생활산업분과위원회

1. 분과구성 현황

1. 구성현황 : 4개분과

ㅇ 가구분과, 공예·주얼리분과, 문구·완구분과, 시계·안경·뷰티분과

2. 참여인원 : 44명

3. 분과별 구성 현황

1) 가구분과 (11명)

성명	소속	직위	비고
조숙경	서일대학교	교수	위원장
이세환	두원공과대학교	교수	가구
이용원	한국가구산업협회	사무국장	가구
김현석	한국가구산업연합회	부장	가구
죠윤하	디자인스튜디오 조인	대표	디자인
주홍규	주디자인	대표	디자인
이명수	퍼시스	상무	가구
이두원	신일퍼니처	대표	가구
이석우	SWBK	대표	디자인
조남주	한국산업기술대학교	교수	가구
주미옥	아이비전	대표	가구

2) 공예·주얼리분과 (10명)

성명	소속	직위	비고
박은숙	한국귀금속보석디자인협회	회장	위원장
김영미	경기대학교 대학원	교수	주얼리
김영준	국보칠기	대표	공예
신혜리	신혜리주얼리	대표	주얼리
엄성도	동덕여자대학교	교수	공예
예명지	예명지디자인주얼리	대표	주얼리
오효근	금부치아	대표	주얼리
유명신	Hera 주얼리	대표	주얼리
윤여항	홍익대학교	교수	공예
이재준	㈜제이이즈워킹	이사	공예

3) 문구·완구분과 (12명)

성명	소속	직위	비고
문경선	프롬	대표	위원장(디자인)
박소연	㈜비핸즈	대표	문구
신건식	한국문구공업협동조합	전무	문구
최대석	에르고디자인연구소	대표	문구
김보연	아이다	대표	완구
문만종	㈜코니스	대표	완구
박용선	㈜아이존	대표	완구
어충경	한국완구공업협동조합	전무	완구
이지은	용인송담대학교	교수	완구
허인구	㈜아이비스코리아	대표	문구
강수경	안개나라	대표	문구
신지희	오니트	대표	문구

4) 시계·안경·뷰티분과 (11명)

성명	소속	직위	비고
김현남	코리아뷰티디자인학회	회장	위원장
조선형	동서울대학	교수	시계
조성섭	파쇼	대표	시계
고영준	(재)한국안경산업지원센터	본부장	안경
노순창	㈜필립	상무	안경
배유환	㈜월드트렌드	대표	안경
장준영	대구보건대학교	교수	안경
김대붕	한국시계산업협동조합	전무	시계
송명숙	전국피부미용사연합회	회장	뷰티
이원경	신안산대학교	교수	뷰티
백순현	계명대학교	교수	뷰티

2. 그간의 활동 내용

1. 분과별 킥오프미팅 개최

1) 개최 현황

분과명	개최일시	참석인원)
가구	2013. 5.23(목), 11:00-13:00	8명
공예・주얼리	2012. 12.10(월), 11;30-13:30	7명
문구・완구	2013. 5.20(월), 17:00-19:00	10명
안경・시계・미용	2013. 5.15(수), 11:00-13:00	7명

2) 주요안건

- ㅇ 분과별 위원장 선출
- ㅇ 각 산업별 주요현황 및 이슈 교환
- ㅇ 건의사항 청취

<킥오프미팅 장면>

2. 분과별 정책회의 개최

1) 가구분과

구분	개최일시	개최장소	참석인원
1차	2013.06.20.(목),16시	대한가구산업협동조합연합회	7명
2차	2013.07.09.(화),16시	퍼시스	10명
3차	2013.07.23.(화),16시	퍼시스	9명
4차	2013.08.02.(금),16시	퍼시스	9명

2) 공예·주얼리분과

구분	개최일시	개최장소	참석인원
1차	2013.05.03.(목),18시	오미가	6명
2차	2013.05.22.(수),18시	가나아트스페이스	10명
3차	2013.06.24.(월),17시	풀향기	9명
4차	2013.07.26.(금),17시	호반횟집	9명
5차	2013.08.23.(금),17시	한국귀금속보석디자인협회	9명
6차	2013.09.16.(월),17시	연정	5명

3) 문구·완구분과

구분	개최일시	개최장소	참석인원
1차	2013.06.18.(화),10시	한국문구공업협동조합	8명
2차	2013.07.09.(화),10시	한국문구공업협동조합	10명
3차	2013.08.09.(금),11시	한국문구공업협동조합	6명
4차	2013.09.16.(월),11시	한국문구공업협동조합	6명
5차	2013.10.08.(화),11시	한국문구공업협동조합	7명

4) 시계·안경·뷰티분과

구분	개최일시	개최장소	참석인원
1차	2013.05.30.(목),17시	서울스퀘어 루씽	8명
2차	2013.06.20.(목),11시	(재)한국안경산업지원센터	10명
3차	2013.07.25.(수),16시	한국시계산업협동조합	8명
4차	2013.08.22.(목),16시	한국미용산업협회	6명
5차	2013.10.10.(목),17시	서울스퀘어 루씽	7명

3. 중간보고회 개최

1) 개최일시 : 2013. 8.28(수), 18:30-21:00

2) 개최장소 : 돼지와 토마토 (서울 역삼동)

3) 개최순서 (사회자 : 김현남 코리아뷰티디자인학회 회장)

시간	내 용	비 고
18:00 - 18:30 (30“)	사전 오프닝	141개의 K-DESIGN 감상
18:30 - 18:31 (1“)	개회 알림	사회자
18:31 - 18:36 (5“)	원장님 인사말씀	-
18:36 - 19:16 (40“)	분과별 중간발표	분과별 10분 내외
19:16 - 20:55 (99“)	정책공감동행	자유 토론 및 네트워킹
20:55 - 21:00 (5“)	폐회	원장님 마무리 말씀

* 분과별 중간발표 순서 : 가구 → 공예/주얼리 → 문구/완구 → 안경/시계/뷰티

4) 참석인원 : 33명 (진흥원 9명 포함)

5) 분과별 주요 발표내용

ㅇ 가구분과

- 주요 정책제시 의견

- 가구 산업 인프라 구축 (가구산업센터 등)
- 가구업체 관리자를 위한 디자인 교육
- 한국 가구시장 데이터베이스 구축

- 기타 의견

- 중소기업의 디자인 인력 확충
- 가구전문디자이너 육성 정책 마련
- 기업의 규모와 수준에 맞는 맞춤형 차별화 지원 정책
- 디자이너 실명제 등 우수디자이너 양성을 위한 생태계 조성

○ 공예・주얼리분과

- 주요 정책제시 의견

- 한국 공예 주얼리 센터 설립
- 공예 주얼리 협동조합을 통한 협업 및 수익창출

- 기타 의견

- 세계적인 브랜드 탄생을 위한 정책적 지원
- 지역생산 공예품 사용 시 세법 혜택
- 주얼리 분야 지적재산권 보호

○ 문구・완구분과

- 주요 정책제시 의견

- 중소기업 인하우스 디자이너 육성 지원
- 기업과 디자인간의 수요공급 오픈형 네트워크 구축
- 디자인플랫폼과 브릿지

- 기타 의견

- 문구, 완구 전문디자이너 양성 필요
- 해외 전시회 참여 지원 및 관련 정보 제공
- 산학 협력 프로젝트 운영 필요(산학네트워크 구축 등)

ㅇ 시계 • 안경 • 미용분과

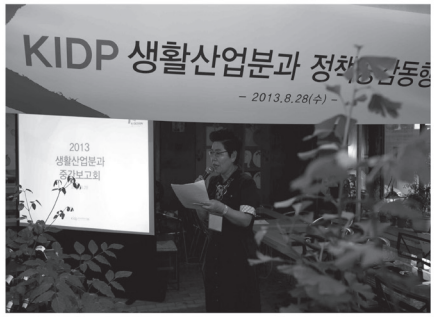
– 주요 정책제시 의견

- 시계산업 부흥을 위한 인력, 기술, 브랜드 개발, 마케팅 지원
- 안경산업 촉진을 위한 융합형 Eye-Vision 육성사업 추진 (거버넌스 구축, 교육기관 설립 등)
- K-뷰티 확산을 위한 전문가 양성, 저변 확대 정책 필요

ㅇ 기타 의견

- 토종 브랜드 육성 및 마케팅 지원
- 시계와 안경의 생산 시스템 및 소재 관련 기술 협력
- 글로벌 브랜드 개발 지원
- 뷰티 아티스트 양성 프로그램 개발

<중간보고회 장면>



4. 분과별 결과보고서 제출

1) 가구분과 : 2013. 8.

2) 공예·주얼리분과 : 2013. 11

3) 문구·완구분과 : 2013. 11

4) 시계·안경·뷰티분과 : 2013. 10

<분과별 결과보고서>

3. 분과별 정책제안

< 정책 제안 요약 >

❶ 가구분과

ㅇ 가구산업 활성화를 위한 가구산업센터 설립

ㅇ 가구업체 관리자를 위한 디자인 교육

- 관리자에게 올바른 디자인마인드를 구축을 통해 디자인개발과 디자이너의 사회적 지위 확보
- 교육내용
  - 가구디자인의 역사, 디자인 프로세스, 디자인 성공사례 등 (이론 및 실습)

ㅇ 한국 가구시장 데이터베이스 구축

- 정부의 정책 수립 및 가구산업계의 미래 전략 설계의 기반으로 활용
- 국내외 통계 구축
  - 국내 : 산업규모, 시장 점유율, 종사자, 매출, 교육, 전시, 운영 실태 등
  - 국외 : 세계 가구시장 규모, 국가별 가구산업 현황, 국가별 주요 정책 등

ㅇ 가구 R&D사업

- 디자인개발비 정부 지원, 정보 공유 등으로 해외진출 및 글로벌 기업 육성
- 가구디자인개발, 국가차원의 가구제작기사 자격증 제도 운영, 신소재/신기술 정보 공유, 해외 특허 획득 지원 등

ㅇ 디자인컨소시엄

- 공동디자인 개발, 전문가그룹 컨설팅을 통한 경쟁력 향상

❷ 공예·주얼리분과

ㅇ 공예·주얼리 연구센터 건립

- 공동 브랜드, 공동 상품개발, 데이터베이스 구축, 산·학·연·관 협력 지원, 교육, 협동조합 운영 등을 통해 공예와 주얼리 분야의 중심 역할 담당
- 국내외 인적·기술적 정보와 자료수집, 아카데미 운영 등도 추진

ㅇ 공예·주얼리 명품선발전 개최

- 우수한 인재개발 및 한국을 대표하는 공예·주얼리 상품 개발
- 정부나 공공기관의 기념품 혹은 시상품 등으로 수상작 활용
- 수상작품 구매 시 세제 혜택 부여 등

❸ 문구·완구분과

○ 디자인의 원활한 수급을 위한 디자인 브릿지 및 디자인 포스트

- 특성에 맞게 디자이너와 디자인기업을 연결을 해주는 역할 필요
- 디자이너 및 디자인기업의 분류체계를 전문적 DB로 구축
  - 제품디자인의 소분류를 문구, 완구, 공구, 전자오디오 등으로 세부적이고 구체적으로 분류

○ 기업과 디자인 간의 오픈형 네트워크인 디자인비즈니스플랫폼 구축

- 디자이너와 디자인전문기업의 상시 입주 개방형 네트워크
  - 해당 중소기업 공모전, 디자인개발 상품화 제안 등 우수한 사례는 수주 및 사업 시 혜택 등의 지원
- 회원사간의 디자인 융합, 협업이 자유롭게 이루어지도록 운영
  - 온·오프라인을 활용하여 개방성을 높여줌. 온라인의 경우 디자인빌리지 활용

❶ 시계·안경·뷰티분과

○ 시계디자이너 인프라 구축 사업

- 디자인에 따른 제품 결정력이 높아서 디자이너 양성을 통한 글로벌 디자인으로의 성장이 필요
  - 디자인개발센터 설립을 통한 인력 양성
  - 브랜드 구축을 위한 해외 유명 시계디자이너 초청 세미나 및 포럼 개최
  - 마케팅 역량이 있는 인재 확보 및 교육

○ 안경산업 촉진을 위한 융합형 Eye-Vision 육성 산업

- 다양한 기술을 안경에 접목시켜 초일류 산업으로의 구축 및 수출 경쟁력 제고
- 전문대학원 설립을 통해 인력 양성 및 글로벌 경쟁력 제고
- 국내외 공동 직판매장 개설 및 마케팅 지원 사업을 통한 제조와 유통의 통합화

○ 뷰티산업 활성화 및 K-beauty 확산

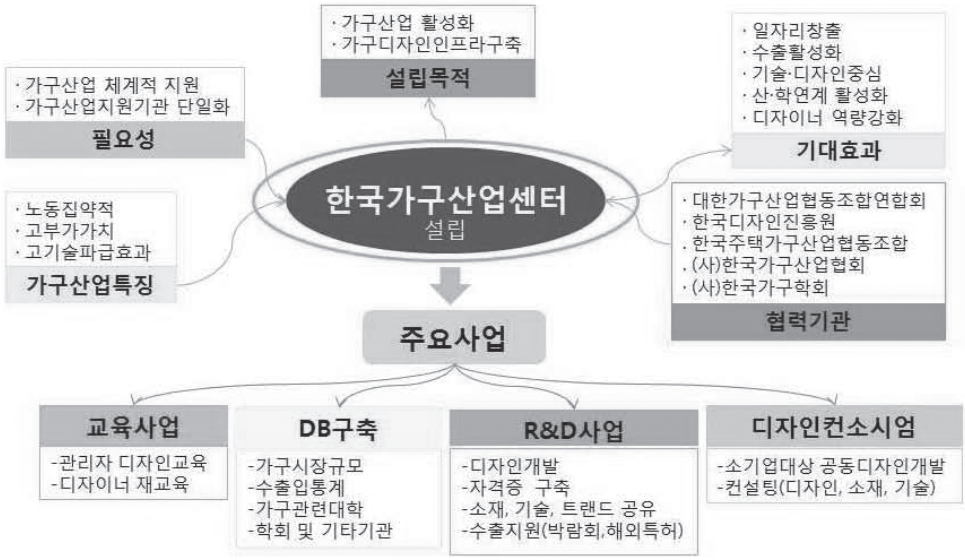
- K-Beauty문화 확산, 전문인력 양성 및 메디컬 뷰티 관광 프로그램 운영을 통한 글로벌화
  - 뷰티산업계 지도자 컨퍼런스를 통한 세계적 교류
  - 뷰티 복합 매장 체험관광 실시

○ K-뷰티웨어러블 산업 육성을 위한 패키지 기업지원 사업

- 웨어러블+IT, 뷰티+문화, 뷰티+IT+웨어러블 등 산업간 통합/패키지를 통한 지식서비스산업으로 부가가치 극대화 및 일자리 창출

1. 가구분과

<가구정책 마인드 맵>



정책 제안 1

ㅇ 제안 개요

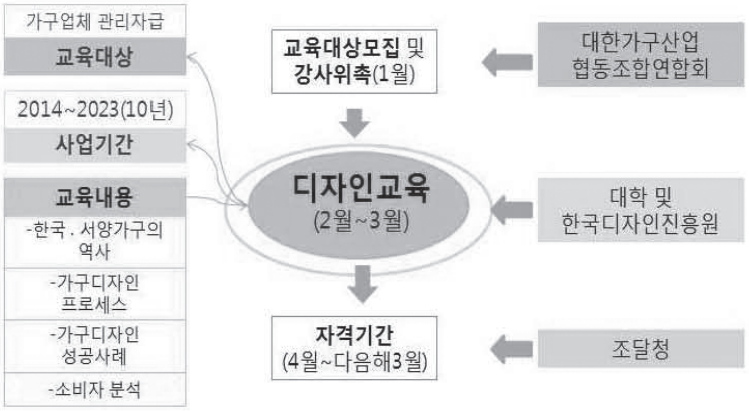
과제명	가구업체 관리자를 위한 디자인 교육
관련키워드	교육, 가구디자인, 관리자
제안 분과명	가구분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ 경기대진테크노파크 – 가구현장인력재교육사업(2013. 주최: 한국산업인력공단. 교육비 무료) – 매년 교육대상자를 변경하여 가구관련 종사들에 대한 교육을 실시하고 있음. ㅇ 사이버 조달전문교육훈련과정(조달청 의무교육) – 교육과정은 '내자구매계약기초' 및 '시설공사계약기초'로, 물품 및 용역 계약 담당자와 업무 담당 기간이 짧은 시설공사 계약 담당자를 대상으로 기초지식과 업무프로세스 교육에 활용
국외	ㅇ 선진국의 경우는 정부주도 디자인교육이 없으며, 세미나, 워크숍 등이 기업이나 연구소 단위로 이루어짐 ㅇ 베트남, 필리핀, 미얀마 등 동남아시아의 경우는 무역협회를 비롯한 정부기관에서 가구디자인 관련 교육, 세미나, 워크숍 등을 진행함.

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 교육을 통한 가구업체 관리자의 올바른 디자인마인드 구축 ㅇ 가구디자인 교육의 의무화를 통한 디자인개발 분위기 조성 ㅇ 가구디자이너들의 사회적 지위 확보
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ 수요조사 - 교육대상자가 필요로 하는 디자인교육 내용 사전 조사(설문조사, 공청회) ㅇ 정책화 - 디자인교육을 조달청 MAS(다수공급자 물품계약) 시 의무화 또는 가산점 부여 ㅇ 정기적 - 일회성이 아닌 매년 의무교육으로 시행 ㅇ 교육내용 - 가구디자인의 역사, 디자인프로세스, 디자인 성공사례 등(이론 및 실습)
정책(사업)의 필요성	ㅇ 가구업체 CEO나 관리자들이 특별한 기술이나 지식 또는 경영마인드의 부족으로 디자인개발의 중요성을 인식하고 있지 못하고 있으므로 교육 기회를 확대해야 함 ㅇ 가구디자인에 대한 지식 부족 ㅇ 기업체 내에서 가구디자이너의 위치를 잡아가고, 창의적인 일을 하기 위해서는 가구업체 관리자의 사고 전환이 필요하므로 본 사업은 반드시 필요함.
기대효과	ㅇ 경제·산업적 측면 - 관리자급의 디자인에 대한 인식 제고로 디자인개발 투자 확대 - 가구디자인의 질적 상승에 의한 매출 증대 - 창의적 업무로 인한 디자이너의 만족도 상승 → 업무 효율성 고취 및 이직률 감소 ㅇ 디자인계 발전 측면 - 기업 내에서의 디자이너 위치 확립 - 프리랜서디자이너의 활성화 ㅇ 기타 기대효과 - 소비자의 국내디자인에 대한 인식제고
사업비(백만원)	1년 50백만원 (10년간 지속)

추진체계	

○ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	○ 대한가구산업협동조합연합회와 한국디자인진흥원을 주축으로 한 관리자급 디자인 교육 실시(의무화 또는 가점) ○ 조달청과 관계없는 가정용이나 기타 가구회사 관리자급 교육 시에는 각종 국가사업 참여 시 가산점 부여 ○ 대학과 연계한 전문교육 실시 ○ 사업기간은 10년이며, 매년 상반기에 실시
정책(결과물)의 활용방안	○ 조달청 MAS(다수공급자 물품계약) 신청 시 자격 요건 ○ 각종 국가사업 참여 시 가산점 부여 ○ 재직 중인 디자이너 재교육과정 기반구축 자료

정책 제안 2

○ 제안 개요

과제명	한국 가구시장 데이터베이스 구축
관련키워드	가구산업통계, 가구수출입, 가구단체
제안 분과명	가구분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ 통계청 광업·제조업통계 2008년 ㅇ 한국무역협회통계 ㅇ 한국생활환경시험연구원(가구산업경쟁력조사. 2004)
국외	ㅇ CSIL(이탈리아) ㅇ Euromonitor International ㅇ European commission eurostat ㅇ 무역산업부통계(필리핀) ㅇ 중국가구협회(CNFA) 통계 ㅇ World Trade Atlas(CORPORATE OFFICE. 미국)

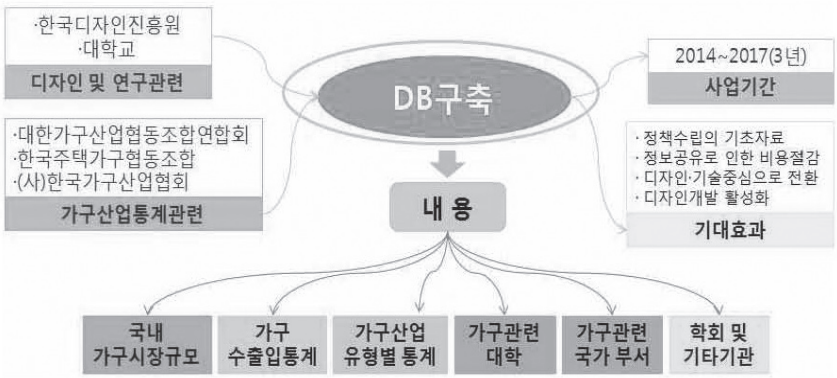
ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 한국 가구시장 및 산업 규모 현황파악 ㅇ 가구시장의 수출입 규모 조사 ㅇ 가구시장 전망 및 방안 수립을 위한 자료 ㅇ 단계별 정부지원사업 제안을 위한 자료
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ 가구산업현황 <국내> - 산업 규모, 시장 점유율, 업계 종사자, 기업 매출 규모, 관련 디자인산업, 교육기관 관련 마케팅 매체 등 - 산업군별 지역별 분포 및 점유율, 산업단지, 기업 경영, 중소기업/대기업 운영 실태 - 가구산업 매출 규모 통계 (가구제조에 필요한 전 부품별, 재료별, 제조공정별, 가구종류별 매출규모시장 조사) - 가구판매시장 유형별 분류조사(제조 및 판매, 유통위주, 조립 및 유통, 온라인 등) - 산업단지별, 지역별 통계 현황 - 박람회 및 전시 현황 <국외> - 세계 가구시장 규모 - 국가별 가구 산업 현황 - 박람회 및 전시현황 - 국가별 주요요인 분석(품질/ 가격/ 디자인/ 소비자/ 정책) ㅇ 수출입규모 통계 : 수출입 국가별 통계 ㅇ 가구관련대학 - 국내 대학에 개설된 가구관련학과에 대한 DB구축 - 각 대학의 가구학과 특성 및 교과과정 그리고 교수진에 대한 정보 - 배출되는 졸업생 수와 가구관련회사에 취업되는 통계 ㅇ 학회 및 협회, 국가 관련기관 등에 관한 정보 - 한국디자인진흥원 - (사)한국가구학회, 한국가구디자이너협회, 대한가구산업협동조합연합회, (사)한국가구산업협회, 한국주택구협동조합 - 경기중소기업종합지원센터, 경민대학가구산업개발원, 경기대진테크노파크 - 한국산업기술평가관리원

<table>
<tr><td>정책(사업)의
필요성</td><td>- 선진국의 경우 가구산업에 대한 다양하고 세부적인 통계자료의 지속적인 DB구축을 통해 자생적인 가구산업의 동향 및 전망을 진단하여 활성화 및 발전 방안을 모색하는 기본 자료가 있음
- 그러나 국내는 가구제조 및 가구산업의 규모가 8조원의 큰 규모에도 불구하고 통계자료가 2004년에 한국생활환경시험연구원에서 조사한 자료를 끝으로 정확한 DB가 구축되어 있지 않음
- 따라서 정부의 정책 수립 및 가구산업계의 미래 전략 설계에 어려움이 있으므로 DB구축이 꼭 필요함</td></tr>
<tr><td>기대효과</td><td>o 경제・산업적 측면
- 가구업계의 매출규모는 8조원이나 수출액은 약 517백만불(약5,704억원)로 세계가구시장 규모를 2,100억$(약195조원)으로 볼 때 향후 해외시장 진출의 잠재력은 상당히 높음 (※ 2008년 평균 환율 1$ = 1103.36원 적용)
- 노동집약적 산업에서 디자인과 기술중심의 산업으로 전환할 수 있는 기반 구축
- 가구산업의 체계적・질적 향상으로 경제효과 향상
- 정보공유를 통한 산업체 인력 및 비용 절감

<표 1> 제조업 소득률 (단위 : 10억, %)
<table><tr><th>구 분</th><th>출하액(a)</th><th>부가가치(b)</th><th>소득률(b/a)</th></tr><tr><td>제조업 전체</td><td>1,113,309</td><td>367,630</td><td>33.0</td></tr><tr><td>의복, 액세서리 제조업</td><td>14,502</td><td>7,041</td><td>48.6</td></tr><tr><td>가구 제조업</td><td>8,004</td><td>2,742</td><td>34.2</td></tr></table>※ 2008년 기준 10인 이상 업체[출처 : 광공업통계]

o 디자인계 발전 측면
- 가구제조업의 소득률은 디자인 중심 산업임에도 불구하고 낮은 편임
- 디자인중심 산업으로의 전환을 도모하기 위한 기초자료로 활용
- 디자인개발 분위기 고조
- 정보공유를 통한 디자인기술 상승
- 디자인 인력 수급 현황 파악 및 대책 수립 가능</td></tr>
<tr><td>사업비(백만원)</td><td>1년/ 100백만원 (향후 3년 지속)</td></tr>
</table>

추진체계	

ㅇ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	ㅇ 디자인 및 연구 관련 DB 구축 - 한국디자인진흥원을 주축으로 관련대학교와 연계하여 진행 ㅇ 가구산업관련 DB 구축 - 대한가구산업협동조합연합회를 주축으로 한국주택가구협동조합과 한국가구산업협회가 연계하여 진행 ㅇ 사업기간은 1년으로 위 두 개의 사업을 동시에 진행 후 하나로 통합하여 대한가구산업협동조합연합회가 관리 ㅇ 시스템 안정화 및 업그레이드를 위해 향 후 2년간 지속적 관리가 요구됨.
정책(결과물)의 활용방안	ㅇ 균형 있는 가구산업 발전을 위한 자료 - 가구분야의 전문화된 디자인기업 및 인력 확대 - 구체적인 정부지원사업의 단계적 방안마련 - 경쟁력 있는 동북 아시아권 수출산업 활성화 기반

정책 제안 3

ㅇ 제안 개요

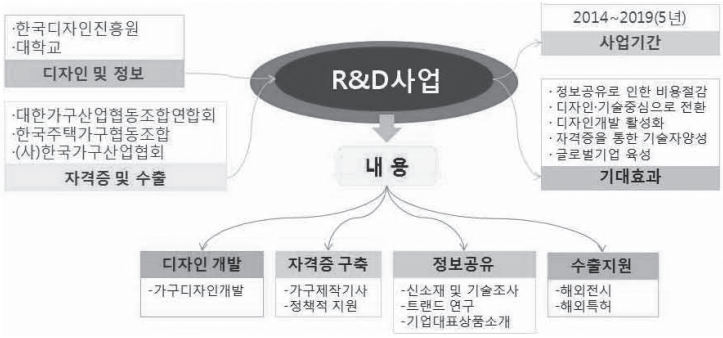
과제명	가구 R&D사업
관련키워드	가구디자인, 자격증, 가구 소재
제 안 분과명	가구분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ 가구디자인개발사업 - 경기중소기업종합지원센터, 경민대학가구산업개발원, 한국산업평가관리원 ㅇ 가구설계제도사(국가공인민간자격) : 대한상공회의소 ㅇ 해외전시지원 - 대한가구산업협동조합연합회(두바이 국제가구 전시회, 네오콘가구박람회)
국외	ㅇ 이탈리아 : 가구산업단지 내 연구소에서 시행(쿠알리아 칸투 연구소, CLAC연구소) ㅇ 덴마크 : Salling 가구산업단지 ㅇ 해외전시지원 : 국제기구 한-아세안센터를 통한 동남아시아 11개국(브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)의 한국국제박람회 출품 ㅇ 이집트 통상산업부(Ministry of Trade and Industry) : 이집트 디자이너를 활용한 디자인 개발사업 지원 ㅇ 이집트 가구 수출위원회(EFEC)와 산업현대화센터(IMC)의 가구산업 지원

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 가구디자인 개발 ㅇ 자격증제도 구축을 통한 가구제작전문기술자 양성 ㅇ 신소재•기술 조사 및 트렌드 연구를 통한 정보 공유 ㅇ 글로벌기업 육성을 위한 수출지원 확대
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ 가구디자인 개발 - 정부지원과 기업부담으로 디자인 개발: 현재 경기중소기업지원센터에서 진행하고 있는 디자인개발 사업을 전국으로 확대하고, 5백만원인 정부지원금의 한도를 올림. 또한 사업의 투명성을 유지할 수 있는 제도보완으로 질적인 디자인개발이 이루어지도록 유도 - 금형비 지원 사업 확대 : 매출액으로 신청업체를 제한하되 한 업체가 매년 지원 가능하도록 하여 개발의지가 확고한 기업을 지속적 지원함으로써 중견기업으로의 성장유도) ㅇ 자격증제도 - 가구제작기사 자격증을 국가차원에서 운영(기업체 전문기술자 부족) - 조달청 MAS(다수공급자 물품계약) 신청 시 가구제작기사와 디자이너 재직여부 확인 - 가구품질 상승 효과 ㅇ 정보공유(중소기업의 인력 및 비용 부족을 해소) - 신소재•기술 조사 - 트렌드 연구 - 디자인 개발 촉구 및 기술네트워크 구축을 위한 가구업체 대표상품 소개 ㅇ 수출지원 - 해외특허 획득 지원 - 해외전시회 출품 지원 - 해외산업시찰 및 전시관람 지원

정책(사업)의 필요성	- 가구기업의 영세함으로 디자인개발 및 시장 현황 파악에 필요한 인력과 비용 부족 - 새 정보를 접할 기회 부족 - 젊은층의 가구제작전문기술자 부족 - 해외 특허 및 해외박람회에 대한 인식 부족 - 중견기업 및 글로벌 기업육성을 위해 반드시 필요함
기대효과	ㅇ 경제·산업적 측면 - 디자인에 대한 투자 확대로 가구 품질 상승 - 중견 및 글로벌기업 양성의 기반 구축 - 정보 공유에 따른 비용 절감 - 가구제작전문기술자의 영입을 통한 일자리 창출 ㅇ 디자인계 발전 측면 - 디자이너 역량강화의 기회 제공 - 프리랜서디자이너의 활성화 ㅇ 기타 기대효과 - 산·학 연계 활성화 - 모방이 아닌 차별화된 디자인 개발로 국내가구디자인의 정체성 확립
사업비(백만원)	1년/ 100백만원 (5년 지속)
추진체계	

ㅇ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	ㅇ 디자인 및 정보 관련 사업 - 한국디자인진흥원을 주축으로 관련 대학교가 연계하여 진행 - 조사결과를 1년에 1회 책자로 발간하여 배포 ㅇ 자격증 구축 및 수출지원사업 - 대한가구산업협동조합연합회를 주축으로 한국주택가구협동조합과 한국가구산업협회가 연계하여 진행 ㅇ 사업기간은 총 5년이며, 디자인 개발과 정보공유 및 수출지원은 매년 시행 ㅇ 자격증제도는 산업계수요조사를 토대로 정책적으로 이루어져야 하는 만큼 2년간 단계적으로 추진하여 3년째부터 자격증시험을 실시함.
정책(결과물)의 활용방안	ㅇ 자격증 : 대학의 가구관련학과 자격증반 운영 ㅇ 새로운 정보를 공유하기 위한 가구정보지를 매년 1회 발간 ㅇ 글로벌 기업 양성 또는 조달청 교육 시 디자인개발 성공사례로 활용

정책 제안 4

ㅇ 제안 개요

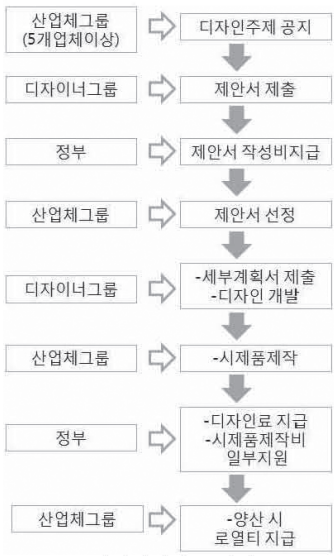
과제명	디자인컨소시엄
관련키워드	공동디자인, 컨소시엄, 컨설팅
제안 분과명	가구분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

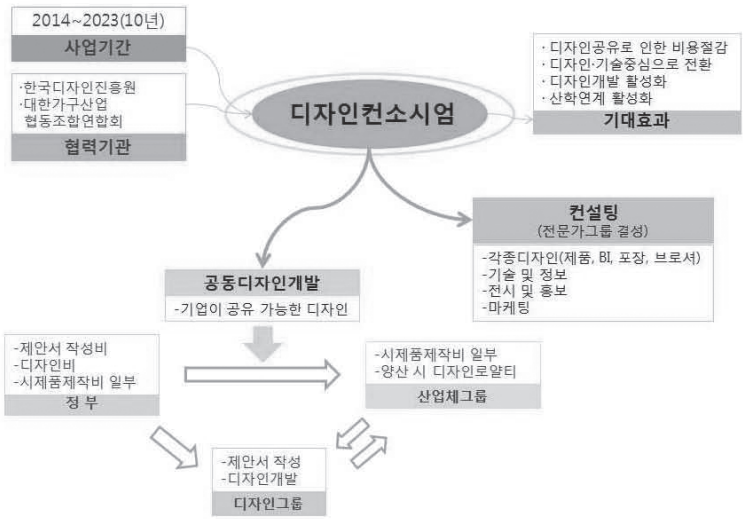
국내	ㅇ 공동디자인 개발사례 없음. ㅇ 국내의 정부주도 디자인 개발은 대부분 한 업체를 위한 개발이며, 경우에 따라서 참여기업으로 1-2개 정도가 동참. ㅇ 컨설팅/ 창업지원사업 : 서울디자인재단
국외	ㅇ 공동디자인 사례 없음

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 공동가구디자인 개발을 통한 가격 및 품질 경쟁력 확보 ㅇ 국내 디자이너의 디자인 작업 기회 제공 ㅇ 전문가 그룹의 협업 및 활성화 ㅇ 글로벌기업 육성을 위한 가구산업 전반의 질적 상승
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ 공동디자인 개발 - 정부와 산업체그룹 그리고 디자이너그룹이 공동으로 진행 ㅇ 컨설팅(전문가 그룹구성) - 디자인관련: 제품, BI, 포장, 웹, 브로슈어 등 - 국내·외 기술 및 정보 제공 - 전시회 및 홍보 관련 - 마케팅 전략 - 컨설팅 결과 산업계의 애로점을 토대로 정부 및 산업계가 해결해야 할 정책 도출



<공동디자인개발 추진체계도>

정책(사업)의 필요성	<공동디자인> o 내수시장에 집중된 중소기업이 디자인개발을 할 경우 판매처 부족에 의해 제품의 가격이 상승하므로 판매량을 늘리기 위해 공동개발 및 판매가 필요 o 가구영세기업의 디자인 개발 분위기 활성화 o 가구디자이너의 역량 개발 기회 제공 <컨설팅> o 영세한 가구기업의 애로점 해소 o 산·학 연계 활성화 o 가구디자인 및 품질 향상 o 글로벌가구기업 기반구축을 위해 필요함
기대효과	o 경제·산업적 측면 – 디자인에 대한 투자 확대로 가구 품질 상승 – 디자인 공유로 인한 비용 절감 – 가구산업의 노동집약적 산업에서 디자인·기술 중심 사업으로 전환 o 디자인계 발전 측면 – 디자이너 및 디자인 전문회사 역량 강화 기회 제공 – 프리랜서디자이너의 활성화 o 기타 기대효과 – 전문가그룹 결성으로 인한 산·학 연계 활성화
사업비(백만원)	1년/ 100백만원 (10년 지속)
추진체계	

ㅇ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	ㅇ 대한가구산업협동조합연합회(산업계그룹)와 한국디자인진흥원(디자이너그룹)의 협조 체제 구축을 통한 컨소시엄 진행(다수의 컨소시엄을 동시에 진행) ㅇ 한국디자인진흥원을 주축으로 한 전문가 그룹을 구성하여 컨설팅 사업 진행 ㅇ 사업기간은 10년이며, 1년에 1억이 소진될 때까지 사업 진행 (많은 중소기업에게 혜택이 돌아가도록 추진)
정책(결과물)의 활용방안	ㅇ 디자인개발 분위기 고취를 위한 성공사례로 활용 ㅇ 기업의 디자인개발 필요성 제고를 위한 자료 ㅇ 학계 및 학회발표를 통한 산·학 연계 자료 ㅇ 대학에서의 디자인 실습사례로 활용

2. 공예·주얼리분과

정책 제안 1

ㅇ 제안 개요

과제명	공예·주얼리산업 발전을 위한 공예센터설치와 세계적인 브랜드탄생을 위한 공모전 개최
관련키워드	공예센터설치, 공예·주얼리 명품선발전
제안 분과명	공예·주얼리분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ 공예.주얼리산업의 대부분이 영세한 중소기업이므로 제품 생산에 있어 대중화&산업화&글로벌화 절실 (공동 브랜드개발, 공동 상품개발, 공동 마케팅시스템 필요) ㅇ 인적, 기술적 정보연결과 자료 수집을 위한 중앙 네트워크시스템 필요 ㅇ 경제적인 어려움으로 한국의 전통 공예·주얼리산업의 맥을 이어가지 못하는 상황 ㅇ 해외시장 개척 절실 (한류에 의한 생산유발효과는 2012년 현재 22조원으로 추정되고 있으나 공예·주얼리 분야의 한류를 이용하거나 이를 지원할 제품 개발 연계는 미흡한 상황임)
국외	ㅇ 일본과 이탈리아 등 공예·주얼리부분에 정부의 적극적이면서도 지속적인 지원에 힘입어 명품화에 성공 ㅇ 일본과 이탈리아의 경우 각 지역의 특성을 살린 공예·주얼리센터가 중심적인 네트워크시스템으로 성공적으로 운영 중 ㅇ 한류열풍으로 K-pop등 한국스타일이 경쟁력 있는 상품으로 급부상중임에도 불구하고 중국과 동남아시아 등의 저가 복제 디자인 상품들로 인해 한국의 우수한 공예·주얼리 상품들이 인정받지 못하는 상황

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 공예・주얼리 연구센터 건립 ㅇ 공예・주얼리 공모전개최
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ 공예・주얼리 연구센터 건립 공예・주얼리분야의 산업화와 신성장 동력산업으로 발전해나가는 중심 역할 - 공동 브랜드, 공동 상품개발, 공동 마케팅 시스템 - 국내외 인적, 기술적 정보와 자료 수집 등 네트워크와 데이터베이스 구축 - 산・학・연・관 협력 지원 시스템 - 아카데미운영(인력개발) - 공예・주얼리 축제 기획 - 우수제품 상설 전시 온・오프라인 판매 공간 - 협동조합 운영 체제 ㅇ 공예・주얼리 공모전 개최 - 매년 우수한 인재 개발과 한국을 대표하는 공예・주얼리상품 개발 - 기존의 공모전과 틀을 달리하여 수상작품을 정부나 공공기관에서 우선적으로 공식 시상품 또는 기념품 등으로 사용 - 수상작품 구매 시 세제 혜택 부여
정책(사업)의 필요성	ㅇ 무한한 발전가능성이 있음에도 불구하고 대부분이 영세한 중소기업이므로 제품의 기획, 생산, 마케팅에 있어서 많은 어려움을 겪고 있는 것이 현실 ㅇ 대중화, 산업화, 글로벌화를 통해 침체되어가는 공예・주얼리산업을 발전시키는데 센터건립과 실질적인 공모전 개최가 필수
기대효과	ㅇ 경제・산업적 측면 - 유통구조개선과 공예・주얼리산업의 질적 성장 (경쟁력 있는 기업으로 성장) - 교육을 통한 인재육성으로 창업과 취업 활성화 (일자리 창출 기대) ㅇ 디자인계 발전 측면 - 세계적인 한국의 공예・주얼리 명품 브랜드 개발 (해외진출) - 우수작가와 디자이너 발굴 ㅇ 기타 기대효과 - 관광 명소로써 해외 관광객 유치를 통한 관광 수입 확충
추진체계	ㅇ 1단계 : 공예연구센터 건립 또는 공공기관 내 설치 ㅇ 2단계 : 정보와 자료수집을 통한 네트워크 시스템 구축 ㅇ 3단계 : 공동브랜드 개발. 상품 개발, 인재 육성 (공모전 개최) ㅇ 4단계 : 공동 마케팅(상설 전시판매), 공예・주얼리 축제 (국제적 홍보) * 매년 동시 운영 및 확대 추진

ㅇ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	ㅇ 국내외 인적, 기술적 정보와 자료 수집등 글로벌한 네트워크 구축을 통하여 기획에서부터 브랜드 개발, 상품 개발, 마케팅 시스템 구축 ㅇ 산·학·연·관의 협력 지원시스템 각종 공예·주얼리 축제, 공모전, 전시 개최
정책(결과물)의 활용방안	ㅇ k-pop의 싸이처럼 인력 양성 등 스타급 재원을 만들기 위한 투자 ㅇ 우수한 공예·주얼리 산업인들에게 지속적인 운영 지원을 함으로써 한국을 대표하는 세계적인 명품 기업과 세계로 뻗어나가는 작가와 디자이너 양성에 적극 동참

3. 문구·완구분과

국내 문구·완구 중소기업의 디자인 현실

① 산업에 대한 이해

ㅇ 문구분야는 소재의 다양성과 소비계층의 폭넓은 수요로 디자인 접근성이 좋지만 기술개발 부족이 신제품, 새로운 카테고리 제품 개발의 부재로 이어져, 고부가가치 상품은 수입품(일본의 필기류, 유럽의 노트류 등)에 의존하여 유통 볼륨을 키우는 것이 현실

ㅇ 완구 분야도 프리미엄 완구는 수입품이 대세이고 완구를 대표하는 브랜드도 성장이 둔화된 상태임

ㅇ 문구, 완구제품은 디자인 투자로 빠르게 세계화 할 수 있는 사업임에도 제조사들은 대부분 소기업으로 디자인 경쟁력을 원하지만 해결하기가 어려움

② 우선과제 : 함께 성장할 디자이너의 부재

ㅇ 디자인관련학과 및 졸업자의 양적인 증가에 비해 중소기업에서의 디자이너 채용은 매우 어려움

- 대기업 지향 취업 지원 및 취업 재수가 사회 전반적 현상
- IT기반 산업 및 디지털미디어로 편중된 구직 지원 현상
- 디자인 3D업종으로 인식되는 제품디자인, 웹디자인 등은 전공자 감소
- 디자인 업무의 특수성이 고려된 업무 환경 조성 미비
- 상대적으로 낮은 임금 등

ㅇ 중소기업에서 사내 디자이너의 고용 유지와 인재양성의 어려움
- 1~2년 유지가 어려울 정도로 잦은 이직 : 임금, 연봉 올리기, 근무 환경 불만족, 자격증취득 등
- 제조기반 중소기업에는 디자이너 구성이 1~2명인 경우가 많아 조직적 맨 파워를 형성하기 어렵고 소모적이고 보조적 디자인 업무가 빈번한 경우 업무 만족도가 크게 떨어짐
- 디자이너 자질 향상과 전문화에 필요한 보수 교육을 하기 어려움
- 잦은 야근 등 업무환경이 열악함

ㅇ 디자인부서가 없는 중소기업에서 제품 개발 시 외주 디자인회사와의 연결이 어려움
- 제품 개발 시 디자인 전문성에 대한 신뢰도가 불안정
- 디자인용역대가에 대한 인식 부족
- 전문적 디자이너 및 디자인회사는 기관 발주 및 대기업수주 위주의 입찰로 소소한 디자인 작업이 주인 중소기업에는 문턱이 높음
- 중소기업은 디자인 정보 부족과 네트워크에 대한 접근성 부족으로 지원 사업 및 디자인제도를 모르거나 활용도가 매우 낮음
- 제품 개발 시 기획에서부터 생산에 이르기까지 디자이너가 지속적으로 참여하여 제품의 질을 높여야하나 중소기업의 디자인 보상 기준 및 가치 인정이 미흡하여 디자인회자가 외면하는 실정

③ 해결방안 : 프리미엄 디자인을 아웃소싱

정책 제안

ㅇ 제안 개요

과제명	문구, 완구회사의 성장 원동력 - 디자인 융합, 디자인 가치 창출을 위한 제안
관련키워드	디자이너 수급 및 인재 양성, 디자인회사와 중소기업의 융합, 문구완구에 전문화된 맞춤 디자인
제안 분과명	문구·완구분과위원회

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책목표	ㅇ 디자인의 원활한 수급을 위한 디자인 브릿지 ㅇ 제품 특성에 따른 디자인 전문화를 위한 디자인 포스트 ㅇ 기업과 디자인 간의 수요공급 오픈형 네트워크인 디자인비즈니스플랫폼
정책내용 (세부내용)	ㅇ 디자인브릿지나 디자인포스트는 한국디자인진흥원에 속해있으면서 디자인을 원하는 기업과 적합한 디자인을 연결해주는 역할임 - 디자이너 및 디자인기업의 특성을 파악하고 수요기업에 적합하게 추천 및 연결하고 디렉팅 - 등록 및 가입되어 있는 디자이너와 디자인 전문기업의 분류체계를 보다 전문적으로 DB 구축 (예 : 제품디자인의 소분류를 문구, 완구, 공구, 전자오디오 등등/통계청 분류코드 참고) - 제품의 특성을 이해하고 상품 완료까지 follow-up할 수 있는 full processing design과 conceptual design의 분류 및 디자인 접목 디렉팅 (아트디렉터, 디자인디렉터, 디자인코디네이터, 디자인콜라보레이터 등) - 한국디자인진흥원의 디자인정책과 지원 사업, 디자인워크플을 관련 기업에 홍보 • 각 업계의 협회나 조합을 네트워크로 연결하여 지속적 홍보를 통해 회원사에 디자인 정책과 지원 사업을 알리고, 디자인 아웃소싱을 원하는 기업에게 창구 역할 수행 ㅇ 디자인비즈니스플랫폼은 디자이너와 디자인전문기업의 상시 입주 개방형 네트워크로 기업의 수요도 자유롭게 올릴 수 있는 플랫폼임 - 회원제를 통해 프리랜서나 디자인기업, 디자인 필요기업을 인증하고 회원사간의 디자인 융합, 협업은 온•오프라인상에서 자유롭게 이루어 질수 있도록 개방형으로 운영 • 해당 중소기업공모전(예: ㈜동아사이언스탐라공모전, 휴먼파워(주)DESIGNRACE), 디자인개발 상품화 제안 등 - 상품화된 사례 중 우수 사례 평가 • 플랫폼 내 공개평가 제안, 선정된 디자인기업은 전문디자인 우수 평점 축적, 수주 및 지원 사업 시 혜택. 제조업체는 차기개발지원이나 유통지원 등으로 중소기업의 파워 부족을 지원. - 한국디자인진흥원의 디자이너빌리지 등의 기존 네트워크를 디자인분야 뿐만 아니라 각계에서 활용할 수 있도록 홍보 주력
정책의 필요성	- 디자인이 필요한 중소기업에게 고급 인력 확보 기회 제공과 전문화된 디자인용역 매치로 제품 차별화 및 시장 경쟁력 극대화, 뉴 카테고리 상품 창출 - 디자인회사의 경쟁력강화 : 오픈마켓 형태의 디자인 비즈니스 플랫폼에서 자율경쟁, 시드머니 확보로 안정적 운영 및 디자인 퀄리티를 배양하는 것에 투자 디자인파워 전문화, 고급화 - 기업의 규모를 불문하고 디자인을 필요로 하는 기업에게 디자인 접근성을 높이는 것이 창조경제의 중심축인 디자인 융합을 폭넓게 이루고 확대할 수 있는 방안임

기대효과	ㅇ 경제·산업적 측면 - 중소기업에게도 디자인 경영의 창의적 모델을 제시하여 경쟁력 있는 기업으로 성장할 수 있는 가이드라인 구축 - 중소기업 디자인부서의 고용 유지 확보 ·디자인정체성 혼란, 디자인 보수 교육, 새로운 트렌드 경험 등을 한국디자인진흥원과의 교류 및 프로젝트로 해결 - 디자인계 청년창업 시 안정적 수요 시장 확보 - 기획부터 생산까지 이어지는 디자인 작업으로 상품 품질 향상을 통한 경쟁력 확보로 세계화 유도 ㅇ 디자인계 발전 측면 - 다양한 디자인프로젝트와 디테일 작업으로 디자인 파워 증대 - 디자인 저변 확대 와 중소기업 동반 성장 - 자율 경쟁으로 지명도 높은 디자인회사에 집중되는 수요를 분배하여 보다 많은 디자인회사가 가치 창출과 성장기회를 확보
추진체계	ㅇ 생활용품인 문구, 완구사업은 경쟁력 있는 디자인만이 성장동력이란 것을 주지하고 디자인 투자가 기술개발투자보다 빠르고 효과적인 가치 창출로 이어지므로 기술개발처럼 디자인개발도 지속적 투자를 해야 한다는 것을 공동으로 인식해야함 ㅇ 소기업이 몰려있는 문구, 완구업체에 디자인융합이 가치창출로 이어지려면 공공기관인 한국디자인진흥원이 디자인허브로서 주도적인 디자인 지원 정책을 실시, 디자인 DB를 보다 세분하여 구축해야 함 (필요기업에서 적합한 연결이 가능토록 유도) ㅇ 한국디자인진흥원 >협회 및 조합 >중소기업으로의 연계되는 체계적 홍보 및 개방형 네트워크 구축 ㅇ 디자인비즈니스플랫폼을 활성화하여 중소기업의 부족한 디자인파워를 보충하고 디자이너와 디자인기업은 보다 탄탄하고 경쟁력 있는 사업구조와 디자인파워를 갖출 수 있음

4. 시계·안경·뷰티분과

시계, 안경, 뷰티산업의 정책기획 필요성

① 산업적 측면

ㅇ 미용 산업이란 뷰티 디자인산업인 헤어미용·피부미용·네일아트 메이크업·에스테틱 등 외모를 아름답게 가꾸는 데 필요한 바디 디자인산업을 의미함

- 미용 산업은 연계되는 산업과 따로 떼놓고 보기는 힘듦. 미용성형은 의료 서비스지만 미용 산업에 포함할 수 있음. 피부미용 역시

피부과의 미용 치료를 함께 고려해야 함. 결국 미용 산업이 발전할 때 관련 의료 산업도 영향을 받고, 그에 따르는 의료기기 산업 역시 시너지 효과가 있음

o 안경 산업이란 안경테 및 부품을 비롯하여 선글라스, 고글 등 안경 류와 안경렌즈 및 콘택트렌즈를 제조하는 산업을 의미함

- 안경 산업은 소비자에게 유행, 디자인, 브랜드로 어필하여 이를 통해 고부가가치 창출이 가능한 산업이므로 소비자들에게 유행 추세를 선도하기 위해서는 업체별로 모델 보유수가 평균 300~400개,모델당 생산량이 400 ~ 800장으로 다양한 모델를 갖추고 있어야 할정도의 다품종 소량생산의 대표적인 상품이며, 다른 제품에 비해제품의 사이클이 짧은 특징을 가지고 있음

o 시계 산업은 전통적인 예물시계시장이 패션시계시장과 고가브랜드 시장으로 양분된 가운데, 시간 측정 기구에서 벗어나 수압·고도·기압·통신·의료 등 다양한 첨단기능을 갖고 있음

- 시계 산업은 안경 산업과 마찬가지로 디자인의 결정력으로 인하여 수출의 결과가 빨리 나타나며 그 시장을 확대해 나갈 수 있는 여건이 충분히 갖춰져 있기 때문에 디자이너의 역할이 시계산업 전반에 큰 비중을 차지하고 있음

o 따라서 미용, 안경, 시계 분과위원회 정책기획을 통하여 디자인 생활사업 분야에 실질적으로 도움이 될 수 있는 정책을 입안하여 세계 일류의 산업으로 재도약하고자 함

② 정책적 측면

o 지역혁신발전 5개년계획상 지연(地緣)산업으로 안경 산업이 지정됨

- 전통산업의 중소기업들을 대상으로 생산기능 전문화와 경영, 마케팅, 연구개발 지원
- 소프트웨어 산업과 전통산업을 연계함으로써, 전통산업의 정보화를 촉진하고 안경산업지원센터가 디자인 개발을 주도적으로 수행 하여 품질고급화와 브랜드 이미지 제고

- ㅇ 2010년 지식경제부“숙련집약형 패션산업 육성방안”제시
  - 숙련집약형 산업의 고부가가치화로 고용창출 실현을 위해 안경산업에 대한 지원목표를 설정
  - 경쟁력강화전략으로 디자인 개발, 마케팅전략, 안경산업 R&BD 연구소, 안경공동물류센터, 아파트형 사업장 조성 등 다양한 전략을 제시
- ㅇ 2013년 정부“코스메틱 10대 국가”선정 계획
  - 뷰티산업진흥법을 통하여 전문인력 양성, 뷰티지원센터 설립, 뷰티산업단지 조성, 해외수출산업 육성, 뷰티관광객 유치 등 종합적이고 체계적인 진흥 방침 계획
  - 서울시·경기도(오산시)·인천시·충북·경북(경산시)에서는 뷰티산업을 지역특화 산업으로 키우기 위한 마스터플랜 작업을 진행하고 있음
- ㅇ 정부는 국내외 산업 동향과 시계산업 경쟁력 분석 내용을 토대로 국내 시계산업의 경쟁력 확보를 위하여 시계업계의 대응방안을 제시 하자 함
  - 무역위원회 불공정조사팀에 특별사법경찰권 부여, 산피법 개정, 산업 클러스터 지원, 디자인개발센터 설립, 기술 및 브랜드 개발지원 등 전략 제시
- ㅇ 미용, 안경, 시계산업은 브랜드산업, 고부가가치 디자인산업으로서 자체 브랜드에 의한 선진화 마케팅 능력을 배양한다면 고부가가치 산업으로 성장이 가능한 산업으로써 미국, EU, 일본 등 선진국과 중국 등 후발국에 비교해 국내 산업은 세계시장에서 성장가능성이 매우 높음

시계, 안경, 뷰티산업의 현황

① 미용

ㅇ 미용은 근본적으로 사람의 감성을 자극하는 인자로서 종전의 화장품 산업에만 국한되는 것이 아니라 미적 디자인, 감동, 체험, 세련됨 등이 가미된 다양한 체험과 소비를 포함하는 산업임

ㅇ 미용 산업은 "인체를 아름답고 건강하게 디자인하기 위해 제공하는 산업"으로 정의되며 두발미용, 피부미용, 메이크업, 네일아트 등의 미용관련 산업을 포함시켜 정의함

ㅇ 미용 산업의 경우 전 지역에서 증가 추세를 보이고 있으며, 특히 경기도가 107%로 가장 높고 충청도 76%, 대전이 59%의 증가세를 보임

- 업종분류 매출액 추이는 기타 미용업이 117% 증가, 피부미용 70%, 마사지업 38%, 두발 미용업이 19% 증가추세를 보이고 있음

ㅇ 미용 산업의 전망은 지속적 성장이 예측되며, '08년 6조 4,839억원 규모에서 '15년까지 9조 9,081억의 증대가 예측되며 '08년 대비 '15년까지 52.8% 성장이 기대됨

- 미용 산업의 산업체수 전망은 '08년124,224개에서 '15년 137,968의 증가가 예측됨

ㅇ 미용산업은 화장품, 관광, 의료 등 타산업과의 동반성장을 통해 시너지 효과를 극대화하고 서민, 여성의 경제활동 안정에 기여할 수 있는 산업임

- 미용산업은 산업성장에 유리한 여건조성에도 불구, 이를 뒷받침 할 수 있는 법·제도적 인프라나 지원체계는 미비한 상황임

ㅇ 미용산업은 고용창출효과가 큰 산업으로 대외의존도가 높은 국내 경제의 내수기반 확충 및 일자리 창출에 기여할 수 있는 분야임

- 여성종사자 비율이 미용 80%, 피부미용 93%로 매우 높음

② 안경산업의 현황

ㅇ 안경산업이란 안경테 및 부품을 비롯하여 선글라스, 고글 등 안경류와 안경렌즈 및 콘택트렌즈 등 렌즈류의 Eyewear제품을 생산하는 제조산업과 안경원, 안과병원, 비젼세라피 센터 등 시건강증진산업을 포함하는 포괄적인 산업을 의미함

ㅇ 안경디자인은 색상, 스타일, 패턴 이미지 등 차별성과 감성을 중시하는 방향으로 소비자들의 욕구가 변화되고 있으며 그에 따른 수요가 증가하는 추세임

- 패션산업과 밀착된 산업으로서, 시력보정 및 보호 등 기본적 기능에서 소비자의 선호가 뚜렷한 다품종 소량생산의 대표적 상품으로 다른 제품에 비해 제품의 사이클이 짧은 특징을 가짐

ㅇ 현대의 Eyewear산업은 신소재와 더불어 디자인이 핵심 경쟁력 요소로 고부가가치의 안경테 개발을 위해서는 기술과 감성을 융합화 하여 한층 업그레이드된 Eyewear 산업의 디자인 개발이 필요함

ㅇ 국내 안경산업은 대규모 무역수지 흑자와 함께 외화획득의 중추적인 역할을 수행하였을 뿐만 아니라 고용창출에 지대한 공헌

- 부가가치 10억 원당 고용유발인원은 안경산업이 21명으로 제조업 평균(11명)보다 2배 이상 많을 뿐만 아니라 자동차(4명)보다는 5배 많음

ㅇ 안경사협회 조사에 따르면 국내의 안경착용인구는 2011년 54.8% 이상이 시력교정용 안경을 착용하고 있으며, 교체주기가 1년 미만인 젊은 층과 고학력층은 안경렌즈보다 안경테를 중시하고 있어 국내 Eyewear 시장 규모는 약 2.4조원대로 점차 증가할 것으로 예상되고 있음

ㅇ 산업의 고도화를 위해서는 지역 혁신역량 유관기관 및 관련기업의 네트워크 구축을 통해 제조일변도의 산업에서 디자인, 브랜드 산업 및 선진 마케팅기법도입을 통한 전방위적인 기업지원이 필요함

③ 시계산업의 현황

o 국내 시계산업은 지속적인 수출 감소와 급격한 수입 증가로 무역수지가 악화 일로에 있음

- 스위스·유럽산 유명 브랜드 시계와 중국 저가품 수입의 증가, 그에 따른 온라인 쇼핑몰에서의 짝퉁시계의 범람, 원산지표시 위반 시계의 수입 증가, 인건비, 원·부자재의 가격 상승, 기능 인력의 이직 등으로 말미암은 폐업, 업종전환, 생산시설의 국외이전 등으로 인해 총체적인 국내 시계산업의 경쟁력이 저하되고 있음

o 국내 시계산업의 시장규모는 약 1조 2천억원 시장규모로 이중 손목시계가 94.5%의 시장점유율로 절대적 시장규모를 차지하고 있으며, 기타 시계 제품의 시장점유율은 5.5%의 시장규모를 갖고 있음

o 시계산업 제조업은 시계완제품 및 시계부품 제조업을 포함하여 1992년부터 2002년까지 사업체수(245개 → 414개)가 증가하였으나, 현재 2002년과 비교하여 약 50%가 감소하였음

o 세계 시계시장은 수출액을 기준으로 스위스가 전체의 51%를 차지하여 시장을 주도하고 있으며, 수출량에서는 중국과 홍콩이 전체의 90%를 차지하고 있음

- 세계시계 손목시계 시장은 아날로그 쿼츠 시계가 전체시장의 81%를 차지하고 있으며, 디지털 쿼츠 시계(17%), 기계식 시계 (2%)로 시장을 형성하고 있음

- 스위스 등 유럽 국가는 품질과 디자인, 브랜드 파워 전반에서 산업을 선도하고 있고 일본은 기술력을 바탕으로 한 중가의 시장에서 강세를 보이고 있으며, 중국·홍콩 등의 저가형 완제품·부품시장에서 강세를 보임

o 국내 시계 제조업체 중 자체 브랜드를 보유하고 있는 기업은 33%에 불과하며, 구체적 마케팅 전략 및 계획이 부족하므로 치밀한 마케팅 전략 및 플랫폼 개발을 통한 정부 지원이 절실함

정책 제안 1

ㅇ 제안 개요

과제명	시계디자이너 인프라구축사업
관련키워드	시계, 디자인
제안 분과명	시계·안경·미용분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ 2000년대초 국내 시계 생산 기반이 중국으로 이전하면서 국내 시계 전문 기술자(설계, 디자인)들이 현저히 줄어들고 있는 추세이며, 전문적으로 브랜드를 끌어갈 수 있는 조직이 미비하여 전반적인 디자이너의 업무 환경이 열악하므로 폭넓은 경험과 전환점의 계기가 필요한 상황 ㅇ (시장규모) 국내 시계산업의 시장규모는 약 1조 2천억 원 시장규모로 이중 손목시계가 94.5%의 시장점유율로 절대적 시장규모를 차지하고 있으며 기타 시계 제품의 시장점유율은 5.5%의 시장규모를 갖고 있음 ㅇ (산업구조) 국내 시계산업 제조업은 시계완제품 및 시계부품 제조업을 포함하여 1992년부터 2002년까지 사업체수(245개 → 414개)가 증가하였으나 현재 약 50%가 감소함. ㅇ (수출입) 최근 국내 시계산업은 수출 대비 수입격차가 급격히 벌어지고 있으며 무역수지 악화현상이 심화되고 있음 - 스위스와 중국에 대한 무역 역조현상이 두드러지며 러시아, 사우디, UAE, 터키에서는 수출 강세 (스위스의 명품시장과 중국의 저가시장의 공세에 따른 것) ㅇ (구조적 문제점) 제품생산 및 판매방식은 OEM이 75%를 차지하고 있어 독립적 생산 및 유통보다는 대기업에 종속된 생산 및 유통 구조를 가지고 있음
국외	ㅇ (국제경쟁력) 시계산업은 지역별·국가별 주력하는 시장이 상이하며, 스위스 등 유럽국가는 품질과 디자인, 브랜드 파워 전반에서 산업을 선도하고 있고 일본은 기술력을 바탕으로 중가의 시장에서 강세를 보이고 있으며, 중국·홍콩 등의 저가형 완제품·부품 시장에서 강세를 보이고 있음 ㅇ (시장규모) 전 세계 시계수요의 75%를 유럽, 아시아지역이 차지하고 있는 것으로 집계되었으며, 미국은 세계최대의 단일국가 시장임. 이 중 아시아시장의 활성화는 중국, 인도 등 거대인구 국가의 수요가 급증하고 있는 데 기인함 ㅇ (산업구조) 시계산업을 하이브랜드 사업으로 육성하여 유럽등지에선 유명 패션관련 디자이너들도 시계에 합류하여 다양하고 심도 높은 디자인을 연구해내고 있으며 그 격차가 기술뿐 아니라 브랜드의 파워까지 국내와 비교 안 될 상당한 차이를 벌리고 있음 - 스위스는 기술력, 브랜드 인지도, 견고함 등으로 세계 명품 세계시장을 선점 - 일본은 세이코, 시티즌을 중심으로 카시오, 오리엔트 등의 완제품 제조업체 아래로 많은 하청기업이 존재하며 싸면서도 품질이 좋은 실용제품으로 세계시장을 공략하고, 모든 제품이 독자적인 모델이라 지적 소유권에 당당한 것이 일본 시계들의 특징임 - 홍콩은 1950년대에 시계조립으로 출발하여 저렴한 가격의 OEM센터로 자리를 굳힘 - 중국은 소비자들이 시계 구매 시 브랜드 및 스타일을 선호하면서 저가 시계의 판매는 20% 감소한 반면, 중고급시계에 대한 선호도는 계속 상승하고 있음

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 국내 시계산업의 부흥을 기대하며 기본적인 기초기술산업부터 단계적으로 육성하여 국내 산업특성의 장점을 활용하여 기업의 이윤 창출 및 수출 역량 제고
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ (성장기반조성사업) 디자인개발센터 설립을 통해 연구 및 디자인 인력양성 활동을 효율적으로 지원하여 산업경쟁력 강화에 기여 - 국내외 산학연관 협력체계를 구축하고 운영하게 하여 디자인 경쟁력 확보를 위한 체계적인 지원 체계를 마련 ㅇ (기술및브랜드개발지원) 국내 시계산업이 궁극적으로 경쟁력을 확보하기 위해서는 소비자의 신뢰를 확보하는 강력한 브랜드의 구축이 최우선 목표가 되어야 함 - 브랜드와 관련하여 국내 및 국외의 권리확보를 지원하고 자체적으로 브랜드 개발 여력이 부족한 기업에 대해서 브랜드 개발과 관리를 위한 전반적인 지원 - 해외 유명 시계디자이너를 초청 세미나 및 포럼 개최 - 디자이너 사고전환을 위한 교육시스템 개발 및 교육 지원 ㅇ (마케팅사업) 마케팅 전략상 가장 효과적인 타깃시장 마케팅 전략을 개발하도록 지원 - 마케팅 역량이 있는 인재를 확보 및 교육 강화
정책(사업)의 필요성	ㅇ 시계산업은 다른 사업에 비해 디자인의 결정력으로 인하여 수출의 결과가 빨리 나타나며 그 시장을 확대해 나갈 수 있는 여건이 충분히 갖춰져 있기 때문에 디자이너의 역할이 시계산업 전반에 큰 비중을 차지하고 있음 ㅇ 시계산업은 과거 기능에서 패션으로 소비자의 요구가 변화하고 구매 결정 요인의 중요한 부분으로 디자인이 지목되면서 디자인 경쟁력이 시계산업의 발전을 위한 무엇보다 중요한 요소로 지목되고 있음 ㅇ 국내외 국가 주도의 디자인 지원 기관과의 협력을 강화하여 국내 시계 업계와의 원활한 협력관계를 가질 수 있도록 지원과 관리가 필요함
기대효과	ㅇ 디자인계 발전 측면 - 디자이너 개개인의 내면적인 퀄리티를 높일 수 있는 기회를 부여하여 일에 대한 보람과 긍지를 고취시킬 수 있으며 시계산업 전반에 그 기회를 기여할 수 있는 계기를 마련해줄 수 있음 - 디자인 및 제품디자인 활성화에 따른 시계디자인 저변확대 및 글로벌 디자인 인력 창출

정책 제안 2

ㅇ 제안 개요

과제명	창조경제형 안경산업 촉진을 위한 융합형 Eye-Vision 증진산업 육성사업
관련키워드	안경(안경테, 안경렌즈, 콘택트렌즈, 안광학기기, 기타안경, 안내렌즈, 스마트안경), 시건강증진
제안 분과명	시계・안경・미용분과위원회

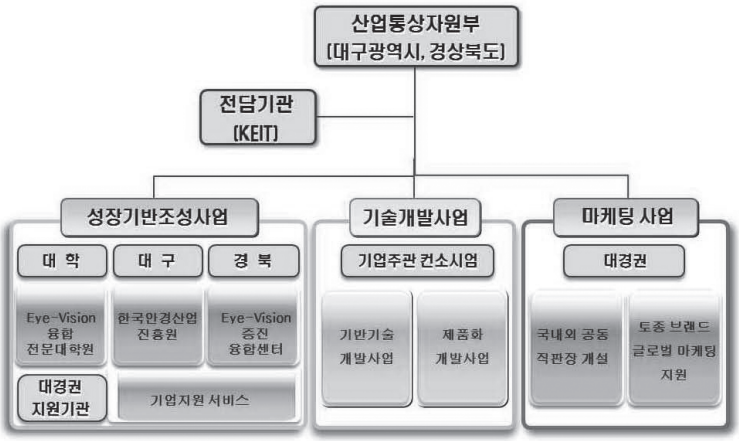
ㅇ 국내외 관련 동향

국내	ㅇ (국제경쟁력) 국내 안경테 제조기술은 우수하나 디자인, 마케팅, 브랜드는 이탈리아, 프랑스 등 선진국에 비해 미흡한 상황 ㅇ (시장규모) 안경관련(안경테+선글라스+렌즈 포함) 약 3조원 시장 형성 ㅇ (산업구조) 국내 안경산업은 대부분 영세업체 위주로 운영되고 있으며, 종사자 20인 이하 중소기업 비중이 전체의 94.2%에 이르고 있음 - 대구지역에 제조업체 및 협력업체들이 클러스터를 형성(전국 안경관련 업체수의 75% 집적)하고 있음 ㅇ (수출입) 수출 530백만불, 수입 490백만불로 무역수지는 40백만불 흑자('12년)를 기록하고 있음 ㅇ (구조적 문제점) 전문인력 및 R&D 취약, 브랜드 마케팅 유통 취약 - 제조· 연구인력 및 교육기관 부족 - 창조융합 기술개발 마인드 부재 등 제품 고부가가치화 한계 - OEM 수출관행으로 글로벌 브랜드 및 마케팅 미흡, 비가격경쟁력 취약
국외	ㅇ (국제경쟁력) 디자인과 브랜드는 이탈리아, 프랑스가 우세하며 정밀부품은 독일, 가격경쟁력은 중국 등 신흥경제성장국이 우수함 ㅇ (시장규모) 안경산업 세계 수출입교역량은 44,567백만불임 - 주요수출국은 이탈리아, 중국, 홍콩, 미국, 독일 순 - 주요수입국은 미국, 일본, 독일, 프랑스 순 ㅇ (소비트렌드) 경량화 및 패션기능, 생산트렌드는 디자인과 유명브랜드를 접목한 고부가가치화, 첨단소재 및 융합기술을 도입한 스마트화 추세 ㅇ (산업구조) 안경제조 및 생산은 유럽에서 아시아로 거점 이동 중, 패션디자인 및 브랜드를 갖춘 고부가가치 안경트렌드는 유럽이 주도 - 일본은 후쿠이현 사바에시를 중심으로 안경산업단지를 형성하였으나, 현재 제조업이 붕괴되면서 일부 고부가가치 제품생산에 주력 - 홍콩은 많은 산업체가 중국 본토로 생산설비를 이전하여 OEM 및 ODM 생산방식으로 본토에서 생산 후 재수출 - 중국은 괄목할만한 성장세를 기록하여 세계적 안경생산 및 소비국으로 변모함 - 이탈리아는 밀라노를 중심으로 세계 안경산업 트렌드를 주도하고 있으며, 디자인 및 브랜드 등 세계 최고의 수준임 - 독일은 세계 수준의 정밀기계공업을 바탕으로 안경제조, 안경제작기기 및 고기능 렌즈 등은 세계 최고 수준

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ Eye-Vision 증진 융복합 중소기업산업 글로벌 경쟁력강화로 초일류 산업 구축 및 수출 경쟁력 제고 ㅇ Eye-Vision 증진산업에 ICT 융합기술의 접목을 위한 기술네트워크 통합 및 거버넌스 구축 ㅇ Eye-Vision 증진산업 경쟁력 확보를 위한 연구 및 품질관리센터 구축 ㅇ 전문대학원 및 융복합센터 구축을 통한 전문인력양성 및 일자리 창출 ㅇ 기술개발사업 활성화를 통한 고부가가치 제품화로 국가경쟁력 향상 ㅇ 토종브랜드의 글로벌화를 위한 국내외 공동직판매장 및 핵심거점의 권역 구축

<table>
<tr><td>정책(사업)내용
(세부내용)</td><td>ㅇ (성장기반조성사업) 연구시설 및 장비도입을 통해 연구 및 인력양성 활동을 효율적으로 지원하여 산업경쟁력 강화에 기여
- 안경 전문교육기관 설립 (안경제조, 비젼테라피, ICT 융합안경 등)
- 안경융합센터 설립 (디자인, 소재, ICT, 의공학, 안경광학 전문인력 활용)
- 한국안경산업진흥원 설립 (기존 인프라 활용을 통한 품질인증 및 연구기반 확충)
ㅇ (기술개발사업) 전국 단위의 기술수요에 의한 공모사업을 통한 해당지역의 산업발전과 직결될 수 있는 기업체 주관 컨소시엄 상용화 연구개발 추진
- 기반기술개발 (원천/응용개발을 통해 기존인프라 및 확보된 기술/지식을 활용하여 기반기술개발 및 사업화)
- 제품화기술개발 (제품공정개선, 애로공정개선 등 제품화를 위한 기술개발)
- 융복합기술개발 (창조적 아이디어의 융합형 기술개발을 통한 신성장동력 사업화)
ㅇ (마케팅사업) 국내외 마케팅 네트워크 구축을 통한 토종브랜드 육성 및 마케팅 지원
- 국내외 공동직판매장을 통한 제조와 유통의 통합화 및 수출증대
- 핵심거점의 권역구축을 통한 밀착형 마케팅 수행
- 해외 거점 Eye-Vision Road쇼 개최 및 한류스타 마케팅
- 새로운 패러다임의 마케팅 전략수립 및 맞춤식 교육 및 컨설팅</td></tr>
<tr><td>정책(사업)의 필요성</td><td>ㅇ Eye-Vision 증진산업은 안경테즈, 안경렌즈, 콘택트렌즈, 안내렌즈, 안광학기기, 비전세라피 등의 BT, IT, NT, CT기술이 융복합된 산업으로 함께 육성하여 시너지 효과를 높이고자 함
ㅇ 80%이상이 OEM에 의존하고 있는 국내 Eye-Vision 증진 생산업체의 브랜드 육성 및 마케팅지원을 통한 매출 및 수출증대
ㅇ Eye-Vision 증진 산업과 관련된 연구 및 품질관리 지원기관의 미 구축으로 전문적인 지원체계 부재
ㅇ Eye-Vision 증진산업의 노동집약적 제조업 패러다임에서 지식서비스산업의 융복합으로 전환하여 신규 일자리 창출, 생산성 향상, 수출증대 및 지역경제 활성화에 이바지하고자 함</td></tr>
<tr><td>기대효과</td><td>ㅇ 경제 · 산업적 측면
- 직접효과는, 성장기반조성 및 연구개발 등을 통해 궁극적으로 기업 활동의 양적·질적 향상을 유발함으로써 나타나는 혁신효과와 기업의 투자 유발을 통해 지역 내에 창출되는 투자효과
- 간접효과는, 개별 세부사업 추진을 위한 사업비 지출이 수요확대를 통해 전국의 경기를 활성화하는 수요효과
<table><tr><th>기대효과의 구분</th><th>생산유발효과(억원)</th><th>고용유발효과(명)</th></tr><tr><td>직접효과</td><td>1,123</td><td>485</td></tr><tr><td>간접효과</td><td>442</td><td>456</td></tr><tr><td>계</td><td>1,565</td><td>941</td></tr></table></td></tr>
</table>

	ㅇ 디자인계 발전 측면 – 기업의 이미지를 반영한 자체 디자인 및 휴먼터치 아이웨어 개발로 기업의 가치와 소비자 인지도 상승 – 인체공학적 디자인 및 제품디자인 활성화에 따른 안경디자인 저변 확대 및 글로벌 디자인 인력 창출 – 신진 디자이너 발굴 및 육성을 통한 저변 확대 및 디자인 진흥에 기여 ㅇ 기타 기대효과 – 기획·디자인 및 시제품생산, 연구개발(R&D), 인력양성, 마케팅 등 분야별 표준화된 기업지원 Guideline 개발·보급 및 관련기술의 기업이전 등을 통해 안경산업의 고부가가치 제조 및 비즈니스 프로세스 확산 – 첨단 안경관련 장비구축 및 공동활용을 통한 제조공정 혁신과 작업환경 개선 등 안경산업의 성장 잠재력 확충과 지역경제 발전에 기여
사업비(백만원)	ㅇ 예비타당성조사사업
추진체계	

ㅇ 사업화 및 활용 방안

사업화 계획	 ㅇ 경북의 IT융복합산업, 바이오기반 렌즈산업과 대구의 안경테산업 원천기술 제공에 따른 지역별 강점을 활용하여, 타 지역의 약점을 보완함으로서 대경권 Eye-Vision 증진산업의 균형발전 및 시너지 효과 창출 ㅇ 융합기술로 잘 거론 되지 않았던 안경·광학산업과 전자정보 IT 산업의 기술네트워크 통합 거버넌스 구축으로 대구경북지역의 대표 산업간 윈-윈(Win-Win) 전략 수립을 통해 새로운 시장 개척 및 일자리 창출 ㅇ 한국안경산업진흥원의 연구기능 강화를 통하여 Eye-Vision 증진 산업의 글로벌 경쟁력 강화하고 제품의 품질관리 및 분석 평가 지원을 통한 소비자의 신뢰성 확보로 기업 기술력 증대 및 국내·외 기술 경쟁력강화로 수출 증대 및 일자리 창출 ㅇ 국내 Eye-Vision 증진관련 토종브랜드 육성 및 제조업 활성화를 국내외 공동직판매장 개설 및 마케팅지원사업을 통한 제조와 유통의 통합화 및 수출 증대에 이바지 ㅇ 전문대학원 설립을 통해 Eye-Vision 증진관련 핵심인력을 확보하고 지식서비스 중심의 인력양성과 융합센터 운영을 통한 글로벌 산업 경쟁력 제고와 일자리 창출 및 창업 지원
정책(결과물)의 활용방안	ㅇ 지역의 산업기반 확충, 일자리 창출 등 지역경제 활성화를 목적으로 광역경제권거점사업 추진 ㅇ 대경권 지역의 Eye-Vision 증진산업발전과 직결될 수 있도록 상용화(R&BD)에 초점을 두고 사업 추진 ㅇ 지역의 특화산업인 안경산업을 기반으로 사업을 구성 - 기존 R&D 성과 및 기 구축된 산업 인프라와 연계 ㅇ 인프라·기반구축(시/도), R&D(전국구)

정책 제안 3

ㅇ 제안 개요

과제명	뷰티산업 활성화 및 K-beauty 확산
관련키워드	미용, K-beauty
제안 분과명	시계·안경·미용분과위원회

ㅇ 국내외 관련 동향

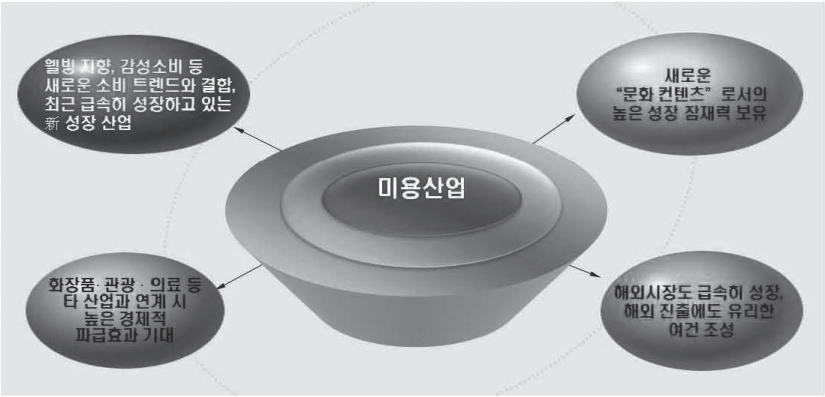
국내

ㅇ (산업구조) 미용산업의 경우 전 지역에서 증가추세를 보이고 있으며, 특히 경기도가 107%로 가장 높고 충청도 76%, 대전이 59%의 증가세를 보임

- 업종분류 매출액 추이는 기타미용업이 117% 증가, 피부미용 70%, 마사지업 38%, 두발미용업이 19% 증가추세를 보이고 있음
- 미용산업은 지속적 성장이 예측되며, '08년 6조 4,839억원 규모에서 '15년까지 9조 9,081억의 증대가 예측되며 '08년 대비 '15년까지 52.8% 성장이 기대됨
- 미용산업의 산업체수 전망은 '08년 124,224개에서 '15년 137,968의 증가가 예측됨

ㅇ (구조적 문제점) 산업지원기관 부재와 전문인력 및 R&D 취약

- 새로운 성장동력 산업으로 변화하고 있으나, 해당산업의 통계적 정리 미흡
- 국제교류 및 전문가양성 프로그램 미흡
- 뷰티산업의 97% 이상이 4인 이하의 영세 자영업 위주로 영업을 진행 중
- 수출·관광 자원화 지원 및 전략 부재



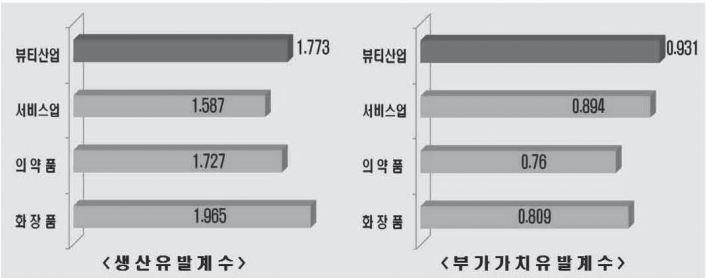
국외

ㅇ 미국은 지속적으로 성장 중이며, 스파 등 타산업과 융합해 상당한 고용창출 및 부가가치를 유발하고 있으며, 뷰티관련 종사자들은 일반적으로 조명과 환기 상태가 양호하고 쾌적한 환경에서 근무

ㅇ 중국은 미용산업이 자동차, 부동산, 여행, 전자통신에 이어 중국 5대 산업으로 성장하고 있으며, 연평균 32%의 고성장 지속 중임

ㅇ 태국은 국가의 체계적이고 전폭적인 지원 아래 관광이라는 자산에 전통마사지·스파 등이 결합한 헬스케어 미용산업을 통해 한 해 200만명의 관광객을 유치

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 신(新)성장 동력인 K-뷰티산업의 대외적 경쟁력 지속적인 확보 ㅇ 중국내 신(新) 뷰티 한류문화 활성화 ㅇ 메디컬뷰티산업의 복합 상품화를 통해 일자리 창출과 함께 국부증대를 견인할 신(新)성장 동력산업으로서 인식
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ K-Beauty 문화 확산 - K- Beauty 문화를 배우길 원하는 주변국가와 전문가 교류 - 한국 및 해외뷰티산업계 지도자 컨퍼런스 개최 - 해외 뷰티박람회 한국K-Beauty 테마 부스 참가 - 국제 뷰티디자인학술 대회 ㅇ 국내뷰티전문가 인력 양성 - 외부전문기관과의 MOU를 통한 뷰티디자인 아카데미 프로그램 운영으로 전문 인력 양성 - 뷰티디자인공모전 개최를 통한 전공 분야별 디자인 및 예술적 접근 - 해외 뷰티 봉사단 파견 ㅇ 메디컬, 뷰티 관광 프로그램 운영 - 메디컬 뷰티관광객유치를 위한 복합 상품 및 운영을 통한 일자리 창출 - 뷰티 복합 매장 체험 및 전문회사 방문을 통한 의료 및 뷰티체험관광 실시
정책(사업)의 필요성	ㅇ 미용산업 경쟁력 제고를 위해 산업구조 전반의 선진화, 글로벌화 필요 ㅇ 산업의 영세화와 양극화를 개선할 수 있는 법적 제도적 장치 필요 ㅇ 시간 및 비용의 투자가 어려운 미용산업 종사자 맞춤형 교육 프로그램 개발 필요
기대효과	ㅇ 타산업에 비하여 생산활동으로 인한 부가가치 창출 효과가 높음  ㅇ 일자리창출 효과 기대 - 여성종사자 비율이 미용 80%, 피부미용 93%로 매우 높음 - 뷰티서비스(개인서비스)의 고용유발계수(10억 원당) 14.3 적용, 고용계수 (10억원당) 0.6 적용

정책 제안 4

○ 제안 개요

과제명	K-뷰티웨어러블 산업 육성을 위한 패키지 기업지원사업
관련키워드	미용, K-beauty, 안경, 시계
제안 분과명	시계·안경·미용분과위원회

○ 국내외 관련 동향

국내

○ (산업구조) 뷰티산업과 안경, 시계산업 등을 연계하여 신개념의 K-뷰티웨어러블산업을 창조하고, 국민의 문화생활을 선도하여 삶의 질 향상에 기여하는 신산업

- 뷰티웨어러블산업은 5인 이하 규모의 소규모 영세업체가 주종을 이루고 있음
- 해당산업의 사업체, 종사자수는 감소추세를 보이고 있으나, 생산액 및 부가가치는 증가하는 추세임
- 뷰티웨어러블산업은 영세 또는 소규모 사업장 중심으로 구성되어, 정책적 지원에 따라 고용 및 고부가가치 창출을 통한 지역경제 발전 가능성이 높음
- 또한, 대외의존도가 높은 수준의 산업으로 글로벌 경제, 산업여건 변화 등에 의해 매출액, 수익성 등이 민감하게 영향을 받는 산업임

○ (구조적 문제점) 영세·소기업의 비중이 높은 편으로 기술개발 역량, 마케팅 역량 및 전문인력이 부족한 기업이 다수로, 디자인 개발, 시제품 제작, 마케팅지원 등에 높은 지원 수요를 나타냄

- 타 산업과는 달리 新기술 개발을 통한 상품 전개 등도 가능하지만, 기본적으로 트렌드를 기반으로 하는 산업으로 상품 전개 시기의 마켓, 소비자 동향, 패션 트렌드의 변화 등에 많은 영향을 받는 산업으로 기업지원 분야 전반에 걸쳐 균형 잡힌 지원 수요 형태를 보이고 있음
- 전문인력양성, 글로벌브랜드화, 맞춤식 마케팅 지원 등 산업 비즈니스서비스 일원화 창구 조정 및 운영 필요

국외

○ 뷰티웨어러블산업은 유럽, 미국 등 큰 소비시장을 중심으로 빠르게 진화 중

- 2000년대 명품브랜드화가 진전되면서 생활용품 등을 융복합화 한 토탈 브랜드화 시대로 진화되고 있음

○ 웨어러블+IT, 뷰티+문화, 뷰티+IT+웨어러블 등 산업과 산업간 통합/패키지를 통한 지식서비스산업으로 부가가치를 극대화함으로써 메리트 있는 일자리를 제공하여 젊은 인력 일자리 창출

ㅇ 정책(사업) 목표 및 내용

정책(사업)목표	ㅇ 뷰티웨어러블산업의 국가적 경쟁력 확보를 위해 브랜드지원과 마케팅지원, 사업화지원 등을 통한 산업경쟁력 강화 ㅇ 뷰티웨어러블 산업 기술의 선도기술을 확보하고, 기술지원 및 인력양성지원을 통해 고용창출 및 매출 확대를 위한 사업 지원 ㅇ 시제품제작, 생산인력교육을 통한 기술지원과 상품기획 및 컨설팅, 디자인, 마케팅(홍보지원), 국내·외 전시회 참가지원 등을 포함한 사업화 지원 사업을 통합 패키지 형태로 관련 산업군 기업에 지원함으로써 통합 K-뷰티웨어러블 산업구조 조성
정책(사업)내용 (세부내용)	ㅇ K-뷰티웨어러블 디자인 및 시제품개발 지원 - 상용화 추진이 가능한 제품 디자인 컨설팅, 샘플제공, 디자인스케치, 패키지 지원 - 패턴 및 그레이딩 지원, 시제품 제작 지원, 3D 실물 렌더링 지원, 목업제작 지원 - 기능성에 대한 성능평가, 환경규제물질 분석을 통한 최종 제품화 성능인증 ㅇ K-뷰티웨어러블 마케팅 지원 - 수출상담회, 구매상담회, 특판전, 홍보지원, 카탈로그, SNS 마케팅 등 - 뷰티웨어러블 공동참여 국내외 전시회 지원 - 산업 및 업체별 맞춤식 마케팅 컨설팅 ㅇ K-뷰티웨어러블 네트워킹 지원 - K-뷰티웨어러블 문화를 배우길 원하는 주변국가와 전문가 교류 - 산업별, 업종별 커뮤니티(클러스터) 및 산업군별 전문가 협의회 운영 - 국제 뷰티웨어러블 컨퍼런스 및 디자인학술대회 개최 ㅇ K-뷰티웨어러블 전문인력 양성 - 각 분야별(뷰티, 안경, 시계) 디자인 및 생산기능인력 양성 교육 - 뷰티웨어러블 디자인공모전 개최를 통한 전공 분야별 디자인 및 예술적 접근
정책(사업)의 필요성	ㅇ 뷰티, 안경, 시계산업이 포함되는 트렌드 및 라이프스타일 소비재 산업군으로서 전통산업인 동시에 글로벌 성장 산업 ㅇ 산업간 분업구조 형성 및 융합상품 기획이 용이하며, 기업지원 및 제품개발 등에서 패키지化 및 융합 등을 통한 新산업 트렌드 발굴 가능성이 높은 산업군 ㅇ 토탈브랜드화 되고 있는 뷰티웨어러블산업의 특성상, 다종 산업군이 동일 바이어 대상으로 상품기획-생산-유통 등의 기획부터 마케팅까지의 채널을 단일화 할 수 있는 장점이 있으며, 트렌드를 기반으로 한 산업군으로서 산업간 콘텐츠 통합 및 디자인 교류 등을 통한 새로운 산업 트렌드 창출 가능성이 높음. ㅇ "뷰티웨어러블산업 기술연계 및 혁신을 통한 새로운 가치 창출 및 신개념 글로벌 명품화 지향 산업"
기대효과	ㅇ 뷰티웨어러블 융합 심포지엄 및 기술교류회를 통한 수요기업 니즈 파악으로 시장 경제 활성화 및 선도산업군과의 상생/연계 생태계 기반 마련 ㅇ 뷰티웨어러블 상품 전개를 위한 전방산업과의 연계를 통해 관련 산업 업계 육성 및 산·학·연 연계 네트워크의 활성화를 통한 신사업 발굴 ㅇ 기존 영세구조의 단일 산업에서의 고용 한계 또는 일자리 창출의 문제점을 산업의 융복합화를 통한 뷰티웨어러블 산업의 재탄생을 통해 새로운 고용 창출 효과 발생 기대 ㅇ 맞춤형 기업지원을 통한 연관 산업의 시장 개척 기회 제공으로 비즈니스 활성화 및 시장창출, 매출 극대화
사업비(백만원)	ㅇ 1단계(성장보육단계,3년) - 75억원 (국비 45억, 지방비 21억, 민자 9억) ㅇ 2단계(성숙고도화단계,3년) - 75억원 (국비 45억, 지방비 21억, 민자 9억)