분류와 1차 분류를 장르별로 세분한 2차 분류로 나누고 있으며, 이중 전승공예에 해당하는 2차 범주가 근간이 되어 다른 장르에 파생되는 양상을 보이고 있다.

[표 2] 공예의 범주

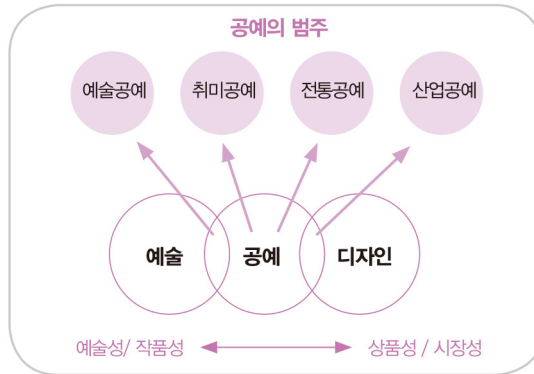
1차 범주	현대공예	전승공예	공예산업	취미공예
2차 범주 (소분류)	금속공예	금속공예(장신구 포함)	금속공예	(항목 나열식) 톨페인팅공예, 양초공예, 참숯공예, 크리스털, 야생화, 점토놀이공예, 토크아트공예, 골판지 공예 등
	도자공예	도자공예(도자, 옹기 등)	도자공예	
	목칠공예	목/칠공예(나전, 채와, 건칠, 화각, 죽, 각자 등)	목/죽세공예	
	섬유공예		섬유공예	
	유리공예		유리/석공예	
		종이공예	종이공예	
			가족공예	
	기타공예	기타공예(옥석, 초자, 초경, 모피, 골각, 말총, 부채, 악기, 단청, 탕화, 민화 등)	기타공예	

*2011 공예백서 선행연구 공예의 범주 재구성

[표 2]는 본래의 구성표에서 보여준 파생과정을 비교가 쉽도록 재구성한 것으로서 전승공예에서 현대공예, 공예산업의 범주로 이어지는 연계성을 보여주고 있다. 그 중 연계되지 못한 분야를 보면 섬유공예는 중요한 전승공예 분야임에도 불구하고 누락되었으며, 현대공예에서는 주류로 등장하고 있는 유리공예의 전승공예 명칭인 초자공예를 기타 공예로 분류하고 있다는 것을 알 수 있다. 종이공예는 과거의 제한된 소재에서 지금은 넓어진 소재와 기법을 구사하고 있음에도 현대공예에서는 그 분야가 누락되고 있다.

1차 범주에서 취미공예 분야로 분류한 기준이 기법의 단순함으로 판단하고 있다면, 다른 영역에서도 일관되게 적용되어야 하며 현대공예 및 전승공예 범주에서는 취미로 다루는 경우를 볼 수 있기 때문에 보다 섬세한 분류 기준이 필요하다.

창작물을 형성하는 소재나 기법은 공예를 구분하는데 있어 기준이 될 수 있지만, 시대와 장르에 구애받지 않고 다양한 소재가 창작에 활용되고 복합적인 형태가 새롭게 선보이고 있는 현실에서 획일적인 분류 방식이 오히려 무한한 창작 가능성을 제약하고 있다.



[그림 5] 『공예산업 분류기준 및 분류체계』의 공예 범주

[그림 5]에서 보여주는 『공예산업 분류기준 및 분류체계』의 공예 범주¹⁰⁾는 각각의 공예 분야가 지니고 있는 시장 지향적인 성향과 예술 지향적인 성향 정도에 따라 ‘예술’, ‘공예’, ‘디자인’으로 구분하고 있다. 즉, 예술 성향이 높은 분야를 ‘예술공예’, 공예 성향이면서 예술성을 다소 보유한 영역은 취미공예, 공예 성향이면서 시장 지향적인 성격이 약간 있는 ‘전통공예’, 공예와 디자인 경계에 위치한 ‘산업공예’로 구분하고 있다.

이와 같은 시장성향과 예술성향 간의 정도에 따른 구분방식의 저변에는 예술공예와 취미공예의 상품성(시장성)을 인정하지 않는다는 전제가 내포되어 있으며, 전통공예를 바라보는 시각도 새로운 창작품으로서 시도가 없이 이미 존재하고 있는 공예품의 전형을 재현하는 분야로 치부하고 있는 면이 있다. 또한, 성향의 구분을 ‘예술’, ‘공예’, ‘디자인’으로 구분하고 있으나, 이 세 가지 요소가 위계상 동일선상에서 비교가 어려운 개념으로 공예와 디자인 모두 예술의 범주에 포함되며 공예와 디자인을 상대적인 위치에서 비교하더라도 공예가 디자인 보다 시장을 지향하는 상품적 성향이 높다고 단정하기는 어렵다.

‘예술공예’, ‘취미공예’, ‘전통공예’, ‘산업공예’ 순으로 예술 성향을 판단하는 점에도 무리가 있는데, 산업공예 분야는 생산 방식과 생산 규모, 시장지향성에서 분류 조건을 통한 검증이 없이도 다른 분야와 성격이 대별되는 독립된 분야로 구분된다. 취미공예 역시 성향 정도에서 차이가 있지만 다른 세 가지 분야와 달리 시장성을 지향이 낮기 때문에 다른 세 가지 영역과는 구분되는 별도 영역으로 다루어지는게 타당하다.

10) 이 분류 체계와 그림은 「산업공예 기초경영진단 지표개발」(김중선, 「산업공예 기초경영진단 지표개발」, 한국콘텐츠학회논문집, Vol.13 No.2. 한국콘텐츠학회, 2013, p.190)에서 설명한 [그림 1]을 박남희, 이현경, 안영주 전게서, p. 20에서 인용한 것을 재 인용함

문화체육관광부가 2013년 9월에 발표한 ‘공예문화산업 활성화 대책’에서 제시된 공예품 분류 방식은 공예품의 수준과 제작 방식에 따라 이루어진다. 예술작품 수준의 ‘공예작품’, 문화상품 수준의 ‘공예상품’으로 크게 구분하며, 기계를 사용하여 대량생산된 제품은 ‘공예공산품’으로 별도 구분하여 주요 정책대상에서는 제외하고 있다. 여기가 소재(재료)에 의한 분류, 용도에 의한 분류가 이루어지며, 무형문화재 등 보존가치가 있는 공예기술로 구분하고 있다.

[표 3] 문화체육관광부 제시 공예품 분류

구분	성격	특성
공예작품	예술작품	창의성(디자인) + 완전 수공 + 작가(장인)정신 초고품질, 초고가, 소량(一品) 갤러리, 콜렉션 중심의 유통체계
공예상품	문화상품	창의성(디자인) + 높은 수공성 + 용도/쓰임 고품질, 중고가, 다품종 중소량 백화점, 기념품점, 일반상점 등의 유통체계

문화체육관광부의 1차 분류 방식은 공예품의 가치 정도에 따라 구분하고, 생산 수량을 한정하고 유통경로를 차별하는 방안으로 시장의 요구에 적절하게 대응할 수 있으며, 상품에 적합한 시장을 형성하는 데에는 효과적이다. 그럼에도 기계에 의해 생산된 공예품을 정책 대상에서 제외한다는 점은 공예문화산업 진흥법의 공예품의 정의에 명시된 ‘부분적으로 기계적 공정이 가미된 것을 포함한다’라는 취지와 일치하지 않는 면모를 보여주고 있다. 공예문화산업의 범위가 공예품만을 대상으로 하지 않고 창작에서 구매에 이르는 전 과정에서 발생하는 관련 산업까지 포함하고 있기 때문에, 공예라는 창조산업의 가치 사슬 체계에서 원재료 및 설비에 이르는 파생산업에 대한 영향력 및 기대를 고려하여야 한다.

문화체육관광부의 2차 분류 중 용도에 의한 분류는 영국의 사례에서 보는 바와 같이 공예품을 일반상품의 파생상품으로 바라보는데, 수제품이 포함된 상품 구색으로 전체 상품 구색을 다채롭게 할 수 있는 점과 전통공예 부문을 비중있게 다룰 수 있어 상품화와 전통문화의 보존 모두에 효과적이다. 다만, 소재에 의한 분류 기준에 용도에 의한 분류 기준이 더해지고 여기에 품질 기준(가격대) 및 브랜드가 다시 복합적으로 교차했을 때 파생되는 상품 유형이 워낙 방대하게 나타난다. 이와 같은 복합적인 상품군을 유지하기 위해서는 생산 측면은 물론 소비자 입장에서 상품선택 과정에서 오히려 어려움이 초래될 우려가 있다.

(3) 공예문화산업의 정의

공예문화산업을 설명할 때, 협의적으로는 민간에 의해 전승되는 기능, 기술, 기법 또는 토속 원재료를 근간으로 하여 생산되는 조형제품으로서 제조과정의 주요부분이 수공업적 특성을 가진 제품인 전통공예품을 중심으로 정의하기도 한다. 이와 같이 지역적 풍토와 입지조건을 영향을 받는 전통공예품 이외에도 외래적인 요소인 서구풍의 미적 감각이 가미되거나, 자연적인 재료를 대신하여 개발된 인공으로 생성된 재료를 이용하기도 하며, 생산 기술의 발달로 일부 생산 공정이 기계화되어 대량생산되는 현대적인 공예품 모두를 총칭하기 위해 다소 광의의 공예품 및 공예문화산업에 대한 공예 현장에서 통용되며 이론이 없는 명확한 정의가 필요하다¹¹⁾.

공예문화산업은 제조업, 명품산업, 관광, 디자인, 농업 등 연관된 산업 분야가 다양하고, 유관 분야와 연계를 통한 고부가가치를 생성할 잠재력이 높은 산업으로서¹²⁾, 제작 주체 및 방식에 따라 작품부터 상품까지 다양한 성향을 펼쳐 보여주고 있다¹³⁾. 또한, 공예와 관련되어 파생된 공예품, 전시, 체험교실을 비롯하여, 이를 둘러싼 원료 및 설비 공급을 포함하여 발생하는 생산적 경제 활동으로 광범위하게 인식되고 있으며, 더 나아가 공예문화산업으로 인하여 영향력을 미치게 되는 산업의 가치사슬을 포함한 산업생태계 개념으로 다루어지기도 한다.

공예문화산업을 정의하기 위해서는 공예와 산업의 정의가 우선되어야 하는데, 『한국표준산업분류』(2008)에 따르면 산업이란 ‘유사한 성질을 갖는 산업 활동에 주로 종사하는 생산단위의 집합’으로, 산업 활동이란 ‘각 생산단위가 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여, 재화 또는 서비스를 생산 또는 제공하는 일련의 활동과정’이라 정의되고 있다.

이러한 부분적 정의를 토대로 공예문화산업이란 ‘공예라는 유사한 성질을 갖는 산업 활동에 주로 종사하는 생산단위의 집합과 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여, 재화 및 서비스를 생산 또는 제공하는 일련의 활동과정’이라고 정의하고 있다. 문화체육관광부가 발표한 『공예문화산업 활성화 대책』(2008)에서는 ‘공예문화산업이란 공예작품 및 공예상품의 창작·유통·전시·활용 등 공예와 연관된 활동을 통해 경제적 부가가치를 창출

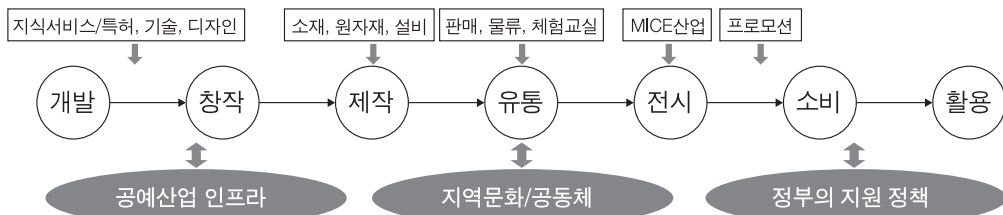
11) 조인형, 광주지역 공예문화산업 실태분석 및 육성방안, 광주발전연구원, 2011. 9. p.26.

12) 독일의 경우 전통공예라는 개념이 명확하게 확립되지 않고 전반적인 공예품이 상용화되는 일반 상품의 파생상품으로 보아 단순하게 의·식·주를 둘러싼 일상용품으로 다루어지고 있음

13) 박남희·문화원·이시은·이경애, 전계서, p.109.

하는 행위 전반을 의미한다' 고 정의하고 있다¹⁴⁾.

문화체육관광부가 2015년 5월 18일 제정한 『공예문화산업 진흥법』에서 종래의 정의를 구체화하여 '공예문화산업이란 공예 또는 공예품(공예를 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그 복합체를 말한다.)의 개발·창작·제작·유통·전시·소비·활용 등과 이와 관련된 산업을 지칭한다' 고 정의하고 있다.



[그림 6] 공예문화산업의 산업생태 개념도

2) 관련 법령 및 조례 고찰

지금까지 우리나라에는 공예문화산업을 대상으로 독립적이고 체계적으로 직접 관장하는 정책을 비롯한 법률이 마련되지 못하였고, 포괄적인 공공문화정책의 일환으로서 제도적 관점에서의 접근이 이루어지고 있는 상황이다. 이러한 현실에서 공예정책이란 '정책의 주체가 되는 중앙정부와 지방자치단체가 공예분야 전반을 진흥·보호·지원하기 위해 실행하는 공공정책'이라 정의할 수 있다. 즉, 이전에 수립되었거나 현재까지 시행 중인 중앙정부와 지방자치단체의 공예정책을 비롯한 공예분야 전반에 영향을 미친 법률과 제도가 여기에 포함된다.

공예 정책과 관련된 법령은 그동안 공예 분야만 국한하여 다루어지지 않고 문화예술 또는 문화산업의 범주로 보아 문화체육관광부를 비롯한 산하기관인 문화재청에서 직접적인 지원정책을 규정하고 있었으며, 그밖에도 고용노동부, 산업통상부, 행정자치부에서 시행하는 유통 및 상품화 지원과 관련된 간접적인 지원 내용을 담은 법령의 영향을 받고 있다.

14) 문화체육관광부, 『공예산업 활성화 대책』, 2013. p.2.

그러던 중 공예문화산업을 직접 다루는 법령인 『공예문화산업 진흥법』이 2015년 5월 18일 문화체육관광부 시각예술디자인과에서 제정되어, 같은 해 11월 19일 시행할 예정에 있다. 이 법의 제정 및 시행으로 공예문화산업의 진흥과 관련해서 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에 정한 바를 따르도록 하고 있다.

(1) 중앙부처 법률

① 공예문화산업 진흥법

목적 : 이 법은 공예문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 규정함으로써 공예문화산업 발전의 기반을 조성하고, 이를 통하여 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.

정의 : 공예문화산업의 주체가 되는 공예, 공예품, 공예문화산업에 대한 용어를 정의하고 있는데 공예품은 실용적·예술적 가치를 지닌 전통공예의 제품과 현대공예의 제품을 포함하며, 공예문화산업의 범주를 공예 또는 공예품의 개발·창작·제작·유통·전시·소비·활용하는 주체와 관련된 산업으로 지칭하고 있다.

내용 : 국가와 지방자치단체의 책무(정책 수립·시행), 공예문화산업진흥계획의 수립·시행, 공예문화산업진흥위원회 설치, 공예문화산업에 관한 실태조사, 창업 및 제작 지원, 전문인력의 양성, 공예품의 품질향상 및 기술개발, 공예문화산업 기반시설의 확충, 유통 활성화 및 투자의 촉진, 국제교류 및 해외시장 진출 활성화, 우수공예품의 지정 및 취소, 전담기관의 지정, 공예문화산업의 융합 및 연계, 지역특화 공예품의 육성, 우수사례 발굴 및 시상에 관한 내용을 담고 있다.

② 문화산업진흥 기본법

목적 : 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.

정의 : 문화산업은 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비

스가 이루어지는 산업을 말하는데 전 산업 범위에 걸쳐 분포하며 마, 바, 자, 차목에서 공예품과 관련된 산업 범위를 찾을 수 있다¹⁵⁾.

내용 : 중·장기 기본계획의 수립, 창업지원, 투자지원, 제작지원, 유통전문회사의 설립 지원, 우수문화상품의 지정·표시 등에 대한 규정, 전문인력 양성과 기술 및 문화콘텐츠 개발의 촉진, 문화 기술 연구 주관기관의 지정, 문화산업단지 및 문화산업진흥지구의 조성 등을 통한 문화산업 기반 조성, 문화콘텐츠 진흥원의 설립, 문화산업전문회사의 설립에 관한 내용을 규정하고 있다.

③ 문화예술진흥법

목적 : 문화예술 진흥을 위한 사업과 활동을 지원함으로써 우리나라의 전통문화예술을 계승하고 새로운 문화예술을 창조하여 민족문화 창달에 이바지함을 목적으로 하고 있다.

내용 : 문화예술공간 설치 및 전문 인력 양성, 전문예술법인·단체의 지정·육성, 문화지구의 지정·관리, 건축물에 대한 미술작품의 설치 등을 규정, 문화의 날 설정 및 문화강좌 설치, 상품권 인증제도, 문화예술진흥기금의 설치 및 조성 및 용도 등에 대한 규정, 그밖에 한국문화예술위원회, 예술의 전당, 한국문화예술회관연합회의 설립, 사업내용에 관한 내용 등을 규정하고 있다.

④ 문화재보호법

목적 : 문화재를 보존하고 이를 활용함으로써 국민의 문화적 향상을 도모하는 동시에 인류문화 발전에 기여함을 목적으로 하고 있다.

문화재의 정의 : 인위적이거나 자연적으로 형성된 국가적·민족적 또는 세계적 유산으로서 역사적·예술적·학술적 또는 경관적 가치가 큰 유형문화재, 무형문화재, 기념물, 민속문화재를 말하고 있다. 공예품은 역사적·예술적 또는 학술적 가치가 큰 유형문화재와 여러 세대에 걸쳐 전승되어 온 무형의 문화적 유산 중 재료구분에 따른 7분야의 공예기술이 무형문화재에 속한다. 무형의 문화적 소산으로서 무형문화재 중 중요하다고 판단되는 기능 또는 예능은 중요문화재로 지정하여 보호받고 있는데, 123종의 국가지정 중요

15) 마. 문화재와 관련된 산업, 바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공예·미술품·공예품과 관련된 산업, 자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업, 차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업이 포함된다.

무형문화재 중 공예기술에 해당하는 항목은 아래 [표 4]와 같이 49종에 달하고 있다.

[표 4] 국가지정 중요무형문화재 중 공예기술 분야

분야	지정 명칭 및 번호
금속 공예	조각장(제35호/서울 전역), 두석장(제64호), 백동연죽장(제65호/전북 남원), 유기장(제77호/경기 안성), 입사장(제78호/서울 강남), 금속활자장(제101호/충북 괴산), 주철장(제112호/충북 진천), 장도장(제60호/전남 전역)
목칠 공예	나전장(제10호), 낙죽장(제31호/전남 보성), 약기장(제42호), 궁시장(제47호), 단청장(제48호/대전 중구), 채상장(제53호/전남 담양), 소목장(제55호/경기 전역), 대목장(제74호), 바디장(제88호), 전통장(제93호/경북 경주), 칠장(제12호/강원 원주, 113호 서울 전역), 완초장(제103호/인천 강화), 윤도장(제110호/전북 고창), 각자장(제106호/서울 전역), 목조각장(제108호), 불화장(제118호/경기 고양), 소반장(제99호), 염장(제114호/경남 통영), 화각장(제109호/인천 남동)
도자 공예	제와장(제91호/전남 장흥), 옹기장(제96호), 사기장(제105호/경북 문경), 번와장(제121호/서울 강북)
석공예	석장(제120호/경기 전역), 옥장(제100호/전남 목포)
섬유 공예	한산모시짜기(제14호/충남 서천), 매듭장(제22호/경기 전역), 나주의셋골나이(제28호/전남 나주), 곡성의돌실나이(제32호/전남 곡성), 자수장(제80호), 명주짜기(제87호/경북 성주), 침선장(제89호/서울 강동구), 염색장(제115호/전남 나주), 금박장(제119호/경기 성남시), 누비장(제107호/경북 경주)
지공예	배첩장(제102호/충북), 한지장(제117호)
피모 공예	갓일(제4호), 망건장(제66호/제주 제주시), 탕건장(제67호/제주 제주시), 화혜장(제116호/서울 송파), 궁중채화(제124호/경남 양산)

*문화재청 자료 재구성

49종의 공예 관련 국가 지정 중요무형문화재 중 충청남도를 연고 지역으로 하는 항목은 한산모시짜기(제14호/서천), 바디장(제88호/서천), 대목장(제74호/예산), 목조각장(제108호/금산)으로, 서천 한산 지역에서 생산되는 전통섬유인 모시와 모시의 생산에 필요한 도구인 바디를 비롯하여 한국 전통건축물 영역인 대목장을 비롯해 목재를 이용한 불상조각 분야인 목조각장이 여기에 해당한다.

또한 문화재 보호법에서 시·도지사는 그 관할구역에 있는 문화재로서 국가지정문화재로 지정되지 않은 문화재 중 보존가치가 있다고 인정되는 것을 시·도지정문화재로 지정할 수 있다는 조항에 따라 충청남도는 전통음식, 전통예능 및 전통 공예 51종을 도지정 무형문화재로 지정하여 보호 및 지원을 하고 있으며, 그중 공예와 관련된 종목은 다음 표와 같이 20종에 달한다.

[표 5] 충청남도 보유 공예 관련 국가지정 중요무형문화재와 도지정 무형문화재

분야	지정 명칭 및 번호
국가 지정	한산모시짜기(제14호/서천), 대목장(제74호/예산), 바디장(제88호/서천), 목조각장(제108호/금산)
도 지정	한세모시짜기(제1호/서천), 지승제조(제2호/홍성), 보령남포벼루(제5호/보령), 서천대목장(제9호/서천), 소목장(제16호/예산), 서천부채장(제19호/서천), 태안설위설경(제22호/태안), 청양춘포짜기(제23호/청양), 홍성당쟁이장(제29호/홍성), 단청장(제31호/천안), 웅기장(제35호/홍성), 웅기장(제36호/아산), 대장장(제39호/아산), 대장장(제40호/홍성), 공주목소장(제41호/공주), 서천침선장(제42호/서천), 논산목조각장(제44호/논산), 논산칠장(제45호/논산), 보령석장(제47호/보령), 예산각자장(제50호/예산)

*문화재청 자료 재구성

국가지정 중요문화재 보유자를 비롯한 전수교육조교, 이수자, 전수장학생 등 전승자에게는 전승지원금이 지급되는데 전승취약종목의 보유자 및 전수교육조교인 경우 정해진 최대액수가 해당되며, 제외 종목인 경우 최저 금액이 지급된다. 전수장학생은 공예의 경우 취약 종목에 해당되며 지급 내용은 아래 표와 같다.

[표 6] 국가지정 중요무형문화재 전승자 지원금 내역 /2014년 기준

보유자	전수교육조교		전수장학생	보유단체	장려보조금 (보유자)
	보유자후보	조교			
1,317,000 ~1,710,000	660,000~921,000		개인 : 263,000	A등급 : 4,200,000 B등급 : 3,700,000 C등급 : 3,200,000 보유자 없는 보유단체 4,700,000	명예보유자 : 1,000,000 보유자 : 1,000,000 전수교육조교 : 500,000

⑤ 숙련기술장려법

목적 : 국민에게 산업에 필요한 숙련기술 습득을 장려하고 숙련기술의 향상을 촉진하는 동시에 숙련기술자에 대한 사회적 인식을 높임으로써 숙련기술자의 경제적·사회적 지위를 향상시키고 산업경쟁력을 높이는 것을 목적으로 한다.

법령의 내용에 따르면 한국산업인력공단은 산업현장에서 최고 수준의 숙련기술을 보유한 기술자로서 숙련기술 발전 및 숙련기술자의 지위 향상에 크게 공헌한 사람을 ‘대한민국 명장으로 선정 및 우대한다.’ 라고 명시되어 있다.

지정 분야 및 직종은 22개 분야, 96개 직종으로 공예와 관련된 직종은 ‘목칠공예’, ‘도자기공예’, ‘석공예’, ‘보석 및 금속공예’, ‘자수공예’, ‘인장공예’ 등이 있다.

[표 7] 명장 선정 분야 중 공예 관련 직종

분야	내 용
목칠 공예	<p>목재나 플라스틱재의 자재와 부속품을 제작도면과 시방서에 따라 절단, 연마, 도장, 조립하여 사용이 편리하고 아름다운 가구를 제작</p> <p>줄 톱, 끌, 송곳, 사포 등 각종 수공구 및 기계공구로 나무를 깎고, 켜고, 자르고, 붙이고, 다듬어서 아름답고 생활에 유용한 목공예품을 제작</p> <p>전복, 소라껍질을 이용 자개무늬를 도안, 본뜨기를 하여 적정 농도의 아교로 자개를 접착하고 섬세한 무늬효과가 나거나 입체감을 나게 하기 위하여 모조 또는 부조로 조각 작업을 수행하여 각종 칠기제품 제작</p> <p>자개를 부착한 기물 바탕 위에 옷나무에서 채취한 칠(漆)을 애벌칠, 두벌칠, 마감칠을 하여 영롱한 자개무늬의 색감을 살린 칠기를 제작</p> <p>붓, 롤러브러쉬, 스프레이 등의 도장도구와 설비를 사용하여 페인트, 바니시 및 유사재료를 가구의 내·외부 표면에 칠하여 가구 외관의 장식 및 보호</p> <p>※ 가구제작, 목공예, 패세공, 칠기, 가구도장 직무 포함</p>
도자기 공예	<p>고령토, 점토, 장식 및 기타 화공약품 등 도자기 재료를 각종 분쇄기로 분쇄, 혼합, 미분쇄하여 제조한 소지토와 유약을 석고틀 등 각종 성형기계 및 기구를 사용하여 원하는 형태의 기물로 성형, 건조, 시유, 장식한 후 가마에서 고온으로 소성시켜 식기류, 타일, 애자 및 위생도기, 도자기 등을 제작</p>
석공예	<p>화강암, 석회석, 대리석, 사암 및 그 밖의 암석을 소재로 건축물, 기념비 또는 조각, 실내 장식품 등에 사용되는 석물을 디자인하고, 절단, 조각하여 모양을 만들고 끝손질하여 제작</p>
보석 및 금속 공예	<p>금, 은, 백금 등 귀금속과 일반금속을 소재로 금속용 수공구 및 동력공구를 사용하여 구상한 디자인 대로 반지, 목걸이, 귀걸이 등 신변 장신구, 식탁용품 및 심미적 작품을 제작하거나 수리</p> <p>각종 보석원석의 특성과 연마형태를 파악하고 연마기, 절단기 등을 사용하여 원석의 특성과 형태에 알맞게 보석난(알)과 장신구, 장식품을 일정한 각도로 연마하고 광택을 내고, 귀금속에 알맞은 크기의 보석을 가공하여 끼우거나 확대경을 사용하여 불순물, 균열, 표면상태, 규격 등을 검사</p> <p>※ 보석가공, 귀금속가공, 금속공예 직무 포함</p>
자수 공예	<p>실, 직물을 포함한 각종재료를 자수재봉틀을 사용하여 의상의 부분품이나 기타 직물에 도안대로 정교하게 수를 놓아 장식적이고 실용적인 자수품을 제작(기계자수)</p> <p>-직물재료 위에 자수 도안을 옮겨 그리거나 도안 위에 직접 손으로 도안선을 따라 각종 수실을 사용하여 수를 놓음(수자수)</p>
인장 공예	<p>나무, 보석, 상아, 합성수지 등 인장 재료의 특성과 재질에 대한 지식과 숙련기술을 바탕으로 재료와 용도에 맞는 도장 제작</p>

*산업인력공단 자료 재구성

[표 8] 공예 분야별 명장 수

분야	금속공예	목공예	도자기공예	석공예	귀금속가공	금은세공	보석가공	가구제작	패세공	칠기	인장공예	자수공예	광고도장	등축세공예	세라믹	목재수장	나전칠기	목칠공예	보석·금속·공예	금속도장	계
인원	2	12	11	11	7	1	1	3	1	10	6	7	1	3	4	3	1	1	2	1	88

*문화재청 자료 재구성

⑥중소기업진흥에 관한 법률

목적 : 중소기업진흥에 관한 법률은 ‘중소기업진흥법’ 과 ‘중소기업제품구매촉진법’ 을 통합하는 동시에 유효기간이 만료되는 ‘중소기업의 경영안정 및 구조조정 촉진에 관한 특별조치법’ 의 내용 중 계속되어야 할 시책에 관한 규정을 수렴하고 있다. 이 법은 중소기업의 구조 고도화를 통하여 중소기업의 경쟁력을 강화하고 중소기업의 경영 기반을 확충하여 국민경제의 균형 있는 발전에 기여함을 목적으로 하고 있다.

정의 : 지원대상이 되는 자는 전통적 공예기능으로 생산되는 제품 또는 민속을 소재로 한 창의적 개발제품을 생산하는 중소기업자로 한다.

내용 : 공예와 관련된 법률 조항은 중소기업의 경영안정 지원 등을 위하여 정부와 지방자치단체는 민속공예문화산업을 영위하는 중소기업자의 경영안정을 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 경영안정을 위하여 필요한 자금, 제품의 판로확보, 제품개발, 품질향상 및 개발된 제품의 상품화 등 필요한 지원을 할 수 있다.

⑦ 문화예술교육지원법

목적 : 문화예술교육의 진흥과 지원에 필요한 사항을 정함으로써 문화예술교육을 활성화하고, 나아가 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국가의 문화역량 강화에 이바지함을 목적으로 한다.

정의 : 문화예술교육은 ‘문화재보호법’ 제2조의 유형문화재, 무형문화재, 기념물, 민속문화재 등 규정에 따른 문화재를 내용으로 하거나 교육과정에 활용하는 교육을 말한다.

내용 : 국가 및 지방자치단체의 문화예술교육 지원 및 재정적 지원 시책 마련 규정, 문화예술교육전문위원회·지역문화예술교육협의회·한국문화예술교육진흥원 등의 설치, 교육시설을 비롯한 단체의 임무 및 운영 실태 평가 규정, 교육시설·장비 및 문화예술교육사·프로그램 등에 대한 지원 근거, 관련 기관과의 연계·활용에 대한 지원체계 구축을 규정하고 있다.

⑧ 예술인복지법

목적 : 예술인의 직업적 지위와 권리 보호 및 예술인의 사회경제적 지위 향상을 목적으로 제정되었다.

정의 : 예술인은 예술 활동을 업으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는 데 공헌하는 자로서 「문화예술진흥법」 제2조 제1항 제1호에 따른 문화 예술 분야¹⁶⁾에서 대통령령으로 정하는 바에 따라 창작, 실연, 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 자로 한다.

내용 : 국가와 지방자치단체의 예술인 지위와 권리 보호, 예술인 복지증진에 관한 시책의 수립·시행, 문화예술 영역에 계약서 표준양식을 개발·보급(시행 시 재정지원 우대), 예술인의 업무상 재해 및 보상에 관하여 「산업재해보상보험법」 규정의 준수, 한국예술인복지재단 설립, 예술인의 사회보장 확대, 직업안정·고용창출 및 직업전환 지원사업의 수행 내용을 담고 있다.

(2) 충청남도 조례 및 규정

한국공예·디자인문화진흥원에서 발간한 「2013 공예백서」에 따르면 2013년 12월 기준 예술공예, 전통공예, 산업공예, 취미공예와 관련된 충청남도의 공예 관련 조례는 모두 20개로 집계하고 있으나, 본 연구에서는 문화 및 예술의 범주에 포괄적으로 관련된 조례 및 규칙은 제외하여 공예 및 공예문화산업과 직접 연관된 조례 및 규정만을 대상으로 하였다.

충청남도에서 제정된 문화예술 분야의 조례 및 시행규칙을 살펴보면 ‘충청남도 문화상 조례 및 시행규칙’, ‘충청남도 문화예술진흥 조례 및 시행규칙’, ‘충청남도 문화재단 설립 및 지원 조례’, ‘백제역사유적지구 세계유산보존관리사업단 설립 및 지원에 관한 조례’가 제정되어 있다.

공예와 직접 관련된 충청남도 및 각 시·군의 조례 및 규칙으로는 ‘천안시 전통업소 및 명인 등 육성 조례’, ‘아산시 웅기 및 발효음식 전시 체험관 설치운영 조례 및 규칙’, ‘서천군 한산모시산업특구에 대한 규제특례 조례’, 규정으로는 ‘부여군 문화관광상품 관리 및 판매규정’, ‘충청남도 인정문화상품 운영 규정’이 다음 표 9와 같이 제정되어 운영되고 있는 것으로 나타났다.

16) “문화예술”이란 문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화를 말함

[표 9] 공예와 관련된 충청남도 및 시·군 조례 및 규정

유형	명 칭	대상 및 내용
조례	천안시 전통업소 및 명인 등 육성 조례	전통을 이어가는 숙련기술 명인, 명장을 지원함으로써 산업경쟁력 제고 전통업소, 명인, 명장에게 지정서 및 표지판, 보조금 지원, 시(市) 행사에 홍보공간 제공, 기타 사항 지원
	아산시 옹기 및 발효음식 전시 체험관 설치운영 조례 및 규칙	지역의 민속자원인 옹기 및 발효식품 전시관의 설치·운영 및 지원·육성 에 필요한 사항 규정 위 시설을 위탁 운영하며 이 경우 시설비 보수 경비를 지원할 수 있음
	서천군 한산모시산업특구에 대한 규제특례 조례	서천 한산모시 특구에 관하여 규제특례에 대한 사항을 규정하여 제도적 으로 지원, 지역경제 도모함 건축물의 용적률·건폐율 지정, 옥외광고물 표시 완화
규정	충남도 인정문화상품 운영 규정	충남에서 생산·유통되는 우수문화상품을 인정문화상품으로 지정하고 관 리·운영하는 규정 적용 대상, 신청절차, 인정 절차 등 규정
	부여군 문화관광상품 관리 및 판매 규정	문화관광상품의 관리와 판매에 필요한 사항을 규정 위탁 판매 시 절차, 광고 등 비용 발생 시 부담률, 공급가 책정 및 운영 관 리에 관한 사항

① 천안시 전통업소 및 명인 등 육성 조례

목적 : 천안시에서 전통을 이어

가고 있는 업소 및 최고의 숙련기술을 보유한 명인·명장을 발굴하여 지원함으로써 지역
산업 경쟁력을 높이는 것을 목적으로 한다.

대상요건 : ①전통업소는 천안시에서 동일업종을 30년 이상 운영하여, 전통업소로 계
승·육성할 필요가 있는 업소, ②명인·명장은 동일 분야 및 직종에서 15년 이상 종사하면
서 주민등록과 사업장이 천안시에 소재하고 있는 자로서 정한 자격에 부합되는 사람을 대
상으로 한다.

지원내용 : 전통업소지정서, 명인지정서 교부 및 지정표지판 설치, 보조금 지원, 시 주
관 각종 행사에서 홍보공간 등을 제공한다.

② 아산시 옹기 및 발효음식 전시 체험관 설치운영 조례

목적 : 아산시 옹기 및 발효음식 전시·체험관의 설치운영 및 지원·육성에 필요한 사항을

규정함을 목적으로 한다.

내용 : 운영에 관한 사항으로 옹기전시체험관의 효율적인 운영관리를 위하여 시설의 일부 또는 전부를 법인 또는 단체에 위탁 운영하게 할 수 있으며, 이 경우 시설물 보수 등의 필요한 경비를 지원할 수 있다. 시장(市長)은 옹기 및 발효음식의 대중·전문화를 위하여 체험과정 및 전문과정의 옹기아카데미관을 운영하여야 한다.

③ 서천 한산모시산업특구에 관하여 규제특례 조례

목적 : 서천 한산모시산업특구에 관하여 규제특례에 대한 필요 사항을 규정함으로써 지역의 특화발전을 제도적으로 뒷받침하고 지역경제 발전을 도모하는 것을 목적으로 한다.

정의 : ‘서천 한산모시산업’이란 서천 한산모시를 이용한 음식·음료 및 저마사·현대화 모시제품을 생산·판매하거나, 전통한산모시 사업을 포함한 한산모시현대화사업, 한산모시산업화사업, 한산모시체험관광사업 등 한산모시의 부가가치창출사업을 말한다.

특례 내용 : 해당 특구 내 관련 건축물의 건폐율을 100분의 60 이하, 용적률은 100분의 120 이하로 규제하는 내용과 광고물 등의 표시에 있어서는 해당업소 등의 건물부지 밖에도 표시를 허용하며, 지주이용간판의 규격을 명시하고, 특화사업과 관련한 홍보 간판의 조명방식은 네온·전광 또는 점멸방식 등을 사용할 수 있게 허용하는 옥외광고물 관련 규제를 완화하는 내용을 담고 있다.

④ 충청남도 인정문화상품 운영규정

목적 : 충청남도 내에서 생산·유통되는 우수문화상품에 대하여 인정문화상품으로 지정하고 관리·운영에 필요한 절차 등을 규정하고 있다.

정의 및 범위 : 문화상품이란 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성이 결집되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어문화콘텐츠 포함)와 그 서비스 및 이들의 복합체를 일컬으며, 충청남도 인정문화 상품이란 충청남도 내에서 생산된 상품성과 예술성이 뛰어나고 전통문화가 내포된 상품 중에서 심사위원회의 심사를 통과한 우수 문화상품을 말한다.

적용범위 : 문화산업진흥기본법에 의한 문화상품, 전통공예기술과 조형성을 바탕으로 하는 창의적 공예품, 민·공예품, 공산품, 관광기념품 범주의 가공식품, 지역 자원을 활용한 전통의상·식품이 포함된다.

내용 : 심사위원회 구성 및 개최, 선정 절차, 인정마크 교부에 대한 사항을 담고 있다.

⑤ 부여군 문화관광상품 관리 및 판매 규정

목적 : 부여군에서 이루어지는 문화관광상품의 관리와 판매에 필요한 사항을 규정함으로써 원활한 운영이 이루어지도록 한다.

판매방법 및 운영 : 판매는 직접판매와 위탁판매로 구분, 위탁판매 약정서를 체결, 광고 및 제품구입, 장부(종합일보, 현금출납부, 매출현황, 재고현황)비치에 관한 내용을 담고 있으며, 군수는 부여군 문화관광상품의 효율적인 운영관리를 위하여 부여군이 설립한 공공시설물의 관리를 전문으로 하는 법인 (「부여군 사무의 민간 위탁 촉진 및 관리 조례」에 의한 법인 포함) 또는 단체에 위탁할 수 있다.

2. 관련 조직 및 지원 정책

1) 충청남도 공예 관련 조직 및 단체

(1) 행정 조직 |

충청남도청 내에서 공예문화산업 업무를 관장하는 부서는 문화정책과 내 문화산업팀으로 본래 문화체육관광국 및 현 경제산업실 등에서 각기 부서 고유 특성에 맞는 사업을 담당하다가 문화의 가치 및 지역 문화의 부각에 따라 문화산업과에서 통합하여 맡아왔으며¹⁷⁾, 2015년 충청남도청의 조직 개편에 따라 현재 부서로 이관하게 되었다.

공예문화산업과 관련된 모든 업무를 전담부서에서 전담하기에는 어려움이 따르는데, 개별 종사자인 공예작가의 지원은 문화체육관광국 내에 문화예술과에서 이루어지며, 기업차원의 공예사업체는 경제산업실 내에 기업통상교류과에서 담당한다. 그러나 공예문화산업과 관련된 사업들이 전담부서로 이관되었고 자금지원 정책을 비롯한 문화산업단지 조성 등 기능은 문화정책과 내 문화산업팀의 고유 업무로 명시되어 있다. ‘공예문화산업 진흥법’이 발효가 되면 이러한 업무의 전담현상은 더욱 두드러질 것으로 예측된다.

[표 10] 충남도청의 공예와 관련된 부서 및 주요업무

조직	부서(팀) 명칭	주요업무
문화체육관광국 문화정책과	문 화	-지방 문화산업육성 종합계획 수립 시행 -문화산업진흥지구 및 산업단지 조성에 관한 사항
	예 술	-문화산업관련 해외 협력체계 구축 지원 -문화산업 인력육성 및 창업지원
	문화산업	-문화산업 기반조성 -문화산업관련 저작권 관리에 관한 사항
	문화시설	-민속공예품 개발에 관한 업무 -관광기념품 개발 육성 업무
	문화단지지원	-기타 문화산업 등에 관한 사항

17) 문화산업과 관련된 공모전 사업인 충청남도 공예품대전과 충청남도 관광기념품 공모전은 중앙 주관기관이 산업자원통상부이기 때문에 당시 기업지원과에서 담당하다가 관광기념품 공모전만 관광산업과로 이관되었으며, 다시 두 공모전 모두 문화산업과로 이첩되었다가 현재 문화정책과에서 모두 주관하고 있음

현재 주무부서인 문화산업팀의 전담 업무로는 지방 문화산업육성 종합계획 수립 시행, 문화산업진흥지구 및 산업단지 조성에 관한 사항, 문화산업과 관련한 해외 협력체계의 구축 지원, 문화산업 인력육성 및 창업지원, 문화산업 기반조성, 문화산업관련 저작권 관리에 관한 사항, 민속공예품 개발에 관한 업무, 관광기념품 개발 육성 업무, 기타 문화산업 등에 관한 사항을 들 수 있다.

충청남도 산하 각 시·군의 공예문화산업을 담당하는 부서로는 ‘문화산업팀’, ‘문화예술팀’, ‘문화관광팀’의 명칭으로 편성되어 있으며, 15개 시·군 중 10곳의 지자체에서 ‘문화예술’이라는 부서 명칭을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 지자체의 규모가 클수록 예술 분야와 분리하여 ‘문화’ 또는 ‘문화산업’이라는 단독명칭으로 부서를 별도 편성하고 있는데, 천안시와 공주시, 보령시, 서산시가 이와 같이 별도로 조직하여 부서 명칭에 맞는 업무를 담당하고 있다. 공주시는 기존의 ‘문화산업팀’ 외에 미래전략산업단 산하에 ‘도자(陶瓷)문화시설팀’을 별도로 조직하였는데, 계룡산도예촌을 염두에 둔 것으로 비증 있는 지역의 자원으로 활성화 하려는 구상이 담겨 있다.

[표 11] 공예 업무 담당 충청남도 및 시·군 조직

시군	부서 명칭	공예 관련 주요업무
천안시	복지문화국▷문화정책과▷문화산업팀	- 문화콘텐츠산업진흥에 관련된 업무
공주시	시민국▷문화관광과▷문화산업팀	- 지역특성화문화예술 교육지원사업
	전략사업단▷전략사업과▷도자문화시설팀	- 도자문화 및 시설
보령시	문화공보실▷문화팀	- 문화사업, 문화활동, 문화예술교육
아산시	교육복지국▷문화관광과▷문화예술팀	- 문화콘텐츠산업 관리
서산시	안전자치행정국▷문화관광과▷문화산업팀	- 문화기반시설, 유통관련업 사항
논산시	친절행정국▷문화예술과▷문화예술팀	- 민속공예품 육성지도, 문화 콘텐츠
계룡시	문화체육과▷문화관광팀	- 문화예술 관련 업무
당진시	안전자치행정국▷문화관광과▷문화예술팀	- 문화예술 관련, 문화재단 운영 등
금산군	문화공보관광과▷문화예술팀	- 문화예술 관련 업무
부여군	문화관광과▷문화예술팀	- 콘텐츠산업 진흥 관리
서천군	문화관광과▷문화예술팀	- 문화산업 육성, 콘텐츠산업 관리
청양군	문화체육관광과▷문화예술담당	- 문화이용권 등
홍성군	문화관광과▷문화예술담당	- 콘텐츠산업 관리
예산군	문화체육과▷문화예술담당	- 문화예술계획 수립
태안군	문화예술센터▷문화예술팀	- 문화콘텐츠 개발

(2) 충청남도 산하 조직 및 단체

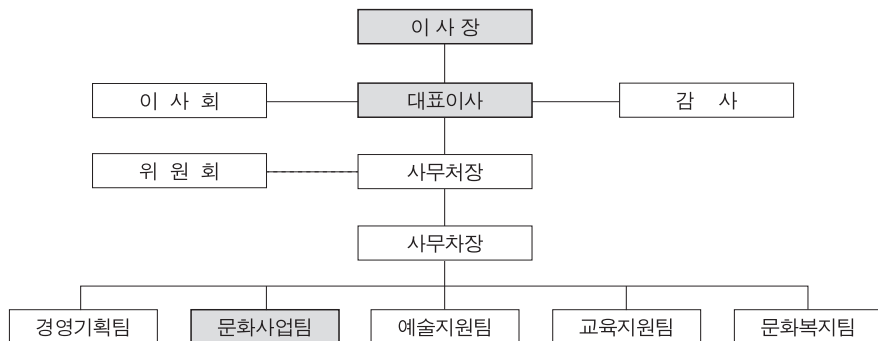
충청남도에서 공예문화산업을 고유 업무로 하는 기관은 아직까지 설립되지 않았으나, 문화라는 포괄적인 관점에서 본다면, 2005년 설립된 충남문화산업진흥원이 이와 같은 목적에 가장 부합하는 성격의 기관으로 들 수 있다. 충남문화산업진흥원은 지역의 특화자원을 소재로 한 창작 콘텐츠를 비롯한 기업 및 개별 프로젝트, 상품 브랜드 개발 등 실질적인 문화 콘텐츠사업 등을 고유 사업으로 수행하고 있다.

그 밖에도 충남문화재단, 충남역사문화연구원, 충남연구원 등이 문화 분야의 사업 및 연구를 수행 할 수 있는 기능을 갖추고 있으며, 출연기관이 아닌 사단법인 형태의 협동조합인 충남공예협동조합이 활발하게 활동을 펼치고 있다.

각 기관 및 단체의 설립 취지 및 기능, 공예와 관련된 수행사업 내용은 다음과 같이 요약 할 수 있다.

① 충남문화재단

2014년 설립된 충남문화재단은 문화예술인의 창작 역량을 강화하고 도민의 문화복지수혜를 공유하기 위한 사업을 기획하여 추진하는 고유 기능을 갖고 있으며, 대표적인 사업으로 문화·예술분야의 전문 작가가 참여, 관내 학교를 비롯한 주민을 대상으로 하는 교육지원사업을 들 수 있다.



[그림 7] 충남문화재단 조직 구성

충남문화재단의 기구는 부서의 기능에 따라 5개 팀으로 구성되었으며, 공예문화산업과 관련된 업무 기능은 아직 갖추어지지 않았으나, 문화산업 분야의 업무는 문화사업팀 소관

으로 문화예술정책 수립 및 진흥시책, 지역협력형 사업, 충남향토문화예술육성지원사업 등의 연관 업무를 맡고 있다.

학교문화예술교육지원사업은 충남 도내(세종시 포함) 각급 학교에 연극, 무용, 만화, 애니메이션, 영화, 공예, 사진, 디자인 등 7개 분야에 예술강사를 파견하는 교육프로그램을 운영 중이다. 이 사업은 충남문화재단의 대표적인 사업으로 예술현장과 공교육의 연계를 통하여 학교 문화예술교육을 전문화, 체계화 하려는 목표를 갖고 있다.

[표 12] 충남도청의 공예와 관련된 부서 및 주요업무

항목	내 용
비전	‘문화예술로 행복한 변화, 풍요로운 충남’
목표	지역 문화예술 창작 역량 강화, 지역 문화예술 대표브랜드 육성, 함께 나누는 행복한 문화복지
추진전략	창작지원, 단체 경쟁력 제고, 네트워크 및 재단 역량 강화, 향토문화 특화 브랜드 개발, 지역 맞춤형 문화복지 실현, 교육체계 구축 및 전문 인력 양성
중점사업	예술가 창작지원 및 상주단체 육성지원, 문화거리조성 및 유흥시설 활용 문화공간 조성, 단체간 소통 강화, 향토문화 특화 브랜드 개발

지역특성화 문화예술교육지원사업은 지역에서 자생적으로 문화예술의 향유기반을 조성하는 한편, 문화예술교육을 통하여 지역사회의 통합에 기여할 수 있는 단체를 공모로 선발하여 지원하는 사업이다. 선발과정은 1차 심사 및 컨설팅▷1차 워크숍▷현장평가▷2차 워크숍▷사례 전시회▷사업결과 발표회 순으로 이루어지며, 충청남도·세종특별자치시가 공동 주최하고 충남문화예술교육지원센터가 주관한다.

[표 13] 학교문화예술교육 지원사업 성과

강사수	운영시수					교육집행				
	초	중	고	특수	계	초	중	고	특수	계
15	2,200	300	60	-	2,610	39	7	1	-	47

꿈다락 토요문화학교 운영사업은 주5일 수업제의 전면 시행과 창의·인성 교육이 요구됨에 따라 학령기의 아동과 청소년을 비롯한 가족을 대상으로 문화예술 소양의 함양 및 소통을 증진시키는 문화예술 교육 역량을 갖춘 단체, 기관, 시설의 교육활동을 지원하는 사업이다. 이 사업 역시 충청남도와 세종시에서 주최하고 충남문화예술교육지원센터에서 주관하여 운영되고 있다.

② 충남공예협동조합

충남공예협동조합은 앞서 언급된 충청남도의 출연기관과는 성격이 다른 사단법인 형태로 충남의 문화 전통과 공예문화산업을 계승·발전시키기 위한 목적으로 1983년 설립되었다. 현재 110명의 조합원으로 구성되어 있으며, 충남의 지역 공예문화산업 및 공예인을 위한 발전 방향 수립, 고품질 공예품 생산, 실생활에 적합한 공예품 생산과 유통 구조의 확립을 통한 지역 경쟁력 및 생산성 향상을 목표로 하고 있다.

충남공예협동조합의 주요 기능은 아래 표와 같이 공동구매 및 판매사업, 사업 기획 및 품질·생산성 향상 지도, 신상품 개발, 정보화 교육을 수행하고 있으며, 공주시, 당진시, 부여군 등에 공예품 상설 판매장을 개설하여 운영하고 있다.

[표 14] 충남공예협동조합의 기능

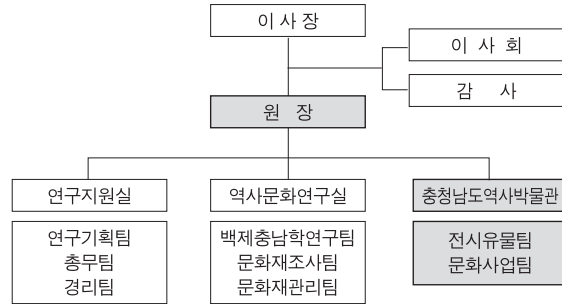
사업명	내 용
공동구매 및 판매사업	- 정부 등 공공기관과 연합회를 통한 단체 수의 계약 체결 - 원부자재 국내외 공동구매 및 공동판매 - 공예품 판매촉진, 백제전통 공예상품 판매/교류전
기획 및 지도사업	- 공예품전시장 입점을 위한 품질관리 - 공예품 생산성 향상 지도 및 교육
신상품 개발	- 공예품대전 및 관광기념품공모전을 통한 상품개발 의욕 고취 - 공예품대전 지방 예선대회 주관 - 일반 공예인의 참여 확대 - 새로운 공예품 개발과 우수공예품 제작 지원
정보화 사업	- 조합원 정보화 진단 및 지도 사업 - 조합원사 인터넷 홈페이지 개설 안내 - 조합가입 신청에 따른 심사 등

③ 충남역사문화연구원

2004년 충남역사문화원으로 개원한 충남역사문화연구원은 충남도 내에 있는 역사와 문화자원을 체계적이고 종합적으로 조사·수집·연구를 통하여 충남의 문화적 정체성 확립과 위상 정립에 기여하고 있으며 문화와 관련된 기능으로는 전통문화를 기반으로 하는 유·무형 문화유산의 조사 및 역사문화 원형소재를 발굴하고 이를 연계한 콘텐츠 산업분야의 연구를 수행하고 있다.

충남역사문화원의 문화관련 사업은 부설조직인 충청남도역사박물관에서 주도적으로

수행하고 있으며, 충남지역의 역사·민속 소재를 원형 콘텐츠화 하여 문화상품으로 개발하는 연구 사업을 진행하여 성과를 이루어내고 있다.

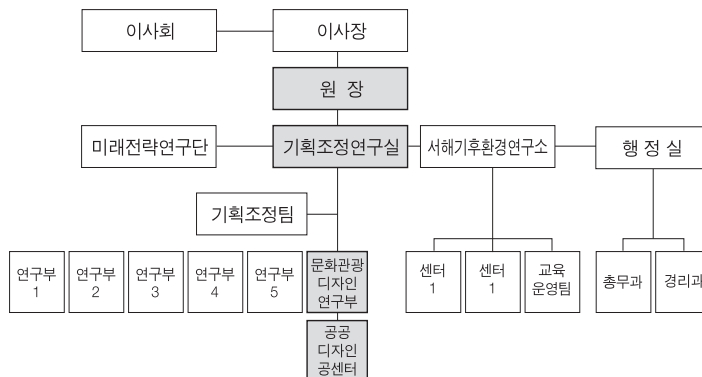


[그림 8] 충남역사문화연구원 조직 구성

④ 충남연구원

1995년 개원한 충남연구원은 충청남도의 충남도 및 각 시·군의 출연에 의해 설립된 종합연구기관으로 개원 초기부터 다른 지자체 연구원과 달리 산업디자인팀을 조직하여 운영하고 있으며, 2009년에는 공공디자인클리닉센터를 원내에 구성하여 충청남도 및 시·군에 디자인 컨설팅과 디자인 지원을 통해 공공디자인을 파급시키고 있다.

문화정책과 관련된 부서로는 문화관광·디자인연구부에서 지역의 문화·예술 정책을 연구하는 기능을 갖추고 있고, 디자인 분야에서는 중소기업의 포장디자인 및 브랜드 개발을 지원하는 기능을 갖추고 있으며 문화와 디자인이 결합된 성과를 도출하고 있다.



[그림 9] 충남연구원 조직 구성

충남문화산업진흥원을 비롯한 기관 및 단체는 문화와 관련된 기능 및 역량에 있어 각기 다른 차별성을 보이고 있다. 충남문화산업진흥원이 천단문화산업을 지향한다면 충남역사문화원은 전통문화의 재발굴과 재조명에 주요 기능을 갖추고 있어 제각기 차별된 기능의 특성을 적합한 활용이 요구된다. [표15]는 각 기관의 설립 목적 및 공예산업과 관련된 기능을 요약 하였다.

[표 15] 충청남도 내 공예 관련 기관 및 단체의 활동 현황

기관/단체	설립 목적 및 활동
충남문화산업 진흥원	지식기반 첨단 문화산업의 중심지로서의 인프라 구축과 이를 통한 벤처기업의 육성 및 관련 산업의 경쟁력 강화와 발전에 기여하기 위하여 2005년 11월 개원
	지역특화자원 창작콘텐츠 및 브랜드 개발
충남역사 문화연구원	충남의 역사문화에 대하여 종합적이고 체계적인 발굴·조사·연구를 통해 현대에 재조명하고 후세에 계승·발전시켜나가기 위해 2004년 개원함
	공예와 관련된 사업은 유·무형의 역사 문화유산을 기반으로 원형 소재를 발굴하여 콘텐츠 산업분야를 지원하는 역할을 하고 있음
충남문화재단	지역 문화예술 창작역량 강화, 지역 문화예술 대표브랜드 육성, 문화복지의 공유를 위하여 2014년 개소하였음
	공예와 관련된 사업은 예술가 창작 지원 및 상주단체 육성 지원이 있으며 구체적으로 학교문화예술교육, 지역특성화 문화예술교육지원사업, 꿈다락 토요문화학교 운영 사업 등 문화예술교육 지원사업을 시행하고 있음
충남연구원 및 충남공공디자인센터	충청남도과 시·군의 중장기 개발 및 지역경제 진흥을 위한 조사 분석·연구개발을 통해 정책을 개발·제시함으로써 지역균형발전과 경제력 향상에 기여하려는 목적으로 1995년 설립
	충남연구원 내 디자인 부서에서 도내 중소기업의 디자인 지원 기능을 수행하기 시작하여 현재는 공공디자인 부문에 주력하고 있음
충남공예 협동조합	지역 공예문화산업의 발전 방향 수립, 고품질 공예품 생산, 실생활에 적합한 공예품 생산과 유통 구조의 확립을 통한 지역 경쟁력 및 생산성 향상을 목표로 1983년 설립, 공예품전시판매장 운영
	공동구매/판매사업 : 정부 등 단체 공동 판매, 원자재 공동구매, 판촉 기획 및 지도사업 : 품질관리 및 생산성 향상 교육, 지도 신상품 개발 : 공모전 주관으로 신상품 및 우수공예품 개발 장려 정보화사업 : 조합원 정보화 진단, 홈페이지 개설 안내, 조합가입 심사

2) 지원 정책

공예문화산업 활성화와 관련된 정책과 사업은 새로운 공예품 개발과 판매 증진이 절실한 공예인이나 생산 기반 및 시장 개척이 미흡한 공예산업체에게 새로운 동기 부여와 위기를 돌파할 수 있는 계기로 활용된다. 공예지원 정책과 사업은 크게 중앙부처 사업과 지방자치단체 사업으로 구분할 수 있는데, 중앙부처의 경우 여러 부처에서 정책과 사업이 이루어지고 있어 주관 부처에 따라 사업 성격이 구분되고 있다.

중앙부처 중 공예분야를 직접 다루는 정책 및 사업은 대부분 문화체육관광부에서 기획되어 운영되고 있다. 부처뿐 아니라 산하기관인 한국문화재단, 한국문화재보호재단, 한국공예·디자인문화진흥원, 국립박물관문화재단의 주관으로 교육 프로그램을 비롯한 국가 지정 중요무형문화재의 지정과 승계자 지원 등의 사업을 진행하고 있다. 문화체육관광부의 지원 사업 중 지방자치단체와 밀접한 사업으로는 지방자치단체의 유희 공간을 활용하는 지역 공예공방 및 전시판매장 설치 지원사업이 있다.

지식경제부에서는 공예품의 산업화를 위한 방안으로 전국공예품대전을 매년 개최하며 공예산업체의 경영안정을 위한 기술지원 및 재정(금융) 지원 사업을 하고 있다. 그밖에도 공예품대전 등 공모전에 입상한 우수한 공예품에 대한 우수성을 인증하는 우수공예품인증을 실시하고 있다. 고용노동부에서는 한국산업인력공단 및 글로벌숙련진흥원이 주관하여 대한민국 명장을 선정하고 있으며, 예비 명장 단계인 숙련기술전수자를 선정하는 사업을 진행하고 있다.

기획재정부에서는 중요무형문화재 및 대한민국 명장을 대상으로 정부조달전통공예품제도를 실시하여 공예품의 판로를 지원하는 사업을 펼치고 있다.

지방자치단체 차원의 지원 정책으로는 관광 정책과 결부시켜 공예품이 대중에게 보다 가깝게 접근하는 방안으로 공예품을 관광기념품화하여 판로를 확대하는 정책을 수립하여 추진하고 있다. 개별적인 지원 사업으로는 판로 및 유통 증대를 위한 사업, 중앙 공모전의 지역 예선 공모전 개최, 시장 확대를 위한 국내·외 전시 지원, 거점 지역에 공예품 전시관 설립 및 운영 지원, 신상품 개발 지원 사업 등 각기 지역의 여건과 수요에 맞는 정책과 사업들이 구상되어 진행되고 있다.

1) 중앙부처 지원 정책

① 지역공예마을육성

공예·디자인의 생활화를 목표로 공예마을로 발전 가능성이 높은 지역을 대상으로 지역 공예마을로 선정하여 컨설팅 지원을 하는 사업이다. 지역의 공예인에게는 다양한 분야의 지원책을 수립하고 전문가의 컨설팅을 통해 바람직한 지역공예마을 모델을 제시하는 게 되며, 지역민들에게 우리 마을 공예공방 정보를 제공하고 공예가들에게 친숙하게 다가갈 수 있는 계기를 마련하는 것을 목적으로 한다.

[표 16] 지역공예마을 육성사업

대상	공예·디자인의 생활화를 목표로 공예마을로의 발전 가능성이 높은 지역	
사업 내용	지역 공예인들을 위한 분야별 다양한 지원책 수립, 전문가 컨설팅을 통해 바람직한 지역공예마을 모델 제시 지역 거주민들에게 우리 동네 공예공방의 정보를 제공함으로써 공예가 대중들에게 친숙하게 다가갈 수 있도록 계기 마련	
주요 사업 내용	DB 구축, 스토리텔링화, 도자 공예 / 죽 공예 문화교류, 국내 공예 선진지 교류, 탐방·소통	공동브랜드 - CI/BI 공동 브랜드 제작 - 산업재산권 출원 및 등록
	교육 프로그램 - 산·학·연·관·민이 함께 하는 세미나 개최 - 인력 양성을 위한 교육 프로그램 운영 - 도자기 전문 토크콘서트	디자인 개발 지원 - 콘텐츠 제작 (애니메이션, 캐릭터 상품화 등) - 공예상품 패키지 및 시제품 제작
	체험 프로그램 - 지역 축제 공예프로그램 개발	홍보 활성화 - 시각 홍보물 및 웹사이트 제작
주관기관	한국공예·디자인문화진흥원	

② 한국전통공예건축학교

한국문화재단의 문화유산교육원 주관으로 운영되는 문화유산교육 프로그램의 하나로 전통문화의 전승보급과 문화유산을 이해하고 가치를 알게 하여 문화복지 향상에 기여하기 위해 마련된 과정이다. 실생활에 사용하는 전통 생활 공예품인 침선, 자수보자기, 색실누비, 전통누비, 소목, 전통악기를 연마·제작하는 단기 교육과정이다.

[표 17] 한국전통공예건축학교 강좌 내용

대상	전통공예에 관심 있는 일반인 및 관련 종사자
기간/수강료	주 1회, 총 30시간~36시간, 강좌에 따라 27만원~33만원/재료비 10만원~30만원
수강과목	침선, 자수보자기, 색실누비, 전통누비, 소목, 전통악기
주관기관	한국문화재단/문화유산교육원

③ 한국전통공예건축학교

한국문화재단과 한국문화의 집 주관으로 운영되는 ‘전통공예디자인강좌’는 관련 전공자, 종사자 및 창업 준비자를 대상으로 전통공예와 디자인의 조화로 창조적 발상을 유도하며, 전통공예의 현대적 활용방법을 체득하게 하여, 미래 경쟁력을 갖춘 공예디자인 전문가 육성을 목표로 한다.

[표 18] 전통공예디자인강좌 강좌 내용

대상	공예 및 디자인 관련 전공자, 종사자 및 창업 준비자
기간/수강료	주 2시간, 총15주, 35명/수강료 45만원/2015년 기준
수강과목	문화상품과 디자인, 한국공예미학, 전통공예의 창조적 활용, 문화상품개발 기획, 전통공예의 활용 사례, 디자인 경영, 상품 마케팅 기획 및 유통, 디자인실기, 현장학습
주관기관	한국문화재단/한국문화의 집

④ 전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육

한국공예·디자인문화진흥원에서 운영하는 ‘전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육’은 전통공예문화산업 종사자를 대상으로 전통공예와 현대 디자인산업의 융합교육을 통해 현대화·산업화로 대중과 소통할 수 있는 고품질 브랜드 상품을 개발할 역량을 육성하여 새로운 시장을 개척할 기반 마련을 목표로 한다.

[표 19] 전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육 내용

대상	전통공예문화산업 전문가, 신진작가, 공예장인, 디자이너
기간/수강료	3개월, 40명/주관기관에서 모든 비용 부담
지원분야/특전	도자공예, 목공예, 한지공예/교육지원, 개발지원, 전시지원
주관기관	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원

⑤ 문화디자이너 양성교육과정

한국공예·디자인문화진흥원에서 운영하는 ‘문화디자이너 양성교육과정’은 공예·디자인 분야의 콘텐츠 기획 관련 종사자들을 대상으로 하는 교육과정이다. 문화의 개념과 본질을 보다 깊이 이해하여 진정한 우리의 문화를 담아낼 수 있는 문화역량이 강화된 전문 디자이너로 성장할 수 있는 교육 기회 제공을 목표로 한다.

[표 20] 문화디자이너 양성교육과정 내용

대상	공예 및 디자인 분야 콘텐츠 기획 관련 종사자
기간/수강료	2개월 2시간, 10회, 강좌당 30명/10만원
수강과목/특전	사용자 중심의 문화, 공예 디자인 기획발상, 현장탐방, 매듭 디자인 실습과 현대적 활용, 전통 한지의 현대적 활용/수료증 수여, 관련 전문가 네트워크 구축
주관기관	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원

⑥ 문화상품 위탁공급 업체 및 문화상품 공모

국립박물관문화재단에서 시행하는 ‘문화상품 위탁공급 업체 및 문화상품 공모’는 국립박물관 내 문화상품점에서 판매되는 문화상품의 품질을 향상시키며 위탁공급업체를 선정함으로써 관련 산업의 육성과 활성화에 기여하는 사업이다.

[표 21] 문화상품 위탁공급 업체 및 문화상품 공모 내용

대상	공예품 분야(금속, 도자, 섬유, 나전, 목공예 등)
선정절차/ 기준	1차 서류 평가, 2차 견본상품 평가/상품성(30%), 적합성(30), 판매성(30), 수수료율(20)
후속사항	선정된 제안 업체는 문화상품 위탁공급 업체로 선정, 문화재단과 위탁상품 판매계약 체결
주관기관	국립박물관문화재단

⑦ 우수관광기념품 개발·유통자금 융자

대한민국관광기념품공모전 입상자(업체)에게 개발·유통자금을 저리로 융자하여 우수관광기념품을 지속적으로 개발하며, 대량 생산 및 전국 단위의 유통체계 구축을 지원함으로써 국내 관광기념품 산업을 육성하기 위한 자금지원 사업이다.

[표 22] 우수관광기념품 개발·유통자금 용자 내용

용자 대상	1순위 전국대회 입상자(업체) 수상 순, 2순위 지역 예선 입상자(업체), 3순위 지난해 본선 입상자(업체)
용도	개발·제작 및 유통 소요 인건비, 재료비, 장비구입비, 디자인 비용
용자 개요	총 30억원, 연리 3%, 1순위 : 7,000만원 이내~1억원 이내, 2순위 : 6,000만원 이내, 3순위 : 5,000만원 이내
주관기관	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원

⑧ 대한민국명장 선정

산업 현장에서 요구되는 최고의 숙련기술을 보유하고 있다고 인정되는 사람이나, 숙련기술의 발전이나 숙련기술자의 지위 향상에 크게 기여하였다고 인정되는 사람을 명장으로 선정하여 일시장려금 및 계속종사장려금의 지급 등 지원을 하는 제도이다.

[표 23] 대한민국명장 선정 내용

선정 분야	공예분야 : 목칠공예, 도자기공예, 석공예, 보석 및 금속공예, 자수공예, 인장공예
신청자격	해당직종 15년 이상 종사, 숙련기술 보유정도 높은 자, 기술발전 성과가 우수한 자, 숙련기술인 지위 향상을 위한 성과가 우수한자, 해당 직종의 산업화 및 현대화 실적인 우수한자
선정 절차	서류 검토 및 사실 확인, 현장실사, 국민의견 수렴, 면접심사, 선정 및 발표
우대사항	증서 및 휘장, 명패 수여, 일시장려금 지급, 계속종사장려금 지급, 선진국 산업시찰
주관기관	고용노동부/한국산업인력공단

⑨ 숙련기술전수자 선정

산업현장의 숙련기술 전수자와 전수대상자를 선정·지원하여 숙련기술의 발전과 사회적 인식제고에 기여하기 위한 제도이다.

[표 24] 숙련기술전수자 선정 내용

선정 분야	선추, 황칠, 금은세공, 등매, 금속상감, 전통연, 노약개, 전통먹(세대간 단절 우려가 있는 직종)
신청자격	전수자, 해당 직종 산업현장에서 15년 이상 종사한 숙련기술자
선정 절차	서류 검토 및 현지 확인 심사, 면접 및 종합심의, 선정자발표, 시상 및 증서 수여(10명 이내) 및 사실 확인, 현장실사, 국민의견 수렴, 면접심사, 선정 및 발표
우대사항	지원금, 훈장, 명판 및 증서, 기능대학 교원 자격
주관기관	고용노동부/한국산업인력공단

⑩ 우수 숙련기술자 선정

산업현장의 생산 업무에 종사하는 우수 숙련기술자를 선정·우대하여 숙련기술에 대한 사회적 인식을 제고하고 자긍심을 고취시켜 산업경쟁력 향상에 기여하려는 제도이다.

[표 25] 우수 숙련기술자 선정 내용

선정 분야	목칠공예, 도자기공예, 석공예, 보석 및 금속공예, 지수공예, 인장공예
신청자격	숙련기술을 보유하고 해당 직종에서 7년 이상 생산 업무에 종사하고 있는 근로자 또는 기업체 대표자 중 종사기업체 대표
선정 절차	서류 검토 및 사실관계 확인, 면접심사, 선정자발표, 시상 및 일시장려금 지급(10명 이내)
우대사항	증서 수여, 일시장려금 지급, 대학입학금 지원, 정기근로감독 면제
주관기관	고용노동부/한국산업인력공단

⑪ 중요무형문화재 공예강습 지원사업

문화재청 국립무형유산원(한국문화재단)에서 일반 시민을 대상으로 중요무형문화재로 지정된 종목 중 공예에 해당되는 분야의 활성화와 전통문화의 저변 확대를 위하여 시행하는 사업이다.

[표 26] 중요무형문화재 공예강습 지원사업 내용

교육 대상자	중요무형문화재(공예종목) 보유자, 전수조교, 이수자
대상/내용	일반 시민을 대상으로 중요무형문화재 무료 강습
강의 횟수	강사 2명, 강습 횟수 10회 내외(회당 3시간)/강습비, 재료비, 홍보비 및 강사료 지원
선정기준	일반 시민 대상 중요무형문화재 강습, 공예종목 중 전승취약 종목 우선, 전통공예 활성화, 사업 효과상 감안수여, 일시장려금 지급, 대학입학금 지원, 정기근로감독 면제
주관기관	고용노동부/한국산업인력공단

⑫ 전통공예 활성화 및 제작유통 지원사업 (보조사업자 선정)

현대적인 소비와 향유가 가능한 전통공예상품의 시장 경쟁력 강화와 활성화를 위해 디자인 개발, 전통공예품의 판로 확대 및 전통공예품의 홍보, 마케팅 전략 구축 지원사업으로 활성화 지원사업과 제작 유통 지원사업으로 구분하여 이루어진다.

[표 27] 전통공예 활성화 및 제작유통 지원사업 내용

대상자	사업 수행 능력을 갖춘 무형문화유산 관련 법인으로 '국가를 대상으로 하는 계약에 관한 법률 시행령' 제 12조에 의한 자격을 갖춘 자
사업 내용	활성화 지원사업(이수자 전승활동 지원, 무형문화재 공예 판로 확대, 공예작품 재외공관 대여 및 활용), 제작 유통 지원사업 : 전통공예품 디자인 개발
기간/지원금	9개월/1억 5000만원, 2억원, 3억 6500만원
선정 기준 및 방법	일반 시민 대상 중요무형문화재 강습, 공예종목 중 전승취약 종목 우선, 전통공예 활성화, 사업 효과상 감안수여, 일시장려금 지급, 대학입학금 지원, 정기근로감독 면제
주관기관	문화재청/국립무형유산원

⑬ 대한민국공예품대전

우수공예품을 발굴·시상함으로써 공예문화산업의 발전을 도모하고, 우수공예품의 수출 및 판로기반을 조성하기 위한 공모전이다.

[표 28] 대한민국공예품대전 내용

대상	16개 시·도의 공예품을 생산하는 중소기업 또는 개인 (지역예선 통과)
지원 내용	대통령상 등 256여점 시상 및 전시, 판매장터 운영(80여개), 백화점 입점 등 판로망 알선, 제품·포장디자인 개발 등 상품화 지원
운영 절차	공고 → 지역예선 신청 및 접수 → 지역심사 및 선정 → 본선 신청 및 접수 → 본선 심사 및 선정 → 시상식 및 전시회
주관기관	중소기업청, 한국공예협동조합연합회

⑭ 지역연고(전농)산업육성사업

지역 기업 및 주민 주도로 지역 내 특색 있는 자원 + IT·BT·NT 등 첨단기술의 융복합을 통해 부가가치를 창출하는 지역연고(전통)산업을 발굴·지원하기 위한 사업이다.

[표 29] 지역연고(전농)산업육성사업 내용

대상	지역전략산업 외 새로운 자원으로 일자리 창출 및 소득증대를 발생시키는 지역특화산업분야
지원 내용	출연금 형식(국비, 지방비, 민간부담금 대응자금 방식), 3년, 18억 내
신청자격	지역 내 연고자원의 산업화를 위한 인프라가 구축되어 있고, 내외부 기관과의 컨소시엄 구성 등 기업지원기능이 가능한 산·학·연·관 및 기업지원기관/주관기관 및 3개 이상 기관이 참여한 사업단 구성
주관기관	산업경제통상부

3) 충청남도 지원 정책

① 신제품 개발 장려금 지원

공예품 신제품 개발을 장려하기 위한 지원제도로 상품개발에 소요되는 기획 및 디자인 과정에 외부 전문가의 컨설팅이 이루어지도록 하는 지원사업이다.

[표 30] 신제품 개발 장려금 지원 내용

지원 대상	충청남도 내에 주 사업장 및 생산시설을 갖춘 업체
지원 자격	자치단체(시군) 1차 추천
선정 방법	공모에 제출한 제안서를 선정위원의 심사를 통해 선정
지원 규모	개별 사업비 : 10개 업체, 업체당 600만원 총사업비 : 7,000만원(도비 3,000만원, 시군비 3,000만원) 자치단체경상보조금

② 공모전 입상작 상품화 지원

중앙 및 도내 공예품 공모전에 입상한 작품이 상품화로 완성되는 것을 지원하는 사업으로 상품화를 위한 브랜드 개발 및 포장디자인에서 전문가의 컨설팅이 지원되도록 한다.

[표 31] 공모전 입상작 상품화 지원 내용

지원 대상	공예품 공모전 입상 업체 (도 및 전국 공모전)
지원 내용	제품포장 및 디자인 개발, 브랜드 개발·홍보, 전문가 자문 등
선정 방법	공모에 제출한 제안서를 선정위원의 심사를 통해 선정
지원 규모	개별 사업비 : 16개업체, 개소당 500만원 총사업비 : 3,000만원 (단체경상보조금)

③ 충남공예품대전 개최

[표 32] 충남공예품대전 개최 내용

공모 방향	문화적 특성 및 독창적, 관광상품으로서 가치가 높은 작품
사업 내용	지역공모 및 우수 작품 선정·시상 입상작 : 중앙 공모전 출품, 익년도 상품화 지원사업 응모자격 부여
사업비	4,050만원 (민간행사사업보조금)
사업주관	충남공예협동조합

⑤ 해외전시 판매전

[표 33] 해외전시 판매전 내용

시기 및 장소	9~10월 중, 미국 LA (미국LA 한인축제 연계)
참가업체	5~7업체 내외+조합 판매 대행(20개정도), 공개모집
사업 및 지원 내용	문화상품 전시·판매, 해외시장 판로개척 등 물류비, 행사장 임차료, 홍보 및 부대행사비 등
사업비	4,000만원 (민간경상사업보조금)
사업주관	충남공예협동조합

⑥ 국내전시 판매전

[표 34] 국내전시 판매전 내용

시기 및 장소	12월 중, 서울 코엑스
참가업체	지역 우수 문화상품(공모전 입상작, 인정문화상품 등)
사업 및 지원 내용	물류비, 행사장 임차료, 홍보 및 부대행사비 등
사업비	2,000만원 (민간경상사업보조금)
사업주관	충남공예협동조합

⑦ 충청남도 인정문화상품 지정 및 컨설팅

충청남도 내에서 생산된 상품성과 예술성이 뛰어나고 전통문화를 간직한 상품 중에서 충청남도 인정문화상품으로 지정하고 관리·운영하는 제도이다.

[표 35] 충청남도 인정문화상품 지정 및 컨설팅 내용

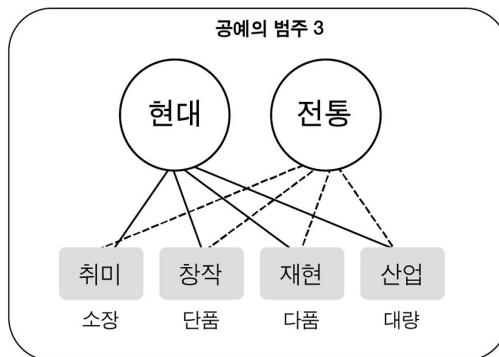
공모 자격	도내 생산시설 또는 주소를 두고 있는 업체 또는 개인
선정 방법	지정공모 및 상품심사, 현장실사, 종합평가
사업 내용	인정문화상품 지정(1개 상품 이상) 및 컨설팅
근거규정	충청남도 인정문화상품 운영규정
사업주관	충청남도 (문화정책과)

4) 소결

공예가 지닌 산업과 예술의 경계라는 특성에서 기인된 모호함은 공예문화상품이나 공예문화산업을 정의하거나 관련 정책을 구상·실행하는 과정에 혼란을 주는 요인이 되고 있다. 따라서 다각도의 합리적 관점에서 기획, 제작, 유통에 이르는 관련 종사자들이 보편적으로 수공이 가는 영역 구분과 분류 체계가 정립되어야 한다.

기존 공예 범주의 분류 체계는 ‘예술성’과 이에 대립되는 ‘상품성’의 정도에 따라 예술공예와 산업공예로 크게 구분한 후, 그 중간 단계에 취미공예와 전통공예를 배치하는 구조이다. 취미공예는 상품성 보다 예술성이 약간 우위를 보이는 단계이며, 전통공예는 반대로 상품성이 예술성 보다 높게 나타나고 있는 것으로 보고 있다. 이 분류 체계에서 예술공예와 산업공예를 구분하는 기준으로 작가에 의한 공방에서의 단품 창작은 예술공예, 공예산업체에서의 대량생산 유형을 산업공예로 구분하고 있다. 그러나 이 두 가지 유형 사이에는 보다 많은 단계가 존재하며, 두 범주의 중간 과정을 대표하는 유형으로 취미공예와 전통공예를 들기에는 유형의 성향이 적합하지 않다.

이 분류 체계가 가지고 있는 모호함을 보완하여, ① 공예품의 재료, 기법, 추구하는 시대를 종합한 성격에 따라 현대와 전통으로 이분한 유형을 근간으로, ② 생산(창작) 방식에 따라 4단계 유형으로 분류하는 것을 기본 구조로 하고 있다. 4단계 유형으로 단품을 만드는 일품(一品) 공예는 창작공예, 동일한 형태를 여러 점 반복하여 제작하는 유형은 재현공예, 대량 생산방식의 공예는 산업공예로 분류하며, 취미공예는 창작품을 판매하지 않는다는 전제하에 별도로 분리하여 [그림 10]과 같이 분류체계를 제시한다.



[그림 10] 공예범주 제안

2015년 11월부터 『공예문화산업 진흥법』이 시행됨에 따라 관련 정책의 수립 및 진행 양상에 변화가 전망된다. 그동안 부분적·산발적이거나 전승과 보존 위주의 소극적으로 펼쳐졌던 관련 정책이 견고하고 체계적인 방향으로 전환되어 공예문화산업이 국민의 문화적 삶의 질을 높이는 동시에 우리 경제 발전에 기여할 것으로 기대된다. 이에 따라 그간 원거리에서 지원이 이루어지던 관련 법률과 공예문화산업 진흥법의 관계를 살펴보고 충청남도의 새로운 공예진흥을 위한 정책 수립 방향설정 및 기준으로 활용하여야 한다.

문화재보호법에 의해 지원이 이루어지는 제도로 국가지정 무형문화재와 충청남도 지정 무형문화재를 비롯하여 산업인력공단에 의해 선발되어 지원이 이루어지는 대한민국 명장 선정제도가 있다. 이 제도는 단지 선정 당사자 뿐 아니라 작게는 전승자 양성을 비롯하여 크게는 선정을 기반으로 하여 해당 지역을 전통공예단지로 특성화 할 수 있는 파급력을 갖추고 있다. 국가지정 무형문화재를 살펴보면 선정된 전통공예 분야 47종목 가운데 충청남도가 보유한 종목은 한산모시짜기(제14호/서천), 바디장(제88호/서천), 대목장(제74호/예산), 목조각장(제108호/금산) 등 4종목에 달한다. 이중 한산모시짜기는 식물 원단 제작이며, 바디장은 모시를 직조하는 도구, 대목장은 건축 분야로서 공예와는 거리가 있으며 목조각장 한 종목만이 공예와 직접 관련 있는 종목에 해당된다.

충청남도 지정 무형문화재 중 공예와 연관있는 종목은 한산세모시짜기, 지승제조, 보령남포벼루제작, 공주탄천장승제, 서천대목장, 예산소목장, 서천부채장, 태안설위설경, 청양춘포짜기, 홍성댕댕이장, 천안단청장, 웅기장, 대장장, 침선장, 목조각장, 칠장, 석장이 있으며, 서천 바디장, 홍성지승제조, 홍성 댕댕이장, 보령남포벼루 등의 종목은 보유자가 이미 사망했거나 전수자가 없는 형편이다.

공예 및 공예산업에 대한 지방자치단체의 관심 정도를 알 수 있는 충청남도 및 각 시·군의 공예 관련 조례와 시행 규칙(정)의 제정 사례를 보더라도 5건에 지나지 않아 다른 지자체와의 수적으로 열세를 보이고 있어 행정에서의 공예분야에 대한 무관심으로 비추어질 수 있다.

[표 36] 광역지자체 별 공예관련 조례 및 규칙 보유 현황

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	전북	전남	경북	경남	제주
인원	7	7	3	11	10	8	7	4	47	43	32	37	61	33	30	4

*문화재청 자료 재구성

제3장 충청남도 공예산업 실태 및 수범사례

1. 충청남도 공예품 현황

1) 충청남도 공예품 유형 및 특성

(1) 충청남도의 문화적 특성

충청남도에서 창작·제조되어 판매가 이루어지는 공예품에 담긴 주제를 비롯하여 재질이나 제작 기법 등을 살펴볼 때, 어느 지역의 공예품과 구분되어지는 차별성을 발견하기 어렵다. 이와 같이 공예품의 재료나 제작 방식을 비롯해 외관의 형태나 사용되는 문양이 지역 특성보다는 보편성을 띠고 있는 경우가 대부분으로 공예품의 유형 및 판매 목적에 따라 달라질 수 있다. 이와 같은 공예품의 성격을 결정짓는 요인 중 공모전의 지침이 큰 영향을 미치고 있다. 대표적 공모전인 대한민국공예품대전을 살펴보면 출품 요강에 언급된 ‘전통 공예의 기술과 조형성 등을 바탕으로 현대적 디자인 트렌드에 부합되며, 아름다움과 상품성이 결합된 창의적인 공예품’이라는 요구조건은 ‘전통공예에 기반을 두고 현대적인 감각의 디자인으로 마무리된 심미성과 실용성을 갖춘 창작품’이라는 창작 방향 및 영역을 분명하게 제시하고 있다.

또 다른 대표적 공모전인 대한민국 관광기념품 공모전을 살펴보면 관광기념품의 범위가 공예품을 비롯한 민예품, 공산품, 가공품, 식품, 융·복합상품에 이르기까지 광범위하

며, 관광기념품으로서 목적에 부합하기 위해 공예품에 비해 다양한 면을 보여주고 있다. 구체적인 공모지침에서도 이러한 주제의 제시가 나타나고 있는데, ‘한국특성화 분야’와 ‘지역특성화 분야’로 구분하여 우리나라의 전반적인 문화적 특성 뿐만 아니라 특정 관광지나 지역의 문화적 특성을 반영하여 해당 장소에서 원활한 판매를 염두에 두고 있다. 이와 같이 지역의 독창성이나 고유성을 부각하거나 또는 지역적 특성이 탈피된 상품방향을 교정하기 위해서는 해당 공예품의 명확한 유형과 시장 판단이 우선되어야 한다.

충청남도 공예품에 지역의 특성을 담기 위해서는 먼저 충청남도가 지니고 있는 역사성·전통성·민속성·지리적 특성을 비롯하여, 지역의 환경과 산물이 지역민의 삶과 정서와 결합하는 과정의 고찰을 통해 적용가능한 충청남도의 특성(characteristic)과 개성(personality)을 찾아내어 정제·가공하여 상품화의 소재로 활용하여야 한다.

충청남도의 특성을 결정짓는 여러 요인 중에서 백제의 왕도였던 공주와 부여가 위치해 있는 백제의 계승지로서의 정체성이 다른 요인에 비해 상위 개념에서 결정적으로 작용하고 있다. 백제가 추구했던 본질인 국제성과 소박·화려하며 품격과 인간미가 담긴 백제의 미(美)¹⁸⁾는 지금의 충남 모습을 형성하는 밑바탕이 되고 있으며, 금제관식을 비롯한 무령왕릉 출토 유물과 백제금동대향로가 보여주는 수준 높은 금속공예의 맥락 재현과 재창조가 요구된다. 이와 같은 백제 소재는 공주와 부여를 비롯한 이웃 익산지역이 유네스코 세계문화유산 등재를 계기로 백제문화의 본질이 담긴 형상화와 파급이 요구되고 있으며, 이를 충족시킬 방안으로 백제문화를 재현하는 공예상품화가 대두되고 있다.

이보다 앞서 2011년 11월 유네스코 인류무형유산에 등재된 한산모시 또한 충청남도의 전통성이 깃든 대표 소재로 들 수 있다. 유래가 1,500년 전 백제시대까지 거슬러가는 한산모시는 수요가 많던 조선시대부터 모든 생산 지역 중에서도 그 품질이 섬세하고 색깔이 단아하여 모시의 대명사로 불려왔다. 한산모시의 제사·직조 과정은 1967년 1월 중요무형문화재 제14호로 지정되었고, 현재는 한산모시특구 지정 등으로 현대화 사업 및 산업화에 주력하고 있다.

충청남도 보령은 고급 벼루 재료인 청석과 비석돌이나 조각에 쓰여지는 남포석이 생산되는 곳이다. 이 지역에서는 중생대 퇴적암층에 생성된 질 좋은 점판암이 산출되는데, 진흙층은 청석으로 모래층은 단단한 오석으로 변한 것이다. 특히 백운사 근처에서 나는 질

18) 백제의 미(美)는 ‘검이불루 화이불치(儉而不陋 華而不侈), 소박하되 누추하지 않고, 화려하되 사치스럽지 않다’로 표현된다.

좋은 벼룻돌을 백운상석이라 한다. 이 곳 지명이 과거에 남포현이었기 때문에 이곳에서 생산되는 벼루를 남포벼루라 하고 그 중에서도 석락연, 금사문연, 은사문연, 백운진상석연을 으뜸으로 쳐주었다. 그러나 선비문화 문방사우의 필수품이었던 벼루가 필기구의 변화에 따라 수요가 급감하면서 쇠퇴기를 맞았다. 1989년 이를 보존·전승하기 위해 기능보유자인 구봉 이창호 선생을 중요무형문화재 제 94호 벼루장으로 지정하였으나, 타계 후 기능보유자가 공석인 상태이다. 현재는 3대째 벼루제작 가업을 잇는 김진한 선생을 충청남도 무형문화재 제6호 남포벼루제작기능보유자로 지정하여 명맥을 이어가고 있는 형편이다.

공주시, 계룡시, 논산시에 걸쳐있는 계룡산 자락에는 조선시대 철화분청사기의 맥을 잇는 젊은 도예가들이 모여 만든 도예촌이 자리잡고 있다. 분청사기는 분장회청사기(粉粧灰靑沙器)의 약칭으로 조선시대 세종연간(1419~1450년)을 전후하여 그릇의 질이나 형태, 기법이 절정을 이루었으나, 관요로서 관리되지 못해 민간용으로 소규모화하여 명맥이 희미해진 자기의 유형이다. 분청사기는 지방마다 청자나 백자에서는 볼 수 없는 다양한 분장기법과 무늬를 볼 수 있는데, 계룡산 철화분청사기는 분청 후 철분이 많은 안료로 무늬를 그리는 철화기법의 특색을 보이고 있다. 이곳은 도예촌이란 이름에 걸맞게 마을 어귀부터 색다른 경관을 보여주고 있으며, 도예작가만을 위한 창작 공간을 넘어 지역을 상징하는 대표 문화자원으로 자리매김하고 있다.

그밖에도 충청남도에는 서해안을 따라 형성된 내포지역의 독특한 문화, 논산 지역을 중심으로 기호학과를 근간으로 하는 유교 문화 등이 존재하고 있다. 이러한 소재가 단순히 전통상품으로서의 가치를 보여주는데 그치지 않고 그 속에 담긴 유래나 스토리를 지금 시대 요구에 걸맞는 용도와 경향으로 다듬는다면 지역의 독창성과 고유성이 돋보이는 견고한 문화자원으로 거듭 날 수 있을 것이다.

(2) 충청남도 공예품의 특성

충청남도는 공간적으로 고대국가 백제의 영토 공간과 맞물리며 지역민의 정서와 성향 또한 백제에서 그 기원을 찾으려 하고 있다. 출토유물에서 보여주는 섬세함의 극치 등 당

시 시대의 공예품이나 문헌을 통해 전해지는 문화나 표출되는 성향은 지금 시대에 구현하는 공예품의 형태나 기법 또는 소재로 이어지고 있다. 백제라는 유구하고 규모있는 소재 외에도 앞서 언급된 ‘한산모시’를 비롯한 ‘보령 남포석’, ‘계룡산철화분청사기’ 등은 충청남도 공예품의 성격과 유형을 이루어내는 원천 소재가 되고 있다.

충남공예협동조합에서 선정한 ‘지역특성화상품군’이나 ‘백제문화상품군’의 구성을 살펴보면, 지역의 특성과 자원이 어떠한 형태나 요소로 상품에 반영되었는지를 알 수 있으며, 상품의 시대적 정체성 또한 파악할 수 있다.

‘지역특성화 상품군’은 앞서 제시된 백제역사, 벼루, 한산모시, 철화분청 및 인화분청사기라는 소재의 상품이 포함되었고, 그 외에 공주 정안지역의 특산물인 밤을 염색재료로 활용한 스카프를 비롯하여, 금산지역의 특산물인 인삼 및 홍삼을 활용한 비누, 국내 유일의 옹기부품 대한민국 명장 예산옹기가 상품군으로 구성되었다.

백제역사를 비롯한 충청남도가 보유한 고유 소재가 전통성을 지향하고 있는 점은 공예품이 기본적으로 갖추어야 할 실용성이 결여되는 한계점을 갖고 있으며 이를 보완하기 위하여 본래 재질은 유지하면서 실생활에 적합한 용도나 기능을 부여하고 있다.

가격대에 있어서는 1만원 미만대 상품은 없고 1~5만 원이 주류를 이루고 있으며, 10만 원대 이상의 상품은 형성되지 않고 있어 지역을 대표하는 특성화 상품군으로서 가치와 격을 유지하면서 실제 구매가 이루어지는 적합한 가격대를 채택하고 있다.

[표 37] 지역특성화상품군/충남공예협동조합 선정 목록

상품명	특성	상품 분류				상품완성도		가격대(원)
		유형	용도	제작방식	시대	포장재	브랜드	
자연석벼루	보령남포석	석공예	데스크	단품	전통현대	-	-	30,000~
한산모시	한산모시	섬유공예	의류	단품/대량	전통현대	-	-	30,000~
분청(인화문명함꽃이)	계룡산분청	도자공예	데스크	단품	전통현대	-	-	20,000
백제토기 주병세트	백제토기	도자공예	장식	단품	전통	-	-	25,000
밤물천연염색스카프	정안밤	섬유공예	의류	다품	현대	○	-	70,000
홍삼비누	금산인삼	기타공예	일상용	대량	현대	○	○	40,000
예산옹기(양념단지)	예산옹기	도자공예	식기	다품	전통현대	○	○	26,000
철화분청 찻잔세트	계룡산분청	도자공예	식기	단품	전통	○	○	35,000

‘지역특성화상품군’ 외에 제시된 ‘백제문화상품군’은 지역특성화 소재 중 백제 역사 및 문화를 보다 구체화한 상품 구성으로 백제의 고도인 공주와 부여에 소재한 공예품 및 관광기념품 판매장에서 판매를 목적으로 하고 있다.

지역특성화상품이 고유의 재질을 유지하면서 실질적인 기능을 갖춘 유형이었다면, 백제문화상품은 무령왕 금제관식을 비롯한 출토유물의 형태나 문양을 상품에 적용하여 백제라는 정체성을 상품 외관에 표현하고 있는 특징을 보인다.

상품의 유형에 있어서는 섬유공예, 도자공예, 금속공예, 나전공예, 기타공예, 유리공예 등 다양하게 구성되거나 단일 품목이 아닌 시리즈로 구성되어 있으며, 10만 원 이상의 가격대인 금속공예품을 선보이고 있어 수준 높은 공예품 구성을 보여주고 있다.

[표 38] 백제문화상품군/충남공예협동조합 선정 목록

상품명	특성	상품 분류				상품완성도		가격대(원)
		유형	용도	제작방식	시대	포장재	브랜드	
통장지갑	무령왕금제관식	섬유공예	일상	대량	전통현대	-	-	50,000
머리띠	백제연화문	도자공예	장신구	단품	전통현대	-	-	20,000
오카리나	와당문	도자공예	악기	단품	현대	-	-	40,000
석수	무령왕릉출토품	도자공예	장식용	다량	전통	-	-	3,000
손수건세트	백제문양	섬유공예	일상품	대량	현대	○	○	15,000
홍삼비누	백제문양	기타공예	일상품	대량	현대	○	○	10,000
금제관식액자	무령왕금제관식	금속공예	장식용	대량	전통현대	-	-	160,000
폰고리	무령왕금제관식	유리공예	일상품	대량	전통현대	-	-	4,000
목걸이	무령왕금제관식	금속공예	장신구	다량	전통현대	○	○	7,000
타이슬링	무령왕금제관식	금속공예	장신구	대량	전통현대	-	-	18,000
명합집, 거울, 책갈피	백제문양	나전공예	일상품	대량	전통	-	-	5만~20만
명합집, 폰고리, 키홀더	칠지도	금속공예	일상품	다량	전통	-	-	15만~35만
호자	백제유물	도자공예	장식용	단품	전통	-	-	40,000
키홀더, 폰줄, 목걸이	백제대향로	금속공예	일상품	다량	전통현대	-	-	3천~1만5천
액자	백제문양	목공예	장식용	단품	전통현대	-	-	60,000
스카프,넥타이	칠지도	섬유공예	의류	대량	현대전통	-	-	70,000
비누	연화문	기타공예	일상품	대량	현대	-	-	7,000

2) 공예문화상품 구매 특성

(1) 공예상품 구매자 설문조사 개요

- | 조사대상 : 공예품 및 관광기념상품을 구매하는 소비자 104명
- | 조사기간 : 2015년 5월 24일 ~ 6월 3일
- | 조사방법 : 설명 후 개별 기입
- | 조사장소 : 공주시 소재 충남공예협동조합 내 전시판매장
- | 조사내용 : 공예품 및 관광기념품 구매 빈도 및 구입 경로, 선호 상품 유형, 구입 상품의 용도, 구매 가격대, 공예품 및 관광기념품의 항목별(상품완성도, 디자인 수준, 기능 및 실용성, 지역 전통미 수준 평가), 전반적인 수준 평가
- | 분석대상 : 총 100명이 응답하여 96.1%의 응답률을 보였으며, 이중 문항에 따라 미응답을 보인 부분은 문항별 통계에서 제외하고 분석

[표 39] 공예품 구매자 구매성향 조사 내용

조사 내용		문항번호
구매 특성	공예품 및 관광기념품 구매 빈도	1
	공예품 및 관광기념품 구매 경로	2
선호 상품	선호상품 유형	3
	구매 상품 용도	4, 5
	구매 가격대	6
수준 평가	전반적 수준	7
	항목별 수준 : 상품완성도, 디자인 수준, 기능 및 실용성, 지역 전통미	8
	가격대, 홍보 및 매장 환경	
응답자 일반 사항		

3) 공예문화상품 구매 성향 비교

충청남도 공예문화상품을 구입하는 소구자의 구매 단계에서 나타나는 특성을 파악하기 위해 이미 조사된 타 조사 집단 소구자의 구매 성향을 항목별로 비교하는 방식으로 진행되었다. 다른 조사 집단 구매특성에 관한 데이터는 한국공예문화디자인진흥원에서 수행한 ‘우수공예문화관광품 SHOP 인증제도 시행방안 구축 및 국내 공예문화 관광기념품 실태조사 2004’의 연구 내용 중 소비자 조사 결과를 토대로 이루어졌다.

응답 표본 수는 107명이며, 통계에 활용한 설문 항목은 6개 문항으로 응답자의 일반 사항에 대한 내용은 생략하였다.

(1) 타 조사 집단의 설문 분석 결과

공예문화상품의 구매 목적을 묻는 질문에 선물용이 27.4%, 장식용이 20.3% 순으로 나타났다으며, 구매 빈도를 묻는 질문에 1년에 1회 구입이 36.4%, 구입 않는다가 24.3%로 나타났다. 공예문화상품을 구입하지 않는 이유로는 상품가격이 고가라서 부담되기 때문이 31.1%, 매장이 부족해서가 24.4%로 나타났다.

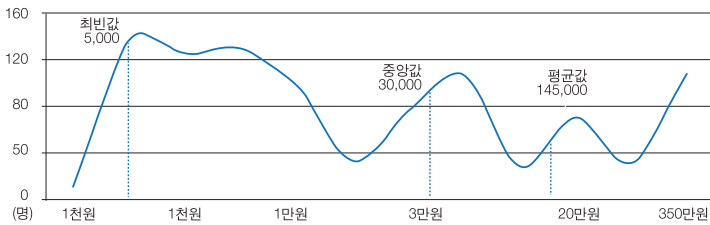
구입 기준으로 디자인이 27.1%, 가격대가 16.8%, 독특성이 16.8% 순으로 나타났으며, 구입 장소로는 일반상가 33.2%, 갤러리가 31.8%로 비슷한 빈도를 보이고 있다.

[표 40] 항목별 소비 특성 비중

구매 동기	실용성	수제품	차별화	고급성	장식용	기념일	선물용	취미	기타							
	4.9	11.3	10.4	11.3	20.8	5.6	27.4	7.5	0.8							
구매 빈도	구입 않음		1회 / 2~3년		1회 / 1년		1회 / 3~4월		1회 / 1~2월		1~2회 / 월					
	24.3		22.4		36.4		9.3		3.7		3.7					
비구매 이유	시대 불일치		불필요		무관심		신뢰성		품질 저하		비실용		고가		매장 부족	
	1.1		1.4		3.3		6.7		4.4		14.4		31.1		24.4	
구입 기준	디자인	가격	독특성	실용성	아이디어	품질	문화상징성	구매후만족	판매장소	재질	색채미					
	27.1	16.8	16.8	12.1	11.2	5.6	3.7	2.8	1.9	0.9	0.9					
구입 장소	갤러리		인터넷		할인점		면세점		백화점		복합매장		일반상가		기타	
	31.8		3.7		2.3		3.3		9.8		12.1		33.2		3.7	
만족도	매우 만족			만족			보통			불만			매우 불만			
	1.9			29.0			58.9			8.4			1.9			

전반적인 공예상품의 만족도에서는 평균 3.2점(점수 폭 1~5점)을 나타내 보통 보다 약간 상회하는 만족도를 보이고 있다.

구매 상품의 가격대를 살펴보면 3만 원대의 중저가 상품군과 20만 원대 이상의 상품군의 구매 빈도가 증가하다가 고가품에서 다시 증가하고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 공예품의 상품군은 1만 원 이하 저가품, 3만 원에서 5만 원대 중저가품, 20만 원에서 30만 원의 증가품, 100만원을 초과하는 고가품으로 구분되고 있다.

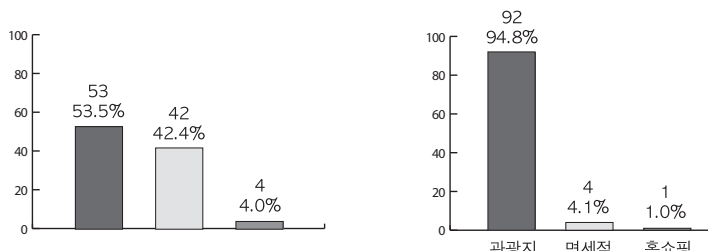


[그림 11] 구매상품의 가격대 분포

(2) 공예상품 구매 선호도 결과 분석

① 구입 빈도

충남 관광기념품이나 공예품을 구입하는 횟수를 묻는 질문에 ‘거의 구매하지 않는다’ (연간 0~2회)라고 응답한 빈도가 53.5% (53명)로 가장 많고, ‘가끔 구매하는 편’ (연간 3~9회)이 42.4% (42명), ‘자주 구매한다’ (1년에 10회 이상)라는 응답은 19.2% (19명)으로 나타내고 있다.



[그림 12] 공예품 구입 빈도 및 구입 경로

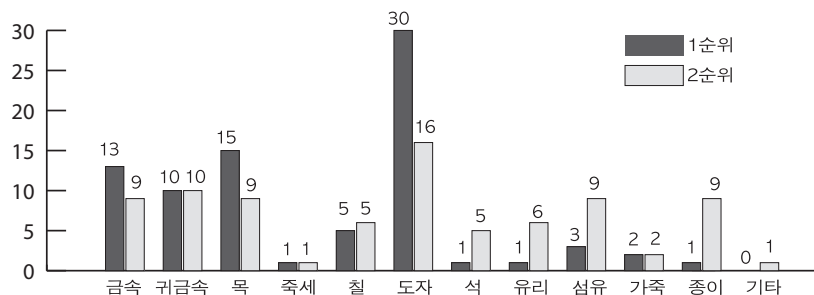
② 구입 경로

충남 관광기념품이나 공예품을 구입하는 경로를 묻는 질문에 ‘관광지 또는 방문지의 판매점에서 구입’이 94.8% (92명)로 가장 높게 나타났고, ‘면세점이나 전문점에서 구입’은 4.1% (4명), ‘홈쇼핑이나 인터넷몰에서의 구입’은 1.0% (1명)로 나타났다.

③ 소비자 선호 공예품 유형

소비자가 선호하는 공예품의 유형을 1순위, 2순위로 질문한 결과, 1순위에서는 ‘도자공예’가 36.6% (30명)로 가장 높은 빈도를 보였으며, ‘목공예’가 18.3% (15명), ‘금속공예’가 15.9% (13명), ‘귀금속·보석공예’가 12.2% (10명)의 응답을 보였으며, 다른 유형의 선호도는 미미한 것으로 나타나고 있다.

2순위에서는 ‘도자공예’가 19.5% (16명), ‘귀금속·보석공예’가 12.2% (10명), ‘금속공예’, ‘목공예’, ‘섬유공예’, ‘종이공예’가 동일하게 11.0% (9명) 순으로 나타나고 있다. 1순위와 2순위의 선택 수에 가중치를 두어 합산한 결과, ‘도자공예’ 38, ‘목공예’ 19.5, ‘금속공예’ 17.5, ‘귀금속·보석공예’ 15 순을 보이고 있다.

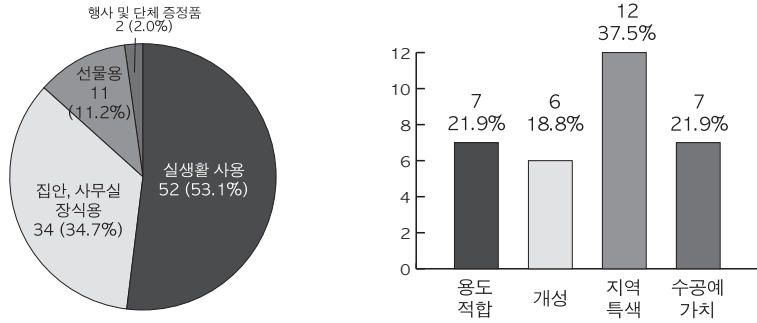


[그림 13] 소비자 선호 공예품 유형

④ 구매 공예품의 용도

소비자가 구입하는 공예품의 용도는 ‘실생활에 사용’이 53.1% (52명)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, ‘집안이나 사무실의 장식용도’가 34.7% (34명), ‘선물용’이 11.2% (11), ‘행사 및 단체 증정용도’가 2.0% (2명)로 집계되었다.

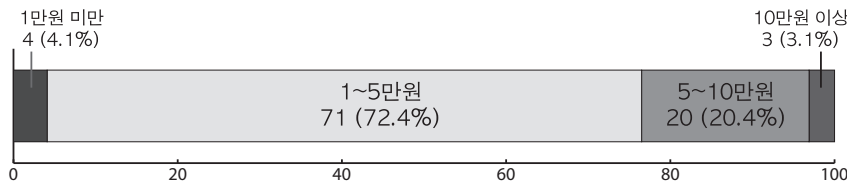
장식용으로 공예품을 구입한 이유에 대해서는 ‘지역적 특색이 독특해서’가 37.5% (12명), ‘작품성이 장식용도에 적합해서’와 ‘수공예라 가치있어 보여서’가 동일하게 21.9% (7명), ‘재료나 소재가 개성이 있어서’가 18.8% (6명)로 나타났다.



[그림 14] 구매 공예품의 용도 및 장식용 선택 이유

⑤ 구매 공예품의 가격대

소비자가 구입하는 공예품의 가격대는 ‘1만원~5만원 미만대’가 72.4% (71명)로 가장 높게 나타났으며, ‘5만원~10만원 미만대’가 20.4% (20명), ‘1만원 미만대’가 4.1% (4명), ‘10만원 이상대’가 3.1% (3명)로 나타났다.



[그림 15] 구매 공예품의 가격대

⑥ 충남 공예품의 항목별 수준

소비자 관점에서 구입하는 공예품의 수준을 판단하기 위하여 항목별 수준 단계를 5점 척도로 구분하여, 높다(5점), 조금 높다(4점), 보통(3점), 조금 낮다(2점), 낮다(1점)로 단계화 하였다.

조사 결과 홍보 및 매장 환경은 4.07로 가장 높게 나타났으며, 상품 완성도가 4.04, 지역 전통미가 3.89, 디자인 수준이 3.81, 기능 및 실용성이 3.84로 높은 수준에 가깝게 조사되었다. 공예품의 가격대에 대한 적합도에서는 3.62로 보통 수준과 약간 적합 수준의 중간 위치를 나타내고 있다.

충남 공예품의 전반적인 수준을 묻는 질문에 있어서도 3.85로 높은 수준에 도달하는 평가를 보여주고 있다.

2. 공예업체 현황 및 인식도 조사

충청남도 내에서 창작 활동을 하는 공예인과 공예산업에 종사하는 공예업체를 대상으로 창작을 비롯한 생산 여건 및 운영 실태를 구체적으로 파악하기 위한 실태 조사를 실시하였다. 아울러 중앙정부 및 지방자치단체의 공예관련 지원정책에 대한 참여 정도와 인식도를 파악하고 지원 정책 및 사업에 대한 요구사항을 청취하기 위하여 설문조사를 함께 실시하였다.

조사 대상은 충청남도 내에 소재한 공방 및 공예산업체를 운영하는 200곳을 대상으로 하였으며, 균형있는 의견 청취를 위하여 모집단을 충남공예협동조합에 소속된 조합원과 비조합원을 동일한 비중으로 구성하였고 시·군별 공예인의 수를 비롯한 활동의 편차가 큰 점을 감안하여 각 지역별 인원을 안배하여 설계하였다.

조사방식은 신뢰도를 높이기 위하여 훈련받은 조사원이 조사 대상지를 직접 방문하여 응답자와 일대일 면접방식으로 조사를 진행 하였다.

1) 공예업체 설문조사 개요

| 조사대상 : 공예창작 활동 및 공예산업에 종사하는 공예산업체 200명

| 조사기간 : 2015년 5월 11일 ~ 5월 21일

| 조사방법 : 일대일 면접방식

| 조사내용 : 대표적인 공예 분야 및 소재, 보유인력 현황, 업체 운영형태 및 매출 현황, 판로 현황, 중앙 부처 및 지방자치단체에서 시행하는 지원정책의 수혜에 대한 만족도 및 개선 방안에 대한 의견 청취

| 분석대상 : 총 184명이 응답하여 응답률은 92%를 보였으며, 이중 문항에 따라 미응답을 보였거나 복수 응답한 경우 등 통계에 부적절한 표본은 문항별 통계에서 제외하여 분석

[표 41] 공예산업체 인식 조사 내용

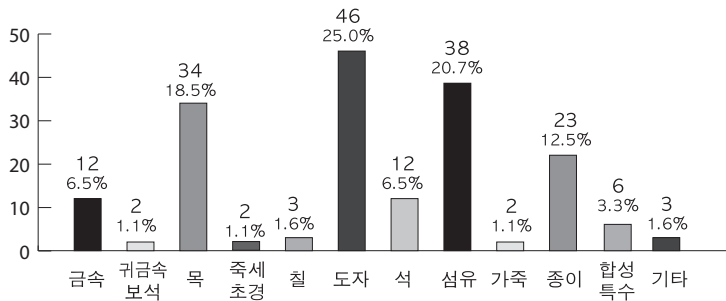
조사 내용				문항번호
	응답자 일반 사항 1, 2			
	공예인 특성	대표적인 공예 분야		1-1
		대표적인 창작 소재		1-2
		공예 전수 경위		1-3
공 예 업 체 현 황	공예업체 일반 현황			1-4
		인력 현황	보유 인력	1-5
			연령대 별 인력	1-6
			학력대 별 인력	1-7
		업체 현황	경영 유형	1-8
			사업 유형	1-9
			사업자등록 여부	1-10, 11
			단체 가입 현황	1-12
	매출 및 유통 현황	매출 현황	총매출	1-13
			사업별 수익 구조	1-14
			매출 변동	1-15
		유통 현황	유통 영역	1-16
			유통 경로	1-17
지 원 사 업	충청남도 지원사업	참여 여부 및 만족도		2-1
		도 지원사업 불만 요인		2-2
		도 지원사업 정보 입수 경로		2-3
		지원사업 후 얻은 성과		2-4
		지원사업 후 매출 영향 정도		2-5
	중앙 정부 지원사업	참여 여부 및 만족도		2-6
		중앙지원사업 정보 입수 경로		2-7
		지원사업 후 얻은 성과		2-8
		지원사업 후 매출 영향 정도		2-9
	지원사업 공통	지원사업 수행 적합 기관		2-10
		지원사업 분야별 중요도		2-11
		지원사업 홍보에 효과적인 매체		2-12
		지원사업 관련한 요구 사항		2-13

2) 조사결과 분석

(1) 공예산업체 현황

① 대표 분야

충남에서 활동하는 공예인 및 공예업체를 재료와 제작방법에 따른 분류 방식으로 살펴 보면, 도자공예 25.0% (46곳), 섬유공예 20.7% (38곳), 목공예 18.5% (34곳), 종이공예 12.5% (23곳), 금속공예 6.5% (12곳), 석공예 6.5% (12곳)순으로 나타나고 있다.



[그림 16] 공예 분야별 분포 현황

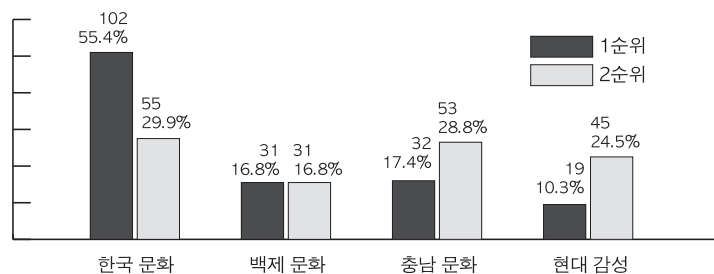
[표 42] 시·군별 공예업체 분포 현황

분야 시군	금속	귀금속 보석	목	죽세 초경	칠	도자	석	섬유	가죽	종이	합성 특수	기타	계
천안	-	-	1	-	-	4	1	4	-	5	-	-	15
공주	4	-	13	-	-	10	-	6	1	3	-	-	37
보령	-	2	3	1	-	3	11	1	-	-	1	-	22
아산	2	-	-	-	-	2	-	1	-	1	-	-	6
논산	-	-	10	-	2	7	-	5	1	9	4	1	39
계룡	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	2
당진	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	6
금산	1	-	-	-	-	2	-	-	-	1	-	1	5
부여	3	-	3	-	-	8	-	1	-	1	-	1	17
서천	2	-	3	1	-	1	-	20	-	2	-	1	30
홍성	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
예산	-	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	3
태안	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
계	12	2	34	2	3	46	12	38	2	23	6	4	184
(%)	6.5	1.1	18.5	1.1	1.6	25.0	6.5	20.7	1.1	12.5	3.3	2.2	100.0

충남에서는 다양한 공예분야가 있으나 그 중 도자공예와 섬유공예 분야가 활발한 양상을 보이며, 목공예, 종이공예, 금속공예, 석공예 분야가 확고한 기반을 갖추고 있다. 이와 같이 활성화된 분야는 지역의 고유 소재와 관련이 있어 계룡산 도예촌, 한산모시, 보령의 석공예와 중심 작가 및 공방촌 등이 활발한 공예 활동의 구심점이 되고 있다.

② 창작 소재

대표적인 창작 소재를 묻는 질문에 1순위는 ‘한국 문화’가 55.4% (102곳)로 가장 높은 응답률을 보였으며, ‘충남지역 문화’ 17.4% (32곳), ‘백제 문화’ 16.8% (31곳), ‘현대적 감성’ 10.3% (19곳) 순으로 나타났다. 2순위 소재로는 ‘한국 문화’ 29.9% (55곳), ‘충남지역 문화’ 17.4% (32곳), ‘현대적 감성’ 24.5% (45곳), ‘백제 문화’ 16.8% (31곳) 순이며, 1순위와 2순위의 선택 수에 가중치를 두어 합산한 결과, ‘한국 문화’ 177점, ‘충남지역 문화’ 85점, ‘현대적 감성’ 64점, ‘백제 문화’ 62점 순으로 나타났다.



[그림 17] 대표적인 창작 소재 1순위, 2순위

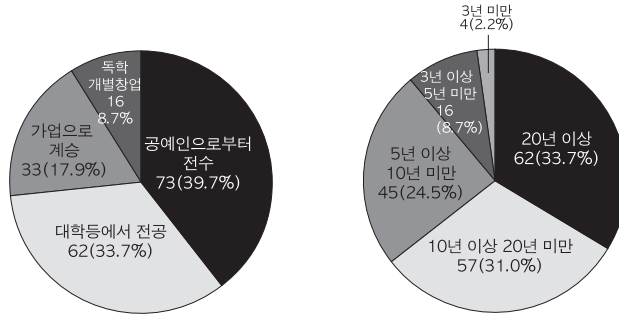
③ 입문 동기

공예 분야에서 활동하게 된 동기로 ‘다른 공예인으로부터 전수’가 39.7% (73명)로 가장 높게 나타났으며, ‘대학 및 대학원 등에서 전공’한 경우가 33.7% (62명), ‘부모나 친지로부터 가업으로 계승’한 경우가 17.9% (33명), ‘스스로 독학하거나 개별적으로 창업’한 경우도 8.7% (16명)를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

④ 경력

조사 대상 공예인의 경력을 살펴보면 ‘20년 이상’이 33.7% (62명)로 가장 높은 비중을 보이고 있으며, ‘10년 이상 20년 미만’이 31.0% (57명), ‘5년 이상 10년 미만’이

24.5% (45명), ‘3년 이상 5년 미만’이 8.7% (16명), ‘3년 미만’이 2.2% (4명)로 나타나 경력이 오래된 숙련 공예인 위주의 인력 구성이 이루어지고 있음을 알 수 있다.



[그림 18] 공예인 입문동기 및 경력

분야별 경력에 있어서도 금속공예, 목공예, 섬유공예 분야는 20년 이상 오랜 경력을 가진 공예인이 주축을 이루고 있어 신진 공예인은 그 수가 적은 것으로 나타나고 있다. 도자공예 및 섬유공예는 10년 이상 경력을 가진 공예인이 여러 명 종사하고 있으며, 도자공예와 목공예 분야는 전 경력층을 고르게 보유하고 있는 것으로 나타나고 있다.

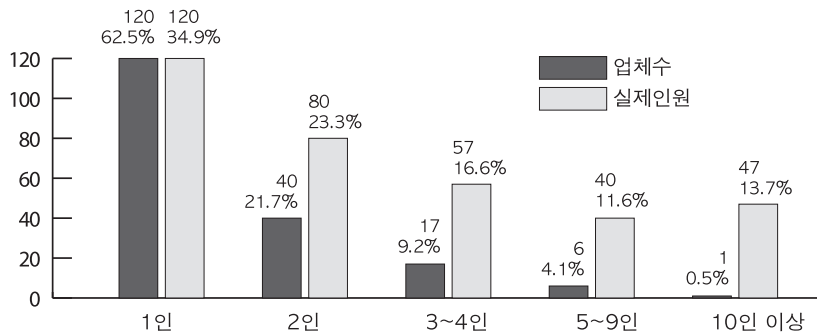
[표 43] 분야별 공예인 경력 현황

분야 경력	금속	귀금속 보석	목	주세 초경	칠	도자	석	섬유	가죽	종이	합성 특수	기타	계
3년 미만	-	-	2	-	-	1	-	-	1	-	-	-	4/ 2.2
3~5년	1	1	4	-	-	1	-	2	-	4	1	2	16/ 8.7
5~10년	3	-	9	1	-	14	1	6	1	6	4	1	46/25.0
10~20년	3	-	6	-	2	18	5	12	-	8	1	1	56/30.4
20년 ~	5	1	13	1	1	12	6	18	-	5	-	-	62/33.7
계	12	2	34	2	3	46	12	38	2	23	6	4	184

⑤ 업체별 보유 인원

공예업체 별 보유하고 있는 인원수를 살펴 본 결과, 단독으로 운영하는 일인 사업체의 비중이 65.2% (120곳)에 달하며, 2명인 사업체는 21.7% (40곳), 3~4명인 사업체는 9.2% (17곳), 5~9명인 곳은 4.1% (6곳), 10명 이상인 곳은 0.5% (1곳)를 나타내고 있다. 2명 이하의 소규모 사업체의 비중이 87.0% (160곳)에 달해 공예문화산업의 견실성을 알 수 있는 규모면에서 매우 소규모로 운영되고 있음을 알 수 있다.

실질적인 보유 인원은 일인 사업체가 120명, 2인 사업체는 80명, 3~4명 사업체는 57명, 5~9명 사업체는 40명, 10명 이상 사업체는 47명으로 전체 보유 인원이 344명으로 집계되어 업체당 평균 1.9명으로 집계되었다. 그러나 종사자 수가 47명인 한 업체를 제외하게 되면, 평균 종사자 수가 1.6명에 머무르고 있는 것으로 나타나고 있다.



[그림 19] 업체별 보유 인원

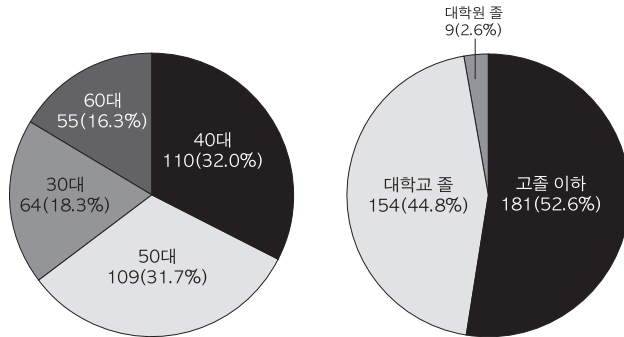
⑥ 연령대별 종사자

조사 대상 공예인 344명의 연령대를 살펴보면 ‘40대’가 32.0% (110명), ‘50대’가 31.7% (109명)로 주축을 이루고 있으며, ‘30대’가 18.3% (64명), ‘60대’가 16.3% (55명)로 나타나 경력과 비례하여 연령층이 형성되고 있음을 알 수 있다.

전체 공예 분야에서는 40대와 50대가 주축을 이루고 있는데, 이러한 인력 구성 형태를 도자공예, 섬유공예, 종이공예, 귀금속·보석공예 분야에서도 볼 수 있다. 석공예와 귀금속·보석공예, 죽세공예 분야에서는 20~30대의 젊은 연령층이 전무한 반면, 목공예 분야는 30~40대 연령층이 충분하게 확보 되었으며, 도자공예, 섬유공예, 종이공예에서도 30~40대의 연령대가 두텁게 형성되어 있는 것으로 나타나고 있다.

[표 44] 분야별 공예인 연령 분포 현황

분야 연령	금속	귀금속 보석	목	죽세 초경	칠	도자	석	섬유	가죽	종이	합성 특수	기타	계/%
20대	-	-	2	-	-	1	-	2	1	-	-	-	6/ 1.7
30대	3	-	15	-	1	13	-	15	1	9	2	4	63/18.3
40대	11	1	19	1	2	31	2	23	1	13	4	2	110/32.0
50대	2	2	11	-	3	26	13	40	-	9	-	3	109/31.7
60대~	4	-	15	1	1	4	7	18	-	3	1	2	56/16.3
계	20	3	62	2	7	75	22	98	3	34	7	11	344



[그림 20] 연령대 및 학력별 보유 인원

⑦ 학력

조사 대상 공예인 344명의 학력 현황을 살펴보면 ‘고졸 이하’가 52.6% (181명)로 전체의 절반을 넘게 차지하고 있으며, ‘대학교 졸업’이 44.8% (154명), ‘대학원 졸업’이 2.6% (9명)으로 나타나고 있다.

대학이나 대학원에 관련 학과가 개설된 분야인 금속공예, 귀금속·보석공예, 목공예, 칠공예, 도자공예, 석공예(조각), 섬유공예 외에 죽세공예나 초경공예는 정규교육이나 보수교육 과정 기회가 부족한 실정이다.

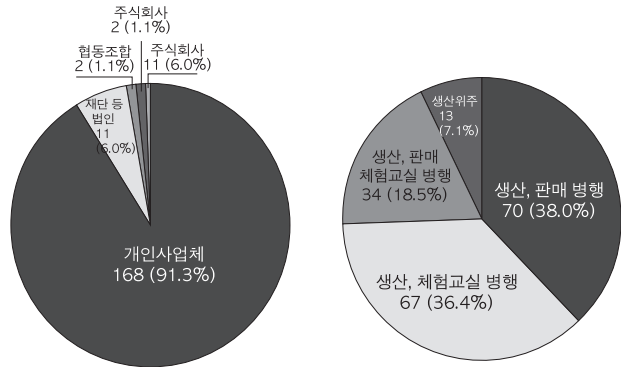
[표 45] 분야별 공예인 학력 현황

분야	금속	귀금속 보석	목	죽세 초경	칠	도자	석	섬유	가죽	종이	합성 특수	기타	계
고졸 이하	8	2	37	2	5	26	18	67	-	11	2	3	118/52.6
대학교 졸	12	1	24	-	2	42	4	30	3	23	5	8	154/44.8
대학원 졸	-	-	1	-	-	7	-	1	-	-	-	-	9/ 2.6
계	20	3	62	2	7	75	22	98	3	34	7	11	344

⑧ 사업체 유형

조사대상 공예업체의 유형을 경영형태로 구분하였을 때 개인이 독립적으로 운영하는 개인사업체가 91.3% (168곳)로 대부분을 차지하고 있으며, 다음으로 재단 등 법인형태가 6.0% (11곳), 협동조합 유형, 주식회사 유형이 각각 1.1% (2곳), 예비사회적기업 0.6% (1곳) 순으로 나타나고 있다.

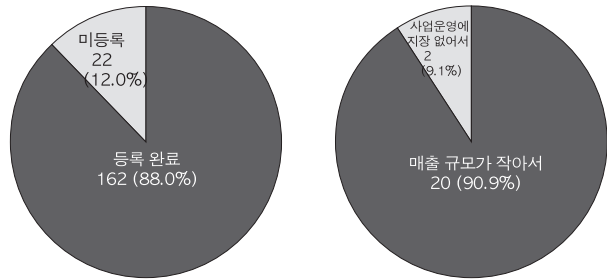
사업형태를 묻는 질문에 ‘생산과 판매를 병행한다’는 유형이 38.0% (70곳)으로 가장 높은 비중을 보여주고 있으며, ‘생산과 체험교실을 병행한다’는 유형이 36.4% (67곳), ‘생산과 직영판매점, 체험교실을 모두 운영한다’는 응답이 18.5% (34곳), ‘생산위주의 공방이나 공장형태로 운영한다’가 7.1% (13곳)의 비중을 보여주고 있다.



[그림 21] 공예업체의 경영 및 사업 유형

⑨ 사업자등록 여부

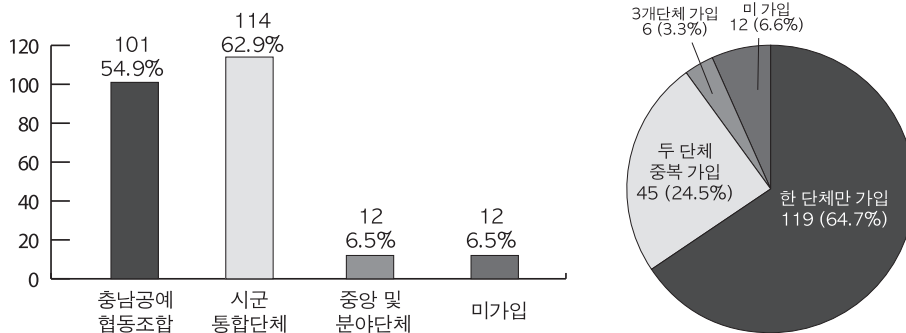
사업자등록 여부를 묻는 질문에 88.0% (162 곳)의 사업체가 등록을 완료한 반면, 12.0% (22 개 사업체)는 아직 사업자등록을 하지 않은 상태로 나타났다. 사업자등록이 미비한 이유로는 매출 규모가 작거나, 미미하기 때문이 90.9% (20곳), 사업자등록이 없더라도 사업체 운영에 지장이 없기 때문이 9.1% (2곳)으로 나타나 사업체의 영세성 또는 상품 판매보다 창작에 비중을 두는 경우에는 사업자등록 여부에 무관심하게 대응하고 있는 것으로 나타났다.



[그림 22] 사업자등록 여부 및 미완료 사유

⑩ 관련단체 가입

공예 관련 단체는 중앙단위의 단체에서부터 광역지자체 단위 및 기초지자체 단위로 분포하고 있으며, 여러 분야가 하나의 통합된 형태로 조직된 유형에서 각 분야별 분산된 조직 형태까지 다양한 유형을 보이고 있다.



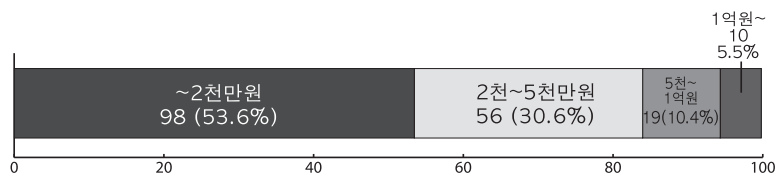
[그림 23] 단체가입 현황

가장 대표적인 도 단위 통합 단체인 충남공예협동조합에 가입한 공예인은 54.9% (101명), 시·군 단위의 통합 단체에 가입한 공예인은 62.9% (114명), 중앙 단체나 분야별 단체 등에 가입한 공예인은 6.5% (12명)이며, 단체에 가입하지 않은 경우도 6.2% (12명)에 이르는 것으로 나타났다. 중앙 단체 및 분야별 단체로는 한국공예협동조합연합회, 서울공예진흥원, 종이접기협회, 한지공예산업협동조합, 전통공예산업협동조합, 전통공예협회, 공예인협회, 도자기협동조합, 한국공예인협회, 한지공예협회, 한국미술협회, 고마수공예인협회(인증 중) 등이 있다.

한 단체에만 가입한 공예인은 65.2% (120명), 2개 단체에 중복 가입한 경우는 24.5% (45명), 3개 단체에 중복 가입한 경우는 3.3% (6명)로 나타나 일인당 평균 1.3개의 단체에 가입된 것으로 조사됐다.

⑪ 총매출

공예업체의 수익은 사업 유형에 따라 순수한 공예품 판매와 체험 교실 운영 등을 통해 발생하게 되는데 연간 총 매출액이 2천만 원 미만인 사업체는 53.6% (98곳), 2천만 원 ~5천만 원 미만인 사업체는 30.6% (56곳), 5천만 원~1억 원 미만인 곳은 10.4% (19곳), 1억 원 이상인 사업체는 5.5% (10곳)로 나타났다.



[그림 24] 공예업체의 연간 매출 규모

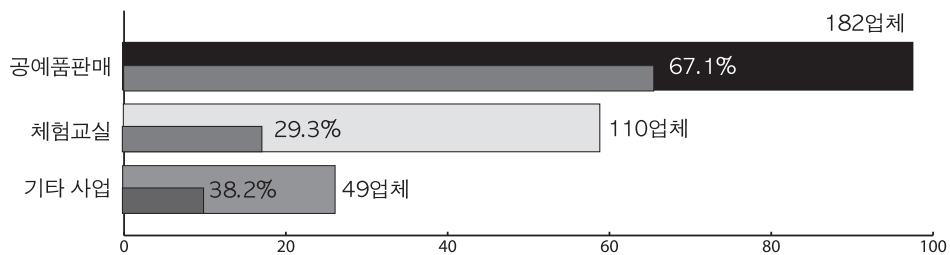
전체 공예업체 중 연간 매출이 5천만 원 미만인 곳이 84.2% (154곳)에 달해 대부분의 공예업체들의 수익구조가 열악한 것을 알 수 있으며, 분야별로 살펴보면 목공예의 경우 연간 1억 원 이상 매출을 낸 곳이 4곳으로 조사되었으나, 금속공예, 칠공예, 도자공예, 석공예, 섬유공예 분야에서 각각 1개 업체가 1억 원 이상의 매출을 보이고 있다.

[표 46] 분야별 연간 매출 현황

매출	시군	금속	귀금속 보석	목	죽세 조경	칠	도자	석	섬유	가죽	종이	합성 특수	기타	계
2천만원 미만		8	2	17	2	-	15	7	23	1	16	4	3	98/53.6
2천~5천만원		3	-	8	-	1	24	2	12	-	4	2	-	56/30.6
5천~1억원		1	-	5	-	1	6	1	2	1	3	-	-	19/10.4
1억원 이상		-	-	4	-	1	1	1	1	-	-	-	1	10/ 5.5
계		12	2	34	2	3	46	11	38	2	23	6	4	183

⑫ 총매출의 구조

총 매출 중 공예품 판매, 체험교실, 기타 사업의 각기 비중을 묻는 질문에 공예품 판매는 전체 업체 중 182개 업체에서 이루어지고 있으며, 전체 수익 중 67.1%를 차지하고 있다. 체험 교실을 통한 수익 비중은 110개 업체에서 29.3%의 비중을 보이고 있으며, 기타 사업을 통한 수익 비중은 49개 업체에서 38.2%의 비중을 보여주고 있다.

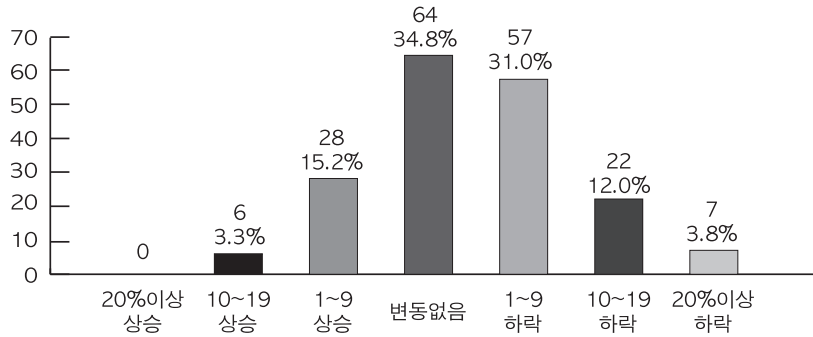


[그림 25] 사업유형에 따른 매출 비중

⑬ 총매출의 변동 폭

지난 해와 비교하여 매출 폭의 변동을 묻는 질문에 20% 이상 상승한 업체는 없었으며, 10~19% 상승한 업체가 3.3% (6곳), 1~9% 소폭 상승한 업체가 15.2% (28곳), 변동이 없는 업체가 34.8% (64곳), 1~9% 약간 하락한 업체가 31.0% (57곳), 10~19% 하락

한 업체가 12.0% (22곳), 20% 이상 큰 폭으로 하락한 업체가 3.8% (7곳)으로 나타났다. 전체 업체의 평균 척도가 3.73으로 나타나 약간 하락한 것으로 나타났다.



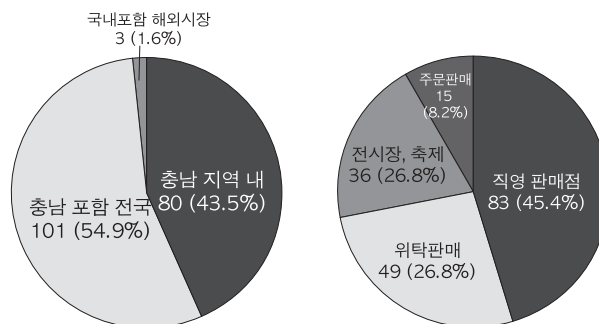
[그림 26] 전년 대비 매출 변동 현황

⑭ 판매 영역

공예품의 판매가 이루어지는 시장 영역을 묻는 질문에 충남 지역 내에서 이루어진다고 답한 업체는 80곳 (43.5%), 충남을 포함한 전국을 시장으로 하는 업체는 101곳 (54.9%), 국내를 포함한 해외 시장이라고 응답한 업체는 3곳 (1.6%)으로 나타났다.

⑮ 유통 경로

공예품의 주요 유통 경로를 묻는 질문에 직영판매점이 83곳 (45.4%)으로 가장 높은 빈도를 보였으며, 타 공예품 판매점에 위탁 방식이 49곳 (26.8%), 전시회 및 축제행사장이 36곳(19.7%), 인터넷 및 전화주문 방식의 판매가 15곳 (8.2%)으로 나타났다.



[그림 27] 공예품 판매 영역 및 유통경로

(2) 공예지원사업 만족도

① 충청남도 지원사업

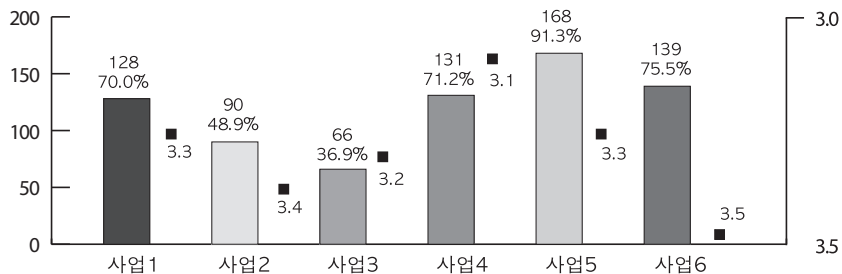
충청남도 문화체육관광국 문화정책과에서 시행하고 있는 공예산업 진흥을 위한 6가지 지원 정책 및 사업에 대한 공예인 및 공예산업체의 참여 여부와 참여를 통해 얻은 만족도를 조사하였다. 만족도는 해당 지원 정책 및 사업에 참여했던 공예인 및 공예업체의 의견만을 집계하였으며, 만족도의 단계는 1:매우 만족, 2:만족, 3:조금 만족, 4:보통, 5:조금 불만, 6:불만, 7:매우 불만의 7점 척도로 단계화 하였다.

지원사업에 참여했던 공예인 및 업체 수는 충청남도 공예품대전에 91.3% (168곳), 충청남도 관광기념품 공모전에는 75.5% (139곳)의 참여를 보여 공모전 방식의 지원사업 참여가 원활하게 이루어지고 있음을 알 수 있다. 반면 문화인정상품 지원사업에 참여했던 업체 수는 39.5% (66곳), 공모전 입상작 상품화 지원사업은 48.9% (90곳)으로 조사 대상의 절반에도 미치지 못하는 참여율을 보여주고 있다.

사업별 만족도는 3.08~3.49까지 ‘조금 만족함’ 내의 일정한 범위 안에서 미세한 차이가 나타나고 있으며, 전체 사업의 평균 만족도는 3.31로 미미하게 만족하고 있는 것으로 보여진다.

참여율에서는 관광기념품 공모전과 충청남도 공예품대전은 참여율이 75.5%와 91.3%로 참여율이 높게 나타난 반면, 충청남도 문화인정 상품과 공모전 입상작 상품화 지원사업은 참여율이 35.9%와 48.9%로 저조하게 나타나고 있다.

만족도 측면에서는 공예품 국내·외 전시판매전 지원사업의 만족도가 가장 높은 3.08을 보였으며 충청남도 문화인정상품도 4.20의 만족도를 나타내고 있다.



[그림 28] 도 지원사업 별 참여율 및 만족도

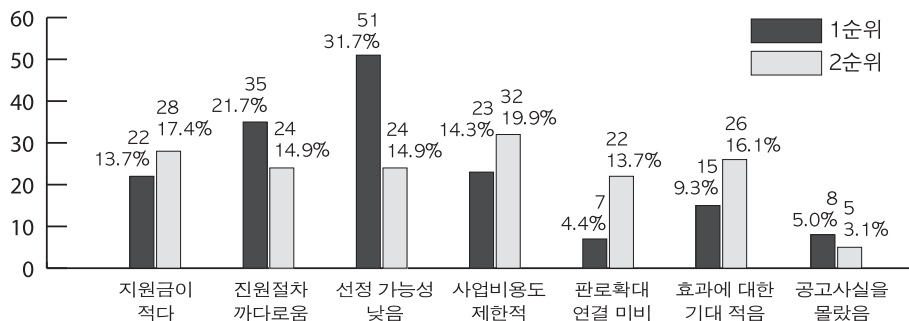
만족도가 매우 저조한 사업으로는 ‘공모전 입상작 상품화 사업’ 과 ‘충청남도 관광기념품 공모전’ 으로 각각 3.37과 3.49의 만족도를 보이고 있다.

[표 47] 충청남도 공예 지원사업 별 참여 및 만족도

사업번호	사 업 명	참여 업체 수	만족도	순위
사업 1	공예품 신제품 개발 장려금 지원사업	128 (70.0%)	3.25	3
사업 2	공모전 입상작 상품화 지원사업	90 (48.9%)	3.37	5
사업 3	충청남도 문화인정상품	66 (35.9%)	3.20	2
사업 4	공예품 국내외 전시판매전 지원사업	131 (71.2%)	3.08	1
사업 5	충청남도 공예품대전	168 (91.3%)	3.25	3
사업 6	충청남도 관광기념품 공모전	139 (75.5%)	3.49	6
합계(평균)		120.3 (65.5%)	3.31	

② 지원사업 불만 사항

충청남도에서 시행하고 있는 지원사업에 참여하지 않았거나 만족도 조사에서 불만(조금불만, 불만, 매우 불만)으로 표시한 161명의 응답자만을 대상으로 충청남도 지원사업에 대한 불만 요인을 1, 2 순위로 질문하였다. 1순위 조사에서는 응답 항목 중 ‘선정될 가능성이 낮다’에 가장 높은 빈도인 31.7% (51명)이 선택하였으며, ‘지원신청 절차가 까다롭다’가 21.7% (35명), ‘사업비 용도가 너무 제한적이다’가 14.3% (23명), 이와 비슷한 빈도로 ‘지원금 액수(지원 혜택)이 적다’ 순의 응답을 보이고 있다.



[그림 29] 지원사업 불만 사항

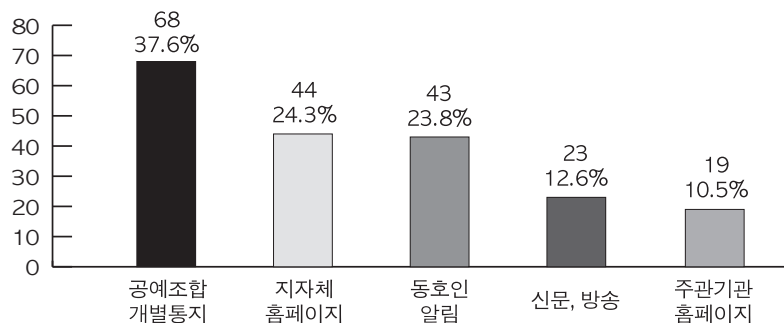
2순위 조사에서는 ‘사업비 용도가 너무 제한적이다’가 19.9% (32명)로 가장 높게 선택하였으며, ‘지원금 액수 (지원 혜택)이 적다’, ‘효과에 대한 기대가 적다’ 등의 항목

이 비슷한 비중으로 그 뒤를 잇고 있다.

2순위의 빈도를 절반의 가중치로 하여 1순위와 2순위를 합산한 결과 ‘선정될 가능성이 낮다’에 가장 높은 빈도인 63으로 나타났고 ‘사업비 용도가 너무 제한적이다’가 39, ‘지원신청 절차가 까다롭다’가 37, ‘지원금 액수(지원 혜택)이 적다’가 36으로 비슷한 정도를 보이고 있다.

③ 도 지원사업 정보입수 경로

충청남도에서 시행하는 공예산업 지원사업에 대한 정보를 얻게 된 매체는 무엇인가에 대한 질문에서 ‘공예협동조합의 개별공지’가 37.6% (68)명으로 가장 높게 나타났으며 ‘도 또는 시·군 홈페이지’가 24.3% (44명), ‘동료, 동호인의 연락이나 알림’이 23.8% (43명), 신문·방송 매체가 12.6% (23명), ‘주관기관 홈페이지 또는 블로그’가 10.5% (19명)의 빈도를 보여주고 있다.

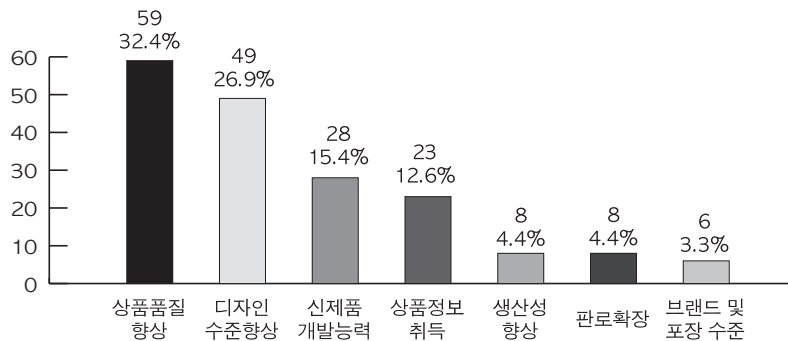


[그림 30] 도 지원사업의 정보입수 경로

④ 도 지원사업 후 두드러진 성과

충청남도 지원사업 후 얻은 가장 두드러진 성과가 무엇인지 묻는 질문에 ‘상품 품질 향상’이 32.4% (59명)로 가장 높은 응답을 보였으며, ‘상품 디자인 수준 향상’ 26.9% (49명), ‘신제품 개발 능력 향상’ 15.4% (28명), ‘상품관련 정보 취득’ 12.6% (23명), ‘생산성 향상’ 4.4% (8명), ‘판로 확장’ 4.4% (8명), ‘브랜드 및 포장 수준 향상’ 3.3% (6명)의 응답 순을 보이고 있다.

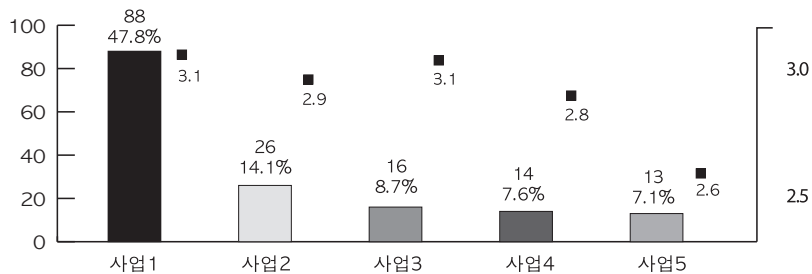
도 지원사업을 통한 매출의 증대에 대한 만족도는 3.49로 거의 미미한 수준의 상승을 보이는 것으로 나타났다.



[그림 31] 도 지원사업을 통한 성과

⑤ 중앙 지원사업 참여 및 만족도

문화체육관광부 및 지식경제부, 고용노동부에서 시행하고 있는 교육 프로그램 등 공예 산업 관련 지원 정책 및 사업에 대한 공예인의 참여 여부와 참여를 통해 얻은 만족도를 조사하였다. 만족도는 7점 척도로 단계화하여 해당 지원사업에 참여한 업체 및 공예인의 의견을 집계하였다.



[그림 32] 주요 중앙 지원사업 별 참여율 및 만족도

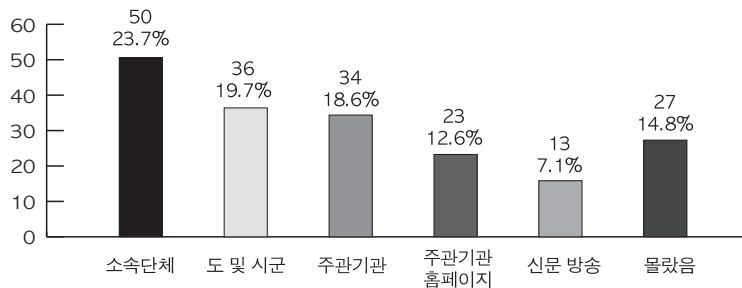
참여도가 높게 나타나는 사업은 중소기업청 및 한국공예협동조합연합회에서 시행하고 있는 ‘대한민국공예품대전’이 47.8% (88명)로 가장 높은 참여율을 보였으며, 한국공예협동조합연합회에서 시행하고 있는 ‘공예명품 인증마크’에는 14.1% (26명), 조달청에서 시행하는 ‘전통문화상품 공공판로지원’이 8.7% (16명), 한국문화재보호재단의 ‘전통공예디자인강좌’가 7.6% (14명), 문화재청에서 시행하는 ‘전통공예 활성화 및 제작 유통 지원사업’이 7.1% (13명)의 참여를 보였고, 그 외의 사업 참여 정도는 2~7명으로 매우 미미한 참여 정도를 보이고 있다.

[표 48] 중앙 부처 공예 지원사업 별 참여 및 만족도

사업번호	사 업 명	참여 업체 수	만족도	순위
	한국전통공예건축학교	2 (1.0%)	2.0	1
사업 4	전통공예디자인강좌	14 (7.2%)	2.8	10
	전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육	7 (3.6%)	2.7	7
사업 5	문화디자이너 양성교육과정	13 (6.7%)	2.6	6
	문화상품 위탁 공급업체 및 문화상품 공모	2 (1.0%)	2.5	4
	대한민국 명장 선정	2 (1.0%)	2.0	1
	숙련기술자 전수자 선정	2 (1.0%)	2.5	4
	중요무형문화재 공예강습 지원사업	6 (3.1%)	2.3	3
	전통공예활성화 및 제작 유통사업	13 (6.7%)	2.7	7
사업 1	대한민국공예품대전	88 (45.4%)	3.1	12
사업 3	전통문화상품 공공판로지원	16 (8.2%)	3.1	12
사업 2	공예명품 인증마크	26 (13.4%)	2.9	11
	지역연고(전농)산업육성사업	3 (1.5%)	2.7	7
합계(평균)		194 (14.9)	2.9	

⑥ 중앙 부처 지원사업 정보입수 경로

중앙 부처에서 시행하는 공예 지원사업에 대한 정보를 알게 된 매체는 무엇인가에 대한 질문에 ‘소속된 단체’를 통해서가 27.3% (50명) 으로 가장 높게 나타났으며, ‘도 및 시·군’을 통해서가 19.7% (36명), ‘주관기관에서 공지’가 18.6% (34명), ‘주관기관의 홈페이지 및 블로그를 통해서’가 12.6% (23명), ‘신문 및 방송을 통해서’가 7.1% (13명)순으로 나타나고 있다. 응답자 183명 중 이러한 지원사업이나 프로그램에 대한 정보를 전혀 알지 못했다는 응답자가 14.8% (27명)에 달하고 있다.

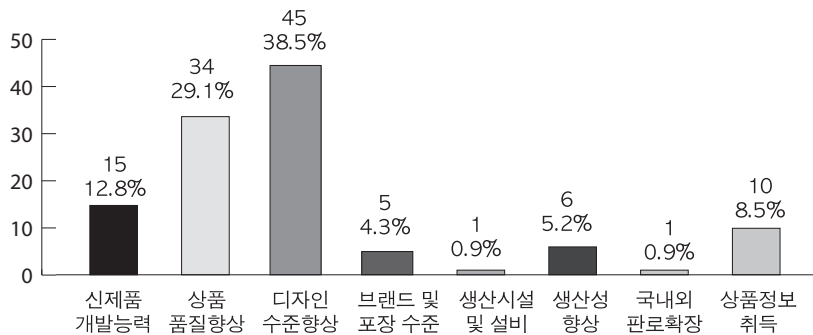


[그림 33] 중앙 부처 사업의 정보입수 경로

⑦ 중앙 부처 지원사업의 성과

중앙 지원사업 후 얻은 가장 두드러진 성과가 무엇인지 묻는 질문에 ‘상품 디자인 수준 향상’ 38.5% (45명)로 가장 높은 응답을 보였으며, ‘상품 품질 수준 향상’ 29.1% (34명), ‘신제품 개발 능력 향상’ 12.8% (15명), ‘상품관련 정보 취득’ 8.5% (10명), ‘생산성 향상’ 5.2% (6명), ‘브랜드 및 포장 수준 향상’ 4.3% (5명), ‘생산시설 및 설비’ 0.9% (1명), ‘국내외 판로 확장’ 0.9% (1명) 순을 보이고 있다.

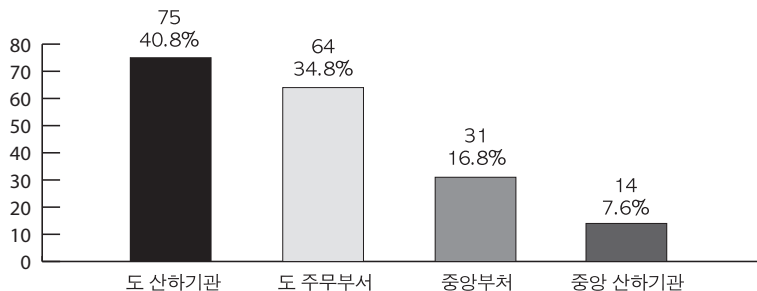
중앙 지원사업을 통한 매출의 증대에 대한 만족정도는 3.46으로 도 지원사업에서 나타난 바와 같이 미미한 수준의 상승을 보이는 것으로 나타나고 있다.



[그림 34] 중앙 지원사업을 통한 성과

⑧ 공예 지원사업의 수행 적합 기관

공예산업과 관련한 지원사업을 시행하기에 적합한 기관의 유형을 묻는 질문에 ‘도 산하 기관’으로 40.8% (75명)이 응답하여 가장 높은 응답 빈도를 보였으며, ‘도 주무부서’가 34.8% (64명), ‘중앙 부처’가 16.8% (31명), ‘중앙 산하기관’이 7.6% (14명) 순을 보이고 있다.



[그림 35] 지원사업 수행에 적합한 기관

명)의 빈도를 보여주고 있다.

⑨ 지원사업 분야별 중요도

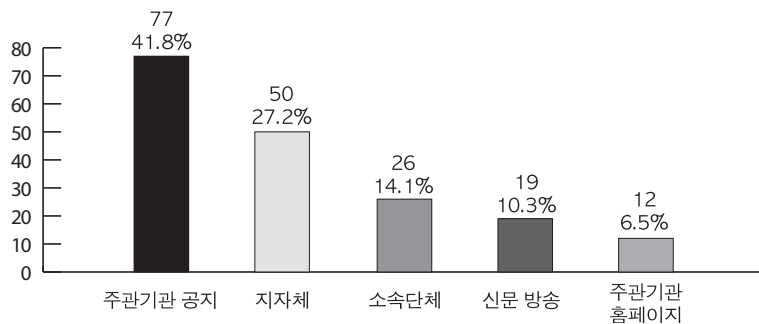
지원사업의 분야별 느끼는 중요도를 7점 척도로 표시하는 문항에서 여섯 가지 분야에 대한 중요도가 전체적으로 높게 응답을 보이고 있는데, 분야별로는 ‘상품화 지원’이 1.49로 가장 중요시하고 있으며 ‘금융 지원’ 1.66, ‘설비 지원’ 2.10, ‘디자인 지원’ 2.34 순으로 중요하다고 응답하고 있다.

[표 49] 지원사업 분야별 중요도 및 순위

분야	기술 지원	디자인 지원	설비 지원	금융 지원	상품화 지원	판로 지원
중요도(척도)	2.42	2.34	2.10	1.66	1.49	3.28
순위	5	4	3	2	1	6

⑩ 지원사업 전달에 적합한 방안

지원사업의 내용을 수혜자인 공예인에게 전달하기 위한 적합한 방안이 무엇인지 묻는 질문에 ‘주관기관에서 공지’가 41.8% (77명)로 가장 높은 응답률을 보였으며, ‘해당 지자체인 도나 시군에서’가 27.2% (50명), ‘소속된 단체에서 통보’가 14.1% (26), ‘신문 및 방송 매체’가 10.3% (19명), ‘주관 기관의 홈페이지나 블로그’ 6.5% (12명)로 나타나고 있다.



[그림 36] 지원사업 전달에 적합한 매체

3. 충남 공예산업 지원정책 개발을 위한 워크숍

충청남도 내에서 창작 활동 및 공예산업에 종사하는 공예인을 대상으로 중앙 부처 및 충청남도에서 지원하는 공예산업 지원정책과 사업에 대한 인식 정도를 청취하고 수요자의 요구에 부응하는 정책으로 개선하기 위한 목적으로 워크숍을 개최하였다. 워크숍은 공예 지원사업의 수행 및 수혜 사례발표와 충청남도가 구상하고 시행하는 공예 지원정책에 관한 발표로 이어졌다. 지정토론은 지역 공예작가와 충남도 담당팀장이 참여하는 자유토론 방식으로 진행되었다.

1) 워크숍 개요

| 일 시 : 2015년 5월 13일 (수) 15:00~17:30

| 장 소 : 충남연구원 1층 회의실

| 주 제 : 충청남도 공예산업 지원 정책의 활용실태와 성과

| 진 행 : 권영현 선임연구위원/충남연구원

| 발 제 1 : 계룡산도예촌 사업성과 및 공예 지원사업의 활성화, 정광호/계룡산 도예촌 도예작가

| 발 제 2 : 충청남도 공예산업 지원 방향 및 지원사업, 최상진/충청남도 문화정책과 문화산업팀장

| 지정토론 : 양미숙/충남공예협동조합 이사장, 채수용/지역 도예작가

| 자유토론 : 신승복/한국공예협동조합연합회장, 지역공예인 : 정정희, 김용운, 이창민, 최홍일, 고명환, 홍남기, 이철순, 박은민, 이미숙, 호병렬, 최자열, 유희자, 전택규 주무관/충남도청, 오병찬 책임연구원, 김철명 연구원 등

2) 발제 및 지정 토론 요지

(1) 발제 정광호 (지역 도예인)

계룡산을 기반으로 하는 도자공예를 지역민이 함께 공유할 수 있는 도자공예문화로 조성하여 지역 관광활성화에 기여하기 위하여 산·학·연·관·민의 협력을 통한 지속가능한 도자공예문화 진흥체계를 마련 하는 것을 목표로 한다.

사업추진방향으로 ① 산·학·연·관·민의 협력을 통한 네트워크 형성, ② 창조·창업형 인력 및 역량강화, ③ 브랜드와 명품 공예 상품개발, ④ 브랜드파워 강화를 위한 마케팅 구사, ⑤창업과 신규 일자리 지원을 설정하였다. 핵심 사업으로 철화분청사기 복원 및 현대화, 계룡산분청사기 축제, 이삼평 콘텐츠 사업, 도자기 체험 프로그램, 명사와의 만남을 진행하였다.

(2) 토론 1 요지, 양미숙 (충남공예협동조합 이사장)

‘구마모토 현립전통공예관’, ‘상하이 백공방(百工房)’, ‘일본 공예회관’ 사례¹⁹⁾와 같이 통합된 공예산업 관련 기구의 설립으로 한 곳에서 제작, 전시, 판매, 지원이 효율적으로 이루어지는 거점화가 필요하며, 공예에 뜻을 둔 청년 취업 준비생과 창업 준비생들을 인큐베이팅할 수 있는 전문 교육기관을 두어 미래의 산업인력으로 육성시켜야 한다.

공예업체들이 문화산업의 일선에서 체득한 결과를 산·학·연·관이 함께 연구하고 개선할 수 있는 연구와 토론의 장을 정례화하여 각 분야에 소통의 기회를 제공하고 도출된 의견이 정책에 반영되도록 하여야 한다.

(3) 토론 2 요지, 조인형 (광주발전연구원 연구위원)

19) 일본 구마모토의 경우 구마모토 현립 ‘전통공예관’을 두고 공예업무의 효율적 운영 및 지원사업을 one-stop으로 처리하는 민관 협업 시스템을 운영 중이며, 상하이에는 400여 명이 200여 종의 공예품을 제작하고 판매하는 백공방(百工房)을 정부가 운영 중이며, 일본은 105개 공예종목이 전승되고 있고 전국에 184개 민관이 공동운영하는 공예회관을 보유하고 있음

① 사업초기에 점검할 네 가지 사항

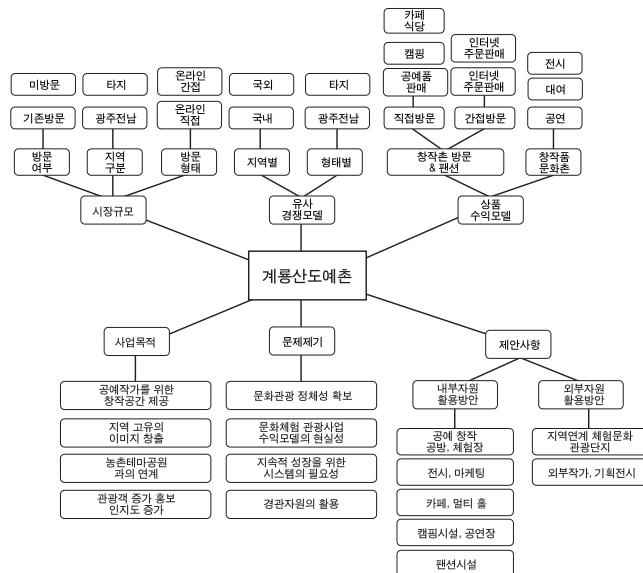
활성화 가능성은 누가, 어떤 일을, 어느 순서로, 언제까지, 어떻게 수행하여, 어느 수준까지 해소할 것인가에 대한 상(像)을 확보하여 활성화 장애요소를 분석을 하여야 한다. 일차적 활성화 목적은 예술 활동을 통한 심미적 가치 창출, 산업공예 형태로 상업적 성공 극대화, 일자리 창출 및 지역 경쟁력 강화를 위한 지역 마케팅 수단을 확보하는데 있다.

시장 수요의 존재와 시장 창출 가능성은 시장의 존재와 구분, 목표시장의 설정, 수요의 지속 여부에 대한 판단과 수요를 창출할 대안 마련이 필요하다. 공예산업의 경우 경제적 분리가 크고 대규모화가 어렵기 때문에 산업화에 어려움이 따른다.

② 사업구조는 중장기적 관점에서 구성

도자공예를 대표적 문화자원으로 육성한다는 목적을 달성하기 위해서는 중장기 계획 차원에서 다루어져야 한다.

중장기적 관점에서 사업을 계획하는 경우 아래 그림과 같이 여섯 가지 요인(시장규모, 유사 경쟁모델, 상품 수익모델, 사업목적, 문제제기, 제안사항)과 지역에 특화된 요소들을 추가하여 사업 전략을 구성할 것을 제안한다.



[그림 37] 지역 특화 요소가 추가된 사업 전략

(4) 지역공예인 의견

[표 50] 지역 공예인 의견

토론 및 제시 내용	요지
공예문화산업진흥법에 따른 연구, 창업, 유통 등 활성화에 충남이 선도	정책의 선도
대량생산 및 수출 등을 대비하기 위해 조합의 협동체계를 이용가능	협력체계
공예문화산업진흥법 시행되면 공동으로 이용 가능한 시설부문의 지원 계획	협력체계
공예인들이 단독 역량을 벗어나 상품 판로나 디자인 방법에 대한 공동의 구상이 필요함	협력체계
지원사업 자문시 어려움이 많아 자문기능을 갖춘 통합 센터 설립 필요	통합지원기관
신제품 개발시 현재 능력 보다 축적된 능력과 조합이 필요	역량강화
사업 선정 평가 시 공정성을 위해 컬러시안 또는 완제품 제출	사업 평가
공예업체 연평균 매출 2,760만원으로 영세, 지나친 시안 요구 어려움	사업 평가
인정문화상품제도의 경우 신상품 개발 외에 사후관리, 홍보 등에 관련된 지원이 없으며, 400만원의 지원 금액에 비해 갖춰야 할 절차가 많아 비효율적임	지원 효율화
지원제도 결과에 대한 업체 평가 및 환수조치, 사후관리 필요	지원 효율화
지원사업의 효율화를 위해 지원금 차등/선택과 집중 필요	지원 효율화
지원 기간 2년으로 확대, 중간평가 후 기준 충족 시 지속 지원 방식 필요	지원 효율화
지원정책은 단기가 아닌 향후를 보는 개발 필요	지원 효율화
신상품 지원관련 계획서 작성이 어려우니 쉽게 작성하는 방법을 찾아야 함	지원 효율화
시설, 장비 등의 인프라 지원이 필요함	지원 용도
도 인정문화 상품은 전국대회 공모전 수상 시 혜택에 비해 미미함	지원 효과
도 인정문화상품 인증서만, 지원금은 사실 없는 셈	지원 효과
도 인정문화 상품은 행정기관에서 구매하여야 함	지원 효과
지원된 사항에 대해서는 사후 이행이 되었는지 사후 검증 및 관리가 필요	지원 후 검증
실제 창작하지 않은 작가 지원 검증, 완성된 상품을 판매하도록 일정수량 조합에 비치	지원 후 검증
지원 관련된 사업 및 정책 현황에 대한 정보가 없음. 행자부 지역특화상품 사업 전달 미비	정보의 부재
공예를 아는 디자이너가 디자인을 지원하도록 해야 함	인력 활용
산자부의 공예상품 디자인지원 프로젝트가 도움이 안 된 이유는 지원제공자가 공예에 대한 전문 지식을 갖춘 디자이너가 아니었기 때문임	인력 활용
공예에 조예 깊은 검증된 인력뱅크 구축이 급선무	인력 활용
프로젝트 매니저 운영은 효과가 좋은 제도임	인력 활용
지원금의 용도가 시설투자 등에는 사용할 수 없어 불합리	지원금 용도
초기 비용 지원, 그 이후 마케팅 단계상 광고 비용부담 자기 몫 연계지원은 차등과 선택으로, 어느 단계에서는 자기 몫	자구책 마련
유네스코 세계문화유산 지정에 따라 백제공예품 개발 필요	장기 비전

4. 국내 · 외 사례

1) 국내 사례

(1) 광주광역시

① 공예육성정책

광주광역시는 공예문화산업이 우리 고유의 문화적 전통으로서 문화이미지를 결정하고 상품의 국제경쟁력을 높이는 중요한 문화자산임을 인식하고 전통문화의 계승과 발전, 경제적인 부가가치를 창출하는 기반으로 공예문화산업을 집중적으로 육성하고 있다. 광주광역시의 공예산업 육성 방안은 대단위 단지개발 및 조성 방식이 아닌 도심재생 및 활성화 차원에서 공예사업에 접근하고 있으며, 공예인들이 실감할 수 있는 공예문화산업 정책을 전달하고자 노력하고 있다.

이에 따라 문화산업 육성정책의 중심에 문화생산자를 두고 있으며 이들을 위한 기반구축과 지원대책을 마련하는데 사업의 중점을 두고 있다. 2011년부터 2020년까지 10년에 걸쳐 총사업비 453억원(국비 203억 원, 시비 200억 원, 민자50억 원)을 기반구축사업과 역량강화 사업으로 구분하여 투자가 이루어졌다. 기반구축사업은 창작공방촌 조성, 공예 전시판매장건립, 한국공예문화연구소 설립 등 공예산업 인프라와 관련된 사업들이 주를 이루고 있다.

창작공방촌은 1인창조기업 선정 및 입주를 지원하고 창작공방 작업과정 공개 등을 통하여 공예에 대한 시민들의 심리적, 물리적 접근성을 개선하는 목적을 가지고 조성되고 있으며, 사업비와 사업내용을 아시아 예술 교류센터 조성사업과 연계시킴으로써 사업추진의 효율성을 확보하고 있다.

공예전시판매장 건립사업은 공예품을 전시·판매, 체험할 수 있는 공간을 조성하며, 전시공간 외에 작품 보관 및 작업실 등의 주요시설을 도입하여 예술인들의 작품활동에 기여하려는 기능을 갖추고 있다.

한국공예문화연구소는 3개분과(전통, 현대, 관리)로 분류하며 세부적으로 공예문양, 기술, 작업방법 등 기술 분야에 대한 연구지원사업과 광주의 특색 및 특징을 반영한 문화상품을 연구개발하고, 공예문화상품 제작자에 대한 지원사업과 공예관련 종합 정보망 구축을 중점적으로 수행하고자 설립 되었다.

역량강화사업은 빛고을 공예대전, 상품개발지원, 마케팅 지원, 전문인력 양성사업으로 구성되어 있으며, 공예산업을 소프트웨어적인 측면에서 지원하고자 하는 사업이다.

빛고을 공예대전은 2010년 공예작품 공모, 수상작 시상·전시 및 부대행사로 구성되어 3억원의 예산으로 기 추진되었으며, 광주의 문화상품 개발 지원을 통해 수상작의 상품화를 추진하고 있다.

상품개발지원사업은 공예관련 DB구축 및 공예기술 연구를 지원하는 사업으로 전통문양, 공예제작방법 및 기술, 공예관련 통계의 DB화에 중점을 두고 있다.

마케팅 지원사업은 광주의 대표적인 공예상품 선정 및 시 공인 품질보증을 실시하고 사이버몰 구축, 공동상품개발 및 공동판매 등에 대한 지원 등을 골자로 광주 공예산업과 관련된 종합정보망을 구축하여 공예관련 정보의 교류를 통한 시너지 효과 창출에 주력하고 있다.

전문인력양성사업은 산학협력을 통하여 공예 관련 학생들을 대상으로 공예명장, 무형문화재 등이 지도할 수 있는 시스템을 구축하고 장기적으로 정규과정 편성을 통해 인력을 양성하고, 공방촌을 현장실습장으로 제 공함으로써 실효성을 강화하고자 하는 사업이다.

광주광역시에는 공예문화산업 육생정책의 구성사업들을 단기, 중기, 장기 과제로 구분하고 체계적인 계획을 수립하고 있다.

단기과제는 2011년부터 2015년까지 수행되는 사업으로 Core Zone 구축 및 이벤트 개최가 계획되어 있으며, 창작공방촌 및 전시판매장 건립사업, 빛고을 공예대전 개최 등이 진행된다.

중기과제는 2014년부터 2017년까지 수행되는 사업으로 한국 공예문화연구소(가칭)설립사업과 우수공예작품 선정 및 지원사업으로 구성되어 있다.

장기과제는 2012년부터 2020년까지 수행되는 사업으로 공예 전문인력 양성사업과 공예품의 일상화, 대중화 여건을 조성하여 지속적인 수요창출로 공예품 생산을 확대하고 소비자 만족도 제고 등 긍정적 이미지를 확대시키는 목적을 갖고 있다.

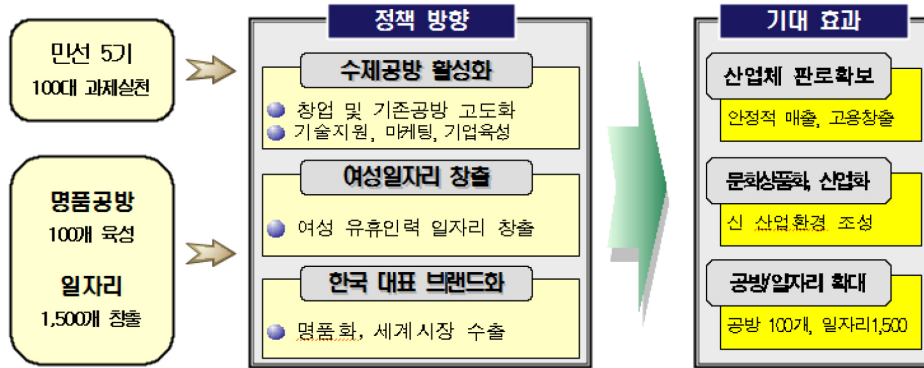
② 수제공방육성사업

광주광역시는 민선 5기 100대 실천과제를 선정하고 정책공약사업 중 하나인 수제공방 육성을 통한 여성일자리 창출사업을 제시하였다.

수제공방육성사업은 명품공방 100개 육성, 일자리 1,500개 창출을 목표로 세 가지 정책방향을 제시하였는데, 첫째는 창업 및 기존공방 고도화, 기술지원 및 마케팅, 기업육성을 중점으로 한 수제공방 활성화이며, 둘째는 여성유휴일자리 창출을 위한 여성일자리 창출, 셋째, 명품화를 통한 세계 시장 수출 증대를 목표로하고 있다.

이를 통하여 사업의 안정적 매출과 고용창출을 유도하고 산업체의 판로를 확보하며, 문화상품

화 및 산업화를 통하여 신산업 환경을 조성하는 등의 효과를 기대하고 있다.



[그림 38] 수제공방 육성사업의 정책방향과 기대효과

수제공방육성사업의 추진방향은 예술에 기반을 둔 수공업이 아닌 대중성 있는 제품 개발에 중점을 둔 육성사업으로 수제품 기반 일자리 창출을 위해 시장에 적합한 형태의 창작·제작·판매시스템을 구축하는데 있다. 또한 지역성(전통), 예술성, 기능성 등의 3요소의 접목을 통해 수공업에 대중화 및 산업화의 방향을 제시하고 시장 및 소비자 대응형 수제품을 선정·육성하여 시장이 요구하는 제품을 적절한 가격에 공급할 수 있도록 하였으며, 이를 위해 공방 규모의 확대 및 고도화 전략을 제시하고 있다.

이 사업은 지역 전통산업 특화육성 및 지역경제 활성화는 물론 여성들의 문화예술적 재능과 솜씨를 바탕으로 하는 수제공방 육성과 창조적 활성화를 통해 ‘광주형 행복복지모델 창출’을 이루는 창조경제 모델로서 역할을 하고 있다.

2) 국외 사례

(1) 일본

① 전통공예품산업의 진흥에 관한 법률(傳統的工藝品の産業興に關する法律)²⁰⁾

일본의 공예산업 지원 및 진흥과 관련된 법률로 ‘전통공예품산업의 진흥에 관한 법률’을 들 수 있는데, 일정 지역의 주요한 전통기술이나 기법 등을 이용하는 전통공예품을 실생활에 활용을 늘리고 이어가게 하며, 전통공예품 산업의 진흥을 통해 국민의 생활을 풍요롭게하고 지역 경제와 국민경제의 건전한 발전을 위한 목적으로 제정되었다. 이 법률에 명시된 지원 계획으로는 아래 표와 같이 경비의 보조, 자금의 확보지원계획, 세제상의 조치, 지도 및 조언을 들 수 있다.

[표 51] 전통공예품산업 진흥법에 나타난 지원 내용

조 항	내 용
지원계획	종사자의 후계자 확보 및 육성, 소비자 등과 교류 또는 기타 전통공예산업의 진흥을 지원하는 사업을 실시하려는 자는 이에 관한 계획을 작성한다
경비의 보조	국가 및 지방공공단체는 인정진흥계획 또는 인정공동진흥계획에 의한 사업을 실시하고자하는 특정제조협동조합 등, 판매사업자 또는 판매협동조합 등에 대하여 필요경비의 일부를 보조할 수 있다.
자금의 확보	국가 및 지방공공단체는 인정진흥계획 또는 인정공동진흥계획, 인정활성화계획, 인정연휴활성화계획 또는 인정지원계획에 의한 사업을 실시할 때 필요 자금의 확보 또는 유통에 힘쓴다.
세제상의 조치	국가나 지방공공단체가 인정진흥계획에 의한 사업의 실시를 원활하게 추진하기 위하여 세제상 필요한 조치를 구할 수 있다.
지도 및 조언	제조사업자 또는 판매사업자, 활성화사업 또는 연휴활성화사업을 실시하는 자에 대하여 전통공예산업의진흥과 관련된 필요한 지도나 조언을 할 수 있다.

② 가나자와시(金澤市)

이시가와 현(石川縣) 소재지인 가나자와시(金澤市)는 인구 45만8,000명 규모의 도시로 1996년 중핵도시로 지정되었다. 가나자와는 에도 시대에 최고 세력의 영주로 평가받는 가가번(加賀藩)의 마에다 가문이 학문과 공예, 기술을 장려하고 대중화하였다. 특히,

20) <http://law.e-gov.go.jp>, 2015년 7월 14일 접속

무기와 갑옷을 수선하던 작업장이 성의 설치물, 가구를 제작하는 장인의 일터로 바뀌었고, 교토와 에도에서 초빙된 장인 대가들이 금속공예, 칠기를 비롯한 공예 분야의 장인들을 훈련시켰다. 그 결과 가나자와하코(金澤箱), 가가유젠(加賀友禪) 등의 전통공예와 다도, 노가쿠(能樂) 등의 전통문화, 가가요리(加賀料理), 와가시(和菓子) 등의 식문화를 비롯한 격조 높은 문화를 꽃피워 오늘날에 전승되고 있다. 2009년 6월 가나자와시는 유네스코가 정한 ‘창의도시 네트워크’에 등록되었다.

일본의 전통공예산업 장려와 관련하여 법적으로 지정된 공예품은 아래 표와 같이 가나자와 금박, 가나자와 칠기, 가가유젠 비단 염색, 구타니 도자기, 가가 자수품, 가나자와 가정용 불단 등이 있다.

[표 52] 가나자와시 지정 공예품

조 항	내 용
가나자와 금박(金箔)	경제력을 갖춘 마에다 가문의 화려한 무사 문화는 금박에 대한 수요를 가져오게 되면서 금박공예가 번성하게 되었다. 가나자와의 적절한 기후와 수질에서 기인한 박의 탁월한 품질은 현재까지 이어져 일본 금박의 98% 이상을 생산하고, 은박과 동박은 100%에 달하고 있다. 최근에는 인테리어 장식품, 지역 소주, 과자, 기타 식료품으로 활용폭이 다양해지고 있다.
가가유젠(加賀友禪) 비단 염색	가가유젠 비단염색의 효시는 18세기 기모노 장인이었던 마야자키 유젠사이가 가나자와로 와서 토대를 이루면서부터이다. 가가유젠 비단 염색은 전형적으로 아름다운 초화, 계절과 풍경미를 강렬하면서도 고요하고 정제되어 표현하고 있다.
가나자와 칠기	가가번 영주들에 의해 장려된 가나자와 칠기는 중세로부터 이어진 마키에 기술을 이어받아 우아한 귀족 문화와 강렬한 무사 문화가 조화를 이루어 독특하게 발전하였다. 가나자와 칠기 역시 대량생산이 어려운 예술적인 공예품이다.
구타니(九谷) 도자기	구타니 도자기의 기원은 1806년 마에다 영주의 11대 손인 마에다 나리나가가 교토의 아오키 모쿠베이를 기술교수를 가나자와로 초빙하면서 시작되었다. 모쿠베이가 가나자와를 떠난 후 가가번 무사 하나가 '민잔' 가마를 열었고 원조 구타니 도자기를 만들었다. 구타니 도자기는 미니처cher 그림, 고전도 유약, 독특한 붉은 색이 특징으로 우아하고 세련된 생기있는 디자인을 보여주고 있다.
가가 자수	무로마치 시대 초기에 가가지방으로 불교가 전래됨에 따라 불교의식을 위한 의복의 장식기술로 교토에서 가가 자수품이 전해지기 시작하였다. 이 시기 자수품은 영주부인 옷뿐만 아니라 영주 갑옷 겹옷에 사용되었다. 가가 자수는 비단실, 금실, 은실을 사용하여 입체적으로 보이게 하며 단품으로 만들기 때문에 가치가 높다. 최근에 가가 자수는 일상 용품과 벽장식품 등 활용 범위가 넓어지고 있다.
가나자와 가정용 불단	가나자와에는 불교의 종파인 조도신수가 일반 대중의 삶 속에 뿌리내리고 있어 다른 지역보다 가정용 불단에 대한 수요가 많다. 가나자와 불단은 다양한 목공 및 공예기술이 구사되었고 특히, 금박을 활용한 품위있고 우아한 불단이 생산되었다. 최근에는 고객이 디자인 한 제단, 접거나 뒤집으면 다른 용도로 사용할 수 있는 '카라쿠리 제단' 등 오늘날의 생활양식에 맞춘 새로운 형태의 불단들을 선 보이고 있다.

가나자와시는 예술과 공예의 장려를 위하여 다음과 같은 정책을 추진하고 있다.

1. 후계 장인을 훈련시키고 기술을 보전하기 위해 조성된 ‘가나자와 예술 및 공예 인 재개발기금’을 전문적인 지식과 기술을 습득하는 훈련생에게 제공한다.
2. 새로운 상품 개발을 촉진하고 시장 판로 확장을 위해 ‘가나자와 브랜드 공예품’을 개발하는데 보조금을 지급한다.
3. 젊은 장인과 예술인의 공예 관련 지식 및 기술 습득과 국제 활동을 촉진하기 위한 목적으로 해외 연수와 해외 전시회 및 개인 작품전 개최를 지원한다.
4. 전통 공예산업 분야에서 기술 발전, 후진 양성, 교육에 기여한 장인에게 상을 수여한다.
5. 구릉(교외)지역의 빈집을 장인을 위한 작업장으로, 도시 구역의 빈 점포를 장인을 위한 스튜디오로 전환하는 것을 지원한다.
6. 공예품의 대중화 및 후진 양성, 신상품 개발, 시장 판로 확대를 위한 정보 제공을 목적으로 ‘가나자와 예술 공예 진흥협회’를 설립한다.

(2) 독일의 공예산업 현황²¹⁾

독일은 공예산업에 대한 정의나 유형 구분이 명확하게 이루어지지 않았고, 별도의 공예 진흥 업무를 다루는 주무부처가 없이 공예조합이나 협회와 같은 단체보다는 역사와 전통을 가진 전문공예기업이 공예산업의 진흥을 이끄는 주역으로 활동하고 있다.

공예품이 예술품 범주가 아닌 일반 상품의 파생상품으로 다루어지기 때문에 공예산업에 대한 별도의 진흥책보다는 각 산업별 기업진흥책의 일환으로 진흥정책이 이루어지며, 독일이라는 특성상 연방정부차원보다는 각 주정부별 진흥책에 따라 관련 산업을 육성하고 있다.

① 도자공예품 시장

독일의 도자공예품 시장은 1980년대 호황을 누렸으나, 이후 등락의 반복이 이어지다 현재는 감소하는 추세이며, 수출량 또한 동반하여 감소하고 있다.

21) 해외 사례 부분은 한국공예문화진흥원에서 2005년 발간한 ‘해외 공예 현황’을 참조하여 제작성하였음

로젠탈(Rosenthal), 마이센(Meissen), 빌레로이 앤 부흐(Villeoy & Boch), 괴벨(Goebel) 등 세계 유수의 기업들이 보유한 도자기 기업도 저임금국가와의 경쟁과 독일 내 경기 침체의 이중고를 겪고 있다. 그럼에도 가구당 소비지출의 증가에 따른 경기 회복 기대와 고급도자기의 동남아 수출이 증가하고 있으며, 여기에 수백 년 역사와 전통을 가진 도자 우수기업의 독창적인 제품의 개발과 수요증대가 긍정적 요인으로 작용하고 있다.

특히, 작센(Sachsen) 및 바이에른(Bayern) 주가 위치한 오버프랑켄(OberFranken)과 오버팔츠(Oberfalz) 지방을 기반으로 지역적 특색을 살린 제품개발 진행으로 수요가 증가할 것으로 전망하고 있다. 바이에른 주의 도시 Selb에는 세계 유수의 독일 도자기(세라믹) 업체인 Rosenthal, Thomas, Arzberg, Hutschenreuter가 입주해 있고, 드레스덴 주의 Meissen, Kaiser Porzellan 지역과 서쪽 국경지역인 Villeroy Boch 지역에는 도자 공예 클러스터가 형성되어 있다.

② 금속공예품 시장

독일의 금속공예품 시장은 도자공예품이 침체를 보이는 것과 대조적으로 상승세를 보이고 있다.

금속 재료별로는 금 및 백금 공예품이 전체의 76%, 은제 공예품이 12%, 기타 공예품이 12%를 차지하고 있다. 유형별로는 시계류, 탁상용 중, 장식용 중, 중세 및 근대 무기류, 귀금속류가 대표 상품이며, 수백 년 이상 된 수공예 전통을 따르는 세계 유수의 시계 업체와 소규모 금속 수공업체로 이루어졌다²²⁾.

금제 귀금속 공예업체는 J.E. Hammer & Sohne GmbH und Co., Knapp-AG in Hallbergmoos, b+b Burkhadt + Bischoff GmbH & Co., Henkel + Grosse, Gebruder Nissing GmbH & Co. KG가 있으며 해외 시장으로는 프랑스, 영국 등 유럽을 비롯하여 아시아, 미주, 아프리카를 비롯한 중남미 시장을 확보하고 있다.

작센안할트(Sachsen-Anhalt) 주의 시계공업전문단지에는 Glashutte(Lang & Soehne)가 위치하고 있으며, 라인란트팔츠(Rheinland-Platz) 주 Ida Oberstein 지역 귀금속공예 전문단지에는 금, 은, 천연석, 금속 보석세공 제조단지가 집중해 있으며, Goldstadt(금 도시)라고 불리는 바덴뷔텐베르크(Baden-Wurttemberg)주의 포르츠 하임(Pforzheim)에도 귀금속 전문 제조단지가 형성되어 있다.

22) 2003년 12월 말 기준, 10,000여개 상공회의소 등록업체 중 금속 수공업체가 4,323개, 시계업체가 5,677개를 차지함

독일의 금속공예 시장은 이 분야의 디자이너와 세공업자들이 혁신적인 기술 및 지역적, 민속적 특성을 기반으로 독창적인 디자인의 창작물을 꾸준히 선보이고 있어 시장의 전망은 밝은 편이다.

③ 목공예품 시장

독일의 목공예품은 독일이나 외국에서 오래 전부터 선호되어 왔으며, 특히 성탄절이나 부활절 상품으로 호두까기인형, 연기 나는 목각인형, 목재 연, 목재 피라미드, 천사인형, 트리 장식품, 목재 오르골 등이 유명하다. 에어츠 산악지역의 목각공예품은 특별한 기념품을 선호하는 외국관광객에게 인기가 많은데, 16~17세기 광부들의 대체직업으로 시작되어 1930년경부터 본격적인 직업이 된 유래가 있다.

드레스덴(Dresden) 주 남쪽 국경지대인 에르츠게비르게(Erzgebirge) 지역에는 크리스마스트리 등 성탄절 시즌 상품으로 대표되는 독일의 대표적인 목공예 제조단지가 위치하고 있으며, 남서부 바덴부텐베르크(Baden-Württemberg) 주의 남쪽 슈바르츠발트(Schwarzwald) 지역은 목재 뼈꾸기시계 등으로 유명하다. 이곳 제조단지와 공방에서는 자체 매장을 운영하여 이 일대에 전문매장과 갤러리가 형성되고 있다.

뉴른베르크(Nuernberg)에서 개최되는 완구박람회(Spielwarenmesse) 등 세계 시장으로 진출할 수 있는 교두보라 할 수 있는 각종 대규모 박람회가 독일에서 개최되는 장점이 있어 전망은 밝은 편이다. 그러나 초기 공정을 과거 동구권이었던 폴란드나 루마니아, 중국에서 가공한 후 독일에서 완제품화 하거나 원재료의 조달을 이전하고 있어 명품으로 유지하기 어려운 점을 지니고 있다.

④ 지적재산권

독일의 공예분야는 다른 창조적인 문화산업과 마찬가지로 제네바에 있는 WIPO(World Intellectual Organization)의 법률 규정에 의거한 독일 지적재산권 관련 법률의 보호를 받게된다. 지적재산권의 법률 보호는 제품의 로고나 엠블럼, 마크, 이름이나 상표를 비롯한 서비스를 등록 할 수 있다.

⑤ 지원제도

독일은 주정부중심의 연방국가 체제로서 연방정부 산하에 공예 지원을 담당하는 부처

가 있는 것이 아니라, 16개의 주정부가 각기 다른 공예진흥정책을 가지고 지원 정책을 펼치고 있다.

공예업체 지원 시 고려할 사항은 지원사업이 공공의 이익에 부합하여야 하며, 지역 문화에 부합하는 수공예를 특정지역에서 활성화 시킨다는 의미를 가지고 있다. 지원 대상 자격은 독일 영주권 소지자로서 독일 내에 주거지를 갖고 있으며, 1년~5년 정도의 공예 경력을 최소 기간으로 정해 놓고 있다. 대기업이 참여하는 지원은 지멘(Siemens), 메르세데스 벤츠(Mercedes Benz), 유럽중앙은행(EZB), 도이치은행(Deutsche Bank), 데카(Deka), 드레스덴 은행(Dresdner Bank)에서 비정기적으로 다양한 정책적 작가지원이 이루어지고 있다.

지원방법은 독일 중앙 수공예협회와 독일 수공예 신문, 헤센주 기념물 보호청에서 비정기적으로 주관하며 각 기관에 서신이나 전화로 지원 서류를 요청할 수 있다. 전국에 설치된 467개의 연방 경제노동청 산하 공예사업 설립 후원 상담실 중 337개소는 각종 수공예 협회에 설립되어 있고, 나머지 130개소는 수공예 주정부협회에 속해 있다. 업체 지원제도로는 중소기업 성장지원 융자 대부(GuW-Mittelstandskredit)를 이용할 수 있으며, 기업 연령과 규모에 따라 세 가지 중점 프로그램 중에서 선택할 수 있다.

[표 53] 독일의 공예 관련 업체 지원 제도

항 목	내 용
지원 내용	장기간 자금재정이 필요한 투자에 제공 (확장, 합리화 또는 현대화, 생산공정이나 생산물의 다양화를 위한 재정비, 기업의 취득, 기업의 출자)
지원금	주마다 있는 L-Bank(주 정부은행)은 투자계획의 범위 안에서 필요한 경비 지원
지원 대상	생산업의 기업이나 자유직에 속한 사람에게 지원, EU 위원회에 의한 중소기업 기준에 부합하는 기업만 지원 가능. 직원 250명 미만, 연간 매출고 5천만 유로 이내 또는 연 결산 총액이 4천3백만 유로 이내

⑥ CE마크

CE마크는 EU내에 유통되는 상품 중 소비자의 건강, 안전, 위생 및 환경보호 차원에서 위험성이 내재되어 있다고 판단되는 대상 품목에 한해서 적용되는 EU차원의 인증제도로써 공예품은 완구용 개념의 제품군에 한하여 적합성을 인정받고 마크를 부착하여야 한다.

규제지역은 유럽 28개국(EU 25개국, EFTA 3개국)으로 CE마크 제도를 총괄적으로 시행, 운영, 관리, 감독하는 공동 기구는 설치되지 않았으며, 구체적인 운영방법은 회원국

에서 각기 시행하도록 하기 때문에 회원국 및 주관기관에 따라 방식에 차이를 보인다.

⑦ 마이스터 제도

독일에서는 공예와 관련한 별도의 인증제도는 없으나 마이스터 인증제 자격이 일반적으로 통용되고 있다. 마이스터 자격은 산업분야와 수공업 분야로 나누어지는데 과거의 전통적 개념의 마이스터와 도제제도는 어느 정도 개량되었으나, 마이스터의 개념과 공예작가의 개념은 동일시 되고 있다. 마이스터 제도는 중앙정부가 아닌 지방정부에서 관리하는 사항으로 인증 및 시험은 16개 주정부 내의 수공업 상공회의소에서 관할하고 있으며, 취득조건이 주정부별, 공예유형별 다르게 다양한 산업분야에 걸쳐 과급되어 있다.

⑧ 박람회 현황

○ 프랑크푸르트 춘계소비재 박람회 (Ambiente-Frankfurter Internationale Messe)

[표 54] 프랑크푸르트 춘계소비재 박람회 현황

개최 국가/도시	독일/프랑크푸르트		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1949년
개최 기간	2월 초순/5일	개최 규모	319,685㎡
전시장	Messe Frankfurt		
참가국 수	약 90개국	개최국 참가업체 수	약 1,500업체
외국 참가업체 수	3,161 업체	개최국 참관객 수	약 88,000명
주요 참가국	전세계		
전시 분야	선물, 판촉용품, 소비재		

○ 프랑크푸르트 추계소비재 박람회 (Tendence Lifestyle 2006)

[표 55] 프랑크푸르트 추계소비재 박람회 현황

개최 국가/도시	독일/프랑크푸르트		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1948년
개최 기간	8월 하순/5일	개최 규모	230,110㎡
전시장	Messe Frankfurt		
참가국 수	약 86개국	개최국 참가업체 수	약 1,500업체
외국 참가업체 수	약 2,200업체	개최국 참관객 수	약 67,000명
주요 참가국	독일, 중국, 인도, 태국		
전시 분야	선물, 판촉용품, 소비재		

○ 뮌헨 국제 수공업전시회 (Internationale Handwerkmesse)

[표 56] 뮌헨 국제 수공업전시회 현황

개최 국가/도시	독일/뮌헨		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1949년
개최 기간	3월 7순/5일	개최 규모	103,300㎡
전시장	Neue Messe		
참가국 수	약 33개국	개최국 참가업체 수	약 1,190업체
외국 참가업체 수	약 359업체	개최국 참관객 수	약 158,000명
주요 참가국	독일, 이태리, 체코, 프랑스		
전시 분야	수공업품		

○ 뉴른베르크 완구박람회 (Spielwarenmesse Nuernberg)

[표 57] 뉴른베르크 완구박람회 현황

개최 국가/도시	독일/뉴른베르크		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1949년
개최 기간	2월초순 /6일	개최 규모	159,095㎡
전시장	Messezentrum Nuernberg		
참가국 수	약 62개국	개최국 참가업체 수	약 1,007업체
외국 참가업체 수	약 1,740업체	개최국 참관객 수	약 40,772명
주요 참가국	독일, 중국, 홍콩, 스페인, 이태리, 미국		
전시 분야	완구, 목각공예완구 등		

○ 미도라 라이프치 귀금속 및 시계 국제박람회 (MIDORA Leipzig)

[표 58] 미도라 라이프치 귀금속 및 시계 국제박람회 현황

개최 국가/도시	독일/라이프치		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1991년
개최 기간	9월초순 /3일	개최 규모	10,000㎡
전시장	Leipzig Mess		
참가국 수	약 23개국	개최국 참가업체 수	약 119 업체
외국 참가업체 수	약 26업체	개최국 참관객 수	약 2,655명
주요 참가국	독일, 영국, 폴란드 등		
전시 분야	선물용품, 수공업품, 시계, 귀금속		

⑨ 공모전 현황

수공예 직업학교 공모는 독일 연방 경제노동청이 주관하는 공모 정책으로 매년 18명의 학생을 선발하여 베니스의 수공예 직업교육센터 마에스트로(MASTRO)과정을 이수 하도록 지원해 주고 있다. 공예연방상은 기념물 관련된 작가 개인을 대상으로 하는 공모전으로 독일 중앙 수공예협회와 독일 기념물 보호 재단법인의 후원으로 매년 한 차례 공모하며, 시상금은 주별로 15,000유로가 주어진다. Signal 상(SIGNAL-Preis fuer Restauratoren im Hand werk)은 도르트문트 지그날 보험사의 후원으로 훼손된 미술(품) 복구에 기여한 수공예인을 선정하여 25,000유로의 상금을 시상하고 있다.

(2) 미국 공예산업 현황

미국 공예품 산업은 시장 규모가 매우 방대할 뿐 아니라 다양한 분야로 세분화 되어 있으며, 공예품의 일반 소매시장 보급과 온라인 판매의 증가에 따라 유통분야의 상승세가 두드러진다. 공예 분야는 재료에 따라 종이, 에나멜, 플라스틱, 가죽, 섬유, 점토(도자), 나무, 혼합재료, 금속, 유리, 기타 공예로 구분하고 있으며, 미국의 공예가 및 장인들의 공예품 영역과는 별도로 전통 미국 인디언 공예품 영역이 존재하고 있는 것이 특징이다.

① 공예품의 기본 유통 구조

[표 59] 미국 내 공예품 유통 유형

유 형	특 징
공예품 전시회	공예 작품을 홍보/판매하기 위한 행사로서 컨벤션센터, 실외 전시장에서 개최함 예술공예품, 전통공예품 등으로 구분, 유통별로는 일반전시회와 도매전시회로 구분됨
소매 마켓	소매 마켓을 통해 판매되는 공예품의 비중이 전체의 절반을 넘을 정도로 매우 활성화 되어 있으며 수많은 공예품 소매 마켓이 존재함 저가 수제 공예품에 적합한 바자회나 벼룩시장과 각 지역의 축제장에서 중저가품 위주로 열리는 건본시(Fair)가 있음
도매 무역 박람회	전문 공예가가 대량의 공예품을 정기적으로 판매할 수 있는 유통 채널임 공예박람회 : The ABC Directory, Art and Crafts Show Guide Magazine, Festival Craft Association, SAC News Monthly
세일즈 랩	대규모 전시회에서는 세일즈 랩을 통하여 거래가 이루어지는데 광범위한 네트워크를 통하여 단시간 내에 매출을 달성 시킬 수 있는 장점이 있음

미국에서 공예품 유통은 공예품 전문점인 소매점을 비롯하여 전시를 통한 적극적인 홍보 판매 방식인 공예품 전시회, 대량의 공예품을 정기적으로 판매할 수 있는 도매 무역 박람회, 중개인에 의한 세일즈 랩(Sales Representative)이 대표적인 유통방식으로 공예품의 유형 및 가격대, 수량 등 규모에 따라 적합한 방식을 선택하여 활용할 수 있다.

② 저작권

미국 저작권 법률은 문학·연극·음악·미술 및 기타 형태의 지적 표현을 담은 원본 상품을 보호하기 위한 목적의 법률로서 연방정부의 영역에 속한다. 실질적인 업무는 저작권 사무국(Copyright Office)에 의한 저작권 등록 및 연방 법원의 저작권 법률 집행을 통해 규제가 이루어진다. 미국 저작권 사무국에 의해 저작권 등록이 가능한 상품은 ① 문학 상품, ② 음악 상품, ③ 연극 상품, ④ 안무 상품의 동작, ⑤ 회화, 그래픽 및 조각 상품 등, ⑥ 동영상 및 시청각 상품, ⑦ 사운드 레코딩, ⑧ 건축 상품이며, 이 가운데 공예품은 5번째 범주에 속하고 있다.

③ 공정 포장 및 라벨 법(Federal Fair Packaging and Labeling Act)

공정 포장 및 라벨 법은 제품의 제조사 및 유통업체가 해당 제품의 구성 성분표 등에 관한 정보와 포장에 관하여 준수하여야 할 법률로서 공예품 중에서는 대량 생산되는 섬유 공예품이 이 법률에서 정한 기준을 따라야 한다. 섬유공예품에 적용되는 Textile Fiber Productions Identification Act는 해당 섬유공예품에 사용된 섬유별 구성 비율을 라벨에 설명·표시하고 있다.

④ 미국 인디언 예술 및 공예품 법(Indian Arts and Crafts Act of 1990)

이 법률은 미국 인디언의 고유한 전통 문화를 비롯하여 예술품, 공예품 및 예술인 등을 보호하기 위한 법률로서 대상에 대한 기준을 정하고 해당 분야별 법을 제정하여 1990년에 제도화가 이루어졌다. 이 법에 따르면 미국 내에서 인디언 공예품 혹은 특정 인디언 부족 명칭을 허위로 거명하거나 물품을 전시·판매하는 것을 불법으로 규정하고 있다. 미국 예술인 및 공예작가 협회(National Association of Artist and Crafters)에서는 인디언 예술 및 공예품 법과 유사한 공예법을 제도화하려 하고 있다.

⑤ 보조금 및 지원금

공예 분야를 비롯한 예술 분야 전반에 걸친 보조금은 미연방 정부기관인 National Endowment for the Arts (NEA)에서 총괄하여 지원이 이루어지고 있다.

NEA의 지원금은 직접 지원하는 방식과 주 정부를 통해 지급하는 간접 지원제도로 구분 되는데, 지원금 대부분은 학교기관을 통해 학생 또는 예술가에게 지원되고 있다. 주정부 지원 정책으로는 공예 작가를 포함한 일반 예술가에게 주정부 자금으로 보조금을 지원하는 Challenge Grant Program이 운영되고 있다.

⑥ 진품증명서(Certificates of Authenticity(COAs))

진품증명서는 공예품 시장에 모조품의 진입을 억제할 수 있는 효율적인 방안으로 작품의 이력, 작품명, 규격, 아이디어 등에 대해 상세히 기재되고 있다. 진품증명서는 작가, 제조사, 예술품 딜러, 공인 감정가 혹은 작가의 대리인에 의해 발행이 이루어지는데 복수의 진품증명서 발행이 가능하기 때문에 진품증명서 간에 이견으로 분쟁이 발생되면서 정부기관에서 일괄적으로 발행하여야 한다는 대안이 제시됨에 따라 예술인 협회인 BSSQ에서 진품 등록 서비스를 마련해 놓고 있다.

⑦ 일련번호(Serial Number)

일련번호는 미국 공예업계에서 진품증명서 외에 광범위하게 사용되고 있는 방법으로 작가 표시 외에 제조업체, 갤러리, 예술품 딜러에 관한 표시를 새겨넣고 있다. 일련 번호 표시 과정에서 공예품의 손상을 최소화 하기 위한 방법으로는 RFID(Radio Frequency Identification) 삽입, 레이저 에칭 등이 사용된다.

⑧ 무역 보호 특별법 301조

미국 무역대표부(USTR)에서는 자국의 특허권, 상표권, 저작권 등 지적재산권을 보호하기 위한 무역법인 ‘스페셜 301조’에 의거하여 자국 업체들의 지적 재산권을 옹호하고 있다. 미국은 미국 제품에 대한 적절한 보호조치를 제공하지 않은 국가에게 법적 제재가 가능하며, 이 법과 대응하는 보호법을 도입하지 않는 국가는 우선 관심, 또는 관심 리스트에 올라 통상에 제재를 받게 된다.

⑨ 박람회 현황

○ Buyer Market of American Craft

[표 60] Buyer Market of American Craft 현황

개최국가/도시	미국/펜실베이니아주 필라델피아		
개최 주기	1년 2회(하계, 동계)	최초 개최년도	1995년
개최 기간	하계 7월, 동계 2월, 4일간	개최 규모	180,768㎡
참가업체 수	약 1,445 업체	참관객 수	7,550명
참가업체 성격	대부분 미국 공예업체		
참관객 성격	공예 갤러리, 부티크, 백화점 등 공예품 취급 바이어		
주요 전시 품목	도예품, 섬유, 가구, 유리, 보석/가죽, 종이, 나무 등 모든 소재의 수공예품 및 생산품		

○ CHA Summer Convention and Trade Show

[표 61] CHA Summer Convention and Trade Show 현황

개최국가/도시	미국/일리노이주 시카고		
개최 주기	1년 1회	최초 개최년도	1976년
개최 기간	7월 하순, 3일간		
참가업체 수	약 600업체	해외 참가업체 수	10여개국
참관객 성격	전 미국 공예품 도소매 바이어, 유통체인업자		
주요 전시 품목	각종 공예품, 보석, 그림, 액자 등 다양한 수공예품		

○ HIA Convention and Trade Show

[표 62] HIA Convention and Trade Show 현황

개최국가/도시	미국/네바다주 라스베이거스		
개최 주기	1년 1회	최초 개최년도	1941년
개최 기간	1월 하순, 4일간	개최 규모	323,338㎡
참가업체 수	약 1,200 업체	참관객 수	19,000명
참가업체 성격	공예품 및 공예 관련 자재, 세라믹, 인형, 보석, 섬유 공예, 목재, 양초 공예 등 분야 제조 및 유통업체		
참관객 성격	공예/선물용품 취급 머천다이징 회사, 도소매 유통업자		

○ American Crafts Festival

[표 63] American Crafts Festival 현황

개최국가/도시	미국/뉴욕시		
개최 주기	1년 1회	최초 개최년도	1976년
개최 기간	6월 초순, 2일간		
참가업체 수	약 400업체	참관객 수	20,000명
참관업체 성격	미국 공예가		
참관객 성격	가구, 도예품, 섬유류, 그림, 보석, 조각, 예술 소비품, 장식품, 기념품		

○ American Crafts Exposition

[표 64] American Crafts Exposition 현황

개최국가/도시	미국/일리노이주 에반스톤		
개최 주기	1년 1회	최초 개최년도	1985년
개최 기간	8월 하순, 3일간		
참가업체 수	약 152 업체	참관객 수	13,000명
참관업체 성격	미국 공예가		
참관객 성격	도예품, 섬유류, 가구, 유리, 보석, 가죽, 종이, 나무 등 수공예품 위주		

⑩ 공모전

미국 내 대표적인 공모전인 Aileen Osborn Webb Awards는 미공예품위원회(American Craft Council)에서 주관하여 금속공예, 목공예, 섬유공예, 유리공예 등 모든 공예 분야를 대상으로 하여 매년 개최된다. 재능 있는 예술가에게 수여되는 부문과 공예 발전에 기여한 예술가에게 수여되는 부문으로 구분되어 시상되고 있다.

(3) 영국 공예산업 현황

영국의 공예산업은 수공예 중심의 공예 제작자들을 기반으로 하면서 소규모 수준을 넘어서 디자인 분야의 응용과 접목을 통한 포괄적 창조활동까지 포함시킨 대규모 산업 영역의 면모를 보여주고 있다. 영국의 공예 산업은 18세기부터 시작된 ‘미술공예부흥운동’(The Art & Crafts Movement)을 시작으로 꾸준히 발전해 왔으며, 특히 1997년 영

국 공예청이 설립되면서 공예 관련 종사자들은 정책 차원에서 제작 및 판매 활동의 지원을 받게 되었다.

지원이 이루어지는 분야는 섬유공예와 도자공예를 중심으로 귀금속공예, 목공예, 금속공예, 가구공예가 주요 분야이며, 최근에 창업하는 중소 공예기업이 선호하는 분야는 도자공예와 귀금속공예로 나타나고 있다. 영국 공예 산업은 질적 수준의 우수성과 다양성, 정부 차원의 지원에 힘입어 국내뿐 아니라 세계시장을 선도하고 있으며, 이런 문화적 우위는 경제적 수익 창출을 넘어 영국만의 국격을 형성하는데 중요한 기반이 되고 있다.

① 공예품의 기본 유통 구조

영국의 공예상품 판매방식은 아래와 같이 주문제작에 의한 제작 및 판매, 자체 작업장을 통한 판매, 공예 전문점과 갤러리를 통한 판매, 공예 전시, 박람회를 통한 판매 등 다양한 경로로 이루어지고 있는데, ①주문에 의한 제작 및 판매가 70%, ②상설 전시장, 유통 박람회나 전문 전시를 통한 판매가 58%, ③워크샵을 통한 판매가 50%를 차지하고 있다.

[표 65] 영국 공예품의 유통 유형

유 형	특 징
주문제작에 의한 제작 및 판매	영국의 공예상품은 일반적인 유통보다는 주문 판매로 이루어짐 주문제작 방식은 단위 규모가 큰 가구공예나 제작 초기 재료비 부담이 큰 유리공예 및 보석공예를 중심으로 이루어짐
자체 작업장을 통한 판매	자체 작업장을 통한 판매는 공예품 제작자에 재정적 자립도를 높이는 효과가 있으며 대다수 공예품 제작자들로부터 긍정적인 반응을 보이고 있음 판매가 일정하게 이루어지지 않는 단점이 있는 반면, 소비자와 직접적인 의사전달 과정에서 선호도를 파악할 수 있는 장점이 있음
공예 전문점과 갤러리를 통한 판매	공예품 전문체인점, 백화점, 선물용품 및 기념품점, 공예전문점, 갤러리에 판매를 위탁하는 방식으로 상품 구성이 다채로운 장점이 있지만, 수수료 부담이 있음 공예가 단체를 통해 공동 워크샵을 기획하거나 공동 판매점 운영방식이 선호됨
공예 전시, 박람회를 통한 판매	공예 관련 전시 및 박람회는 참가 비용을 충당할 정도의 판매가 이루어지고 있음 관련 바이어나 소비자를 직접 대면하여 반응을 듣거나 참가 작가간에 정보를 교환할 수 있는 부수적인 기회도 주어짐
기타 판매 방식	공예가들이 자체 홍보물을 제작하여 상품의 성격에 맞는 통신판매회사를 통해 우편 또는 인터넷 판매를 하는 방식임 다른 영역의 공예 부문이 협력하여 공동으로 제작하거나 워크샵 등을 통해 다양한 형태의 공동작업을 하는 방식으로 이루어짐

② 지적재산권

영국에서 공예는 다른 창작물과 마찬가지로 영국의 지적재산권에 관한 법률에 의거하여 보호를 받게 되는데, ① 새로운 발명에 관한 특허, ② 등록상표(trademark), ③ 외형 디자인, ④ 저작권(copyright) 등이 공예와 관련된 지적재산 영역이다.

공예품을 포함한 모든 창작물은 정부 산하 DCMS에서 관장하며, 지적재산권을 보호받기 위해서 'The patent Act 2004' 법률에 의거 영국 특허청 UK Patent Office를 통해 신청할 수 있다.

③ 공예작가 지원제도

○ CCDA (Crafts Council Development Award)

영국공예청에서 주관하는 지원금 제도로서 영국영주권을 소지하였으며, 자신의 작업장을 보유한 작가로서, 최초로 창업했거나, 3년 이하의 경력을 가진 활동작가를 지원 대상으로 한다. 선정된 작가에게는 사업 창업 지원금으로 625파운드(110만원) 씩 총 4차례에 걸쳐 2500파운드(440만원)의 지원이 이루어진다.

이 지원제도는 영국공예청 주관 사업 중 가장 크고 오랜된 사업으로 1973년부터 시작된 이래 지금까지 1200명 이상의 작가가 수혜를 받았으며, 지원을 받은 공예가의 사업 지속률이 4년 후 모두 건재, 6년 후 50% 건재, 20년 후 60% 건재를 보여 성공률이 높게 나타나고 있다.(타 중소기업 지원사업 후 건재률이 5년 후 30%, 10년 후 10%)

○ The National Register of Makers

작가의 주소 등 정보를 등록하여 전시·판매·대행을 원하는 대상에게 제공하는 제도로서 등록된 공예품 사진들을 'photostore@' 라는 온라인 비주얼 데이터베이스를 통하여 바이어·큐레이터·일반인들이 쉽게 검색할 수 있다. 'photostore@' 은 영국공예청을 비롯하여 잉글랜드 지역 17곳에 설치되었으며, 99명이 넘는 작가의 45,000개의 공예품 사진이 수록되어 있다. Chelsea Crafts Fair, 100% Design, New Designer, SOFA Chicago 등 박람회 및 전시회 행사장에도 설치되어 2만명 이상이 이용하였다.

④ 업체 지원제도

'Next Move' 는 공예대학(원)을 지원하는 교육지원제도로 지원자가 속한 학교에 스튜디오 설치, 4,000파운드 지원, 재료 등의 무상 제공을 통하여 작가 및 해당 학교의 발전을

다면적으로 지원하고 있다.

‘Research Trip’은 영국 내 공예가 및 관련 단체를 대상으로 국제 공예박람회에 참가할 수 있도록 지원하는 제도로서 영국 공예의 위상을 알리는 동시에 수출에 기여한다.

‘The Crafts Council Bursary at 100% Design’은 런던 디자인 페스티벌의 일환인 ‘100% Design’ 전시회에 소규모 공예업체가 참여할 수 있도록 영국 공예청에서 지원을 하고 있다.

⑤ 정책 및 실무 기관

공예산업과 관련된 영국의 정부정책기관으로 우리나라의 문화체육관광부에 해당하는 DCMS(The Department of Culture, Media and Sport)와 영국 정부의 수출 진흥 업무를 담당하는 정책기관인 UKTI(UK Trade & Investment /무역투자청)가 있으며, 실질적인 공예산업 실무기관으로는 Art Council England와 The Crafts Council England를 들 수 있다.

○ Art Council England

DCMS와 The National Lottery로부터 보조금을 받아 예술가와 예술기관을 지원하는 실질적인 실무기관으로서 주 사업은 개별 작가, 작가 단체, 내셔널 투어링에 대한 보조금 프로그램 운영과 ‘Ambitions into Action’이라는 슬로건으로 지원사업을 수행하고 있다.

○ 영국 공예청 The Crafts Council England

영국 공예청은 Art Council England의 재정 지원을 받아 공예 제작자들의 창작활동을 촉진시키며, 이를 위한 서비스를 제공하고 일반대중이 공예에 쉽게 접할 수 있도록 하는 기능으로 설립되었다. 이 곳에서는 교육, 전시와 컬렉션, 개발, 판매활동 지원으로 공예품 제작자와 관련 전문가들을 지원하며 영국 내에서 개최되는 공예 관련 박람회를 지원하는 기능도 수행한다.

⑥ 공모전

영국 공예청에서 주관하는 Next Move는 영국 내 대학 공예과 학생들을 대상으로 하는 공모전으로 수상 시, 수상자는 물론 수상자의 학교에 기금 및 설비를 지원하게 된다. 영국 공예청에서 주관하는 CCDA(Crafts Council Development Award)는 영국 내 공모전 중 가장 크고 전통이 있는 공모전으로 세계적인 공예가들의 데뷔 무대가 되고 있다.

⑦ 박람회 현황

○첼시 공예 박람회 (Chelsea Crafts Fair)

[표 66] 첼시 박람회 현황

개최 국가/도시	영국/런던		
개최 주기	매년 1회	최초 개최년도	1979년
개최 기간	10월, 14일간		
전시장	Chelsea Old Town Hall, King's Road, London SW3		
참가국 수	1개국/영국	참가업체 수	220개 이상
전체 참관 객수	약 22,000명	외국 참관객수	25,000명
전시 분야	공예품		
주요 전시 품목	세라믹, 유리,인테리어 품목, 패션, 액세서리, 주얼리, 금속, 텍스타일, 바구니 세공품, 목재 선반, 자동장치 공예품 등		

○웨일즈 현대도에 박람회 (Tredegar House Contemporary)

[표 67] 웨일즈 현대도에 박람회 현황

개최 국가/도시	영국/웨일즈/Newport		
개최 주기	매년	최초 개최년도	2002년
개최 기간	7월, 2일간		
전시장	Tredegar House, Newport		
참가국 수	매년 변동	참가업체 수	90개 이상
전체 참관 객수	약 15,000명	외국 참관객수	1,500명
주요 참가국	공예품웨일즈, 영국, 유럽 각국		
주요 전시 품목	현대 도자(Contemporary Ceramic)		

○런던 디자인 페스티벌 (London Design Festival)

[표 68] 런던 디자인 페스티벌 현황

개최 국가/도시	영국/런던		
개최 주기	매년	최초 개최년도	1996년
개최 기간	9월 중순, 16일간		
전시장	The Londone Design Festival		
참가국 수	1개국/영국	참가업체 수	70개
전체 참관 객수	약 150,000명	외국 참관객수	10,000명
주요 전시 품목	공예품을 포함한 모든 디자인에 관련된 용품		

(4) 시사점

(1) 지적재산권

최근 들어 지적재산권의 권리와 침해에 따른 분쟁이 빈번하게 발생하고 있으며, 예술과 산업의 영역에 있는 공예 분야 역시 예외는 아니다. 공예품의 지적재산권 확보는 공예품의 가치 제고를 이루는 요인이 될 수 있다. 독일과 미국, 영국의 사례에서도 나타난 바와 같이 지적재산권의 획득 및 이에 따른 권리의 보장을 우선시 하고 있음을 알 수 있다.

국내에서도 공예품 및 공예산업과 관련한 지적재산권으로는 크게 산업재산권과 저작권 모두 해당되는데 산업재산권으로는 물질(재료) 및 제조방법(공법)과 관련된 특허권, 기능의 고안 등에 관한 의장권, 상호 및 기업명칭, 상품명(브랜드)에 관한 상표권, 작품(상품)의 외관 디자인에 관한 디자인권을 비롯하여 체험교실 등의 운영 방식에 관한 서비스권이 있으며, 공예분야에 해당하는 저작권을 활용할 수 있다.

산업재산권의 출원은 특허청에서 관할로 변리사가 대행하거나 온라인으로 직접 진행하기도 하는데 온라인에서도 가능하나 구상 도면 등의 제출이 까다로워 변리사에게 대행하는게 편리하며, 저작권에 관한 등록은 한국저작권위원회 홈페이지(www.copyright.or.kr)를 통해 직접 진행할 수 있다.

(2) 독일

독일의 경우 용도 및 기능에 의해 일반상품의 파생 상품으로 다루어지기 때문에 유통 확대에 유리하며, 상품 비교에 의한 가치 인식으로 다른 공산품과의 매대 경쟁에서 우위를 차지할 수 있다. 지역 특화 공예 클러스터를 형성한 사례는 공주의 도예, 한산모시를 비롯하여 보령 석공예 등 지역 특화자원을 보유한 지역에서 보여주는 활성화 실태에서 찾을 수 있으며 일차원적인 특화 단계를 넘어 연관산업과의 클러스터를 형성하는 수준으로 발전시키는 여건을 마련하여야 한다. 명품공예의 기반을 이루는 마이스터 제도와 유사한 대한민국 명장제도가 있으나 희소성으로 인하여 과급 및 존재감이 미약하기 때문에 지자체 차원의 명장제도가 도입 되는 한편 명예의 부여로 그치지 않고 사명감 부여로 공예계를 위한 역할이 부여되어야 한다. 유통 및 홍보 체계에 있어서도 각종 박람회의 활용 사례에서 보듯이 판매점을 통한 유통에 편중된 의존에서 벗어나 전시회를 통한 홍보와 시장 확대가 이루어질 수 있는 방안이 될 수 있다.

(3) 미국

미국은 특별한 유통 구조를 갖고 있는데 공예품전시회를 중심으로 유통이 이루어지고 소매마켓, 도매 무역박람회 순으로 이루어지고 있다. 제도 및 정책으로 공예품의 진품을 보증하는 라벨법에 따라 제조사(유통회사), 구성 성분표 등을 표시하는 공정 포장 라벨과 모조품을 억제할 수 있는 방안으로 작품명, 규격, 아이디어 등을 기재하는 진품증명서가 사용되며, 그 외에 일련번호가 사용되고 있는 점은 공예품에 대한 인식이 떨어지는 우리 환경에 도입할 수 있도록 검토되어야 한다.

(4) 영국

영국은 산업혁명의 본산지이며 이에 따른 공예부흥운동이 생겨난 곳이라 공예분야 (산업, 교육기관 등)의 위상이 높은 국가로서 단순한 공예 산업에 그치지 않고 디자인 분야의 응용과 접목을 통한 대규모 산업 영역으로 확장하고 있다. 추구하는 시대에 따라 작가 부류를 현대 공예작가, 전통 공예작가, 현대와 전통 공예의 병행으로 구분하여 공예분야의 영역 구분을 명확히 하고 있다.

공예작가 지원제 중 CCDA는 최초창업 지원제도로 4차례 단계별로 구분하여 지원금을 지원하여 창업을 이끌도록 하는 제도로 청년 창업 등에 활용할 여지가 있다. 공예작가의 주소 및 정보, 작품 사진을 온라인 상에 등록하면 바이어, 큐레이터, 일반인들이 쉽게 검색할 수 있는 The National Resister of Maker는 공예인을 소비자 및 기획자와의 수월한 연결을 가능하게 하여 상품 매출 증대를 넘어 전체 산업의 수준 및 규모 향상에 도움을 줄 수 있는 방안으로 국내 현실에 적합하게 개선한 활용방안이 요구된다.

제4장 공예 지원정책의 문제점

1. 공예지원정책 문제점 도출 분석틀

본 연구에서는 충청남도 공예문화산업의 활성화를 위한 지원정책 개발을 위하여 먼저 충청남도 내에서 활동 중인 공예인(업체)의 창작 및 경영 실태를 파악하였다. 이를 통해 공방 및 공예업체에 종사하는 인력 구조를 비롯하여 주력 상품, 매출 규모 및 순수한 공예품 판매 외에 체험 교실을 통한 수익 창출 등 매출 구조, 판매 시장 영역 및 유통 경로를 알아 냈다. 아울러 연구의 본래 목적인 공예산업 지원정책의 실효성 분석을 위해서 설문조사를 통해 중앙부처의 공예지원 정책과 충청남도의 공예지원정책에 대한 참여도와 참여에 따른 만족도, 지원 정책에서 요구되는 사업 분야를 비롯하여 주관기관과 정책 수혜자인 공예인 간의 소통 정도를 조사하였다.

또한, 지역 공예인이 참여하는 워크숍을 개최하여 지원정책에 대한 활용상의 어려움 및 실효성에 관한 의견을 청취하였다. 조직에 관해서는 공예문화산업 업무를 수행하는 도 및 시·군의 조직 구성 및 수행 기능을 파악하여 도 뿐만 아니라 실행 주체인 지방자치단체의 공예와 관련한 조직구성 기반 및 관련 사업 수행 가능성을 파악하였으며, 공예 관련 기능의 수행이 가능한 문화와 관련된 충청남도 산하 조직 및 단체의 조직 구성과 갖추어진 기능을 파악하여 공예산업 육성과 관련한 협업 체계 가능성을 알아보았다.

이상과 같이 실태 및 설문조사 결과에서 나타난 지역 공예인의 충청남도 지원정책에 대한 인식 정도와 중앙 부처에서 시행한 정책 및 사업과 만족도 비교, 워크숍을 통한 지역 공예인의 의견 등을 종합하여 각 분야별 문제점을 도출하였다.

[표 69] 공예지원정책 문제점 도출 분석틀

충남 공예업체 현황		
- 공예인(업체)의 창작 및 경영여건	◁	- 종사자 인원 - 연령대
- 수익 구조	◁	- 매출 규모 - 매출 구조
- 시장 확보 영역	◁	- 판매 영역 - 유통 경로
- 특화 가능성	◁	- 지역별 유형 분포
중앙부처의 지원정책	◁	- 참여율 - 만족도 - 매출 영향 - 워크숍 시 청취
충청남도의 지원정책	◁	- 참여율 - 만족도 - 매출 영향 - 워크숍 시 청취 - 실효성 - 지원의 어려움
정책 관련 정보 전달	◁	- 설문조사 응답 결과 - 워크숍 시 청취
관련 조직 및 단체	◁	- 구성 인원 - 전문성 - 조직의 성격

2. 충남 공예산업의 문제점

1) 공예업체 현황

(1) 규모와 인력 구조

공예업체 전반에 걸친 창작 및 제조 여건의 열악함은 비단 충청남도 뿐만 아니라 전국의 공예산업에서 공통되게 나타나는 현상이다. 업체의 규모를 판단할 수 있는 보유 종사자 수에서 이러한 측면이 두드러지게 나타나는데, 조사 결과 충청남도의 공방 및 공예업체당 보유한 종사자의 수가 평균 1.9명으로 전국 평균인 2.8명의 70% 수준에도 미치지 못하고 있다. 특히 1인이 단독으로 운영하는 공방 및 업체가 120곳으로 62.5%의 비중을 나타내고 있어 2014년 월드리서치의 전국 조사 결과인 43.3%를 훨씬 상회하고 있다.

이와 같이 공예공방 및 업체가 가족 위주의 소규모 인원으로 운영되고 있는 형태로는 소비자와 시장 요구에 원활하게 대응하기 어렵고, 기술 개발이나 후계자 전승 등에도 어려움이 있어 안정적인 직업군으로 정착이 이루어지지 않는다. 규모에 따른 문제는 단기간에 해결하기는 어렵기 때문에 소규모 업체가 갖는 규모적인 약점을 극복하여 품목의 특성화나 틈새를 공략할 수 있는 전략을 갖춘 경영형태가 요구된다.

공예업체 인력구조의 고령화 현상 또한 눈여겨 볼 만한 현상으로 종사자의 연령대와 종사 경력이 유사한 분포 유형을 보여주고 있다. 연령대에서는 전체 공예 분야에서 40대와 50대가 차지하는 비중이 61.7%로 주축을 이루고 있다. 경력이 10년 이상 20년 미만인 인력의 비중이 31.0%, 20년 이상 된 인력이 33.7%로 10년 이상 된 숙련 인력의 비중이 64.7%에 이르고 있다. 이처럼 숙련 인력이 차지하는 비중이 높은 반면 경력이 짧은 인력의 비중은 낮게 나타나고 있어 보유한 기능의 원활한 전수에 적신호를 보여주고 있다.

숙련된 인력이 활동하는 분야로 섬유공예, 목공예, 도자공예를 들 수 있는데 같은 시기에 진행된 공예품 구매성향 조사에서 나타난 공예품 소비자가 선호하는 분야와 일치하고 있어 숙련된 인력을 보유한 분야의 상품군이 소비자에게 선호되고 있음을 보여주고 있다.

(2) 수익 구조 및 유통 경로

공예인 및 공예업체의 창작 여건 및 경영 상태를 판단할 수 있는 기준으로 매출 현황을 들 수 있는데, 매출은 단순히 공예품의 판매 실적 뿐 아니라 체험 교실의 운영을 통하여 발생하는 수익으로 이루어진다. 충청남도에 소재한 공예업체의 매출 현황을 살펴보면, 중연간 총 매출이 5천만 원 이상인 곳은 모두 29곳으로 15.9%에 그치고 있으며, 반면 5천만 원 미만인 곳은 154곳으로 84.2%에 달하고 있다. 이중 2천만 원의 매출을 올리지 못하는 업체는 전체의 절반이 넘는 98곳(53.6%)에 이르는 것으로 나타나고 있다. 총 매출이 2천만 원 미만인 공예업체를 분야별로 분류해보면 금속공예, 목공예, 도자공예, 섬유공예, 종이공예로 나타나 보유 종사자 수가 많고 숙련된 인원을 보유하고 있으며, 공예품 매장에서 선호도가 높은 분야에서 오히려 저매출 현상이 두드러지게 나타나고 있다.

공예업체의 수익원을 이루는 공예품 판매와 체험교실 및 기타 소득원의 비중을 보면 전체 업체의 대부분인 182개 업체가 공예품 판매를 하고 있었다. 공예품 판매를 통한 수익 비중은 전체 수익의 67%를 차지하며, 체험 교실이나 기타 소득 비중이 33%인 것으로 나타났다. 체험교실을 운영하는 곳은 110곳으로 전체의 59.8%가 판매와 체험 교실을 병행하고 있으며, 체험 교실에서 발생하는 수익 비중은 29.3%로 나타나고 있다. 충청남도 소재의 공예인 및 공예업체의 수익 구조는 공예품 판매를 위주로 체험 교실을 병행하고 있는 구조를 보이고 있다.

공예품의 주요 유통경로는 직영판매점에 의한 판매 형태가 45.4%로 절반에 가까운 업체들이나 작가들이 자신의 직영 점포를 통해 판매를 하고 있으며, 위탁 판매의 비중도 26.8%에 이르는 것으로 나타나고 있다. 공예품의 직영 판매형태가 선호되는 이유는 소규모 공예인 또는 공예업체에서 판매를 외부에 위탁했을 때 부담하여야 하는 유통 마진을 절감하려는 의도에서 비롯된 것으로 보여진다. 그러나 공예가로서 다른 분야인 마케팅 능력의 한계, 매장 구성 및 상품 진열을 비롯한 체계성의 부족과 무엇보다 자신의 작품만으로는 상품 구색의 부족 등에서 오는 단조로움이 매출 증진을 가로막는 요인이 되고 있다.

공예품의 판매가 이루어지는 시장 영역을 살펴보면 전국을 대상 영역으로 하는 경우가 54.9%이며, 충남만을 대상으로 하는 경우도 43.5%에 달하고 있다. 이는 매우 제한적인 시장 영역에 의존하고 있어 직영판매 방식과 더불어 유통 구조의 낙후성을 결정짓는 주요 요인이 되고 있다. 전국단위의 공예협동조합과 협력을 통해 상호 제후를 맺은 타 지역에

교차 설치를 통한 적극적인 시장 진출 및 수도권 핵심지역에 충남 공예관 건립 등의 추진이 요구된다.

(3) 특화 가능성

공예문화산업의 지역별 특성화는 해당 지역에서 공예품의 구성 재료가 되는 독특한 원료나 물질이 독점적으로 생산·조달 되거나, 오랜 전통과 제작기법이 계승되어 해당 공예 분야에서 차별성을 지닌 일련의 집단이 지역에 형성된 경우에 이루어진다. 이와 같은 기반 위에 국가 및 지방자치단체에 의하여 공예클러스트, 공예예술촌, 공예교육기관 등과 같은 규모있는 시설이 조성되는 경우 특성화가 가속화 되게 된다.

충청남도에 형성된 공예 특성화 지역 사례는 지역이 보유한 고유 산물과 전승되는 기법에 의해 이미 형성이 이루어진 곳과 이러한 수혜 기반 없이 새롭게 형성되는 지역 사례로 구분되어 찾을 수 있다. 지역만의 독특한 원료나 재료가 생산되는 연유로 지역만의 특화 공예품을 이루고 있는 대표적인 사례로 보령시의 석공예와 서천군의 한산모시를 들 수 있다. 두 소재 모두 전국적으로 독특성과 역사성이라는 장점을 갖추고 있으며, 지방자치단체 차원에서 지역의 대표 특산물로 지정하여 적극적인 홍보를 하고 있다.

서천군에서 활동하는 공예 분야 종사자 수에서 나타난 바와 같이 섬유공예가 서천을 대표하는 공예분야로 두각을 드러내고 있으며, 다른 공예 분야에 파급력을 미쳐 서천에서 활동하는 공예인(업체) 수는 논산과 공주에 이어 세 번째로 많은 규모를 나타내고 있다. 모시는 전통 복식에 사용되는 천연소재의 옷감으로, 제조 공정이 모시풀 채배 및 직조가 다른 섬유에 비해 까다로운 공정이 있어 대량생산이 어렵고, 계절적으로 수요에 편차가 있어 실용성 있는 상품으로 개발하기에는 제한적인 요인이 많은 소재이다.

이와 같이 지금 시대에 적합하지 않은 제조 방식과 실용성이 떨어지는 기능으로 소외 받는 소재임에도 불구하고 시대를 넘는 복식으로서 모시를 소재로 하는 소품을 창작하는 모시 규방이 새로운 섬유공예의 한 장르로 부각되는 등 활용 방안을 비롯하여 새로운 형태로의 모색과 탐구가 계속되고 있다. 지원 정책에 있어서도 한산모시특구 지정, 한산모시전수교육관 건립, RIS 사업 지정 등 국가 및 지방자치단체의 기반 지원 및 활성화 사업이 이러한 모시의 변화를 가능하게 하는 터전을 마련해 주고 있다.

남포벼루로 대표되는 보령의 석공예는 현재 11곳에서 창작 및 생산 활동을 보이고 있으나 문방사우가 필기구의 주역이었던 시대에서 떨어진 지금의 시점에서 과거의 명성을 재현하기는 어려운 상황이다. 이러한 현실을 극복하기 위해서 벼루가 가진 본래의 기능 대신 데스크 액세서리, 보석함 등의 용도 전환을 꾀하고 있다.

공주의 도예공예는 지역을 기반으로 하는 철화분청사기의 맥을 잇는 도예인들이 1991년부터 계룡산도예촌을 형성하기 시작하여 이제는 지역의 문화를 상징하고 대표하는 장소로 자리잡게 되었다. 이 지역의 목공예 또한 국내 최초로 목공예 부문의 명장을 배출하면서 자연스럽게 활성화 되기 시작하였다.

충청남도의 고유성을 지닌 분야로 꼽는 모시와 석공예는 서로 다른 양상을 보이고 있다. 모시는 현 세대에 적합하지 않은 쓰임새로 인하여 소외받는 대상임에도 현대 생활에 적합한 새로운 형태로의 탐구가 시도되고 있으나, 이와 대조적으로 석공예는 용도와 시대의 한계를 벗어나지 못하고 있는 상황이다. 그러나 모시와 석공예 분야 모두 종사자의 인력구성에 있어서 문제점이 나타나고 있으며, 특히 20~30대 층의 연령대 인력이 전무해 원활한 전승이 이루어지는데 어려움이 있다.

2) 중앙부처 지원 정책 및 사업의 문제점

(1) 참여도와 만족도 불일치

중앙부처가 주관하는 공예산업과 관련된 지원정책으로는 문화체육관광부를 중심으로 전통기법의 상품개발 능력 및 디자인의 접목, 마케팅 능력 함양 등 공예인의 창작 및 상품화 역량 강화를 위한 교육 프로그램 위주로 구성되어 있으며, 그 밖에 인증 및 자격, 공모전, 판로 지원사업 등 다양한 분야에서 이루어지고 있다.

중앙부처 지원 정책 및 사업에 참여한 공예인(업체)의 수혜 만족도를 조사한 결과, 7점 척도에서 2.0~3.1의 분포를 보이며, 평균 척도가 2.9점을 나타내 약간 만족에 위치하는 만족도를 보여주고 있다. 중앙부처 지원사업에 대한 만족도가 비교적 높은 반면 참여도는 1~47.8%의 넓은 범위를 보여주고 있다. 중앙부처 지원정책 및 사업 중 참여율이 높은 사

업은 한국공예협동조합연합회에서 주관하는 ‘대한민국 공예품대전’으로 88명이 참여한 적이 있어 45.4%의 높은 참여율을 보이고 있으며, ‘공예명품 인증마크’에는 26명이 참여한 것으로 나타나고 있다. 반면에 ‘한국전통공예건축학교’에는 2개 업체가 참여하였으며, ‘대한민국명장 선정’ 역시 2명이 수혜를 받고 있는 것으로 나타나 저조한 참여·수혜율을 보이고 있다.

높은 참여율을 보인 ‘대한민국공예품대전’의 만족도는 3.1점을 보여 평가 대상 사업 중 가장 낮은 만족도를 보이고 있으며, 참여율이 두번째인 ‘공예명품 인증마크’ 사업의 만족도 역시 낮은 수준인 2.9점을 나타내고 있다. 반면, 낮은 참여율을 보이고 있는 ‘한국 전통공예건축학교’ 프로그램과 ‘대한민국명장 선정’ 제도는 가장 높은 만족도인 2.0을 나타내고 있어 참여율 정도와 만족도가 서로 상반되어 나타나는 양상을 보여주고 있다.

(2) 참여 기회의 제한

중앙부처 지원 정책 및 사업에 대한 충청남도 지역의 공예인 인식에서 나타난 현저한 현상은 참여하기 어렵다는데 있다. 참여 기회의 제한은 사업 공고 등 정책 정보를 수혜자인 지역 공예인이 수월하게 전달 받지 못하는 정보 전달의 소통 한계와 중앙과 지역간의 거리상의 문제로 집약할 수 있다. 중앙 지원 사업에 관한 정보 취득 경로 유형이 충청남도 지원사업과 유사한 양상으로 나타나 주관기관에 의해 직접 전달되지 않고 해당 자치단체나 공예협동조합에 의해 간접 전달하는 형태이며, 정보를 아예 모른 경우도 14.8%에 달하고 있다.

충남 지역 공예인이 중앙 지원 사업의 참여율이 14.9%에 지나지 않아 지방에 소재한 공예인 및 공예 업체에서 참여하는데 한계를 보여주고 있다. 참여한 사업 유형을 살펴보면 공모전인 대한민국공예대전에 참여한 사례가 월등히 많아 45.4%를 차지하고 있으며 다른 사업에 참여한 경우는 대부분이 10% 미만을 보여주고 있어 중앙 지원사업에 참여할 수 있는 여건 및 수준 향상이 요구된다.

3) 충청남도 지원 정책 및 사업의 문제점

충청남도에서 시행하는 공예산업 관련 지원 정책 및 사업에 대하여 공예인이 느끼는 문제점과 개선방안은 인식도 조사와 공예인 워크숍을 통해 청취되었다. 주요 내용은 정책에 관한 정보 전달과 응모 절차의 어려움을 비롯하여 지원 규모 및 용도제한, 선정 절차의 엄정성과 사후 관리에 대한 어려움 등이 개선되었다.

(1) 정보 전달 및 응모절차

충청남도에서 시행하는 공예산업 관련 정책 및 사업에 관한 정보를 전달 받는 경로는 소속된 단체를 통하거나 사업 주관기관인 도 및 시·군의 직접적인 통보에 의해 소극적으로 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 반면 주관기관의 홈페이지 등을 통한 적극적인 정보 취득은 원활하게 이루어지지 못하고 있다. 정보전달의 어려움 외에 사업지원 구비서류 작성의 어려움이 지원사업 초기 단계에서의 문제점으로 제기되고 있다.

충청남도에서 시행하는 신제품 개발 장려금 지원사업에 신청하기 위해서는 제안자가 구상하는 신제품의 외관을 비롯한 도면 및 설명이 첨부된 상품개발계획서가 제출되어야 하는데 공예인이 작성하기에는 기술적으로 어려운 부분이 포함되어 있다.

지원 규모에 있어서도 중앙부처 사업에서 지원되는 금액 및 규모와 비교가 되고 있다. 현재 충청남도에서 시행되는 신제품 개발 장려금 지원사업은 10개 업체에 각각 6백만 원의 지원이 이루어지며, 공모전 입상작 상품화 지원사업 역시 6개 업체에 각각 5백만 원을 지원하고 있어 현실적으로 지원금의 규모가 신제품을 개발하는 비용으로 부족한 편이다. 특색 지원사업인 충청남도문화인정상품을 보더라도 인정상품으로 지정 후 컨설팅 지원에 그치며 지원금 혜택도 공모전 입상작 상품화 지원사업 대상자에 포함되기 때문에 실질적인 지원은 미미한 편이다. 지원금의 사용 용도가 상품개발과 관련한 컨설팅 비용 등에만 제한되어 공예산업 현장에서 실질적으로 요구되는 시설 및 장비 등의 인프라 조성에는 활용할 수 없는 점도 공예인에게 제약으로 작용하고 있다.

또한 공모 선정 과정과 지원제도가 갖는 효율성에 대한 문제점에서는 공모 사업 제안자의 창작 및 생산 활동 이행 등 지원 자격을 갖추고 있는지에 관한 사전 검증의 어려움과

함께 선정된 후 공모 시 제안했던 계획에 따라 상품화가 이루어졌는지 여부의 사후 검증 과정이 없어 공모의 효율성을 저하시키고 있다는 문제점이 제기되고 있다.

4) 관련 조직의 문제점

(1) 행정 조직

도 단위 행정조직의 구조와 성격은 시·군의 행정 조직 구성에 영향을 미치게 되기 때문에 도에서의 문화 분야 또는 공예산업 분야의 비중은 시·군의 행정 조직에 반영되는 게 일반적이다. 2015년 8월 현재, 충청남도 행정 조직 내에 공예문화 분야를 전담하는 부서는 구성되지 않았으며 문화산업의 범주에 포함하여 문화정책과 문화산업팀에서 담당하고 있다. 문화산업팀은 팀장 포함 5명으로 구성되어 있으며 그 중 주무관 1명이 공예산업 및 지역 전통문화사업을 담당하고 있다. 2015년 9월 공예문화산업진흥법 시행을 앞두고 도 차원의 공예문화산업과 관련된 다양한 사업의 구상과 전개가 요구되는 한편 기존의 문화 산업과의 차별성을 염두에 둔 정책을 마련해야하는 시점에서 전담 부서의 규모와 업무의 구체화와 같은 조직 구성이 요구된다.

(2) 관련 조직

문화 분야와 관련된 충청남도 산하 기관 및 출연기관으로 충남연구원, 충남역사문화연구원, 충남문화산업진흥원을 비롯하여 2014년 출범한 충남문화재단을 들 수 있다. 이들 기관이 갖추고 있는 기능 중 공예문화산업과 관련된 기능 및 역량을 조사해 본 결과 문화라는 포괄적인 영역의 연구 및 정책 개발을 비롯하여 문화 콘텐츠 제작을 수행하고 있으며, 기관에 따라 다루고 있는 시대의 차이 등에서 기관별 특성을 보여주고 있다.

충남역사문화원의 경우 각 지역의 민속소재를 토대로 하는 전통공예 분야의 문화상품을 기획할 수 있는 콘텐츠 개발이 가능하며, 충남문화산업진흥원은 전통 및 현대 공예범주를 포괄하는 콘텐츠를 창출하여 구체적인 산업화 방안을 도출할 수 있다. 충남연구원에서는 문화산업 및 세분화된 공예산업 분야의 도 발전계획 등의 수립이 가능하며, 부설 공공디자인센터를 통하여 구체적인 상품화 컨설팅을 수행할 수 있다. 더불어 충남문화재단

은 도내 공예 분야의 전문 인력을 활용하는 공예문화강좌 프로그램 구상 및 실행을 할 수 있는 역량을 갖추고 있다.

이들 기관이 지닌 역량의 활용을 위해서는 별도의 조직으로 인한 소통의 한계와 기능의 분산을 극복하고 기관별 업무 및 기능의 배분 및 중복된 기능과 분산된 성과물을 집약하여 완성을 이룰 수 있는 기관별 역할 부여가 요구된다.

(3) 충남공예협동조합

공예에 직접 종사하는 공예인들로 구성된 단체로는 공예장르별, 시·군별로 세분화되어 구성되어 있는데 그 중 충남공예협동조합을 대표적인 단체로 들 수 있다. 충남공예협동조합은 각 공예 분야 및 지역의 공예인이 참여하며 산업통상자원부의 인증과 지원을 받는 전국 단위의 연합회가 조직되어 있다. 충남공예협동조합은 충청남도공예품대전, 충남관광기념품공모전 등 공모전과 해외 및 국내 공예품 판매전 행사를 주관하는 한편, 지역 공예산업의 활성화를 위해 판로 개척 및 조합원의 능력 향상에 주력하고 있다.

지역 공예인 및 공예업체를 대상으로 하는 설문조사 결과에서도 지원사업과 관련한 정보의 중요한 정보제공자로 충남공예협동조합을 우선으로 꼽고 있다. 2015년 11월 공예문화산업진흥법의 발효와 2015년 1월 지방재정법의 개정에 따라 보조사업의 선정 방식이 공모사업으로 전환됨에 따라 지원사업과 관련한 신청방식의 변화가 있었으며, 이러한 요구에 즉각적으로 대응할 수 있는 기관 및 단체의 필요성이 대두되고 있다. 공예인 및 공예산업의 실태조사에서 나타난 바와 같이 열악한 창작 환경 및 경영과정에서 발생되고 요구되는 지적 대응 및 사안의 해결자로 공예협동조합이 중심이 되어야 하며, 이러한 수요에 부합되는 구성과 역량이 갖추어져야 한다.

제5장 충청남도 공예문화산업 지원방안

1. 공예문화산업 역량 분석과 전략

1) SWOT 분석

(1) 강점

충청남도는 백제의 도읍이었던 공주와 부여가 위치하고 있으며, 조선 중기 기호학파의 산실인 논산 일원의 유교 문화와 서해안 지역의 내포문화로 일컬어지는 독창적인 문화를 보유한 지역이다. 2015년 7월, 백제의 대표적인 유적지인 공주와 부여의 역사유적지구 일원이 유네스코 세계문화유산으로 지정 되면서 역사문화도시로서의 이미지와 기능을 갖추기 위한 정책 방안이 시·군을 넘어 충청남도 차원에서 모색되고 있다.

충청남도는 서천지역의 한산모시, 보령지역의 남포오석, 공주지역의 계룡산분청사기, 부여지역의 백제토기 등 지역에서 생산되는 재료나 제작 기법 등을 비롯해 다양한 분야의 연료를 갖춘 공예가를 보유하고 있는 강점을 갖추고 있다. 이와 같은 보유 자원을 적극 활용한 전통공예산업의 활성화를 통하여 도시 이미지와 기능을 갖추기 위한 방안이 요구되고 있다.

중앙 부처 및 지자체의 지원을 받은 계룡산도예촌을 비롯한 한산모시박물관은 예술인의 창작촌이나 향토 전통산업의 명맥을 잇는 제한된 활동 범주를 넘어 지역을 대표하는

자원으로 자리매김하고 있다.

또한, 충청남도에서는 충남공예협동조합 주관으로 지역 내 공예문화산업의 자생력 확보와 진흥을 위하여 판로 확장에 역점을 두어 국내는 물론 해외전시회를 개최하는 등 다각도의 정책 및 사업을 펼칠 수 있는 네트워크의 기반이 마련되어 있다.

전문 판매점으로는 공주시에 위치한 공예품전시판매장을 비롯하여 부여 등 4곳이 운영 중이며, 백제문화제, 한산모시문화제, 금산인삼축제 등 지역 축제장에 공예품 판매장의 개설이 일상화 되어 축제 분위기를 한층 상승시키는 한편 지역 공예품의 소개와 판매의 기능을 하고 있다.

(2) 약점

충청남도의 공예문화산업 여건은 어느 지역과 마찬가지로 창작 및 생산기반의 소규모와 시설 및 장비의 낙후, 종사 인력의 소규모와 후계 세대의 부족 및 매출 부진 현상 등 총체적인 약점도 함께 안고 있다.

충청남도 공예문화산업이 문화산업에서 분화된 산업의 범주로 다루어지기 위해서는 규모의 형성이 우선시되고 있다. 산업으로서 규모를 가늠할 종사인력과 매출 창출면에서 열세를 보이고 있으며, 종사 인력의 구조에 있어서 인력 부족과 고령화는 공예문화산업의 원활한 계승에 있어서 대표적인 약점으로 꼽을 수 있다.

공예 분야에 있어서도 전반적인 분야의 균형있는 활성화보다는 도자공예, 목공예 등의 분야에 집중되면서 충청남도 공예품을 대표하는 상품 및 브랜드가 형성되지 못하고 있다.

충청남도 공예품이 유통이 이루어지고 있는 시장 영역을 살펴보면, 충남 지역 또는 넓게 보더라도 국내에 한정되어 있다. 해외 시장의 경우 정기적인 공급보다는 판매전을 통한 한시적인 유통형태에 그치고 있는 것으로 나타났다. 판매 방식에 있어서도 소규모 직영 형태 위주로 상품의 다양한 구색이나 진열 환경에 있어 낙후되어 있는 실정이다.

행정조직에 있어서도 문화산업 부서가 과에서 팀 규모로 축소됨에 따라 공예문화를 포함한 문화산업을 담당하는 전담 부서의 활동이 제한적이며, 공예문화산업을 지원할 수 있는 역량을 갖춘 전담 기관이 아직까지 설립되지 못하고 있어 행정 및 지원 조직 체계에 있어서도 약점을 보여주고 있다.

(3) 기회

그동안 공예산업이 문화산업의 범주에 포함되어 부분적으로 다루어졌으며, 정책 지원이 첨단 콘텐츠 문화산업 분야에 편중되면서 산업으로서 제 위치를 찾지 못하고 있다. 충청남도에서는 민선 6기 도지사 공약사항인 전통문화산업 육성이 현실화 되는 단계로서 전통공예의 육성이 충청남도 차원에서 구체화 될 것으로 전망하고 있다. 여기에 공예문화산업진흥법 시행으로 공예문화산업을 둘러싼 기반 및 인적 지원, 공예품 품질 향상 등 국가 및 지방자치단체 차원에서 다각도의 정책 마련과 지원이 이루어짐에 따라 공예분야의 활성화가 가시화 되고 있다.

공예인의 역량강화 차원에서는 중앙 부처 및 충청남도 차원의 공예 교육인을 위한 분야별, 단계별 교육 프로그램의 마련으로 공예인의 창작 및 상품화 역량을 향상시키게 될 것으로 기대되고 있다. 전문 공예 종사자가 아닌 취미 및 체험 프로그램의 수요에 있어서도 여가시간의 활용 행태가 단순관광에서 체험 및 문화답사 등의 유형으로 전환되면서 공예산업의 범위에서 체험분야가 확고한 위치를 차지하게 될 것으로 전망된다.

지금까지는 공예품의 창작 및 제도가 공예 종사자에 의해 이루어졌다면, 점차 공예 관련 업종과 공예 분야를 다루는 주변 산업의 생성에 힘입어 상품 수준의 상승이 예상된다. 지식서비스산업 등 공예산업의 주변에서 품질 향상 및 디자인 분야를 지원하는 분야가 공예 산업에 관여하게 되어 디자인 활용의 증대, 품질 관리 도입 등 고품질 공예품이 실현될 것으로 전망된다.

(4) 위협

공예문화산업진흥법의 시행은 그동안 공예문화 분야가 지원 받던 문화산업진흥기본법 등 문화와 관련된 지원 정책이 제한을 받고 공예문화산업진흥법으로 일원화되어 오히려 지원의 규모가 축소될 수 있다.

공예문화산업 및 공예품의 질적 향상이 이루어졌음에도 시장에 유통되는 상당수의 공예품의 수준이 조악하여 공예문화 산업 및 공예품을 다른 예술 분야와 비교하여 경시하는 경향이 있으며, 중국을 비롯한 동남아로부터 유입되는 조악한 품질의 공예품으로 인하여

이러한 공예품의 평가 하락은 가중되고 있다.

스마트폰을 비롯한 첨단 디지털 매체의 확장으로 인하여 영상 및 가상의 매체를 상시 활용하게 되면서 원조 아날로그 격인 공예품의 입지가 위태롭다.

<ul style="list-style-type: none"> • 독창적인 역사와 지역 문화를 보유 • 공주와 부여의 세계문화유산 등재 • 지역 고유자원을 활용한 공예분야 보유 • 다양한 분야의 연륜있는 작가 보유 • 문화자원을 넘어 관광자원화 • 관련 기능을 갖춘 다수의 기관 보유 • 지역축제 활성화로 판로 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 공예 기반의 소규모 및 낙후 현상 • 젊은 인력층 미확보로 계승의 문제 • 공예품 분야마다 품질 편차 심함 • 대표 브랜드가 형성되지 않았음 • 판매 시장이 좁으며, 판매 환경 열악 • 행정 조직 축소로 기능 활성화 제한
강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 관련법 제정으로 지원과 변화 예상 • 첨단콘텐츠 분야에서 분리, 가치 인식 • 도 민선6기 공약에 전통공예육성 포함 • 지원사업 활성화로 역량 증대 • 여가 확대로 체험 프로그램 활용 증대 • 지원 산업의 발생으로 고품질 실현 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련법 제정이 오히려 지원 제한 우려 • 조악한 공예품으로 공예품 인식 저하 • 저급 수입품으로 평가 절하 • 스마트폰등 첨단 기기에 밀림
기회(Opportunity)	위협(Threat)

[그림 39] 충남공예문화산업 여건 SWOT 분석

2) SWOT 분석 과제도출

(1) 강점과 기회요인의 결합 전략

충청남도 공예문화산업이 지닌 강점과 기회요인을 결합하는 전략으로는 첫째, 공예문화산업진흥법 시행에 부응하여 보유하고 있는 다양한 문화자원을 적극적으로 활용하는 방안이 요구된다. 공예의 유형을 크게 전통공예와 현대공예로 구분하여, 공주와 부여지구의 유네스코 세계문화유산 등재에 따른 전통공예 활성화와 전통공예에 가려 제 영역을 찾지 못하는 현대공예를 활성화하는 다양한 상품을 준비하여야 한다. 둘째, 판매점의 부족을 비롯한 판매여건의 부진을 지역 축제장의 활용을 통하여 만회하는 전략이 요구된다. 셋째, 지역 공예품과 혼재 및 품목의 중복, 공동 홍보 등 규모화와 소구자에게 신뢰를 줄 수 있는 방안이 모색되어야 한다. 넷째, 공예문화산업의 효율적인 지원이 이루어질 수 있는 거점 장소인 공예문화산업센터의 설립을 추진하는 방안이 모색되어야 한다.

(2) 강점과 위협요인의 결합 전략

지역의 공예산업이 가진 위협요인을 강점으로 극복하는 전략으로서 첫째, 명품화를 통한 공예문화 가치의 제고 방안으로 소규모, 낙후되어 있는 공예업계의 현실에서 지역별, 소재별 보유한 자원의 활용과 상품개발력 향상을 통하여 극복하는 한편, 공예작품 및 상품의 지적재산권 획득, 정품 인증 및 라벨링법 도입을 통하여 공예품의 수준 향상과 소비자의 인식을 개선하는 전략이 구사되어야 한다. 둘째, 공예작가 및 공예산업체와 소비자 및 바이어, 전시기획자 등의 정보 교류가 원활하게 이루어질 수 있는 시스템의 활용 전략이 요구된다. 셋째, 판매점의 부족을 해소하는 방안으로 지금까지 지역 시장 위주의 판매망을 넘어서 타 지역으로 진출하는 방안으로 전시회를 적극 활용하는 전략이 마련되어야 한다.

(3) 약점과 기회요인의 결합 전략

지역의 공예산업이 가진 위협요인을 기회요인으로 극복하는 전략으로서 첫째, 공예문화 분야의 신진층 유입 지원 전략을 들 수 있다. 열악한 환경과 수익구조를 지닌 공예분야에 젊은 층의 진입을 장려하는 정책으로 취업 초기 단계의 고용 안정 및 청년 창업 시 사업비와 작업장 지원 등 창업 지원이 마련되어야 한다. 둘째, 공예분야별 체험 프로그램의 체계화 전략으로 분야별 연계화와 등급화가 이루어진 프로그램의 구성하며, 여기에 공예단독의 프로그램 개발 방식을 넘어 관광 분야와 연계된 새로운 체험 프로그램 유형이 창출되어야 한다.

(4) 약점과 위협요인의 결합 전략

지역의 공예산업이 가진 약점과 위협요인을 결합하는 전략으로서 첫째, 소규모 공방의 활성화 전략을 들 수 있다. 공예문화산업의 공통된 현실인 규모의 문제를 해결하기 위해서는 재정적인 지원이나 공방간의 물리적 결합 방식을 넘어서 일인공방의 연계를 통한 협업체계 마련 등의 방안이 요구된다. 둘째, 소규모 공방 및 공예업체의 규모에 따른 근본적

인 문제를 해결하는 시스템적 방안으로 브랜드 체계의 활용 전략을 들 수 있다.

[표 70] 충남 공예산업 활성화 SWOT 전략

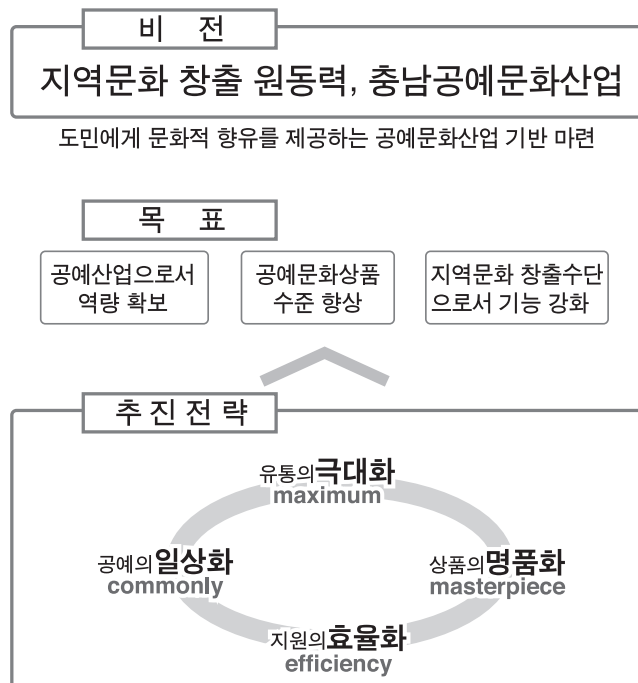
SO 전략	강점/기회	<ul style="list-style-type: none"> • 충청남도 중장기 비전 및 전략 수립 • (가)충남공예문화산업센터 설립 추진 • 전통공예와 현대공예로 부문화로 활성 촉진 • 지역축제장에 입점하는 공예품 상설매장의 규모화
ST 전략	강점/위기	<ul style="list-style-type: none"> • 명품화를 통한 공예가치의 재인식 • 지식재산권, 인증 및 라벨링 제도로 공예품 가치 제고 • 공예품(작가) 데이터 베이스/C&CP 및 앱 도입 • 기존 매장 유통의 틀을 넘어 전시회 활용 확대
WO 전략	약점/기회	<ul style="list-style-type: none"> • 신진 층(연수생) 지원제도, 청년취업 초기지원제도 도입 • 체험 프로그램의 체계화(등급화 및 관광과 연계) • 빈점포 공방 전환제 도입 • 관광 분야와 접목을 통한 새로운 유형 창출
WT 전략	약점/위기	<ul style="list-style-type: none"> • 소형 공방 활성화 방안 • 유형별, 품질별 다변화 된 브랜드 시스템 구축 • 일인 공방의 그룹화를 통한 협업체계 • 소규모 공방 대상 프로그램 개발

2. 공예문화산업 육성 비전

1) 비전 및 목표

본 연구에서는 충청남도 공예문화산업의 활성화를 위한 충청남도 차원의 지원 정책 수립을 위한 방안 도출이 핵심과제이며, 이를 위해 먼저 충청남도의 공예문화산업이 지향하고 도달하여야 할 비전과 목표 및 추진 전략을 제시한다.

충청남도 공예가 다른 예술 분야에 비해 그 가치를 충분히 인정받지 못하고 일상 속에 파급되지 못하고 있으며, 개별된 문화산업으로서 자생력을 갖추지 못하고 있는 현실에서 “지역문화 창출 원동력, 충남공예문화산업”이라는 비전을 설정하여 도민에게 공예를 통한 문화의 향유를 제공하고 공예문화산업의 기반을 구축하고자 한다.



[그림 40] 충남 공예문화산업의 비전 및 목표

이와 같은 비전 제시와 함께 충청남도 공예산업이 도달하여야 할 목표로서 공예산업의 역량을 확보하는 동시에 공예문화상품의 수준을 향상시킴으로써 지역문화를 창출하는 원동력으로 기능을 강화하는 것을 설정하고 있다.

2) 추진전략

구체적인 추진전략으로는 첫째, 공예의 일상화를 통하여 공예를 실생활과 밀접한 친근한 대상으로 인식되도록 하며, 삶의 격조를 높이는 예술분야로 가치를 부여는데 중점을 두며, 둘째, 유통의 극대화를 통해 전문점 위주의 제한된 유통경로에서 다변화를 꾀하여 공예의 저변 확대와 공예문화산업의 기반이 되는 매출 증대에 기여하도록 한다. 셋째, 작품과 상품을 망라한 공예품의 명품화를 통해 공예분야에 대한 인식 전환과 공예품의 가치를 정립한다. 넷째, 지원의 효율화를 통해 수혜자에게 실효성이 담긴 지자체의 정책 및 지원이 이루어지도록 한다.

[표 71] 세부 추진전략

세 부 추 진 전 략	공예의 일상화	<ul style="list-style-type: none"> • 충청남도 중장기 비전 및 전략 수립 • (가)충남공예문화산업센터 설립 추진 • 전통공예와 현대공예 부문화로 활성 촉진 • 지역축제장에 입점하는 공예품 상설매장의 규모화
	유통의 극대화	<ul style="list-style-type: none"> • 명품화를 통한 공예가치의 재인식 • 지식재산권, 인증 및 라벨링 제도로 공예품 가치 제고 • 공예품(작가) 데이터 베이스/C&CP 및 앱 도입 • 기존 매장 유통의 틀을 넘어 전시회 활용 확대
	상품의 명품화	<ul style="list-style-type: none"> • 창작 환경 및 시설 개선으로 공예 수준 향상 • 공예 상품의 인증제 도입 • 빈 점포 공방 전환제 도입 • 관광 분야와 접목을 통한 새로운 유형 창출
	지원의 효율화	<ul style="list-style-type: none"> • 지원사업 지자체 선도로 중앙 사업의 지역 개최 • 창업 및 신세대 지원 방안 마련 • 선택과 집중으로 지원의 규모화 및 실효성 증대 • 충남 공예지원센터 설립

첫 번째 세부 추진 전략으로 ‘공예의 일상화’를 선정한 이유는 공예품의 수준 향상을 비롯하여 산업의 범주로서 공예산업을 육성시키기 위해서는 공예라는 대상을 친근하게 접근하고 쉽게 참여할 수 있는 존재로 인식을 전환시킴을 의미한다. 즉 다른 회화 예술품과 동일하게 작품의 구입 및 소장, 전시회 관람을 비롯하여 취미교실 참여 등 적극적인 참여가 이루어지도록 하는 기반을 마련하는 것이다. 이와 같은 ‘공예의 일상화’를 통하여 공예문화산업의 저변확대와 인식의 전환이 이루어지며 굳건한 공예산업 기반 마련으로 이어지는 단초가 된다.

두 번째 추진 전략인 ‘유통의 극대화’는 공예품 유통 경로의 확대를 통해 공예산업의 기반을 활성화함을 목표로 한다. 제한된 전문점이나 공방내의 소규모 판매에 그치고 있는 유통 현실을 벗어나 판매가 이루어지는 공예품 전시회, 무역박람회, 세일즈 랩 등의 다양한 채널을 활용하여야 한다. 이러한 판매 방식은 일정한 점포의 구비 없이 이루어질 수 있는 다양한 판매방식이며, 작가 또는 생산자와 상품을 구매 또는 프로모션하는 기획자가 연결될 수 있는 채널의 마련과 활용을 목표로 한다.

세 번째 추진 전략인 ‘상품의 명품화’는 공예품 품질 수준을 일정한 수준으로 상승시키는 전략으로 전 분야 공예품을 명품화한다는 의미는 아니다. 공예품을 비롯하여 공예산업에 대한 인식이 저조한 배경에는 공예품의 품질 수준에 대한 체계적인 관리의 결여에서 비롯되고 있으며, 이와 같은 품질관리 체계는 시장에서의 공예품의 비중없는 위치는 물론 공예산업 전체에 부정적인 영향을 미치게 된다. 상품의 명품화를 위한 지원 정책으로는 창작 여건의 개선, 디자인 및 창작 지원이 포함된 상품화 지원이 요구된다. 또한 공예상품의 수준 및 정보를 알 수 있는 공예품 인증제를 비롯하여 창작 환경 조성의 일환으로 전통 시장의 빈 점포 및 미 활용 시설을 공방으로 전환하여 임대하는 방안 등이 포함된다.

네 번째 추진 전략인 ‘지원의 효율화’는 본 연구의 핵심으로서 공예문화산업진흥법의 시행에 따라 지원의 규모를 비롯하여 지원 범위 및 유형에서 큰 폭의 증가가 있을 것으로 예측된다. 이에 따라 지방에 소재하여 중앙 부처의 지원사업의 혜택이 상대적으로 불리한 여건을 극복하는 방안의 모색이 우선되어야 하는데, 충청남도 차원에서 능동적인 지원사업 유형을 구성하여 선점하고 역으로 중앙 부처에 요청하는 전략이 시기적으로 적합하다. 이후 국비 및 중앙 지원사업의 재원이 충남도가 운영하는 사업으로 포함 되도록 하며, 세부 추진전략으로는 선택과 집중에 따른 스타 상품 만들기, 도내 관련 기관을 활용한 지원 체계 구축이 포함된다.

2) 지원 정책의 개선 및 방안

중앙정부를 비롯한 지방자치단체에서 시행하는 공예문화산업 지원 정책의 방향은 새로 제정되어 시행하는 공예문화산업진흥법에 명시된 내용 및 방향과 기초를 동일하게 하여 법 제정의 취지를 살리며 중앙 부처와의 공조를 통하여 공예산업 기반 조성이 원활하게 한다. 공예문화산업진흥법에 나타나고 있는 정책 방향과 공예문화산업 진흥을 위한 국가 및 지방자치단체장의 역할 부분으로는 ①창업 및 제작 지원, ②전문 인력 양성, ③공예품의 품질 향상 및 기술 개발, ④공예문화산업 기반 시설의 확충, ⑤유통 활성화 및 투자의 촉진, ⑥국제 교류 및 해외 진출에 관한 분야를 들 수 있다.

(1) 창업 및 제작 지원

충청남도 공예문화산업 여건이 영세성과 수익성의 저하에 따라 젊은 층의 창업 및 입문이 좀처럼 이루어지지 않으며 심지어 지역 특화를 이루어 기반이 탄탄한 공예 분야까지도 후계 계승이 어려운 현실이다. 이와 같은 공예문화산업의 부실한 현실은 공예분야의 저변 확대 부족, 유통 및 시장의 미 형성, 공예 종사자의 규모와 창작 및 생산 능력의 한계, 공예품의 품질 저조 등 복합적이고 상호 관련된 요인에 기인하고 있다. 공예문화산업이 처한 현실을 타파하기 위해서는 이러한 저해 요인을 극복하는게 우선이며 특히 공예의 계승에 위기가 닥친 현실에서 창업에 대한 정책 지원과 시장 확보 및 공예의 저변 확대를 위한 첫번째 단계인 고품격 공예품 개발을 위한 정책 지원이 우선 이루어져야 한다.

공예산업체를 창업하거나 입문할 수 있는 청년층을 대상으로 창업 및 취업을 장려하고 지원함으로써 적절한 시기에 지역에 정착하여 창작 및 생산활동이 이루어지도록 한다.

공예 관련학과 대학생을 대상으로 하는 지원사업은 지방자치단체가 주최하는 공모전 등의 참여를 통하여 지방자치단체와의 연계를 미리 형성하게 함으로써 지역이라는 활동 무대를 인지하고 해당 지역을 기반으로 하는 효과를 갖는다. 현재 충청남도의 대학생을 대상으로 하는 공모전으로 충남 공공디자인 공모전, 충남 건축대전, 충남 산업디자인전이 매년 개최되고 있는 것에 비추어 대학생, 대학원생 공예공모전의 개최를 통하여 공예에 대한 지방자치단체의 관심을 표명하는 한편, 참가 학생에게 지방자치단체라는 후원 배

경 및 활동 가능성을 심어준다. 아울러 시상 방식에 있어서도 응모자 개인에 국한된 시상 이 아닌 소속 학교 및 학과에 대한 설비 및 창작비용의 지원으로 창작 의욕을 고취시켜 창 업으로 이어지도록 한다.

청년 창업 지원제는 일정한 자격 및 활동 경력을 갖춘 청년 공예가를 대상으로 창업 지 원금을 제공하는 제도로써 가능성 있는 청년 작가를 선별하여 창작 기반 및 창작 공간을 조성할 수 있는 기반을 지원하는 정책안이다. 지원금은 단계에 따라 3차례로 구분되어 지 원되며 지원은 작가 평생 한 차례만 이루어진다.

[표 72] 청년 창업 지원제

대 상	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 내에서 활동하는 청년 공예 작가로서 충남에 주민등록이 되어 있는 자 • 20세 이상 35세 이하 • 지원 후 일정 기간 충남에서 창작 활동 유지(이주 시 지원금 반환)
평 가	<ul style="list-style-type: none"> • 창업 제안 시에 창업 계획서를 비롯하여 각 지원 단계별 계획서 작성 제출 • 활동 이력, 지자체가 인정하는 공모전 및 재능 기부 등 실적의 가산점
지원금	<ul style="list-style-type: none"> • 창업 및 상품 개발 비용을 창업 과정에 따라 분할하여 지원 (3회 분할) • 예) 지원금 총액 1200만 원을 3차례로 나누어 각 400만원 씩 지급하는 방식
지원방식	<ul style="list-style-type: none"> • 지원금은 평생 1회만 수혜 • 원도심 지역 내의 빈 점포 등 창작 및 판매 공간의 대여 및 창작 스튜디오 입주 지원

그밖에 기존 공방 및 공예산업체에서 청년층을 고용할 경우 세제 및 신상품 개발 지원, 해외 판매전 등에 참여 할 수 있는 혜택을 주어 청년 취업을 장려하도록 한다.

제작 지원의 경우 기존의 신제품 개발 지원 사업의 운영방안을 개선하여 첫째, 지원 규 모의 확대 및 공예 분야별, 지역별 안배, 대형 및 소형 프로젝트의 구분 등 전략적인 지원 분야로 체계화하며, 둘째, 제안 초기 단계부터 상품 기획 및 디자인 전문가가 참여하는 방 식으로 전문가에 의한 상품 개발 제안서의 작성에 따른 어려움을 해소하는 동시에 전문성 을 확보하도록 한다. 셋째, 현재의 수혜업체 선정 방향이 공예품의 작품성을 중시하는 방 향에서 작품의 수준을 포함한 상품화 가능성, 상품시장 등에 대한 분야를 아울러 평가하 며, 선정위원 또한 작가 위주에서 상품 및 기획 전문가가 참여하는 구성으로 하여 실효성 을 확대한다. 넷째, 선정 후 지원사업의 진행 및 결과에 대한 검증이 이루어질 수 있는 절 차를 마련하여 시제품 및 완제품 제출 등으로 상품 개발의 이행을 확인하도록 하며, 상품 화가 미이행 되었을 시에는 환수 조치 등이 이루어질 수 있는 제도가 마련되어야 한다.

(2) 전문 인력 양성

충청남도의 전문 인력 양성은 공예에 입문하는 신규 공예인 교육 프로그램과 기성 공예인의 역량 강화를 위한 재교육을 기본 방향으로 하여, 공예문화산업에 소요되는 창작 분야, 생산 분야를 비롯한 기획 및 교육 분야의 전문가를 양성하는 것을 목표로 한다. 전문 공예인 양성 프로그램을 통해 공예분야별 작품 구상 능력 및 제작 능력을 배양하며, 산업적인 측면에서 생산, 유통 등 마케팅 전반에 걸친 전문가 및 신상품 기획과 전시 기획을 비롯한 취미교실을 운영할 수 있는 역량을 갖춘 전문가를 양성하는데 있다.

공예산업계의 인력구조 특징이 새로운 진입 인력의 감소와 기존 종사자의 고령화에 따라 쇠퇴위기에 직면하였으며, 기존 공예인력의 역량 또한 변화된 작업 환경이나 소비자의 요구에 대응 능력이 떨어져 재교육이 요구되고 있는 현실이다. 이와 같은 요구에 부응하는 교육과정은 충남공예센터에 의해 체계적으로 이루어지는 것이 바람직하나, 설립 이전 단계에서는 충청남도 내 대학에 편재되어 있는 공예관련 학과를 활용하며, 정규학과에 포함되지 않는 분야의 경우 충남도립대학 등에 위탁 개설하여 교육 프로그램을 마련하는 방안을 마련한다.

[표 73] 전문 공예인 양성 프로그램

분 야	<ul style="list-style-type: none"> • 창작 분야: 분야별 작품 구상 및 제작 능력 위주의 프로그램 • 생산 분야: 산업적인 측면에서 생산, 유통 등 마케팅 능력 육성 프로그램 • 기획 및 교육 분야: 신상품 기획과 전시 기획을 비롯한 취미교실 운영 능력 프로그램
운 영	<ul style="list-style-type: none"> • 충남공예문화센터/ 충남공예센터 • 운영 교육기관: 충남도립대학, 충남 소재 공예학과 개설 대학
교육과정	<ul style="list-style-type: none"> • 단기 프로그램(2~4주), 전문가 양성 프로그램(2~4학기/계절학기 포함) • 기초 조형, 마케팅 및 상품론, 분야별 심도 학습, 현장 실습 등
재원	<ul style="list-style-type: none"> • 본인 부담 30%, 공예단체 펀드 30%, 지자체 지원 40%

전문 공예인 양성 프로그램은 단기 프로그램 외에 전문가 양성 프로그램 개발 2학기, 또는 계절 학기 포함 4학기로 1년 과정, 주요 교육과정 기초 조형, 마케팅 및 상품론, 분야별 심도 학습, 현장 실습 등으로 구성된다. 교육 프로그램의 주관은 충남공예문화센터에서 운영하는 것을 원칙으로 하며, 설립 이전에는 충남공예협동조합 주관으로 관련 분야 프로그램은 도립대학에 위탁하여 운영한다. 교육비는 수강생, 지방자치단체를 비롯하여 공예기금으로 지원한다.

(3) 공예품의 품질 향상 및 기술 개발

공예품의 품질 향상 방안은 공예인 및 공예업체의 자구책과 외부 기관의 검증 및 지도에 의한 품질 향상 방안으로 구분 할 수 있다. 공예품을 포함한 상품의 품질 유지 방안의 순서는 ①품질 요인 도출, ②품질 수준의 설정, ③부합 정도의 판단(내부 및 외부), ④보완, ⑤상품 출시라는 기본적인 프로세스를 따라야 하며 주관적, 포괄적인 판단보다는 시장의 요구나 객관적 판단에 근거하며, 품질 요인 항목을 기재한 체크리스트 등을 활용하여 균형있는 판단이 이루어질 수 있도록 한다.

기술 개발 방안은 앞서 서술한 전문 인력 양성 방안에서 제시된 기성 작가 및 공예업체의 보수 교육과 관련이 있으며, 공예 장르별 창작 동아리 등 연구회를 구성하여 제작 기법을 비롯한 마케팅과 관련된 정보 획득 및 교환, 과제 진행을 통하여 새로운 시장 요구에 부합하는 상품을 구상하는 능력을 갖추는 동시에 품질 향상을 이끌어 내는 것을 목표로 하고 있다.

품질 향상을 위한 방안으로 브랜드 도입을 들 수 있는데, 단순히 다른 지역의 공예 상품과의 변별력을 갖추기 위한 상표로서의 브랜드 기능을 넘어 전통 공예품에서 현대 공예품, 명품 및 일반품 등 등급을 표시하는 체계화된 브랜드의 도입과 운영을 통하여 브랜드가 지향하는 상품 콘셉트 및 격조에 맞는 상품으로 수준이 유지되도록 한다.

품질 인증 및 표시방법에 있어서도 작가나 업체 자체에서 표시하는 방법과 신뢰도를 갖춘 외부 인증기관에 의한 방법을 활용할 수 있으며, 품질인증표시, C & CP, 충청남도 명장제도, 기존의 충청남도 인정문화상품의 개선안을 들 수 있다.

품질인증표시는 이미 공예협동조합중앙회에서 시행하고 있는 대한민국공예명품 표시제도를 보완한 안으로서 충청남도 공예품대전 및 충청남도 관광기념품 공모전에 상위권으로 입상한 작품을 비롯하여 일정 기준을 구비한 공예품에 대한 인증표시를 말한다. 기존의 공예명품 표시방법이 종이재질 스티커를 활용한 것에 반해 충청남도 공예명품의 표시는 홀로그램 스티커, 목공예품이나 도자기 등은 각인에 의한 압인, 레이저 표시 등 공예품 수준에 맞는 격조 있는 표시 방법을 구사한다. 시리얼(일련번호)방식은 단품 공예품 및 한정 수량의 공예품에 통용되는 방식으로 해당 일련번호에는 작가, 제작 시기 등 작품에 관한 이력이 담겨진다. 대량 생산이 이루어지는 공예상품의 경우 품질 인증표시가 적합하고 수량이 정해진 한정품 및 단품 공예품의 경우에는 해당 작품의 이력

을 알 수 있는 시리얼 방식이 적합하다. 인증 등록은 공신력을 갖춘 충남공예문화센터의 전담부서에서 수행하도록 하며, 일반 구매자는 다용도로 구축된 공예품 데이터베이스 C&CP(ChungNam Craft Portfolio)에 접속하여 구입한 공예품의 이력을 확인할 수 있다.

명장제도는 고용노동부 산하 산업인력공단에서 주관하여 공예를 포함한 각 산업 분야에서 최고 수준의 숙련기술을 보유한 기술자를 선정하여 우대하는 국가 단위의 제도로써 천안시를 비롯한 몇몇 기초자치단체에서 시행하고 있다. 충청남도의 경우 명장으로 선정될 수준의 숙련 공예인을 다양한 분야에 다수 보유하고 있기 때문에 충청남도 공예명장 제도가 지속적으로 유지되어 공예품의 품질 유지 및 지역 정체성을 살리는데 효과적인 기여를 할 수 있다.

2015년 현재 4년째 시행하고 있는 충청남도 인정문화상품은 충남을 대표하는 우수문화상품을 도 차원에서 인정하여 가치를 확고히 하고 판매를 증진시키는데 목적이 있다. 인정문화상품은 신제품 개발이 아닌 탁월한 작품성과 시장 점유를 통해 해당 분야의 대표상품을 선정하여 인정하는 제도로써 개별 작품의 평가를 넘어 해당 작가의 면모를 선정 평가에 포함시켜야 한다. 또한 본래 취지대로 공산품, 관광기념품 범주의 가공식품, 전통의상 및 식품이 포함되어야 한다.

[표 74] 공예품의 품질 향상 및 기술개발 방안

창작 동아리	• 제작 기법, 마케팅 정보 획득 및 교환을 통한 상품구상과 품질 향상
브랜드	• 공예품의 유형, 명품 및 일반품 등 등급을 표시하는 체계화된 브랜드의 도입 • 브랜드가 지향하는 컨셉 및 수준에 맞는 상품 구상 및 수준이 유지
품질인증표시	• 공모전에 상위권 입상 작품을 비롯, 일정 기준을 구비한 공예품에 대한 인증표시 • 홀로그램 스티커, 각인에 의한 압인, 레이저 표시 등 격조 있는 표시 방법
시리얼 방식	• 단품 공예품 및 한정 수량 공예품에 통용, 작가, 제작 시기 등 작품에 관한 이력 수록 • 구매자가 공예품 데이터베이스 C&CP에 접속하여 구입한 공예품의 이력 확인
충청남도 공예명장	• 공예 포함, 각 산업 분야에서 최고 수준의 숙련기술 보유 기술자를 선정, 우대하는 제도 • 자격 요건 : 충남에서 5년 이상 거주, 20년 이상 해당 공예 분야에 종사, 동일분야의 명장 선정 경력 및 무형문화재 지정 경력이 없어야 함, 명장 칭호와 명장 증서, 장려금 지급
충청남도 인정문화상품	• 탁월한 작품성과 시장 점유를 통해 해당 분야의 대표상품을 선정하여 인정하는 제도 • 공예품 외에 공산품, 관광기념품 범주의 가공식품, 전통의상 및 식품이 포함

(4) 기반 시설의 확충 및 유통 활성화

공예문화산업의 범주는 공예품의 창작 또는 생산에서 유통을 통한 판매, 체험 프로그램 운영과 같이 단순한 체계가 아닌 공예를 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그 복합체로서 개발, 창작, 제작, 유통, 전시, 소비, 활용 단계에서 연결되는 특허, 기술, 디자인 등의 지식서비스와 소비, 원자재, 설비를 비롯하여 물류, 유통, MICE산업, 광고 산업 등에 직·간접 영향을 미친다.

기반 시설과 관련된 정책 사업은 지방자치단체 차원의 단독 수립은 어렵고 중앙 부처가 운영하거나 지방자치단체가 매칭 형식(또는 일부)으로 참여하는 형태를 보이고 있다. 대표적인 사업으로 서천군의 한산모시산업특구와 공주시의 지역공예마을 육성 사업을 들 수 있다. 한산모시산업특구의 경우 지역 연고산업인 모시를 주제로 하여 산업 특구를 조성함으로써 한산모시의 현대화·산업화, 전통한산모시 육성·체험관광사업에 활성을 기할 수 있는 재원과 규제 완화의 기반을 구축하였다.

공예품 수요의 극대화는 공예품의 보편화와 넓은 범위로의 파급을 의미한다. 공예품을 보편화 한다는 의미는 명품화라는 기본 전략과는 대립되어 보이지만, 수요의 극대화는 단순한 유통 경로를 넘어 공예품 및 공예작가의 정보를 담은 정보 채널을 활용하거나 판매 점 방식을 벗어난 전시방식을 유통에 활용하는 방식을 말한다.

지금처럼 공예품의 유통 양상이 직영점 위주의 방식에서 전환이 요구되는데, 고가인 공예품인 경우는 주문방식을 채택하며 일반 소비자의 직접 구매가 이루어지는 전시회 활용 방안으로 전환이 적합하다. 또한 지역에서 빈번하게 개최되는 지역 축제의 공예품 판매장의 규모화와 체계화된 입점 방안을 제시하며, 공예품의 범주에 국한되지 않고 용도별로 세분화하거나 일반 상품의 파생상품으로 보아 공예품 판매장이 아닌 판매 장소에서 판매가 이루어질 수 있도록 유통 경로를 확장하여야 한다.

또한 공예품의 활용 가능성을 확장하는 방안으로 공예품 데이터베이스인 C&CP (ChungNam Craft Portfolio)를 구축하여 작가의 정보 및 작품 포트폴리오를 수록하고 사용자에게 제공하는 정보 시스템으로 기능하게 한다. C&CP에는 공예작품 사진 및 공예작가의 정보 외에도 상품의 저작권, 인증 마크 등이 수록되며, 판매된 작품의 진위 여부를 확인할 수 있는 진품확인 기능을 갖추어 상품의 신뢰도 및 가치를 제고하는 기능까지 담당하게 한다.

현재 충청남도 공예품 전문 판매점은 공주를 비롯하여 부여, 당진, 행담도 등 지역의 범주를 벗어나지 못하고 있다. 수도권에 충남공예관의 설치가 이루어져야 하며 타 지역의 공예협동조합과 연계하여 자기 지역의 공예품 전시관 또는 판매점에 일정 공간을 타지역 전용 상품관으로 조성하여 다양한 상품 구색으로 볼거리를 제공하며 선택의 폭을 넓혀야 한다. 아울러 충남신도청사 내에 공예전시관을 조성하여 충청남도 인정문화상품을 비롯해 각 지역의 특화된 공예품의 존재와 가치를 적극적으로 보여주어야 한다.

3. 결론

그동안 공예산업이 문화산업의 범주에 포함되어 부분적으로 다루어졌으며, 정책 지원이 첨단 콘텐츠 문화산업 분야에 편중되면서 산업으로서 제 위치를 찾지 못하고 있다. 충청남도에서는 민선 6기 도지사 공약사항인 전통문화산업 육성이 현실화 되는 단계로서 전통공예의 육성이 충청남도 차원에서 구체화 될 것으로 전망하고 있다. 여기에 공예문화산업진흥법 시행으로 공예문화산업을 둘러싼 기반 및 인적 지원, 공예품 품질 향상 등 국가 및 지방자치단체 차원에서 다각도의 정책 마련과 지원이 이루어짐에 따라 공예분야의 활성화가 가시화 되고 있다.

이러한 시기에 공예를 문화산업으로 활성화 시키기 위하여 중앙부처와 지방자치단체에서 시행하고 있는 신상품 개발 지원 사업, 우수 공예품 인증 사업, 공모전 개최, 판로지원, 금융지원 등의 지원 정책을 수혜자의 요구와 여건에 맞게 정책의 보완이 요구되고 있다. 지역 정체성에 부합하는 문화의 창출과 확산에 관심을 갖게 되는 시점에서 지역이 보유한 문화자원을 공예분야의 활성화를 통해 문화 산업으로 한 축으로 자리매김 하여야 한다. 이러한 배경을 토대로 본 연구는 다음과 같은 목적을 갖고 진행하였다.

첫째, 중앙부처 및 충청남도의 공예 관련 지원정책별 참여도와 만족도를 알아내 실효성을 알아내며 이를 토대로 지원정책의 개선 방향을 도출한다. 둘째, 공예품 소비자를 대상으로 구입 성향 및 선택요인을 조사·분석하여 이를 토대로 공예 상품 개발 방향에 활용한다. 셋째, 도내 공예산업 현황을 파악하여 충청남도 차원의 정책 및 지원사업을 구상하는 기초자료로 활용한다. 넷째, 공예 산업과 관련된 도 내 기관 및 단체의 기능을 분석하여 기관별 역할을 부여하여 기관 별 역할과 기능성을 제고한다. 다섯째, 공예산업이 창작 또는 제작과 유통의 구조나 체험학습 범주를 넘어 전후방 연관 산업의 활성화 등 산업 및 파급 효과가 큰 구상을 목적으로 한다.

본 연구의 수행 방법은 공예문화 및 공예산업 지원 및 육성과 관련된 보고서, 학술논문 및 지원정책에 관한 문헌연구와 국내외 사례조사가 이루어졌다. 또한 현재 수행되고 있는 공예산업 지원정책과 관련 기관의 기능량에 관하여 조사·분석하였다. 공예 현장에 대한 조사는 공예품 구매 소비자를 대상으로 하는 설문조사와 공예인 및 공예업체를 대상으로 하는 실태조사를 통하여 공예산업계의 현황 및 실태를 파악하였다. 밀착연구 방안으로 공예산업 현장에서 활동하고 있는 지역 공예인이 참여하는 워크숍을 통해 지원정책의 수

해자인 공예인의 현황과 요구 사항을 청취하였다. 이러한 연구과정을 통하여 다음과 같이 공예 지원정책의 문제점을 도출하였고 이를 근거로 충청남도 공예산업 육성 비전을 제안하였고 지원정책의 개선 및 방안 및 결론을 도출하였다.

첫째, 충남의 공예산업 여건은 어느 지역과 다를 바 없이 소형화, 영세화 되어 있으며, 이러한 규모의 열세는 매출 부진, 후계구도 단절, 관련 사업의 하락 등 악영향으로 이어지고 있어 공예산업이 지향하여야 할 공예문화의 정립과 확산을 통한 지역 문화의 형성에 제대로 기여하지 못하고 있다.

둘째, 이와 같이 열악한 여건 가운데 공예인 및 공예산업체에게 절실한 수혜 수단인 지원사업의 구성과 효과가 지역에는 충분히 미치지 못하고 있다. 중앙 부처의 사업의 경우 알찬 구성의 다양한 과정이 마련되어 있음에도 원활한 참여가 어려우며, 도 차원의 지원사업은 지원 규모와 방식, 다양한 분야와 수준의 대상자에게 만족을 주지 못하는 실정이다.

셋째, 공예분야의 지원을 수행할 수 있는 지역의 기관 및 조직으로는 충남공예협동조합을 들 수 있으나, 공예지원 분야 및 전문성이 복합화 되어지는 추세에서 지원기능의 확충이 요구된다. 공예분야에 국한하지 않고 포괄적인 문화와 관련된 기능을 갖추고 있는 기관이 존재하나 개별적인 영역의 연구 및 사업 진행으로 인하여 효과가 분산되고 있는 실정으로 기관에 적합한 역할을 부여하여 기존 기능의 효율을 높이는 동시에 공동 참여 기회를 정례화 하여 분산된 역량과 결과를 결집할 수 있는 체계마련이 요구된다.

2015년 11월, 공예문화산업진흥법의 제정과 시행에 따라 포괄적으로 다루어졌던 문화산업과 구분되는 공예 문화산업이 자리매김하여 공예산업과 관련 산업으로 인하여 우리 지역에 파급효과가 기대되고 있다. 공예문화산업진흥법의 요건에 따라 공예문화산업진흥위원회의 설치·운영 및 공예문화산업 전담 기관의 지정 등이 요구되며 충청남도에서도 이와 같은 기조에 따른 대응태세를 갖추어야 한다.

또한, 공예인들이 체감할 수 있는 필요 분야의 정책 지원으로는 창업과 제작지원, 전문인력 양성, 품질 향상 및 기술 개발 지원, 우수공예품 지정, 공동판매, 공동구매, 공동 판매 지원 등으로 나타난다. 이러한 정책 개발은 초기 단계에서 행정기관이 주축이 되어 원활한 기능을 할 수 있는 기반의 구축이 이루어져야 한다.

이러한 배경에서 충청남도 공예문화산업 육성 비전을 “지역문화 창출 원동력, 충남공예문화산업”으로 하여 도민에게 공예를 통한 문화의 향유를 제공하고 공예문화산업의 기

반을 구축하려 한다. 추진 전략으로는 ‘공예의 일상화’를 통하여 공예를 실생활과 밀접하고 친근한 분야이자 격조를 높이는 예술로서 가치를 부여하고, ‘유통의 극대화’로 전문점 위주를 벗어난 다변화된 유통 구조로 전환하여 저변확대와 매출증대에 주력한다. 또한 ‘공예품의 명품화’를 통해 공예 분야에 대한 인식 전환과 공예품의 가치를 정립하며, ‘지원의 효율화’를 통해 수혜자에게 실효성 있는 정책 및 지원을 제안하고 있다.

공예문화산업 육성 비전 중 본 연구의 목적인 지원의 효율화 부문을 도출하였으며, 공예문화산업 진흥법에 담겨져 있는 내용과 기조 및 방향을 유지하여 구상하였다.

첫째, ‘창작 및 제작지원’은 공예산업체를 창업하거나 입문하는 청년층을 대상으로 창업 및 취업을 장려하고 지원함으로써 적절한 시기에 지역에 정착하여 창업 및 생산 활동이 이루어지게 하는 사업이며, 제작지원은 기존의 신상품 개발 지원제를 대폭 보완한 내용으로 지원 규모를 확대하며, 사업을 규모별 구분하여 전략적으로 지원하는 내용이다. 또한 제안 단계에서 상품 기획가 등 전문가가 참여하도록 하며, 선정 방식 및 완료 후의 점검 과정을 포함하고 있다.

둘째, ‘전문인력 양성’은 신규 공예인 교육 프로그램과 기성 공예인 역량강화를 위한 재교육을 기본 방향으로 하고 있다. 교육 프로그램은 작품 구상 능력 및 제작 능력, 산업 측면의 생산 및 유통 등 마케팅 능력, 취미교실을 운영할 수 있는 전문가를 양성하는데 초점을 맞추고 있다.

셋째, ‘공예품 품질 향상 및 기술 개발’은 공예품의 품질 향상을 위한 방안으로 공예품의 유형과 등급이 체계화된 브랜드 시스템 도입과 단순하고 격조가 떨어지는 형태의 품질인 증표시에서 향상시킨 작가 또는 작품 이력이 담겨진 시리얼 도입을 제안하고 있다. 공예 작가와 수요자를 연결해주는 공예품 데이터베이스 C&CP, 충청남도 명장제도, 인정문화 상품의 보완 안을 제안하였다.

넷째, ‘기반 시설의 확충 및 유통 활성화’ 공예품 수요의 극대화는 공예품의 보편화와 보급을 의미하며, 현재의 전문점 위주의 유통 체계에서 벗어나 고가품의 경우 주문판매를 지향하며, 일반 소비자의 직접 구매의 경우 전시회의 활용과 전문점을 넘어 일반 유통에서도 취급할 수 있도록 제안한다. 지자체에서 빈번하게 개최되는 축제에서 공예품 판매가 사후 관리 등 규모와 체계를 갖춰 정례화 하며, 지역 영역을 벗어나 타 기관의 교류를 통해 타지역에 충남 공예전시장의 진출을 시도하는 방안을 제안한다.

참고문헌

연구보고서

- 박남희 외, “2013 공예백서”, 문화체육관광부, 한국공예·디자인문화진흥원, 2014.
- 문화체육관광부 정책보고서「공예산업 활성화 대책」, 문화체육관광부, 2014.
- 월드리서치「공예유통망 활성화를 위한 2012년 공예산업 실태조사 보고서」, 한국공예·디자인문화진흥원, 2014.
- 「충청남도 문화예술 발전 전략」, 충청남도, 2014
- 김진수, “공예산업의 현황과 활성화 방안”, 산업이슈, 산은경제연구소, 2012.
- 「2011 공예산업실태조사」, 한국공예·디자인문화진흥원, 2012.
- 조인형, “광주지역 공예문화산업 실태분석 및 육성방안”, 광주발전연구원, 2011.
- 이원태「공예문화산업 유통 활성화를 위한 외국 사례 조사 연구」, 한국문화관광연구원, 2011.
- 「해외공예현황」-공예산업 기반조성을 위한 마케팅 조사, 한국공예·디자인문화진흥원, 2005.
- 김소영 외, “국내 공예문화산업 분류체계 구축 및 공예지원사업 평가모델 개발”, 한국문화관광연구원, 2003.

공시자료

- 「2015 충청남도 공예산업 지원계획」, 충청남도, 2015
- 「대한민국명장 선정계획 안내책자」, 한국산업인력공단, 2014

논문

- 김성민, “공예산업의 활성화 -중부권 공예산업 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지 ‘11 Vol. 11. No. 4, 2011.
- 이현숙「해문화예술 정책이 경제적 가치에 미치는 영향에 관한 연구」, 중앙대학교 산업·창업경영대학원, 2012.

웹사이트

- 고용노동부 직업능력지식포털, <<http://www.hrd.go.kr/>>
- 고용노동부, <<http://www.moel.go.kr/>>
- 국가법령정보센터, <<http://www.law.go.kr>>
- 국립민속박물관, <<http://www.nfm.go.kr>>
- 문화체육관광부, <<http://www.mcst.go.kr/>>
- 문화재청, <<http://www.cha.go.kr>>
- 산업통산자원부, <<http://www.motie.go.kr>>
- 조달청, <<http://www.pps.go.kr/>>
- 중소기업청, <<http://www.smba.go.kr>>
- 통계청, <<http://kostat.go.kr/>>
- 한국공예 · 디자인문화진흥원, <<http://www.kcti.re.kr>>
- 한국공예협동조합연합회, <<http://www.kohand.or.kr/>>
- 한국교육학술정보원 학술연구정보서비스, <<http://www.riss.kr/>>
- 한국문화관광연구원, <<http://www.kcti0.re.kr>>
- 한국문화예술교육진흥원, <<http://www.kcti.re.kr>>
- 한국문화의 집, <<http://www.kous.or.kr>>
- 한국산업인력공단 Q-Net, <<http://www.q-net.or.kr>>
- 한국전통문화대학교 전통문화교육원, <<http://tctc.nuch.ac.kr/>>

부록 1. 설문조사지

충청남도 공예산업 현황 조사

--	--

충청남도과 충남발전연구원에서는 지역 공예산업의 경쟁력을 향상시키기 위한 정책 연구를 진행하고 있습니다. 이 연구는 공예산업체와 공예인의 제작 여건 및 현황을 파악하고 공예산업 지원과 관련된 중앙 정부 및 충청남도에서 시행하고 있는 각종 지원 사업이 제대로 활용되고 있는지 분석하여 충청남도의 공예산업에 실질적으로 이바지 할 수 있는 지원 정책을 이끌어 내는 게 목적입니다.

본 설문조사에 응답하신 내용은 해당 연구를 위한 기초 자료로만 활용되며 다른 용도로 사용되거나 외부공개할 하지 않습니다.

바쁘시더라도 본 설문에 성실하게 답해 주시면 감사하겠습니다.

충남발전연구원 문화관광디자인연구부 선임연구위원 권 영 현

041)840-1250, 010-3744-6934 yhkwon@cdi.re.kr

《일반 사항》

1. 응답자의 활동 지역은? (충청남도 ____시/군)
2. 응답자의 창작 형태는?
창작활동 만(), 공예품 제조 만(), 창작활동+공예품 제조()

I. 공예업체(인) 현황에 관한 질문

※다음 문항을 읽고 해당 번호를 () 안에 기입하거나 직접 기입해 주십시오.

《문1-1》 귀하의 대표적인 공예 분야는 무엇입니까? (하나만 선택 :)

①금속	②귀금속/보석	③나무(목공예)	④죽세	⑤철
⑥도자	⑦돌(석공예)	⑧유리	⑨섬유	⑩가죽
⑪종이	⑫특수소재	⑬합성재료	⑭기타/직접 기입 :	

《문1-2》 귀하가 대표적인 창작 소재는 무엇입니까? (1, 2순위 : ,)

- | | |
|------------|---------|
| ①한국문화 | ②백제문화 |
| ③충청남도 지역문화 | ④현대적 감성 |

《문1-3》 귀하는 공예기술을 어떻게 습득하셨습니까? ()

- ①전공 이수(대학, 대학원) ②다른 공예인으로부터 전수
 ③가업 계승(부모, 친지) ④독학(개별 창업)
 ⑤기타(직접 기입 : _____)

《문1-4》 귀하가 공예(창작 및 사업체)를 시작한지는 몇 년이 됩니까? ()

- ①3년 미만 ②3~5년 미만 ③5~10년 미만
 ④10~20년 미만 ⑤20년 이상

《문1-5》 공방(업체)의 종사자는 모두 몇 명입니까? 본인 포함 ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3~4명 ④ 5~9명 ⑤10명 이상

《문1-6》 공방(업체)종사자의 연령대 별 인원은 각각 몇 명입니까?

20대 (명)	30대 (명)	40대 (명)	50대 (명)	60대 이상 (명)
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------------

《문1-7》 공방(업체)종사자의 학력별 인원은 각각 몇 명입니까?

고졸 이하 (명)	대졸 이상 (명)	대학원졸 이상 (명)
-------------------	-------------------	---------------------

《문1-8》 귀하가 운영하는 공예업체는 다음 중 어떤 유형입니까? ()

- ①개인 사업체 ②주식회사 ③재단/사단법인
 ④협동조합 ⑤기타(직접 기입 : _____)

《문1-9》 공예업체는 어떤 형태로 운영하십니까? ()

- ①생산위주의 공방 및 공장 형태(판매는 외부 위탁)
 ②생산+ 판매 형태
 ③생산+체험교실 운영 형태
 ④생산+직영점 형태+체험교실 운영 형태

《문1-10》 사업자등록을 완료 하셨습니까? ()

- ①완료하였다. ②아직 못하였다.

《문1-11》사업자등록을 하지 않았다면 가장 큰 이유는 무엇입니까? ()

- ①매출이 작거나 없기 때문에
- ②사업체 운영에 지장이 없기 때문에
- ③절차가 복잡하기 때문에
- ④소득세 등 과세 부담 때문에

《문1-11》공예 관련 단체에 가입하셨습니까? () 복수 응답 가능

- ①도 단위 공예협동조합
- ②시·군 단위 단체
- ③기타 단체(직접 기입 : _____)
- ④가입한 단체가 없다.

《문1-12》귀하가 운영하는 공예업체의 연간 총매출은 어느 정도입니까?

2천만원 미만 ()	2천만원 ~ 5천만원 미만 ()	5천만원 ~ 1억원 미만 ()	1억원 이상 ()	직접 기입 (원)
-------------------	--------------------------	-------------------------	---------------	--------------------

《문1-13》총매출 중 사업별 수익 비중은 어떻게 됩니까? 각기 직접 기입

공예품 판매 수익 (%)	체험교실 등 교육사업 (%)	기타 사업 (%)
------------------------	--------------------------	--------------------

《문1-14》지난해와 비교하여 총매출의 변동폭은 어떻게 됩니까?

매우 상승 20% 이상 ()	상승 10~19% ()	약간 상승 1~9% ()	변동 없음 ()	약간 하락 1~9% ()	하락 10~19% ()	매우 하락 20% 이상 ()
------------------------	---------------------	----------------------	-----------------	----------------------	---------------------	------------------------

《문1-15》귀하가 제조한 공예품의 판매가 주로 이루어지는 지역은? ()

- ①충남 지역 내 ②충남을 포함한 전국 ③국내를 포함한 해외

《문1-16》귀하가 제조한 공예품의 주요 유통경로는 다음 중 무엇입니까? ()

- ①직영 판매점 ②타 공예품 판매점에 위탁
- ③전시회 및 축제행사장 ④인터넷 및 전화 판매

II. 지원 사업에 관한 질문

※ 다음 문항은 지원 사업의 만족도에 관한 질문입니다. 지원 사업에 참여했거나 참여하지 않았더라도 해당되는 문항에 답해 주시기 바랍니다.

《문2-1》 해당 사업명에 지원(참여) 여부를 ○, X로 표기하여 주시고, 만족 정도를 표기하여 주시기 바랍니다.

○충청남도『공예품 신제품 개발 장려금 지원 사업』참여 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

○충청남도『공모전 입상작 상품화 지원사업』참여 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

○충청남도『문화인정상품 지정사업』지원 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

○충청남도『공예품 국내외 전시판매전 지원사업』참여 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

○『충청남도 공예품 대전』참여 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

○『충청남도 관광기념품 공모전』참여 여부? ()

매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

《문2-2》 위 도 지원 사업을 신청하지 않았거나 ‘조금불만’, ‘불만’, ‘매우 불만’으로 표시한 가장 이유는? 중요도에 따라 1순위(), 2순위()

①지원금 액수(지원 혜택)가 적다. ②지원신청 절차가 까다롭다.
 ③선정될 가능성이 낮다. ④사업비 용도가 너무 제한적이다.
 ⑤판로확대로 이어지지 않는다. ⑥효과에 대한 기대가 적다.
 ⑦지원 사업 광고 사실을 몰랐다.

《문2-3》도 지원 사업에 대한 정보를 어떤 경로로 알게 됐습니까? ()

- ①지방자치단체 홈페이지/ 도 또는 시·군 ②신문·방송 매체
③주관기관 홈페이지 또는 블로그 ④공예협동조합의 개별공지
⑤동료, 동호인의 연락이나 알림

《문2-4》도 지원 사업 참여 후 얻은 가장 두드러진 성과는 무엇입니까? ()

- ①신제품 개발 능력 향상 ②상품 품질 향상
③상품 디자인 수준 향상 ④브랜드 및 포장 수준 향상
⑤생산시설 및 설비 확충 ⑥생산성 향상
⑦판로 확장(국내 및 해외) ⑧상품 관련 정보 취득

《문2-5》도 지원 사업 참여가 상품 매출에 얼마나 영향을 미쳤습니까? ()

매우 상승 ()	상승 ()	조금 상승 ()	변동 없음 ()	조금 감소 ()	감소 ()	매우 감소 ()
--------------	-----------	--------------	--------------	--------------	-----------	--------------

《문2-6》다음은 공예 관련 중앙정부 지원 사업입니다. 해당 사업명에 지원 여부를 ○, X로 표시해 주십시오.

*수혜 받았던 사업의 명칭을 기입하시고 만족정도를 표시해 주십시오.

지원 사업명	수혜여부
①한국전통공예건축학교/한국문화재단	
②전통공예디자인강좌/한국문화재보호재단	
③전통공예의 현대화를 위한 전문가 교육/한국공예·디자인문화진흥원	
④문화디자이너 양성교육과정/한국공예·디자인문화진흥원	
⑤문화상품 위탁공급 업체 및 문화상품 공모/국립박물관문화재단	
⑥대한민국명장 선정/산업인력공단, 글로벌숙련기술진흥원	
⑦숙련기술자전수자 선정/글로벌숙련기술진흥원	
⑧우수 숙련기술자 선정/글로벌숙련기술진흥원	
⑨중요무형문화재 공예강습 지원사업/한국문화재단	
⑩전통공예 활성화 및 제작유통 지원사업/문화재청 국립무형유산원	
⑪대한민국공예품대전/중소기업청, 한국공예협동조합연합회	
⑫지역연고(전통)산업육성사업/지식경제부	
⑬전통문화상품 공공판로지원/조달청	
⑭공예명품 인증마크/한국공예협동조합연합회	

지원 사업명 (직접 기입 :)						
매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()
지원 사업명 (직접 기입 :)						
매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()
지원 사업명 (직접 기입 :)						
매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()
지원 사업명 (직접 기입 :)						
매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()
지원 사업명 (직접 기입 :)						
매우 만족	만족	조금 만족	보통	조금 불만	불만	매우 불만
()	()	()	()	()	()	()

《문2-7》 중앙 정부 및 기관의 지원 사업 정보는 어떤 경로로 알게 됐습니까? ()

- ①신문 및 방송 매체 ②주관기관의 홈페이지 및 블로그
 ③주관기관에서 공지 ④해당 지지체(도나 시.군)
 ⑤소속된 단체

《문2-8》 중앙 지원 사업 참여 후 얻은 가장 두드러진 성과는 무엇입니까? ()

- ①신제품 개발 능력 향상 ②상품 품질 향상
 ③상품 디자인 수준 향상 ④브랜드 및 포장 수준 향상
 ⑤생산시설 및 설비 확충 ⑥생산성 향상
 ⑦판로 확장(국내 및 해외) ⑧상품 관련 정보 취득

《문2-9》 중앙 지원 사업 참여가 상품 매출에 얼마나 영향을 미쳤습니까? ()

매우 상승	상승	조금 상승	변동 없음	조금 감소	감소	매우 감소
()	()	()	()	()	()	()

《문2-10》 공예 관련 지원 사업의 시행하기에 가장 적합한 기관은 어느 곳이라고 생각하십니까?()

- ①중앙 부처(예 : 문화체육관광부)
 ②중앙 산하 기관(예 : 한국산업인력공단)
 ③도 주무부서(문화정책과)
 ④도 산하 기관(예 : 충남문화재단)
 ⑤기타 : 직접 기입_____

《문2-11》 다음 지원 사업 분야별 느끼는 중요도를 표시해 주십시오.

기술 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()
디자인 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()
설비 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()
금융 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()
상품화 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()
판로 지원	매우 필요 ()	필요 ()	약간 필요 ()	보통 ()	약간 불필요 ()	불필요 ()	매우 불필요 ()

《문2-12》 지원 사업 전달에 가장 효과적인 매체는 무엇이라고 생각하십니까? ()

- ①신문 및 방송 매체 ②주관기관의 홈페이지 및 블로그
 ③주관기관에서 공지 ④해당 지지체/도나 시군에서 통지
 ⑤소속된 단체에서 직접 통지

《문2-13》 공예산업 지원 사업과 관련하여 지자체에 요구 사항을 적어주십시오.

설문지 응답 후 답례품 (문화상품권 1만원)을 받으셨습니까?()

..... 감사합니다.....

부록 2. 워크숍 자료

충남 공예산업 지원 정책 개발을 위한 워크숍

- 충청남도 내에서 공예창작 활동 및 공예산업에 종사하는 공예산업체를 대상으로 중앙 및 충청남도 차원에서 지원되고 있는 공예산업 지원정책 및 사업에 대한 이해도 및 인식을 청취하고 수요자의 요구에 부응하는 정책으로 개선하기 위하여 워크숍을 개최하였음
- 워크숍은 공예 지원사업의 수행 및 수혜 사례발표와 충청남도 문화체육관광국 문화정책과가 시행하고 있고 구상하는 공예 지원정책에 관한 발표에 이어 지정토론과 지역 공예작가와 충남도 담당팀장이 참여하는 자유토론으로 진행되었음

1) 워크숍 개요

- 일 시 : 2015년 5월 13일 (수) 15:00~17:30
- 장 소 : 충남연구원 1층 회의실
- 주 제 : 충청남도 공예산업 지원 정책의 활용실태와 성과
- 진 행 : 권영현 선임연구위원/충남연구원
- 발 제 1 : 계룡산도예촌 사업성과 및 공예 지원사업의 활성화
정광호/계룡산 도예촌 도예작가
- 발 제 2 : 충청남도 공예산업 지원 방향 및 지원사업
최상진/충청남도 문화정책과 문화산업팀장
- 지정토론 : 양미숙/충남공예협동조합 이사장, 채수용/지역 도예작가
- 자유토론 : 신승복/한국공예협동조합연합회장, 지역공예인 : 정정희, 김용운, 이창민, 최홍일, 고명환, 홍남기, 이철순, 박은민, 이미숙, 호병렬, 최자열, 유희자, 전택규
주무관/충남도청, 오병찬 책임연구위원, 김철명 연구원 등 총 22명

2) 발제 1 : 계룡산도예촌 사업성과 및 공예 지원사업의 활성화

발표 : 정광호/계룡산도예촌 도예작가

(1) 사업성과

- 계룡산을 기반으로 하는 도자공예를 지역민이 함께 공유할 수 있는 도자공예문화로 조성하여 지역 관광활성화에 기여
- 이를 위하여 산·학·연·관·민의 협력을 통한 계룡산도예촌의 지속가능한 도자 공예문화 진흥체계 마련 및 지역민의 도예문화 가치의 공유 기회
- 사업추진방향으로 ① 산·학·연·관·민의 협력을 통한 네트워크 형성, ② 창조·창업형 인력 및 역량강화, ③ 브랜드와 명품 공예 상품개발, ④ 브랜드파워 강화를 위한 마케팅 구사, ⑤창업과 신규 일자리 지원을 설정함
- 핵심 사업으로 철화분청사기 복원 및 현대화, 계룡산분청사기 축제, 이삼평 콘텐츠 사업, 도자기 체험 프로그램, 명사와의 만남 도출

(2) 공예지원사업의 활성화

- 다양한 문화 관광 자원을 보유, 역사적 공예품의 원 소스 존재, 문화산업 단지를 보유했음에도 추진력의 부족, 관광자원과의 연계성 부족, 공예산업의 종합적 체계적 시스템 부족
- 지역 공예산업 발전을 위한 패러다임 : 기반이 되는 소스 + 주변 환경 조성인 공공 + 마케팅을 통하여 지역 공예산업의 발전을 이끌어냄
- 자립화 구축을 위하여 1단계는 차별성 확인을 통한 특화상품, 2단계는 지역 특화를 통한 저변확대, 3단계는 마케팅 활성화, 4단계는 자구적 노력으로 자립화 하여야 함
- 재료, 기술, 디자인을 바탕으로 스토리텔링을 가미하여 명품화, 지역을 대표하는 문화 브랜드로서 자리매김, 제조업 중심에서 고부가가치 3차 산업으로 확대를 목표로 함

3) 발제 2 : 충청남도 공예산업 지원 방향 및 정책

발표 ; 최상진/충청남도 문화정책과 문화산업팀장

(1) 지역 공예산업 여건변화

- 공예문화산업진흥법 제정에 따라 문체부 장관 및 지자체의 책무 사항 실행, 도지사 공약 사항인 전통문화산업 육성, 풀뿌리기업 육성 국비공모사업 대비가 이루어져야 함
- | 공주, 부여 지역의 백제문화유적이 유네스코 세계문화유산 지정이 가시화됨에 따라 대응과 '15년부터 지방재정법 개정에 따른 보조사업이 공모방식으로 전환됨에 따른 지원체제 및 방식의 변화가 따름

(2) 지원사업의 필요성

- 여가 · 관광산업의 성장에 따라 외부 방문객을 겨냥한 지역 특화 문화상품의 수요가 증가, 이에 대응한 볼거리 및 우수 공예품등의 개발과 판매 확대로 관광산업 활성화가 요구됨
- 지역 공예산업 종사자(법인, 개인)로부터 신제품 개발 및 판로개척 등 체계적 지원을 통한 공예산업 활성화가 요구되고 있음

(3) 충남도 자체 지원사업

① 신제품(상품) 개발

- 신제품 개발 장려금 지원사업 : 도내에 소재한 공예업체를 대상으로 공모를 통해 10개 업체에 각 6백만원의 상품개발비를 지원하는 사업임
- 공모전 입상작 상품화 지원사업 : 충남도 및 전국 공예품 공모전 입상 업체를 대상으로 공모를 통해 6개 업체에 각 5백만원의 상품개발비를 지원하는 사업임

② 공모전 개최 지원

- | 충남공예품대전 : 지역 내 우수 공예품을 선정 · 시상하며 입상작은 중앙 공모전에 출품하는 자격이 주어짐과 동시에 익년도 지원사업 응모자격이 부여됨
-

- 충남도가 주최하고 충남공예협동조합이 주관하며 대한민국공예품대전 지역예선 성격임
- 충청남도 관광기념품 공모전 : 문화적 특성 및 독창성을 갖추어 관광상품으로서 가치가 높은 상품을 선장하여 시상하며 입상작은 중앙 공모전에 출품하는 자격이 주어짐과 동시에 익년도 지원사업 응모자격이 부여됨
- 충남도가 주최하고 충남공예협동조합이 주관하며 대한민국관광기념품공모전 지역예선 성격임

③ 판로개척 지원

- 해외전시 판매전 : 미국 LA에서 개최되는 한인축제와 연계하여 문화상품 전시 및 판매와 해외시장 판로개척을 목적으로 하며, 참가업체는 공모를 통해서 선정됨
- 충남도가 주최하고 충남공예협동조합이 주관하며 물류비, 행사장 임차료, 홍보 및 부대 비용이 지원됨
- 국내전시 판매전 : 공모전 입상작 및 문화인정상품 등 지역의 우수 문화상품의 전시 및 판매를 목적으로 하며, 충남도가 주최, 충남공예협동조합이 주관하고 물류비, 행사장 임차료, 홍보 및 부대비용이 지원됨

④ 충청남도 인정문화상품 지정 및 컨설팅

- | 충남 도내에 소재하고 활동하는 업체 및 개인을 대상으로 충남을 대표하는 문화상품으로서 우수성 및 시장성을 갖춘 상품을 선정하여 지정하는 사업으로 공모 및 상품 심사, 현장실사를 통해 종합 평가되어 지정됨

(4) 국비 공모사업

① 지역공예마을 육성사업

- 문화체육관광부 공모사업으로 지역의 문화를 특화시켜 지역민과 지역경제에 기여하는 자립형 공예마을 육성을 목적으로 하는 사업으로 3년에 걸쳐 진행되는 사업임
- 20114~2016년 사업으로 공주시 계룡산도예촌의 청화분청사기를 잇는 계룡산도예촌 육성 사업이 선정되어 진행 중이나, 다른 지역의 소재는 탈락되고 있는 실정임
- 사업비는 총 3억6500만원으로 국비 3억 원, 시도비 6천만원 자부담 5백만원으로 구성됨

② 풀뿌리 기업

- 산업통상자원부에서 주관하는 사업으로 지역의 고유성이 있는 관광·공예상품 R&D사업으로 지원 규모는 3년에 걸쳐 18억을 지원하는 사업임

(5) 공예산업 발전 및 사후관리

① 인정문화상품 사후관리 및 실태조사

- 충청남도 인정문화상품으로 지정된 5곳의 업체를 대상으로 지정 이후의 해당 품목의 매출 변화 및 인식 변화를 비롯하여 사업동향, 사업체 운영 및 창작활동에 있어 애로 및 건의 사항을 청취하여 인정문화상품 지정제도를 보완, 개선하도록 함

② 공예품 판매장 입점지원

- 당진시 행담도휴게소, 부여군 백제역사문화관, 부여롯데리조트 내에 입점되어 운영중인 충청남도 공예품 판매점과 관련, 시설 사용에 따른 문제점 및 애로사항을 청취 행정지원이 이루어지도록 함

4) 지정 토론 요지

(1) 토론 1 요지, 양미숙

- 공예산업 관련 기구의 설립으로 한곳에서 제작, 전시, 판매, 지원이 효율적으로 이루어지는 거점화 필요
- 구마모토 현립 ‘전통공예관’, 상하이 백공방(百工房), 일본 공예회관 사례
- 공예에 뜻을 둔 청년 취업 준비생과 창업 준비생들을 교육시키고 인큐베이팅(incubating)할 수 있는 전문 교육기관을 두어 미래의 산업인력으로 육성시켜야 함
- 공예업체들이 문화산업의 일선에서 체득한 결과를 산·학·연·관이 함께 연구하고 개선할 수 있는 연구와 토론의 장을 정례화 하여 각 분야에 소통의 기회를 제공하고 도출된 의견이 정책에 반영되도록 하여야 함

2) 토론 2 요지, 조인형(광주발전연구원 연구위원)

① 사업초기에 점검할 네 가지 사항

- 활성화 가능성은 누가 어떤 일을 어느 순서로 언제까지 어떻게 수행하여 어느 수준까지 해소할 것인가에 대한 상을 확보하여 활성화 장애요소에 대한 분석을 하여야 함
- 일차적인 활성화 목적은 예술 활동을 통한 심미적 가치 창출, 산업공예 형태로 상업적 성공 극대화, 일자리 창출 및 지역 경쟁력 강화를 위한 지역 마케팅 수단의 확보임
- 시장 수요의 존재와 시장 창출 가능성은 지장이 존재하고 구분되는가, 어떤 시장을 목표로 할 것 인가, 수요가 지속될 것인지 판단과 수요를 창출할 대안 마련이 필요함
- 공예산업의 경우 경제적 분리가 크고 대규모화가 어렵기 때문에 산업화도 어려움

② 사업구조는 중장기적 관점에서 구성

- 도자공예를 대표적 문화자원으로 육성한다는 목적을 달성하기 위해서는 중장기 계획 차원에서 다루어져야 함
- 중장기적 관점에서 사업을 계획하는 경우 여섯 가지 요인(시장규모, 유사 경쟁모델, 상품 수익모델, 사업 목적, 문제 제기, 제안사항) 과 지역에 특화된 요소들을 추가하여 사업 전략을 구성할 것을 제안함

■ 집 필 자 ■

연구책임 : 권영현 충남연구원 선임연구위원
공동연구 : 양미숙 충남공예협동조합 이사장

전략연구 2015-17 · 충청남도 공예문화산업 지원 정책방안

글쓴이 · 권영현 · 양미숙

발행자 · 강현수 / 발행처 · 충남연구원

인쇄 · 2015년 7월 14일 / 발행 · 2015년 7월 14일

주소 · 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (32589)

전화 · 041-840-1250(문화관광디자인연구부) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1259

ISBN · 978-89-6124-310-0 03350

<http://www.cni.re.kr>

© 2015. 충남연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.