

정책연구

2024-17

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

The Establishment of Infrastructure for the Promotion of
Traditional Cultural Industry

김면·박종웅·정수희·김영주·김규찬



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

The Establishment of Infrastructure for the Promotion
of Traditional Cultural Industry

김면·박종웅·정수희·김영주·김규찬



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

김 면 한국문화관광연구원 연구위원
박종웅 한국문화관광연구원 부연구위원

공동 연구

정수희 덕성여자대학교 교수
김영주 가톨릭대학교 교수
김규찬 창원대학교 교수

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구



연구 개요

1. 서론

가. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경

- 「전통문화산업진흥법」과 「국가유산기본법」제정에서 보이듯 유산정책이 정적인 보호뿐만이 아니라 산업적 활용과 국민 문화향유권을 포괄적인 가치로 규정하는 바, 정책패러다임의 전환을 반영하는 새로운 정책방안 도출이 필요함
 - － 「전통문화산업진흥법」제정을 계기로 전통문화의 산업적 가치를 확산하고, 분야별 분절적으로 육성 중인 전통문화산업을 종합적으로 진흥할 수 있는 방향성 확보가 요구됨
 - － 「국가유산기본법」제정으로 유산 의미가 재화적 보호가치와 함께 문화 향유를 위해 콘텐츠 개발·제작 등을 통한 부가가치 창출 의미가 강조되어 전통문화산업의 역할 및 향후 미래에 대한 모색이 체계적으로 이루어질 필요가 있음
- 전통문화진흥정책이 중앙부처에서 문화체육관광부, 문화재청, 국토교통부, 농림축산식품부 등으로 분산 수행되고, 지방자치단체에서도 개별적으로 사업이 추진되고 있어 사회 환경변화에 대응하는 종합적인 정책 고려가 필요함
 - － 전통문화를 대상으로 부처별 유사한 사업이 수행되고 있으며, 지역에서도 중복되는 내용의 정책지원이 운영되고 있는 바, 전통문화정책 영역에서 역할 구분 및 협력적인 행정운영의 추진이 요구됨
 - － 총괄적으로 전통문화산업이 효과적으로 정책추진이 되기 위해서 중앙부처의 지원사업과 광역의 전통문화산업 관련 정책사업을 살펴서 지원정책에 대한 근본적인 정책추진체계의 종합적 정책분석이 필요함
- 세계 한류 팬수가 1억7,800만 명으로 조사되며(2022년 기준, KOFICE) 한류가 세계 대중문화를 선도하는 것으로 평가되는 바, 한류열풍의 미래 동력원으로서 작용할 수 있도록 전통문화자원의 산업적 활용에 대한 장기적인 전략 모색이 요망됨
 - － K-Culture에 대한 국제적인 공감대를 얻고 한국적 문화콘텐츠에 대해 현지인들의 지속적 관심과 요구를 충족시킬 수 있도록, 전통문화자원을 산업적으로 발전시키고 고부가가치의 성장 동력 산업으로 육성시키는 발전기반이 필요함

2) 연구 목적

- 「전통문화산업진흥법」이 국회통과(2023.9.15. 공포)되면서 전통문화산업을 육성 및 진흥할 수 있는 법적 근거가 마련되었으며, 이에 대한 구체적인 전략과 정책 사업을 제시하고자 함
 - 제정안에는 기본계획, 실태조사, 인력양성, 창업·제작지원, 연구개발, 표준화·품질관리, 유통·투자 촉진, 특화상품 육성, 국제교류 및 해외진출, 우수사례 발굴 등의 내용을 포함하고 있는 바, 구체적 연구방안의 모색이 요구됨
 - 전통문화자원의 새로운 가능성을 포착하고 지속가능한 문화산업발전의 원동력으로 활용할 수 있는 전통문화 산업가치 재발견 및 기술 산업 활성화를 위한 방안을 모색하고자 함
- 전통문화정책의 제도적 기반조성에서 관계 부처, 기관 및 업체 간 협력을 강화함으로써 전통문화산업에 대한 통합적이고 유기적인 진흥을 모색하고자 함. 특히 지속 가능한 경쟁력을 확보할 수 있는 기반조성 방안을 제시하는 데 목적이 있음
 - 전통문화진흥정책은 공공부문이 주도하고 각 부처에서 고유목적에서 따라 독자적 정책 추진으로 분야 간 연계성이 낮고 통합적 관리체계가 부재하여, 일부 분야에 치중되거나 분야 별로 파편화된 경향에 대해 정책적 개선이 필요함
 - 한식, 한복, 한옥, 전통공예, 무형문화재, 국악, 무예 등 개별 분야에 대한 법령 제정이 이뤄져 있기에, 전통문화산업 진흥법의 입법을 계기로 체계적이고 포괄적인 지원이 가능하도록 효율적으로 정책적 목표와 전략, 그리고 세부 추진과제에 대한 중장기적 관점의 발전방안 모색
- 기존 전통문화정책에 대한 비판적이고 발전적인 검토위에서 앞으로의 정책 추진방향을 점검하고, 이를 바탕으로 전통문화산업화를 위한 기반조성방안을 도출함
 - 전통문화산업을 체계적으로 진흥하는 제도적 기반이 마련되었기에, 향후 산업적 관점에서 상호조정과 협력을 통해 전통문화산업 주체들이 안정적인 활동을 추진할 수 있도록 구체적인 전통문화산업 기반조성 방향을 제시하는 데 그 의미를 둠
 - 오늘날 한국사회에서 전통문화산업정책이 어떠한 의미와 가능성을 가지며 어떤 요소들이 우선되고 강조되어야 하는가에 대한 문제의식을 반영하여, 전통문화산업정책이 어떻게 전개되어야 하는지 체계적인 발전방안이 제안될 필요가 있음

나. 연구범위 및 방법

1) 연구범위

- 시간적 범위: 「전통문화산업진흥법」이 처음 발의되었던 2010년 이후 정책적 동향과 성과를 살피고 본 법률이 제정된 2023년을 기준으로 연구의 주요한 시간적 범위를 설정함
- 공간적 범위: 문체부를 중심으로 한 중앙부처 및 광역지방자치단체를 주요 정책추진체계의 연구대상으로 하며, 전통문화산업 관계 기관, 단체 및 지원 사업을 주요한 공간적 범위로 설정함
- 내용적 범위: 전통문화산업 관련 제도 및 정책 현황을 검토하여 정책동향을 분석함
 - 문체부 등 중앙부처의 전통문화산업 관련 추진정책의 제도적 기반을 분석함
 - 전통문화산업 관련 정책운영의 실태에 대한 관계자 의견을 수렴하고, 전문가 자문회의를 통해 정책개선 방안을 도출함
 - 국내외 전통문화자원에 기반을 둔 사업 및 기술 산업화에 대한 운영 파악
 - 주요국 전통문화산업 정책지원 사례의 특성을 분석하고 정책적 시사점 도출
 - 국외 전통문화와 기술 산업의 융합사례 및 상호간 유기적 협력기반 사례 검토
 - 전통문화산업 진흥을 위한 기반 조성방향 모색 및 체계적인 단계별 개선안 도출
 - 전통문화산업 정책운영 제안 및 공동역량을 강화하는 제도화 방안 제시

2) 연구방법

- 문헌연구 및 웹 조사: 중앙부처 관련문서, 연구기관 정책보고서, 국내외 학술논문, 포럼 자료집, 세미나 및 회의 자료집, 지자체 및 민간차원 정책사업 자료 검토
- 전통문화산업 영역 현장대상 전문가 자문 및 일반인 설문조사
 - 설문조사 실시(일반인 700명 및 관계자 300명 대상)
 - 설문조사 결과에 대한 현장 담당자 및 관계실무진 대상 10명 의견수렴
 - 문화정책 전문가 23명(교수, 연구기관 박사 및 현장전문가 등)을 대상으로 자문 회의를 실시하고, 심층인터뷰를 진행함

- 국내외 전통문화산업관련 사례조사
 - 국내외 사업운영의 동향파악을 실시하고, 강약점 파악하고 정책에 접목이 가능한 사례를 취사선택하고, 정책적 활용도를 고려한 시사점을 도출함

2. 전통문화산업 정책동향 및 운영분석

가. 정책동향 및 추진체계분석

- 전통문화산업의 제도적 검토와 정책 동향을 시계열적으로 분석함
- 2007년부터 한스타일 육성계획을 시점으로 전통문화의 종합적인 정책이 추진되면서 저변확대와 산업화 측면에 대한 연구가 본격적으로 수행됨
 - 문화체육관광부는 2007년 ‘한스타일 육성계획’, 2012년 ‘전통문화의 창조적 발전전략’, 2015년 ‘전통문화의 세계화 방안’, 2016년 ‘과학기술을 통한 한국전통문화 프리미엄 창출전략’이 발표되었으며, 2022년에는 ‘전통문화산업의 자생적 성장위한 종합지원 체계마련 정책’을 발표하였음
- 관계부처 합동 전통문화정책 흐름과 지원체계에 대해 분석하고자 함
 - 한스타일 육성계획은 ‘한스타일지원협의회’ 및 5개 분과위원회를 설치함
 - 전통문화의 창조적 발전전략은 문체부 중심으로 범정부 지원협의회를 구성함
 - 전통문화의 세계화방안은 문화융성추진전략회의TF를 두고 6개 부처합동으로 추진함
 - 과학기술을 통한 한국 전통문화 프리미엄 창출전략은 미래부 주도 10개 관계부처 협업의 합동계획을 마련함
- 기존 전통문화정책계획은 여러 부처가 관련되는 범부처 정책전략이 추진되었으나, 법적근거 미비 및 총괄조정인 한계로 인하여 이에 대한 개선방안이 요구됨
 - 부처 간 협력체계가 실질적으로 이루어지지 못하고 추진과정에서 분야별로 단발적인 정책 사업이 진행되면서 활성화 정도가 차별화되었기에 성과 없이 분절적으로 이루어지고 있음

나. 정책추진 현황분석 망 운영진단

- 전통문화산업 지원정책주체는 분야별 전문기관 및 센터에서 주도적으로 운영 중
 - 한복은 한복진흥센터(문체부), 한식은 한식진흥원(농림부), 전통공예는 한국공예·디자인문화진흥원(문체부), 한옥은 국가한옥센터(국토부), 문체부 및 문화재청, 전통생활문화는 한국공예·디자인문화진흥원 또는 국립민속박물관 등에서 추진되고 있음. 과학기술정보통신부는 전통문화분야의 융복합 연구 및 첨단 기술 접목의 정책을 추진하는 것이 특징임
 - 각 분야별 전담기관을 앞세워 다양한 정책지원이 이루어지고 있지만, 종합적인 정책 추진에서 체계가 이루어지고 있지 못함
- 지역은 대체로 중앙부처의 지원을 통해 정책 사업을 추진하고 있음
 - 국고보조사업들은 주로 행사성 사업이 다수로 단기적 협력지원에 그침. 지역만의 특색 있는 사업의 기획과 추진이 활성화될 수 있는 중장기 전략적 사업 방안 마련이 필요함
 - 전통문화산업의 지원정책에 있어 분야별 대상과 범위 그리고 목적과 역할이 명확하지 않고, 운영상 교류와 협력은 부재한 상황임
- 정책 사업은 중앙부처의 경우 70여개, 광역의 경우 500여개로 파악되고 있음. 한복, 한식, 전통공예 분야는 산업 활성화 측면이 강조되고, 한옥 분야는 보전, 계승, 자원 발굴, 전통생활문화는 전통문화확산측면이 중요한 측면으로 파악됨
 - 정책운영에서 분야별로 전통문화 보존 및 산업적 활용의 내용이 혼재되어 정확하게 전통문화산업에 대한 지원정책의 방향성을 구분, 확인하기 어려운 경우가 다수 존재함
 - 각 부처가 보유한 사업전문성과 전문지식 등을 상호 공유하며 전통문화산업정책을 발전시켜나갈 수 있도록 적극적으로 협력사업 등을 추진할 필요가 있음
 - 전통문화산업의 거시적인 방향성을 갖추고 비전과 전략에 따른 추진목표를 재설정할 필요가 있음

3. 전통문화산업 정책 수요조사

가. 설문조사(일반국민 및 관계자) 및 전문가 의견조사

- 전통문화산업 한식, 한복, 한지, 한옥, 전통공예 등 정책영역과 지원사업에 대해 수요 파악, 전통문화산업의 만족도와 불만사항에 대한 인식을 조사하고 활성화 방향을 위한 방향성에 대하여 의견을 수렴함
- 인원은 일반소비자(약700명 대상), 전통문화산업 관계자 및 정책담당자(약300명), 기간은 2024년 6월 7일~6월 28일(3주 간)에 걸쳐 온라인 방식으로 진행됨

〈표 1〉 전통문화산업 관련 설문조사 개요

| 항목 | 조사 내용 |
|----|---|
| 목적 | 전통문화산업 관련 현황 및 소비자 의견 조사 |
| 대상 | 일반국민(약700명 대상), 전통문화산업 관계자 및 정책담당자(약300명) |
| 기간 | 2024년 6월 7일 ~ 6월 28일(3주간) |
| 내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화산업 세부 정책 대상 및 범위에 대한 의견 • 전통문화산업 관련 사업 만족도와 운영 정도평가 • 전통문화산업 관련 향유실태·소비사유, 불만사항 • 전통문화산업 관련 향후 소비증대방안 및 공급 활성화방법 |
| 방법 | 온라인 설문조사 실시/ 위탁용역 |

- 설문조사 결과에 대하여 전통산업 관계자 및 전문가들을 대상으로 의견조사를 실시하고 현장 의견을 청취하여 발전전략을 위한 자문회의를 실시함

〈표 2〉 전통문화산업에 대한 의견조사 운영

| 구분 | 관계자 및 전문가 의견수렴 |
|----|--|
| 대상 | 관련기관 종사자 및 기업담당자, 문화정책 전문가 |
| 인원 | 10명 |
| 방법 | 서면 자문회의 |
| 내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 담당자 현장의견, 종사자 업무 애로사항 및 기술수준, • 협력 활동에 대한 인식, 전통문화산업 발전 방향 의견 등, • 전통문화산업관련 의견파악, 설문조사 결과에 대한 분석, • 산업화 추진방향이건, 융합기반 및 정책발전방안 등 |
| 기간 | 2024년 7월 ~ 8월 |

나. 자문회의

- 정책 의견조사로 전통문화산업의 발전 방향을 모색하고 정책 방안을 도출하고자 관련 전문가 자문조사를 실시하였음
 - 각각 전문가는 전통문화산업관련 관계자 및 실무담당자를 대상으로 선정하였으며, 7차 대면토론회 형태로 회의를 진행하였고, 이후 추가로 전문가 개별 자문의 서면형태로 진행하였음
- 주요 논의안은 전통문화산업의 수요증진(전통의 일상화, 전통가치의 세대공감), 전통문화산업의 공급측면(맞춤형 소비전략, 창업/유통/투자 공급지원 확대, 신기술 접목 및 연구개발을 통한 혁신성장), 전통문화산업의 제도 기반 측면(전문 인력 양성), 전통문화산업 운영문제(미래유산 정책, 실태조사, 표준화 확대), 기타사항에 대한 의견 수합 및 정책 시사점 도출하고자 하였음
- 일정은 3월7일~8월 사이 전문가 자문회의를 통해 전통문화 제도적 기반조성에 관한 문제점과 추진방안에 대한 의견을 수렴하였음

〈표 3〉 전문가 자문회의

| 시간/장소 | 참석자 | 주요 내용 | 비고 |
|----------------------------------|--|---|----------------------------|
| '24.9.20./ 서울역 KTX7 | 이○기 박사(전 독일 한국문화원장) 권○영 실장(체교관광청 한국사무소) | - 전통문화 활용 한류 발전 방안 - 국외 한국문화원 연계 방안 - 전통문화와 관광 연계 활용 | |
| '24.8.14./ 전주 한국전통문화전당 | 이○옥 본부장(전통문화전당) 김○주 박사(전통문화전당) 김○영 박사(전북연구원) 임○한 사무국장(전주문화재단) | - 전통문화산업과 지역 문화산업 연계 - 한복산업 진흥 - 한지산업 진흥 - 전통놀이 진흥 | 박○별 박사 (전주시정연 구원) 배석 |
| '24.8.7./ 서울 고속터미널 스마트워크센터 | 배○표 교수(충남대) 전○석 박사(국가유산연) 김○준 박사(카카오) 김○선 학예사(제천시청) | - 한지 활성화 정책 - 전승공동체 사업_김장, 장담그기 등 - 콘텐츠산업 연계 - 지역 문화유산 활용 사업 연계점 | |
| '24.8.6./ 서울역 KTX7 | 원○연 교수(원광대학교) 김○하 박사(경기연구원) 이○식 박사(인천문화재단) 황○석 관장(전 한글박물관) | - 현대 역사문화자원, 한국학 관련 - 지역문화자원 활용 - 도시와 전통문화산업 융합 | |
| '24.7.25./ 서울역 KTX7 | 장○길 박사(전북연구원) 장○엽 교수(전 서울과기대) 강○갑 교수(전 경기대학교) 박○완 팀장(국가유산진흥원) | - 지역전통문화산업 연계 방안 - 전통문화산업과 공예산업 연계 - 국가유산과 전통문화산업의 협력방안 등 | |

| 시간/장소 | 참석자 | 주요 내용 | 비고 |
|-------------------------|---|---|----|
| '24.7.16./ 서울 국가유산연 | 채○진 박사(국가유산연) 조○형 박사(국가유산연) | - 국가유산산업 추진 근거 및 시사점 - 무형문화재, 민속문화재 정책 시사점 - 국가유산산업과 전통문화산업 차이점 | |
| '24.5.21./ 한국문화관광연구원 | 정○철 교수(전통문화대) 이○민 교수(건국대) 고○민 교수(홍익대) | - 전통문화산업 정의 정교화 - 산업영역, 보호 영역 구분 실익 - 문화재 영역과의 분리 및 공통 영역 분석 | |

4. 전통문화산업 활성화를 위한 정책방안 모색

- 전통문화산업정책추진과정에서 주체 간 관계가 중요한 바, 중앙정부와 광역지자체의 역할이 설정되고 민간영역과의 정책적 협력을 추구하는 것이 필요함
 - 정책 추진과정에서 유관부처, 지자체, 지역공공기관, 단체, 문화시설 간의 업무 협력 강화 및 포괄적 정책조정이 운영되어야 함
- 협력체계 구축환경이 조성되고 장기적으로 협력마인드가 형성될 수 있도록, 선순환적 구조의 정책수행 체계를 정착시킬 수 있는 방안 모색이 필요함. 분야별 시장과 정책에 대한 조사 및 연구를 토대로 지원체계 구축 및 지원방안 제시함
 - 협의체의 기능강화 및 지원확대가 필요하며, 분야별 실무협의회와 협력 작업반, 주제별 협의회 등 협의체를 구축하는 방안 검토 필요
- 전통문화산업화의 기반조성 방안과 세부운영 발전방안 도출
 - 전통문화산업체 내 기획, 제작, 생산, 유통, 판매시장에 이르는 가치사슬 영역에 대한 형성 필요. 지역의 전통문화자원이 뿌리내리고 확산될 수 있도록 유기적인 협력체계에 대한 방안을 개발할 필요가 있음
 - 정부정책의 직접적인 지원 부문을 가능한 낮추고 자생적이고 지속적인 산업 및 시장기능을 갖도록 하는 방향성을 모색할 필요가 있음
- 전통문화산업체 육성을 위한 기존 비즈니스모델의 스타트업에서 ‘스케일업’ 체계로 선순환 산업모델 도입 검토
 - 미래산업으로의 육성을 위해 시장여건의 변화, 기술요인에 의해 장래성을 고려하여 해당기업 뿐만 아니라 스케일업을 돕는 다양한 시장 친화적 요인이 필요함

기에 기반조성관점에서 전략적 산업진흥체계 프로세스 도입 모색

- Isenberg(2011)는 스케일업 생태계 영역을 6가지 금융, 시장, 인재, 지원, 문화, 정책으로 제시한 바, 정책분야, 기술 활용, 제작생산, 유통시장접근성, 홍보마케팅의 관리운영체계에서 산업특성에 맞는 실행분야 설정 및 세부방안 제시
- 전통문화산업 작업환경 개선과 역량강화 지원을 위한 추진체계에 대해 종사자-연구자-기업 간 네트워킹 구성, 운영기관과 관리기관의 역할 구분과 협력활성화를 고려하여 지속가능한 기반조성 모델을 제시하고자 함

목차

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 제1장 서론 | 1 |
| 제1절 서론 | 3 |
| 1. 연구 배경 | 3 |
| 2. 연구 목적 | 4 |
| 제2절 연구 범위 및 방법 | 7 |
| 1. 연구 범위 | 7 |
| 2. 연구 방법 | 8 |
| 제2장 전통문화정책 환경 분석 | 11 |
| 제1절 전통문화정책의 대상 및 흐름 | 13 |
| 1. 전통문화정책의 대상 | 13 |
| 2. 전통문화정책의 흐름 | 21 |
| 3. 정책적 시사점 | 29 |
| 제2절 전통문화산업의 의미 | 31 |
| 1. 전통문화의 정책패러다임 변화 | 31 |
| 2. 전통문화의 산업정책 역할 제고 | 37 |
| 제3장 전통문화산업 정책 현황 분석 | 43 |
| 제1절 전통문화 정책 운영 현황 | 45 |
| 1. 중앙부처 및 지역별 지원정책 분석 | 45 |
| 2. 장르별 사업 현황과 운영 진단 | 53 |
| 3. 종합 분석 및 시사점 | 79 |
| 제2절 국외 사례 분석 | 87 |
| 1. 국가별 정책 사례 분석 | 87 |
| 2. 결과 종합 및 시사점 | 110 |

제4장 전통문화산업 정책 수요 분석 113

| | |
|----------------|-----|
| 제1절 설문조사 | 115 |
| 1. 조사 목적 및 대상 | 115 |
| 2. 조사 내용 및 방법 | 116 |
| 3. 조사 결과 분석 | 118 |
| 제2절 정책 의견 조사 | 141 |
| 1. 조사 개요 | 141 |
| 2. 전문가 의견 | 143 |
| 3. 자문회의 | 145 |
| 제3절 의견 종합과 시사점 | 149 |
| 1. 설문조사 시사점 | 149 |
| 2. 의견 조사 결과 | 153 |

제5장 전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 방안 155

| | |
|--------------------|-----|
| 제1절 전통문화산업정책 기본 방향 | 157 |
| 1. 전통문화산업의 가치 확산 | 157 |
| 2. 전통문화산업 역량 강화 | 158 |
| 3. 제도적 성장기반 조성 | 159 |
| 제2절 세부 과제 추진 전략 | 161 |
| 1. 전통문화의 산업적 가치 증진 | 163 |
| 2. 전통문화산업 육성 정책 마련 | 168 |
| 3. 수요 창출과 시장 형성 | 174 |
| 4. 인적자원의 인프라 확립 | 179 |
| 5. 자원 및 금융 지원시스템 | 182 |
| 6. 창업 지원 및 유통체계 혁신 | 189 |

제6장 결론 195

참고문헌 / 199

ABSTRACT / 205

부록 / 207

표 목차

| | |
|---|----|
| 〈표 2-1〉 무형문화유산 보호 협약 | 17 |
| 〈표 2-2〉 문화발전 중·장기 계획 연구 | 22 |
| 〈표 2-3〉 창익 한국 내 문화유산의 보존과 전통의 현대적 계승 | 23 |
| 〈표 2-4〉 전통문화 진흥 종합계획 비교표 | 28 |
| 〈표 3-1〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 사업 수 및 예산 규모 | 46 |
| 〈표 3-2〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 예산구조 | 47 |
| 〈표 3-3〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(예산) | 48 |
| 〈표 3-4〉 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(사업 수) | 48 |
| 〈표 3-5〉 문화체육관광부 전통문화과 예산규모(2024) | 49 |
| 〈표 3-6〉 광역지역의 전통문화산업 지원정책 사업현황 | 50 |
| 〈표 3-7〉 지방정부(광역시)의 전통문화산업 지원정책 장르별 사업현황 | 51 |
| 〈표 3-8〉 광역지역의 전통문화산업 지원정책 예산구조 | 52 |
| 〈표 3-9〉 전통문화산업 지원정책 주체별 사업운영 현황(사업 수) | 53 |
| 〈표 3-10〉 전통의복 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 54 |
| 〈표 3-11〉 전통의복 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 55 |
| 〈표 3-12〉 전통의복 분야 지원정책 사업내용 | 55 |
| 〈표 3-13〉 중앙정부의 전통의복 분야 지원정책 사업추진 방법 | 56 |
| 〈표 3-14〉 지방정부(광역시)의 전통의복 분야 지원정책 사업예산 추진 방법 | 57 |
| 〈표 3-15〉 전통음식 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 58 |
| 〈표 3-16〉 전통음식 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 59 |
| 〈표 3-17〉 전통음식 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모 | 60 |
| 〈표 3-18〉 중앙정부의 전통음식 분야 지원정책 사업추진 방법 | 61 |
| 〈표 3-19〉 지방정부(광역시)의 전통음식 분야 지원정책 사업추진 방법 | 61 |
| 〈표 3-20〉 전통가옥 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 62 |
| 〈표 3-21〉 전통가옥 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 63 |
| 〈표 3-22〉 전통가옥 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모 | 64 |
| 〈표 3-23〉 중앙정부의 전통가옥 분야 지원정책 사업추진 방법 | 65 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 3-24〉 지방정부(광역시)의 전통가옥 분야 지원정책 사업추진 방법 | 65 |
| 〈표 3-25〉 전통공예 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 67 |
| 〈표 3-26〉 전통공예 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 67 |
| 〈표 3-27〉 전통공예 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모 | 68 |
| 〈표 3-28〉 중앙정부의 전통공예 분야 지원정책 사업추진 방법 | 69 |
| 〈표 3-29〉 지방정부(광역시)의 전통공예 분야 지원정책 사업추진 방법 | 69 |
| 〈표 3-30〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 71 |
| 〈표 3-31〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 71 |
| 〈표 3-32〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모 | 73 |
| 〈표 3-33〉 중앙정부의 전통생활문화 분야 관련 지원정책 사업추진 방법 | 74 |
| 〈표 3-34〉 지방정부(광역시)의 전통생활문화 분야 지원정책 사업추진 방법 | 74 |
| 〈표 3-35〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부) | 75 |
| 〈표 2-36〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부) | 76 |
| 〈표 3-37〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모 | 77 |
| 〈표 3-38〉 중앙정부의 기타(다장르) 분야 지원정책 사업추진 방법 | 78 |
| 〈표 3-39〉 지방정부(광역시)의 기타(다장르) 분야 지원정책 사업추진 방법 | 78 |
| 〈표 3-40〉 부처별 전통문화산업 비교 | 79 |
| 〈표 3-41〉 문화정책 예산 및 사업 | 89 |
| 〈표 3-42〉 문화관광부 결산(2023년) | 97 |
| 〈표 4-1〉 일반국민 대상 설문지 구조와 내용 | 116 |
| 〈표 4-2〉 설문조사 응답자 대상 | 117 |
| 〈표 4-3〉 설문조사결과에 대한 의견조사 운영 | 141 |
| 〈표 4-4〉 전문가 자문회의 | 142 |
| 〈표 4-5〉 전문가 의견 조사 주요 내용 | 143 |
| 〈표 5-1〉 전통문화산업의 산업적 가치와 유산적 가치 | 164 |
| 〈표 5-2〉 K-POP, 웹툰 성공 전략과 전통문화산업 특성 비교 | 168 |
| 〈표 5-3〉 산업발달 단계 기준으로 전통문화산업 수준 측정 | 173 |
| 〈표 5-4〉 전통문화산업 상품/서비스 | 173 |
| 〈표 5-5〉 정책자금 비교 | 184 |
| 〈표 5-6〉 중소기업 정책자금 | 185 |
| 〈표 5-7〉 소상공인 정책자금 | 186 |
| 〈표 5-8〉 창업기업 육성 내용 | 190 |

그림 목차

| | |
|---|-----|
| [그림 1-1] 연구 목적 | 6 |
| [그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정 | 9 |
| [그림 2-1] 전통 수공업 | 21 |
| [그림 2-2] 전통문화와 산업화 정책 지향성 | 38 |
| [그림 3-1] 전통문화산업 지원정책 추진 관련 부처 및 기관 | 45 |
| [그림 3-2] 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 예산구조 | 47 |
| [그림 3-3] 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(사업 수, 백분율 기준) | 48 |
| [그림 3-4] 지방정부(광역시)의 전통문화산업 지원정책 장르별 사업규모 | 51 |
| [그림 3-5] 문화청 조직도 신규 비교 | 88 |
| [그림 3-6] 부모와 자녀 교실 사업(지역 전개형, 교실 실시형) | 91 |
| [그림 3-7] 재팬하우스 런던 전시 | 92 |
| [그림 3-8] 티 투어리즘 | 94 |
| [그림 3-9] 다카마쓰 공항진열 전국 지역전통 특산물 (직접 촬영) | 95 |
| [그림 3-10] 중국 문화관광부 조직도 | 96 |
| [그림 3-11] 제7회 시탕문화제의 한푸 복장 및 타오파오에서 판매중인 ‘한푸’ | 101 |
| [그림 3-12] 네이렌성의 조화 제작 및 체험, 타오파오에서 판매중인 제품 | 102 |
| [그림 3-13] 핀쿠의 중국풍 아트토이 제품 | 103 |
| [그림 3-14] 베이징리우 로고 | 103 |
| [그림 4-1] 설문조사 및 의견조사의 전체적인 진행도 | 115 |
| [그림 4-2] 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원 | 118 |
| [그림 4-3] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도 | 119 |
| [그림 4-4] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 필요도 | 119 |
| [그림 4-5] 전통의 원형유지 및 가치보존 vs 전통의 산업화 및 융복합 확대 | 120 |
| [그림 4-6] 지역문화의 자생력 강화 vs 전통문화의 세계화 확산 | 120 |
| [그림 4-7] 전통문화의 전승, 보호 vs 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 | 121 |
| [그림 4-8] 전통문화 전문단체 지원강화 vs 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 | 121 |
| [그림 4-9] 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진 | 122 |

| | |
|--|-----|
| [그림 4-10] 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도 | 122 |
| [그림 4-11] 향후 시장 잠재력 수준 | 123 |
| [그림 4-12] 지난 2년 동안 참여한 프로그램(체험, 관광, 교육, 실습 등) 및 활동 | 124 |
| [그림 4-13] 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화 | 124 |
| [그림 4-14] 전통문화상품 구매 이유 | 125 |
| [그림 4-15] 전통문화상품 구매 시 문제점 | 126 |
| [그림 4-16] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 중요성 | 126 |
| [그림 4-17] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 시급성 | 127 |
| [그림 4-18] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 중요성과 시급성 | 128 |
| [그림 4-19] 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원 | 129 |
| [그림 4-20] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도 | 129 |
| [그림 4-21] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 필요도 | 130 |
| [그림 4-22] 전통의 원형유지 및 가치보존 vs 전통의 산업화 및 융복합 확대 | 130 |
| [그림 4-23] 지역문화의 자생력 강화 vs 전통문화의 세계화 확산 | 131 |
| [그림 4-24] 전통문화의 전승, 보호 vs 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 | 131 |
| [그림 4-25] 전통문화 전문단체 지원강화 vs 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 | 132 |
| [그림 4-26] 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진 | 132 |
| [그림 4-27] 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도 | 133 |
| [그림 4-28] 향후 시장 잠재력 수준 | 133 |
| [그림 4-29] 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움 | 134 |
| [그림 4-30] 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제 | 135 |
| [그림 4-31] 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화 | 135 |
| [그림 4-32] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 중요성 | 136 |
| [그림 4-33] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 시급성 | 137 |
| [그림 4-34] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 중요성과 시급성 | 138 |
| [그림 4-35] 전통문화상품 공급 확충 방안 - 중요성 | 139 |
| [그림 4-36] 전통문화상품 공급 확충 방안 - 시급성 | 139 |
| [그림 4-37] 전통문화상품 공급 확충방안 - 중요성과 시급성 | 140 |
| [그림 4-38] 전통문화의 산업화 정책모형 | 153 |
| [그림 5-1] Isenberg 창업생태계 구성요소(연구진 번역) | 162 |
| [그림 5-2] 전통문화산업 기반조성 방안 | 163 |
| [그림 5-3] 2022년 이탈리아 디자이너+한국 장인 협업 | 177 |
| [그림 5-4] 런던 저팬하우스 | 179 |

| | |
|---|-----|
| [그림 5-5] 모태펀드 운영구조 | 187 |
| [그림 5-6] 벤처기업 정책의 성장 모형 | 188 |
| [그림 5-7] 전주시 온onn 브랜드 | 191 |
| [그림 5-8] 오춘하 작가 민화 + 파리 생제르망 FC 경기복 디자인(19번 이강인 선수) | 192 |

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제1장

서론

제1절 서론

1. 연구 배경

가. 전통문화산업진흥법 제정에 따라 관련 정책추진방안의 모색 필요

최근 전통문화유산을 둘러싼 정책 환경이 변화되고 있으며, 관련 법률제정을 통해 국민의 유산향유권을 명시적으로 규정하면서 정책추진을 위한 근간을 갖추는 흐름이 이어지고 있다. 특히 관련 법률은 문화유산의 정적인 보호뿐만이 아니라 산업적 활용과 국민의 문화향유권을 포괄적인 가치로 규정하는 바, 정책패러다임의 전환을 반영하는 새로운 정책방안 도출이 요구되는 시점이다.

구체적으로 「전통문화산업진흥법」이 2023년 9월에 국회를 통과함에 따라 전통문화산업을 체계적으로 육성하는 기반이 마련됐다. 법률안이 발의됨에 따라 문체부는 현재 전통문화산업진흥계획을 수립하고 있으며, 정부정책의 전환에 따른 대응전략을 마련하고 전통문화산업을 체계적으로 진흥할 수 있는 방향성 확보가 요구된다.

또한 2023년 5월에 공포된 「국가유산기본법」은 이전 문화재보호법을 대체하고 국가유산체제의 최상위 기본법의 역할을 수행하기 시작하였다. 「국가유산기본법」제정으로 유산 의미가 재화적 보호가치를 넘어 문화 향유를 위해 콘텐츠 개발·제작 등을 통한 부가가치 창출 의미가 강조되어 국가유산산업의 역할 및 향후 미래에 대한 모색이 체계적으로 이루어질 필요가 있다.

나. 관계부처 간 종합적인 정책 방안 고려 필요

전통문화진흥정책이 중앙부처에서 문화체육관광부, 문화재청, 국토교통부, 농림축산식품부 등으로 분산 수행되고, 지방자치단체에서도 개별적으로 사업이 추진되고 있어 사회 환경변화에 대응하는 종합적인 정책 고려가 필요하다.

전통문화를 체계적으로 계승·발전시킬 구조적 연계가 부재하다는 문제점이 제기되고 있다. 각 부처와 유기적으로 협업체 산업간 융·복합을 촉진하고, 각 전통문화산업 주체들이 안정적이고 지속적인 활동을 추진할 수 있는 산업 생태계를 구축할 필요가 있다.

전통문화를 대상으로 부처별 유사한 사업이 수행되고 있으며, 지역에서도 중복되는 내용의 정책지원이 운영되고 있는 바, 전통문화와 관련된 현재의 운영체계가 갖는 문제점을 분석하고 유사분야의 사례를 검토함으로써 전통문화를 효율적으로 운영하기 위한 개선모색이 요구된다. 총괄적으로 중앙부처의 지원사업과 광역의 전통문화산업 관련 정책 사업을 살펴서 지원정책에 대한 근본적인 정책추진체계의 종합적 정책분석과 제도의 개선·보완이 필요하다.

다. 한류 동력원으로서의 전통문화의 산업적 활용 모색

세계 한류 팬 수가 1억7,800만 명으로 조사되며(2022년 기준, KOFICE) 한류가 세계 대중문화를 선도하는 것으로 평가되는 바, 한류열풍의 미래 동력원으로서 작용할 수 있도록 전통문화자원의 산업적 활용에 대한 장기적인 전략 모색이 요망된다.

한류 콘텐츠는 한국의 드라마, 대중가요, 영화, 연예인 등을 중심으로 전개돼 왔다. 향후 한류가 확산될수록 한류 문화가 새롭게 성장할 수 있는 가능성을 찾고 장기적인 정책대응이 필요한 시점이다. 국제적 문화교류의 지속가능한 발전 기반을 마련하는 과정에서 전통문화를 자원으로 활용하는 정책방안이 중요하다. K-Culture에 대한 국제적인 공감대를 얻고 한국적 문화콘텐츠에 대해 현지인들의 지속적 관심과 요구를 충족시킬 수 있도록, 전통문화자원을 산업적으로 발전시키고 고부가가치의 성장 동력 산업으로 육성시키는 발전기반이 필요하다.

2. 연구 목적

본 연구에서 크게 세 가지 방향성을 제안해보고자 한다.

우선, 전통문화산업진흥법 제정에 따라 전통문화산업을 견인할 수 있는 구체적인 실천전략과 후속 추진방안을 제시하고자 한다. 환경 변화에 대응하여 전통문화진흥을 위한 정책이 산업화되는 추세에서 시대적 역할과 기능의 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 정책 추진 근거와 제도 기틀이 마련되고 있다. 전통문화자원의 새로운 가능성을 포착하고 지속가능한 문화산업발전의 원동력으로 활용할 수 있는 전통문화 산업가치 재발견 및 기술 활성화를 위한 방향을 구체적으로 살피고자 한다.

「전통문화산업진흥법」 제정안에는 창업·제작지원, 연구개발, 표준화·품질관리, 유통·투자 촉진, 특화상품 육성, 인력양성, 실태조사, 국제교류 및 해외진출, 우수사례 발굴 등의 내용을 포함하고 있다. 이에 대한 후속작업으로 전통문화산업을 육성 및 진흥할 수 있는 구체적인 환경조성과 추진방안이 요구되고 있다. 정책계획과 세부 사업추진이 실질적으로 정책효과를 파생시킬 수 있도록 제시될 필요가 있다.

둘째로 전통문화정책의 제도적 기반구상을 통해 관계 부처, 기관 및 업체 간 협력을 강화함으로써 산업적이고 유기적인 진흥을 모색하고자 한다. 특히 전통문화산업의 지속가능한 경쟁력을 확보할 수 있는 경제활동의 기반 조성 방안을 제시하는 데 목적이 있다.

전통문화진흥정책은 공공부문이 주도하고 각 부처에서 고유목적에서 따라 독자적 정책을 추진하며 분야 간 연계성이 낮고 통합적 관리체계가 부재하여, 일부분야는 중복 지원되거나 분야 별로 파편화된 경향에 대해 정책적 개선이 필요하다.

특히 한식, 한복, 한옥, 전통공예, 무형문화재, 국악, 무예 등 개별 분야에 대한 법령제정이 이뤄져 오면서, 전통문화의 산업적 가치 제고를 위하여 그간 노력해 왔다. 그러나 전통문화산업 진흥을 종합적으로 추진하기 위한 제도적 기반이 미흡하였기에, 국가적 체계를 뒷받침하는 제도를 마련하고 경제 산업적 토대를 구성할 필요가 있다. 전통문화산업 진흥법의 입법을 계기로 체계적이고 전략적인 육성을 위한 성장 동력 마련, 그리고 산업적 생산을 견인할 수 있는 중장기적 관점의 생태계 토대 및 기술 인프라 구축방안 등을 모색하고자 한다.

셋째로 기존 전통문화정책 사업에 대한 비판적이고 발전적인 검토를 통해 앞으로의 전통문화산업정책의 성과를 점검하고, 이를 바탕으로 부가가치 산업으로 성장할 수 있도

록 정책영역의 발굴과 체계적인 추진방안을 도출하는 데 있다.

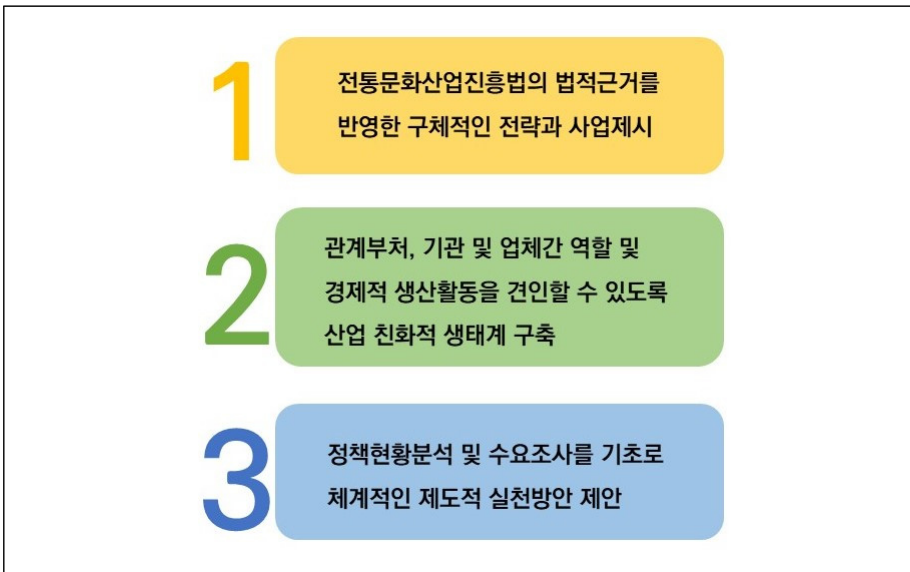
전통문화산업을 체계적으로 진흥하는 제도적 기반이 마련되었기에, 향후 산업적 관점에서 상호조정과 협력을 통해 전통문화산업 주체들이 안정적인 활동을 추진할 수 있도록 구체적인 기반조성을 위한 지원방안을 도출하는 데 그 의미를 둔다.

오늘날 한국사회에서 전통문화정책 내 산업화가 어떠한 의미와 가능성을 가지며 어떤 요소들이 우선되고 강조되어야 하는가에 대한 문제의식을 반영하여, 전통문화산업정책이 어떻게 전개되어야 하는지 실천적인 발전방안이 제안될 필요가 있다.

그 과정에서 일반 국민과 전통산업 관계자 및 정책담당자들을 대상으로 한 설문조사와 전문가들의 심층적인 의견수렴을 진행하고자 한다. 사회적 수요에 대한 실증적인 조사를 토대로 문화산업적 관점에서 그동안의 정책 추진에 대한 질적 운영 제고 및 향후 효율적인 발전방안 도출 개선할 필요가 있다.

이는 체계적이고 지속적인 전통문화정책의 미래대응력을 마련하고자 변화하는 국내 외의 정책 환경과 이슈를 고려하여 향후 전통문화산업의 실행방안을 도출하고자 하는 것이다.

[그림 1-1] 연구 목적



제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 시·공간적 범위

본 연구에서는 시간적 범위로 「전통문화산업진흥법」이 처음 발의되었던 2010년 이후 정책적 동향과 성과를 살피고자 한다. 본 법률이 제정된 2023년을 기준으로 연구의 주요한 시간적 범위를 설정하였다.

공간적 범위로 문체부를 중심으로 한 중앙부처 및 광역지방자치단체를 주요 정책추진 체계의 연구대상으로 하며, 전통문화산업 관계 기관, 단체 및 지원 사업을 주요한 공간적 범위로 설정하였다.

나. 내용적 범위

연구의 내용적 범위는 크게 네 가지로 나뉜다.

우선 전통문화산업 관련 제도 및 정책 현황을 검토하여 정책동향을 분석하고자 하였다. 검토내용은 전통문화산업정책의 운영 및 현황, 분야별 사업을 파악하였고, 문체부를 중심으로 중앙부처 전통문화산업 관련 추진정책의 제도적 기반을 분석하였다.

그리고 일반 국민과 전통문화산업 관련 관계자를 대상으로 설문조사를 통해 전통문화산업 현황과 수요를 분석하고자 하였다. 이후 정책운영 실태에 대한 관계자 의견을 수렴하고, 전문가를 대상으로 정책발전방안에 대한 자문회의를 기획하였다.

그리고 국외 주요국의 전통문화자원에 기반을 둔 사업 및 산업정책에 대한 운영 파악하여 정책지원 사례의 특성을 분석하고 정책적 시사점 도출하고자 하였다.

종합적으로 이러한 연구를 기반으로 문제점 검토를 통해 전통문화산업 진흥을 위한 기반 조성방향 모색 및 향후 체계적인 단계별 개선안 도출하고자 하였다.

2. 연구 방법

가. 문헌연구

문화체육관광부 및 관련 중앙부처 정부문서, 연구기관 정책보고서 및 학술논문, 언론 보도 등 문헌을 검토하고, 국내외 문헌자료, 포럼 자료집, 세미나 및 회의 자료집을 살펴보고, 지자체 및 민간차원 정책사업의 사례를 웹사이트를 통해 자료를 수집하고 검토한다.

나. 설문조사

일반소비자(약 700명 대상), 전통문화산업 현장관계자 및 정책담당자(약 300명)를 대상으로 전통문화산업에 대한 의견조사를 실시하고자 하였다. 전통문화산업 세부 정책 대상 및 범위에 대한 의견, 전통문화산업 관련 사업 만족도와 운영 정도평가, 전통문화산업 관련 향유실태·소비사유, 불만 사항, 전통문화산업 관련 향후 소비증대방안 및 공급 활성화방법에 대한 답변을 도출하고자 하였다. 이를 통해 실효성 있는 연구결과와 이행력 높은 단계별 계획안을 마련하고자 하였다.

다. 관계자 의견수렴 및 전문가 자문회의

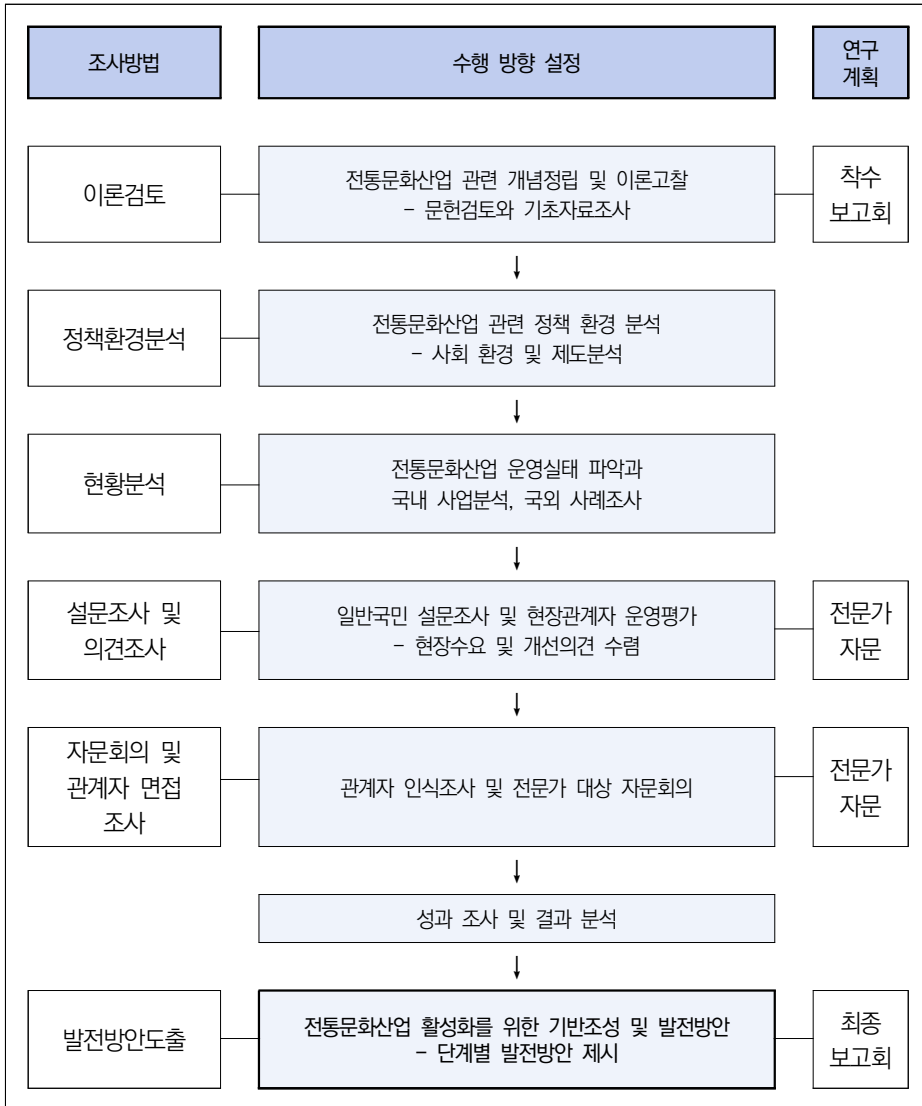
현장 이해가 높은 장르별 관련 담당자 및 실무진, 기업관계자를 대상으로 의견조사를 실시하여 현장실태파악, 애로사항을 청취하고, 실효성 있는 개선 방안을 마련하고자 했다.

또한 전통문화산업의 전문가로 교수, 연구기관 박사 및 현장전문가를 대상으로 자문회의를 실시하고, 심층인터뷰를 진행하고자 하였다. 설문조사 결과를 검토하고, 제도적 측면의 개선점 및 필요사항, 향후 추진과제의 중요도 및 시급성을 파악하고자 하였다.

라. 국외 사례조사 및 비교 분석

일본, 중국, 오스트리아 등 주요국의 전통문화산업 정책 사례분석을 통하여 성공요인을 판별하고, 정책적 시사점을 도출하고자 하였다. 국내 상황에 접목이 가능한 사례를 취사선택하고, 제도적 활용도를 고려한 방안을 살피고자 하였다.

[그림 1-2] 연구의 수행방법 및 과정



전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제2장

전통문화정책 환경 분석

제1절 전통문화정책의 대상 및 흐름

1. 전통문화정책의 대상

가. 전통문화산업 관련 법적인 개념

1) 전통문화산업진흥법의 정의

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “전통문화”란 우리 민족의 문화적 자산으로 보존하고 개발할 가치가 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.
가. 전통예술: 전통무용, 전통음악, 전통미술 등 우리 민족의 고유한 창의적 표현활동과 그 결과물
나. 전통생활양식: 한복 등 의생활, 식생활, 주생활, 한지, 전통놀이 등 우리 민족의 고유한 실생활과 관련된 것
2. “전통문화상품”이란 전통문화 분야에서 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화(전통문화콘텐츠, 디지털전통문화콘텐츠 및 멀티미디어전통문화콘텐츠를 포함한다)·서비스 및 이들의 복합체를 말한다.
3. “전통문화산업”이란 전통문화상품의 기획·개발·제작·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다.
4. “전통문화콘텐츠”란 전통문화적 요소가 체화된 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한 다)의 자료 또는 정보를 말한다.

「전통문화산업 진흥법」 제정안에 법적 대상이 되는 ‘전통문화’, ‘전통문화 상품’ 및 ‘전통문화산업’에 대한 정의를 제2항에 적시하여 설명하였다.

2) 국가유산기본법의 정의

「국가유산기본법」에 법적 근거가 되는 ‘국가유산’, ‘문화유산’ 및 ‘유산의 산업육성’에 대한 항목을 적시하여 제시하였다.

제2조(기본이념) 이 법은 국가유산이 우리 삶의 뿌리이자 창의성의 원천이며 인류 모두의 자산임을 인식하고, 국가유산의 가치를 온전하게 지키고 향유하며 창조적으로 계승·발전시켜나감으로써 삶을 풍요롭게 하고 미래 세대에 더욱 가치있게 전해 주는 것을 기본이념으로 한다.

제3조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “국가유산”이란 인위적이거나 자연적으로 형성된 국가적·민족적 또는 세계적 유산으로서 역사적·예술적·학술적 또는 경관적 가치가 큰 문화유산·자연유산·무형유산을 말한다.
2. “문화유산”이란 우리 역사와 전통의 산물로서 문화의 고유성, 거래의 정체성 및 국민생활의 변화를 나타내는 유형의 문화적 유산을 말한다.
3. “자연유산”이란 동물·식물·지형·지질 등의 자연물 또는 자연환경과의 상호작용으로 조성된 문화적 유산을 말한다.
4. “무형유산”이란 여러 세대에 걸쳐 전승되어, 공동체·집단과 역사·환경의 상호작용으로 끊임없이 재창조된 무형의 문화적 유산을 말한다.

(...)

제27조(산업 육성) ① 국가와 지방자치단체는 국가유산을 매개로 하는 콘텐츠나 상품의 개발·제작·유통 등을 통하여 새로운 부가가치를 창출할 수 있도록 국가유산을 활용한 산업을 장려하여야 한다.

② 국가와 지방자치단체는 국가유산을 통한 일자리 창출을 위하여 취업·창업 등을 촉진시키고 국가유산 분야 종사자의 고용 안정을 위하여 노력하여야 한다.

3) 개별분야 관련 법 대상

전통예술·한식·한옥 등 개별 분야는 관련 법 중심으로 추진, 기타 분야 및 전통문화산업 육성은 「전통문화산업 진흥법」으로 총괄하며 선별하여 집중지원을 하고자 한다.

| 대 분류 | 중 분류 | 소 분류 | 세부내용 및 대상 | 관련 법 |
|----------------|-------------|---------|--|---------------------------------|
| 전통 예술 | 전통 무용 | - | 국악이란 우리 민족의 고유한 예술적 표현 활동인 전통음악, 전통 무용, 전통연희 등과 이를 재해석·재창작한 공연예술을 말한다. | 국악진흥법 |
| | 전통 음악 | - | | |
| | 전통 연희 | - | | |
| | 전통 미술 | 회화 | 산수화, 초상화, 불화, 민화, 서예 등 | 미술진흥법 서예진흥법 |
| | | 공예 | 금속, 도자, 목공, 자수 등 | 공예산업진흥법 |
| 전통 생활 양식 | 한복 등 의생활 | - | 한복, 소품, 침구, 소재 등 | - |
| | 식생활 | 음식 | 궁중음식, 사찰음식, 발효음식, 식재료, 장류, 떡·과자류 등 | 한식진흥법 김치산업진흥법 |
| | | 음료 | 전통주, 전통차 등 | 전통주산업법 차산업법 |
| | | 시장 | 전통시장 | 전통시장법 |
| | 주생활 | 건축 | 탑, 등, 불상, 비석, 한옥, 향교, 서원, 사찰, 누·정·각, 한선 등 | 한옥등건축자산법 성균관·향교·서원법 전통사찰법 |
| | 생활관습 | 신앙 | 동학, 불교, 유교, 원불교 등 | 동학농민혁명 명예회복법 |

| 대 분류 | 중 분류 | 소 분류 | 세부내용 및 대상 | 관련 법 |
|---------|-----------|---------|-----------------------|--|
| | | 놀이 | 놀이, 축제 등 | - |
| | | 무예 | 승마, 국궁, 씨름, 소싸움, 바둑 등 | 전통문예진흥법 씨름진흥법 전통소싸움법 바둑진흥법 말산업 육성법 |
| | | 의례 | 관혼상제 | - |
| | | 언어 | 한글, 방언, 고전 | 국어기본법 |
| | | 이야기 | 신화, 설화, 전래동화 | - |
| | 기술·지 식 | 의료 | 한의학, 약재, 처방 | 한의학육성법 |
| | | 농업 | 영농기술 | 농업식품기본법 |
| | | 국학 | 한국학, 지역학 | 한국학중앙연구원 육성법 |

개별 법률에 적시된 전통문화 주요 대상들은 아래와 같다.

| |
|---|
| <p>§ 국악진흥법 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “국악”이란 우리 민족의 고유한 예술적 표현 활동인 전통음악, 전통무용, 전통연희 등과 이를 재해석·재창작한 공연예술을 말한다. 2. “국악문화산업”이란 국악과 관련 있는 문화상품(국악을 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그의 복합체를 말한다)의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다. |
| <p>§ 공예문화산업진흥법 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “공예”란 문화적 요소가 반영된 기법, 기술, 소재(素材), 문양(文樣) 등을 바탕으로 기능성과 장식성을 추구하여 수작업(부분적으로 기계적 공정이 가미된 것을 포함한다)으로 물품을 만드는 일 또는 그 능력을 말한다. 2. “공예품”이란 공예의 결과물로서 실용적·예술적 가치가 있는 물품을 말하며, 우리 민족 고유의 전통적인 기술·기법이나 소재 등에 근거하여 제작한 전통공예의 제품과 현대적인 소재나 기술·기법을 활용하여 제작한 현대공예의 제품을 포함하여 말한다. 3. “공예문화산업”이란 공예 또는 공예품(공예를 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그의 복합체를 말한다. 이하 같다)의 개발·창작·제작·유통·전시·소비·활용 등과 이와 관련된 산업을 말한다. |
| <p>§ 전통문예진흥법 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “전통무예(「무형유산의 보전 및 진흥에 관한 법률」에 따라 국가무형유산으로 지정된 무예종목을 포함한다)”란 국내에서 자생되어 체계화되었거나 외부에서 유입되어 국내에서 독창적으로 정형화되고 체계화된 무(武)적 공법·기법·격투체계로서 국가적 차원에서 진흥할 전통적·문화적 가치가 있다고 인정되는 것을 말한다. |
| <p>§ 전통주 등 산업진흥법 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. “전통주”란 다음 각 목에 해당하는 술을 말한다. |

| | |
|--|---|
| <p>가. 「무형유산의 보전 및 진흥에 관한 법률」에 따라 지정된 주류부문의 국가무형유산 또는 시·도무형유산의 보유자가 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 면허를 받아 제조한 술</p> <p>나. 「식품산업진흥법」에 따라 지정된 주류부문의 대한민국식품명인이 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 면허를 받아 제조한 술</p> <p>다. 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조에 따른 농업경영체 및 생산자단체와 「수산업·어촌 발전 기본법」 제3조에 따른 어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나 제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다) 및 그 인접 특별자치시·시·군·구에서 생산한 농산물을 주원료로 제조한 술로서 제8조에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)의 제조면허 추천을 받아 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 면허를 받아 제조한 술(이하 “지역특산주”라 한다)</p> <p>3. “전통주 등”이란 다음 각 목에 해당하는 술을 말한다.</p> <p>가. 전통주</p> <p>나. 예로부터 전승되어 오는 원리를 계승·발전시켜 진흥이 필요하다고 인정하여 농림축산식품부장관이 정한 술</p> <p>5. “전통주 등의 산업”이란 다음 각 목에 해당하는 산업을 말한다.</p> <p>가. 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 면허를 받은 전통주를 생산하는 산업</p> <p>나. 제3호나목에 해당하는 술을 생산하는 산업</p> | <p>§ 김치 산업진흥법</p> <p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>1. “김치”란 배추 등 채소류를 주원료로 하여 절임과 양념혼합공정을 거쳐 그대로 또는 발효시켜 제조한 것을 말한다.</p> <p>2. “주원료”란 제조하려는 김치의 제품 특성을 나타낼 수 있는 원료(원료가 여러 종류인 경우에는 최종 제품에 혼합된 비율이 높은 순서로 3개 이내의 원료)를 말한다.</p> <p>3. “김치재료”란 배추, 무, 고춧가루, 마늘, 생강, 파, 소금, 젓갈 등 김치제조에 사용되는 원료를 말한다.</p> <p>4. “김치산업”이란 김치를 생산, 가공, 제조, 조리, 포장, 보관, 수송 또는 판매하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.</p> |
| <p>§ 한식 진흥법</p> <p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>1. “한식”이란 우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리 방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만들어진 음식과 그 음식과 관련된 유형·무형의 자원·활동 및 음식문화를 말한다.</p> <p>2. “한식산업”이란 한식과 관련된 기획·개발·생산·유통·소비·수출 등의 산업을 말한다.</p> | <p>§ 한옥 등 건축자산 진흥법</p> <p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <개정 2023. 8. 8.></p> <p>1. “건축자산”이란 현재와 미래에 유효한 사회적·경제적·경관적 가치를 지닌 것으로서 한옥 등 고유의 역사적·문화적 가치를 지니거나 국가의 건축문화 진흥 및 지역의 정체성 형성에 기여하고 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. 다만, 「문화유산의 보존 및 활용에 관한 법률」 또는 「자연유산의 보존 및 활용에 관한 법률」에 따라 지정·등록된 문화유산 또는 자연유산은 제외한다.</p> <p>가. 「건축법」 제2조제1항제2호에 따른 건축물</p> <p>나. 「건축기본법」 제3조제2호에 따른 공간환경</p> <p>다. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제6호의 기반시설</p> <p>2. “한옥”이란 주요 구조가 기둥·보 및 한식지붕틀로 된 목구조로서 우리나라 전통양식이 반영된 건축물 및 그 부속건축물을 말한다.</p> <p>3. “한옥건축양식”이란 한옥의 형태와 구조를 갖추거나 또는 이를 현대적인 재료와 기술을 사용하여 건축한 것을 말한다.</p> |
| <p>§ 전통 소싸움법</p> <p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> | |

1. “소싸움”이란 소싸움경기장에서 싸움소 간의 힘겨루기를 말한다.
2. “소싸움경기”란 소싸움에 대하여 소싸움경기 투표권을 발매(發賣)하고, 소싸움경기 투표 적중자에게 현금 금을 지급하는 행위를 말한다.
3. “싸움소”란 소싸움경기에 출전하게 할 목적으로 소싸움경기 시행자에게 등록된 소를 말한다.
4. “싸움소 주인”이란 싸움소를 소유하거나 소유할 목적으로 소싸움경기 시행자에게 등록한 자를 말한다.

나. 전통문화의 특징

1) 유네스코 국제규범에 따른 유산체계와 전통문화

〈표 2-1〉 무형문화유산 보호 협약

- 무형문화유산의 전달수단으로 언어를 포함한 구전 전통과 표현
- 전통 공예 기술
- 사회적 관습, 의식, 축제 행사
- 자연과 우주에 관한 지식과 관습
- 공연 예술

유네스코 국제기구는 1989년 제25차 총회에서 전통문화 및 민속보호에 관한 권고를 채택하였고, 2003년 10월 무형문화유산보호협약을 통해 국제규범을 설정하였다. 협약은 구체적으로 ‘무형문화유산’의 다섯 가지 영역을 범주화하였다.

세대 간 전승되는 이러한 무형문화유산은 공동체 및 집단이 환경에 대응하고 자연 및 역사와 상호작용하면서 끊임없이 재창조되고 이들이 정체성 및 계속성을 갖도록 함으로써 인류의 창조성과 지속가능한 개발에 대해 존중한다고 설명하였다. 국제 규범은 전통문화와 전통문화산업의 범주를 일괄적으로 구분하지 않고 있으며, 특히 원형보존의 원칙을 명시하는 경우가 없고 지속가능한 발전성이 강조되고 있다.

○ 유네스코에서 발표한 보고서는 전통문화의 특징을 다음과 같이 서술하였다.

“전통은 여러 세대에 걸쳐 지속 가능한 형태로 지식과 기술을 변형, 확장, 전달하는 성공적인 문화 원칙을 의미한다. 역동적인 전통은 현대성과 모순되지 않고, 오히려 항상 현대성을 수반한다. 그들은 역사적 뿌리를 인식하고 스스로를 갱신하기 위해 선택 과정에 "오래된 것"을 적용하고 이를 통해 입증되고 여전히 기능적인 측면과 혁신적인 측면을 미래에 전달한다. 따라서 이러한 전통 개념은 전달에 수반되는 역동성과 연속성 사이의 상호 작용을 내면화한다.”《참조, Noseck Michaela(2015), Was ist Tradition? – UNESCO》¹⁾

1) 출처: Bundeskanzleramt(2016), Traditionelles Handwerk als immaterielles Kulturerbe und Wirtschaftsfaktor in Österreich, p.15.(연구진 번역).

2) 전통문화의 개념 확장

전통문화는 생활양식(의/식/주/한지/놀이 등)와 전승예술을 대상으로 다양한 문화변용의 과정을 거치면서 축적성, 적응성, 변동성을 기반으로 오늘날 형성되어왔다. 전통문화산업 진흥법 제정은 국내 전통문화정책의 방향 정책에 변화를 가져왔다. 지금까지는 문화유산 개념을 바탕으로 한 원형성에 중심을 두고 이를 재건하려는 입장에서 전통문화를 바라보았다면, 앞으로는 전통문화를 역사적 전승에 중점을 두기보다는 현실적 자생력을 확대시키는 산업적 정책으로 정립되었다고 볼 수 있다. 끊임없이 변화하는 동적인 흐름 속에서 우리사회를 이루는 민속양식의 문화자산을 창조적으로 발전시키려는 활용 정책으로 미래를 설계하고 추진되는 방향성을 갖추는 계기가 되었다.²⁾

| 전통문화의 축적성(蓄積性) |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 단순히 지나간 과거의 문화를 뜻하는 것이 아니며, 현재까지 이어온 흐름 속에서 영속하는 문화로, 오늘날에도 효용성을 가질 뿐만 아니라 미래의 문화창조의 원동력으로 역할을 하는 것을 중시함 - 과거와 현재를 전혀 별개의 것으로 구분하는 것은 무리가 따르며, 현재에도 우리의 삶속에서 기능하고 있는 문화로 보는 것이 타당하다고 보기도 함³⁾ |
| 전통문화의 적합성(適合性) |
| <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화의 내용에 대하여 “전통은 언제나 선택적 전통이다. 다시 말해서 한 사회의 전통은 과거로부터 대를 물려 내려온 총합적 유물이 아니라, 역사를 통해서 그 사회의 구성원들이 자신들의 시점에서 의미 있고 가치 있다고 생각하는 전통의 요소를 선택하여 보존하고 재구성한 결과이다... 오늘날 존재하는 전통은 특정한 요소가 강조되고 선별되는 반면, 다른 요소는 무시되거나 제외되는 선택의 과정을 통해 재창조된 전통이다”⁴⁾라고 언급함 - 전통은 전승문화의 보존 취지보다는 현대에 어떤 가치와 역할을 보유하고 있는 문화로 일컬으며, 이는 미래의 새로운 가치를 생산해내는 재료가 될 수 있음 |
| 전통문화의 변동성(變動性) |
| <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화는 자신들의 고유문화에 외래문화를 수용하며 재생산해온 것으로, 독창성만을 의미하지 않고 시간의 흐름 속에 고유성과 보편성이 융합되어 형성됨 - 문화유산은 과거의 고정된 산물이 아니며, 시대변화에 따라 양식의 변형이 지속적으로 동반되고 그 의미성과 가치를 추가하는 적응력을 내포하고 있음 |

출처: 전통문화 진흥을 위한 정책 기초연구(문체부, 2019. 연구책임: 김면), p.20

3) 산업적 관점에서 전통문화

전통생활문화와 전통예술은 범주가 넓고 분야별 특성이 다양하여 전통문화 분야에서

2) 김면(2019), 전통문화 진흥을 위한 정책 기초연구, 문체부, pp.25-27.

3) 정갑영(1995), 「21세기를 향한 우리나라 전통문화정책의 방향과 과제」, 문화정책논총 제7집, 한국문화관광연구원, p.108.

4) 정수복(2007), 『한국인의 문화적 문법』, 생각의 나무, p.57.

산업으로 육성할 분야를 선별하여 우선순위에 따라 집중 지원하는 대응책이 필요하다. 전통문화산업 시장의 공급자는 대체로 영세한 규모이며, 제작에서 유통, 판매에 이르기까지 분화되어 있지 않는 등 산업화의 정도가 낮은 편이다. 관련 전통문화산업분야의 대한 특징을 살펴보고자 한다.⁵⁾

① 높은 장인수공업 의존도

장인은 숙련된 경험으로 제작방식에서 기술, 기능, 기법, 원재료에 대한 전문성 및 공예의 특질과 가치를 잘 습득하고 있으며, 본인만의 독특한 최종 제품을 생산한다. 제품의 공급에서 개인적 스킬이 결정적인 요소로 나타난다.

제품생산과 관련하여 개발, 생산, 판매, 홍보까지의 직접적인 마케팅, 자본의 영세성, 영세한 유통구조가 두드러진다. 전통생산의 특징은 제품을 주문받아 생산할 시에 제품을 구상하고 생산하는 과정이 개인에 절대적으로 의지한다는 점이다.

② 생산자와 고객 및 직원 간 긴밀한 인적관계

장인과 고객 간의 개인적인 소통이 중요하다. 수요시장에서 소비자와 생산자 사이의 관계는 직접적인 관계를 형성하고 풍부한 소통뿐만 아니라 고객 규모를 파악하는 것이 가능하다. 사업경영에서는 개인적인 친밀감과 충성심을 특징으로 하는 직원과의 친밀한 관계를 갖는다. 전통적으로 장인과 직원 혹은 젊은 후학 간 직접적인 근접성과 개인적인 관계에 기반하며, 도제식 생산단위의 운영 형태가 보인다.

③ 지역문화의 가치와 경제적 활력

신뢰성을 바탕으로 전통장인은 개인적으로 사업을 내부적으로나 외부적으로 대표한다. 관련 사업은 적어도 3세대 동안 존재해 왔으며, 기업 중 상당수는 훨씬 더 많은 세대를 거슬러 올라가는 역사성에 뿌리를 두고 있다.

업체는 소규모의 자본과 인력구조, 소량생산, 고품질을 대표한다. 대량생산을 통한 양

5) 전통문화산업의 특징을 오스트리아의 관련 조사보고서를 통해 구체적으로 고찰해보고자 한다. 유네스코 오스트리아위원회는 자국 내 위기에 처한 전통수공업 산업에 대하여 현재 전통수공업의 현황을 분석하고 문제 진단을 통해 해결방안을 모색하는 실태조사보고서를 발표하였기에, 이를 참조하고자 한다.

(참조) Bundeskanzleramt(2016), Traditionelles Handwerk als immaterielles Kulturerbe und Wirtschaftsfaktor in Österreich, pp.31-39.

적 증가에만 초점을 맞춘 사업은 장인 정신 자체를 외면하는 것으로 간주한다.

상품의 생산과 유통이 소재지역과 일치하며, 특정한 지역의 환경, 풍속 등의 특성을 소재로 활용하고 지역특색에 강점을 두고 있다. 무엇보다도 전통적인 장인은 로컬 네트워크 내에서 지역 주민을 위한 공급자 역할을 한다. 때로는 관광 측면에서 매력적인 특징으로 기능하기도 한다.

지속 가능한 사업 관행은 전통문화산업의 필수적인 특징을 보인다. 세대를 거쳐 지식과 기술을 전수하는 경향은 사업 환경 내에서 긍정적인 발전을 이어가고 있다. 지역적, 국가적 심지어 국제적 중요성을 지닌 문화 자산의 생성과 유지는 전통수공업과 밀접하게 연결되어 있다. 따라서 전통수공업기술은 지역별 문화를 반영하고, 다양화하고, 변화시키고, 전달할 수 있는 제품 및 생산 방법 개발에 크게 기여한다.

전통수공업은 취미가 아니라 장인과 직원들에게 소득을 제공하는 역할을 하며, 오늘날에도 경제의 중요한 기둥으로 역할을 한다.

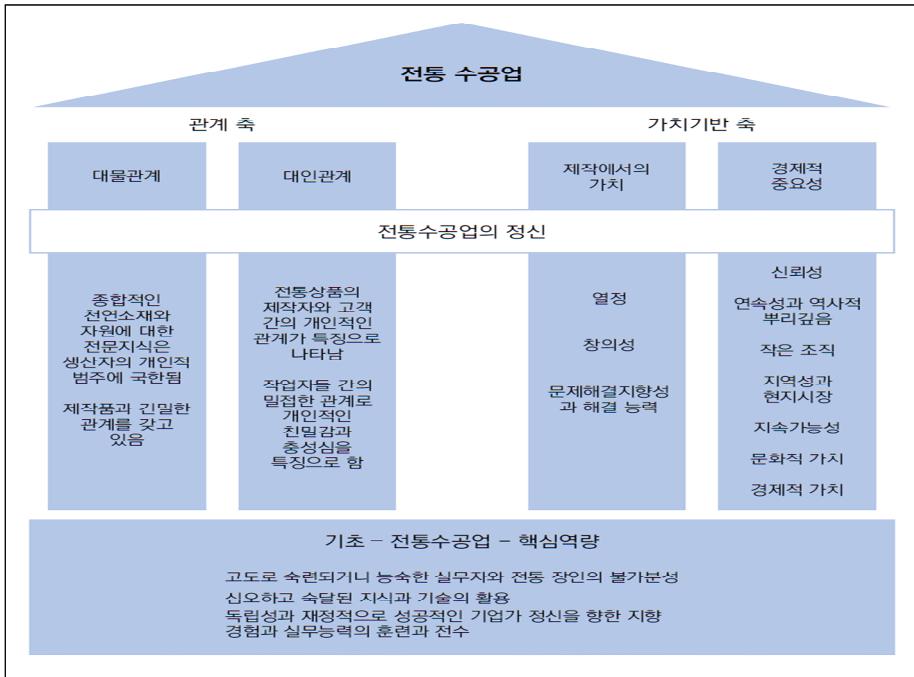
④ 장인정신의 의미

전통수공업은 경제적 이익만으로는 온전한 보상을 받을 수 없는 상황으로 그 자체로 의미와 성취감을 주는 고품질의 제품을 생산하는 일에 만족감을 느낀다.

장인정신 분야에서 탁월한 성과를 거두려면 재능, 근면함, 지식 및 기술이 필요하다. 이미 확립된 제품의 재생산으로 이어질 수 있으며, 새로운 형태와 기능을 얻기 위해서는 제작에서 많은 창의성이 요구된다. 장인 정신은 소비자의 필요와 요구 사항을 충족하는 솔루션을 지향하며 항상 수요자가 필요로 하는 제품 및 관련 서비스를 포괄적으로 제공하는 것을 지향한다.

전통 장인은 작업장의 수장에 이르기까지 자신의 작업 분야를 밑바닥에서 배우는 과정을 거치게 된다. 전통공예가는 사업 관련된 모든 과정(대인관계 포함)에서 포괄적으로 제품 제작과정을 지휘하고, 모든 것에 대한 총괄책임을 갖는다. 이런 상황은 지식과 기술을 전수하려는 의지뿐 아니라 경제적으로도 성공적인 사업을 이루려는 욕구를 반영하는 것이다. 무엇보다 '전통'이라는 용어 자체에서 알 수 있듯이 관련 지식과 기술의 전수가 매우 중요하다. 직업 정신의 핵심 요소는 후속세대에 교육을 제공하고 지식 전달에 소명을 느끼는 것이라고 할 수 있다.

[그림 2-1] 전통 수공업



출처: Traditionelles Handwerk als immaterielles Kulturerbe und Wirtschaftsfaktor in Österreich(2016, p.40) (연구진 번역)

2. 전통문화정책의 흐름

가. 문화예술 진흥 종합계획 내 전통문화 진흥

1) 『문화발전 중 장기 계획 연구』 내 전통문화 진흥 정책

전통문화산업 정책은 1990년에 표방된 『문화발전 10개년 계획』에서 전통문화의 생활화와 연계되어 구체적인 모습을 처음 만날 수 있다. 이 연구는 문화 발전 계획 구상을 제시하고 있는데, 문화 발전 기반 구상, 전통 문화의 보존과 계승, 예술 진흥, 국민 생활 문화의 진흥, 문화 산업의 육성, 문화 국제 교류로 나누어 제시하고 있다. 전통문화의 보존과 계승은 두 번째 꼭지에 언급하고 있는데 전통문화의 보존 과 계승에 대해 각각 구체적인 정책 방안을 제시한다.

전통 문화의 보존을 위한 사업들로 “종교 문화, 생업 문화, 세시 풍속, 놀이 문화 등의

신규 발굴 및 보존”을 제시하고 있으며, “유형 문화재 보존”, “부여 제도⁶⁾ 도입 실시”을 정책으로 언급하고 있다.

전통 문화의 계승을 위한 사업들로 “전통문화를 기초한 의식주 생활 문화, 축제 문화, 놀이 문화, 종교 문화, 예술 분야 등의 개발 및 현대화”에 대해 이야기 하고 있으며, “관 혼상제 간소화, 전통 의류 전시관 설치, 기능별 한복 개량 유도, 전통 건축미 보존, 전통 세시 풍속 행사 보존 및 재현 보급, 전통에 바탕을 둔 현대적 놀이 개발, 민속 박물관의 문화권별 설치, 전통 가옥 민속 마을의 체계적 관리, 지역 사회 특장 전통 공예 전시관 개설 및 기예능 현장의 생산 재현 및 단지 조성, 전통 토속 음식 생산 재현 및 향토 음식 문화 전시와 상품화, 전통음악 교육 강화, 탈춤, 마당극 개발로 민중의 공연 예술 정착 및 전국 놀이마당 설치” 등을 제시하고 있다.

〈표 2-2〉 문화발전 중·장기 계획 연구

| 문화 발전 계획 구상 | 세부 내용 |
|--------------|---|
| 문화 발전 기반 조성 | 제도 개선 문화재정 확충 문화 기본 시설의 확충 |
| 전통문화의 보존과 계승 | 전통문화의 개념 전통 문화 시책의 문제점 방침 전통 문화의 보존 전통 문화의 계승 |
| 예술 진흥 | 문학 분야 미술 분야 무대 예술 분야 |
| 국민생활문화의 진흥 | 지역 문화의 진흥 근로 청소년 문화 활동 신장 청소년 문화 활동 신장 언어 문화의 발전 문화 관광의 진흥 의, 식, 주와 예설의 정통성 유지 |
| 문화 산업의 육성 | 영상 매체의 육성 위성 방송 시대에 대비 도서 출판의 진흥 새로운 문화 산업의 육성 문화 발전을 위한 언론, 방송의 기능 강화 |
| 문화 국제 교류 | 문화 국제 교류 |

6) 문화발전 중장기계획연구, 114쪽. “부여 제도는 역사적 가치가 탁월한 미술품, 도서 컬렉션 또는 동산 문화 재 등을 재산 상속인 또는 수증인 등이 상속세, 증여세 등의 세금을 현물로 국가에 납부하게 함으로써 귀중한 문화재, 예술품 등을 안전하게 보존 관리 할 수 있게 할 수 있는 제도 이다.”

이어서 <신한국 문화창달 5개년 계획>(1993)을 통해 문화의 산업적 측면이 강조되었다. 문민정부 출범 이후 수립된 <새문화·체육 청소년 진흥 5개년 계획> 중 문화부문 계획으로, ‘신한국 창조’라는 국민정서에 부합하는 문화정책과 사업계획을 새롭게 반영하였다. 기존의 문화발전 계획과 비교해서 큰 변화는 없으나, 문화의 산업적 측면이 강조되었다는 특징을 지닌다.⁷⁾

2) 『창의 한국』 내 전통문화 진흥 정책

2004년 『창의 한국』은 전통문화 진흥을 문화비전 27대 추진과제 중 11번째 과제로 “문화유산 보존과 전통의 현대적 계승”이라는 이름으로 구체화 하였다. 예시사업으로 “경주 역사문화중심도시 조성, 문화재 보존과 사유재산권의 조화, 전통문화 자원의 보존·전승과 현대적 재창조, 무형문화재의 체계적 보존과 전승 활성화, 내셔널 트러스트 등 국민의 문화재보호 참여 활성화, 보존과 활용의 조화를 통한 민속 전통 삶의 양식 보존”을 들고 있다. 이중에서 전통문화와 직·간접적으로 관련이 있는 사업은 예시사업은 11-3. 전통문화 자원 보존·전승과 현대적 재창조, 11-4. 무형문화재의 체계적 보존과 전승 활성화, 11-6. 전통과 조화를 통한 민속마을 전통 삶의 양식 보존이다.

〈표 2-3〉 창의 한국 내 문화유산의 보존과 전통의 현대적 계승

| 구분 | 예시 사업 |
|----------------------|--|
| 문화유산의 보존과 전통의 현대적 계승 | 11-1. 경주 역사문화중심도시 조성 11-2. 문화재 보존과 사유재산권의 조화 11-3. <u>전통문화 자원의 보존·전승과 현대적 재창조</u> 11-4. <u>무형문화재의 체계적 보존과 전승 활성화</u> 11-5. 내셔널트러스트 등 국민의 문화재 보호 참여 활성화 11-6. <u>보존과 활용의 조화를 통한 민속마을 전통 삶의 양식 보존</u> |

전통문화 자원의 보존·전승과 현대적 재창조 예시사업 중 전통문화 관련 사업은 지역 전통문화 자원 보존 기반 강화를 들고 있는데, 이 내용은 분야별 민속 종합조사와 민속 지도 제작, 전통 기·예능 조사, 전통문화콘텐츠 구축, 전국지명사전 편찬 및 전산화 작업이 해당된다.

무형문화재의 체계적 보존과 전승 활성화 예시사업 중 전통문화 관련 사업은 전통공

7) 한국문화관광연구원(2019a). 「전통문화 진흥을 위한 정책기초연구」, 문화체육관광부, p.35.

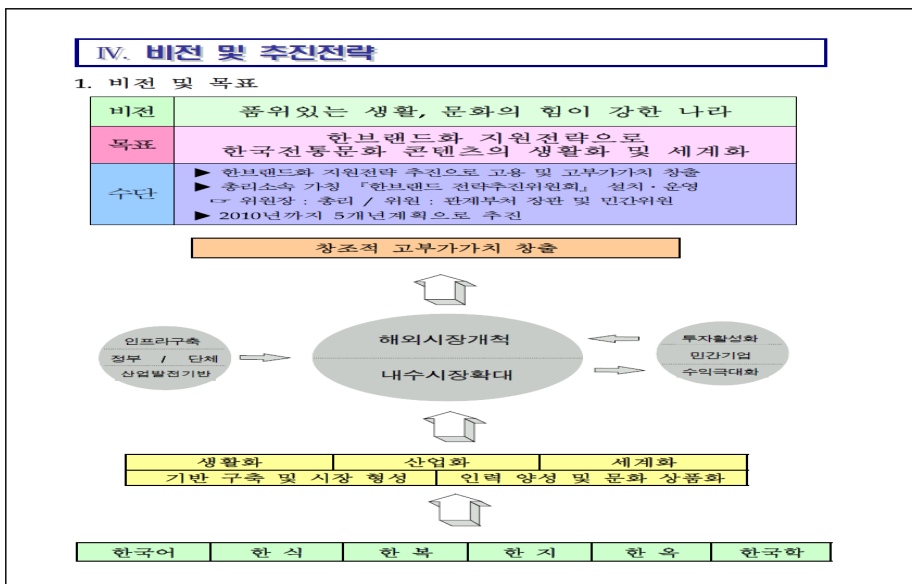
예작품 전시·판매 활성화 인프라 구축, 전통공예작품 구입예산 지원 확대가 해당된다. 전통과 조화를 통한 민속마을 전통 삶의 양식 보존의 추진 방안으로 전통민속마을 보존·활용, 전통민속마을 종합정비계획 수립 및 정비, 전통민속마을 내 주민 거주 가능한 제도 기반 마련, 전통민속마을 주민의 자발적 보존·활용 활동 참여 정착을 들고 있다.

나. 전통문화 진흥 종합계획

1) 한(韓) 브랜드화(Han Brand) 지원 전략(안) -한국 전통문화 콘텐츠 세계화 전략-

2005년 문화관광부 국어민족문화과는 『한 브랜드화 지원 전략』을 수립하고 “품위 있는 생활, 문화의 힘이 강한 나라”라는 비전과 생활화, 산업화, 세계화라는 추진 전략을 통해 창조적 고부가가치 창출을 목표로 하는 전통문화 진흥 전략계획을 발표 하였다. 한브랜드 전략추진위원회(위원장 국무총리) 및 6개 실무위원회로 구성된 추진체계를 구성하였고, 한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학 이라는 세부 영역을 확정 제시하였다.

이 전략 계획은 전통문화의 산업화를 공식적으로 선언하고, 6개 분야별 세부 추진과 제 제시, 한 브랜드 문화상품화, 지역 거점 집중 육성, 인프라 확충, 제도 정비, 해외진출 활성화 등의 성과를 냈다. 다만 분야별 사업 중심으로 백과사전식 전략 체계 구성한 점은 한계점 이라고 할 수 있다.



2) 한(韓) 스타일(Han Style) 육성 종합계획 -전통문화 콘텐츠의 생활화, 산업화, 세계화

2007년 한 브랜드화 지원 전략의 수정 계획 성격을 갖는 『한 스타일 육성 종합계획』이 수립되었다. “세계 문화와 소통하는 한국문화의 새로운 문예부흥 시대 실현”이라는 비전을 설정하고 생활화, 산업화, 세계화라는 추진 전략을 통해 전통문화를 콘텐츠화 하려는 노력을 제시 하였다. 한스타일 지원협의회(위원장 문화관광부 차관)과 민간 중심의 한스타일 추진 본부로 구성된 추진체계를 구상하였고, 한글, 한식, 한복, 한옥, 한지, 한국음악이라는 한스타일 6개 영역을 제시하였다. 6개 영역에서 한국어는 한글로 바뀌었고, 한국학은 제외되었으며, 한국음악이 새롭게 포함되었다. 전통문화를 단순한 보존대상에서 창조적 계승대상으로 가치를 재인식하기 위한 목적으로, 구체적으로 다음과 같다.



한스타일 기반 구축 사업, 한글(해외 세종학당 개설 및 운영 지원, ‘국내외 한글 전문가 양성 및 초청교육, 이주민 대상 한글교육, 한글 디자인상품 공모 및 개발 등), 한식(한식 조리법 표준화 및 인프라 구축사업, 해외 한식당 인증제 및 경쟁력 제고사업, 국내 방문 외국인 한식체험 지원 사업 등), 한복(한복 생활화 사업, 한복 디자인 연구개발 지원 및 공모사업, 세계 4대 패션쇼 참가 및 한복 해외진출 지원 확대 등), 한옥(전통 한옥 건축의 보전·관리 및 활용, 한옥건축 전문 인력의 양성 및 관리, 한옥의 관광자원화 및 한국식 정원모델 개발 등), 한지(한지산업 종합지원센터 건립 지원, 한지 장인 후계자

양성, 한지산업의 현대화 지원 등), 국악(국가브랜드 공연작품 개발 및 국제교류 프로그램 확대, 어린이, 청소년, 가족 단위 국악체험프로그램 개발 지원 등)

3) 전통문화의 창조적 발전 전략(2012) -전통문화의 대중화·현대화·세계화-

전통문화의 창조적 발전 전략은 『전통문화를 통한 고품격 문화한국 구현』이라는 비전을 설정하고 대중화, 현대화, 세계화라는 추진 전략을 통해 전통문화를 통한 국가브랜드 20위권으로의 순위 상승을 목표로 수립되었다. 범정부 지원협의체 구성을 통한 추진체계가 마련되었으며, 문화, 관광, 콘텐츠별 사업 연계로 융합형 전통문화산업 개발이라는 성과를 만들어 냈다.

당시 한류 콘텐츠의 긍정적 영향을 우리 전통문화 확산을 위한 매개체로 활용하려 노력하였다. K-POP 공연 시 한복, 고궁 무대 등 전통문화의 활용, 드라마·영화 제작 시스템 개발, 시나리오 구성 등 다양한 사업을 시도하였고 단기적 성과와 함께 전통문화 영역과 콘텐츠 분야, 관광 분야가 결합되어 부가가치를 만들어 낼 수 있다는 자신감과 함께 기회의 창을 여는 계기를 마련할 수 있었다.

◆ 비전 및 추진전략

- 동 발전전략은 '전통문화를 통한 고품격 문화한국 구현'을 비전으로, '15년까지 전통문화 부분의 국가브랜드 순위'를 현재 35위에서, 20위권으로의 도약을 목표로 제시한다.
- 추진 전략으로 금년에 우선 실행할 수 있는 전통문화의 가치 및 인식 확산과 제도적 기반을 마련하여 국민적 공감대를 마련하고, '13년 이후 중장기적으로 전통문화의 대중화·현대화·세계화 과제를 점진적으로 추진해 나갈 것이며,
- 이를 위하여 단기 10대 및 중장기 10대 핵심과제를 선정하여 우선 '12년에 335억 원을 투입하고,' 13년부터 '14년까지 소요되는 예산(총 2,300여억 원)은 기재부 등 관련부처와 협의하여 확보해 나갈 계획이다.

주목할 만한 부분은 전통문화와 첨단기술 접목 R&D 및 디지털전통문화 서비스 개발 등 전통문화 분야의 디지털 전환이라는 경향성을 종합계획에 반영하여 시대에 부응하는 태도를 견지하였다는 점이다. 문화원형 DB, 전통문양 DB, 민간 소장 문화유산 DB, CT R&D 확대 등의 사업을 통해 장기적 관점에서 전통문화 산업화를 위한 정보 인프라 구축하였고, 이 사업의 결과로 추후 민간에 전통문화 기초 정보를 제공하여 전통문화 상품을 기획하고 제작하는데 도움이 되었다.

4) 전통문화의 세계화 방안(2015)

『전통문화의 세계화 방안』은 “전통문화의 재발견, 세계로 나아가는 전통문화”라는 비전을 설정하고 현대화, 산업화, 세계화라는 추진 전략을 통해 현대 기술 및 생활양식과 접목 확산으로 세계 속 한국문화 브랜드화 추진을 꾀하였다. 문체부 1차관 중심 “문화융성 추진전략 회의 TF” 구성을 통한 추진체계가 마련되었다.

전통문화 세계화 방안의 압권은 두 번째 추진과제로 ‘전통문화의 산업화’를 전면에 내세운 점이다. 창조경제혁신센터 협력을 통한 창업 지원 생태계 구축, 전통문화 장인-산업 전문가 협업체계 강화, 전통문화 관광자원화라는 세부 과제를 통해 전통문화 산업화 방향성을 단계별로 달성 시도를 구체화 하였다.

창조경제혁신센터의 대표 프로젝트를 소개하면서 전통공예 적용, 고품격 화장품 용기 개발(충북 창조경제혁신센터), 한지 인테리어 소재 및 상품개발(전북 창조경제혁신센터), 전래 동화 연계 게임앱 개발 지원(전북 창조경제혁신센터), 종가음식 기반 현대적 메뉴 패키지 개발(경북 창조경제혁신센터, 문화창조융합센터), 전통 탈 소재 융복합 캐릭터·공연 등 개발(경북 창조경제혁신센터), 문화유적 가상현실 관람 시스템 개발(대전 창조경제혁신센터), 조선시대 보드게임 승경도를 소재로 한 전통놀이 개발(문화창조융합센터) 등 성공 모델을 제시하여 전통문화 산업화의 가능성을 제시하였다. 또한 전통-산업 협업 체계 구축 사업으로 공예 장인과 기업 협업 상품 개발 시도를 지원하여 전통 옷칠 휴대폰 케이스, 나전칠기 자동차 인테리어(현대자동차), 전통소재 전기밥솥(PN 품년) 등의 성공 사례를 제시해 전통문화 산업화 초기 길라잡이가 되었다.

전통문화의 세계화 계획은 본격 전통문화산업 진흥 계획은 아니지만, 전통문화의 보존 및 발전이 당위가 아닌 그 본연의 가치가 시장영역에서도 인정받을 수 있을까라는 의문을 푸는데 실마리를 제시한 계획이라고 평가할 수 있다. 특히, 전통문화의 호혜적 보호주의의 발전적 균열을 위해 창조경제혁신센터라는 시장과 공공의 중간 지점에서 전통문화를 산업화하기 위한 전략적 위치 선정은 탁월한 선택이었다고 평가할 수 있다.

이제까지의 전통문화 진흥 계획을 종합하면 아래의 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 전통문화 진흥 종합계획 비교표

| 구분 | 한브랜드 자원 전략 -한국 전통문화 콘텐츠 세계화 전략- | 한스타일 육성 종합계획 -전통문화 콘텐츠의 생활화, 산업화, 세계화- | 전통문화의 창조적 발전 전략 -전통문화의 대중화·현대화·세계화- | 전통문화의 세계화 방안 |
|----------------|--|--|--|--|
| 수립 년도 | 2005 | 2007 | 2012 | 2015 |
| 비전 | 품위 있는 생활, 문화의 힘이 강한 나라 | 세계문화와 소통하는 한국문화의 새로운 문예부흥 시대 실현 | 전통문화를 통한 고품격 문화한국 구현 | 전통문화 재발견, 세계로 나아가는 전통문화 |
| 목표 기간 | 2005~2010 | 민간주도의 자생력 생성 시 까지 | 설정 안함 | 설정 안함 |
| 수립 주체 | 문화관광부 | 문화관광부 | 문화체육관광부 | 관계부처 합동 |
| 추진 체계 | 한브랜드 전략추진위원회 (국무총리) | 한브랜드지원협의회 (문화관광부 차관) | 법정부 지원협의체 구성 (문체부 차관) | 문화융성 추진전략 회의TF (문체부 1차관) |
| 방향성 | 생활화 산업화 세계화 | 생활화 산업화 세계화 | 대중화 현대화 세계화 | 현대화 산업화 세계화 |
| 세부 분야 | [장르별 구성] 한국어 한식 한복 한지 한옥 한국학 | [장르별 구성] 기반구축 한글분야 한식분야 한복분야 한옥분야 한지분야 한국음악분야 | [전략 중심 구성] 전통문화 저변확대 전통문화 융화촉진 해외진출 활성화 전통문화진흥 기반조성 전통문화 향유확대 | [전략 중심 구성] 전통생활문화 확산 선비정신 가치 재발견 전통 공연예술 계승·발전 창조경제혁신센터 협업 장인·사업전문가 협업체계 전통문화 관광자원 재외문화원 전통문화 전진기지화 전통생활·정신문화 해외 확산 |
| 관련 부처 | 재경부, 과기부, 외교부, 행자부, 농림부, 복지부, 건교부, 국무조정실, 기여처, 광역자치단체 | 국가이미지위원회, 문화부, 건교부, 농림부, 예산처, 홍보처, 교육부, 과기부, 산자부, 문화재청 | 문체부 | 문체부, 농식품부, 국토부, 미래부, 문화재청, 외교부, 산업부 |
| 시장 참여 수준 | 민간위원 참여 | 민간 주도 한스타일 추진 본부 설립 지원 | 민간자문위원회 구성 | 창조경제혁신센터 협업 |
| 법· 제도 | 정부 차원의 인프라 확충, 제도 정비, 해외진출 | 한스타일 범정부 지원체계 마련, 대표 브랜드 선정, 관광산업화 촉진 | "전통문화산업진흥법" 제정 추진 | "전통문화산업진흥법" 제정 추진 |

3. 정책적 시사점

가. 전통문화 진흥 종합계획의 성과

『한 브랜드화 지원 전략』부터 시작된 전통문화 진흥 계획들의 핵심 성과는 전통문화 활용 및 향유정책에 대한 사회적 관심을 증가 시킨 것이다. 전통문화에 대한 중요성을 환기하고, 국민의 전통문화에 대한 인식 수준 향상에 기여하였다. 이런 인식 개선은 중앙부처와 지방자치단체의 전통문화사업의 점증적 확대로 이어졌으며, 관련 정책 사업이 증가하는 효과를 만들어 냈다. 한식, 한복, 한지, 한옥, 한글, 공예 등을 중심으로 시민 향유 기회를 크게 확대하여 의미 있는 성과를 만들어 냈다.

이 성과들을 구체적으로 살펴보면 첫째, 일상에 만나는 전통문화가 확산되었다. 광화문 근방 곳곳에서 한복을 입고 여가를 즐기는 사람들을 확인할 수 있으며, 한옥체험을 할 수 있는 숙박시설이 증가하여 2023년 현재 1,901개로 집계된다. 우리 정서적 외면 속에서 숨 죽여 있던 전통이 다시 관심의 대상으로 변화하였다. 이런 인식 변화에 정부가 역할을 했다는 것은 누구도 부인하기 어려울 것이다.

둘째, K-Culture에 대한 세계적인 공감대 속에서 우리 전통문화는 한류의 원류이자 민족 자긍심으로 세계적인 관심의 대상이 될 수 있었다. BTS, 블랙핑크의 무대의상이 된 한복 뿐 아니라, 드라마 의상이 된 장신구들이 세계인의 관심을 받는 상황이 되었다. 이는 한국 전통문화도 오늘날 우리와 만나 새로운 이야기를 만들고, 현대인의 소구와 만난다면 충분히 시장성을 갖는 제화와 서비스가 될 수 있음을 보여 주었다.

마지막으로, 제도적 지원체계가 만들어 졌다. 2011년 국가한옥센터 건립(건축공간연구원), 2014년 한복진흥원(경북), 2010년 한지산업지원센터 등 관련 전문기관이 설립되어 고유목적사업을 추진하고 있으며, 매년 성과를 도출하고 있다. 그리고 이 모든 관심과 노력의 결과로 2023년 8월 「전통문화산업진흥 법률」제정으로 전통문화의 산업적 확산을 위한 법적 근거가 만들어졌으며, 전통문화산업 진흥계획 수립 및 전통문화 실태조사 추진을 앞두고 있다.

나. 전통문화 진흥계획의 한계

기존 전통문화 진흥 종합계획들은 산업적 측면에서 살펴보면 몇 가지 한계점을 갖는다. 첫째, 전통문화 보존과 활용에 대한 철저한 분리 인식의 미흡이다. 전통문화에 대한 관심과 애정은 전통문화의 시장적 활용을 본질 훼손이라고 생각하는 정체성 도그마가 여전히 유지될 수 있게 만들었다. 이제 우리는 전통문화산업을 이야기할 때 보존 영역과 활용 영역을 엄밀히 구분하고, 보존 영역은 정체성과 원형성의 준수를 기본으로 하지만, 활용 영역은 부가가치 창출을 목표로 한 표현의 자유와 기술적 상상력의 적용이라는 산업적 관점에서 이해할 필요가 있다.

둘째, 전통문화산업 유관 부처별의 분절적 사업운영과 연계, 협력의 부족하다. 2004년부터 수립된 모든 전통문화 관련 계획에는 부처별 협력체계 구축한다라는 전략체계가 명시되어 있지만, 선언적 문구 수준의 집행으로 실질적 성과로 이어진 사업을 찾기가 어려운 실정이다. 대부분의 사업들은 문체부 단독 추진에 집중되면서 타 부처 등과의 협력에 적극적이지 못해 사업의 집행과 성과 확산에 어려움이 있었으며 추가적인 공동 과제 발굴 및 협력 과제 실행 또한 미흡했다.

셋째, 수요확대를 위한 소비자 정책이 부족하였다. 전통문화가 산업화가 되기 위해서는 수요 확대가 무엇보다도 중요하며, 이를 위해서는 소비자 권리강화가 선행되어야 한다. 2005년부터 추진된 전통문화정책은 대부분 진흥정책으로 산업정책과 정합성을 갖기 어려운 정책들과 동시에 추진되었고, 수요확대 정책 미흡 및 공급자 중심 정책으로 지속적인 시장 왜곡을 발생시켰다고 볼 수 있다. 심지어 정부가 한 방향으로 제공하는 전통문화 상품과 서비스로 인해 일반 대중은 전통문화를 열등재로 인식하는 결과가 만들어지기도 하였다.

이런 전통문화산업의 한계를 인식하고 전통문화 영역의 시장실패를 보완하기 위한 산업정책 기반 구축 선행되어야 하며, 전통문화산업 영역 중 고부가가치 중심의 선택과 집중 필요가 있다. 전통문화가 산업화를 성공하기 위해서는 “시장”을 통한 생활화, 대중화, 현대화, 세계화가 되어야 할 것이다.

제2절 전통문화산업의 의미

1. 전통문화의 정책패러다임 변화

가. 전통문화의 정책 영역 확장

1) 환경변화와 전통문화의 능동적인 정책대응

전통문화정책은 민족정체성의 확립을 목적으로 '조선'적인 양식의 복원과 재현에 주요한 정책대상을 두고 시작되었다. 그 과정에서 전통문화의 보존, 보호에 대해 기준을 두고 절대적인 규범을 설정하고 시간을 초월하는 한국적인 특수성을 고집하여 왔었다.

오늘날 전통문화의 의미는 현재의 중요한 일부로 우리들의 삶을 형성하고 있기에, 과거를 대표하는 고정된 원형성에 주안점을 두는 것이 아닌, 현재의 문화적 요구를 수용하고 일상의 삶 속에서 향유되는 토대가 되어야 한다.

전통문화를 막연하게 단순히 과거로의 회귀를 목적으로 조선적인 형태의 재현에 치중할 경우 현재의 삶과는 유리될 수밖에 없는 결과를 가져올 수 있다. 이에 과거의 문화를 단순히 현대에 전달하는 것이 목적이 아닌, 현대인의 문화적 욕구를 충족시켜주고 자연스러운 일상의 삶 속에서 향유되는 문화자원으로서 활용되는 방향으로 개선되어왔다.

전통문화정책이 과거의 특정역사를 의도적으로 불러내어 전승을 위한 보존 논리가 강조될 경우, 오히려 일반대중들로부터 전통문화를 고립시키고 있을 수 있다. 전통문화정책은 박물관식 보존논리에서 탈피하여, 일반대중들이 보다 더 가까이에서 향유할 수 있는 전통문화를 육성하는데 지원해야 하는 점이 요구되는 것이다.

특히 상당한 전통의 생활형태가 단절되고 있는 현 시점에서 전통문화의 정책을 조선시대의 단일한 정체성 개념으로 한정지우는 것은 현대사회에서 전통문화의 가치를 오히려 훼손시키는 계기로 작용할 수 있다.

2) 전통문화의 가치와 문화향유 지향

정책추진이 전통문화에 절대적 가치를 부여하는 흐름과 중심적인 대상이 아니라, 일반인의 수요와 문화적 향유의 관점에서 문화자원으로 활용되어야 한다.

전통문화에 대한 관심이 높아지면서 전통문화를 직접 체험하고 즐기려는 수요도 크게 늘어나고 있다. 과거에는 박물관이나 문화재 관람이 주를 이루었다면, 최근에는 전통문화를 몸소 체험하는 활동들이 인기를 끌고 있다. 전통공예체험, 전통음식만들기, 한복입기 등 다양한 체험 프로그램이 운영되고 있으며, 전통문화 체험 마을, 전통시장 등도 각광받는 관광 명소로 자리를 잡고 있다.

이러한 체험 활동은 단순히 즐거움을 주는 데 그치지 않고, 전통문화에 대한 이해를 깊게 하고 애정을 느끼게 하는 효과가 있다. 직접 체험을 통해 전통문화의 가치와 아름다움을 느낄 수 있으며, 이는 전통문화 보존과 발전에 대한 공감대 형성으로 이어진다. 또한 전통문화 체험은 가족, 친구 등 소중한 사람들과 함께하는 추억을 만드는 매개체가 되기도 한다.

전통문화를 되살리는 행위는 과거로 회귀하려는 태도가 아니라 전통문화의 가치를 높이면서 현재의 시점에서 수요와 문화향유를 확장하는 방향성을 추구해야 한다. 전통문화가 산업으로 발전하기 위해서는 전통의 양식과 범위를 지키면서도 이를 기반으로 다양한 응용과 새로운 재창조가 될 수 있도록 산업분야의 콘텐츠를 적극적으로 발굴·육성하고 지원하는 시스템 마련이 필요하다.

전통관련 생산업체는 전근대적인 제작·유통 구조, 관련 업체 규모의 영세성, 낙후된 투자환경 등 구조적인 문제가 내재되어 있다. 또한 현대적인 수요를 반영하지 못하는 전통문화 콘텐츠의 부족은 전통문화의 산업화 기반을 구축하는 것을 저해하는 요인들로 작용하기에 개선이 요구된다고 할 수 있다.

전통문화관련 전반적인 환경을 개선하기 위해서는 자생적인 전통문화산업의 생태계 구축을 위한 기반조성이 필요하다. 보존의 전통적 직무 관점에서만이 아닌 시장지향성의 총체적인 고찰을 통해 업무에 심층적으로 접근할 필요가 있다. 현장의 수요를 답을 수 있는 대책이 요구되는 바, 각 분야에 맞으면서도 정책 환경에 부합하는 전통문화의 산업적 기반조성이 필요하다고 할 수 있다.

나. 산업적 활용을 위한 기반 마련

1) 전통문화의 경쟁력확보와 산업역량 강화

전통문화산업진흥법 제정 및 이를 바탕으로 하여 전통문화산업진흥 기본계획 수립은 기존에 미약했던 전통문화산업 정책을 제도적으로 구성한 계획으로서 국가정책의 총괄적인 방향을 제시할 수 있다는 점에서 의미를 가질 수 있다.

한류의 영향으로 한국 전통문화에 대한 대내외의 관심이 증가하면서 전통문화를 창조적으로 발전시키는 정책이 보다 요구된다. 전통자원 및 전통기술을 활용한 전통문화산업의 체계적, 지속적 진흥을 위한 제도 기반 마련의 필요성이 더욱 증가하고 있다.

전통문화에 대한 관심 증가는 전통문화를 활용한 콘텐츠와 상품에 대한 수요 증가로 이어지고 있다. 출판, 영상, 게임, 애니메이션 등 다양한 분야에서 전통문화 콘텐츠가 제작되고 있으며, 전통문양을 활용한 패션 상품, 전통음식을 현대적으로 재해석한 외식 상품 등도 인기를 끌고 있다. 이는 전통문화가 현대인의 일상과 밀접하게 연결되고 있음을 보여주는 현상이다. 전통문화가 단순히 과거의 유산으로 머무는 것이 아니라, 현대의 트렌드와 결합하여 새로운 가치를 창출하는 것이다.

특히 MZ세대로 불리는 젊은 층은 전통문화와 현대문화의 융합을 자연스럽게 받아들이며, 이러한 콘텐츠와 상품에 대한 주요 소비층으로 부상하고 있다. 전통문화를 즐기는 방식에서도 변화의 바람이 불고 있음. 과거에는 오프라인 중심의 전통 공연, 전시 관람 등이 주를 이루었다면, 최근에는 온라인 플랫폼을 통한 전통문화 향유가 늘어나고 있다. 유튜브, 넷플릭스 등 동영상 플랫폼에서는 국악공연, 전통무용, 다큐멘터리 등 다양한 전통문화 콘텐츠를 접할 수 있다. 또한 SNS를 통해 전통문화를 접하고 공유하는 것도 트렌드로 자리 잡았다. 인스타그램에 한복 사진을 올리거나, 페이스북에 전통 공예 작품을 공유하는 등 개인의 전통문화 체험이 SNS를 통해 확산되고 있다. 이는 전통문화가 보다 친숙하고 일상적인 것으로 받아들여지고 있음을 보여준다.

이처럼 전통문화영역은 각 분야가 유기적으로 연계되어 있기에, 제도적 기반을 모색하면서 각 분야의 연계성을 높일 수 있도록 기반 구축을 추진할 필요가 있다. 융복합 및 협력을 강화하고 전통문화산업에 대한 통합적이고 유기적인 진흥을 모색하는 것이 요구된다고 할 수 있다.

2) 전통문화의 산업화 활용유형

4차 산업혁명 시대를 맞아 기술의 발전은 사회 전반에 걸쳐 혁신을 불러일으키고 있다. 전통문화의 산업화와 과학화가 도입되면서 전통문화의 현대적인 재해석과 재창조를 이루는 현상을 볼 수 있다. 디지털 기술, 실감형 기술, 인공지능 등 첨단 기술과의 융합을 통해 전통문화산업은 새로운 도약의 기회를 맞이하고 있다. 공예, 의류, 예술, 공연, 전시, 스토리텔링 등 다양한 영역에서 문화자원으로서 대중화의 역할을 확인할 수 있다.

① 상품의 응용개발과 실용적 전환

전통문화분야에서 현대적으로 재해석하고 오늘날의 수요에 맞게 상품화를 이루고 있음을 볼 수 있다. 전통상품을 오늘날의 라이프 스타일에 맞게 응용하여 친환경적인 요소를 강조하고 실용적으로 제품 간 융합기능을 부착하였다.

제품디자인, 패션디자인, 실내인테리어, 환경용품 영역에서 여러 기능을 보인다. ‘BMW750Li 시리즈 코리안 아트 에디션(Korean Art Edition)’이라는 이름으로 BMW의 자동차 내장재에 옷칠을 활용한 나전장식이 활용되었다. 삼성전자에서 102인치 텔레비전에 강화압출알루미늄 소재의 옷칠로 중동 부호들의 이니셜을 새겨 수출한 바 있다. 방짜유기와 자수를 결합한 자수포장 수저세트, LED조명의 공예 한자등, 향아리 디퓨저, 자개 그림통, 고려청자 모바일 폰케이스, 인덕션 가열 뚝배기, 나전칠기 만년필, 반려동물 한지 수의보, 한지 침구, 나무스피커, 세라믹 화기가 개발되고 있다.

또한 한복을 영계주얼 패션으로 재창조하고 테마 한복, 프리미엄한복 등으로 대중화 하기도 하며, 전통문화와 관광상품을 연계하여 무예검무 활용한 ‘검무 페스티벌’은 전통 무예와 춤을 기반으로 한 교육관광상품이 진행되고 있다.

② 기술소재 및 첨단과학의 융합

전통문화의 산업과 상품에 기술이 도입되고 활용되면서 부가가치를 획기적으로 확장하고 있다. 전통문화자원에 내재된 소재 및 기술의 특성의 과학적 규명을 통해 산업적 활용을 촉진하고 신산업 시장을 창출하고 있다. 물세탁이 가능한 한복소재, 식품의 전통 발효기술, 의료의 한방재료, 인체에 이로운 천연염색 의류, 미용 산업의 천연소재 화장품, 고효율 세라믹 온돌시스템 그리고 신소재 개발로 도료, 접착제 등 기술융합의 예로

볼 수 있다. 전통공예품 제작에도 현대적 기술이 접목되면서 새로운 변화가 일어나고 있다. 전통제철, 옹기 다공성, 누빔 기법 및 레이저 커팅 등의 기술이 주목받고 있다. 여러 기술을 통해 보다 정교하고 복잡한 디자인의 구현이 가능해졌으며, 제작 시간과 비용을 절감할 수 있게 되었다. 실제로 문화체육관광부의 조사에 따르면, 전통공예 기업의 19.2%가 3D 프린팅 기술을 활용하고 있는 것으로 나타났다.⁸⁾ 전통 기법으로는 한계가 있던 대량 생산이 기술을 통해 실현됨으로써, 보다 많은 사람들이 전통문화를 향유할 수 있게 된 것이다.

한옥에서 최근 ESG 경영에 대한 관심으로 친환경 자재의 수요가 지속적으로 늘고 있다. ‘천년와’는 화산재 등 무기물과 재생합성수지를 용융하여 만든 한식기와로 기존 기와 대비 3분의 1 이상의 경량성과 수밀성, 내부식성을 갖춘 친환경소재이다.⁹⁾ 기술융합을 기반으로 전통문화를 즐기고 향유할 수 있도록 하여 애호층의 확대와 부가가치 창출을 이끌고 있다.

③ 콘텐츠산업의 활용

가상현실(VR), 증강현실(AR) 등 실감형 기술의 발전은 전통문화 체험에 새로운 지평을 열고 있다. 이러한 기술융합을 통해 시공간의 제약을 뛰어넘는 몰입도 높은 전통문화 체험이 가능해졌음. 대표적인 사례로 경복궁, 창덕궁 등 고궁의 VR 콘텐츠를 들 수 있다. 이를 통해 사용자는 실제 고궁을 방문한 것과 같은 생생한 경험을 할 수 있다. 문화재청은 AI기술을 활용해 훼손된 석조문화재를 자동으로 복원하는 프로젝트를 진행 중이며, 국립국악원은 AI 작곡 프로그램 ‘국악 JukeBox’를 개발해 전통 음악의 창작에 활용된다.

또한 AR 기술을 활용해 박물관에서의 전시안내 서비스 체험을 풍부하게 만들 수 있다. 전시물에 AR 콘텐츠를 결합함으로써 관람객들은 보다 흥미롭고 인터랙티브한 방식으로 유물 이야기와 복원모습을 즐길 수 있게 되었다. 국립중앙박물관의 ‘AR 국보’ 앱은 이러한 노력의 대표 사례로, 38건의 국보 문화재에 대한 AR 콘텐츠를 제공하고 있다.

전통문화의 디지털화는 전통산업의 가장 큰 기술적 변화 중 하나이다. 무형문화를 현대적으로 재해석하여 에듀테인먼트 콘텐츠의 원천으로 활용하고 있다. 또한 과거 아날로

8) 문화체육관광부. (2019). 2019 공예산업 실태조사.

9) 대한건축사협회 건축사신문(<http://www.ancnews.kr>)

그 형태로 존재하던 전통문화 자료들이 디지털 데이터베이스화되면서 보존과 활용이 용이해졌다. 문화재청의 ‘국가문화유산포털’에는 국보, 보물 등 주요 문화재 3만여 건의 디지털 자료가 구축되어 있으며¹⁰⁾, 국립국악원의 ‘국악아카이브’에는 7만 여 건의 국악 관련 자료가 디지털화되어 제공되고 있다.¹¹⁾

디지털화된 공연예술 콘텐츠는 온라인 플랫폼을 통해 유통되면서 새로운 가치를 창출하고 있다. 유튜브, 넷플릭스 등의 플랫폼에서는 다양한 전통 공연, 다큐멘터리 등의 영상 콘텐츠를 제공하고 있으며, 이는 전통문화의 대중화에 기여하고 있다. 실제로 국립국악원의 유튜브 채널 구독자 수는 2022년 3월 기준 18만 명을 넘어섰으며, 누적 조회수는 3,800만 회를 기록하고 있다.¹²⁾ 또한 빅데이터와 인공지능 기술은 전통문화 자원의 분석과 활용에 새로운 방법론을 제시하고 있다. 방대한 양의 전통문화 데이터를 분석하고 가치 있는 정보를 추출해내는 데 이러한 기술이 활용되고 있다.

전통문화산업의 활용을 구분하여 유형별로 살펴보았다. 전통문화산업의 유형별 특징은 기존의 가치를 존중하면서 현대적 감각으로 제품서비스를 융합하는 방식, 기존에 없던 기술을 전승된 상품에 접목하는 유형, 또한 새로운 혁신적 요소들을 결합하여 콘텐츠화 하는 형태 등으로 운영되고 있다는 사실을 확인할 수 있다.

결과적으로 살펴보면 전통문화의 산업화하는 과정이 인문가치, 기술, 시장 및 과학에 관한 자원에 따라 실행되는 것이라고 할 수 있다. 실상 각 유형들은 독자적인 영역으로만 있는 것이 아니라, 상호 유기적으로 영향을 받으면서 사업을 견인하는 과정으로 발전되고 있음을 알 수 있다. 전통적인 의미의 시장은 개인 생산자의 창작품을 생산, 유통, 소비하는 형태로 이루어져 왔으며, 오늘날은 현대적인 기술 또는 과학의 다양한 융복합 접목을 통해 전통문화산업의 영역을 확장시키고 있다. 공급자와 소비자가 명확하게 자리 잡지 않은 문화산업의 생태계를 감안한다면 충분히 발전하지 못한 영역이기에, 산업화 가능성과 산업화 활용 가치를 구분하여 단계별 정책 방안이 모색될 필요가 있다.

10) 문화재청. (2021). 국가문화유산포털 통계. <https://www.heritage.go.kr/>

11) 국립국악원. (2020). 국악아카이브 통계. <https://archive.gugak.go.kr/>

12) 국립국악원. (2022). 국립국악원 유튜브 채널 통계.

2. 전통문화의 산업정책 역할 제고

■ 전통문화산업의 정책 활용방향

전통문화정책은 끊임없이 변화하는 사회변동 속에서 질적인 변화가 요구된다. 기존 정책 범주의 틀을 넘어 새로운 사회적 상황을 고려한 전통문화의 산업화 정책을 체계화할 필요가 있다. 전통문화정책이 현재 동시대 사회에서의 역할범위를 확대하여 산업적 가치지향성이 재정립되는 것이 중요하다. 전통문화영역에서 상품 및 콘텐츠 등 다양한 분야에서 현대적 활용이 추진되고 있다. 현재 전통문화는 시장에서 경쟁력 확보가 우선시 되고 전통문화의 수요를 증대하기 위하여 정책운영, 지원방법의 혁신과 함께 산업적 제도기반이 보다 강화되는 것이 고려되어야 한다.

가. 전통문화의 현대적 재조명

전통문화는 어떤 고정된 생활 형태로서 규정된 것이 아니며, 오늘날 사회현실과 소통하며 현재의 가치를 담아내면서 정체성을 갖추며 재구성을 이루고 있다. 전통문화는 고유한 가치를 기반으로 현실을 적절히 담아내면서 현재적 관점에서 전통공연예술의 재연, 전통공예품의 상품 등으로 전개되고 있다. 이전 시대의 양식복원이 아니라, 이전 존재하였던 것들 위에서 발전하는 전승력을 나타내고 있는 것이다.

전통문화의 상품이나 서비스를 현대에 맞는 감성과 새로운 미의식을 접목하여 일반 소비자들에게 새로운 가치를 부여할 수 있다. 이렇게 전통문화를 현대적으로 재조명하고 활성화를 위해서는 다양한 전통문화 분야의 시장이 형성될 수 있도록 마케팅지원, 산업재산권 보호 확립과 함께 인프라 구축의 단계적 실천 등을 통해 시장 지원이 기본적으로 이루어져야 한다.

전통문화 상품은 장인들을 통해 전승되어 왔지만 현대적 트렌드 반영의 어려움과 유통, 판매개척의 어려움 등으로 인해 문화적 가치가 있음에도 불구하고 상품으로서 가치가 저하되어 시장에서 고전을 면해왔다. 전통문화 산업의 자생력을 위해서는 먼저 시장성 회복이 필수적이다.

전통문화산업 시장의 회복을 위해 창업 및 경영을 지원하여 경제적 가치창출을 강화할 필요가 있다. 전승자, 명인, 장인뿐만이 아니라 산업 종사자들이 활발하게 활동할 수

있도록 환경을 조성하여 창업·제작·유통 등을 지원하고, 해외시장의 진출 등을 촉진하기 위하여 필요한 지원을 뒷받침되는 전통문화의 경제적 가치창출 강화가 요구되고 있다.

전통문화산업을 육성하기 위해서는 침체되어있는 시장을 회복해야 하며, 전통문화의 산업화에 대한 인식을 개선시키고자 다양한 연령대에서 전통문화에 보다 더 쉽게 접근할 수 있도록 해야 한다. 전통문화의 산업화가 가치 있는 일이고, 우리의 전통을 공식적, 통시적 맥락에서 발전시키는 것이 귀중한 일임을 적극적으로 홍보하여 전통문화산업의 진입장벽을 허물어야 한다.

전통문화산업을 이해하기 위해 한복을 예로 활용하고자 한다. 한복은 시대가 흐름에 따라 실용적 일상복에서 기능적 의례복 그리고 유희적 놀이복으로 그 기능이 변화하였다. 이런 흐름을 있는 그대로 받아들이고 부가가치를 만들어 내려는 노력이 전통문화산업이다. 즉, 전통문화산업은 시기에 맞는 목적을 이해하고 전통문화를 반영하여 소비자들의 라이프스타일에 맞는 제품과 서비스를 창조하는 일이다.

전통문화의 산업정책은 한복을 일상복으로 만들려는 노력이 아니라, 수요에 맞는 놀이복을 만들어 경제적 파이를 키우는 일이며, 반면에 전통한복의 전형적 양식을 찾고 그 의미성을 해석하려는 노력은 전통문화의 보전 정책영역으로 가림할 필요가 있다.

[그림 2-2] 전통문화와 산업화 정책 지향성

| 시기 | 1960년대 | 1980년대 | 2020년대 |
|------------|--|---|--|
| 목적 | 실용성 | 예절 | 유희성 |
| 예시 |  |  |  |
| 소비자 선택 | 일상복 | 의례복 | 놀이복 |
| 라이프 스타일 변화 |  | | |
| 수요 | 생활착용 | 예복격식 | 문화매력 |
| 공급 | 생활한복 | 명품한복 | 오늘패션한복 |

사진 출처: (과거 한복) : 1960년대 미군 Leroy Smothers 8mm 필름, (의례복) : 한국민족문화대백과사전 검색어 “폐백”, (놀이복) : 경복궁 참 한복 & 스튜디오(검색일: '24.8.22).

나. 전통문화의 기능적 개선

전통문화의 산업정책에서 전통문화와 현대적 감각 및 기술을 접목하여 새로운 가치를 창출하는 기능적 개선방식이 요구된다. 전통문화의 본질은 유지하되 현대인의 취향과 라이프 스타일에 맞게 재해석하는 과정을 포함하는 것이다. 구체적인 사례로는 전통 문양을 활용한 패션 디자인, 전통 음악과 현대 음악의 결합, 전통 공예 기법을 응용한 현대적 디자인 제품 등이 있다. 이러한 기능적 개선은 전통문화의 대중화와 상업화에 기여할 수 있으며, 새로운 문화 콘텐츠 개발의 원천이 될 수 있다.

기술개발이 정체된 수공업 제작환경이라는 한계로 인하여 생산성이 저하되고 독자적인 기술개발 기반 확보에 한계가 있는 가운데 전통문화산업의 특수성을 반영하지 못하고 있다. 따라서 전통문화산업의 부가가치 제고를 위해 시도되는 다양한 기술·상품 개발을 지원하기 위하여 관련 정책의 합리적 개선방안 마련이 요구된다.

전통소재 및 전통기술의 과학화를 접목하여 품질관리 및 산업적 활용가치를 극대화하는 것이 중요하다. 전통문화산업계는 장기적인 기술 습득이 필요하지만, 열악한 근로환경과 도제식의 기술 전수 및 교육으로 인해 젊은 층의 유입이 저조하고 종사자의 고령화가 심화되고 전통기술이 단절되는 상황에 처하고 있다. 그 과정에서 관련 종사자들과 예비 창업자, 청년들과 만남의 장을 조성하여 전통문화와 현대기술을 갖춘 융합인력을 양성하는 것이 고려될 필요가 있다. 전통기술의 작업환경과 고용환경 개선지원을 통하여 전통문화산업시장으로 인력유입을 활성화하고 젊은 인재들의 고용창출을 기획되어야 한다.

현대인의 수요와 트렌드에 부응할 수 있는 경쟁력을 갖추고, 전통문화에 내재된 무형의 요소들을 재해석 및 창조적으로 계승하여야 하며, 이를 위해서 전통문화산업에서 표준화 가능한 기술을 대상으로 표준화를 추진할 필요가 있다. 전통문화산업의 성장을 위해서 표준화가 필수적으로 요구되지만, 표준화는 전통문화의 다양성을 약화시킬 수 있기에 산업화 필요성이 큰 분야를 선별하여 표준화를 위한 연구개발을 체계적으로 추진할 필요가 있다.

전통문화의 활용과 새로운 가치 창출을 위해서는 전통문화를 향유할 수 있는 환경이 마련되어야 하며, 전통문화를 현대적으로 재창조하고 전통문화를 생활화하기 위해 기술적 융합의 활성화가 필수적이다.

다. 전통문화의 창의적 융합

전통문화의 산업정책에서 전통문화에서 영감을 받아 완전히 새로운 콘텐츠를 창작하는 창의적 융합방식이 필요하다. 사회의 흐름에 발맞춰 4차 산업의 기술화 및 정보화를 통한 융합과정을 통해서 전통문화가 가진 가치를 확대하여 활용하는 것이 필요하다.

전통문화의 요소를 모티프로 활용하되, 독창적인 스토리텔링과 표현 방식을 통해 새로운 장르와 형식의 콘텐츠를 만들어내는 것을 의미한다. 창작적 활용은 전통문화의 창의적 재해석을 통해 문화 콘텐츠 산업의 경쟁력을 높이고, 한국 문화의 세계화에 기여할 수 있을 것이다. 창의적 융합 사례로는 전통 설화를 각색한 애니메이션, 전통 음악을 샘플링한 대중음악, 전통 공예 기법에서 영감을 받은 현대 미술 작품 등이 있다.

현재 문화콘텐츠와 IT기술을 융합한 문화기술(Culture Technology)가 일정부분 활용되고 있다. 특히 문화유산은 이전부터 디지털화되어 디지털복원, 증강현실, 가상현실 등으로 활용되고 있으며, 여러 기술을 통해 보존연구가 실시되고 있다.

전통문화의 경우에는 '문화원형 디지털 콘텐츠화 사업'과 한국콘텐츠진흥원의 전통소재 및 기술관련 CT개발 사업(한지, 옷칠, 단청 등 소재 관련 기술 개발 지원 및 국악기 음원, 전통 건조물 등의 디지털 기술 관련 개발 지원), 유물 없이 디지털기술로만 전시를 하는 안동의 전통문화콘텐츠박물관 등과 같은 전통문화 CT 개발 사례가 있다.

전통문화의 기술화·정보화를 법제화하여 기술 개발 및 전통문화 CT 기업 지원을 통해 해당 분야를 체계적으로 발전시킬 필요가 있다. 이러한 기술화를 통해 전통문화가 가진 가치를 명확하게 반영하는 것이 중요하다.

전통문화의 산업적 정책방향을 다루며, 전통문화의 현대적 재조명, 기능적 개선 및 창의적 융합 등으로 크게 구분하여 보았다. 각각의 방식은 전통문화의 가치를 계승하고 발전시키는 데 중요한 역할을 담당할 수 있다. 전통문화의 현대적 재조명은 전통문화의 진정성을 유지하면서도 현재와의 관계 속에서 새롭게 발전하는 데 역할을 할 수 있다. 전통문화의 기능적 개선은 전통과 현대의 조화로운 기술적 결합을 통해 새로운 가치를 창출할 수 있다. 전통문화의 창의적 융합은 전통문화에서 영감을 얻어 독창적인 콘텐츠를 개발하는 기반을 조성할 수 있다.

전통문화산업의 발전을 위해서는 이 세 가지 방향성이 균형 있게 이루어져야 한다. 현대적 재조명을 통해 전통문화의 정체성을 지키고 오늘날 가치를 의미 있게 할 수 있으

며, 전통문화의 기능적 개선을 통해 대중성과 상업성을 확보할 수 있다. 창의적 융합을 통해 문화 콘텐츠 산업의 경쟁력을 높일 수 있으며, 이를 위해서는 전통문화에 대한 깊이 있는 연구와 이해, 창의적 발상과 도전 정신, 그리고 전통과 현대의 조화로운 융합을 이루는 성과를 이룰 수 있을 것으로 본다.

전통문화가 지속가능하기 위해서는 전통문화의 가치를 재조명하고, 이를 창조적으로 재구성하고 산업적으로 발전시키기 위한 제도적 기반과 정책적 지원이 뒷받침되어서 전통문화의 유기적인 성장을 추구할 필요가 있는 것이다.

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제3장

전통문화산업 정책 현황 분석

제1절 전통문화 정책 운영 현황

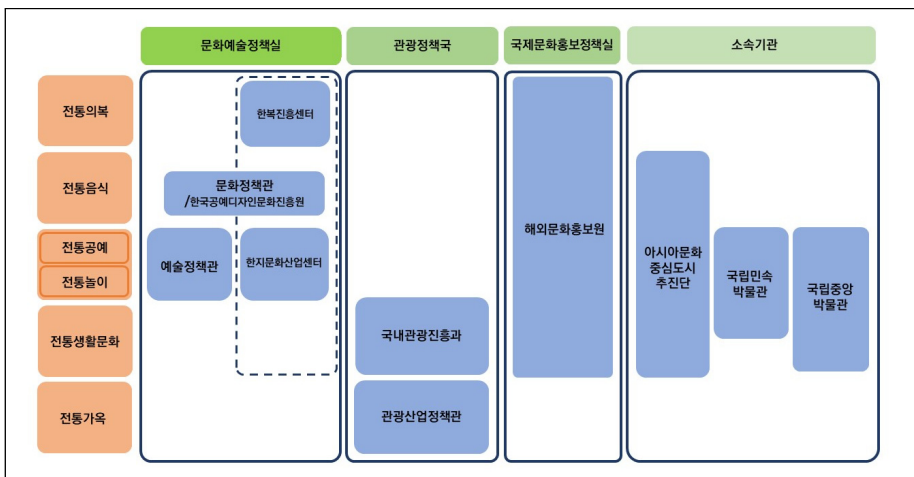
1. 중앙부처 및 지역별 지원정책 분석

가. 중앙부처 차원의 지원정책 분석

1) 지원정책 추진현황

① 사업운영 및 추진체계

[그림 3-1] 전통문화산업 지원정책 추진 관련 부처 및 기관



문화체육관광부는 전통문화산업의 전반적인 분야에 주도적으로 정책을 펼치고 있다. 특히, 전통문화화에서 전통의복을 비롯하여 전통공예, 전통생활문화 등의 전통문화산업을 주관하고 있으며, 한국공예·디자인문화진흥원을 통해서 수행한다. 그 외에도 관광정책국에서도 한옥과 관련하여 관광 정책사업을 펼치는 등 문화체육관광부의 다양한 부서 및 소속기관에서 전통문화 관련 지원정책을 추진하고 있다.

문화재청은 문화재정책국과 문화재활용국에서 각각 유지·보존 사업과 활용사업을 구분하여 수행하고 있다. 이 외에도 국립문화재연구소 등에서 연구 및 개발과 관련한 사업들을 활발히 추진 중임. 문화 분야 정부 부처 외에도, 특정 분야에 집중하여 지원정책을 펼치는 부처가 있다.

농림축산식품부는 한식 관련, 국토교통부는 한옥 관련 지원사업을 별도로 추진 중에 있으며, 과학기술정보통신부는 다양한 분야에 걸쳐 전통문화 분야 융복합 연구 및 첨단 기술 접목 등 R&D 중심의 지원정책을 추진하는 것이 특징이다.

② 사업규모

중앙부처 차원의 전통문화산업 지원정책 사업규모는 3,795억 원 수준으로 정책지원 사업 수는 71건이다. 지원 분야별 사업 사업규모는 전통의복 2건(9,797,000천 원), 전통음식 7건(29,200,000천 원), 전통가옥 6건(12,052,000천 원), 전통공예 9건(24,448,040원), 전통생활문화 19건(100,258,134천 원), 다장르 28건(203,758,861천 원)으로 파악된다.¹³⁾

〈표 3-1〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 사업 수 및 예산 규모

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통의복 | 전통음식 | 전통가옥 | 전통공예 | 전통생활문화 | 다장르 | 계 |
|------|-----------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 사업 수 | 2 | 7 | 6 | 9 | 19 | 28 | 71 |
| 예산 | 9,797,000 | 29,200,000 | 12,052,000 | 24,448,040 | 100,258,134 | 203,758,861 | 379,514,035 |

③ 지원정책 예산구조

전통문화산업 지원정책 중앙정부의 예산구조는 일반회계가 70.17%(266,307,614천 원)로 가장 높고, 기금 20.21%(76,688,421천 원), 특별회계 9.62%(36,518,000천 원) 순으로 확인된다.

13) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

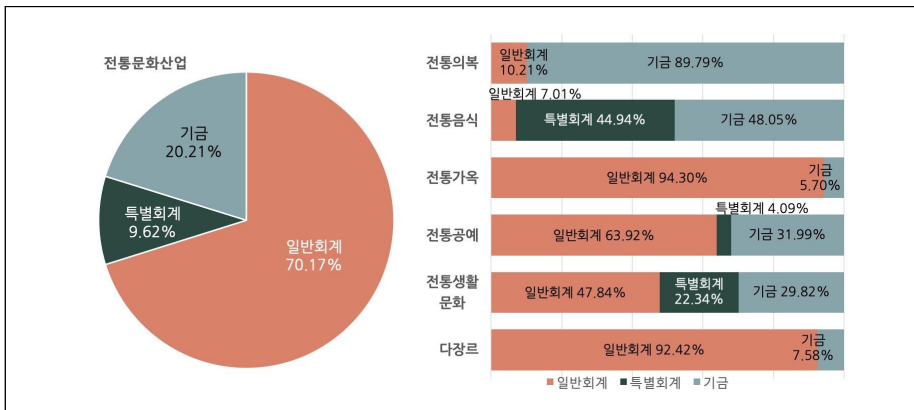
〈표 3-2〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 예산구조

(단위: 천 원, %)

| 구분 | 일반회계 | | 특별회계 | | 기금 | | 전체 | |
|--------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|-------------|--------|
| | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 전통의복 | 1,000,000 | 10.21 | - | 0.00 | 8,797,000 | 89.79 | 9,797,000 | 4.81 |
| 전통음식 | 2,046,000 | 7.01 | 13,123,000 | 44.94 | 14,031,000 | 48.05 | 29,200,000 | 7.69 |
| 전통가옥 | 11,365,000 | 94.30 | - | 0.00 | 687,000 | 5.70 | 12,052,000 | 3.18 |
| 전통공예 | 15,627,040 | 63.92 | 1,000,000 | 4.09 | 7,821,000 | 31.99 | 24,448,040 | 6.44 |
| 전통생활문화 | 47,963,842 | 47.84 | 22,395,000 | 22.34 | 29,899,292 | 29.82 | 100,258,134 | 26.42 |
| 다장르 | 188,305,732 | 92.42 | - | 0.00 | 15,453,129 | 7.58 | 203,758,861 | 53.69 |
| 합계 | 266,307,614 | 70.17 | 36,518,000 | 9.62 | 76,688,421 | 20.21 | 379,514,035 | 100.00 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

[그림 3-2] 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 예산구조



④ 주체별 사업현황

중앙부처에서 지원하고 있는 전통문화산업 지원정책 사업예산은 문화체육관광부는 전통생활문화 분야 사업을 가장 많이 추진하고 있으며, 문화재청은 여러 가지 분야를 통합하여 지원하는 다장르 분야의 지원 사업이 가장 많은 것으로 확인된다. 국토교통부는 전통가옥, 농림축산식품부는 전통음식, 과학기술정보통신부는 전통음식과 다장르 관련 정책사업을 추진하고 있다.¹⁴⁾

14) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

〈표 3-3〉 중앙정부의 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(예산)

(단위: 천 원)

| 구분 | | 전통의복 | 전통음식 | 전통가옥 | 전통공예 | 전통 생활문화 | 다장르 | 전체 |
|----------|------|-----------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 중앙 정부 | 문체부 | 9,797,000 | 3,536,000 | 990,000 | 23,605,040 | 93,117,134 | 41,331,161 | 172,376,335 |
| | 문화재청 | - | - | 10,402,000 | 843,000 | 7,141,000 | 159,230,700 | 177,616,700 |
| | 국토부 | - | - | 660,000 | - | - | - | 660,000 |
| | 농림부 | - | 24,484,000 | - | - | - | - | 24,484,000 |
| | 과기부 | - | 1,180,000 | - | - | - | 3,197,000 | 4,377,000 |
| | 합계 | 9,797,000 | 29,200,000 | 12,052,000 | 24,448,040 | 100,258,134 | 203,758,861 | 379,514,035 |

그리고 중앙부처에서 지원하고 있는 전통문화산업 지원정책 사업 수는 총 71건 중에서 문화체육관광부가 지원하는 정책사업 수가 43건으로 가장 많고, 그 다음으로 문화재청 21건, 농림축산식품부 3건, 과학기술정보통신부 3건, 국토교통부 1건으로 파악된다.

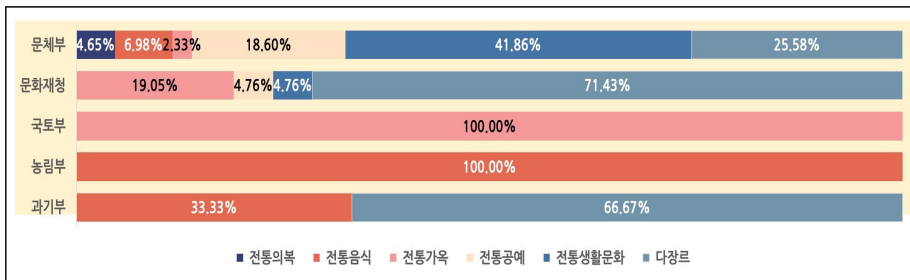
〈표 3-4〉 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(사업 수)

(단위: 건)

| 구분 | | 전통의복 | 전통음식 | 전통가옥 | 전통공예 | 전통 생활문화 | 다장르 | 전체 |
|----|------|------|------|------|------|---------|-----|----|
| 중앙 | 문체부 | 2 | 3 | 1 | 8 | 18 | 11 | 43 |
| | 문화재청 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 15 | 21 |
| | 국토부 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 농림부 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | 과기부 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 |
| | 합계 | 2 | 7 | 6 | 9 | 19 | 28 | 71 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

[그림 3-3] 전통문화산업 지원정책 주체별 현황(사업 수, 백분율 기준)



특히, 2024년 문화체육관광부 전통문화과에서 추진하고 있는 예산은 총 55,323백만 원으로, 주요사업으로는 국학진흥정책기반 조성(13,853백만 원)과 전통스토리 계승 및 활용(12,998백만 원)을 위한 사업을 비롯하여 한스타일 육성지원(10,460백만 원), 전통문화 창업 및 융합 활성화(8,936백만 원), 동학농민혁명 정신선양(4,766백만 원), 메타버스 콘텐츠 제작 지원(1,400백만 원), 전통문화체험 지원(1,100백만 원), 문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성(1,000백만 원), 전통문화 혁신 성장 연구개발(R&D)(810백만 원) 등의 사업을 추진하고 있다.

이러한 정책사업들은 전통문화진흥을 위한 예산을 비롯하여 문예기금, 관광기금, 타 부서소관 예산으로 집행되는 것으로 파악된다.

〈표 3-5〉 문화체육관광부 전통문화과 예산규모(2024)

(단위: 백만 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|---------------|----------------------|--------|--------|
| 전통문화 진흥 | 국학진흥정책기반 조성 | 13,853 | 25.04 |
| | 동학농민혁명 정신선양 | 4,766 | 8.61 |
| | 전통스토리 계승 및 활용 | 12,998 | 23.49 |
| | 전통문화 창업 및 융합 활성화 | 8,936 | 16.15 |
| | 전통문화 혁신 성장 연구개발(R&D) | 810 | 1.46 |
| 문예기금 | 한스타일 육성지원 | 10,460 | 18.91 |
| 관광기금 | 전통문화체험 지원 | 1,100 | 1.99 |
| 기타 (타부서소관) | 문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성 | 1,000 | 1.81 |
| | 메타버스 콘텐츠 제작 지원 | 1,400 | 2.53 |
| 합계 | | 55,323 | 100.00 |

출처: 2024년도 문화체육관광부 전통문화과 사업예산 참조.

문화체육관광부에서 추진하고 있는 전통문화진흥과 관련된 사업으로는 국학진흥정책 기반조성과 동학농민혁명정신 선양, 전통스토리 계승 및 활용, 전통문화 창업 및 융합 활성화, 전통문화 혁신 성장 연구개발(R&D)을 추진한다.

또한 문예기금으로는 한스타일 육성지원 사업이 추진되고 있으며, 관광기금으로는 서당문화체험, 그리고 기타(타 부서소관) 사업내용은 문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성사업을 운영하고 있다. 문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성사업의 세부사업 내용으로는 한류연계 협업콘텐츠 기획개발(한복, 한지)을 수행하고 있으며, 메타버스 콘텐츠 제

작 지원으로 전통문화 가상현실 콘텐츠 제작 확산과 메타버스 활용 전통문양 활성화를 위한 사업 등을 추진하는 것으로 확인된다.

⑤ 사업내용 유형별 현황과 사업추진 방법

문화체육관광부 2023년 연구에 따르면 중앙에서는 전통문화확산을 위한 지원사업이 약 24.69%(교육 관련 11.14% + 행사 관련 13.55%)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 보존·계승·자원발굴(19.08%), 산업활성화(16.54%), 인프라 조성(15.77%) 등의 순으로 나타난다. 또한 전통문화산업 관련 지원정책의 사업추진 방법은 민간이전(205,202,387천 원), 자치단체이전(135,250,000천 원), 직접수행(39,061,648천 원) 순으로 예산 규모가 큰 것으로 분석된다.¹⁵⁾

나. 광역지역 차원의 전통문화산업 지원정책 분석

1) 지원정책 추진현황

① 사업운영 현황

지방정부(광역) 차원의 2024년도 전통문화산업 지원정책 총 예산은 약 1,560억 원(국비 약 327억 원 포함) 수준으로 분석된다. 지역별 차이는 있지만, 17개 시도가 직접수행하거나 민간이전, 기초단체이전 등의 방식으로 전통문화산업 지원정책을 수행하고 있는 것으로 파악된다.

② 사업규모 현황

2024년 광역지역의 전통문화산업 지원정책 사업현황은 총 예산 156,034,492천 원으로 조사됨. 그 중에서 국비가 32,748,531천 원, 지방비가 123,285,753천 원으로 분석된다.

〈표 3-6〉 광역지역의 전통문화산업 지원정책 사업현황

(단위: 천 원)

| 구분 | 국비 | 지방비 | 전체 |
|----|------------|-------------|-------------|
| 예산 | 32,748,531 | 123,285,753 | 156,034,284 |

출처: 2024년도 지방정부(17개 시도)의 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준

15) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

2024년도 기준, 광역(17개 시도) 차원의 전통문화산업 지원정책 사업현황에서 장르별 사업 수를 살펴보면, 전통생활문화가 사업 수 1,203개(46.11%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 전통예술(520개, 25.63%), 전통공예(143개, 6.47%), 기타(102개, 11.24%), 전통음식(64개, 2.72%), 전통가옥(21개, 3.51%), 전통의복(16개, 4.32%) 순으로 확인된다.

장르별 예산 규모를 살펴보면, 전통생활문화가 71,940,844천 원(46.11%)으로 가장 높은 것으로 파악되며, 그 다음으로는 전통예술(39,984,825천 원), 기타(17,530,492천 원), 전통공예(10,102,136천 원), 전통의복(6,745,377천 원), 전통가옥(5,483,850천 원), 전통음식(4,246,760천 원) 순으로 분석된다.

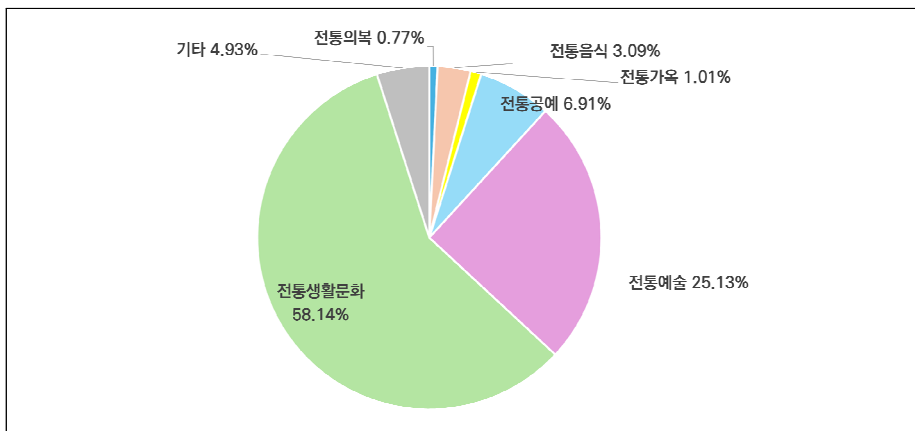
〈표 3-7〉 지방정부(광역시)의 전통문화산업 지원정책 장르별 사업현황

(단위: 건, 천 원, %)

| 구분 | | 사업 수 | (비율) | 예산 | (비율) |
|----------------|-----------|-------|--------|-------------|--------|
| 전통 문화 산업 | 1. 전통의복 | 16 | 0.77 | 6,745,377 | 4.32 |
| | 2. 전통음식 | 64 | 3.09 | 4,246,760 | 2.72 |
| | 3. 전통가옥 | 21 | 1.01 | 5,483,850 | 3.51 |
| | 4. 전통공예 | 143 | 6.91 | 10,102,136 | 6.47 |
| | 5. 전통예술 | 520 | 25.13 | 39,984,825 | 25.63 |
| | 6. 전통생활문화 | 1,203 | 58.14 | 71,940,844 | 46.11 |
| | 7. 기타 | 102 | 4.93 | 17,530,492 | 11.24 |
| 합계 | | 2,069 | 100.00 | 156,034,284 | 100.00 |

출처: 2024년도 지방정부(17개 시도)의 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준.

[그림 3-4] 지방정부(광역시)의 전통문화산업 지원정책 장르별 사업규모



지방정부(광역시)의 전체 전통문화산업 지원정책 사업현황에서 장르별 예산 규모를 살펴보면, 전통생활문화가 71,940,844천 원(46.11%)으로 가장 높은 것으로 파악되며, 그 다음으로는 전통예술(39,984,825천 원), 기타(17,530,492천 원), 전통공예(10,102,136천 원), 전통의복(6,745,377천 원), 전통가옥(5,483,850천 원), 전통음식(4,246,760천 원) 순으로 분석된다.

〈표 3-8〉 광역지역의 전통문화산업 지원정책 예산구조

(단위: 천 원, %)

| 구분 | 국비 | | 도비 | | 시비 | | 기타(자체수입 등) | | 전체 | |
|-----------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|-------------|--------|
| | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 1. 전통의복 | 800,00 | 2.44 | 720,000 | 2.11 | 5,065,377 | 6.25 | 160,000 | 1.96 | 6,745,377 | 4.32 |
| 2. 전통음식 | 180,000 | 0.55 | 1,321,310 | 3.87 | 2,301,050 | 2.84 | 444,400 | 5.46 | 4,246,760 | 2.72 |
| 3. 전통가옥 | 1,196,800 | 3.65 | 1,007,100 | 2.95 | 3,127,781 | 3.86 | 152,169 | 1.87 | 5,483,850 | 3.51 |
| 4. 전통공예 | 732,942 | 2.24 | 1,897,906 | 5.56 | 4,959,767 | 6.12 | 2,511,521 | 30.83 | 10,102,136 | 6.47 |
| 5. 전통예술 | 3,625,820 | 11.07 | 12,577,097 | 36.87 | 23,162,760 | 28.59 | 619,148 | 7.60 | 39,984,825 | 25.63 |
| 6. 전통생활문화 | 22,315,507 | 68.14 | 13,094,083 | 38.39 | 33,529,722 | 41.38 | 3,001,532 | 36.85 | 71,940,844 | 46.11 |
| 7. 기타 | 3,897,462 | 11.90 | 3,492,689 | 10.24 | 8,883,913 | 10.96 | 1,256,428 | 15.43 | 17,530,492 | 11.24 |
| 합계 | 32,748,531 | 100.00 | 34,110,185 | 100.00 | 81,030,370 | 100.00 | 8,145,1978 | 100.00 | 156,034,284 | 100.00 |

출처: 2024년도 지방정부(17개 시도)의 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준.

③ 주체별 사업운영 현황

2024년도 지방정부(광역시)의 전통문화산업 지원정책 사업 수는 총 2,069건이며, 그 중에서 경북이 452건으로, 타 지역에 비해 월등히 많은 사업 수를 추진하고 있는 것으로 파악된다. 그 다음으로는 전북(270건), 경기(265건), 경남(236건), 충북(170건), 전남(168건), 강원(129건) 순으로 분석되며, 그 외 지역은 100건 이하의 사업 수를 추진하고 있는 것으로 조사된다.

경북의 경우 전체 사업 수 452건 중에서 분야별로 살펴보면, 전통생활문화 사업 수가 280건으로 가장 많고, 그 다음으로 전통예술(90건), 전통공예(32건), 전통음식(21건), 기타(14건), 전통의복(8건), 전통가옥(7건)으로 순으로 확인됨. 이처럼 광역 차원의 대부분 지역들이 전통생활문화에 관련된 사업 수가 가장 높은 것으로 파악된다.

〈표 3-9〉 전통문화산업 지원정책 주체별 사업운영 현황(사업 수)

(단위: 건)

| 구분 | 전통의복 | 전통음식 | 전통가옥 | 전통공예 | 전통예술 | 전통 생활문화 | 기타 | 계 |
|----|------|------|------|------|------|------------|-----|-------|
| 서울 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 19 | 3 | 23 |
| 부산 | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 | 23 | 0 | 29 |
| 대구 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 36 | 5 | 47 |
| 인천 | 1 | 0 | 1 | 1 | 11 | 6 | 3 | 23 |
| 광주 | 0 | 2 | 1 | 2 | 26 | 19 | 7 | 57 |
| 대전 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17 | 28 | 0 | 45 |
| 울산 | 1 | 1 | 3 | 3 | 10 | 25 | 0 | 43 |
| 세종 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 11 | 2 | 18 |
| 경기 | 0 | 19 | 2 | 6 | 81 | 145 | 12 | 265 |
| 강원 | 0 | 2 | 2 | 6 | 17 | 97 | 5 | 129 |
| 충북 | 0 | 1 | 3 | 10 | 32 | 97 | 27 | 170 |
| 충남 | 0 | 8 | 1 | 4 | 29 | 27 | 3 | 72 |
| 전북 | 3 | 3 | 0 | 29 | 99 | 123 | 13 | 270 |
| 전남 | 0 | 3 | 0 | 14 | 24 | 125 | 2 | 168 |
| 경북 | 8 | 21 | 7 | 32 | 90 | 280 | 14 | 452 |
| 경남 | 1 | 3 | 1 | 33 | 67 | 127 | 4 | 236 |
| 제주 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2 | 15 | 2 | 22 |
| 합계 | 16 | 64 | 21 | 143 | 520 | 1,203 | 102 | 2,069 |

출처: 2024년도 지방정부(17개 시도)의 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

2. 장르별 사업 현황과 운영 진단

가. 전통의복

1) 사업운영

전통의복(한복) 분야의 주요 정책사업은 문화체육관광부를 중심으로 이루어지고 있다. 문화체육관광부 산하기관인 한국공예·디자인문화진흥원에서 부설센터로 2014년 설립한 ‘한복진흥센터’에서 주로 사업을 추진하고 있다. 광역에서는 한복 관련 최초의 공공문화시설로서 2021년 설립한 경북의 한국한복진흥원에서 한복 문화 플랫폼으로서의 거점 역할을 하고 있다. 인천과 경북 지역 외에는 아직 한복 관련 사업을 수행하고 있는

곳이 없으나, 2022년 ‘한복입기’가 국가무형문화재로 등재되었다.

2) 사업규모

전통의복 분야의 한복 관련 정책사업 수는 2022년 예산 기준으로는 총 5건 중에서 중앙에서 2건, 광역에서 3건의 사업을 추진하였음. 예산은 총 10,447,000천 원 중에서 중앙정부 예산이 9,797,000천 원으로 전체 예산 중 약 94%를 차지하였으며, 광역 예산은 650,000천 원으로 약 6% 수준임. 따라서 한복 관련 정책사업은 주로 중앙정부 차원에서 담당하는 것으로 파악된다.¹⁶⁾

① 주체별 사업규모

전통의복 분야에서 한복 관련 정책사업은 중앙정부 차원에서는 문화체육관광부가 유일하게 사업을 추진하는 것으로 파악된다. 사업 수는 2건, 예산은 9,797,000천 원으로 확인된다.

〈표 3-10〉 전통의복 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 전통의복 | |
|------|-----|------|-----------|
| | | 사업 수 | 예산 |
| 중앙정부 | 문체부 | 2 | 9,797,000 |
| | 합계 | 2 | 9,797,000 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

2024년도 사업예산 기준으로 광역지역의 전통의복 분야는 경북이 8건으로 가장 많은 사업 수를 추진하고 있으며, 그 다음으로는 전북이 3건, 서울·부산·인천·울산·경남이 각 1건씩 한복 관련 지원정책을 수행하고 있는 것으로 파악된다. 사업예산 규모 면에서도 경북이 6,074,777천 원으로 타 지역에 비해 월등히 높은 예산(90.05%)을 운영하는 것으로 확인된다.

16) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

〈표 3-11〉 전통의복 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통의복 | |
|----|-------|-----------|
| | 사업 수* | 예산 |
| 서울 | 1 | 61,100 |
| 부산 | 1 | 0 |
| 대구 | - | - |
| 인천 | 1 | 19,500 |
| 광주 | - | - |
| 대전 | - | - |
| 울산 | 1 | 30,000 |
| 세종 | - | - |
| 경기 | - | - |
| 강원 | - | - |
| 충북 | - | - |
| 충남 | - | - |
| 전북 | 3 | 530,000 |
| 전남 | - | - |
| 경북 | 8 | 6,074,777 |
| 경남 | 1 | 30,000 |
| 제주 | - | - |
| 총계 | 16 | 6,745,377 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

〈표 3-12〉 전통의복 분야 지원정책 사업내용

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|------|---------------|-----------|--------|
| 중앙정부 | 1. 정책기반마련 | - | - |
| | 2. 전통문화확산 | - | - |
| | 3. 산업활성화 | 9,797,000 | 100.00 |
| | 4. R&D | - | - |
| | 5. 전문인력 양성 | - | - |
| | 6. 교류활성화 | - | - |
| | 7. 인프라조성 | - | - |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | - | - |
| | 9. 기타 | - | - |
| | 합계 | 9,797,000 | 100.00 |

| 구분 | | | 예산 | (비율) |
|--------------|---------------|------------|---------|-------|
| 지방정부 (광역) | 1. 정책기반마련 | | 500,000 | 76.92 |
| | 2. 전통문화확산 | 교육 | - | - |
| | | 행사 | 50,000 | 7.69 |
| | 3. 산업활성화 | | 100,000 | 15.38 |
| | 4. R&D | | - | - |
| | 5. 전문인력 양성 | | - | - |
| | 6. 교류활성화 | | - | - |
| | 7. 인프라조성 | | - | - |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | - | - |
| | 9. 기타 | | - | - |
| 합계 | | 650,000 | 100.00 | |
| 총계 | | 10,447,000 | 100.00 | |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

전통의복 분야에서 한복 관련 정책사업의 내용을 살펴보면, 중앙정부 차원의 사업은 모두 산업활성화(100%)를 목적으로 하고 있으며, 지방정부(광역)의 경우 정책기반마련(76.92%), 산업활성화(15.38%), 전통문화확산(7.69%) 순으로 나타난다.¹⁷⁾

3) 사업추진 방법

전통의복 분야에서 한복 관련 정책사업의 예산집행 방식은 중앙의 경우 한국공예·디자인문화진흥원을 통해서 민간이전 사업으로 예산(9,797,000천 원)을 집행하는 것으로 조사된다.

〈표 3-13〉 중앙정부의 전통의복 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|------|-----------|-----------|--------|
| 중앙정부 | 1. 직접수행 | - | - |
| | 2. 민간이전 | 9,797,000 | 100.00 |
| | 3. 자치단체이전 | - | - |
| | 합계 | 9,797,000 | 100.00 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

17) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

2024년 지방정부(광역시)의 전통의복 분야 지원정책 사업예산 추진 방법은 민간수행 예산(4,274,777천 원)이 63.37%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 기타(21.35%), 직접수행(14.99%) 순으로 확인된다.

〈표 3-14〉 지방정부(광역시)의 전통의복 분야 지원정책 사업예산 추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|---------------|-----------|-----------|--------|
| 지방정부 (광역시) | 1. 직접수행 | 1011,100 | 14.99 |
| | 2. 민간이전 | 4,274,777 | 63.37 |
| | 3. 자치단체이전 | 19,500 | 0.29 |
| | 4. 기타 | 1,440,000 | 21.35 |
| | 합계 | 6,745,377 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

전통의복 분야의 한복 관련 정책사업은 문화체육관광부에서 ‘한류 연계협업 콘텐츠 기획개발 지원 (한복 분야)’와 ‘전통문화자원 대표 분야 육성 지원(한복 분야)’를 추진하였다. 후자의 사업은 한스타일 육성 지원 사업의 일환으로 관광진흥개발기금으로 수행된 사업이라는 점이 특징적이다. 광역의 경우 인천은 ‘한복입기 활성화 사업’을 추진하였으며, 경북은 ‘한국한복진흥원 운영’과 ‘전통복식산업 활성화 지원사업’을 추진하였다.

나. 전통음식

1) 사업운영

중앙정부 차원의 전통음식 분야의 주요 정책사업은 농림축산식품부에서 추진되고 있다. 따라서 중앙정부 차원의 예산은 주로 수행기관(한식진흥원, 한국공예·디자인문화진흥원, 한국식품연구원 등)을 통해서 집행되는 것으로 파악된다. 특히, 농림축산식품부 식품산업정책관 식품외식산업과에서는 한식과 전통주 관련 정책사업을 담당하고 있다. 직접 또는 산하기관인 한식진흥원을 통해 전통음식 관련 정책사업을 추진하는 것으로 확인된다.

2) 사업규모

① 주체별(중앙정부/지방정부(광역)) 사업규모

중앙정부의 전통음식 분야 전체 예산은 29,200,000천 원(사업 수 7건) 중에서 농림부가 24,484,000천 원으로 가장 큰 규모의 예산이 집행되고 있다. 그 다음으로는 문화체육관광부(3,536,000천 원), 과기부(1,180,000천 원) 순으로 파악됨. 한식 관련 정책 사업은 총 25,959,000천 원(사업 수 6건) 중에서 농림부가 21,243,000천 원(사업 수 2건), 문화체육관광부 3,536,000천 원(사업 수 3건), 과기부 1,180,000천 원(사업 수 1건)로 파악됨. 전통주 관련 정책사업은 농림부에서만 3,241,000천 원(사업 수 1건)의 사업이 추진된다.¹⁸⁾

〈표 3-15〉 전통음식 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 한식 | | 전통주 | | 전체 | |
|------|-----|------|------------|------|-----------|------|------------|
| | | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 |
| 중앙정부 | 문체부 | 3 | 3,536,000 | - | - | 3 | 3,536,000 |
| | 과기부 | 1 | 1,180,000 | - | - | 1 | 1,180,000 |
| | 농림부 | 2 | 21,243,000 | 1 | 3,241,000 | 3 | 24,484,000 |
| | 합계 | 6 | 25,959,000 | 1 | 3,241,000 | 7 | 29,200,000 |

2024년도 광역지역 차원의 전통음식 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 4,246,760천 원으로 64건의 사업이 추진되고 있는 것으로 조사된다. 그 중에서 경북이 21건(2,444,700천 원)으로 가장 많은 사업 수와 예산이 운영되고 있는 것으로 파악된다. 그 다음으로 사업 수는 경기(19건), 충남(8건), 전북·전남·경남(3건), 강원·광주(2건), 울산·충북·제주(1건) 순으로 추진하고 있으며, 예산규모는 경기(726,800천 원), 충남(594,220천 원), 전남(167,500천 원), 경남(134,200천 원), 제주(56,000천 원) 순으로 확인된다. 그러나 서울과 부산, 대구, 인천, 대전, 세종의 경우 전통음식 분야 사업을 추진하고 있지 않은 것으로 조사된다.

18) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

〈표 3-16〉 전통음식 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통음식 | |
|----|------|-----------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 서울 | - | - |
| 부산 | - | - |
| 대구 | - | - |
| 인천 | - | - |
| 광주 | 2 | 34,640 |
| 대전 | - | - |
| 울산 | 1 | 11,000 |
| 세종 | - | - |
| 경기 | 19 | 726,800 |
| 강원 | 2 | 28,300 |
| 충북 | 1 | 27,000 |
| 충남 | 8 | 594,220 |
| 전북 | 3 | 22,400 |
| 전남 | 3 | 167,500 |
| 경북 | 21 | 2,444,700 |
| 경남 | 3 | 134,200 |
| 제주 | 1 | 56,000 |
| 총계 | 64 | 4,246,760 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

전통음식 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 정책기반마련이 33.83%로 가장 높게 조사된다. 그 다음으로는 산업활성화(29.66%), 전통문화확산(9.59%), R&D(8.46%) 등의 순으로 운영되고 있다. 지방정부 차원, 즉 광역(17개 시도)에서는 산업활성화가 33.59%로 가장 높게 지원되고 있으며, 그 다음으로 인프라조성(25.87%), 전통문화확산(15.46%), 정책기반마련(8.70%) 등의 순으로 확인된다.¹⁹⁾

19) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

〈표 3-17〉 전통음식 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | | 한식 | | 전통주 | | 전체 | |
|--------------|---------------|----|------------|--------|-----------|--------|------------|--------|
| | | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙정부 | 1. 정책기반마련 | | 9,878,000 | 38.05 | - | - | 9,878,000 | 33.83 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | 1,366,000 | 5.26 | - | - | 1,366,000 | 4.68 |
| | | 행사 | 1,435,000 | 5.53 | - | - | 1,435,000 | 4.91 |
| | 3. 산업활성화 | | 5,890,000 | 22.69 | 2,770,000 | 85.47 | 8,660,000 | 29.66 |
| | 4. R&D | | 2,000,000 | 7.70 | 471,000 | 14.53 | 2,471,000 | 8.46 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 1,940,000 | 7.47 | - | - | 1,940,000 | 6.64 |
| | 6. 교류활성화 | | 200,000 | 0.77 | - | - | 200,000 | 0.68 |
| | 7. 인프라조성 | | 750,000 | 2.89 | - | - | 750,000 | 2.57 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 1,200,000 | 4.62 | | | 1,200,000 | 4.11 |
| | 9. 기타 | | 1,300,000 | 5.01 | - | - | 1,300,000 | 4.45 |
| | 합계 | | 25,959,000 | 100.00 | 3,241,000 | 100.00 | 29,200,000 | 100.00 |
| 지방정부 (광역) | 1. 정책기반마련 | | 691,000 | 8.97 | | 0 | 691,000 | 8.70 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | 235,653 | 3.06 | | 0 | 235,653 | 2.97 |
| | | 행사 | 892,400 | 11.58 | 100,00 | 41.41 | 992,400 | 12.49 |
| | 3. 산업활성화 | | 2,543,980 | 33.02 | 124,500 | 51.55 | 2,668,480 | 33.59 |
| | 4. R&D | | 561,814 | 7.29 | | 0 | 561,814 | 7.07 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 610,000 | 7.92 | | 0 | 610,000 | 7.68 |
| | 6. 교류활성화 | | - | - | - | - | - | - |
| | 7. 인프라조성 | | 2,038,750 | 26.46 | 17,000 | 7.04 | 2,055,750 | 25.87 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 130,000 | 1.69 | | 0 | 130,000 | 1.64 |
| | 9. 기타 | | - | - | - | - | - | - |
| | 합계 | | 7,703,597 | 100.00 | 241,500 | 100.00 | 7,945,097 | 100.00 |
| 총계 | | | 33,662,597 | 100.00 | 3,482,500 | 100.00 | 37,145,097 | 100.00 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

3) 사업추진 방법

전통음식 분야 관련 지원정책의 사업추진 방법은 중앙정부의 경우 민간이전이 72.62%(21,204,000천 원)로 가장 큰 규모의 예산이 집행된다. 그 다음으로는 자치단체 이전(19.69%), 직접수행(7.69%) 순임. 한식 예산은 민간이전이 71.35%로 가장 높고, 그 다음으로는 자치단체이전(19.99%), 직접수행(8.65%)으로 운영되고 있으며, 전통주

예산은 민간이전이 82.72%로 가장 높고, 그 다음으로는 자치단체이전 17.28%로 사업이 운영된다.²⁰⁾

〈표 3-18〉 중앙정부의 전통음식 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 건, 천 원, %)

| 구분 | | 한식 | | 전통주 | | 전체 | |
|------|-----------|------------|--------|-----------|--------|------------|--------|
| | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙정부 | 1. 직접수행 | 2,246,000 | 8.65 | - | 0.00 | 2,246,000 | 7.69 |
| | 2. 민간이전 | 18,523,000 | 71.35 | 2,681,000 | 82.72 | 21,204,000 | 72.62 |
| | 3. 자치단체이전 | 5,190,000 | 19.99 | 560,000 | 17.28 | 5,750,000 | 19.69 |
| | 합계 | 25,959,000 | 100.00 | 3,241,000 | 100.00 | 29,200 | 100.00 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

2024년 전통음식 분야 지방정부(광역시)의 지원정책 사업예산 추진 방법은 민간수행 예산이 45.20%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 자치단체이전(27.78%), 직접수행(25.01%) 순으로 확인된다.

〈표 3-19〉 지방정부(광역시)의 전통음식 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|---------------------|-----------|-----------|--------|
| 지방정부 (광역시) 합계 | 1. 직접수행 | 1,062,260 | 25.01 |
| | 2. 민간수행 | 1,919,700 | 45.20 |
| | 3. 자치단체이전 | 1,179,800 | 27.78 |
| | 4. 기타 | 85,000 | 2.00 |
| | 합계 | 4,246,760 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

한식 분문의 주체별 세부사업 추진내용을 살펴보면, 중앙정부 차원에서는 문화체육관광부는 ‘재외 한국문화원 운영’을 비롯하여 ‘문화중심도시 조성 및 운영(아시아음식문화지구 조성)’, ‘한스타일 육성지원사업’을 추진하고 있다. 또한 과기부에서는 ‘한국식품연구원 연구운영비지원(R&D)’, 농림부에서는 ‘한식진흥 및 음식관광활성화사업’과 ‘전통

20) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

발효식품육성사업'을 추진하였다. 반면, 지방정부 차원의 광역(17개 시도)에서는 서울의 경우 '전통 우리음식 및 생활자원 교육'과 '우리쌀 이용 식품가공 기술교육'을 추진하고 있다. 그리고 부산은 '오감만족 재밌는 쌀 체험여행교실 운영'과 '우리쌀 이용 식품가공 기술교육' 등의 사업을 운영하였다. 특히, 광주외의 경우 '아시아음식 문화지구조성사업'과 경기도의 '전통장류 발효식품 소비 활성화사업', 울산과 충북의 '사찰음식 관련 사업', 전북의 '국가식품클러스터 복합문화센터 건립지원사업'과 '전주국제발표식품엑스포사업', 전남의 '전통장류 명품화 추진사업' 등이 눈에 띈다.

다. 전통가옥

1) 사업운영

전통가옥 분야의 주요 정책사업은 문화체육관광부, 문화재청, 국토교통부를 중심으로 추진되고 있다. 특히, 국토교통부 건축정책관 건축문화경관과에서 한옥 관련 정책사업을 담당하고 있으며, 직접 또는 국무총리실 산하 정부출연 연구기관인 건축공간연구원과 연구원 산하 국가한옥센터를 통해서 정책사업을 추진하고, 사업에 따라 국가건축정책위원회, 한국토지주택공사의 후원을 받기도 하였다.

2) 사업규모

① 주체별(중앙정부/지방정부(광역)) 사업규모

중앙정부 차원에서 추진하고 있는 전통가옥 분야의 지원정책 예산은 12,052,000천 원으로 사업 수는 6건으로 파악된다. 주체별로 살펴보면, 문화재청이 4건(10,402,000천 원)으로 가장 많은 사업이 수행되고 있으며, 그 다음으로 문화체육관광부 1건(990,000천 원), 국토부 1건(660,000천 원)으로 파악된다.²¹⁾

〈표 3-20〉 전통가옥 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 전통의복 | |
|------|-----|------|---------|
| | | 사업 수 | 예산 |
| 중앙정부 | 문화부 | 1 | 990,000 |

21) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

| 구분 | | 전통의복 | |
|----|------|------|------------|
| | | 사업 수 | 예산 |
| | 문화재청 | 4 | 10,402,000 |
| | 국토부 | 1 | 660,000 |
| | 합계 | 6 | 12,052,000 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준)

2024년도 광역지역 차원의 전통가옥 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 5,483,850천 원으로 사업 수 21건이 추진되고 있는 것으로 조사된다. 그 중에서 경남이 2,098,450천 원으로 가장 높은 예산이 집행되고 있으며, 그 다음으로 경북(1,383,422천 원), 충남(558,000천 원), 강원(550,000천 원), 경기(322,000천 원), 충북(261,000천 원) 순으로 확인된다. 사업 수는 경북이 7건으로 가장 많고, 그 다음으로 충북·울산(3건), 경기·강원(2건), 인천·광주·충남·경남(1건) 순으로 파악된다.

〈표 3-21〉 전통가옥 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통가옥 | |
|----|------|-----------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 서울 | - | - |
| 부산 | - | - |
| 대구 | - | - |
| 인천 | 1 | 36,000 |
| 광주 | 1 | 126,747 |
| 대전 | - | - |
| 울산 | 3 | 148,231 |
| 세종 | - | - |
| 경기 | 2 | 322,000 |
| 강원 | 2 | 550,000 |
| 충북 | 3 | 261,000 |
| 충남 | 1 | 558,000 |
| 전북 | - | - |
| 전남 | - | - |
| 경북 | 7 | 1,383,422 |
| 경남 | 1 | 2,098,450 |
| 제주 | - | - |
| 총계 | 21 | 5,483,850 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

전통가옥 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 정책기반마련(41.49%)을 위한 사업운영에 가장 크게 지원하고 있으며, 그 다음으로는 전통문화확산(26.97%), 보존·계승·자원발굴(13.65%), 인프라조성(8.21%) 등의 순으로 사업을 추진 중임. 지방정부의 광역(17개 시도)에서는 인프라조성(46.23%)에 가장 많은 정책지원을 추진하고 있으며, 그 다음으로는 전통문화확산(22.60%), 산업활성화(14.14%) 등의 순으로 운영된다.²²⁾

〈표 3-22〉 전통가옥 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | | 예산 | (비율) |
|--------------|---------------|----|------------|--------|
| 중앙정부 | 1. 정책기반마련 | | 5,000,000 | 41.49 |
| | 2. 전통문화확산 | 교육 | 60,000 | 0.50 |
| | | 행사 | 3,190,000 | 26.47 |
| | 3. 산업활성화 | | - | - |
| | 4. R&D | | 687,000 | 5.70 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 480,000 | 3.98 |
| | 6. 교류활성화 | | - | - |
| | 7. 인프라조성 | | 990,000 | 8.21 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 1,645,000 | 13.65 |
| | 9. 기타 | | - | - |
| 합계 | | | 12,052,000 | 100.00 |
| 지방정부 (광역) | 1. 정책기반마련 | | 480,000 | 2.51 |
| | 2. 전통문화확산 | 교육 | 1,976 | 0.01 |
| | | 행사 | 4,313,910 | 22.59 |
| | 3. 산업활성화 | | 2,700,490 | 14.14 |
| | 4. R&D | | - | - |
| | 5. 전문인력 양성 | | - | - |
| | 6. 교류활성화 | | 86,000 | 0.45 |
| | 7. 인프라조성 | | 8,827,842 | 46.23 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 257,400 | 1.35 |
| | 9. 기타 | | 2,429,719 | 12.72 |
| 합계 | | | 19,097,337 | 100.00 |

22) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

3) 사업추진 방법

중앙정부 차원의 전통가옥 분야 관련 지원정책의 사업추진 방법은 민간이전 예산집행이 70.46%로 가장 비중이 크고, 그 다음으로 자치단체이전(28.96%), 직접수행(0.58%)의 순으로 확인된다.²³⁾

〈표 3-23〉 중앙정부의 전통가옥 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|------|-----------|------------|--------|
| 중앙정부 | 1. 직접수행 | 70,000 | 0.58 |
| | 2. 민간이전 | 8,492,000 | 70.46 |
| | 3. 자치단체이전 | 3,490,000 | 28.96 |
| | 합계 | 12,052,000 | 100.00 |

2024년 전통가옥 분야 지방정부(광역시)의 지원정책 사업예산 추진 방법은 직접수행 예산이 62.47%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 민간이전(29.51%), 자치단체이전(8.02%)의 순으로 운영되는 것으로 분석된다.

〈표 3-24〉 지방정부(광역시)의 전통가옥 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|---------------|-----------|-----------|--------|
| 지방정부 (광역시) | 1. 직접수행 | 3,425,681 | 62.47 |
| | 2. 민간이전 | 1,618,169 | 29.51 |
| | 3. 자치단체이전 | 440,000 | 8.02 |
| | 4. 기타 | - | - |
| | 합계 | 5,483,850 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

주체별 세부 사업 추진내용을 살펴보면, 중앙정부 차원에서 문화체육관광부는 관광정책국에서 ‘한옥마을 관광기반 정비(전주)’ 사업을 추진하였으며, 문화재청에서는 전통건축수리기술진흥재단 운영 사업을 통해 다양한 한옥 관련 조사 및 연구, 시스템 구축 사

23) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

업을 추진하였다. 이 외에도 문화재청은 국가민속문화재로 등록된 한옥을 관리하는 사업이나 한옥을 활용하는 ‘고택, 종가집 활용 사업’ 등 다양한 사업을 추진하였다. 국토부에서는 ‘도시경관 및 건축문화 품격 향상사업’을 추진하며 ‘한옥전문인력양성사업’과 ‘한옥 공모전’ 및 ‘한옥캠프’ 등의 사업을 추진하였다.

반면, 지방정부(광역시) 차원에서는 서울은 ‘한옥도서관 건립 조성’, ‘서울관광 산업기반 강화’로서 도시민박업 및 한옥체험업 활성화 지원, ‘고택 종갓집 활용’, 남산골 한옥마을 및 전통정원을 중심으로 한 ‘전통문화시설 운영’, 백인제가옥을 중심으로 한 ‘박물관 활성화’, 한옥 등 건축자산을 중심으로 한 ‘전통문화계승발전사업’을 추진하고 있다. 제주에는 ‘지역문화 인프라 구축’, 성읍민속마을을 중심으로 한 ‘문화유적관리운영’ 등의 사업을 진행함. 특히, 지방정부 즉 광역(17개 시도)에서 문화재청의 국비지원을 통해 전통문화 활성화의 측면에서 ‘고택 종갓집 활용’사업을 추진하고, 지역별 문화유산 및 역사가옥으로 백인제가옥(서울), 대구(달성 삼가현 고택), 전남(전남종가), 제주(제주성읍마을) 등을 지정하여 유지보수, 체험 프로그램을 도입하였다.

라. 전통공예

1) 사업운영

전통공예 분야의 지원정책 사업은 주로 문화체육관광부에서 추진되고 있으며, 문화재청에서도 일부 사업이 추진하였다. 문화체육관광부의 전통공예 예산은 주로 수행기관(한국공예·디자인문화진흥원)을 통해서 집행하는 것으로 확인된다.

2) 사업규모

① 주체별(중앙정부/지방정부(광역시)) 사업규모

중앙정부의 전통공예 지원정책 사업 예산은 총 24,448,040천 원으로 파악된다. 그 중에서 문화체육관광부 예산이 23,605,040천 원, 문화재청 예산이 843,000천 원으로 확인된다. 사업 수는 총 9건 중에서 문화체육관광부는 8건(한지공예 3건, 전통공예 5건), 문화재청은 1건(전통공예 1건)으로 파악된다.²⁴⁾

24) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

〈표 3-25〉 전통공예 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 한지공예 | | 전통공예 일반 | | 전체 | |
|----------|------|-------|-----------|---------|------------|------|------------|
| | | 사업 수* | 예산 | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 |
| 중앙 정부 | 문체부 | 3 | 2,450,000 | 5 | 21,155,040 | 8 | 23,605,040 |
| | 문화재청 | - | - | 1 | 843,000 | 1 | 843,000 |
| | 합계 | 3 | 2,450,000 | 6 | 21,998,040 | 9 | 24,448,040 |

2024년도 지방정부(광역시) 차원의 전통공예 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 10,102,136천 원으로 사업 수 143건이 추진되고 있는 것으로 파악된다. 그 중에서 전북이 2,849,344천 원으로 가장 큰 규모의 예산으로 사업을 추진하고 있으며, 그 다음으로 전남(2,359,384천 원), 경북(1,938,994천 원), 경남(869,819천 원), 강원(810,603천 원), 충북(617,050천 원) 순으로 조사된다.

사업 수는 총 143건 중에서 경남이 33건으로 가장 많고, 그 다음으로 경북(32건), 전북(29건), 전남(14건), 충북(10건), 경기·강원(6건) 순으로 확인된다.

〈표 3-26〉 전통공예 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통가옥 | |
|----|------|------------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 서울 | - | - |
| 부산 | 1 | 32,040 |
| 대구 | - | - |
| 인천 | 1 | 90,000 |
| 광주 | 2 | 185,892 |
| 대전 | - | - |
| 울산 | 3 | 63,400 |
| 세종 | - | - |
| 경기 | 6 | 128,610 |
| 강원 | 6 | 810,603 |
| 충북 | 10 | 617,050 |
| 충남 | 4 | 89,000 |
| 전북 | 29 | 2,849,344 |
| 전남 | 14 | 2,359,384 |
| 경북 | 32 | 1,938,994 |
| 경남 | 33 | 869,819 |
| 제주 | 2 | 68,000 |
| 총계 | 143 | 10,102,136 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

전통공예 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 인프라 조성이 43.66%(10,673,000천 원)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 산업활성화(22.85%), 전통문화확산(16.36%) 순으로 나타난다. 지방정부(광역시)도 인프라조성이 38.89%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 산업활성화(28.86%), 전통문화확산(14.69%) 순으로 나타난다. 지방정부(광역시)에서는 산업활성화(36.21%)에 가장 많은 예산을 집행하는 것으로 확인된다.²⁵⁾

〈표 3-27〉 전통공예 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | | 한지공예 | | 전통공예 일반 | | 전체 | |
|-------------------|---------------|----|-----------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙 정부 | 1. 정책기반마련 | | - | - | 1,328,000 | 6.04 | 1,328,000 | 5.43 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | 500,000 | 20.41 | 2,400,000 | 10.91 | 2,900,000 | 11.86 |
| | | 행사 | - | - | 1,100,000 | 5.00 | 1,100,000 | 4.50 |
| | 3. 산업활성화 | | 1,950,000 | 79.59 | 3,636,040 | 16.53 | 5,586,040 | 22.85 |
| | 4. R&D | | - | - | 1,093,000 | 4.97 | 1,093,000 | 4.47 |
| | 5. 전문인력 양성 | | - | - | 968,000 | 4.40 | 968,000 | 3.96 |
| | 6. 교류활성화 | | - | - | 800,000 | 3.64 | 800,000 | 3.27 |
| | 7. 인프라조성 | | - | - | 10,673,000 | 48.52 | 10,673,000 | 43.66 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | - | - | - | - | - | - |
| | 9. 기타 | | - | - | - | - | - | - |
| | 합계 | | 2,450,000 | 100.00 | 21,998,040 | 100.00 | 24,448,040 | 100.00 |
| 지방 정부 (광역시) | 1. 정책기반마련 | | - | - | 100,000 | 1.15 | 100,000 | 0.91 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | - | - | 745,100 | 8.54 | 745,100 | 6.80 |
| | | 행사 | 22,800 | 1.02 | 841,100 | 9.64 | 863,900 | 7.89 |
| | 3. 산업활성화 | | - | - | 3,161,391 | 36.21 | 3,161,391 | 28.86 |
| | 4. R&D | | - | - | 261,200 | 2.99 | 261,200 | 2.38 |
| | 5. 전문인력 양성 | | - | - | 449,184 | 5.15 | 449,184 | 4.10 |
| | 6. 교류활성화 | | - | - | 45,000 | 0.52 | 45,000 | 0.41 |
| | 7. 인프라조성 | | 2,202,350 | 98.98 | 2,058,000 | 23.58 | 4,260,350 | 38.89 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | - | 0.00 | 1,068,600 | 12.24 | 1,068,600 | 9.75 |
| | 9. 기타 | | - | - | - | - | - | - |
| | 합계 | | 2,225,150 | 100.00 | 8,729,575 | 100.00 | 10,954,725 | 100.00 |

25) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

3) 사업추진 방법

전통공예 분야 관련 지원정책의 사업추진 방법은 중앙정부의 경우 민간이전 사업이 54.30%(13,275,040천 원)로 가장 큰 규모의 예산이 집행되고 있으며, 그 다음으로 직접수행(39.57%), 자치단체이전(6.14%) 순으로 운영된다.²⁶⁾

〈표 3-28〉 중앙정부의 전통공예 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 한지 | | 전통공예 일반 | | 전체 | |
|------|-----------|-----------|--------|------------|-------|------------|--------|
| | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙정부 | 1. 직접수행 | - | - | 9,673,000 | 43.97 | 9,673,000 | 39.57 |
| | 2. 민간이전 | 1,950,000 | 79.59 | 11,325,040 | 51.48 | 13,275,040 | 54.30 |
| | 3. 자치단체이전 | 500,000 | 20.41 | 1,000,000 | 4.55 | 1,500,000 | 6.14 |
| | 합계 | 2,450,000 | 100.00 | 21,998,040 | 100 | 24,448,040 | 100.00 |

2024년도 전통가옥 분야 지방정부(광역시)의 지원정책 사업예산 추진 방법은 민간이전 예산이 54.10%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 직접수행(20.45%), 기타 (13.71%), 자치단체이전(11.74%) 순으로 운영되는 것으로 분석된다.

〈표 3-29〉 지방정부(광역시)의 전통공예 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|---------------|-----------|------------|--------|
| 지방정부 (광역시) | 1. 직접수행 | 2,065,822 | 20.45 |
| | 2. 민간이전 | 5,464,799 | 54.10 |
| | 3. 자치단체이전 | 1,186,438 | 11.74 |
| | 4. 기타 | 1,385,077 | 13.71 |
| | 합계 | 10,102,136 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

전통공예(한자공예) 분야의 주체별 세부사업 추진내용을 살펴보면, 중앙정부(문체부)에서는 ‘문화콘텐츠산업진흥 환경조성’을 비롯하여 ‘전통문화진흥’, ‘문화협력을 통한 외

26) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조

래 관광객 유치사업' 등의 단위사업을 통해서 한지공예 정책사업을 추진하는 것으로 파악된다.

지방정부(광역시)에서는 강원은 관광개발 사업추진의 일환으로 '원주 한지테마파크 전시체험관 건립(전환)'을 추진하고, 전북은 전통문화 보존 및 전승의 단위사업 내 '전통한지 생산시설 2단계 고도화 사업'을 수행하고 있으며, 경북은 '안동한지축제지원사업'을 추진하는 것으로 확인된다.

기초자치단체에서는 원주와 전주가 대표적이라 할 수 있는데, 원주에서는 주로 한지 문화제 지원과, 옷 한지산업 육성을 위한 사업을 추진하고, 전주에서는 한문화사업 육성 사업을 통해서 '전주전통한지 생산시설 한지 활용 학습·체험 프로그램'을 운영하는 등 한지공예 관련 세부사업이 다양하게 추진되는 것으로 파악된다.

마. 전통생활문화

1) 사업운영

전통생활문화 분야의 주요 정책사업은 문화체육관광부와 문화재청에서 추진되고 있다. 문화체육관광부는 전통생활문화와 관련하여 전통놀이, 정신문화, 한글문화 등 폭넓은 정책사업을 담당하고 있으며, 소속기관인 국립민속박물관, 국립중앙박물관, 해외문화홍보원 등에서도 관련 사업을 다양하게 추진 중이다. 문화재청은 서원, 향교, 산사 등 종교 및 정신문화 관련 문화재를 활용한 행사와 교육프로그램에 집중적으로 사업을 추진하였다.

2) 사업규모

① 주체별(중앙정부/지방정부(광역시)) 사업규모

중앙정부의 전통생활문화 분야의 정책지원 사업규모는 총 예산 100,258,134천 원(사업 수 19건) 중에서 문화체육관광부 예산규모가 93,117,134천 원(사업 수 18건)으로 가장 크고, 일부 문화재청에서 지원하는 정책사업(사업예산 7,141,000천 원, 사업 수 1건)이 추진되었다. 전통생활문화 분야 총 예산 100,258,134천 원 중에서 정신문화 부문이 59,543,000천 원으로 예산 비중이 가장 높고, 그 다음으로 전통생활문화 일반 부

문 34,525,200천 원, 한글 부문 5,230,934천 원, 전통놀이 부문 959,000천 원으로 분석된다.²⁷⁾

〈표 3-30〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 전통생활문화 | | | | | | | | | |
|----|------|--------|---------|------|------------|------|-----------|-----------|------------|------|-------------|
| | | 전통놀이 | | 정신문화 | | 한글 | | 전통생활문화 일반 | | 전체 | |
| | | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 | 사업 수 | 예산 |
| 중앙 | 문체부 | 2 | 959,000 | 5 | 52,402,000 | 3 | 5,230,934 | 8 | 34,525,200 | 18 | 93,117,134 |
| | 문화재청 | - | - | 1 | 7,141,000 | - | - | - | - | 1 | 7,141,000 |
| | 합계 | 2 | 959,000 | 6 | 59,543,000 | 3 | 5,230,934 | 8 | 34,525,200 | 19 | 100,258,134 |

2024년도 지방정부(광역시) 차원의 전통공예 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 71,928,844천 원으로 사업 수 1,203건이 추진되고 있는 것으로 파악된다. 그 중에서 경북이 29,274,952천 원으로 가장 큰 규모의 예산으로 사업을 추진하고 있으며, 그 다음으로 충북(6,859,079천 원), 전남(6,104,265천 원), 경남(5,237,326천 원), 경기(4,899,554천 원), 대구(4,175,729천 원), 강원(2,974,020천 원), 전북(2,949,557천 원) 순으로 조사된다.

사업 수는 총 1,203건 중에서 경북이 280건으로 가장 많고, 그 다음으로 경기(145건), 경남(127건), 전남(125건), 전북(123건), 강원(97건), 대구(36건), 대전(28건), 울산(25건), 부산(23건) 등의 순으로 확인된다.

〈표 3-31〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 전통생활문화 | |
|----|--------|-----------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 서울 | 19 | 2,391,969 |
| 부산 | 23 | 743,779 |
| 대구 | 36 | 4,175,729 |
| 인천 | 6 | 517,100 |
| 광주 | 19 | 1,234,500 |

27) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

| 구분 | 전통생활문화 | |
|----|--------|------------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 대전 | 28 | 620,382 |
| 울산 | 25 | 2,062,830 |
| 세종 | 11 | 207,400 |
| 경기 | 145 | 4,899,554 |
| 강원 | 97 | 2,974,020 |
| 충북 | 97 | 6,859,079 |
| 충남 | 27 | 667,335 |
| 전북 | 123 | 2,949,557 |
| 전남 | 125 | 6,104,265 |
| 경북 | 280 | 29,274,952 |
| 경남 | 127 | 5,237,326 |
| 제주 | 15 | 1,009,067 |
| 총계 | 1,203 | 71,928,844 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

전통생활문화 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 전통문화 확산(37.11%), 교류활성화(26.48%), 산업활성화(25.95%)에 중점이 있는 것으로 나타난다. 다만, 이러한 현황은 세부 분야별로 다르게 나타나는데, 중앙의 전통놀이 분야는 R&D(36.08%)와 교류활성화(35.45%)에, 정신문화 분야는 산업활성화(41.31%), 한글 문화 분야는 R&D(29.36%)에, 그 외 전통생활문화 일반의 사업은 전통문화확산(64.01%)의 예산 비중이 가장 큰 것으로 확인된다. 지방정부의 17개 시도 광역에서는 전통문화확산에 관련한 사업예산이 71.64%로 가장 큰 비중을 차지한다. 광역에서는 세부 분야별로도 유사한 비중으로 분석된다.²⁸⁾

28) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

〈표 3-32〉 전통생활문화 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | | 전통놀이 | | 정신문화 | | 한글 | | 전통생활문화 일반 | | 전체 | |
|------------------|---------------|----|-----------|-------|------------|-------|-----------|-------|------------|-------|-------------|-------|
| | | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙 정부 | 1. 정책기반마련 | | - | - | - | - | - | - | 553,000 | 1.6 | 553,000 | 0.5 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | 25,000 | 2.6 | 5,667,000 | 9.5 | 601,822 | 11.5 | 21,630,226 | 62.6 | 27,924,048 | 27.8 |
| | | 행사 | 26,000 | 2.7 | 7,949,000 | 13.3 | 841,582 | 16.0 | 470,000 | 1.3 | 9,286,582 | 9.2 |
| | 3. 산업활성화 | | 2,000 | 0.2 | 24,600,000 | 41.3 | 300,000 | 5.7 | 1,112,000 | 3.2 | 26,014,000 | 25.9 |
| | 4. R&D | | 346,000 | 36.0 | - | - | 1,535,887 | 29.3 | 5,823,682 | 16.8 | 7,705,569 | 7.6 |
| | 5. 전문인력 양성 | | - | - | - | - | 571,108 | 10.9 | 1,283,292 | 3.7 | 1,854,400 | 1.8 |
| | 6. 교류활성화 | | 340,000 | 35.4 | 21,327,000 | 35.8 | 1,230,000 | 23.5 | 3,653,000 | 10.5 | 26,550,000 | 26.4 |
| | 7. 인프라조성 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 8.보존 계승 지원발굴 | | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 9. 기타 | | 220,000 | 22.9 | - | 0 | 150,535 | 2.8 | | 0 | 370,535 | 0.3 |
| 합계 | | | 959,000 | 100.0 | 59,543,000 | 100.0 | 5,230,934 | 100.0 | 34,525,200 | 100.0 | 100,258,134 | 100.0 |
| 지방 정부 (광역) | 1. 정책기반마련 | | - | - | 50,000 | 0.1 | - | - | 10,160 | 0.1 | 60,160 | 0.1 |
| | 2. 전통문화 확산 | 교육 | 136,000 | 12.6 | 3,204,671 | 12.3 | 15,000 | 1.1 | 10,262,237 | 50.8 | 13,617,908 | 27.9 |
| | | 행사 | 847,000 | 78.6 | 14,442,683 | 55.4 | 1,002,050 | 72.7 | 4,960,081 | 24.5 | 21,251,814 | 43.6 |
| | 3. 산업활성화 | | - | - | 789,200 | 3.0 | - | - | 255,000 | 1.2 | 1,044,200 | 2.1 |
| | 4. R&D | | - | - | 299,960 | 1.1 | - | - | 33,500 | 0.2 | 333,460 | 0.6 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 30,000 | 2.7 | | 0 | 30,000 | 2.1 | 36,300 | 0.1 | 96,300 | 0.2 |
| | 6. 교류활성화 | | - | - | 5,000 | 0.1 | - | - | 1,331,750 | 6.6 | 1,336,750 | 2.7 |
| | 7. 인프라조성 | | - | - | 5,424,815 | 20.8 | 230,000 | 16.7 | 1,848,000 | 9.1 | 7,502,815 | 15.4 |
| | 8.보존 계승 지원발굴 | | 64,000 | 5.9 | 492,500 | 1.8 | - | - | 1,073,543 | 5.3 | 1,630,043 | 3.3 |
| | 9. 기타 | | - | - | 1,326,500 | 5.0 | 100,000 | 7.2 | 375,000 | 1.8 | 1,801,500 | 3.7 |
| 합계 | | | 1,077,000 | 100.0 | 26,035,329 | 100.0 | 1,377,050 | 100.0 | 20,185,571 | 100.0 | 48,674,950 | 100.0 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

3) 사업추진 방법

중앙정부의 전통생활문화 분야 관련 지원정책의 사업추진 방법은 자치단체이전이 50.38%로 가장 큰 규모의 예산이 집행되고, 그 다음으로 민간이전(42.23%), 직접수행(7.39%) 순으로 운영된다.

전통놀이의 경우에는 민간이전이 99.37%로 가장 높고, 그 다음으로 직접수행(0.63%)로 운영된다. 정신문화 부문은 자치단체이전이 55.64%로 가장 높고, 그 다음으로 민간이전(44.04%), 직접수행(0.32%)로 추진된다. 한글 부문은 직접수행이 42.08%로 가장

높고, 그 다음으로 민간이전(34.41%), 자치단체이전(23.51%) 순으로 파악된다. 전통생활문화 일반 부문은 자치단체이전이 46.79%로 가장 높고, 그 다음으로 민간이전(38.70%), 직접수행(14.51%)으로 운영되는 것으로 분석된다.

〈표 3-33〉 중앙정부의 전통생활문화 분야 관련 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 전통놀이 | | 정신문화 | | 한글 | | 전통생활문화 일반 | | 전체 | |
|----------|-----------|---------|-------|------------|-------|-----------|-------|------------|-------|-------------|-------|
| | | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) | 예산 | (비율) |
| 중앙 정부 | 1. 직접수행 | 6,000 | 0.6 | 193,000 | 0.3 | 2,200,934 | 42.0 | 5,009,114 | 14.5 | 7,409,048 | 7.3 |
| | 2. 민간이전 | 953,000 | 99.3 | 26,223,000 | 44.0 | 1,800,000 | 34.4 | 13,360,086 | 38.7 | 42,336,086 | 42.2 |
| | 3. 자치단체이전 | - | - | 33,127,000 | 55.6 | 1,230,000 | 23.5 | 16,156,000 | 46.7 | 50,513,000 | 50.3 |
| | 합계 | 959,000 | 100.0 | 59,543,000 | 100.0 | 5,230,934 | 100.0 | 34,525,200 | 100.0 | 100,258,134 | 100.0 |

출처: 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

2024년도 전통생활문화 분야 지방정부(광역시)의 지원정책 사업예산 추진 방법은 민간이전 예산이 62.66%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 자치단체이전(25.96%), 직접수행(11.34%), 기타(0.04%) 순으로 운영된다.

〈표 3-34〉 지방정부(광역시)의 전통생활문화 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | 비율 |
|---------------|-----------|------------|--------|
| 지방정부 (광역시) | 1. 직접수행 | 8,160,764 | 11.34 |
| | 2. 민간수행 | 45,076,254 | 62.66 |
| | 3. 자치단체이전 | 18,673,826 | 25.96 |
| | 4. 기타 | 30,000 | 0.04 |
| | 합계 | 71,940,844 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

전통생활문화에서 전통놀이 부문의 주체별 세부 사업 추진내용을 살펴보면, 중앙정부 차원에서 문화체육관광부는 전통놀이 분야의 ‘전통놀이문화 조성 및 확산’, ‘국립광주박물관 운영’ 사업을 시행하였다. 반면, 지방정부 17개 시도 광역에서는 인천이 ‘인천 전통편사놀이 공연’, ‘은율탈춤전수관 민속놀이마당 상설화’, ‘전통무대 상설화’, ‘전통문화예

술 대축제’, ‘강강술래첼린지’, ‘은율탈춤 우리얼 교육’ 등 다양한 행사 및 교육 사업을 운영함. 경남의 경우 ‘마산오광대’, ‘칠원고을줄다리기’, ‘칠원고을줄다리기’, ‘감내 계줄 당기기’, ‘영산쇠머리대기’, ‘영산줄다리기’, ‘진주탈춤한마당’, ‘함안낙화놀이’ 등 다양한 전통놀이 행사 중심의 사업이 운영되는 것으로 확인된다.

바. 전통문화 기타(다장르)

1) 사업운영

전통문화 기타(다장르)의 경우 한 개 이상의 장르를 융합하거나 병행하여 운영하는 등 추진체계가 다양한 형태로 운영되고 있으며, 전통문화를 통한 융복합 차원의 사업규모가 커지고 있는 추세이다.

2) 사업규모

① 주체별(중앙정부/지방정부(광역)) 사업규모

〈표 3-35〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업규모(주체별-중앙정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | | 전통문화 기타(다장르) 분야 | |
|----|------|-----------------|-------------|
| | | 사업 수 | 예산 |
| 중앙 | 문체부 | 11 | 41,331,161 |
| | 문화재청 | 15 | 159,230,700 |
| | 과기부 | 2 | 3,197,000 |
| | 합계 | 28 | 203,758,861 |

전통문화 기타(다장르) 분야의 중앙정부 전체 예산 중에서 문화재청이 159,230,700천 원 (사업 수 15건)으로 예산규모가 가장 크고, 그 다음으로 문화체육관광부 예산 41,331,161천 원(사업 수 11건), 과기부 예산 3,197,000천 원(사업 수 2건)로 파악된다.²⁹⁾

2024년도 지방정부(광역) 차원의 다장르 등 기타 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 17,530,492천 원 중에서 서울이 6,210,000천 원으로 가장 큰

29) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

규모의 예산으로 사업을 추진하고 있으며, 그 다음으로 경남(2,823,744천 원), 경북(1,979,174천 원), 충남(1,453,000천 원), 전북(1,363,800천 원), 충북(867,708천 원), 경기(746,531천 원) 등의 순으로 조사된다.

다장르 등 기타 분야 지원정책 사업 수는 총 1,02건 중에서 충북이 27건으로 가장 많고, 그 다음으로 경북(14건), 전북(13건), 경기(12건), 광주(7건), 대구·강원(5건), 경남(4건), 서울·인천·충남(3건), 세종·전남·제주(2건)의 순으로 확인된다.

〈표 2-36〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업규모(주체별-지방정부)

(단위: 건, 천 원)

| 구분 | 기타(다장르) | |
|----|---------|------------|
| | 사업 수 | 예산 |
| 서울 | 3 | 6,210,000 |
| 부산 | - | - |
| 대구 | 5 | 429,400 |
| 인천 | 3 | 189,735 |
| 광주 | 7 | 701,400 |
| 대전 | - | - |
| 울산 | - | - |
| 세종 | 2 | 114,500 |
| 경기 | 12 | 746,531 |
| 강원 | 5 | 492,500 |
| 충북 | 27 | 867,708 |
| 충남 | 3 | 1,453,000 |
| 전북 | 13 | 1,363,800 |
| 전남 | 2 | 105,000 |
| 경북 | 14 | 1,979,174 |
| 경남 | 4 | 2,823,744 |
| 제주 | 2 | 54,000 |
| 총계 | 102 | 17,530,492 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

② 사업내용 유형별 사업규모

전통문화 기타(다장르) 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부 예산은 보존·계승·자원발굴 관련 사업예산이 34.13%로 가장 큰 예산으로 운영되고 있으며, 지

방정부 광역에서는 전통문화확산(40.69%)에 가장 집중하여 운영하고 있다. 전통문화산업 관련한 여러 분야를 통합적으로 지원하는 ‘다장르’ 부분의 사업규모가 타 장르별 예산 규모 대비 가장 큰 것으로 분석된다.³⁰⁾

〈표 3-37〉 기타(다장르) 분야 지원정책 사업내용 유형별 사업규모

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | | 예산 | (비율) |
|--------------|---------------|-------------|------------|-------|
| 중앙 정부 | 1. 정책기반마련 | | 8,068,000 | 3.96 |
| | 2. 전통문화확산 | 교육 | 10,039,530 | 4.93 |
| | | 행사 | 36,393,888 | 17.86 |
| | 3. 산업활성화 | | 12,721,124 | 6.24 |
| | 4. R&D | | 21,497,000 | 10.55 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 3,260,000 | 1.60 |
| | 6. 교류활성화 | | 8,292,156 | 4.07 |
| | 7. 인프라조성 | | 20,899,000 | 10.26 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 69,552,070 | 34.13 |
| | 9. 기타 | | 13,036,093 | 6.40 |
| 합계 | | 203,758,861 | 100.00 | |
| 지방정부 (광역) | 1. 정책기반마련 | | 4,119,218 | 6.00 |
| | 2. 전통문화확산 | 교육 | 4,445,197 | 6.47 |
| | | 행사 | 23,501,477 | 34.22 |
| | 3. 산업활성화 | | 373,400 | 0.54 |
| | 4. R&D | | 1,382,925 | 2.01 |
| | 5. 전문인력 양성 | | 18,000 | 0.03 |
| | 6. 교류활성화 | | 58,000 | 0.08 |
| | 7. 인프라조성 | | 16,061,103 | 23.39 |
| | 8. 보존·계승·자원발굴 | | 17,693,376 | 25.76 |
| | 9. 기타 | | 1,023,165 | 1.49 |
| 합계 | | 68,675,861 | 100.00 | |

3) 사업추진 방법

전통문화 다장르를 포함한 기타 분야의 사업추진은 운영주체들의 다양한 방식 또는 통합적으로 운영되고 있는 상황이다. 기타(다장르) 분야 관련 지원정책의 사업추진 방법

30) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

은 중앙정부의 경우 민간이전이 54.03%로 가장 많은 예산의 사업이 수행됨. 그 다음으로 자치단체이전(36.32%), 직접수행(9.65%) 순으로 파악된다.³¹⁾

〈표 3-38〉 중앙정부의 기타(다장르) 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|----------|-----------|-------------|--------|
| 중앙 정부 | 1. 직접수행 | 19,663,600 | 9.65 |
| | 2. 민간이전 | 110,098,261 | 54.03 |
| | 3. 자치단체이전 | 73,997,000 | 36.32 |
| | 합계 | 203,758,861 | 100.00 |

2024년도 기타(다장르) 분야 지방정부(광역시)의 지원정책 사업예산 추진 방법은 민간이전 예산이 67.55%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 직접수행(21.98%), 자치단체이전(8.70%), 기타(1.77%) 순으로 운영된다.

〈표 3-39〉 지방정부(광역시)의 기타(다장르) 분야 지원정책 사업추진 방법

(단위: 천 원, %)

| 구분 | | 예산 | (비율) |
|-------------------|-----------|------------|--------|
| 지방 정부 (광역시) | 1. 직접수행 | 3,853,390 | 21.98 |
| | 2. 민간이전 | 11,842,052 | 67.55 |
| | 3. 자치단체이전 | 1,525,500 | 8.70 |
| | 4. 기타 | 309,550 | 1.77 |
| | 합계 | 17,530,492 | 100.00 |

출처: 2024년 지방정부(17개 시도) 전통문화산업 지원정책 사업예산 기준(단, 서울은 2022년 사업예산 기준).

4) 주체별 세부사업 내용

각 장르별 지원사업 외에도, 장르 구분 없이 ‘전통문화’ 분야 전체를 대상으로 하는 사업이 많은 전통문화 기타(다장르) 분야의 세부사업 내용은 문화체육관광부의 ‘전통문화 창업 및 융합 활성화’ 사업, ‘전통문화 혁신 성장 연구개발’ 사업, 문화재청의 ‘무형문화재 보호’ 및 ‘문화재 활용 활성화(생생문화재, 문화재야행, 세계유산활용프로그램 등 포함)’ 사업 등이 이에 해당한다. 지방정부의 17개 시도 광역에서는 대부분 문화재청의

31) 문화체육관광부(2023). 전통문화산업 정책 효율화를 위한 기초연구 참조.

지원사업을 통해 공통적으로 ‘무형문화재’ 및 ‘문화재활용사업’을 추진하고 있다. 이러한 사업들은 장르를 구분하기 어려우나, 대부분의 지자체에서 추진하고 있어 사업분석 시 ‘다장르’ 분야의 예산과 사업 건 수가 큰 비중으로 집계된다는 특징이 있다.

3. 종합 분석 및 시사점

가. 중앙부처와 지역별 지원정책 분석

〈표 3-40〉 부처별 전통문화산업 비교

| | 문화체육관광부 | 국가유산청 | 농림축산식품부 | 국토교통부 |
|----|--|---|--|---|
| 조직 | ·문화정책관 전통문화과 ·한국공예·디자인문화진흥원 - 한복진흥센터 - 한지문화산업센터 | ·유산정책국 교육활용과 ·문화유산국 문화유산정책과 - 국가유산진흥원 | ·한식진흥원 | ·국토도시실 건축문화경관과 ·국가한옥센터 |
| 근거 | ·「정부조직법」 문화·예술·영상·광고·출판·간행물·체육·관광, 국정에 대한 홍보 및 정부 발표에 관한 사무를 관장 ·「전통문화산업 진흥법」 ·「문화기본법」 ·「문화산업법」 | ·「정부조직법」국가유산에 관한 사무를 관장 ·「국가유산기본법」, 「문화재보호법」, 「문화유산의 보존 및 활용에 관한 법률」 | ·「한식진흥법」에 의거하여 한식산업의 진흥·발전에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 한식진흥원을 설립함 | ·「한옥 등 건축자산의 진흥에 관한 법률」에 의거하여 건축도시공간연구소를 국가한옥센터로 지정·운영하도록 함 |
| 사업 | 〈전통문화확산본부 전통문화산업기반팀〉 ·전통문화 창업육성 지원 〈전통문화확산본부 전통문화진흥팀〉 ·한지분야 육성지원 ·한식분야 홍보 ·전통문화산업 실태조사 〈한복진흥원〉 〈한지문화산업센터〉 *한국한복진흥원: 경복문화재단 소속 기관 | 〈문화유산 활용〉 ·문화유산 활용 진흥 문화유산방문캠페인 ·디지털문화유산콘텐츠 개발·보급 ·한국문화재단지원 ·문화재 사회적 기업 육성 ·문화유산 방문자센터 건립 ·국립고궁박물관 운영 ·국립조선왕조실록전시관 | ·한식 인프라 고도화 - 콘텐츠 접근성 활용성 제고 - 콘텐츠 개발 및 DB구축 - 국내·외 한식정보 조사 - 한식통계체제 구축 ·한식당 경쟁력 강화 ·전문인력 양성 ·한식의 국내·외 확산 | 〈국토도시실 건축문화경관과〉 ·건축문화진흥 - 한옥전문인력 양성 *한옥 설계(명지대 일반교육 과정), 한옥 시공관지라(전북대) 〈국가한옥센터〉 ·한옥 보급 및 산업화 지원 연구 ·한옥 보전 및 문화 육성 지원 연구 ·한옥 분포 및 산업동향 조사 연구 ·한옥 교육 및 홍보 콘텐츠 개발 연구 |

1) 지원정책 추진현황

① 사업추진체계

문화체육관광부는 전통문화산업의 모든 분야에 관여하며 주도적으로 정책을 펼치고 있음. 주로 문화예술정책실을 중심으로 지원정책 사업을 추진하였다. 그 외에도 관광정책국에서 관련 사업을 수행하고 있으며, 국립중앙박물관 및 국립민속박물관, 해외문화홍보원 등 소속기관에서도 활발하게 관련 사업을 추진 중이다.

문화재청은 전통문화 유지·보존 사업과 활용사업을 구분하여 수행하고 있다. 문화 분야 정부 부처 외에도, 특정 분야에 집중하여 지원정책을 펼치는 부처가 있다. 농림축산식품부는 한식 관련, 국토교통부는 한옥 관련 지원 사업을 별도로 추진 중임. 과학기술정보통신부는 다양한 분야에 걸쳐 전통문화 분야 융복합 연구 및 첨단기술 접목 등 R&D 중심의 지원정책을 추진하는 것으로 분석된다.

5개 핵심 분야의 전통문화산업은 각각 관련 전문기관 및 부설센터에서 운영되고 있다. 전통의복은 ‘한복진흥센터(문체부)’, 전통음식은 ‘한식진흥원(농림부)’, 전통공예는 ‘한국공예·디자인문화진흥원(문체부)’, 전통가옥은 ‘국가한옥센터(국토부)’에서 중점적으로 사업을 수행하는 것으로 확인된다.

② 사업규모

전통문화 지원정책의 전체 예산은 약 4,911억 원으로, 중앙의 예산은 약 3,795억 원(전체 예산의 약 77%)이며, 지방정부(광역) 예산은 약 1,560억 원(국비 약 440억 포함, 전체 예산의 약 23%)이 운영된다. 사업 수는 중앙이 71건, 지방정부(광역)는 513건이 운영됨. 단위사업 예산은 중앙정부가 지방정부에 비해 큰 규모로 집행된다.

전통문화산업 관련 지원정책 사업은 총 584건, 분야별 사업 수는 전통의복 5건, 전통음식 48건, 전통가옥 65건, 전통공예 40건, 전통생활문화 219건, 전통문화 다장르 분야 207건의 정책사업이 추진된다. 따라서 전통생활문화 분야의 사업 수가 가장 많고, 주체 별로는 중앙정부(총 71건) 사업 수보다 지방정부(광역) 사업 수(513건)가 많이 운영되고 있어, 사업 수 측면에서는 중앙보다 지방(광역)이 약 7배 수준으로 운영되고 있는 것으로 분석된다.

전통문화산업 관련 지원정책 사업예산은 총 491,165백만 원의 규모로 파악된다. 주

체별 예산은 중앙정부에서 379,514백만 원, 지방(광역시)에서 155,997백만 원(국비 44,346백만 원) 규모로 운영된다. 따라서 지방(광역시)에 비해 중앙정부 차원에서 2배 이상의 예산이 집행되는 것으로 분석된다.

특히, 2024년 문화체육관광부는 전통문화 관련 예산으로 총 55,323백만 원으로 사업을 추진한다. 주요사업으로는 국학진흥정책기반 조성(13,853백만 원)과 전통스토리 계승 및 활용(12,998백만 원)을 위한 사업을 비롯하여 한스타일 육성지원, 전통문화 창업 및 융합 활성화, 동학농민혁명 정신선양, 메타버스 콘텐츠 제작 지원, 전통문화체험 지원, 문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반 조성, 전통문화 혁신 성장 연구개발(R&D) 등 전통문화산업 확산을 위한 전반적인 사업을 추진하는 것으로 파악된다.

예산 규모를 분야별로 살펴보면, 전통의복 10,447백만 원(2.13%), 전통음식 36,418백만 원(7.41%), 전통가옥 27,602백만 원(5.62%), 전통공예 33,862백만 원(6.89%), 전통생활문화 134,562백만 원(27.40%), 전통문화 다장르 분야 248,463백만 원(50.55%)으로 확인된다. 그러므로 두 분야 이상을 통합적으로 운영 지원하는 전통문화 다장르 분야의 정책 사업이 가장 큰 규모로 운영되는 것으로 확인된다.

나. 장르별 사업운영 현황 분석

1) 전통의복

전통의복 분야의 지원정책은 중앙정부 차원에서는 주로 문화체육관광부에서 수행(한국공예디자인문화진흥원)하고 있으며, 지자체는 경북이 사업규모(예산 6,074백만 원, 사업 수 8개)가 가장 크고, 전북, 울산, 경남, 서울, 인천을 제외하면 관련 사업을 추진하지 않거나 미미한 것으로 파악된다. 따라서 지자체의 전통의복 관련 정책 활성화를 위한 지원 및 인식 제고가 필요한 상황으로 분석된다.

사업규모(2022년 기준)는 총 10,447백만 원의 예산이 집행된다. 그중에서 중앙정부 예산이 전체 예산의 94%(9,797백만 원)이며, 광역 예산은 약 6%(650백만 원) 수준이다. 총 5건의 한복 관련 정책사업 중에서 중앙에서 2건, 광역에서 3건을 운영하고 있다.

2024년도 사업예산 기준으로 지방정부(17개 시도)의 전통의복 분야는 경북이 8건으로 가장 많은 사업 수를 추진하고 있으며, 그 다음으로는 전북이 3건, 서울·부산·인천·울산·경남이 각 1건씩 한복 관련 지원정책을 수행하고 있는 것으로 파악된다. 사업예산

규모 면에서도 경북이 6,074백만 원으로 타 지역에 비해 월등히 높은 예산(90.05%)을 운영하는 것으로 확인된다.

전통의복 정책사업의 예산집행 내용을 살펴보면, 중앙정부 차원의 사업은 모두 ‘산업 활성화(100%)’를 목적으로 추진하고 있으며, 광역은 ‘정책기반마련(76.92%)’을 주목적으로 추진하는 것으로 분석된다.

2) 전통음식

전통음식 분야는 중앙정부 차원에서는 농림축산식품부(한식진흥원)를 중심으로 사업이 추진되고 있으며, 한식 분야 사업은 주로 지자체(광역시)에서 활발히 수행된다. 특징적인 것은 전통음식 분야는 중앙정부와 마찬가지로 지방(광역시)에서도 문화 관련 부서보다 농식품 관련 부서나 농업기술센터 등에서 사업이 활발히 추진되고 있다. 전통주와 관련해서는 경기와 전남 지역 외에는 사업을 추진하는 곳이 없는 것으로 파악된다. 한식과 전통주 분야 모두 ‘산업 활성화’를 주목적으로 정책사업을 수행하는 것으로 분석된다.

전통음식 분야의 예산은 중앙정부 차원에서 29,200백만 원(정책사업 수 7건), 지방정부(광역시)에서 7,961백만 원(정책사업 수 41건)의 정책 사업이 추진된다. 전통음식 분야의 중앙정부의 전체 예산 29,200백만 원(정책사업 수 7건) 중에서 농림부가 24,484백만 원으로 가장 큰 규모의 예산이 집행된다.(2022년도 기준)2024년도 광역지역 차원의 전통음식 분야 지원정책 사업규모는 총 예산 4,246백만 원으로 64건의 사업이 추진되고 있는 것으로 분석된다. 그 중에서 경북이 21건(2,444백만 원)으로 가장 많은 사업수와 예산이 운영되고 있는 것으로 파악된다.

전통음식 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 정책기반마련(33.83%), 지방정부(광역시) 차원에서는 산업 활성화(33.59%)에 집중하는 것으로 분석된다.

3) 전통가옥

문화체육관광부, 문화재청, 국토교통부를 중심으로 지원정책이 추진 중이다. 2022년도 기준으로 문화체육관광부에서는 ‘시설조성’에, 문화재청은 ‘유지관리 및 조사연구’와 ‘활용’에 집중하고, 국토교통부는 ‘활용’에 중점을 둔 정책 사업을 추진하는 점이 부처별 특징으로 드러난다.

지자체에서는 주로 한옥 조성사업 및 활용사업을 중심으로 추진하고 있다. 즉 광역(17개 시도)에서는 대체로 국비보조금 등의 재원을 통해 한옥을 구입하거나 한옥마을 조성 등 ‘인프라 조성’ 사업에 가장 큰 예산을 집행한다. 그 다음으로는 ‘고택·종갓집 활용 사업’ 등 한옥을 활용한 행사 및 프로그램을 제공하는 사업이 가장 두드러지게 나타난다. 서울의 경우 ‘서울 공공한옥’ 및 ‘남산골 한옥마을’ 을 운영하고 있다.

전통가옥의 전체 정책사업 수 65건 중에서 중앙 6건, 광역 59건의 정책 사업이 추진되고 있다. 예산(2022년 기준)은 총 27,602백만 원 중에서 중앙정부 예산 12,052백만 원, 지방정부(광역) 예산 19,097백만 원(국비 3,546백만 원)이 운용된 것으로 파악된다.

2024년도 광역지역 차원의 전통가옥 분야 지원정책 사업규모는 총 예산 5,483백만 원으로 사업 수 21건이 추진되고 있는 것으로 조사된다. 그 중에서 경남이 2,098백만 원으로 가장 높은 예산이 집행되고 있으며, 사업 수는 경북이 7건으로 가장 많고, 그 다음으로 충북·울산(3건), 경기·강원(2건), 인천·광주·충남·경남(1건) 순으로 파악된다.

전통가옥 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 정책기반마련(41.49%), 전통문화확산(26.97%), 보존·계승·자원 발굴(13.65%), 인프라 조성(8.21%) 등의 순으로 사업을 추진한다. 지방정부(광역)에서는 인프라 조성(46.23%), 전통문화확산(22.60%), 산업 활성화(14.14%) 등의 순으로 운영된다.

4) 전통공예

전통공예 분야는 문화체육관광부에서 중점적으로 추진하고 있으며, 정책 사업은 주로 한국공예·디자인문화진흥원을 통해서 수행된다. 문화재청은 국립문화재연구소를 통해 전통재료 관련 일부 연구사업을 추진하고 있다. 문화체육관광부 내에서도 전통문화과 뿐만 아니라 시각예술디자인과, 아시아문화중심도시추진단, 국립중앙박물관 등 다양한 부서 및 소속기관에서 전통공예 관련 사업이 추진된다.

지방정부의 광역(17개 시도) 차원에서는 한지 등 ‘전통공예’ 분야를 별도로 지원하는 정책사업보다 ‘공예’ 분야 전체의 활성화 또는 창작 및 확산을 위한 인프라 조성을 목적으로 하는 정책 사업을 주로 추진한다. 한지 분야는 원주(한지테마파크 전시체험관 사업) 및 전주(전통한지 생산시설 2단계 고도화 사업) 등 일부 기초 지자체에서 특화된 사업으로 추진하고 있다.

2022년 기준, 전통공예의 전체 정책사업 수는 40건(한지공예 6건, 전통공예일반 34건) 중에서 중앙 9건(한지공예 3건, 전통공예 일반 6건), 광역 31건(한지공예 3건, 전통공예일반 28건)의 정책 사업이 추진되고 있다. 예산(2022년 기준)은 총 33,862백만 원 중에서 중앙정부 예산 24,448백만 원, 지방정부(광역) 예산은 10,954백만 원(국비 1,540백만 원)으로 파악된다.

2024년도 지방정부(광역) 차원의 전통공예 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 10,102백만 원으로 사업 수 143건이 추진되고 있는 것으로 파악된다. 그 중에서 전북이 2,849백만 원으로 가장 큰 규모의 예산으로 사업을 추진하고 있으며, 사업 수는 총 143건 중에서 경남이 33건으로 가장 많은 사업을 운영하고 있는 것으로 확인된다.

전통공예 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 인프라 조성(43.66%), 산업 활성화(22.85%), 전통문화확산(16.36%) 순으로 운영됨. 지방정부(광역)는 인프라 조성(38.89%), 산업 활성화(28.86%), 전통문화확산(14.69%) 순으로 분석된다.

5) 전통생활문화

문화체육관광부의 ‘전통생활문화 진흥’ 사업이 가장 대표적이다. 즉 문화체육관광부를 중심으로 전통놀이, 정신문화, 한글문화 등 관련한 다양한 사업들이 추진된다. 문화재청에서도 전통생활문화 관련 사업을 추진하고 있지만, 서원, 향교, 산사 등 종교 및 정신문화 관련 문화재를 활용한 행사와 교육프로그램에 집중하는 것으로 분석된다.

지역에서는 주로 문화재청 및 문화체육관광부 지원 사업 통해 행사 및 교육프로그램 진행하고 있다. 즉 문화재청 지원 사업을 통해서는 지역별 향교, 서원, 산사 등의 문화재를 활용하여 지역 향토문화 및 전통놀이 등과 관련한 행사 및 교육프로그램을 추진하거나, 무형문화재 전수교육관 등 시설에서 제공하는 교육프로그램 등을 진행하는 것이 대표적이다. 문화체육관광부의 지원 사업을 통해서는 대표적으로 ‘아름다운 이야기할머니 사업’을 추진하고 있다. 지역별로 ‘전통놀이’ 관련 사업은 인천, ‘정신문화’ 관련 사업은 경북, ‘한글문화’ 관련해서는 울산, 그 외 ‘전통생활문화 일반’과 관련해서는 ‘경기’가 가장 많은 예산을 투입하여 사업을 추진 중인 것으로 파악된다.

전통생활문화의 전체 정책사업 수는 219건(전통놀이 28건, 정신문화 93건, 한글 16건, 전통생활문화 일반 81건) 중에서 중앙정부 19건, 지방정부(광역시)가 200건의 정책사업을 추진한다. 예산(2022년 기준)은 총 129,165백만 원 중에서 중앙정부 예산 100,258백만 원, 광역 예산 48,674백만 원(국비 14,370백만 원)가 집행된다. 전통생활문화 예산 총 129,165백만 원(사업 수 219건) 중에서 정신문화 부문이 73,066백만 원(사업 수 93건), 전통생활문화 일반 부문이 47,592백만 원(사업 수 81건), 한글 부문이 6,507백만 원(사업 수 16건), 전통놀이 부문이 1,999백만 원(사업 수 28건)로 조사된다.

2024년도 지방정부(광역시) 차원의 전통공예 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 71,928백만 원으로 사업 수 1,203건이 추진되고 있는 것으로 파악된다. 그 중에서 경북이 가장 큰 규모의 예산(29,274백만 원)으로 사업을 추진하고 있으며, 사업 수도 경북이 280건으로 가장 많은 사업을 추진하는 것으로 확인된다.

전통생활문화 분야 관련 지원정책의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부에서는 전통문화 확산(37.11%), 교류활성화(26.48%), 산업활성화(25.95%)에 중점이 있는 것으로 확인된다. 그리고 지방정부(광역시)에서는 전통문화확산 예산이 71.64%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 분석 된다

6) 전통문화 기타(다장르)

전통문화산업 관련 여러 분야를 통합적으로 지원하는 ‘기타(다장르)’ 부분의 사업규모가 타 장르별 예산 규모(전체 예산 중 약 50%) 대비 가장 큰 것으로 분석된다. 각 장르별 지원사업 외에도 장르 구분 없이 ‘전통문화’ 분야 전체를 대상으로 하는 사업이 많은 이유이다. 문화체육관광부의 ‘전통문화 창업 및 융합 활성화’ 사업, ‘전통문화 혁신 성장 연구개발’ 사업, 문화재청의 ‘무형문화재 보호’ 및 ‘문화재 활용 활성화(생생문화재, 문화재야행, 세계유산활용프로그램 등 포함)’ 사업 등이 이에 해당한다. 광역(17개 시도)에서는 대부분 문화재청의 지원 사업을 통해 공통적으로 ‘무형문화재’ 및 ‘문화재활용사업’을 추진한다. 이러한 사업들은 장르를 구분하기 어려우나, 대부분의 지자체에서 추진하고 있어 사업 분석 시 ‘기타(다장르)’ 분야의 예산과 사업 건수가 큰 비중으로 집계된다는 특징이 있다

전통문화산업 기타(다장르) 분야의 전체 정책사업 수는 213건(중앙정부 26건, 지방정

부(광역시) 187건으로 분석된다. 예산(2022년 기준)은 총 247,452백만 원으로 운영되며, 중앙정부 예산이 203,758백만 원, 지방정부(광역시) 예산 68,675백만 원(국비 24,162백만 원)이 운영된다.

2024년도 지방정부(광역시) 차원의 기타 분야 지원정책 사업규모를 세부적으로 살펴보면, 총 예산 17,530백만 원 중에서 서울이 6,210백만 원으로 가장 큰 규모의 예산으로 사업을 추진하고 있으며, 사업 수는 충북이 27건으로 가장 많은 것으로 확인된다.

전통문화 다장르 분야의 사업내용을 살펴보면, 중앙정부는 보존·계승·자원 발굴 관련 사업(다장르 전체 예산의 34.13%)에 집중하고, 지방정부(광역시)는 전통문화확산(40.69%)에 가장 큰 예산을 집행하는 것으로 분석된다.

제2절 국외 사례 분석

1. 국가별 정책 사례 분석

가. 일본의 전통문화산업 정책 현황

1) 문부과학성(文部科学省)과 문화청(文化庁)

① 일본 문부과학성(文部科学省)

문부과학성의 주요 임무는 교육, 스포츠 및 문화, 과학기술의 종합적인 진흥과 종교에 대한 행정사무를 적절하게 시행하는 것임이다. 문부과학성 내 교육과 과학기술과 관련된 업무는 개별 부서 단위로 구성되어 있음. 스포츠와 문화의 경우에는 외청을 두어 업무를 효율적으로 관리할 수 있는 조직으로 운영 중이다.³²⁾

문부과학성은 교육, 학술, 과학 기술, 스포츠 및 문화 진흥에 관한 시책을 종합적으로 추진하고 있으며, 이와 동시에 종교에 관한 행정 사무를 적절히 실시하고 있으며³³⁾, 종합정책국, 초등교육국, 고등교육국에서 교육 관련 업무를 담당하고 있으며, 과학기술 학술정책국, 연구진흥국, 연구개발국에서 과학기술 업무를 담당하고 있으며, 스포츠와 문화는 외청을 두어 업무를 담당하고 있다.

② 문화청(文化庁)

2018년은 일본 문화청에게 변혁의 해라 할 수 있음. 문화청 창립 30주년을 맞이하였으며, 지난 10월 1일부로 <新-문화청> 발족 및 ‘장관 1인 + 차장 1인’ 체제에서 ‘장관 1인 + 차장 2인’ 체제로 조직을 개편하였으며, 2020년에는 음식문화추진본부, 문화관광추진본부가 신설되어 운영되고 있다. 문화청은 그동안 <新-문화청>의 발족과 교토 이

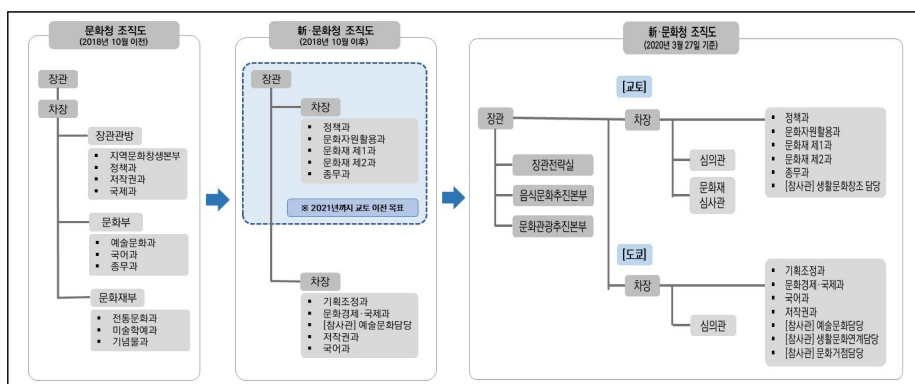
32) 일본 문부과학성 소개자료 영문버전 참고

33) 일본 문부과학성 https://www.mext.go.jp/b_menu/b003.htm

전을 위해, 2016년 8월 ‘문화청 이전 협의회’ 설치, 2017년 4월 교토에 ‘지역문화창생 본부’ 설치³⁴⁾, 2017년 6월 ‘문화예술기본법’ 통과, 2018년 6월 ‘문화청 기능강화-본격적 조직개편에 대한 문부과학성 설치법’의 개정 등을 통하여 왔다.

2020년 음식문화추진본부, 문화관광추진본부가 되었으며, 현재 교토에는 정책과, 문화자원활용과, 문화재1과, 문화재2과, 총무과, 참사관(생활문화 창조 담당)으로 구성되어 있으며, 도쿄에는 기획조정과, 문화경제·국제과, 국어과, 참사관(예술 문화 담당, 생활문화 연계 담당, 문화 거점 담당)으로 구성되었다.

[그림 3-5] 문화청 조직도 신규 비교



문화청 업무 중 전통문화 관련 사업으로는 문화재 수리·정비·활용, 방재 대책과 다양한 문화유산의 공개 활동 촉진, 활자 문화의 글로벌 전파·보급사업, 예술제·예술 선장, 국가문화축제, 전국고등학교 종합문화제, 학교에서의 문화예술 감상·체험 추진사업, 전통문화 부모와 자녀 교실 사업, 『음식문화가 넘치는 나라 일본』 프로젝트, 생활문화 진흥 등이 있으며, 2024년 기준 문화청의 문화예산은 총 1,071억 엔으로, 3개 분야 16개 사업으로 구성된다.

예술제·예술 선장, 국가문화축제, 전국고등학교 종합문화제를 통해 오페라, 발레, 가부키, 노가쿠, 분라쿠 등 예술 문화와 지역의 문화자원을 활용한 문화제를 통해 창조 활동, 교류 등을 통해 다양한 가치를 창출하고 있다. 『음식문화가 넘치는 나라 일본』 프로

34) 현재 교토에 상주해 있는 ‘지역문화창생본부’의 본부장은 문화청 장관이 겸하며, 사무국은 39명으로 구성되어 있음: 문부과학성과 문화청(8), 농림수산부(1), 외무성(1), 지방자치단체(17), 기업(4), 대학사무직원(2), 대학연구원(3), 사무보조원(3)

젝트는 식문화 문화재 등록, 식문화 확산 등을 도모하기 위해 지방공공단체 등에 의한 식문화 스토리 구축 전파 등을 실시하는 모델 형성 지원하고, 「100년 먹거리」, 「음식문화박물관」 인증을 통한 음식문화 브랜드 사업, 유네스코 무형문화유산 등재를 목표로 하는 ‘전통주 빚기’ 관련 행사를 통해 음식문화를 국내외로 확산하는 음식문화기운조성사업, 이와 관련한 음식문화 조사 연구 등의 사업은 진행하고 있다.

생활문화 진흥은 다도, 화도, 서예 등 생활문화를 기초적 실태조사, 분야별 실태조사를 통해 생활문화 분야의 보호·진흥 시책을 검토하고, 전통문화 부모와 자녀 교실 사업을 통해 아이들에게 계획적이고 지속적인 전통문화 체험을 통해 계승·발전을 시킬 수 있도록 지원하며, 일본의 특색있는 전통문화인 생활문화를 다른 문화예술 분야와 연계한 새로운 매력 및 수요 창출과 전통문화산업의 활성화를 도모하고 있다.

〈표 3-41〉 문화정책 예산 및 사업

(단위: 억 엔)

| 핵심 사업 | 2024년 예산 |
|--------------------------------------|----------|
| 승계 위기에 처한 문화재 보호 시급 강화 | 445억엔 |
| • 문화재 수리·정비·활용, 방재 대책 등 | 256억엔 |
| • 다양한 문화유산의 공개 활동 촉진 등 | 188억엔 |
| 글로벌 전개와 디지털화 등에 의한 문화예술 활동의 내실화 | 219억엔 |
| • 문화예술 글로벌 전개 등에 의한 창조적 순환 창출 | 16억엔 |
| • 무대 예술 등 종합 지원 사업 | 94억엔 |
| • 장애인 등에 의한 문화 예술 활동 추진 사업 | 4억엔 |
| • 현대적 과제에 대응한 극장·음악당 등 종합적인 기능 강화 추진 | 27억엔 |
| • 일본 영화의 창조·진흥 플랜 | 12억엔 |
| • 미디어 예술 창조·발신 플랜 | 9억엔 |
| • 지역문화공창기반 구축 | 11억엔 |
| • 문화예술에 의한 창의성 풍부한 아이의 육성 | 85억엔 |
| 문화진흥을 지원하는 거점 등의 정비·충실 | 359억엔 |
| • 국립 문화시설의 기능 강화 등 | 323억엔 |
| • 박물관 기능 강화 추진 | 18억엔 |
| • 박물관 기능 강화 추진 | 4억엔 |
| • 국어 시책의 충실 | 2억엔 |
| • DX시대의 저작권 시책 추진 | 3억엔 |
| • 종무 행정 추진 | 3억엔 |

2) 주요정책

문화청의 교토 이전을 계기로 2025년 오사카, 간사이 세계박람회를 위해 음식문화와 문화·관광을 비롯하여 "전통×창조"에 의해 새로운 가치를 창출하는 등 교토를 중심으로 새로운 문화진흥을 전개하여 지방창생을 도모함과 동시에 널리 전 세계에 확산시키고자 하였다. 이와 관련하여 문화관광 추진, 식문화 등 생활문화 진흥, 문화재 보존 및 활용, 지역문화 진흥, 국내외 확산 강화, 예술문화 진흥 관련 사업이 진행되고 있다.

① 식문화 진흥: 『음식문화가 넘치는 나라·일본』 프로젝트

식문화 등 생활문화진흥에서는 일본의 음식문화 계승 및 경제활동 등 선순환을 위해 음식문화의 명확화·가치화를 향한 대응의 지원, 음식문화의 문화적 가치를 깨닫도록 하는 정보 확산시키고, 민간 주도의 음식문화 진흥의 방책의 구축·대응의 지원 등을 실시하여 매력 있는 음식문화 보호·계승·활용을 도모하고자 『음식문화가 넘치는 나라·일본』 프로젝트를 추진했다. 『음식문화가 넘치는 나라·일본』 프로젝트는 음식문화스토리 창출·확산 시범사업, 음식문화기운조성사업, 음식으로 이어지는 일본의 문화 인정사업, 조사 연구 사업이 운영되고 있다. 음식문화스토리 창출·확산 사업은 음식문화의 문화재 등록 등 국내·외에 음식문화의 매력적인 확산 등을 추진한다는 관점에서 지방공공단체 등에 의한 음식문화 스토리 구축·발신 등을 실시하는 대응모델 형성을 지원하고 있다.

음식문화기운조성사업은 지역 음식문화 브랜드 가치제고 사업과 음식문화 진흥 가속화 사업으로 진행되고 있으며, 지역 음식문화 브랜드 가치 제고 사업은 「100년 식품」이나 「음식문화 박물관」의 인정을 통한 음식문화의 브랜드화를 추진과 음식문화의 계승 관련 단체 등의 대처 촉진·HP등에서의 정보 확산 등에 의해 국내외에 있어서의 일본의 음식문화에 대한 이해를 촉진시키고 있다.

음식문화 진흥 가속화 사업은 유네스코 무형문화유산 등재 10주년을 맞이하고 있는 ‘일식’ 및 동 등재를 목표로 하는 ‘전통주 빚기’ 등에 관한 이벤트 등을 오사카, 간사이 세계박람회 등을 통해 국내외에 음식문화의 매력을 알리고 있다.

② 생활문화 진흥: 실태조사 및 교육, 협력 사업

생활문화 진흥 사업으로는 다도, 화도, 서예 등 생활문화를 기초적 실태조사, 전통문

화 부모와 자녀 교실 사업, 생활문화 창조·전략전개 사업이 진행되고 있다. 생활문화조사 연구사업은 생활문화에 관한 기초적인 실태조사나 각 분야의 개별조사를 실시하여 생활문화 분야의 보호·진흥 시책에 대해 검토를 진행하였다.

전통문화 부모와 자녀 교실 사업은 어린이들에게 다도, 화도, 일본식 복장, 바둑, 장기 등의 전통문화, 생활문화, 국민오락(이하 '전통문화 등'이라 한다.)을 계승·발전시키기 위해 계획적·계속적으로 체험·수득할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

생활문화 창조·전략전개 사업은 특색 있는 전통 문화인 생활 문화와 다른 문화 예술 분야와의 협력으로 의한 새로운 매력의 창출하거나 새로운 관광 콘텐츠 창출을 향한 연마 등, 「전통 × 창조」의 시점으로부터 실시하는, 생활 문화 등의 수요 창출이나, 전통 산업의 활성화 등을 도모하는 창조적이고 전략적인 전개에 대한 지원하였다.

[그림 3-6] 부모와 자녀 교실 사업(지역 전개형, 교실 실시형)



출처: 일본 문화청 2024년도 예산

③ 지역문화 진흥정책: 지역 문화 공창 기반의 구축

지역 문화 공창 기반의 구축사업은 각 지역에 있어서의 특색 있는 주체적인 노력을 추진하고 문화예술을 통한 풍요로운 사회의 실현을 목표 지방공공단체나 문화예술단체, 아티스트, 지역주민 등의 이해관계자가 연계·협력하여 활력 있는 시책을 전개함으로써 새로운 문화예술을 창조하는 싹을 기르는 소프트 기반을 구축·강화하고자 하였다.

문화예술 창조거점 형성 사업은 지방공공단체에서의 지역문화 진흥과 관련된 기능 강화를 위해 전문적 인재를 활용하여 실시하는 지역 아티스트의 활동 지원이나 지역 주민이나 이해관계자와의 연계·협력할 수 있도록 지역문화자원을 활용한 문화예술 활동을 종합적으로 지원하고 있다. 아티스트 인 레지던스형 지역협동 지원 사업은 아티스트

의 창의력을 활용한 특색 있는 지역 활성화를 도모하기 위해 문화예술단체 등이 국내외 아티스트를 초청하여 실시하는 지역주민 등과 협동한 창작, 연구·조사, 전파와 관련된 지역 체류형 사업을 지원하고 있다.

④ 일본문화 국내외 확산 강화: 재팬하우스

재팬하우스는 일본 외무성의 혁신적인 프로젝트로 일본 최고의 예술, 디자인, 음식 등 신흥 예술을 통해 전 세계적으로 일본에 대한 인식과 평판을 높이기 위해 설립되었다.

일본문화원과 별개로 2017년에 브라질 상파울루, 2018년에 영국 런던, 미국 로스앤젤레스 설립하여 3개의 도시에 거점을 두고 운영하고 있다.

재팬하우스 상파울루(JA PAN HOUSE São Paulo)에서는 건축, 기술, 요리, 패션, 예술 등 다양한 전시를 운영하고 있으며, 재팬하우스 런던(JA PA N HOUSE London)는 2018년 6월 개관 이후 일본의 전통 공예부터 첨단 과학 및 기술까지 다양한 주제에 관한 전시를, 재팬하우스 로스앤젤레스(JA PA N HOUSE Los Angeles)는 할리우드라는 환경을 활용하면서 일본을 다양한 각도에서 보여주는 전시를 운영하고 있음

[그림 3-7] 재팬하우스 런던 전시



코로나19 이후로는 대면 전시와 디지털 콘텐츠를 활용한 전시 및 프로그램을 운영하고 있으며, 런던에서는 온라인 홈페이지를 통해 일본 음식과 음료에 관한 정보, 요리법(레시피), 공예 관련 내용, 일본의 공예를 체험할 수 있는 다양한 체험 시트를 제공하고 있다. 또한 내부의 카페나 레스토랑에서는 카페에서는 커피와 일본식 서양과자, 케이크, 디저트, 레스토랑에서는 일본의 다양한 요리를 제공하고 있다.

3) 지역 전통문화산업 사례

① 일본 나가사키현 하사미정 하사미 도자기 산업

일본 나가사키현의 하사미정은 아리타와 이마리 등 일본 백자의 주요 산지인 히젠지역 내 주요 도자산지 중 하나이며, 특히, 에도시대를 중심으로 쿠라완카완(くらわんか碗)이라고 불리는 하사미 도자기 특유의 형식이 매우 유행했다. 실제로 에도시대 관련 유적에서 해당 도자기들이 다수 출토되고 있다. 그러나 하사미 도자기(하사미야키, 波佐見焼)는 인근 지역 도자기의 명성에 밀려 오히려 민간자기, 산업자기 생산지로 인식되며 중저가 일상자기로서의 이미지가 강해 발전이 저해되었다.

하사미정은 다양한 노력을 통해 전통도자산업을 지역산업으로 이어가려는 노력을 지속하고 있다. HASAMI PORCELAIN은 시노모토 타쿠히로(篠本拓宏)를 중심으로 현대적 테이블웨어 브랜드로 개발되었고, 아리타 등의 자기와는 달리 단단하고 날렵하면서도 부드러운 감촉을 강조했으며 보송보송한 소재감과 다양한 컬러를 사용하여 현대적 디자인 감각을 적극 반영하였다.

나가사키현립대학과의 협력을 통한 지역 내 다소 공예산업체들의 협력을 통해 지역브랜드를 적극적으로 개발하여 발전시켰으며, 이를 유통하는 거점 시설을 운영하기도 하였다. 지역 내에 우리의 로컬크리에이터 개념의 청년예술가들을 중심으로 한 ‘HIROPPA’와 같은 공간이 생성되며 다양한 문화 활동이 이루어지고 있어, 청년 및 예술가들의 네트워크를 담당하고 있기도 함. 해당 공간의 청년활동가들을 중심으로 지역 내 레지던스, 상점, 카페, 전시 공간 등이 운영되고 있다.

지역의 전통산업을 알리는 과정에서 도쿄 등 대도시와의 협업을 통해 다양한 협업을 진행하였고, 이때, 주목할 점은 단순히 도자산업에 국한되어 접근한 것이 아닌 순수예술, 관광 등 다양한 분야와의 적극적인 협업을 통해 변화를 추구했다는 점에 주목할 수 있다.

이런 노력의 결과 HASAMI PORCELAIN의 경우, 국내에서도 다지인샵에 많이 입점해 있을 정도로 인기를 모으고 있으며, 브랜드의 출처는 정확히 인지하고 있지 못하더라도 디자인 자체가 가진 특수성이 브랜드 정체성으로 젊은 세대를 중심으로 알려지며, 해당 자기의 특징이 브랜딩 되어 인기를 모으고 있는 사례가 되었다.

② 일본 사가현 티투어리즘(Tea-Tourism) 타산업과의 연계를 통한 전통문화산업 확장
일본 사가현 우레시노 지역은 유명관광온천이 우레시노 온천과 함께 500여 년 전부터 차가 재배되었던 지역 중 하나이다. 그러나 우레시노는 차의 재배면적이 2019년 현재, 약 750헥타르로 전국의 1.8%에 불과한 소규모 생산지로서의 한계를 갖고 있다.

산업/현대화의 계기는 우레시노시가 히젠요시다 도자기 가마의 400주년 이벤트가 있었던 2016년에 지역 활성화를 목적으로 발족한 프로젝트였다.

전통숙박업(료칸) 2인, 차 농가 8인이 협력하여 차·온천·도자기를 관광자원으로 조합한 티 투어리즘을 개발하였다. 이전의 우레시노차는 경쟁력이 낮은 생산품이었으나, 전통 료칸의 고급서비스와 우레시노 차의 이미지를 결합하여 고급문화로서의 상생 효과를 누리기 위한 전략으로 이를 적극 활용하고자 하였다. 프로그램은 차밭에 설치한 야외 누각에서 차와 다도를 즐기는 〈차공간체험〉, 숙박을 하며 전담 차 전문가의 서비스를 받는 〈다박(茶泊)〉, 전용 용기에 차를 담아 자전거산책을 즐기는 〈다륜(茶輪)〉 등으로 구성되었다.

지역 내 전통문화를 연계하여 관광산업으로 발전시키며 지역브랜드를 강화하는 효과를 유발하였으며 우레시노차가 가지고 있던 지역브랜드로서의 한계를 지역 기타 전통산업과 연계하여 고급화하여 시너지 효과를 유발하는 동시에 지역 고유의 문화감성을 만들어 내었다. 전통문화산업 간의 장르 간 융합을 통해 문화산업의 복합적 경험을 제공하는 접근방식에 주목해 볼 수 있다.

[그림 3-8] 티 투어리즘



③ 후쿠이현(福井県) 전통공예 아이돌 〈사쿠라이토(さくらいと)〉

후쿠이현을 지역을 거점으로 활동하는 5인조 아이돌 그룹 〈사쿠라이토(さくらいと)〉

를 결성하였다. 후쿠이(福井)의 전통 공예를 응원하기 위해 2019년에 결성된. 그룹명은, 후쿠이를 대표하는 벚꽃 ‘사앵(시다레자쿠라, しだれざくら)’의 별명 ‘이토자쿠라(糸桜 (イトザクラ))’에서 유래한다. 후쿠이현의 전통 공예를 직접 체험하고 SNS로 홍보함. 그 외에 후쿠이의 매력적인 사람이나 지역, 노력 등도 홍보하는 역할을 수행하고 있다.

지역홍보의 역할 뿐만 아니라 단독 콘서트를 개최하는 등 지역콘텐츠로서 독자적인 활동 영역을 넓혀가고 있다. 다양한 웹사이트를 통해 그들의 활동이 공유되고 있다.³⁵⁾



지역 내 다양한 전통산업 현황과 장인 및 관계자 소개 등 공익적 성격을 가진 홍보대사로서의 활동을 이어가고 있다. 젊은 층에게 소외 시 되었던 지역발 전통문화산업의 한계를 대중문화와 연결하여 극복해보려는 시도가 흥미로운 사례이다. 중장기적으로는 지역 외부로까지 팬덤 형성을 통해, 여타 콘텐츠산업으로의 확장성을 기대해 볼 수 있다는 점에서 주목할 만한 사례이다.

④ 일본 대도시 상업공간의 활용 사례

[그림 3-9] 다카마쓰 공항진열 전국 지역전통 특산물 (직접 촬영)



35) 다음과 같은 사이트에서 확인할 수 있다. <https://www.sakulight.net/special.>; <https://www.onfuku.com/shop/854.>; <https://fupo.jp/article/sakuraito-fukuikenchiji-talk>

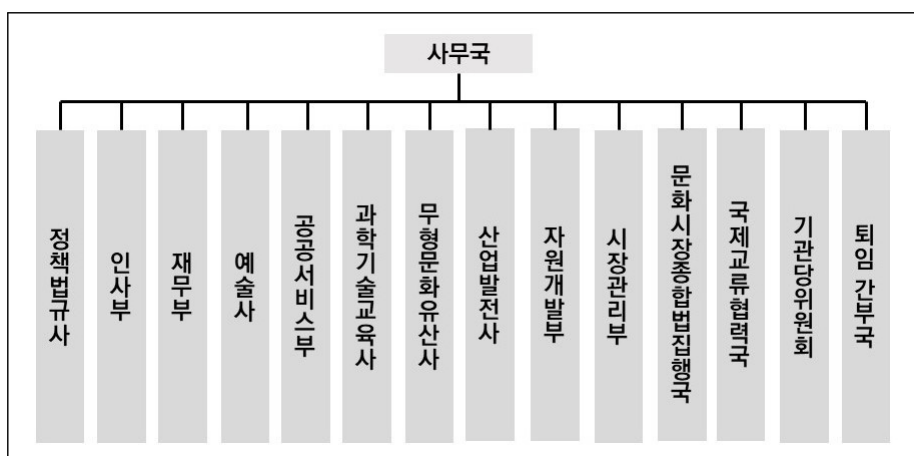
일본 도쿄, 오사카 등 대도시의 백화점, 복합 쇼핑 공간 등의 일부에 전통문화산업과 관련된 공간을 조성하거나 팝업스토어 형식으로 이를 활용하여 전통문화산업을 라이프 스타일의 일부로 접할 수 있는 경험을 제공한다. 일본 도쿄의 젊은 세대들이 많이 찾는 지역 중 하나인 이케부쿠로, 시부야 등 지역에 위치한 쇼핑몰에서 정기적으로 일본의 전통공예상품을 전시하거나 판매하는 전시, 팝업스토어 등이 열리고 있는 점은 참고할 만한 사례이다. 현대적인 디자인과 결합하여 젊은 세대들이 자연스럽게 전통문화산업에 대한 관심을 가질 수 있도록 유도한다.

나. 중국의 전통문화산업 정책 현황

1) 문부과학성(文部科学省)과 문화청(文化庁)

① 중국 문화관광부(文化和旅游部)

[그림 3-10] 중국 문화관광부 조직도



중국 문화관광부는 문화 사업, 문화 산업 및 관광 발전을 위한 전반적인 정책 계획을 수립 및 시행하며, 문화 및 관광의 통합 발전을 촉진하고, 문화 및 관광 시스템 구조 개혁을 추진하는 목적으로 수립되었으며, 예술, 과학기술교육, 무형유산, 문화 시장, 산업 및 자원 등 관련 업무를 수행하고 있다. 주요 사업으로 대외문화관광 교류협력사업, 무형문화재 전승 및 보호사업, 문화 관광 자원 개발 및 활용사업, 국민예술기금사업이 있다.

대외문화관광 교류 협력 사업으로는 양자 및 다자간 문화·관광 교류활동을 개최, 중국과 외국의 교류를 촉진하며 국제문화·관광 교류 브랜드 사업육성 육성하고 있으며, ‘일대일로’ 국가 예술가 교류 및 협력을 지원하고 미술계의 상호학습 및 인식을 촉진하고, ‘문화 실크로드’ 계획을 실시하고, 다양한 커뮤니케이션 채널과 플랫폼을 활용하고, 홍콩, 마카오 유지 및 대만과의 플랫폼 구축을 통해 문화홍보 촉진 등에 관한 사업을 진행하고 있다.

무형문화재 전승 및 보호 사업으로는 문화재의 구조 및 복원, 관련 연구 추진, 국립고궁박물관에 관련 전시 개최 및 홍보, 교육활동 수행, 유물 수집, 일일점검 및 전문유지보수를 통해 기반시설 개선, 박물관 공공문화 서비스 품질 향상 등의 사업을 진행한다. 문화관광자원 개발 및 활용사업으로는 관광개발 계획 준비, 유엔세계관광기구의 ‘최고의 관광마을’, ‘스마트 관광 몰입 체험’ 등 새로운 공간 도입, 만리장강, 중국차 문화와 같은 테마 관광, 관광홍보, 농촌 관광 예술 활동, 스토리텔러 대회 및 관광 아이디어 기획 공모사업을 진행하고 있다. 국가예술기금사업은 예술 창작을 촉진하고 고품질 작품을 제작 및 홍보하며 예술 인재를 양성하고 국가 예술 사업의 건전한 발전을 촉진하기 위해 예술 창작 및 생산, 커뮤니케이션 및 홍보, 인재 양성 및 인재 양성 프로젝트를 진행하고 있으며, 지원 사업으로는 예술 창작 프로젝트, 커뮤니케이션 및 홍보 프로젝트, 예술 인재 양성 프로젝트가 있다.

〈표 3-42〉 문화관광부 결산(2023년)

| 구분 | 내용 | 위안화 | 한화 ³⁶⁾ |
|---------|------------------|---------------|-------------------|
| 201 | 일반 공공서비스 지출 | 252,600 | 48,241,548 |
| 202 | 외교비 | 290,132,400 | 55,421,091,048 |
| 205 | 교육비 | 2,190,000 | 418,246,200 |
| 206 | 과학기술 지출 | 367,283,600 | 70,143,821,928 |
| 207 | 문화·관광·스포츠·미디어 지출 | 5,404,120,100 | 1,032,078,856,698 |
| 20701 | 문화와 관광 | 331,406.2600 | 63,291,967.53 |
| 2070101 | 행정 운영 | 13,128.3600 | 2,504,365.95 |
| 2070102 | 일반 행정관리 업무 | 2,553.6000 | 487,124.74 |
| 2070103 | 기관서비스 | 8,933.5100 | 1,704,156.37 |
| 2070104 | 도서관 | 61,221.4800 | 11,678,609.52 |
| 2070105 | 문화전시 및 기념기관 | 267,391,700 | 51,007,640,692 |
| 2070106 | 예술 공연장 | 233,186,800 | 44,482,713,968 |

| 구분 | 내용 | 위안화 | 한화 ³⁶⁾ |
|---------|------------------|---------------|-------------------|
| 2070107 | 예술공연 단체 | 1,124,065,500 | 214,471,697,400 |
| 2070108 | 문화활동 | 46,489,800 | 8,870,253,840 |
| 2070110 | 문화·관광교류와 협력 | 74,094,300 | 14,140,897,155 |
| 2070111 | 문화 창작과 보호 | 88,857,500 | 16,958,453,875 |
| 2070112 | 문화·관광 시장 관리 | 31,792,800 | 6,067,655,880 |
| 2070114 | 문화·관광 관리 업무 | 214,027,000 | 40,847,052,950 |
| 2070199 | 기타 문화·관광 지출 | 375,787,800 | 71,719,101,630 |
| 20702 | 문화재 | 1,978,542,200 | 377,604,778,870 |
| 2070204 | 문화재 보호 | 94,010,200 | 17,941,846,670 |
| 2070205 | 박물관 | 18,83,531,000 | 359,471,891,350 |
| 2070299 | 기타 문화재 지출 | 1,001,000 | 191,040,850 |
| 20706 | 신문출판영화 | 19,177,500 | 3,660,025,875 |
| 2070605 | 출판발행 | 19,177,500 | 3,660,025,875 |
| 20709 | 관광개발기금 지출 | 92,337,800 | 17,628,209,398 |
| 2070901 | 홍보 및 판촉 | 92,337,800 | 92,337,800 |
| 208 | 사회보장과 고용지출 | 471,128,100 | 89,928,931,728 |
| 211 | 에너지 절약 및 환경보호 지출 | 13,400 | 2,557,792 |
| 221 | 주택보장지출 | 251,741,100 | 48,052,341,168 |
| 223 | 국유자본 운영예산 지출 | 63,845,200 | 12,186,771,776 |
| 229 | 기타 지출 | 524,932,600 | 100,199,134,688 |
| 합계 | | 7,541,842,500 | 1,439,586,896,400 |

출처: 중국 문화관광부 <http://zwgk.mct.gov.cn/> 2023년 중국 문화관광부 부분결산, 12-14쪽.

문화관광부는 일반 행정에 관한 예산부터 외교, 교육, 과학기술, 문화·관광·스포츠·미디어 관련 예산이 문화관광부 예산을 집행하고 있으며, 2023년도 중국의 문화예산은 약 75억 4,184만 위안(약 1조 4,395억 원)이다. 문화·관광·스포츠·미디어 지출의 항목은 문화, 행정운영, 도서관, 문화전시, 공연장, 단체, 문화활동, 문화·관광교류 협력, 문화재 보호, 출판 발행 등 문화사업과 문화산업분야의 전 분야의 예산을 포괄하고 있다.

② 주요정책

대외문화관광 교류 협력 사업은 중국과 국외를 총괄하는 국가의 총체적 외교대국을 대외 문화와 관광 사업을 추진하는 출발점과 역점으로 삼고, 대외 및 홍콩, 마카오, 대만

36) 2024년 8월 13일 환율을 기준으로 환산함(기준환율 1위안 = 163.78원)

의 문화 및 관광 산업을 구현하고 ‘중화인민공화국 국가 경제 및 사회 발전 14차 5개년 계획’ 및 ‘14차 5개년 계획’과 같은 문서 요구 사항을 구현하여 국제 문화 교류를 강화하고 국제 관광 협력을 강화하고, 중국 이미지를 홍보하고 국제 인심을 모아 글로벌 문명 이니셔티브를 구현하여 중국문화를 더욱 세계로 진출시키고 국가문화 소프트파워를 지속적으로 향상시켜 중화문명의 전파력을 강화하는 것을 목적으로 한다.

‘문화실크로드’ 프로젝트로 실크로드 국제 극장 연맹, 실크로드 국제 도서관 연맹, 실크로드 국제 박물관 연맹, 실크로드 국제 미술관 연맹, 실크로드 국제 예술제 연맹, 실크로드 관광 도시 연맹의 건설 및 개최를 지원하고 중국 서예, 음악, 미술, 차 및 태극권 문화 진흥 계획과 활동을 실시하고, 실크로드 국제 문화 박람회 등을 개최하고 있다.

무형문화재 전승 및 보호 사업은 유네스코 무형유산 등재 신청사업 조직 및 실행을 지도하고, 국가 무형유산 대표 후임자 식별을 위한 후속 작업 및 국가 무형유산 대표 후임자 교육 과정을 개최하고, 국가 무형유산 후임자에 관한 기록 및 기록 결과를 확인하고 수락하며 결과의 활용을 강화하였다. 중국 전통 공예 활성화 계획을 시행하고 무형유산 작업장 제품 카탈로그 및 무형유산 작업장 건설의 우수한 사례를 발표하고, 주요 무형문화유산의 홍보 및 전시 활동을 조직 및 수행하고 무형문화유산 보급을 위한 주제 프로그램을 기획 및 제작하며, 각종 무형유산 국제교육교류활동을 지속적으로 추진하고, 무형유산보호지역성과 국제교류협력을 촉진하였다.

품질문화유산 보호를 위한 ‘중국 경험’ 국제 교류 및 협력에 적극적으로 참여하고 국제회의에 인력을 파견하고 국제 교류협력을 강화하며 국제 분야의 무형유산 동향을 이해하고 무형유산 분야의 국제 교류 및 협력 사업을 확장하고 전면적인 발전을 도모한다.

중국 우수 전통문화 홍보사업은 중국의 우수한 전통 문화 계승을 목적으로 10편의 음악 및 무용 작품을 제작하여 중국의 우수한 전통 문화를 홍보하고, 중국의 우수한 전통문화 서적의 심층 정리 및 개발을 통해 중앙정부와 국무원의 ‘신시대 고서적 사업 추진에 관한 의견’을 이행하기 위해 학술적 가치가 있는 고서에 대한 심층 조사 및 기본 정보 수집을 강화하며 ‘중국 역사 문헌 데이터베이스’의 도서 목록 및 데이터를 개선하고 전통 출판과 디지털 출판이 통합된 ‘중국 역사 문헌 데이터베이스’ 플랫폼을 구축하여 공개하고 있다.

2) 전통문화산업 사례

■ 전통의복: 한푸³⁷⁾

중국에서는 한푸의 의미를 한족 전통 복식, 더 나아가 중화 전통 복식으로 중국의 모든 전통 복식을 통틀어 일컫는 단어로 사용하고 있다. 한푸는 1645년 만주족이 세운 청(淸) 왕조에서 청조는 절대 다수인 한족에 “머리를 남기려면 머리카락을 남길 수 없고, 머리카락을 기르려면 머리를 남길 수 없다(留頭不留髮 留髮不留頭)”며 ‘체발역복령(剃髮易服令·변발과 만주족 복식을 강제한 조치)’을 시행하면서 사라지고 있다. 중국의 국력 신장에 바탕을 둔 한족의 정체성 찾기 움직임으로 2003년 정저우(鄭州)의 노동자 왕러톈(王樂天)이 직접 만든 한푸를 입고 거리를 활보했다는 뉴스가 보도되면서부터 한푸 부흥운동이 시작되었으며, 한푸 부흥운동 주제가 작곡, 한푸 매장 ‘중회한당’ 오픈, 2013년 시탕 한푸문화제가 시작되었다.

■ 한푸 브랜드 ‘중회한당(重回漢唐)’

싱어송라이터 쑤이(孫異)이 2006년 청두에 한푸 매장 ‘중회한당(다시 한·당으로 돌아가자는 뜻)’ 1호점 오픈하였으며, 2016년 중국 최대 온라인 쇼핑몰 타오바오에 플래그십 매장 개장하였으며, 2019년까지 총 28개의 매장을 오픈 및 운영하고 있다.

베이징의 자금성·이화원 등 관광지는 물론 일반 거리에도 전통 한푸를 입은 사람들이 늘어났으며, 한푸를 사거나 코스튬플레이 사진을 찍을 수 있는 한푸 체험관이 베이징에 37곳, 청두에 60곳이 운영 중이다. 중국 최대 온라인 쇼핑몰 타오바오에서는 송나라 배경의 드라마 ‘녹비홍수’가 인기를 끌면서 2019년 3월 한푸 판매량이 전년보다 146% 급증하였으며, 타오바오가 발표한 ‘2019 중국 패션 트렌드 보고’에 따르면 여성복 인기 검색어 3위, 남성복 인기검색어 10위에 ‘한푸’가 올랐으며, 중국 최초의 한푸 브랜드 ‘중회한당’은 13개 매장을 새로 오픈함

37) <https://www.joongang.co.kr/article/23623273#home>
<https://world.taobao.com/dianpu/152303815.htm>

[그림 3-11] 제7회 시탕문화제의 한푸 복장 및 타오파오에서 판매중인 한푸



■ 전통공예³⁸⁾

중국에서 외국산 말고 자국산 쓰자는 애국주의 소비 운동인 귀차오(國潮·국조)로 인해 중국의 젊은 층들은 전통 브랜드에 관심을 가지고 있다. 귀차오는 중화전통문화와 현대적 요소를 융합한 형태로 다원화된 마케팅 수단을 결합하여 브랜드 IP를 만들어 가는 과정을 통해 중국 전통브랜드 재정립을 돕고 있으며, 의복, 뷰티, 식품 등 다양한 분야에서 경제적 파급효과를 일으키고 있다.³⁹⁾

■ 중국 전통 수제화 브랜드 ‘네이렌성(內聯升)’⁴⁰⁾

청대 전통 수제화 브랜드이자 라오쯔하오의 브랜드인 ‘네이렌성(內聯升)’은 청 함풍3년 1853년에 시작되었으며, 네이렌성’을 설립한 자오팅(趙廷)은 어릴 적 베이징의 신발 제작공방에서 신발제작을 배웠으며, 부한 고객 인맥과 경영 관리 경험을 쌓은 후에 자신의 가게 만들었다. 고관 귀인에 대한 서비스 품질을 높이기 위해 자오팅은 관료들의 신발 치수, 맞춤 스타일, 고향, 주소, 심지어 특별한 기호까지 일일이 기록해 <이중비재(履中備載)>라고 이름 붙였으며, 이후 관료들은 신발이 필요하면 네이렌성으로 사람을 보내 통보했고 그러면 네이렌성이 알아서 제작해 배달해주면서 중국 상업계의 고급 맞춤

38) <https://kr.news.cn/20240102/8769cc1277024b5e90230ef8d00789e1/c.html>

<https://www.visitbeijing.or.kr/article/47NXFOF58Vc>

<https://www.visitbeijing.or.kr/article/47NWc5dECMT>

<http://kr.people.com.cn/n3/2023/0306/c203280-10217147-8.html>

<https://www.ajunews.com/view/20170724155504649>

39) 오혜정(2022), 「중국 귀차오 열풍-전통브랜드 소비와 흥색관광 사례를 중심으로」, 『아시아연구』, 한국아시학회.

40) <https://www.visitbeijing.or.kr/article/47NWc5dECMT>

제작의 새 장을 열었다. 처음에 조정 관리를 대상으로 조화(朝靴)를 전문적으로 제작하여 판매하였으며, 이곳에 제작한 조화가 고관과 귀인 사이에서 관심을 이끌면서 많은 관료들의 조화 맞춤과 구입이 늘어나게 되었다.

168년의 역사를 이어온 레이렌성의 조화제작기술은 현재 국가급 무형문화재 등록되었으며, 현재는 젊은 층에 부합하는 전통에 현대적인 트렌디함이 가미된 다양한 색상의 신발을 개발 및 판매하고 있으며, 고객이 직접 체험할 수 있는 리테일 매장을 조성하고, 브랜드 이미지를 바꾸는 등 라오쯔하오의 새로운 경영 방법은 중화 전통 장인의 기술에 새로운 비즈니스 기회를 제공하고 전통 문화에 새로운 활력을 불어넣고 있다.

또한 네이렌성 브랜드에서는 다스란 거리(大柵欄商业街)에서 무형문화재 전시홀, 작업, 귀빈실, VIP접대실 마련하여, 광객은 베이징 전통브랜드 네이렌성의 발전 역사를 이해하고, 신발 제작 기예를 체험할 수 있도록 하고 있다. 2023년 기준 ‘618 쇼핑 페스티벌’ 기간 동안 온라인 판매액이 450만 위안(7억8천만 원)으로 확인되었음

[그림 3-12] 네이렌성의 조화 제작 및 체험, 타오파오에서 판매중인 제품



■ 아트토이 브랜드 ‘핀쿠(拼酷)’⁴¹⁾

‘아트토이’로 대표되는 새로운 문화소비가 중국에서 각광받고 있으며, 아트토이 브랜드 ‘핀쿠(拼酷)’는 십리홍장(十里紅妝·중국의 전통 혼례, 대당소가(大唐小街·당나라 골목길) 등 중국 전통 요소를 담은 3D 조립식 제품 시리즈로 출시하였다. 제품은 7개 언어로 번역되어 중국의 저가형 생활용품 아울렛 미니소(MINISO), 100여 개 국가 및 지역에서 판매되고 있으며, 특히 핀쿠가 내놓은 제품 중 ‘봉관(鳳冠·봉황 장식이 달린 관)’은 월간 판매량 22만 개, 연간 매출 1억 위안 이상(약 183억 원)을 확인되었다. 관련 통계에 따

41) <https://kr.news.cn/20240101/a14c059c21a54d0ca3c8d43e609f7638/c.html>
<https://www.shilbo.kr/news/articleView.html?idxno=218023>

르면 고속 성장 중인 글로벌 아트토이의 시장 규모는 지난 2015년 87억 달러에서 지난해 340억 달러로 확대됐다. ‘2023 중국 완구·유아용품 산업 발전 백서’에 따르면 2022년 중국 완구(게임 제외) 수출액은 483억6천만 달러로 전년 대비 5.6% 증가하였다.

[그림 3-13] 핀쿠의 중국풍 아트토이 제품



■ 중국 베이징리우(Beijing Gifts)

중국은 2008 베이징올림픽 개최를 계기로 개최지 베이징시 주관으로 ‘베이징리우(북경선물, 北京礼物, Beijing Gifts)’라는 제도를 운영해오고 있다.

[그림 3-14] 베이징리우 로고



베이징리우 홈페이지⁴²⁾ 소개에 따르면 이 제도의 운영 목적은 베이징의 관광 산업 발전을 보조하고 관광 소비를 인도, 촉진하기 위해 베이징 지역 특성, 민족 문화의 의미, 수도 풍모의 특징, 도시 브랜드를 표현할 수 있는 대표적인 관광 상품 브랜드를 만드는 것이다. 이를 통해 베이징 관광 상품 시장의 발전을 인도하고, 관련 산업의 융합,

관광 산업 구조의 증진, 베이징이 중국의 특색을 갖춘 글로벌 관광 도시로 거듭나도록 한다. 즉 중국과 베이징의 전통문화를 상품화하여 관광에 기여하고자 한다.

베이징리우는 올림픽/엑스포 운영 형식을 참고하며, 베이징문화관광위원회가 주도하는 시장 운영 규칙에 따라 기업의 자주화, 브랜드화 제고, 특허식 경영을 따른다. 2011년 공개입찰을 통해 화공문화(华江文化), 공미집단(工美集团), 화류문화(华流文化) 3개 기업

42) <http://www.beijingliwu.com.cn/>

이 베이징리우 운영사로 선정되어 상품의 연구 개발 및 생산, 마케팅 과정을 담당하게 되었다. 베이징리우로 지정된 상품은 베이징 관광 상품 지원금 수혜 대상이 되는 동시에 중앙미술학원, 칭화대학교 미술대학 등 고등과학기술연구기구 및 우수 디자인/생산 기업의 아이디어와 기술 자원도 받을 수 있다. 위조 방지를 위해 상품마다 식별코드가 부착되어 있다.

베이징리우 지정 분야는 공예품, 식품, 기념품, 전자제품, 패션/잡화 등이다. 공고를 통해 상품이 접수되면 온라인 공개투표 및 전문가 심사를 통해 최종 선정되고 인증서가 수여된다. 지정된 상품은 연말 ‘베이징 국제관광 기념품 박람회’에 전시되고 상격(우수상, 금상, 은상, 동상 등)에 따라 상금이 제공된다. 베이징리우 지정상품은 인증 로고를 부착할 수 있고 용자 혜택과 판매 홍보 플랫폼 제공, 국제 대형 전시회 참여를 지원받는다. 베이징리우는 2011년 본격 운영되었으며 현재까지 총 3,000여 점 지정되었다. 전용 오프라인 매장과 자판기 등 51개가 설립되어 있다. 전용 홈페이지를 통한 상품 구매도 가능하고, 온라인몰(타오바오, 징둥 등)을 통해서도 구매가 가능하다.

다. 오스트리아의 전통문화산업 정책 현황

1) 오스트리아 연방 예술문화체육부와 기념물청

① 예술문화체육부(Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst u. Sport)⁴³⁾

현 문화부 명칭은 2018년부터 연방 예술, 문화, 공공 서비스 및 스포츠부로 사용되고 있다. 연방 차원의 주요 문화 정책은 문화적 다양성과 문화적 제공, 국제화, 젊은 예술가의 진흥 문제에 초점을 맞춘다. 기본적인 사항으로 예술가와 문화 및 창의적 활동가를 위한 기본체계를 갖추고 있고, 현대 미술과 영화의 진흥, 예술 및 문화 참여 진흥, 예술 및 문화 교육에 주안점을 두고 있다. 나아가 국가차원에서 연방문화기관, 기념물 보호, 문화 자산 및 유산자원(디지털화 포함)에 대한 접근, 그리고 국제 문화 교류 및 협력을 담당하고 있다.

구체적으로 문화적 가치를 중재하고 더 광범위한 대중의 문화 참여를 위한 조건을 만들고자 연방문화기관 및 지역 박물관, 대중 및 민속 문화 활동, 공공 도서관에 대한 보조금을 지원한다. 문화유산의 경우에는 역사적 기념물과 문화유산의 보호, 출처 및 반환에

43) Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe, Austria, 2016 <[http:// www.culturalpolicies.net](http://www.culturalpolicies.net)>

대한 적절한 처리, 디지털업무에 대하여 연방 기념물청을 두어 업무를 효율적으로 관리할 수 있는 조직으로 운영 중이다.

- Dep. 2/1 - 시각 예술, 건축, 디자인, 패션, 사진, 비디오 및 미디어 아트
 - Dep. 2/2 - 음악 및 공연 예술, 미술 학교, 일반 미술 문제
 - Dep. 2/3 - 영화
 - Dep. 2/4 - 기념물 보호, 유산, 출처 및 예술품 반환
 - Dep. 2/5 - 문학과 출판, 공공도서관
 - Dep. 2/6 - 메달 및 상, 이벤트 관리, 특별 프로젝트, 디지털화
 - Dep. 2/7 - 문화 이니셔티브, 민속 문화
 - Dep. 2/8 - 연방 극장 관리에 대한 투자, 법률 문제
 - Dep. 2/9 - 연방 박물관 및 기타 기관의 관리에 대한 투자
 - Dep. 2/10- 유럽 및 국제 문화 정책
- 10개 부서로 나누어 문화 및 예술정책을 담당하고 있다.

② 연방 기념물청(Bundesdenkmalamt)⁴⁴⁾

연방 기념물청은 기념물보호법에 기초하여 공공의 이익과 법적 의무에 따라 오스트리아의 문화유산을 보존, 보호, 유지 및 연구하는 전문 기관으로 국내 국가유산청과 유사한 역할을 맡고 있다. 기관은 기념물 보존, 기념물 연구, 복원 기술 분야에서 150년 이상 쌓아온 노하우를 활용하여 오스트리아 전역의 기념물에 대한 관리를 맡고 있다.

기념물청의 업무는 국제적으로 인정된 표준의 틀 내에서 오스트리아 기념물 목록의 보존, 유지 및 체계적인 연구를 진행하며, 관련하여 전국적인 통일된 표준을 확립하는 것이다. 기념물로는 성, 교회, 수도원, 궁전, 그림 및 조각품뿐만 아니라 석기 시대 묘지, 로마 유적지, 농가, 산업 및 주거용 건물 등이 포함된다. 또한 국가문화유산 보존을 위해 이동식 기념물의 수출 및 보유를 결정하기도 한다. 실용적인 기념물 보존을 위해 복원에 대한 지속적인 감독, 등록된 유산의 보존 및 유지 관리가 포함되며 가능한 구조적 변경을 위한 프레임워크를 설정한다.

문화유산의 지속가능성을 위해서 복원 기술을 연구하고 적용을 위한 새로운 기술과

44) Leitbild des Bundesdenkmalamtes.

https://www.bda.gv.at/dam/Leitbild_des_Bundesdenkmalamtes.pdf

개념을 개발한다. 전문 워크숍을 개최하여 기념물을 적절하게 다룰 수 있도록 역사적인 수공업기술과 현대적인 개조 방법에 대한 지식을 제공하기도 한다. 이러한 작업 결과는 매뉴얼, 전문 저널, 과학 출판물에 출판하고 있다.

③ 유네스코 오스트리아 위원회 (Austrian Commission for UNESCO)⁴⁵⁾

국제사회는 2003년 제32차 유네스코 총회 때 무형문화유산 보호 협약을 채택했다. 현재 183개 국가에서 비준한 이 협약은 2006년 4월 20일 발효되었다. 오스트리아는 2009년 7월 9일부터 협약을 비준하여 활동하고 있다.

무형 문화유산에는 전통 장인정신뿐만 아니라 춤, 연극, 음악, 전통 및 축제와 같은 문화적 표현 형태와 관련된 지식과 기술이 포함된다. 무형문화유산은 창의성과 혁신성을 포함하며 정체성과 연속성을 부여하며 한 세대에서 다음 세대로 전해지는 것이다. 무형 문화유산은 발전과 변화가 특징으로, 지역 사회에 대한 경험적 지식과 필요한 물질적 도구, 자원 및 문화 공간을 모두 포함하게 된다.

유네스코 국가위원회는 국가 무형 문화유산 목록을 만들며 오스트리아 무형 문화유산을 유지, 교육 및 홍보하기 위한 활동과 인식확산을 노력하고 있다.

2) 주요정책: 무형유산산업 분야의 인력양성 제도⁴⁶⁾

오스트리아 정부는 1954년, 1960년, 1970년, 1980년, 1990년, 2002년, 2010년, 2014년에 무형유산산업관련 실태와 견습생 통계를 집계하여 발표하고 있다. 실태조사는 유네스코 오스트리아 위원회가 총리실지원을 받아서 결과물을 내고 있다.

전후 첫 실태조사를 한 1954년 이후 65년 동안 전통수공업의 상황과 생산 환경은 매우 열악해졌음을 확인할 수 있다. 구체적으로 당시 전통 바늘, 빗 제조업은 완전히 사라졌으며, 양초 및 비누 제조업 등 특별용도로 명맥을 유지하고 있다. 전통마구산업은 마차에서 기차와 자동차로의 이동수단 전환으로 인해 변화되었다. 원래 목적은 잃었으며 새로이 안장 생산과 같은 비즈니스 모델로 바뀌었다. 산업관계자는 2,432명(1955년)에서 현재 110개 마구제조업체에서 249명만이 명맥을 유지하고 있다. 오랜 길드 전통의

45) <https://www.unesco.at/en/about-us/austrian-commission-for-unesco>

46) Bundeskanzleramt(2016), Traditionelles Handwerk als immaterielles Kulturerbe und Wirtschaftsfaktor in Österreich

직물과 가죽사업 관련 업종이 4만개(1955년)에서 약 5천개로 줄었으며, 개별 틈새시장을 찾아 자신의 산업적 위치를 유지하고 있다. 과거 60년 전 제분소에서 사용했던 기술은 환경변화로 현대 공장에서 이루어지게 되었다. 전통 곡물제분업은 당시 곡물류를 빻았지만, 오늘날은 동물사료를 주로 제분하고 있다. 관련 생산업자는 2732명(1955년)에서 290명(2015년)만이 활동하고 있다.

종사자와 직종수의 하락은 환경변화에 따른 시장의 축소, 지속적인 기술화 및 전통적인 생산 프로세스와 생산방법이 지속적인 영향을 미친 것으로 나타난다. 숙련된 기술의 전수보다 작업의 효율성과 편의성이 높아지면서 공정과정의 기술도입이 뚜렷함 점에 기인하였다. 남은 작업과정은 새로운 목적으로 활용되며, 장인기술을 전수하려는 헌신이나 실무에서 얻은 경험적 지식을 다음 세대에 교육하려는 의지나 젊은이들 양성하려는 측면은 많이 퇴색되었다.

오스트리아 경제상공회의소 기록에 따르면 전체회원 226만 명이며 전통수공업 부문은 535,418명이다. 길드회원은 151,558명으로 등록되어 있다. 중세 길드체계는 경제사 측면에서 중요하며, 수공업 견습생 훈련의 기원은 중세 길드에서 유래하고 있다. 19세기 말부터 오스트리아, 독일, 스위스, 덴마크에서는 도제시스템을 모델로 삼아 이중 교육시스템이라고 불리는 전문직을 위한 체계적으로 조직된 직업 교육을 실시하고 있다. 작업장과 학교를 주중에 3일이나 2일로 나누어 등교하며 실문적인 지식과 학교 교양과 장을 나누어서 학습하게 된다.

1954년 오스트리아의 오랜 이중 교육시스템에는 249개의 전통 기술영역과 비공식적으로 전달된 63개의 장인 기술에 대한 체계적인 직업 훈련에 등록할 수 있는 기회를 제공했었다. 그러나 현재 체계적인 정규 교육을 통해 전수되는 장인 관련 직업은 180개에 불과하다. 관련 전통문화기술이 많은 직종수가 감소하고 있음을 확인할 수 있다.

오스트리아 정부는 기술, 경제 구조 및 사회의 근본적인 변화를 배경으로 기술 인력을 양성하려는 정책을 추진하고 있다. 경쟁력 있는 수공업으로서 위상을 갖추고 현대적 환경에 적응시키려는 다양한 대책을 준비하고 있다.

우선, 전통수공업에 대한 이미지개선을 위해 노력하고자 한다. 사회적 측면으로, 전통 무형유산에 대한 사회적 인식에 긍정적인 영향을 미쳐서 전승공예의 매력과 장인의 사회적 지위를 높이고 자긍심을 고취시키고자 한다. 전통기술의 매력을 홍보하고 이미지를 보다 제고하고자 하는 것이다. 특히 스포츠 스타와 같이 기술자의 성공적인 대중이미지

를 미디어로 홍보하며 “올해의 장인상” 수여하고 기술경연대회 우승자를 공개적으로 소개하며, 기술자의 자긍심을 널리 알리고자 한다.

그리고 산업육성측면에서 전통 수공업 훈련 및 직업 교육에 대한 인센티브 및 인턴십 개선을 통해 기술인재를 확보하고자 한다. 또한 전문 자격을 향상시키고 취업보장을 위한 조치들을 취하고 있다. 사업체가 견습생을 고용하는 과정에 인센티브를 제공하며, 관련 산업의 현장에 맞게 직업 관련 커리큘럼을 체계적으로 적용하고, 전통 직업의 자격을 향상하여 전통학교의 질적 향상을 도모하고자 한다.

끝으로, 사업지원측면으로, 전통 수공업을 실천하는 사업체의 경쟁력을 향상시켜 숙련된 직업인의 미래전망과 경제적 성공 및 더 높은 잠재 소득에 보탬이 되기 위한 조치를 취하고자 한다. 전통부문 창업가의 현대적 경영능력을 강화하고 사업자 및 근로자의 전문자격을 강화하며, 지역 내 관련 분야 업체를 연계하는 네트워크를 구축하고 발전을 위한 협력 관계를 설정하고자 한다.

3) 전통문화산업 사례: 유레비타 EUREVITA 국제협력사업⁴⁷⁾

문화유산 및 희귀 공예품의 부흥을 위한 지속가능한 국경 간 고용 및 경제구조 발전방안



① 목적 및 배경

유레비타 프로젝트의 목적은 희귀한 전통공예품을 보존 하여 문화유산을 되살리고 국경 간 노동 시장에서 구직자에게 새로운 일자리 기회를 제공하는 것이다.

이 프로젝트는 슬로베니아와 오스트리아 양국이 국경지역의 전통산업을 공동으로 관리해야 하는 문화지역이라는 인식에서 출발한다. 공통문화유산은 전통공예직업(예: 널지 붓, 빗자루 만들기, 통 제작 및 석조벽 건축 등)에서 가장 두드러지며, 이는 해당 지역공동 문화유산과 직접 관련이 있다. 이러한 공예 중 다수는 오늘날 더 이상 사용되지 않으며 잊어질 위기에 처해 있다. 주로 시민교육의 부족이나 이러한 전통공예에 대한 일반인

47) <https://www.ess.gov.si/en/partners/development-projects/completed-projects/eurevita>

의 부정적인 인식에 기인한다. 이로 인해 문화 인프라(예: 성, 저택 및 수도원)와 이러한 전통공예가 보존에 중요한 훼손이 있어왔다.

이러한 문제는 국경 지역 전체에 적용되므로 전통 프로그램 영역에 도움이 되는 공동 솔루션을 찾기 위해 국경을 넘는 혁신적 조치를 취하는 것이 필요하다는 공감대를 형성 하였다. EUREVITA 프로젝트는 교육시스템과 노동시장을 위한 훈련 시스템의 효율성을 강화하고 개선하는 데 중점을 둔다. 전통 수요를 예측하고, 커리큘럼을 조정하고, 이중 훈련 시스템과 견습 프로그램을 포함한 실무 훈련 시스템을 설계하고 개발하기 위한 메 커니즘은 산업 시스템의 질을 높이고 교육에서 고용으로의 전환을 용이하게 할 것이다.

② 목표

- 사라져 가는 공예직종에서 일할 수 있는 실업자와 구직자를 활성화하는 것이다.
- 고용 기회를 늘리고 지역 노동 시장에서 새로운 기회를 제공하고자 한다.
- 지역 및 국가 파트너와 협력하고 실업자와 구직자를 대상으로 하는 프로젝트 작업에 필요한 새로운 지식과 기술을 습득시키고자 한다.
- 문화유산을 보존하는 데 중요한 지역의 희귀 직업을 되살리고자 한다.
- 사라지고 있는 직업에서 전통적인 기술과 일할 자격을 갖춘 사람들의 수를 늘리고자 한다.

③ 기대되는 결과

문화유산을 부흥시키는 데 필요한 희귀한 공예 기술을 보존하는 프로젝트 활동에 참여할 수 있는 기회를 대상 그룹(실업자, 구직자 및 장인)에게 알리고, 이러한 활동을 통해 창출되는 고용 기회를 늘릴 수 있을 것이다. 희귀하거나 사멸된 기술을 습득하기 위한 훈련에 실업자를 포함시키기 위한 프로토콜 설계할 수 있을 것이다. 실업자 또는 구직자를 대상으로 희귀 기술에 대한 교육 및 자격증 제공할 수 있으며, 다른 사람에게 오래된 기술 기술을 전수하기 위해 장인이나 멘토를 교육하고자 한다.

④ 프로젝트 기간

2018년 5월 1일 부터 2021년 4월 30일까지 (36개월).

⑤ 프로젝트 가치 및 자금 조달

이 프로젝트에는 총 1,288,700.03유로가 책정되었으며, 그 중 85%(1,095,395.02유로)는 유럽 연합이 유럽 지역 개발 기금에서 공동 자금을 조달했다. 프로젝트 파트너인 슬로베니아 고용 서비스(ESS)의 지분은 172,510.00유로에 이른다.

2. 결과 종합 및 시사점

국외사례로 아시아권에서 일본과 중국, 그리고 유럽권에서 오스트리아를 대상으로 전통문화와 무형유산자원을 활용하는 사례를 구체적으로 살펴보았다. 주요국은 각기 다른 환경 및 정책방향성에 따라서 여러 전통문화산업정책 및 세부사업을 추진하고 있음을 확인할 수 있다.

주요국의 정책들은 개별국가에서 전통문화 및 문화유산정책을 바라보는 시각과 사회문화적 환경의 차이로 국가조직의 운영, 주요사업, 예산배정 및 세부 사업에 있어서 각국의 견해가 다르게 나타나고 있다.

일본의 경우 중앙의 문화청에서 전통공예산업진흥법을 중심으로 국가차원에서 전통문화 증진정책과 사업들을 있으며, 지자체는 지역 실정에 맞게 구체적인 정책 사업을 자율적으로 집행하며 중앙정부와 지방정부의 역할분담이 효율적으로 이루고 있다.

구체적으로 ‘식문화가 넘치는 나라’ 프로젝트를 통해 전통 식문화 스토리 창출하여 지역 식문화 브랜드 가치제고 및 식문화 박물관을 통한 홍보확산에 주력하고 있다. 하사미정 지역에서는 공예산업체들의 협력을 기반으로 전통산업, 순수예술 및 관광업 분야들이 힘을 합쳐 지역 브랜드화에 일정한 성공을 이루고 있다. 사가현 지역에서는 전통차, 온천, 도자기를 산업자원으로 조합하여 티 투어리즘을 개발하였다. 국가차원 브랜드사업으로 상파울로, LA, 런던을 거점에 재팬하우스를 지어 여러 공예산업 및 의식주 문화를 대표적인 품목으로 연계구성하여 홍보를 추진하고 있다.

중국의 경우 중화인민공화국의 이미지를 증진하고자 국익차원의 전통문화의 성격을 띤 사업을 수행한 경우가 많다. 중국 정부의 적극적 지지를 통해 최근 한족 중심주의와 전통문화의 국제적 전파운동을 전개하며 국제사회에서 중국문화의 외연확장 및 국가경제발전의 활력소로 정책을 추진하고 있다.

구체적으로 무형유산 측면에서 한푸 브랜드 중회한당을 주목할 필요가 있는데, 전통 복식의 발명을 통해 산업정책을 추진하고 있음을 살펴볼 수 있다. 전통 수제화 네이렌성과 아트 토이 핀쿠 등을 통해 여러 분야에서 경제적 파급효과를 일으키고 있음을 확인할 수 있다. 특히 베이징 리우와 같은 인증제는 전통문화를 상품화하여 관광산업 발전을 도모하는 제도로 성공적으로 운영되고 있음을 확인할 수 있다.

오스트리아의 경우 연방 예술문화부, 연방 기념물청, 디지털 경제부 및 유네스코 오스트리아 위원회가 연계하여 무형유산의 산업정책을 추진하고 있다. 특히 정부는 무형유산 산업관련 실태와 견습생 통계를 분석하여 정책방안을 수립하고 있다. 전후 첫 실태조사를 한 1954년 이후 65년 동안 전통수공업의 상황과 생산 환경은 매우 열악해졌음을 확인할 수 있다. 이러한 어려운 상황은 지속적인 기술화 및 전통적인 생산 프로세스와 생산방법에 지속적인 영향을 미친 것으로 나타난다. 장인기술을 전수하려는 과정이나 이를 지원하려는 미래세대가 매우 적어지고 있는 현실이다.

정부는 기술, 경제 구조 및 사회의 근본적인 변화를 배경으로 기술인재를 양성하기 위한 이원화 직업교육정책을 추진하고 있다. 경쟁력 있는 수공업으로서 위상을 갖추고 산업적 발전을 형성시키려는 다양한 대책을 준비하고 있다. 구체적으로 전통수공업에 대한 사회적인 이미지개선을 위해 노력하고자 한다. 산업육성측면에서는 전통 수공업 훈련 및 직업 교육에 대한 인센티브 및 인턴십 개선을 통해 우수인력을 확보하고자 한다. 사업지원측면에서는 전통 수공업을 실천하는 사업체의 경쟁력을 향상시켜 숙련된 직업인의 미래전망과 경제적 성공 및 더 높은 잠재 소득에 기여하기 위한 조치를 취하고 있다. 이를 통해 전통수공업의 사회적 지위를 유지하고 전승기술에 긍정적인 매력을 홍보하며 학교의 이원화 교육을 통해 기술인력 육성에 역점을 두는 의미 있는 사례를 보이고 있다.

특히, 유레비타 국제협력사업은 무형유산산업의 부흥을 위한 국가 간 협력 발전방안으로 전통영역을 기반으로 국가 간 프로젝트는 의미 있는 시사점을 주고 있다.

전통문화산업정책은 각국이 국민 삶의 질을 높이는 효과와 함께 경제적 고부가가치를 실현하는 중요한 문화자원의 수단으로 추진하고 있음을 확인할 수 있다. 그러한 산업정책추진 과정에서 다양한 주체들이 참여와 협력을 이루고 지역 활성화를 이루고 있다. 나아가 국제사회에서 자국의 대표 국가브랜드로서 전통문화홍보 측면을 강조하는 정책을 펼치고 있음을 고찰할 수 있다.

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제4장

전통문화산업 정책 수요 분석

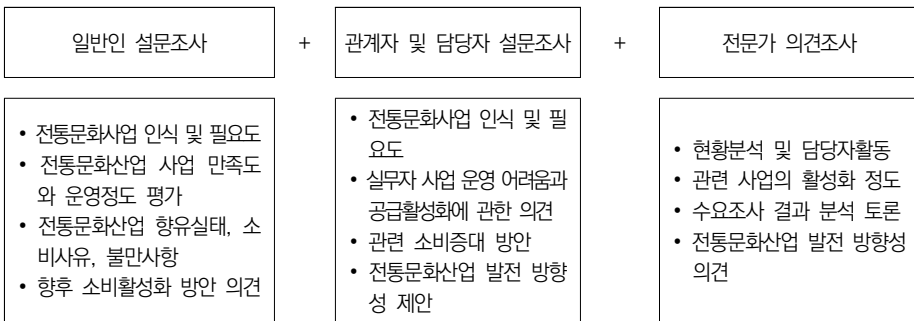
제1절 설문조사

1. 조사 목적 및 대상

연구는 일차로 전통문화산업에 대한 일반인의 인식 현황을 파악하고 수요분석을 위해 설문조사를 실시하였다. 또한 전통관계자, 산업인력 및 정책담당자들을 대상으로 전통문화산업의 문제점 및 활성화 방향성을 고찰하고자 설문조사를 진행하였다. 그리고 전문가 및 관계기관 종사자들의 의견을 수렴하는 심층 조사로 구성하였다.

구체적으로 일반인들을 대상으로 전통문화산업의 인식, 필요도, 사업 만족도와 향유 실태, 소비활성화에 대한 의견을 설문조사로 수렴하였다. 그리고 관계자 및 담당자 설문 조사에서는 전통문화산업 운영에 있어서 실무의견, 운영어려움, 소비증대방안 및 향후 공급 활성화대책 등에 대한 평가와 인식을 확인하고자 했다. 더불어 전문가들의 조사 결과 분석을 통해 설문조사에서 확인하기 어려운 세부적인 사항 및 전통문화산업의 발전 방향을 위한 시사점을 정리하였다.

[그림 4-1] 설문조사 및 의견조사의 전체적인 진행도



2. 조사 내용 및 방법

가. 일반인 설문조사

설문은 일반인을 대상으로 하였으며 조사내용은 전통문화에 해당하는 문화산업을 둘러싼 인식을 파악하고, 실무적 차원에서의 전통문화산업의 방향성의 수요를 도출하여 전통문화산업 발전 정책의 도출을 위한 방향성 정립을 목표로 하였다.

설문조사는 온라인 및 전화조사를 통해 2024년 6월 7일부터 6월 28일까지 진행하였다. 설문 내용은 전통문화산업의 인식, 전통문화정책의 방향성, 전통문화사업의 정책 및 사업 평가, 전통문화의 산업화 정도 및 향후 잠재성, 전통문화 참여프로그램, 전통문화 상품 구매이유, 전통문화 상품구매 시 문제점, 전통문화 소비자 구매 촉진에 대한 중요성과 시급성 등 주제로 구분하여 설문 문항을 구성하였다.

구체적으로 전통문화산업에 대한 일반인의 인식 현황에 대한 조사를 통하여 전통문화산업의 인지, 참여 경험, 소비자 인식, 시장형성에 필요한 소비 요인 등을 조사하고자 하였다. 각각의 문항은 수요의 강도를 측정하기 위한 5점 척도와, 요인 및 방향성 분석을 위한 단복수 응답으로 나누어 설문하였으며, 분석은 뒤의 관계자 및 정책담당자 설문 문항에 일부 항목을 동일하게 설정하여 교차로 분석을 진행하고자 하였다.

〈표 4-1〉 일반국민 대상 설문지 구조와 내용

| | | |
|-------------------------|---|---|
| 전통문화산업 인식 | ⇒ | <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화산업에 대한 인식정도 • 현재 사업 참여정도 • 전통문화산업 정책의 만족도 및 필요성 |
| 전통문화산업의 범위와 역할 | ⇒ | <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화산업의 대표 자원 • 향후 세계적 브랜드화 적합한 전통문화 • 전통문화 참여 프로그램 경험 |
| 전통문화산업 체계 및 운영방향 | ⇒ | <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화산업 정책의 지향점 • 전통문화상품 구매 이유 요건 • 전통문화상품 구매 시 문제점 • 전통문화산업의 산업화 정도 및 향후 잠재성 |
| 전통문화산업 향후 소비 증진 정책 추진방향 | ⇒ | <ul style="list-style-type: none"> • 전통문화산업 소비추진체계 관련 중요성 • 전통문화산업 소비추진체계 관련 시급성 |

일반인 인식조사는 전통문화산업의 질적 제고 및 소비시장 활성화를 구축하고자 일반 국민 700명을 대상으로 설문이 실시되었다. 조사는 전국 권역을 구분하고, 세부유형(남·여/연령/직업/) 및 지역(17개 시도)으로 구분하여 조사를 실시하였다.

나. 관계자 및 정책담당자 설문조사

전통문화산업관련 다양한 기관의 관계자 및 정책담당자들이 갖고 있는 전통문화산업에 관한 인식수준을 파악하고, 운영 활성화 방안을 도출하여 미래사회에 유연하게 대응할 수 있는 발전 방안을 도출해 내고자 하였다.

관계자 및 정책담당자대상 조사는 전통문화산업의 질적 제고 및 정책적 체계화를 구축하고자 300명을 대상으로 설문이 실시되었다. 설문조사 내용에는 일반국민 설문지에서 일부 같은 문항을 삽입하였다. 전통문화산업자원 인식, 현재 전통문화산업의 정책 및 사업평가, 전통문화정책의 방향성, 전통문화의 산업화 정도 및 향후 장애성이 해당된다. 이는 일반국민과 관계자정책담당자 간의 인식차이를 비교분석하고자 하였다.

그 외 관계자 설문조사 항목에는 전통문화산업의 어려움, 정부의 우선 추진과제, 전통문화상품 소비증대 방안의 중요성과 시급성, 전통문화상품 공급 확충방안에 대한 중요성과 시급성 등으로 크게 구성하였다.

설문조사는 2024년 6월 7일~28일 사이 문체부로부터 제공받은 관계자 및 정책담당자 리스트를 중심으로 전통문화산업 제도 및 운영에 관한 문제점과 방안에 대한 의견을 수렴하였다.

〈표 4-2〉 설문조사 응답자 대상

| 구분 | 설문조사 내용 | |
|-----|---------------------|--------------------|
| 대상 | 일반국민 대상 | 사업종사자, 관계자 및 정책담당자 |
| 응답자 | 700 표본 | 300 표본 |
| 방법 | 전화 및 온라인 설문조사 실시 | |
| 기간 | 2024년 6월 7일- 6월 28일 | |

3. 조사 결과 분석

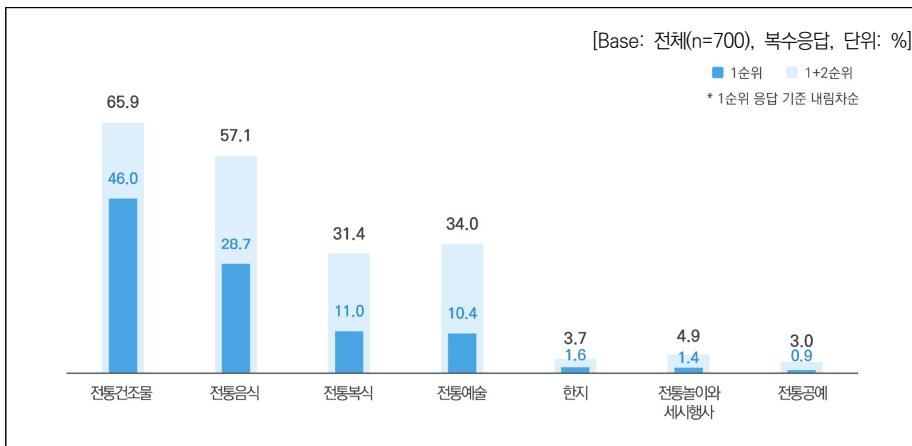
가. 일반국민 설문조사

1) 한국을 대표하는 전통문화산업 자원

한국을 대표하는 전통문화산업의 자원으로 ‘전통건축물’이 46.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통음식’(28.7%), ‘전통복식’(11.0%), ‘전통예술’(10.4%) 등의 순으로 나타난다.[1순위 기준]

1+2순위 기준으로는 ‘전통건축물’이 65.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통음식’(57.1%), ‘전통예술’(34.0%), ‘전통복식’(31.4%) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-2])

[그림 4-2] 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원

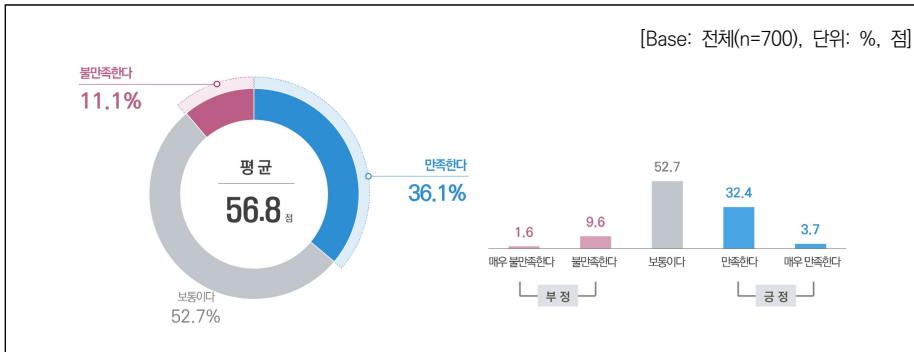


2) 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도 및 필요도

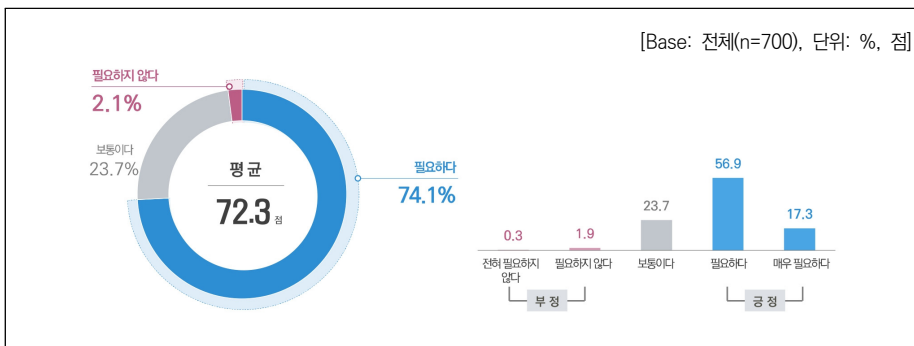
현재까지의 전통문화산업 정책과 사업에 만족한다는 응답은 36.1%(만족한다 32.4% + 매우 만족한다 3.7%)로 나타났으며(평균 56.8점), ‘보통이다’는 52.7%, ‘불만족한다’는 11.1%(불만족한다 9.6% + 매우 불만족한다 1.6%)로 나타난다.([그림 4-3])

전통문화산업정책 및 추진사업이 필요하다는 응답은 74.1%(필요하다 56.9% + 매우 필요하다 17.3%)로 나타났으며(평균 72.3점), ‘보통이다’는 23.7%, ‘필요하지 않다’는 2.1%(필요하지 않다 1.9% + 전혀 필요하지 않다 0.3%)로 나타난다.([그림 4-4])

[그림 4-3] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도



[그림 4-4] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 필요도



3) 전통문화정책 중점 중요도

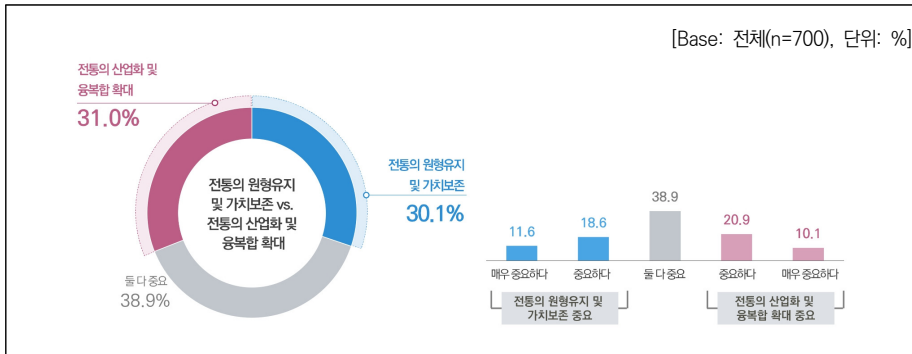
① 전통의 원형유지 및 가치보존 vs. 전통의 산업화 및 융복합 확대 방향 선택

전통의 산업화 및 융복합 확대가 중요하다는 응답은 31.0%(중요하다 20.9% + 매우 중요하다 10.1%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 38.9%, ‘전통의 원형유지 및 가치보존’은 30.1%(중요하다 18.6% + 매우 중요하다 11.6%)로 나타난다.([그림 4-5])

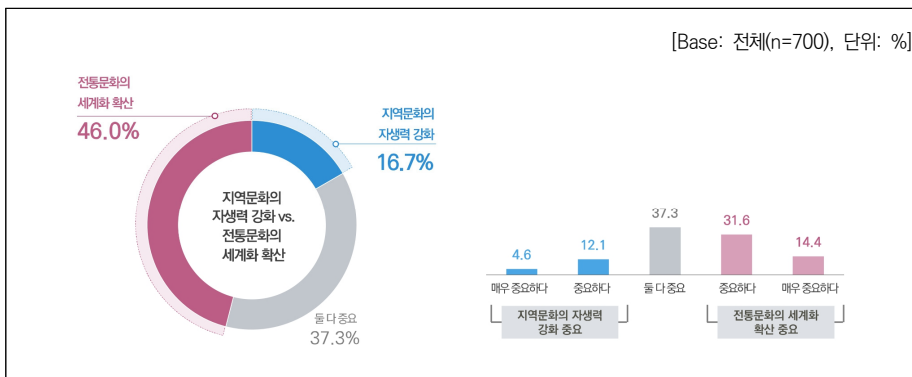
② 지역문화의 자생력 강화 vs. 전통문화의 세계화 확산 방향 선택

전통문화의 세계화 확산이 중요하다는 응답은 46.0%(중요하다 31.6% + 매우 중요하다 14.4%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 37.3%, ‘지역문화의 자생력 강화’는 16.7%(중요하다 12.1% + 매우 중요하다 4.6%)로 나타난다.([그림 4-6])

[그림 4-5] 전통의 원형유지 및 가치보존 vs 전통의 산업화 및 융복합 확대



[그림 4-6] 지역문화의 자생력 강화 vs 전통문화의 세계화 확산



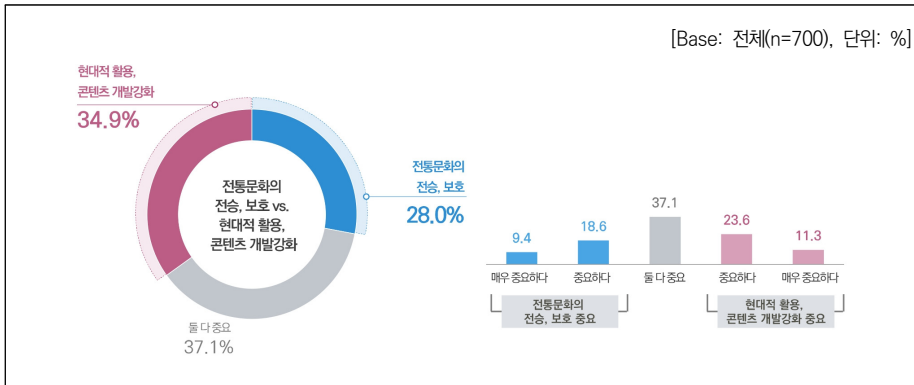
③ 전통문화의 전승, 보호 vs. 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 방향 선택

현대적 활용, 콘텐츠 개발강화가 중요하다는 응답은 34.9%(중요하다 23.6% + 매우 중요하다 11.3%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 37.1%, ‘전통문화의 전승, 보호’는 28.0%(중요하다 18.6% + 매우 중요하다 9.4%)로 나타난다.([그림 4-7])

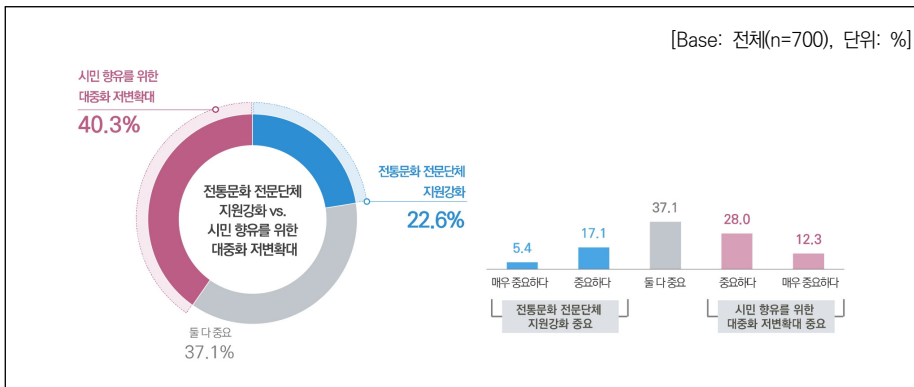
④ 전통문화 전문단체 지원강화 vs. 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 방향 선택

시민 향유를 위한 대중화 저변확대가 중요하다는 응답은 40.3%(중요하다 28.0% + 매우 중요하다 12.3%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 37.1%, ‘전통문화 전문단체 지원강화’는 22.6%(중요하다 17.1% + 매우 중요하다 5.4%)로 나타난다.([그림 4-8])

[그림 4-7] 전통문화의 전승, 보호 vs 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화



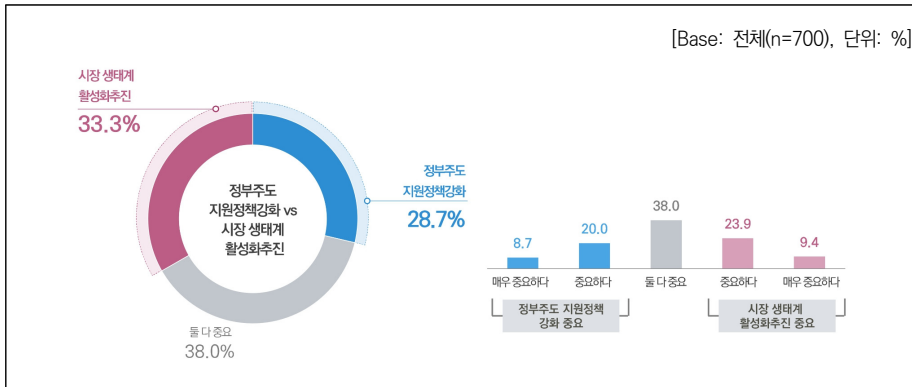
[그림 4-8] 전통문화 전문단체 지원강화 vs 시민 향유를 위한 대중화 저변확대



⑤ 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진 방향 선택

시장 생태계 활성화추진이 중요하다는 응답은 33.3%(중요하다 23.9% + 매우 중요하다 9.4%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 38.0%, ‘정부주도 지원정책강화’는 28.7%(중요하다 20.0% + 매우 중요하다 8.7%)로 나타난다.([그림 4-9])

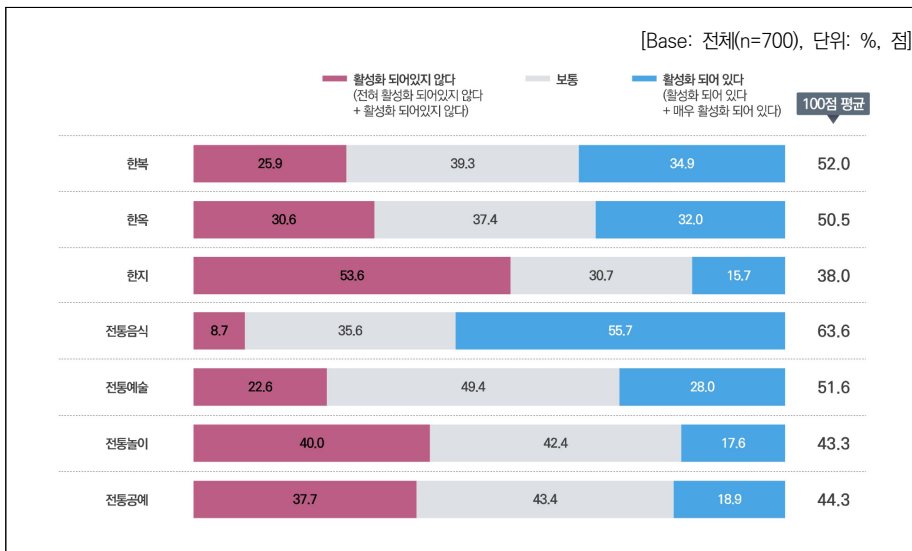
[그림 4-9] 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진



4) 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도

현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도는 ‘전통음식’이라는 응답이 100점 환산 평균 63.6점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘한복’(평균 52.0점), ‘전통예술’(평균 51.6점), ‘한옥’(평균 50.5점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-10])

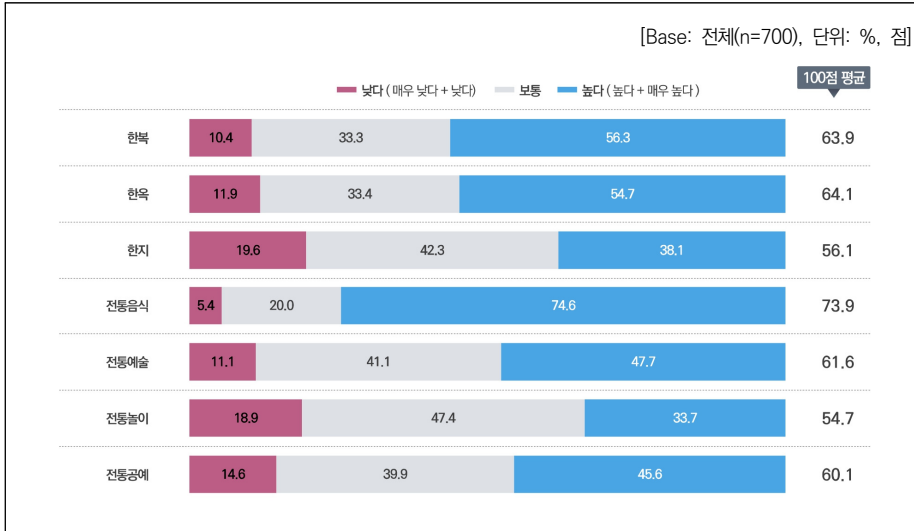
[그림 4-10] 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도



5) 향후 시장 잠재력 수준

향후 시장 잠재력 수준은 ‘전통음식’이라는 응답이 100점 환산 평균 73.9점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘한옥’(평균 64.1점), ‘한복’(평균 63.9점), ‘전통예술’(평균 61.6점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-11])

[그림 4-11] 향후 시장 잠재력 수준

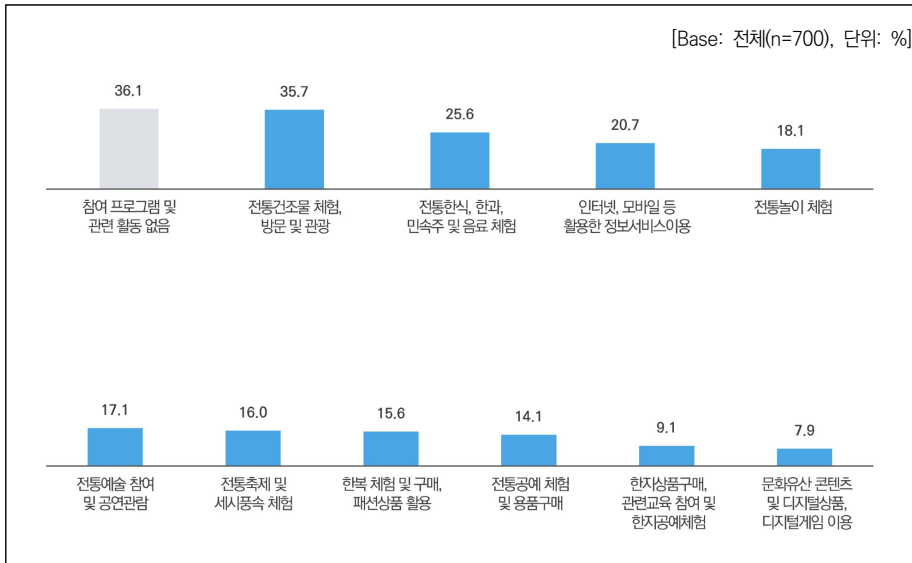


6) 지난 2년 동안 참여한 프로그램(체험, 관광, 교육, 실습 등) 및 활동

구체적으로 참여한 프로그램(체험, 관광, 교육, 실습 등) 및 활동으로 ‘전통건조물 체험, 방문 및 관광’이 35.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통한식, 한과, 민속주 및 음료 체험’(25.6%), ‘인터넷, 모바일 등 활용한 정보서비스이용’(20.7%), ‘전통놀이 체험’(18.1%) 등의 순으로 나타났으며, 참여한 프로그램 및 관련 활동이 없다는 응답은 36.1%로 나타난다.

참여한 프로그램 및 관련 활동이 없다는 응답은 36.1%로 나타난다. ‘참여 프로그램 및 관련 활동이 없음’ 응답을 응답자 특성별로는 살펴보면, 학력이 낮을수록 응답 비율이 높은 경향을 보인다.([그림 4-12])

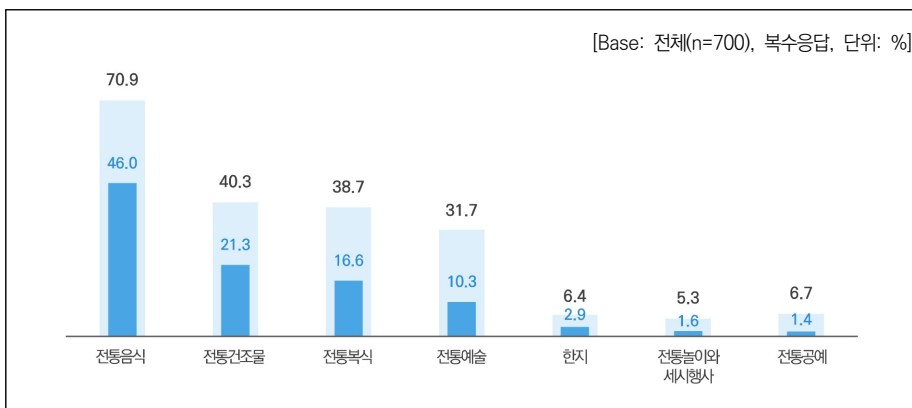
[그림 4-12] 지난 2년 동안 참여한 프로그램(체험, 관광, 교육, 실습 등) 및 활동



7) 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화

향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화로 '전통음식'이 46.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '전통건조물'(21.3%), '전통복식'(16.6%), '전통예술'(10.3%) 등의 순으로 나타난다. [1순위 기준 1+2순위 기준으로는 '전통음식'이 70.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '전통건조물'(40.3%), '전통복식'(38.7%), '전통예술'(31.7%) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-13])

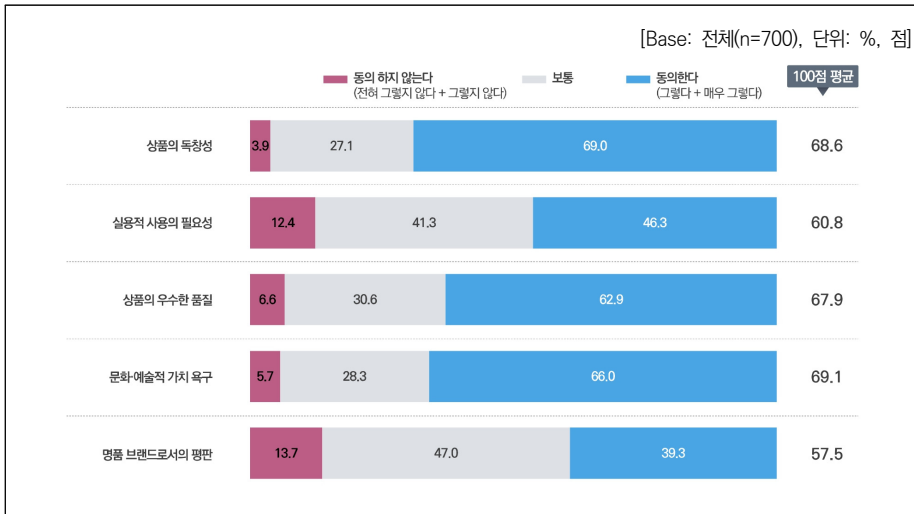
[그림 4-13] 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화



8) 전통문화상품 구매 이유

전통문화상품 구매 이유로는 ‘문화·예술적 가치 욕구’라는 응답이 100점 환산 평균 69.1점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘상품의 독창성’(평균 68.6점), ‘상품의 우수한 품질’(평균 67.9점), ‘실용적 사용의 필요성’(평균 60.8점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-14])

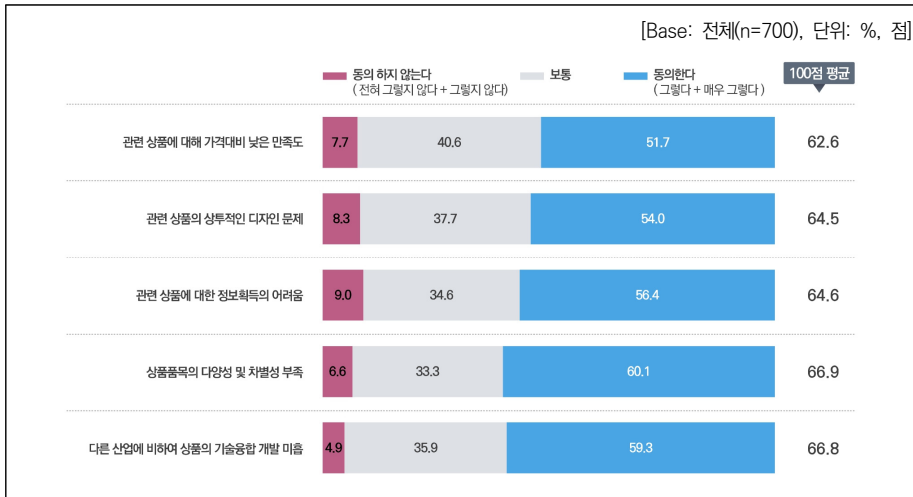
[그림 4-14] 전통문화상품 구매 이유



9) 전통문화상품 구매 시 문제점

전통문화상품 구매 시 문제점으로는 ‘상품품목의 다양성 및 차별성 부족’이라는 응답이 100점 환산 평균 66.9점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘다른 산업에 비하여 상품의 기술융합 개발 미흡’(평균 66.8점), ‘관련 상품에 대한 정보획득의 어려움’(평균 64.6점), ‘관련 상품의 상투적인 디자인 문제’(평균 64.5점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-15])

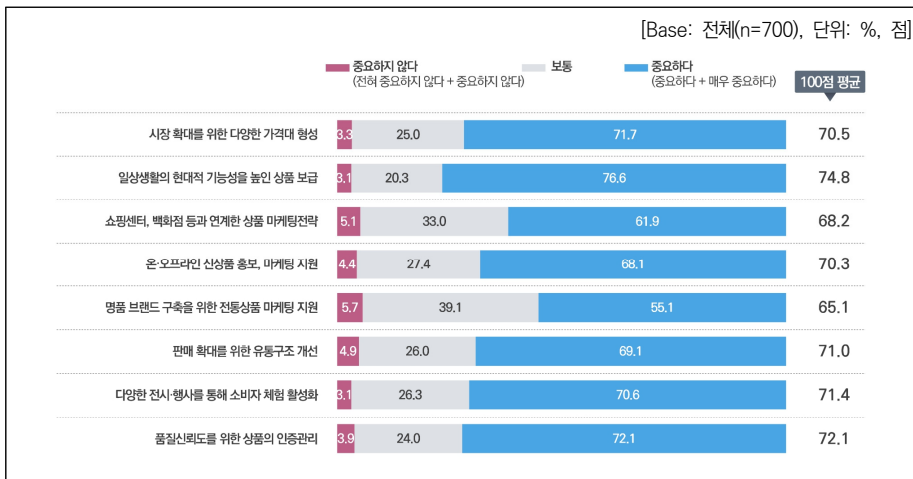
[그림 4-15] 전통문화상품 구매 시 문제점



10) 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 중요성

소비자 구매를 촉진하기 위한 방안으로 ‘일상생활의 현대적 가능성을 높인 상품 보급’이 중요하다는 응답이 100점 환산 평균 74.8점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리’(평균 72.1점), ‘다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화’(평균 71.4점), ‘판매 확대를 위한 유통구조 개선’(평균 71.0점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-16])

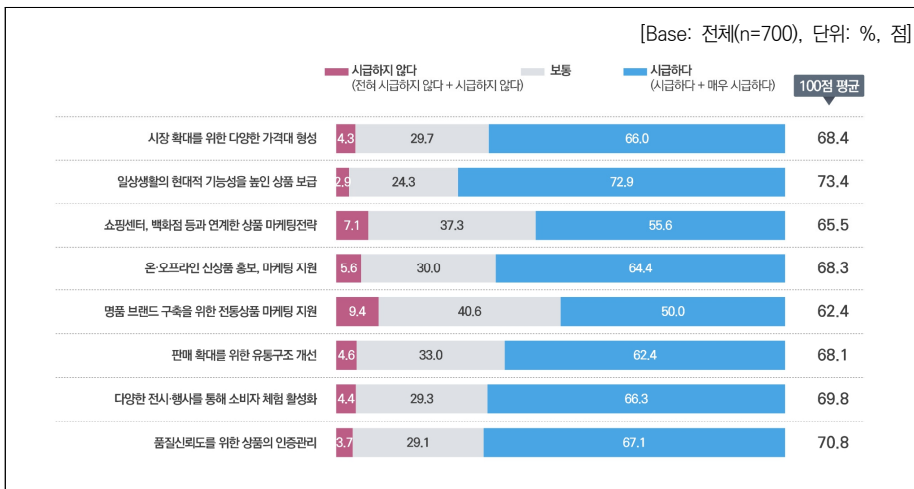
[그림 4-16] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 중요성



11) 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 시급성

소비자 구매를 촉진하기 위한 방안으로 '일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급'이 시급하다는 응답이 100점 환산 평균 73.4점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리'(평균 70.8점), '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'(평균 69.8점), '시장 확대를 위한 다양한 가격대 형성'(평균 68.4점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-17])

[그림 4-17] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 시급성

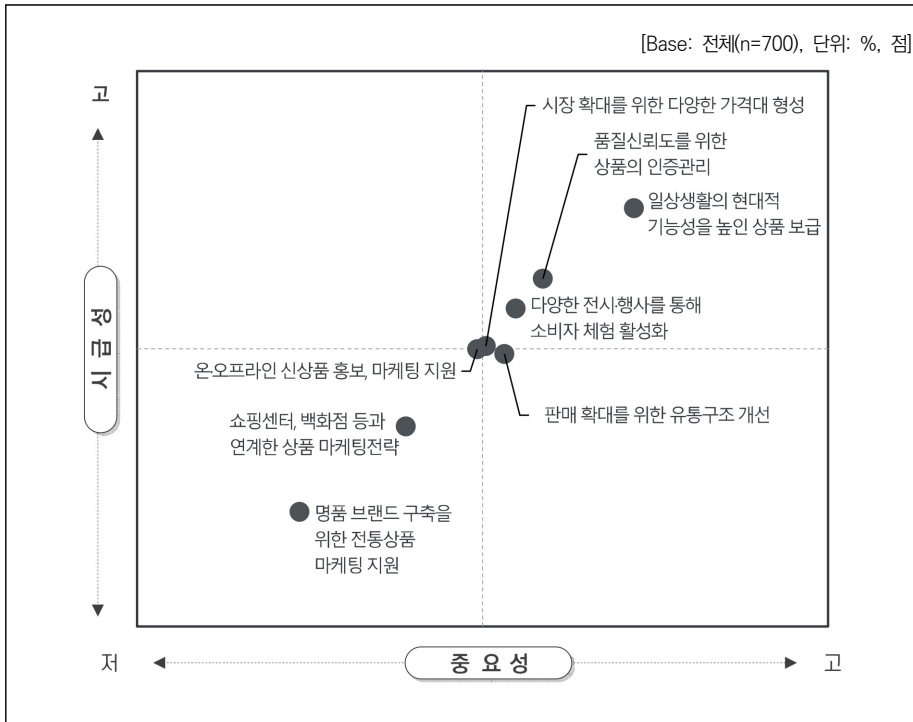


12) 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 중요성과 시급성

소비자 구중요성과 시급성이 모두 높은 방안은 '일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급'과 '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리', '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화', '시장 확대를 위한 다양한 가격대 형성'으로 나타난다.

중요성 대비 시급성이 낮은 방안은 '판매 확대를 위한 유통구조 개선'으로 나타난다. 중요성과 시급성 모두 낮은 방안은 '온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원', '쇼핑센터, 백화점 등과 연계한 상품 마케팅전략', '명품 브랜드 구축을 위한 전통상품 마케팅 지원'이다.([그림 4-18])

[그림 4-18] 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안 - 중요성과 시급성



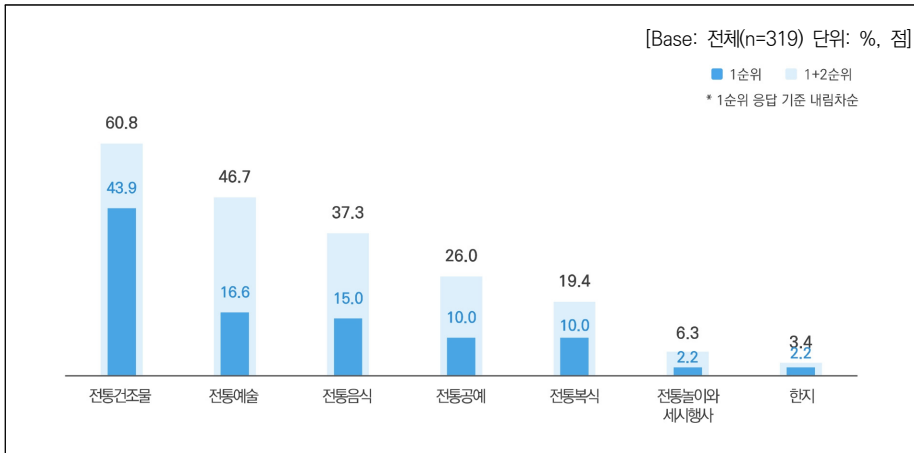
나. 공급자 및 담당자 설문조사

1) 한국을 대표하는 전통문화산업 자원

한국을 대표하는 전통문화산업의 자원으로 ‘전통건축물’이 43.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통예술’(16.6%), ‘전통음식’(15.0%), ‘전통공예’와 ‘전통복식’(각 10.0%) 등의 순으로 나타난다.[1순위 기준]

1+2순위 기준으로는 ‘전통건축물’이 60.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통예술’(46.7%), ‘전통음식’(37.3%), ‘전통공예’(26.0%) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-19])

[그림 4-19] 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원

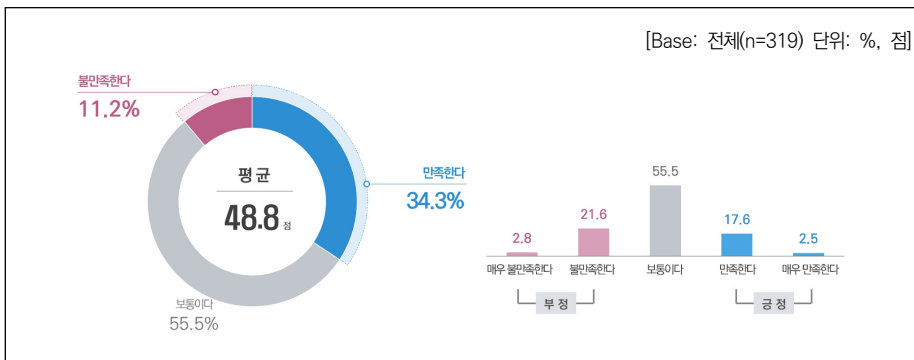


2) 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도 및 필요도

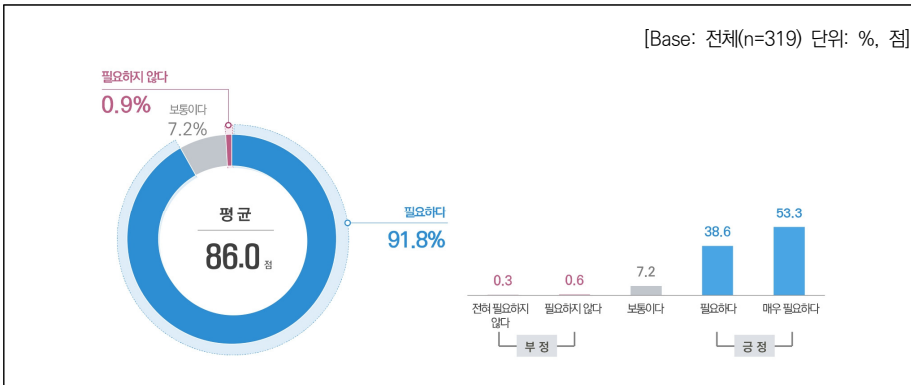
현재까지의 전통문화산업 정책과 사업에 만족한다는 응답은 34.3%(만족한다 17.6% + 매우 만족한다 2.5%)로 나타났으며(평균 48.8점), ‘보통이다’는 55.5%, ‘불만족한다’는 11.2%(불만족한다 21.6% + 매우 불만족한다 2.8%)로 나타난다.([그림 4-20])

전통문화산업정책 및 추진사업이 필요하다는 응답은 91.8%(필요하다 38.6% + 매우 필요하다 53.3%)로 나타났으며(평균 86.0점), ‘보통이다’는 7.2%, ‘필요하지 않다’는 0.9%(필요하지 않다 0.6% + 전혀 필요하지 않다 0.3%)로 나타난다.([그림 4-21])

[그림 4-20] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 만족도



[그림 4-21] 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업 필요도

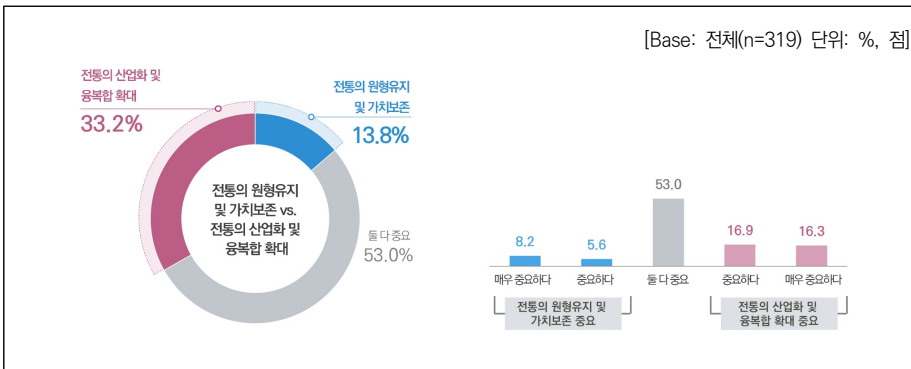


3) 전통문화 정책 중점 중요도

① 전통의 원형유지 및 가치보존 vs 전통의 산업화 및 융복합 확대 방향선택

전통의 산업화 및 융복합 확대가 중요하다는 응답은 33.2%(중요하다 16.9% + 매우 중요하다 16.3%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 53.0%, ‘전통의 원형유지 및 가치보존’은 13.8%(중요하다 5.6% + 매우 중요하다 8.2%)로 나타난다.([그림 4-22])

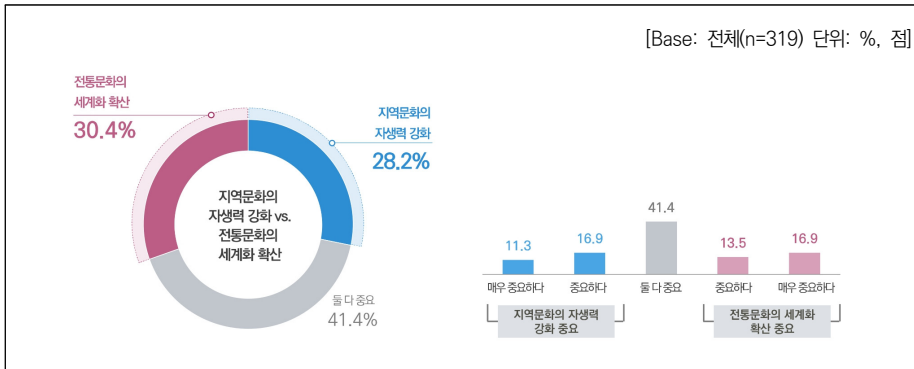
[그림 4-22] 전통의 원형유지 및 가치보존 vs 전통의 산업화 및 융복합 확대



② 지역문화의 자생력 강화 vs 전통문화의 세계화 확산 방향 선택

전통문화의 세계화 확산이 중요하다는 응답은 30.4%(중요하다 13.5% + 매우 중요하다 16.9%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 41.4%, ‘지역문화의 자생력 강화’는 28.2%(중요하다 16.9% + 매우 중요하다 11.3%)로 나타난다.([그림 4-23])

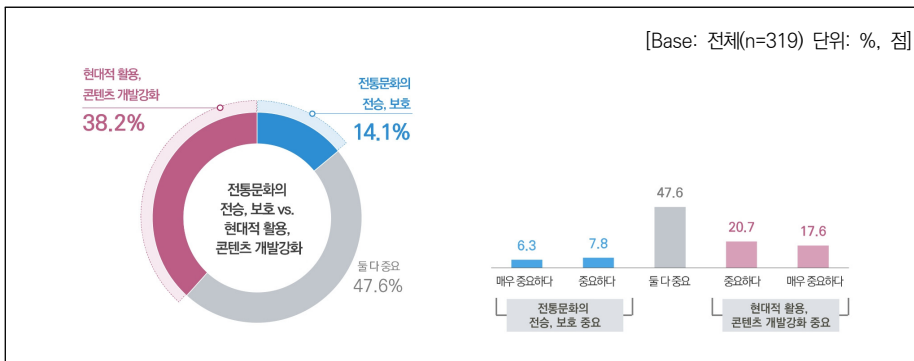
[그림 4-23] 지역문화의 자생력 강화 vs 전통문화의 세계화 확산



③ 전통문화의 전승, 보호 vs 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 방향선택

현대적 활용, 콘텐츠 개발강화가 중요하다는 응답은 38.2%(중요하다 20.7% + 매우 중요하다 17.6%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 47.6%, ‘전통문화의 전승, 보호’는 14.1%(중요하다 7.8% + 매우 중요하다 6.3%)로 나타난다.([그림 4-24])

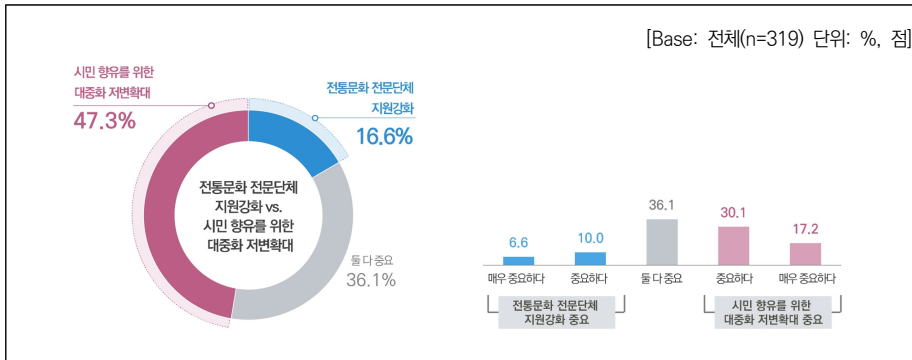
[그림 4-24] 전통문화의 전승, 보호 vs 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화



④ 전통문화 전문단체 지원강화 vs. 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 방향선택

시민 향유를 위한 대중화 저변확대가 중요하다는 응답은 47.3%(중요하다 30.1% + 매우 중요하다 17.2%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 36.1%, ‘전통문화 전문단체 지원강화’는 16.6%(중요하다 10.0% + 매우 중요하다 6.6%)로 나타난다.([그림 4-25])

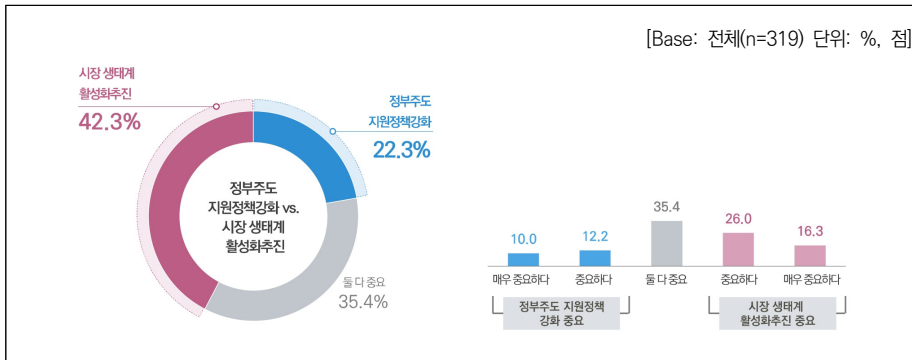
[그림 4-25] 전통문화 전문단체 지원강화 vs 시민 향유를 위한 대중화 저변확대



⑤ 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진 방향선택

시장 생태계 활성화추진이 중요하다는 응답은 42.3%(중요하다 26.0% + 매우 중요하다 16.3%)로 나타났으며, ‘둘 다 중요’는 35.4%, ‘정부주도 지원정책강화’는 22.3%(중요하다 12.2% + 매우 중요하다 10.0%)로 나타난다.([그림 4-26])

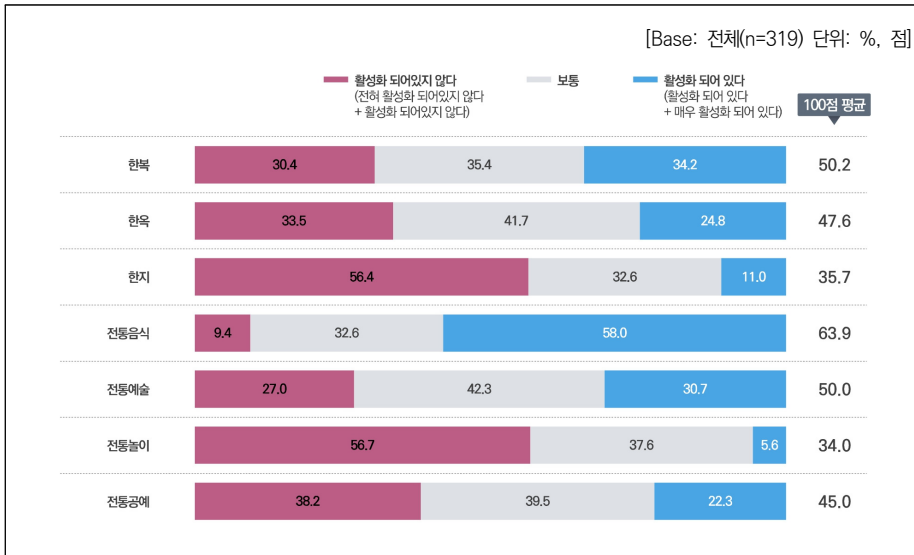
[그림 4-26] 정부주도 지원정책강화 vs 시장 생태계 활성화추진



4) 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도

현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도는 ‘전통음식’이라는 응답이 100점 환산 평균 63.9점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘한복’(평균 50.2점), ‘전통예술’(평균 50.0점), ‘한옥’(평균 47.6점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-27])

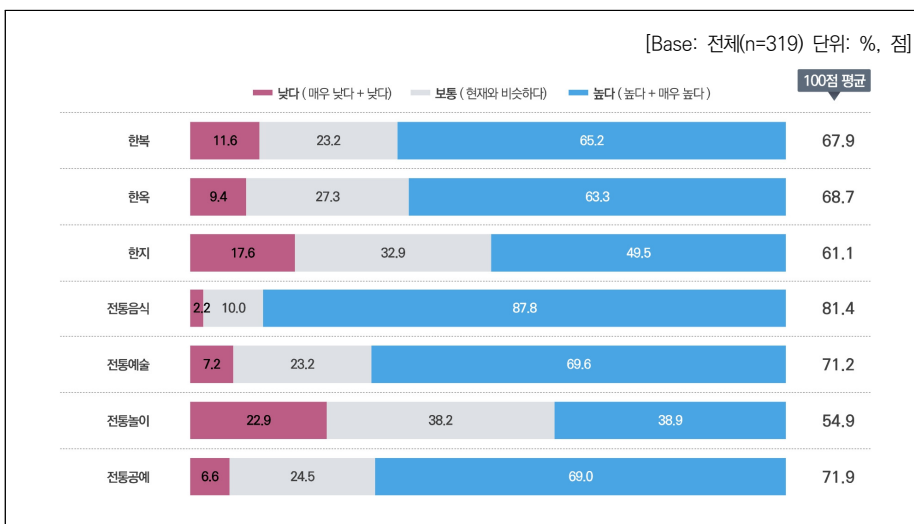
[그림 4-27] 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도



5) 향후 시장 잠재력 수준

향후 시장 잠재력 수준은 ‘전통음식’이라는 응답이 100점 환산 평균 81.4점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘전통공예’(평균 71.9점), ‘전통예술’(평균 71.2점), ‘한옥’(평균 68.7점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-28])

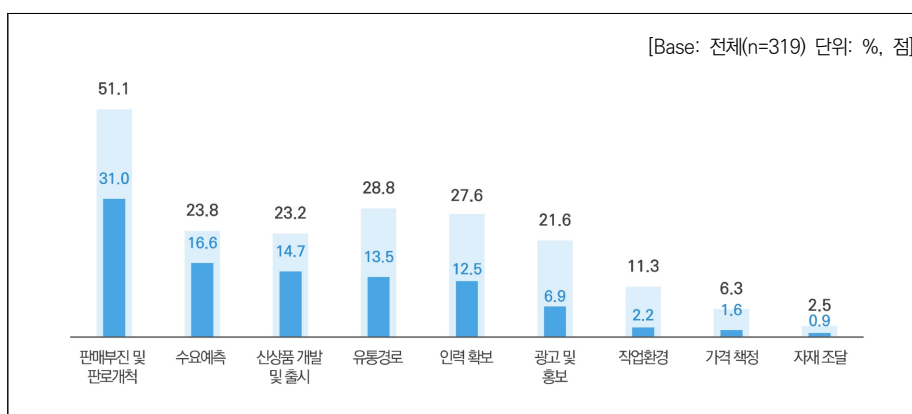
[그림 4-28] 향후 시장 잠재력 수준



6) 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움

사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움으로 1+2순위 기준으로는 ‘판매부진 및 판로개척’이 51.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘유통경로’(28.8%), ‘인력 확보’(27.6%), ‘수요예측’(23.8%) 등의 순으로 나타난다. 1+2순위 기준으로는 ‘판매부진 및 판로개척’이 51.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘유통경로’(28.8%), ‘인력 확보’(27.6%), ‘수요예측’(23.8%) 등의 순이다.([그림 4-29])

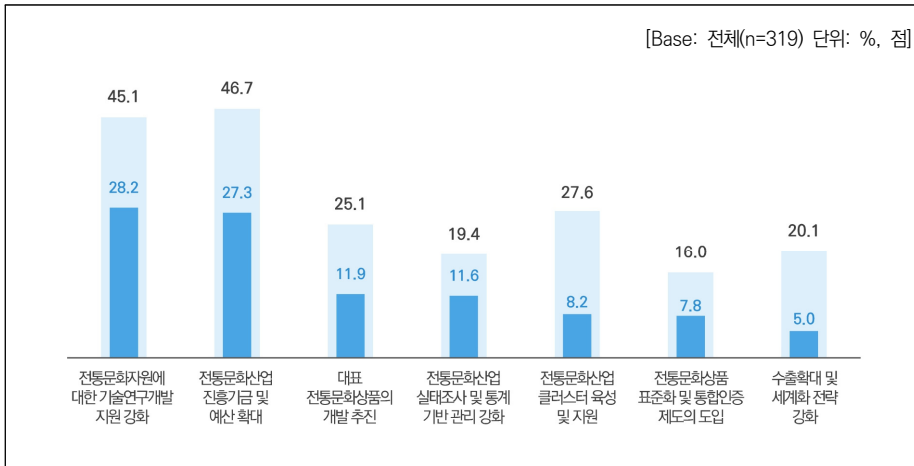
[그림 4-29] 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움



7) 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제

정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제로 1+2순위 기준으로는 ‘전통문화산업 진흥기금 및 예산 확대’가 46.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통문화자원에 대한 기술연구개발 지원 강화’(45.1%), ‘전통문화산업 클러스터 육성 및 지원’(27.6%), ‘대표 전통문화상품의 개발 추진’(25.1%) 등의 순으로 나타난다. 1+2순위 기준으로는 ‘전통문화산업 진흥기금 및 예산 확대’가 46.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통문화자원에 대한 기술연구개발 지원 강화’(45.1%), ‘전통문화산업 클러스터 육성 및 지원’(27.6%), ‘대표 전통문화상품의 개발 추진’(25.1%) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-30])

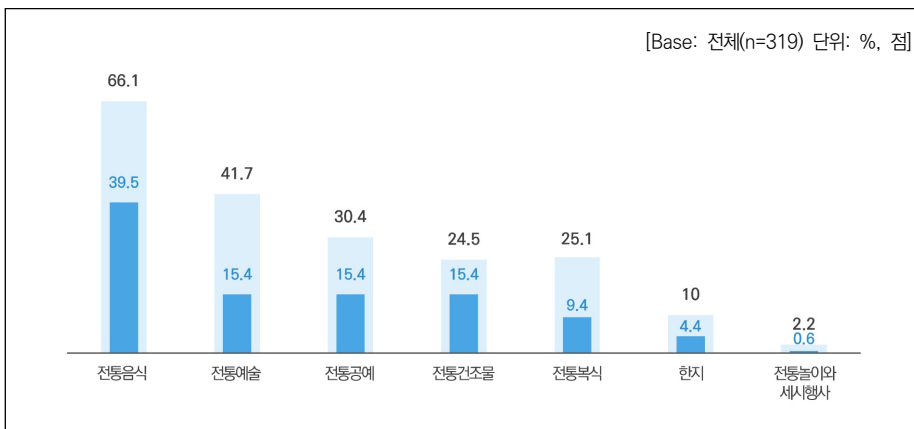
[그림 4-30] 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제



8) 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화

향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화로 '전통음식'이 39.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '전통건조물', '전통예술', '전통공예'(각 15.4%) 등의 순으로 나타난다. [1순위 기준] 1+2순위 기준으로는 '전통음식'이 66.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '전통예술'(41.7%), '전통공예'(30.4%), '전통복식'(25.1%) 등의 순으로 나타난다. ([그림 4-31])

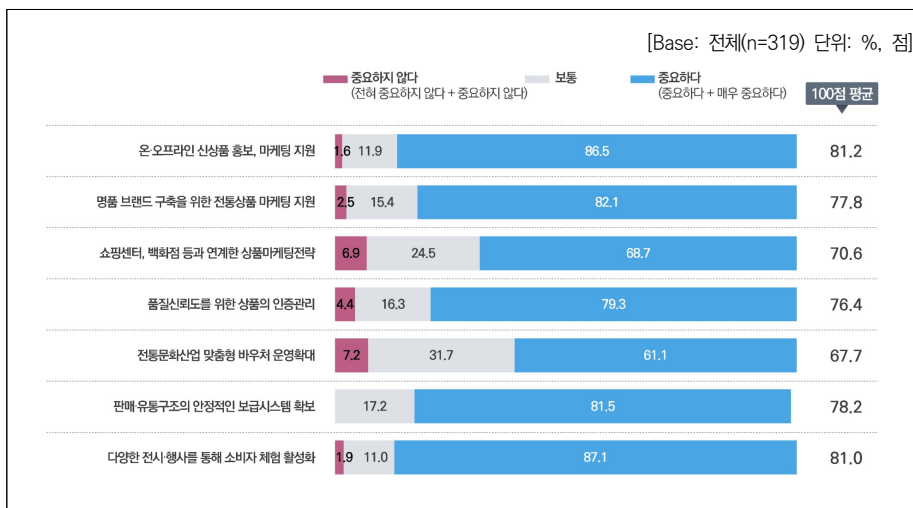
[그림 4-31] 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화



9) 전통문화상품 소비 증대 방안 - 중요성

전통문화상품 소비 증대 방안으로 '온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원'이 중요하다는 응답이 100점 환산 평균 81.2점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'(평균 81.0점), '판매·유통구조의 안정적인 공급시스템 확보'(평균 78.2점), '명품 브랜드 구축을 위한 전통상품 마케팅 지원'(평균 77.8점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-32])

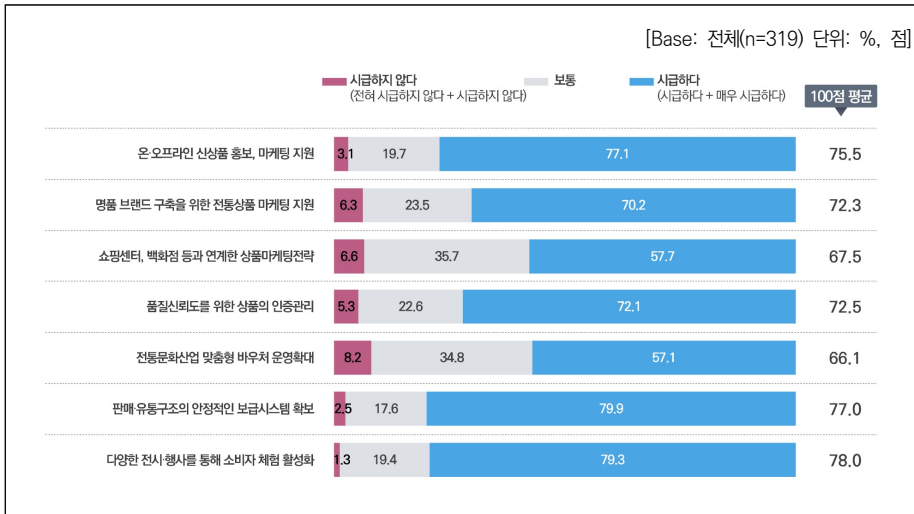
[그림 4-32] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 중요성



10) 전통문화상품 소비 증대 방안 - 시급성

전통문화상품 소비 증대 방안으로 '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'가 시급하다는 응답이 100점 환산 평균 78.0점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 '판매·유통구조의 안정적인 공급시스템 확보'(평균 77.0점), '온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원'(평균 75.5점), '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리'(평균 72.5점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-33])

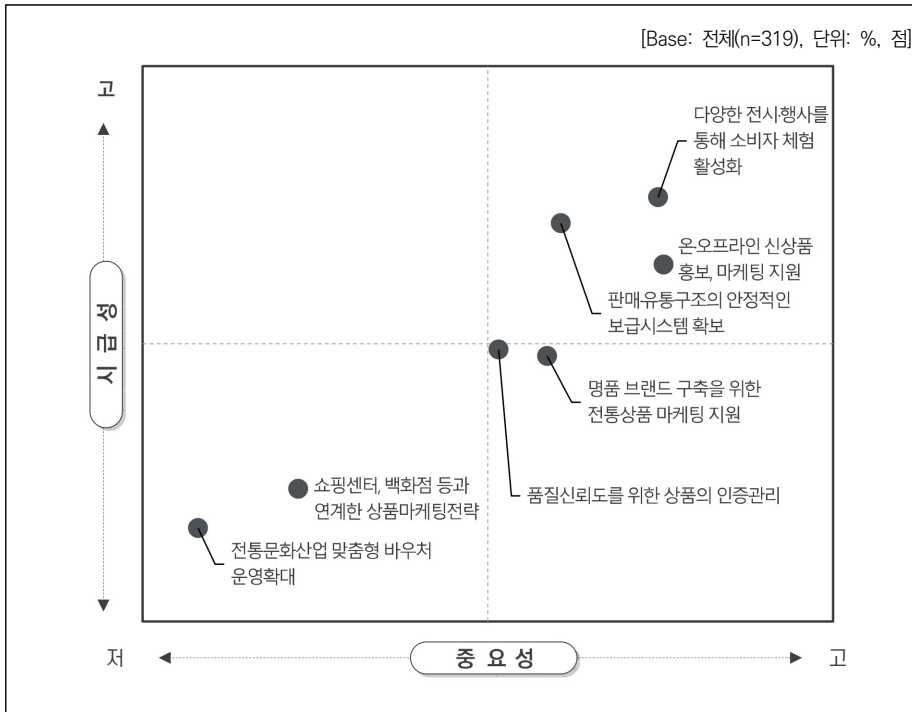
[그림 4-33] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 시급성



11) 전통문화상품 소비증대방안 중요성과 시급성

중요성과 시급성이 모두 높은 방안은 ‘온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원’과 ‘다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화’, ‘판매·유통구조의 안정적인 보급시스템 확보’로 나온다. 중요성 대비 시급성이 낮은 방안은 ‘명품 브랜드 구축을 위한 전통상품 마케팅 지원’과 ‘품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리’로 나타난다. 중요성과 시급성 모두 낮은 방안은 ‘쇼핑센터, 백화점 등과 연계한 상품마케팅전략’과 ‘전통문화산업 맞춤형 바우처 운영확대’로 나타난다.([그림 4-34])

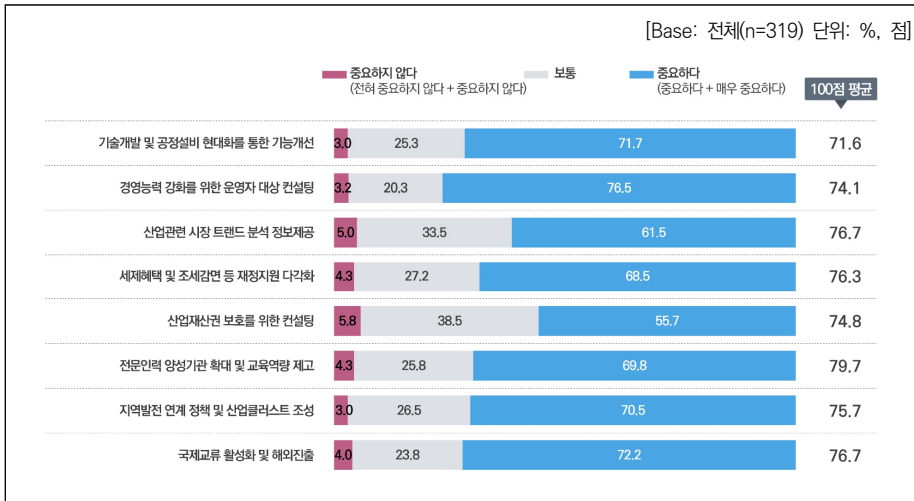
[그림 4-34] 전통문화상품 소비 증대 방안 - 중요성과 시급성



12) 전통문화상품 공급 확충 방안 - 중요성

전통문화상품 공급 확충 방안으로 '전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고'가 중요하다는 응답이 100점 환산 평균 79.7점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 '산업관련 시장 트렌드 분석 정보제공', '국제교류 활성화 및 해외진출'(각 평균 76.7점), '세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화'(평균 76.3점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-35])

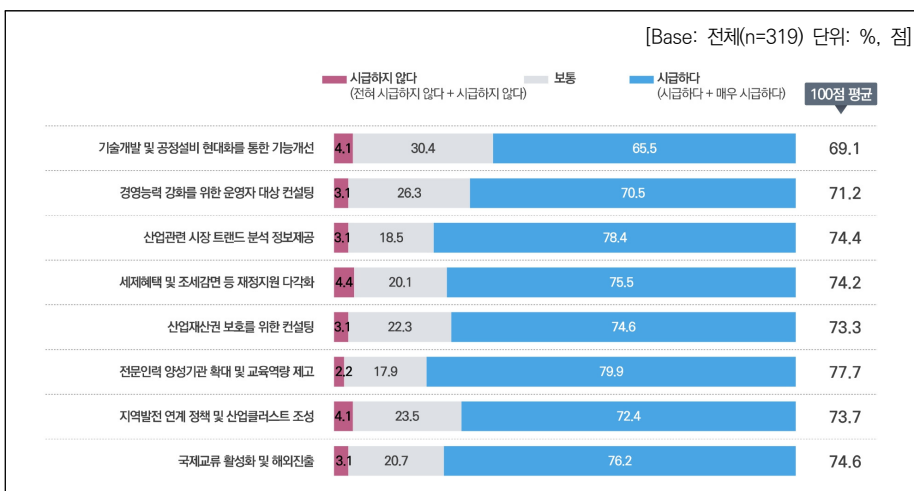
[그림 4-35] 전통문화상품 공급 확충 방안 - 중요성



13) 전통문화상품 공급 확충 방안 - 시급성

전통문화상품 공급 확충 방안으로 ‘전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고’가 시급하다 응답이 100점 환산 평균 77.7점으로 가장 높게 나타난다. 다음으로 ‘국제교류 활성화 및 해외진출’(평균 74.6점), ‘산업관련 시장 트렌드 분석 정보제공’(평균 74.4점), ‘세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화’(평균 74.2점) 등의 순으로 나타난다.([그림 4-36])

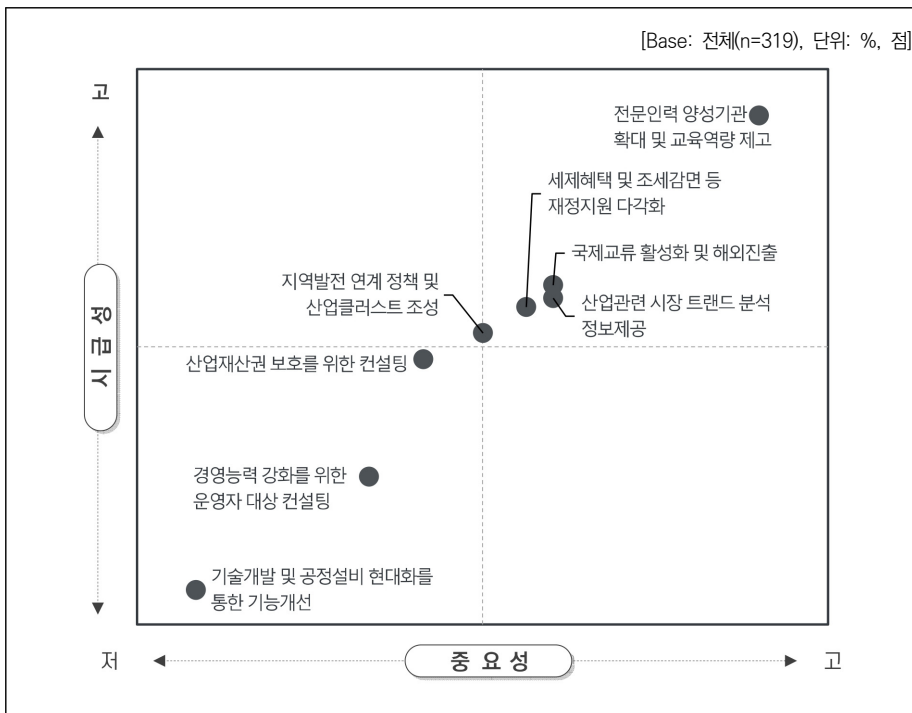
[그림 4-36] 전통문화상품 공급 확충 방안 - 시급성



14) 전통문화상품 공급 확충 방안 중요성과 시급성

중요성과 시급성이 모두 높은 방안은 ‘전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고’와 ‘산업관련 시장 트렌드 분석 정보제공’, ‘국제교류 활성화 및 해외진출’, ‘세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화’로 나타난다. 중요성 대비 시급성이 높은 방안은 ‘지역발전 연계 정책 및 산업클러스트 조성’이다. 중요성과 시급성 모두 낮은 방안은 ‘산업재산권 보호를 위한 컨설팅’과 ‘경영능력 강화를 위한 운영자 대상 컨설팅’, ‘기술개발 및 공정설비 현대화를 통한 기능개선’으로 나타난다.([그림 4-37])

[그림 4-37] 전통문화상품 공급 확충방안 - 중요성과 시급성



제2절 정책 의견 조사

1. 조사 개요

가. 관계자 및 전문가 의견조사

관계자 및 전문가 의견조사는 전통문화산업의 실태파악, 전통문화산업의 정책 및 사업 평가, 전통문화산업의 추진방향성, 전통문화산업 소비증진 및 공급효율화에 대한 의견조사를 실시하였다. 조사과정에서 설문조사에 나타난 일반국민의 인식결과와 사업종사자 및 정책담당자의 의견결과에 대하여 실무운영자 및 전문가의 입장에서 분석을 통해 정책시사점을 도출하고자 하였다. 이를 통해 전통문화산업과 관련하여 실무와 관련한 의견을 개선 및 발전방안에 보완하고자 진행하였다.

현재 전통문화산업 관련 운영파악 및 수요결과를 토대로 향후 효율적 사업추진방안을 도출하고자 비대면 자문회의를 개최하여 전통문화산업 관련 실무자 및 전문가들의 평가를 수렴하고자 한다. 자문그룹에는 관련기관 종사자, 기업담당자, 유관기관 연구위원, 대학교수, 문화기관 담당자 등 총 10명으로 구성하였다.

〈표 4-3〉 설문조사결과에 대한 의견조사 운영

| 구분 | 관계자 및 전문가 의견수렴 |
|----|---|
| 대상 | 관련기관 종사자 및 기업담당자, 문화정책 전문가 |
| 인원 | 10명 |
| 방법 | 서면 자문회의 |
| 내용 | <ul style="list-style-type: none">• 담당자 현장의견, 종사자 업무 애로사항 및 기술수준,• 협력 활동에 대한 인식, 전통문화산업 발전 방향 의견 등,• 전통문화산업관련 의견파악, 설문조사 결과에 대한 분석,• 산업화 추진방향의견, 융합기반 및 정책발전방안 등 |
| 기간 | 2024년 7월 ~ 8월 |

나. 전문가 자문회의

정책 의견조사로 전통문화산업의 발전 방향을 모색하고 정책 방안을 도출하고자 관련 전문가 자문조사를 실시하였다. 각각 전문가는 전통문화산업관련 관계자 및 실무담당자 23명을 대상으로 선정하였으며, 7차 대면토론회 형태로 회의를 진행하였고, 이후 추가로 전문가 개별 자문의 서면형태로 진행하였다.

주요 논의안은 전통문화산업의 수요증진(전통의 일상화, 전통가치의 세대공감), 전통문화산업의 공급측면(맞춤형 소비전략, 창업/유통/투자 공급지원 확대, 신기술 접목 및 연구개발을 통한 혁신성장), 전통문화산업의 제도기반 측면(전문인력 양성), 전통문화산업 운영문제(미래유산 정책, 실태조사, 표준화 확대), 기타사항에 대한 의견 수합 및 정책 시사점 도출하고자 하였다.

〈표 4-4〉 전문가 자문회의

| 시간/장소 | 참석자 | 주요 내용 | 비고 |
|----------------------------------|--|---|----------------------------|
| '24.9.20./ 서울역 KTX7 | 이○기 박사(전 독일 한국문화원장) 권○영 실장(체코관광청 한국사무소)) | - 전통문화 활용 한류 발전 방안 - 국외 한국문화원 연계 방안 - 전통문화와 관광 연계 활용 | |
| '24.8.14./ 전주 한국전통문화전당 | 이○욱 본부장(전통문화전당) 김○주 박사(전통문화전당) 김○영 박사(전북연구원) 임○한 사무국장(전주문화재단) | - 전통문화산업과 지역 문화산업 연계 - 한복산업 진흥 - 한지산업 진흥 - 전통놀이 진흥 | 박○별 박사 (전주시정연 구원) 배석 |
| '24.8.7./ 서울 고속터미널 스마트워크센터 | 배○표 교수(충남대) 전○석 박사(국가유산연) 김○준 박사(카카오) 김○선 학예사(제천시청) | - 한지 활성화 정책 - 전승공동체 사업 김장, 장담그기 등 - 콘텐츠산업 연계 - 지역 문화유산 활용 사업 연계점 | |
| '24.8.6./ 서울역 KTX7 | 원○연 교수(원광대학교) 김○하 박사(경기연구원) 이○식 박사(인천문화재단) 황○석 관장(전 한글박물관) | - 현대 역사문화자원, 한국학 관련 - 지역문화자원 활용 - 도시와 전통문화산업 융합 | |
| '24.7.25./ 서울역 KTX7 | 장○길 박사(전북연구원) 장○업 교수(전 서울과기대) 강○갑 교수(전 경기대학교) 박○완 팀장(국가유산진흥원) | - 지역전통문화산업 연계 방안 - 전통문화산업과 공예산업 연계 - 국가유산과 전통문화산업의 협력방안 등 | |
| '24.7.16./ 서울 국가유산연 | 채○진 박사(국가유산연) 조○형 박사(국가유산연) | - 국가유산산업 추진 근거 및 시사점 - 무형문화재, 민속문화재 정책 시사점 - 국가유산산업과 전통문화산업 차이점 | |
| '24.5.21./ 한국문화관광연구원 | 정○철 교수(전통문화대) 이○민 교수(건국대) 고○민 교수(홍익대) | - 전통문화산업 정의 정교화 - 산업영역, 보호 영역 구분 실익 - 문화재 영역과의 분리 및 공통 영역 분석 | |

3월7일 ~ 8월 사이 전문가 자문회의를 통해 전통문화 제도적 기반조성에 관한 문제점과 추진방안에 대한 의견을 수렴하였다. 자문회의는 전통문화산업의 문제점을 진단하고, 나아가야 할 전통문화산업의 추진 방안에 대한 의견을 모으고자 하였다.

2. 전문가 의견

전문가 의견조사는 2024년 6월에 실시한 관계자 및 일반인 설문조사 결과에 대하여 의견 수렴을 담기 위한 절차이다. 그 과정에서 전통문화산업 현장, 학계 전문가들과 공유하여 그 결과 값에 대한 자문 내용을 정리한 조사이다. 조사 결과에 의하면, 전통문화 산업을 활성화시키기 위해서 노력은 대략 6가지 정도로 요약될 수 있다.

〈표 4-5〉 전문가 의견 조사 주요 내용

| 전문가 | 문항 | 주요 내용 | 비고 |
|-----------------------|----|---|----|
| 설○희 프롬히어 대표 | A | 전승자 교육 지원, 전통문화분야에 대한 이해도 높은 매개자 양성 필요 | |
| | B | 마케팅이 제일 중요함, 전통문화 상품이 유통될 수 있는 쇼핑 플랫폼 | |
| | C | 전통문화 분야 전문MD가 많아져야 함 | |
| | D | 성공사례에 대한 사례공유, 이를 통한 전승자의 자부심, 흥미 강화 | |
| 오○택 지역특화 연구소 소장 | A | 다 장르에서 상품화 하는 전략 필요, 디지털화, 세계화, 콘텐츠화, 홍보 마케팅 | |
| | B | 한류와 연계된 한식 수출 산업화 강화 | 한식 |
| | C | 정부차원의 한지 활용 방안 제고 필요, K-CRAFT 개선 필요 | 공예 |
| | D | 홍보 마케팅이 제일 중요, 장르 간 상호 연계 마케팅 | |
| 김○경 국립 박물관 문화재단 팀장 | A | 선택과 집중을 통해 전통문화 분야 집중 지원, 지역별 차별성 없는 상품 개선 필요 상품, 공예품, 식품, 체험, 관광 등 다양한 분야 연계 확대 | |
| | B | 전통문화상품을 돋보이게 하는 전략 필요(백화점 구석 팝업스토어 개설 등 지양) 전통문화 상품의 TPO에 대한 이해도를 높일 수 있는 장기 전략도 부재함 | |
| | C | 창작인프라 구축, 운영 판로 지원, 제작 환경 개선 등 필요 | |
| | D | 전통문화 관련 산업을 통해 만들어진 2차 자료에 대한 DB화 필요 수요 없는 공급에 대한 억제 지도 필요(시장 이해를 위한 경영 교육 필요) | |
| 위○기 전북일보 논설위원 | A | 대중성 확보, 전통문화에 대한 인식 개선(고리타분하다는 인식 개선) | |
| | B | 세이의 법칙(생산능력이 수요를 뒷받침) 재인식 필요, 대기업 참여 인센티브 마련 | |
| | C | 지역발전 연계, 산업 클러스터 조성 필요, 해외 진출을 통한 시장 확대 | |
| | D | 기존의 이해관계 없이 원점에서 다시 고민하지 않으면 산업화는 요원함 | |

| 전문가 | 문항 | 주요 내용 | 비고 |
|-------------------------|----|--|----|
| 이○은 | A | 전통문화 축제 지원 및 육성, (한지) 정부 수요 확대, 전통문화산업 육성 거점 마련 | |
| 한지 문화재단 예술감독 | B | 실수요자의 입장에서 생각. '인증제' 보다는 합리적인 가격대의 상품이 구매될 가능성이 더 높음. 140만원 상당 한지수익의 지속적 판매됨. 고급상품에 관심을 더 갖는 소비자층, 가격접근성이 용이한 제품에 관심을 갖는 소비자층으로 정확하게 구분됨. '전통'이라는 무거운 낱말이 아니라 "현대 생활방식에 적용되는 잘 만들어진 상품"이 소비자의 구매 욕구를 자극함 | |
| | C | 장인(공예가), 자원사업, 홍보 마케팅이 잘 결합되고 소비자를 만날 때 성과가 발생함 | |
| | D | 전통콘텐츠의 디지털화, 해외거점 마련 필요 | |
| 금○숙 | A | 전통문화의 생산, 유통, 소비 과정에 소비자 접근 용이한 제도 구축(품질 등급제등) 고급 유통시장에서 소비될 수 있는 제도 마련(조세 제도 등) 국가적 행사에 적극적으로 제공될 수 있도록 정부차원의 노력 | |
| | B | 동시대성이 가미된 디자인 필요(현대인의 라이프스타일에 적합), 제품 가격의 현실화 | |
| 전 홍익 대학교 교수 | C | 현재 전통문화상품 생산자들이 수소이며 연령대가 매우 높아 이에 대한 구조개혁 필요 | |
| | D | 디자인, 제작능력 개선을 위한 교육프로그램, 상품 평가와 홍보 기회 강화 | |
| 이○호 | A | 일반적, 추상적 개념에 대한 정의 노력, 전통문화진흥기본법 제정 등 관련 법령 개정 | |
| 전 한복 진흥원 원장 | B | 과학적 전통문화산업 실태조사 선행 필요, 전통문화상품 공공 구입 노력 개발 | |
| | C | 전통문화P보호, 산업클러스터 조성, 대중화, 고급화 전략 병행, 지역 명소화 사업 | |
| | D | 상품(product)은 경험(experience)으로, 서비스(service)는 꿈(dream)으로 완전 대체되는 미래 산업에 대해서 준비, 민간-정부 협의체 구성 | |
| | | | |
| 민○철 | A | 전통문화 실태조사 등 기초 데이터 구축 필요, 전통문화 현대적 해석을 통한 생활화 필요, 융합형 인력 육성 | |
| | B | 가격차별 정책 도입, 브랜드 마케팅, R&D 강화, 전통문화기반 리빙랩 도입 | |
| 광주 연구원 연구위원 | C | 전통문화기술 아카이빙, 전통문화산업 인력 해외 진출 지원 및 문화 ODA연계를 통한 전통문화산업 국제 교류 지원 | |
| | D | 관련 스타트업 육성 및 비즈니스 모델 발굴, 지역산업과 연계 | |
| 전○호 | A | 전통의 본질적 개념 이해로 '전통에 대한 원형'을 찾기보다는 '전통의 전형(典型)-한국 전통문화의 본질' 대한 사회적 합의를 도출하여 시대의 흐름에 따라 변화하는 우리나라 문화가 전통의 본질적 가치를 잃어버리지 않으면서 우리나라 문화를 미래로, 세계로 확장하는 정책 수립 필요 | |
| | B | '전통문화상품 생산 이력 표시제' 개발, '전통문화상품들의 표준화를 통한 인증제도' 시행 | |
| 용인 예술과학 기술대 교수 | C | 고령화에 대응하는 '숙련된 인력'의 수급 필요 | |
| | D | 전통문화 보존, 활용, 확장, 기술융합에 대한 신중한 접근과 다양한 시도 필요 민간과 정부의 협력과 조정 중요성 인식 | |
| | | | |
| 우○정 | A | 국민 인식변화 수준에 맞는 정책 추진, 일방향성/일회성/단발성 정책사업 지양 | |
| 메타건축 사무소 대표 | B | 원형 보전에 대한 노력 병행, 다수의 인식 바꾸는 소수의 노력 인정 및 보상 | |
| | C | 수요확대 및 가격차별 정책 적극 도입, 전통문화상품 구입 문화 조성 | |
| | D | 전통문화 상품이 만들어지는 과정에 대한 관심과 이를 콘텐츠화 하는 것 중요 | |
| | | | |

첫째, 전통에 대한 열린 마인드가 중요하며, 원형에서 전형으로 전통문화에 대한 새로운 관점의 적용이 한 시점이다. 둘째, 전문 인력 양성 교육이 필요하다. 전문 인력에는 시장과 장인을 연결 시켜줄 수 있는 기획자, 장인들의 재교육을 지원하는 전문가 등이 필요한 상황이다. 셋째, 전통문화 상품 및 서비스를 소비자들에게 잘 이해시킬 수 있는 마케팅 교육이 필요하다. 이는 시장 트렌드를 읽는 능력을 의미한다. 넷째, 수요에 맞는 제품 기획 및 개발을 통해 고급화, 일상화에 맞는 제품을 생산해야 한다. 다섯째, 국내 수요 및 해외 수요 개발을 통해 시장을 확대하는 전략이 필요하다. 마지막으로 전통문화 산업 클러스터 구축 및 IP보호 등 전통문화산업 기반 인프라 구축을 위한 정부의 지원이 필요한 것으로 나타났다.

전문가들의 의견을 종합해 보면, 전통문화산업 내 장인들의 소비자에 대한 이해도를 높이고 이를 시장과 연계하기 위한 경영 지식 습득이 중요하다는 의견이 주요 내용을 차지하고 있다.

3. 자문회의

전문가 자문회의를 정리하면, 전통문화산업 정책 목표 명확화, 거점 공간 육성, 경영 교육 및 경영 전문 인력 양성, 전통에 대한 인식 개선, 종합적 지원구조 마련, 시장 확대 전략, 민간기업의 사회적 가치 활동과 연계 등 다양한 의견이 논의 되고 수렴되었다.

1) 전통문화산업 정책 목표 명확화

전통문화산업 정책이 의도된 역할을 다하기 위해서는 정책 목표가 명확해야 한다. 전통문화산업 진흥법 제1조는 “전통문화산업 발전의 기반을 조성하고, 이를 통하여 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지”를 목적으로 하고 있지만, 현재까지의 기존정책들은 국민의 향유 나 경제적 발전보다는 전통문화의 보호에 집중하고 있다는 인상이 강하였다. 따라서 이러한 관성을 어떻게 산업정책으로 변화 시킬 수 있는가가 정책의 성공을 좌우하는 전략이 될 수 있을 것으로 판단된다.

전북의 경우 로컬푸드 활성화 사업에서 보듯 ‘건강한 먹거리 공급’이라는 단순하고 명확한 목표를 통해 농약 기준, 이동 거리 기준 등의 규제를 통해 지역 경제도 활성화 시키

고 도민 건강도 챙기는 명분과 실리를 모두 충족할 수 있었다. 마찬가지로 전통문화산업도 정책이 진행됨에 따라 더 정교하고 명확한 목표를 설정하고 이에 따른 기준을 마련해서 정책목표를 지속적으로 추구해야만 성공 가능성이 보다 더 커질 수 있다고 의견을 제시하였다.

2) 거점 공간 마련의 필요성

전통문화산업의 분화, 전문화, 물류효율성, 원자재 공급망 강화 등을 위해서 거점 공간 중심의 산업체계를 마련해야 한다. 이를 지역 거점단지 수준으로 확장하여 생산 단가와 수율을 높이고 협력업체를 집적시키는 전략이 중장기적으로 추진되어야 생산성 향상이라는 목표에 도달 할 수 있다. 단순히 지역별로 안배된 분야별, 지역별 거점은 국민적 저항이 덜 할 뿐 산업적 대안이 될 수 없다고 볼 수 있다. 연계된 문제로 지역별 문화 자원과의 연계가 장기적인 거점화에 걸림돌이 될 수 있으며, 산업적 측면에서 바람직하지 않을 수도 있다는 의견을 면밀히 검토할 필요가 있다. 전통문화산업 거점 공간은 관련 업체들이 밀집한 지역에 마련되어야 하며 이를 통해 협력과 시너지를 극대화할 수 있어야 한다.

3) 경영 교육 및 전문 인력 양성

전통문화산업 활성화를 위해서는 전자상거래, 마케팅, 품질관리 등과 같은 경영교육이 필수적으로 이루어져야 한다. 또한 전통문화산업 기획자, 전통 소재 및 재료 공급자, 전통 스토리텔링 작가, 전통상품 유통 전문가, 마케팅 전문가 등 다양한 분야의 전문가들이 분업화된 역할을 할 수 있도록 전문가들은 연계하고 양성하는 것이 중요하다.

현재 전통문화산업의 경영적 측면에서 가장 시급히 준비되어야 하는 것이 상품 트렌드와 시장을 읽을 수 있는 교육과정이 매우 중요할 것으로 보인다. 기존 장인들은 새로운 방식을 도입하는 데 심리적 장벽이 있으므로 이를 낮추는 접근 방법이 필요하다.

한국콘텐츠진흥원, 국립박물관문화재단, 카카오, 아트박스 등과의 협업을 통해 전통문화산업 전문 디자이너를 발굴하고, 비즈니스 마인드를 함양하는 것이 중요할 것으로 판단된다.

4) 전통에 대한 인식 개선

전통과 전승은 다르며 전통을 이해하는 것은 온고지신(溫故知新)의 정신에 따라 전통을 기억하고 이해하고 새롭게 해석하는 것이 중요하다. 즉 전통문화 유산(legacy)을 새롭게 활용하는 것이 중요하다. 다양한 시도를 통해 전통을 신선하고 감각적인 영역으로 인식할 수 있는 핵심 가치를 마련하고, 한국적인 것에 대한 새로운 해석도 필요할 것으로 보인다.

확인되기 어려운 원형성에 집착하고 전통문화라는 고정관념에서 벗어나 우리 일상 속의 전통개념으로 정책을 접목시킬 수 있어야 한다. 특히 전통과 관련하여 향유할 수 있는 상품이나 프로그램이 다양화되어야 한다. 전통을 그대로 가져오는 것이 아니라 전면 재해석을 통해서, 단순히 머리 속에 그려왔던 옛날 문화체험이 아니라, 새롭게 재해석하여 체험을 제공하는 구체적인 프로그램이 개발되어야 전통문화의 산업화 정책이 의미 있을 것이다.

5) 통합적 지원 체계 마련

장르별, 분야별 지원 구조 탈피와 민간 역량의 신뢰를 바탕으로 세워진 거버넌스를 구조화해야 전통문화산업이 성공할 수 있다. 전통문화산업은 기존의 전통문화 진흥이 아닌 사업적인 관점으로 접근해야 하며 소비자와 시장이 무엇보다 중요하다는 인식이 정책 기반에 탑재되어야 한다. 즉, ‘문화적 올바름’보다 실용성 중심의 접근이 필요하다.

6) 시장 확대 전략

전통문화산업은 현재 국내 시장만으로는 비즈니스 모델을 충족시킬 수 있는 충분한 수익을 내기 어렵다. 따라서 해외 시장을 목표로 하는 시장 확대 전략이 꼭 필요하다. 시장을 확대하기 위한 전략으로 현지화와 글로벌화의 조화 등의 경영 성공 사례를 적용할 수 있다. 예를 들어 스웨덴의 가구 브랜드 이케아는 다른 나라에 진출 할 때 마다 스웨덴 스타일뿐만 아니라 그 나라에 맞는 가구를 디자인 하여 현지의 문화와 취향을 반영한 제품을 개발했다. 예를 들어 일본 이케아의 경우 일본 주거 면적에 부합하는 작은 사이즈의 가구를 생산하는 등의 현지화 전략을 수립하였다.

7) 민간기업의 사회적 가치 확산 활동 연계

카카오, 아모레퍼시픽 등 민간기업의 사회공헌 활동과 전통문화산업을 적극적으로 연계해야 하여 전통문화를 산업화 하려고 노력하는 개인과 단체에게 기회를 제공하고 시장에서 성공할 수 있는 기회의 창을 만들어 주는 노력이 필요하다.

정책에 있어 전통문화의 보존법과 전통문화의 진흥법은 다른 것이다. 보존정책은 그냥 그대로 Heritage를 잘 전수되면 될 것이다. 반면에 전통문화의 산업화 정책은 시대에 맞게 표현해야 하며, 이를 위해 산업동향 파악이 매우 필요하다.

민간영역에서 명품 레거시(legacy) 정책이 필요하며, 창의성이 요구되는 시점이다. 현재는 공공만 생각하기에, 콘텐츠가 부족한 측면이 있다. 지원만 하면 안 되며, 장인의 작품과 민간의 상품이 구분되어야 한다. 민간영역의 마케팅 전략이 필요하며, 시장영역에서 틈새시장도 공략해야 할 수 있는 여지를 만들어 주어야 한다.

제3절 의견 종합과 시사점

1. 설문조사 시사점

가. 전통문화산업에 대한 인식

전통문화산업에 대한 만족도는 일반국민 응답자는 평균 56.8점으로 60대 이상 연령에서 가장 높았으며, 30대가 가장 적게 집계되었다. 여성이 남성보다 정책 사업에 만족도가 높게 나왔다. 필요도는 평균 72.3점으로 나타났으며, 필요치 않은 응답이 2.2%로 확인되었다. 응답자 특성별로 남성이 여성보다 필요도가 상대적으로 높게 나타났다. 향후 20대, 30대 청년층에 대한 전통문화산업 인식확산이 보다 필요하다고 판단된다.

관계자들은 응답에서 만족도 평균 48.8점, 필요도는 86점으로 확인된다. 불만족도 비율이 11.2%로 집계되었다. 일반국민보다 만족도는 낮게, 필요도는 높게 나타난 점은 전문가의 정책현황에 대한 비판적 의견과 개선필요성을 확인할 수 있다.

일반국민은 전통의 산업화 및 융복합 확대가 중요하다는 응답은 31%로, '전통의 원형 유지 및 가치보존'은 30.1%, '둘 다 중요'는 38.9%로 집계되었다. 20대(45.4%), 30대(32.8%), 40대(34.6%)에서 '전통의 산업화 및 융복합 확대'가 높은 반면, 50대(32.4%)와 60대 이상(34.8%)에서는 '전통의 원형유지 및 가치 보존'이 높게 나타났다. 관계자들은 '전통의 산업화 및 융복합 확대' 33.2%, 반면에 '전통의 원형유지 및 가치 보존' 13.8%로 산업화 및 융복합 방향에 가치를 크게 두었다.

일반국민은 전통문화의 세계화확산의 중요도가 46%, 지역문화의 자생력 강화는 16.7%로 보였다. 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화에 대한 응답은 34.9%로 나타났고, '전통문화의 전승, 보호'는 28.0%로 나왔다. 60대 이상을 제외한 모든 연령층에서 '현대적 활용, 콘텐츠 개발강화'가 높게 나와서 긍정적인 자세를 확인할 수 있다.

관계자 그룹도 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화가 중요하다는 응답은 38.2%로 나타났

고, '전통문화의 전승, 보호'는 14.1%로 확인할 수 있다.

전반적으로 일반인 및 관계자들이 전통문화의 보존·보호나 지역의 유산관리보다는 현대적 활용 및 산업적 콘텐츠개발 그리고 세계화 진출에 보다 크게 공감하고 있음을 살필 수 있는 바, 향후 정책 방향에 이를 반영할 필요가 있을 것이다.

나. 전통문화산업 향유 및 참여

일반국민의 전통문화 향유에서 '전통음식'이 평균 63.6점으로 가장 높게 나타났고, '한복'(52점), '전통예술'(51.6점), '한옥'(50.5점)으로 집계되었다. 향후 시장 잠재력 수준은 '전통음식'이 평균 73.9점으로 가장 높게 나타났고, '한옥'(64.1점), '한복'(63.9점), '전통예술'(61.6점) 등의 순으로 나타났다.

구체적으로 일반국민이 참여한 프로그램 및 활동으로 '전통건조물 체험, 방문 및 관광'이 35.7%로 가장 높게 나타났으며, '전통한식'(25.6%), '인터넷 정보서비스이용'(20.7%), '전통놀이 체험'(18.1%) 등의 순으로 나타났다. '참여한 프로그램 및 관련 활동이 없다'는 응답은 36.1%로 높게 나타난 바, 이에 정책대책이 시급하다고 할 수 있다.

관계자 설문에서 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도는 '전통음식'이 평균 63.9점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '한복'(50.2점), '전통예술'(50점), '한옥'(47.6점) 등의 순으로 일반국민과 동일한 순위를 보였다. 향후 시장 잠재력 수준은 '전통음식'이 평균 81.4점으로 가장 높게 나타났고, '전통공예'(71.9점), '전통예술'(71.2점), '한옥'(68.7점) 등의 순으로 나타났다.

종합적으로 설문결과를 살펴보면 '한식'과 '한복' 부문이 현재 향유활동 및 향후 잠재성에서 높은 선택을 받고 있기에, 이에 걸맞은 정책추진방안이 모색될 필요가 있다. 또한 일반인들의 전통문화 행사 경험도가 매우 부족한 바, 이들의 행사 참여도를 높여서 전통문화 체험을 갖게 하는 정책적 노력이 필요할 것으로 판단된다.

다. 전통문화산업 현황분석

일반인들은 한국을 대표하는 전통문화산업 자원으로 '전통건조물'이 46.0%로 가장 높게 나타났으며, '전통음식'(28.7%), '전통복식'(11.0%), '전통예술'(10.4%) 등의 순으로

로 나왔다. 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화로 ‘전통음식’이 46.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통건조물’(21.3%), ‘전통복식’(16.6%), ‘전통예술’(10.3%) 등의 순으로 집계 되었다.

관계자 설문에서 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원으로 ‘전통건조물’이 43.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통예술’(16.6%), ‘전통음식’(15.0%), ‘전통공예’와 ‘전통복식’(각 10.0%) 등의 순으로 나왔다. 향후 시장 잠재력 수준은 ‘전통음식’이 81.4점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통공예’(71.9점), ‘전통예술’(71.2점), ‘한옥’(68.7점) 등으로 집계되었다.

일반국민은 전통문화상품 구매 이유는 ‘문화·예술적 가치 욕구’라는 응답이 평균 69.1점으로 가장 높게 나타났고, ‘상품의 독창성’(68.6점), ‘상품의 우수한 품질’(67.9점), ‘실용적·사용의 필요성’(60.8점) 등이 이어졌다. 전통문화상품 구매 시 문제점으로는 ‘상품품목의 다양성 및 차별성 부족’이라는 답이 평균 66.9점으로 가장 높게 나타났고, ‘다른 산업에 비하여 상품의 기술융합 개발 미흡’(66.8점), ‘관련 상품에 대한 정보획득의 어려움’(64.6점), ‘관련 상품의 상투적인 디자인 문제’(64.5점) 등의 순이었다.

관계자 설문에서 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움(1+2순위)으로 ‘판매부진 및 판로개척’이 51.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘유통경로’(28.8%), ‘인력 확보’(27.6%), ‘수요예측’(23.8%) 등의 순으로 나타났다. 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제로 (1+2순위) ‘전통문화산업진흥기금 및 예산 확대’가 46.7%로 가장 높게 나타났으며, ‘전통문화자원에 대한 기술연구개발 지원 강화’(45.1%), ‘전통문화산업 클러스터 육성 및 지원’(27.6%), ‘대표 전통문화상품의 개발 추진’(25.1%) 등의 순으로 나타났다.

수요조사에서 전통문화상품의 문제점으로 품목의 다양성 부족, 상품의 기술 개발 미흡, 상투적 디자인 등이 지적되었다. 전통상품은 예술적 관점에서 취급하기 보다는 현재 시장성을 고려한 대책이 절실함을 말하고 있다. 또한 공급관련조사는 판로 및 유통개척, 인력확보가 현실적인 어려움으로 확인되었다. 시대에 맞는 공급환경 개선이 필요하다. 정부영역에서는 진흥기금과 예산 확대, 기술연구 지원강화가 높은 의견으로 나온 만큼, 공적 지원체계와 기반을 마련하는 것이 요구된다.

라. 전통문화산업 정책평가 및 발전방향

일반국민 설문에서 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안(중요성)에서 '일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급'이 중요하다는 응답이 평균 74.8점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리'(72.1점), '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'(71.4점), '판매 확대를 위한 유통구조 개선'(71.0)이 이어졌다.

일반인은 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안(시급성)으로 '일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급'이 시급하다는 응답이 평균 73.4점으로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리'(70.8점), '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'(69.8점), '시장 확대를 위한 다양한 가격대 형성'(68.4점) 등의 순으로 나타났다.

관계자 측 전통문화상품 소비 증대 방안(중요성)으로 '온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원'이 중요하다는 응답이 평균 81.2점으로 가장 높게 나타났고, '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'(81점), '판매·유통구조의 안정적인 보급시스템 확보'(78.2점), '명품 브랜드 구축을 위한 전통상품마케팅 지원'(77.8점) 등의 순으로 나타났다.

관계자 측 전통문화상품 소비 증대 방안(시급성)으로 '다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화'가 시급하다는 응답이 평균 78.0점으로 가장 높게 나타났고, '판매·유통구조의 안정적인 보급시스템 확보'(77점), '온·오프라인신상품 홍보, 마케팅 지원'(75.5점), '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리'(72.5점) 등의 순으로 나타났다.

관계자 응답에서 전통문화상품 공급 확충 방안(중요성)으로 '전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고'가 중요하다는 응답이 평균 79.7점으로 가장 높게 나타났다. '산업관련 시장 트렌드 분석 정보제공', '국제교류 활성화 및 해외진출'(각 76.7점), '세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화'(76.3점) 등의 순으로 나타났다.

관계자들은 전통문화상품 공급 확충 방안(시급성)으로 '전문 인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고'가 시급하다 응답이 평균 77.7점으로 가장 높게 나타났다. '국제교류 활성화 및 해외진출'(74.6점), '산업관련 시장 트렌드 분석정보제공'(74.4점), '세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화'(74.2점)등의 순으로 나타났다.

중요성과 시급성이 모두 높은 방안은 '전문 인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고'와 '산업관련시장 트렌드 분석 정보제공', '국제교류 활성화 및 해외진출', '세제혜택 및 조

세감면 등 재정지원 다각화'로 나타난 바, 향후 발전과정에서 오늘날 환경에 부합하도록 정책방향에 반영하는 검토가 필요할 것으로 보인다.

정책의 중요도와 시급성에서 일반인과 관계자의 의견이 다소 차이를 나타내고 있다. 전통문화산업은 과거 일방향적 유산 지원 정책에서 벗어나 시장의 다양한 의견을 바탕으로 추진되어야 한다. 전통문화상품의 경쟁성과 다양성을 고려하는 추진전략이 중요하기에, 이런 사항들이 활성화 방안에 반영될 필요가 있다.

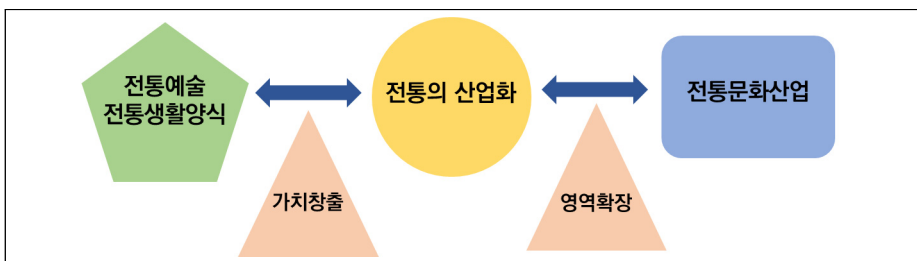
2. 의견 조사 결과

전문가 자문회의를 종합하여 정책적 시사점을 몇 가지 정리하여 보았다.

첫째, 전통문화산업 정책이 기존 유산보호 정책기조에서 국민의 향유 나 경제적 발전을 보다 지향할 필요가 있다. 전통문화산업정책이 진행됨에 따라 정교하고 명확한 목표를 설정하고 이에 따른 기준을 마련해서 개량적 정책목표를 지속적으로 추구해야 중장기적 기반이 정착될 수 있을 것이다.

전통문화의 보존과 분리된 전통문화의 산업화는 결국 문화산업의 일부가 될 가능성이 매우 크다. 장기적으로 어떻게 성장시켜 고도화 시킬 수 있는지에 대한 미래상이 제시되어야 할 필요성이 있다.

[그림 4-38] 전통문화의 산업화 정책모형



참고: 구문모(2017), 해외 주요국가의 예술산업 입법·사례 분석과 한국 예술산업 행태계 모형 제안, 국회입법조사처의 내용을 수정함.

둘째, 전통문화산업 활성화를 위해서는 전자상거래, 마케팅, 품질관리 등과 같은 경영 교육이 필수적으로 이루어져야 한다. 전통문화산업 주체가 스스로 시장을 만들고 주체들이 성장해가면서 산업화가 이뤄지도록 해야 하며, 정부는 마중물 역할이 필요하다.

다양한 분야의 전문가들이 분업화된 역할을 할 수 있도록 전문가들을 영역별로 양성하는 것이 중요하다. 현재 상품 트렌드와 시장을 읽을 수 있는 교육과정이 매우 중요한 것으로 보이기에, 한국콘텐츠진흥원, 국립박물관문화재단, 카카오 등 등 협업을 통해 전통문화산업 전문가 양성 및 비즈니스 마인드를 함양하는 것이 중요할 것으로 판단된다. 그 과정에서 전통문화 유산(legacy)을 새롭게 활용하는 것이 중요하다. 전통문화라는 고정관념에서 벗어나 우리 일상 속의 전통개념으로 정책을 접목시킬 수 있어야 한다. 특히 전통과 관련하여 향유할 수 있는 상품이나 프로그램이 다양화되어야 한다. 과거의 문화 체험이 아니라, 새롭게 재해석하여 체험을 제공하는 프로그램이 개발되어야 한다.

셋째, 전통문화산업 인력의 양성이 중요하다. 과거 장인승계자 교육에 제한되어 산업화에 어려움이 많았다. 제한적인 공예영역의 인력 지원이 과감하게 확대되고 무형 유산 영역의 범위를 넓혀서 다양한 인력자원이 확충될 필요가 있다.

오늘날 한류의 확산이 두드러지고 있다. 한국문화에 대한 세계적인 인식이 변화하고 관심이 확대된 결과라고 볼 수 있다. 전통문화를 산업적 영역으로 확대하여 세계 속에서 보다 향유하고 즐길 수 있는 문화정책을 창출해야 한다. 전통문화산업은 현재 국내 시장만으로는 비즈니스 모델을 충족시킬 수 있는 충분한 수익을 내기 어려운 구조를 갖고 있다. 전통문화산업 시장을 확대하기 위한 전략으로 현지화와 글로벌화의 조화 등의 경영 성공 사례를 적용할 수 있을 것이다.

넷째, 장르별, 분야별 지원 구조 탈피와 민간 역량의 신뢰를 바탕으로 세워진 거버넌스를 구조화해야 전통문화산업이 성공할 수 있다. 전통문화산업은 기존의 전통문화 진흥이 아닌 사업적인 관점으로 접근해야 하며 소비자와 시장이 무엇보다 중요하다는 인식이 확대되어야 한다. 카카오, 아모레퍼시픽 등 민간기업의 사회공헌 활동과 전통문화산업을 적극적으로 연계해야 하여 전통문화를 산업화 하려고 노력하는 개인과 단체에게 기회를 제공하고 시장에서 성공할 수 있는 기회의 창을 만들어 주는 노력이 필요하다.

전통 정책에 있어 전통문화의 보존법과 전통문화의 진흥법은 다른 것이다. 보존정책은 그냥 그대로 Heritage를 잘 전수되면 될 것이지만, 전통문화의 산업화 정책은 시대에 맞게 표현해야 하며, 이를 위해 산업동향 파악이 매우 필요하다. 민간영역에서 명품 레거시(legacy) 정책이 필요하며, 창의성이 요구되는 시점이다. 민간영역의 마케팅 전략이 필요하며, 시장영역에서 틈새시장도 공략해야 할 수 있는 여지를 만들어 주어야 한다.

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제5장

전통문화산업 활성화를 위한
기반 조성 방안

제1절 전통문화산업정책 기본방향

1. 전통문화산업의 가치 확산

전통문화산업의 중요성에 대한 사회적 인식이 높아지면서, 이를 지속가능한 방식으로 활용하려는 노력이 확산되고 있다. 전통문화는 한국의 정체성과 독창성을 담고 있는 소중한 자산이다. 최근 전통문화를 산업적 관점에서 재조명하고 경제적 가치를 창출하려는 움직임이 활발하다. 전통문화산업은 전통문화 상품 및 서비스의 생산, 유통, 소비 등 경제 순환 과정 전반을 아우르는 개념으로, 문화와 경제의 선순환 구조를 형성하는 데 중추적인 역할을 할 것으로 기대된다. 그 과정에서 전통문화산업의 경제적 의의와 파급효과를 살펴보면 다음과 같다.

전통문화산업은 지속적인 성장세를 보이며, 한국 경제에서 차지하는 비중이 점차 확대되고 있다. 문화체육관광부의 '2021 콘텐츠산업 통계조사'에 따르면, 2020년 국내 전통문화콘텐츠 산업 매출액은 10조 8,956억 원으로 전년 대비 3.7% 성장했으며, 이는 전체 콘텐츠 산업 매출의 5.8%에 해당하는 규모이다⁴⁸⁾. 특히 전통공연, 전통식품, 전통공예 등의 세부 분야에서 두드러진 성장세를 보이고 있다.

문화체육관광부의 '2019 전통문화산업 실태조사'에 따르면, 전통문화산업은 생산, 고용 등 경제 전반에 미치는 파급효과도 상당하다는 분석이다. 그 내용을 자세히 살펴보면, 전통문화산업의 생산유발계수는 2.035, 부가가치유발계수는 0.899, 고용유발계수는 18.4로 나타났다. 이는 전통문화산업에 1원을 투입하면 경제 전반에 2.035원의 생산유발효과, 0.899원의 부가가치유발효과, 18.4명의 고용유발효과가 발생함을 의미한다. 동 보고서는 이러한 계수들이 제조업, 서비스업 등 타 산업에 비해 높은 수준임을 강조하며, 전통문화산업이 경제 성장의 견인차 역할을 할 수 있음을 시사한다.

48) 문화체육관광부(2021), 2021 콘텐츠산업 통계조사.

전통문화 콘텐츠와 상품은 고유한 문화적 가치를 바탕으로 높은 부가가치를 창출할 수 있다. 최근에는 전통문화 IP(지식재산권)를 활용한 OSMU(One Source Multi Use) 전략이 주목받고 있다. 웹툰, 애니메이션, 게임 등 다양한 장르로 전통문화 콘텐츠를 확장함으로써 부가가치를 극대화하기도 한다. 실제로 <주몽>, <대장금> 등 전통문화를 소재로 한 드라마는 국내외에서 큰 인기를 끌며 3조 원 이상의 경제적 효과를 창출한 것으로 분석된다. 전통공예품, 전통식품 등 전통문화 상품 역시 품질 고급화, 현대화를 통해 부가가치를 높이고 있고, 현대 소비자의 니즈에 부합하는 디자인, 기능성을 갖추으로써 시장 경쟁력을 제고 하는 과정을 확인할 수 있다. 전통문화산업의 가치 확산을 통해 전통문화산업의 운영활성화와 확장 가능성을 도모할 수 있어야 한다.

2. 전통문화산업 역량 강화

국내 전통문화산업체 수는 약 3만여 개로 28만 명 정도가 종사하고, 사업체당 평균 고용인원이 10명 이하이며, 종업원 1인당 매출 규모가 8,800만 원 정도에 불과하다. 전통문화상품 제조 및 판매에는 2014년에 34,200여 업체에 67,698명이 종사하고 있으며, 2018년에는 25,700여 업체에 63,322명이 종사하여, 업체 수는 24.8% 감소하였고 종사자 수는 6.5% 감소한 것으로 추정한다.⁴⁹⁾

전통문화산업은 수공업적인 특성을 기반으로 시장경쟁력 부족과 열악한 고용환경을 경험하고 있다. 영세화한 사업의 역량을 제고하고 경제적 부가가치를 창출할 수 있는 기반을 육성하고 전통문화산업체 내 기획, 제작, 생산, 유통, 판매시장에 이르는 가치사슬 영역에 대한 형성 필요하다.

전통문화자원이 뿌리내리고 확산될 수 있도록 유기적인 협력체계에 대한 방안을 개발되어야 한다. 정부정책의 직접적인 지원 부문을 가능한 낮추고 자생적이고 지속적인 산업 및 시장기능을 갖도록 하는 방향성을 모색할 필요가 있다. 그 과정에서 전통문화산업체 육성을 위한 기존 비즈니스모델의 스타트업에서 ‘스케일업’ 체계로 선순환 산업모델 도입 검토가 요구된다.

49) 한국과학기술연구원(2021), 「전통문화산업 기반조성 정책추진을 위한 연구」문화체육관광부(연구책임: 홍경태), p.43.

미래 산업으로의 육성을 위해 시장 여건의 변화, 기술진보 요인에 의해 장래성을 고려하여 해당기업 뿐만 아니라 스케일업을 돕는 다양한 시장 친화적 요인이 필요하기에 생태계 관점에서 전략적 산업진흥체계 프로세스 도입 모색이 필요하다. 전통문화산업 작업 환경 개선과 역량강화 지원을 위한 추진체계에 대해 종사자-연구자-기업 간 네트워킹 구성, 운영기관과 관리기관의 역할 구분과 협력활성화를 고려하여 지속가능한 구성 전략 모델에 대한 모색이 다각적으로 고려되어야 한다고 본다.

또한 대외적으로 한류는 한국 전통문화의 세계화를 위한 훌륭한 창구로 기능하고 있다. K-Pop, K-Drama 등 한류 콘텐츠에 등장하는 한복, 한식, 한옥 등 전통문화 요소는 외국인들에게 한국문화에 대한 호감과 관심을 불러일으키고 있다. 한국무역협회의 ‘2021년 주요 소비재 수출 동향’에 따르면, 2021년 한식 관련 상품 수출액은 전년 대비 16.3% 증가한 11억 9,600만 달러를 기록했으며, 전통 패션 용품 수출액은 19.2% 증가한 5억 2,100만 달러를 기록하였다.⁵⁰⁾

정부는 한류와 연계한 전통문화상품 해외 진출 지원에 적극 추진하고 있다. 문화체육관광부의 ‘2022 한복 진흥 종합계획’은 한복의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 해외 한복 전시회 개최, 현지 유통망 확대, 온라인 플랫폼 활용 등의 지원 방안을 담고 있다. 나아가 전통식품, 전통공예 등 다른 분야에서도 유사한 지원책이 마련되고 있다.

3. 제도적 성장기반 조성

전통문화산업은 현황분석에서 살펴보았듯이, 문화체육관광부이외 문화재청, 농림축산식품부, 국토교통부, 과학기술정보통신부가 다양한 분야에 걸쳐서 정책들을 추진하고 있다. 정책과정에서 주체 간 관계가 중요한 바, 중앙정부와 광역지자체의 역할이 설정되고 민간영역과의 정책적 협력을 추구하는 것이 필요하다. 정책 추진과정에서 유관부처, 지자체, 지역공공기관, 단체, 문화시설 간의 업무협력 강화 및 포괄적 정책조정이 운영되어야 한다. 협력체계 구축환경이 조성되고 장기적으로 협력마인드가 형성될 수 있도록, 선순환 구조의 정책수행 체계를 정착시킬 수 있는 방안 모색이 요구된다.

각 분야별 시장과 정책에 대한 조사 및 연구를 토대로 한 지원체계 구축 및 지원정책

50) 한국무역협회(2022), 2021년 주요 소비재 수출 동향.

설계가 필요하다. 그 과정에서 협력의 기능강화 및 지원확대가 필요하며, 분야별 실무협의회와 협력 작업반, 주제별 협의회 등을 구축하는 방안 검토가 필요하다. 그 과정 속에서 전통문화산업은 지역기반의 문화사업과 연계하여 추진할 수 있는 정책방안을 모색해야 한다.

전통문화는 지역 고유의 정체성과 특색을 반영하는 자원으로, 이를 활용한 지역경제 활성화 전략이 다각도로 추진되고 있다. 대표사례로 안동 하회마을, 전주 한옥마을 등 전통문화유산을 보유한 지역은 이를 관광 매력으로 적극 활용함으로써, 지역경제에 활력을 불어넣고 있다. 전주시의 ‘2021 전주 한옥마을 방문객 실태조사’에 따르면, 한옥마을 방문객은 2019년 약 1,100만 명으로 집계되었으며, 이들의 지출액은 연간 4,348억 원에 달하는 것으로 추정된다.⁵¹⁾

지역 특화 전통문화상품 개발도 지역경제 활성화의 동력이 되고 있다. 지역의 전통 기술, 원료를 활용해 차별화된 전통 상품을 개발함으로써 지역경제에 새로운 부가가치를 창출하는 것이다. 산업통상자원부의 ‘2021 지역특화산업 육성사업 성과조사’에 의하면, 전통문화 연계 지역 특화 상품 매출액은 2020년 6,230억 원으로 전년 대비 15.7% 증가하였다.⁵²⁾

전통문화산업은 지역을 발전시키고 이를 발판으로 해외 진출할 수 있는 문화적 가교 역할을 함으로써, 전통문화산업 환경의 선순환 구조를 갖출 수 있다. 정부와 지자체 및 유관 기관은 서로 연계하여 전통문화산업 대상 협력플랫폼을 조성하고, 생태계적 관점에서 실질적인 교류를 증진하며 교육, 컨설팅, 정보 제공 등을 확대해야 한다. 또한 시장 확장성을 고려하여 해외를 지향하는 전통문화 콘텐츠와 상품의 기획 및 개발, 유통과 소비의 효율성을 고려하도록 유도하는 정책적 유인책이 필요하다.

51) 전주시(2021), 2021 전주 한옥마을 방문객 실태조사.

52) 산업통상자원부(2021), 2021 지역특화산업 육성사업 성과조사.

제2절 세부 과제 추진 전략

다니엘 아이젠버그 교수는 기업시스템을 성장 발전시키는 생태계 모델을 2011년 발표하였다. 그는 ‘기업가정신 생태계 모델’을 개발하여 스타트업이 번창하는 환경을 조성하는 데 필요한 구성 요소로 6가지 영역을 제시하였다. 그의 제안모델은 정책 입안자, 공급업자, 이해관계자 등에 의해 널리 채택되고 논의되었다.

① 정책: 이 영역은 정부 및 규제 환경을 의미한다. 정책은 기업가 정신을 촉진하고 관료적 장벽을 제거하며 스타트업과 투자자에게 인센티브를 제공하기 위해 설계되어야 한다. 예를 들어 세금 인센티브, 보조금 및 간소화된 규정이 해당된다.

② 문화: 생태계의 문화적 측면은 기업가 정신에 대한 사회적 태도를 의미한다. 창업 친화적인 문화로 혁신, 위험 감수, 실패에서의 관용과 배움을 중요하게 취급한다. 또한 성공사례나 롤모델의 존재는 새로운 스타트업을 멘토링하고 안내할 수 있는 요소이며 경험 많은 기업가 네트워크도 포함된다.

③ 재정: 자금에 대한 접근은 스타트업에게 매우 중요하다. 이 영역은 벤처 캐피털, 엔젤 투자자, 은행 및 초기 단계 기업에 투자할 의사가 있는 기타 금융 기관의 가용성을 포함한다. 건강한 생태계는 성장의 다양한 단계에 있는 스타트업을 위한 다양한 자금 출처와 연계될 필요가 있다.

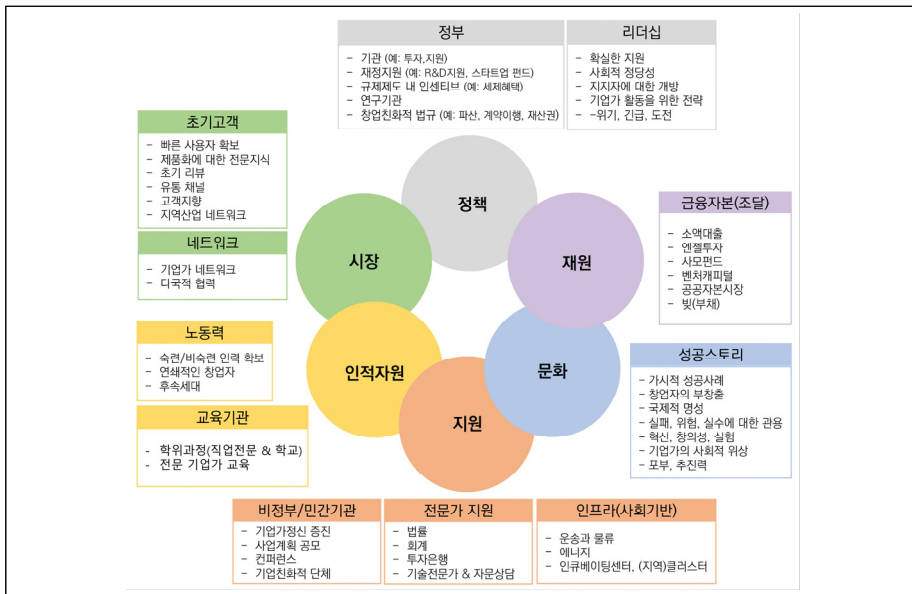
④ 시장: 고객, 공급업체 및 파트너에 대한 접근은 스타트업에게 매우 중요하다. 건강한 생태계는 스타트업이 국내외 잠재고객과 연결할 수 있는 기회를 제공할 수 있는 것이다. 또한 기업이 스타트업을 위한 고객, 공급업체 또는 파트너가 되어 확장하고 성장하는 데 도움을 줄 수 있는 존재도 포함된다.

⑤ 지원: 이 영역은 인큐베이터, 액셀레이터 및 공동협력 공간과 같이 스타트업이 성장하고 성공하는 데 도움이 되는 자원 및 서비스의 가용성을 포함한다. 또한 법률, 회계, 마케팅과 같은 전문 서비스를 지원하는 것과 기업가 정신을 육성하는 교육 및 훈련

프로그램도 포함된다.

⑥ 인적 자본: 기술을 확산하는 점은 스타트업 생태계의 중요한 구성 요소이다. 이 영역에는 숙련된 근로자, 숙련된 기업가 및 지식이 있는 투자자의 가용성이 포함된다. 또한 스타트업에서 일하는 데 필요한 기술을 갖춘 졸업생을 배출하는 양질의 교육 기관의 존재도 포함된다.

[그림 5-1] Isenberg 창업생태계 구성요소(연구진 번역)



출처: Isenberg, D. J., & Onyemah, V.(2016), p.74

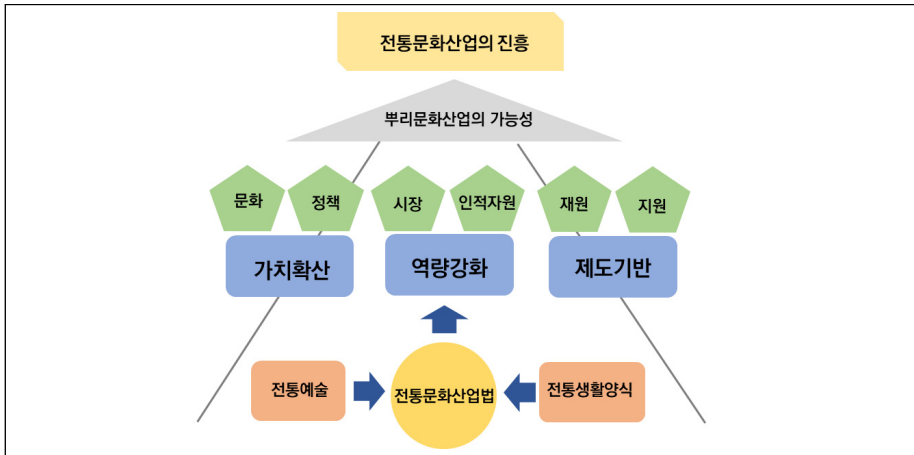
본 연구는 아이젠버그의 분석모형에서 제시한 6가지 영역인 문화, 정책, 시장, 인적자원, 재원, 지원을 기본 축으로 하여 전통문화산업 정책부문에 적합하게 변형하여 세부 발전방안을 구체적으로 제시해보고자 한다.

전통문화는 민족 정체성이라는 무형유산의 가치와 산업적 부가가치라는 가능성을 동시에 가지고 있어 오래전부터 많은 관심을 받아왔으나, 양립된 정책 목표와 분절된 집행 체계는 기대하는 일정한 성과를 이루기 어려웠다.

전통문화산업 진흥법 제정을 시점으로 새롭게 전통문화산업 진흥 기회가 마련되었다. 전통문화를 산업화시키기 위하여 전통의 산업적 가치 확산, 역량강화, 제도적 성장기반 조성이라는 방향성을 도출하였다. 이러한 방향성 속에서 정책, 문화, 재정, 시장, 지원,

인적 자본으로 구분하여 세부 발전방안을 구체화할 필요가 있다. 이 과정을 통해 각 영역의 생산 주체들이 활동을 하면서 문화산업 경쟁력의 근간을 형성할 수 있는 건강한 산업 생태계로 형성할 수 있을 것으로 예상된다. 전통문화산업 진흥은 일종의 뿌리문화 산업으로서 역할이 필요하다고 볼 수 있다. 전통문화 내 구성요소 하나하나가 나무의 뿌리⁵³⁾처럼 겉으로 드러나지 않으나, 산업 전반에 걸쳐 기반을 높일 뿐만 아니라, 최종 제품의 품질 및 기능을 결정하는 역할을 이루는 것이 중요하다고 할 수 있다.

[그림 5-2] 전통문화산업 기반조성 방안



1. 전통문화의 산업적 가치 증진

가. 전통문화의 산업가치 확산

① 전통문화상품의 문화매력 확산

전통문화산업에 대해 대중적 관심을 제고시키고 호감도를 증진하는 환경조성이 필요하다. 전통문화상품이 갖는 문화매력을 확산시키고 잠재적 수요를 발굴하는 것이 중요하다. 대중적 인식전환을 통해 전통상품의 유통을 촉진하고 산업시장을 확대시키는 결과를 이룰 수 있을 것이다.

53) 「뿌리산업 진흥과 첨단화에 관한 법률」에서 뿌리산업은 소재를 부품으로, 부품을 완제품으로 생산하는 기초공정기술을 활용하여 사업을 영위하는 업종을 말한다. 뿌리산업은 나무의 뿌리처럼 겉으로 드러나지 않으나 최종 제품에 내재되어 제조업 경쟁력의 근간을 형성한다는 의미에서 이름 붙여진 것이다.

제4장 제1절 설문조사 결과에 따르면 일반인들은 ‘전통 원형 유지와 전통의 산업화, 융합화 확대 방향’ 질문에 둘 다 중요(38.9%), 산업화 중요(31.0%), 원형유지 중요(30.1%)의 비율을 보인다. 이 비율은 전문가 조사 결과와 조금 상이다. 전문가들은 둘 다 중요(53.0%), 산업화 중요(33.2%), 원형유지 중요(13.8%)의 순서로 답하면서 원형 유지는 낮은 수준으로 중요성에 동의 했다. 일반인들 보다 전문가 그룹에서 원형유지에 대한 회의적인 의견을 가지고 있으며 산업화에 대한 중요성을 간접적으로 표현한 것으로 보인다.

전통문화산업법 제1조는 “이 법은 전통문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 규정함으로써 전통문화산업 발전의 기반을 조성하고, 이를 통하여 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한다.”고 밝히면서 전통문화산업의 방향성을 경쟁정책을 통한 국민경제 발전이라는 목표를 구체적으로 언급하였다.

〈표 5-1〉 전통문화산업의 산업적 가치와 유산적 가치

| 구분 | 최종 목표 | 정책 수단 | 지향점 |
|--------|-------|-------|-----|
| 산업적 가치 | 국부 증대 | 경쟁 | 활성화 |
| 유산적 가치 | 국민 행복 | 보호 | 규제 |

전통문화의 산업화에서 전통자원을 브랜드 자산화 하는 노력이 중요하다. 오늘날 대량 생산과 기술이 지배적이고 빠른 속도로 변화하는 세계에서 전통적인 장인 및 생산품에 대한 관심이 크게 증가했다. 전통문화의 매력이 다시 등장하는 이유 중 하나는 전통문화의 제품은 기계나 조립 라인으로는 복제할 수 없는 특정한 매력을 가지고 있다. 더 불어 수제 제품은 기계로는 도저히 재현할 수 없는 특성을 가지고 있다. 전통문화상품은 이러한 브랜드 경쟁력을 구축함으로써 고유한 가치를 확대하고 고부가가치를 창출할 수 있을 것이다.

오늘날 각광받는 점은 고품질 및 내구성 있는 제품에 대한 욕구라고 할 수 있다. 일회용이 일반화된 세상에서, 장인의 손으로 무언가를 만드는 데 투자된 재능, 기술 및 시간에 대한 관심이 커지고 있다. 장인이 만든 전통제품과 브랜드 이미지를 통하여 시장에서 긍정적인 신뢰도를 높이고 구매력을 촉진함으로써 상품 시장의 확보와 지속적인 소비관계를 촉진할 수 있을 것이다. 온라인 플랫폼, 공예 박람회 등 다양한 유통채널을 통하여 더 넓은 청중에게 다가가고 작품에 대한 인정을 받는 데 도움이 될 수 있으며 경제적

기반을 이루도록 할 수 있다.

전통상품은 작품 뒤에 쌓아온 이야기를 전달할 수 있다. 전통문화제품은 세대를 거쳐 전해져 내려온 무형유산의 역사에 깊이 뿌리를 두고 있다. 일반상품과 달리 특정 공동체나 지역 특유의 역사, 장인의 개별 스토리를 함께 가지고 있으면서, 깊은 문화적 적층성과 서사를 가지고 있다. 자연스럽게 고향을 느끼고 공감할 수 있는 브랜드 가치 창출은 고객과 더 깊은 유대감을 구축할 수 있도록 할 수 있다.

② 전통문화의 상품화 방안 촉진

전통문화산업진흥법 제정을 계기로 우수한 전통문화상품 및 서비스를 체험하고 유통할 수 있는 활성화의 장이 마련될 필요가 있다. 국민적 관심 제고를 위해 전통문화의 의미와 오늘날 산업적 가치를 확산시키는 전시, 체험 공간조성을 통하여 내·외국인의 전통문화 향유 기회를 확대하는 것이 지속적으로 필요하다. 제4장 제1절 설문조사 결과에 따르면 한국을 대표하는 전통문화자원으로 일반인의 경우 전통건축물 46.0%, 전통음식 28.7%의 순서로 말하고 있으며, 전문가의 경우 전통건축물 43.9%, 전통예술 16.6%, 전통음식 15.0%로 답하고 있다. 전통건축물인 고궁, 한옥마을 등과 연계한 정책 수립이 필요하며, 이와 동시에 전통 예술, 한식 등 협업 사업을 추진하는 것이 필요한 것으로 나타났다.

전통문화상품의 참여 및 체험 그리고 마케팅활동이 가능하도록 전통문화 박람회인 ‘오늘전통’의 규모를 확대하고 온·오프라인 연계하는 추진방안이 필요하다.

한복의 경우 착용 기회 확대를 통해 수요를 지속적으로 확보하는 것이 필요하다. 한복 교복, 한복 근무복 등 한복의 생활화 및 인센티브 제공을 통한 일상 속 한복 착용 유도하고, 한복 착용 시 국악 등 전통공연 무료 관람 등 한복착용 혜택이 보다 확대되어야 한다. 지역의 한복공간조성을 통해 권역별 한복문화 활성화 기반마련이 제고되어야 한다.

한식의 경우 전통문화상품으로 브랜드가 정립된 영역이기에, 지역별 특색 있는 음식 콘텐츠(종가음식, 사찰음식, 전통디저트 등)를 발굴, 브랜딩·유통·홍보 등 지원이 보다 필요하다. 국내외 인플루언서, 예능인, 유명 셰프 등 콜라보레이션을 통해 특색 있는 스토리 결합하여 상품화하고 방한 관광객이 많이 다니는 공간을 활용하여 내국인 및 관광객 대상으로 중요한 식문화 대표 주제를 선정하여 체험 및 홍보가 진행되어야 한다.

한옥의 경우, 주요 한옥마을(서울 전주 경주 등) 고유 문화역사 가치 보존과 관광지로

서의 매력도 제고가 양립하는 정책 방안 마련이 필요하다. 관광객 및 방한 주요 인사에 한국 전통문화를 소개하는 문화플랫폼으로 활용하여 고유한 정서를 알리는 프로그램이 결합되어 정책화 할 필요가 있다.

한지의 경우, 한지를 활용한 전시·체험·홍보 콘텐츠를 다양화하여 한지 문화 확산 및 한지에 대한 대국민 인식 제고가 보다 필요하다. 한지가현의 역할을 강화하여 융합 전시 확대 및 체험프로그램 다양화하면서 한지가 갖는 친환경적 가치와 보존력을 재조명하는 콘텐츠를 제작하고 미디어 및 국내 전광판 등에 송출하여 한지에 대한 국민 관심 유도하여 시장 확대를 단계적으로 구축하는 방안이 모색되어야 한다.

전통놀이의 경우, 전통놀이의 현대화 및 콘텐츠를 개발하고 제작하여 교육시설 등에 배포하여 전통놀이 가치를 확산하는 정책이 준비될 필요가 있다. 전통놀이 중 실감형 VR 게임으로 적합한 것을 선정·개발하여 온라인 플랫폼 보급함이 전통놀이 문화 확산에서 중요한 역할을 이룰 것으로 본다.

나. 전통문화의 창의적 산업 활성화 모색

오늘날 전통문화업체들이 전통적인 디자인과 모티브, 기법에서 영감을 얻어 현대소비자에게 어필하는 현대 제품을 출시하고 있다. 이처럼 다양한 분야 제작자와 협력하고 전통 기법들을 현대적으로 재해석함으로써 더 넓은 수요층을 확장할 수 있을 것이다. 전통상품은 전통 장인 정신을 소중히 여기면서도 시장성을 형성하는 미래를 구성할 수 있는 것이다. 전통문화의 산업 활성화 방안과 관련하여 앞서 성과를 이루었던 한국 콘텐츠 영역에서 K-POP과 웹툰의 성장경험을 눈여겨 볼만하다. 제4장 제2절 전문가 의견 조사의 내용 중 전문가 자문회의에서도 콘텐츠 산업과 연계, 기술융합 확산, 체험 및 관광 연계 등의 내용이 지속적으로 언급되었음을 확인 할 수 있다.

콘텐츠 산업의 성장 방식에 대한 분석을 통해 전통문화산업의 발전 방향을 설정하고 타 분야와의 협력과 융복합을 통해 성장할 수 있는 다양한 노력이 필요하다. 이는 제4장 제1절 설문조사 결과에서도 확인할 수 있다. 전통문화산업의 콘텐츠 개발 강화에 대한 일반인들의 중요성은 34.9%, 전문가들의 중요성은 38.2%로 콘텐츠에 대한 깊은 중요성을 인식하고 있음으로 나타났다.([그림 4-7], [그림 4-24])

콘텐츠 산업의 경우를 살펴보면, 당초 우리나라 음악시장 규모는 2015년 8억 1,600

만 달러에 불과했으나, 2019년에는 13억 6,700만 달러로 평가되었다. 또한 디지털 음악 스트리밍의 성장으로 2024년에는 매출이 15억 4,700만 달러까지 증가할 것으로 전망된다.⁵⁴⁾ 웹툰 시장도 비슷하다. 2022년 우리나라 웹툰산업 매출액이 역대 최대 규모인 1조 8,290억 원을 기록했다. 이는 전년보다 2,630억 원(16.8%) 늘어난 수치다.⁵⁵⁾ 성공적인 K-콘텐츠의 시장 경쟁력의 원인을 파악하고 이를 전통문화산업에 선별 적용해 보는 것은 중요한 시사점을 제공할 것이다.

첫째, 제작방식의 변화이다. 기존 제작 방식에서 다수가 참여하는 공동제작 방식으로 제작 효율성, 다양성, 혁신성을 제고 하였다. K-POP은 음악, 의상, 안무, 영상 등 다양한 요소를 결합하여 종합적 미디어 패키지를 제공한다. 이것은 음악 소비를 넘어 아티스트와 호흡을 맞춰 취향을 공유하는 경험을 제공한다. 웹툰의 경우 모바일 환경에 최적화된 형태에 적응하여 세로 스크롤형식의 내러티브 제공 방식으로 독자들로 하여금 몰입도를 높일 수 있는 환경을 제공하였다.

둘째, 디지털 플랫폼을 적극적으로 활용하였다. K-POP은 유튜브, 인스타그램 등 눈 플랫폼을 적극적으로 활용하여 팬들과의 소통과 콘텐츠 재생산을 견인하였다. 특히 유튜브는 K-POP이 글로벌로 확장되는데 중요한 역할을 하였고 팬덤 문화의 기저에 자리하고 있다. 웹툰은 네이버, 카카오 등 플랫폼을 통해 독자 접근성 강화 및 현실적인 비즈니스 모델을 구축하여 글로벌 콘텐츠로 성장할 수 있는 계기를 만들어 냈다.

셋째, 글로벌 시장을 목표로 하였다. K-POP은 글로벌을 목표로 한 기획을 통해 아티스트들의 해외 활동 지원, 다양한 언어로 된 콘텐츠 개발, 글로벌 콘서트 투어, 팬덤 강화 등 세계를 염두에 둔 기획을 지속적으로 추진하였다. 웹툰 또한 글로벌을 고려한 기획을 통해 성공을 거두었습니다. 한국 웹툰은 영어, 일본어 등으로 번역되어 세계적으로 서비스 되고 있으며, 드라마, 영화 등으로 확장되면서 글로벌 IP로 성장하였다.

넷째, 문화적 보편성과 특수성을 잘 결합하여 매력 있는 콘텐츠를 만들어 냈다. K-POP과 웹툰은 한국적 정체성을 유지하면서 글로벌 팬덤과 소통할 수 있는 보편적인 주제와 감성을 변주하는 것에 성공하여 K-콘텐츠라는 장르를 구축해 낼 수 있었다.

결론적으로 K-POP과 웹툰의 성공은 전통문화산업의 지향점에 다양한 시사점을 제공한다. 제작방식의 혁신, 시장 확대를 통한 소비 확산, 디지털 유통 및 소비자들의 니즈

54) 구자현 외(2020), K-Pop 공연산업의 발전 방안 연구, KDI, 서비스경제연구시리즈2020-01. 7쪽.

55) 2023 웹툰 실태 조사(사업체·작가) 결과.

반영, 한국적 정체성과 보편성의 융합 등 이런 노력들이 전통문화산업의 성공적 모델로 변화할 수 있는 동력이 되는 방안을 모색할 필요가 있다.

〈표 5-2〉 K-POP, 웹툰 성공 전략과 전통문화산업 특성 비교

| 구분 | K-POP ⁵⁶⁾ | 웹툰 ⁵⁷⁾ | 전통문화산업 |
|--------|--|---|---|
| 제작 방식 | ·작곡가 범위 확장(곡을 쓰는 사람, 가사를 쓰는 작사가, 편곡가, 프로듀서 등) ·각 분야의 전문가들이 참여하여 공동 작업(안무, 의상, 음악, 소품 등) ·해외 프로듀서 기용 ·메인 프로듀서와 아티스트의 지속적인 관계로 인한 효율성 | ·개인 작업의 경우 저비용 생산 구조로 다양한 시도가 가능(실패에 대한 리스크 적음) ·공동제작 방식 도입(기획과 스토리, 콘티, 작화, 색을 입히는 컬러 작업, 배경 그림, 또 작품을 최종 편집하는 작가 등으로 구분) | ·개인 작업 중심 ·공정별 분화, 전문화 부족 ·원재료 공급망이 한정적 ·새로운 소재/공정에 대한 시도 부족 등 |
| 시장 | ·글로벌 시장을 목표로 제작 ·최신 글로벌 트렌드를 지속적으로 추구 | ·수출을 염두에 둔 기획 ·인터넷 환경에 최적화된 형식(스크롤 방식) ·글로벌 모바일 시장 | ·시장 변화에 비탄력적 |
| 유통 | ·디지털 플랫폼 활용(유튜브, SNS 소통 등) | ·개인 창작자들의 노력이 적절한 보상을 받을 수 있는 민간 플랫폼 존재(네이버 웹툰 등) | ·기존 오프라인 유통시장 한정, 대형 마트, 온라인 판로 부족 |
| 문화적 요소 | ·글로벌 팬들이 공감할 수 있는 보편적 주제와 감성 | ·한국 문화와 감수성 ·다양한 문화권의 이야기 공존 | ·원형성 제한적인 틀 국한 |
| 특성 | ·다양한 장르 결합(발라드, 댄스, 랩 등) ·후크 송, 영어가사 활용 ·댄스에 최적화된 비트 ·세련된 사운드 ·세계적인 팬덤 | ·작가와 독자가 서로 소통용이(감상평 가능) ·롱테일 경제학적 특징(드라마, 영화로 제작) | ·장인-전수자 중심으로 명맥 ·지불용의와 가격 불일치 ·간격이 매우 큼 |

출처: 위 논문을 참고하여 저작 작성K-POP과 웹툰의 성공은 다양한 요인들의 결합 결과이다. 개별 콘텐츠 산업은 개성 있는 성장 전략을 가지고 있지만, 두 산업이 세계에서 성공을 거두게 된 요인은 몇 가지 공통분모를 가지고 있다.

2. 전통문화산업 육성 정책 마련

전통문화산업을 위하여 정부는 관련하여 대중화 및 상품화를 위한 간접적 지원이 중요하다 고 볼 수 있다. 전통산업과 관련하여 시장의 원리에 맡기는 것이 가장 효율적이나

56) Kate Seung-Yeon Lee1, and Min-Ho Chan(2019), Journal of the Korea Entertainment Industry Association(JKEIA), Vol. 13, No. 4, June 2019.

57) 홍난지(2020), 한국디지털 만화의 대명사, 전 세계 Z세대를 사로잡다, 나라경제 이슈 2020년 4월호.

관련 시장의 원리가 효율적으로 작동되도록 마중물의 역할을 맡을 필요가 있다. 민간영역의 공급측면에서 생산유통 부분과 수요측면에서 견인 부분이 시장에서 잘 작동할 수 있는 인프라와 여건의 조성에 대한 정책이 요구되고 있다.

가. 전통문화에 대한 리터러시의 증진

전통문화상품에 대한 수요가 계속 감소하는 추세에서 전통에 대한 교육과 체험을 통해 전통문화상품에 대한 관심을 유도하여 전통문화의 내재적 가치를 홍보할 필요가 있다. 일반국민이나 학생들에 대해 전통문화상품을 이해시킴으로서 민족의 자긍심을 고양하는 동시에 제품자체에 구매력을 높이는 데 기여하는 효과를 가져 올 수 있다. 학교 교육과 사회교육, 체험교육 등을 통해 전통문화상품에 대한 이미지와 신뢰도를 높이는 데 도움이 될 수 있을 것이다. 소비자를 교육하고 참여시켜 전통제품의 가치에 대한 인식을 높임으로써 소비자가 공예품에 대한 의미성을 찾고 다시 수요를 촉진할 수 있는 기반이 형성되게 하도록 해야 한다. 대량생산과 획일성이 지배하는 세상에서 숙련된 장인들이 정성스럽게 제작하여 기계로 재현할 수 없는 독특한 창조물로서 차별성을 홍보할 필요가 있다.

제4장 제1절 설문조사 결과를 살펴보면 일반인들은 전통문화의 소비를 증대하기 위해서는 중요한 방안으로 다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화(평균 71.4점)가 중요하다고 판단하였다. 마찬가지로 전문가들도 소비증대 방향(중요성) 다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화(평균 81.0점)가 시급하다고 판단하였다. 특히 전문가들의 경우 일반인보다 높게 전통문화 리터러시가 중요하다고 판단하였다.

전통문화상품은 무형유산적 이유뿐만 아니라 환경 지속 가능성에서도 중요하다. 전통 공예는 재료를 업사이클링하거나 천연염료와 섬유를 사용하는 것은 전통적인 장인 기술에서 일반적인 관행이다. 전래기술을 채택함으로써 보다 지속 가능한 미래에 기여하고 환경 발자국을 줄일 수 있다. 최근 대량생산이 환경에 미치는 영향에 대한 우려가 커지고 있다. 전통적인 장인정신은 자연환경에서 얻을 수 있는 소재가 자주 사용되기 때문에 제조, 유통 및 운송과정에서 발생하는 탄소 발자국을 줄이며 보다 지속가능한 대안을 제공할 수 있다. 전통적인 상품의 소비는 생산과 소비에 대한 보다 지속 가능한 접근 방식을 촉진할 수 있다.

나. 대표 전통 스타상품의 개발

전통문화상품의 가장 매력적인 측면 중 하나는 독특하고 개인화된 제품을 생산할 수 있는 능력이다. 동일하게 생산되는 대량 제품과 달리 전통문화의 제품은 장인의 개성과 창의성을 특징으로 한다. 즉흥적이고 일회적인 소비가 두드러진 특징인 세상에서, 전통 장인은 전수된 기술력을 마음껏 발휘하고 본인만이 지닌 독특한 창의력을 선보인다. 전통상품의 예술성과 품질을 기반으로 누구에게도 뒤지지 않을 수 있도록 혁신적인 아이디어를 결합함으로써 의미 있는 브랜드를 창출할 수 있다.

상품가치를 극대화하기 위하여 전통문화의 브랜드 전략이 필요하다. 마케팅의 전략적 측면에서 대표 전통상품을 개발하여 선도적으로 브랜드 인지도를 개척할 필요가 있다. 소비자들로부터 좋은 이미지와 호감을 얻기 위해서는 경험이 풍부한 장인들과 협력하여 오늘날의 정교한 디자인과 세련된 시장성을 더하여 전통 브랜드 개발이 필요한 것이다. 제4장 제2절 전문가 의견조사의 내용에는 스타트업 육성, 비즈니스 모델 개발과 같은 경영학적 접근이 중요하다는 의견이 매우 심도 있게 논의되었음을 확인할 수 있다.

적절한 브랜드 홍보와 마케팅 활동은 소비자들에게 특정상품에 신뢰감이나 편안함을 느끼고 긍정적인 경험이 더해져서 브랜드의 이미지를 형성하게 한다. 이를 통해 다른 제품과 차별화 시킬 수 있는 경쟁력을 갖출 수 있을 뿐만 아니라, 구매자와의 사이에 신뢰관계와 긍정적 이미지를 심어가기에 지속적인 상품 구입을 유도할 수 있다. 결과적으로 강력한 브랜드로 구축될 경우 다른 제품 범주로 확대 적용할 수 있는 상승효과를 가져 올 수 있다. 대표적인 전통상품의 브랜드 전략을 위하여 현대 시장에 어필할 수 있는 혁신과 창의성을 장려하는 것이 중요하다. 지원기금을 통해 연구 개발 및 신제품 개발을 위한 기반을 마련함으로써 전통시장에서 선도적인 대표 상품들이 활성화될 필요가 있다.

다. 연구개발

전통 기술과 재료에 대한 광범위한 지식과 전문 지식은 일부 숙련된 장인들에 귀속되어 있는 경우가 있다. 전통문화상품의 시장성 확대 발전과 새로운 부가가치 창출을 위한 연구개발(R&D)이 뒷받침 되어야 한다. 첨단기술과의 융합 등 융합의 과정을 실현하기 위한 기초 연구가 선행되어야 하며 글로벌 시장을 향해 도약할 수 있는 소재연구가 요구

된다. 과거 과학기술부와 문체부 간 연구협력이 추진되기도 하였다. 이제 문체부 중심의 시각을 담아서 국가적인 차원에서 전통문화예술분야의 R&D 투자를 확대가 필요하다. 문화유산의 보존과 복원에 다소 집중되어 있는 정부 예산을 생산 및 활용부문으로 재분배하는 것이 바람직하다고 본다.

제4장 제1절 설문조사 결과에서 전문가들은 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제로 1+2순위 기준으로는 ‘전통문화산업 진흥기금 및 예산 확대’가 46.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전통문화자원에 대한 기술연구개발 지원 강화’(45.1%), ‘전통문화산업 클러스터 육성 및 지원’(27.6%), ‘대표 전통문화상품의 개발 추진’(25.1%) 등의 순서로 나타났으며 연구개발의 중요성에 대해서도 강하게 의견을 표현하고 있음을 확인 할 수 있다.([그림 4-30])

전통상품에 담긴 기술에 대한 연구개발은 오래된 기술에 생명을 불어넣을 뿐만 아니라 과거와 미래 사이의 격차를 메우는 지속 가능한 비즈니스를 창출한다. 오늘날 디지털 시대에는 장인들이 신기술을 받아들이고 기존 기술에 보태는 것이 점점 더 중요해지고 있다. 전통기술과 연구개발 된 혁신을 결합함으로써 장인들은 기술을 향상시키고, 도달 범위를 늘리며, 사업을 새로운 차원으로 끌어올릴 수 있다

전통기술의 스타트업은 전통 기술을 되살리고 촉진함으로써 상당한 영향력을 얻게 된다. 이러한 연구개발은 문화유산 보존의 중요성을 이해하고 혁신적인 접근 방식을 사용하여 전통상품을 오늘날 세계 시장으로 확장할 수 있는 기반을 형성할 수 있게 만든다.

라. 인증제도 정비

전통문화 대표 분야인 한복, 한지, 한식 등의 상품, 서비스에 대한 품질 인증제도를 운영하여 전통문화 영역의 프리미엄 창출할 필요가 있다. 기존 우수문화상품 지정제도를 개편하여 전통문화상품 서비스 중 품질 우수 제품에 대해 인증마크 부여 및 브랜드 구축을 통한 고급화 추진하는 기획이 필요한 시점이다. 제4장 제1절 설문조사 결과에서도 일반인들은 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안으로 ‘품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리’(평균 72.1점)가 중요하다고 말하고 있으며 제2절 전문가 의견조사에서도 많은 전문가들이 인증제에 대한 검토가 필요함을 강조하고 있다.

현재 품질개념 및 품질평가의 기준이 명확하지 않고, 인증기관의 적합성 등 문제점이

제기되고 있다. 분야가 다양하여 확실적인 기준을 적용하기가 어려운 현실 속에서도 단계적으로 평가방향을 구축할 필요가 있다. 각 종목별 환경을 고려한 맞춤형 인증이 필요할 것으로 보인다. 인증제도를 발전시키고자 명확한 근거와 인증기준 및 실효성 있는 지원정책들이 준비되어야 한다. 이를 통해 현장의 혼란을 막고 장인, 업체, 소비자들이 신뢰할 수 있는 제도기반이 점차 형성될 수 있을 것이다.

안심하고 소비자들이 사용할 수 있도록 하는 인증제도의 총괄 관리는 난립하는 전통문화상품의 인증제를 개선하고 상품의 질을 담보하고자 하는 것이다. 기존 제도를 확장하여 다양한 영역의 전통문화상품 인증제로서 K-크래프트 제도를 다듬어 기획할 필요가 있다.

또한 전통문화 분야 한류 IP 활용 확대하는 방안이 고려되어야 한다. 전통장인과 협업을 하여, 한류IP를 모티브로 한 전통문화상품(한복, 한지 등) 개발하는 등 국내외 관심도를 제고하는 것이 요구된다. 구체적으로 생산자, 제조방법 및 원산지, 제조일자 등 제반 사항을 표기하고, 상품 또는 제작업체에 대해 일정 요건을 심사하는 등 문화상품의 신뢰성과 가치 향상을 위한 공공 기관의 인정 제도로 정립되어 향후 전통문화시장의 기반을 형성할 수 있을 것이다.

마. 전통문화의 산업표준화 필요

전통문화산업법 6조에 따라 실태조사를 해야 하고 시행령 제3조에 따라 관련 분야의 생산, 유통, 판매 현황 및 종사자 현황 조사를 2년마다 실시하도록 되어있다. 관련 분야별 실태가 파악되고 통계에 근거한 과학적 정책 수립이 요구된다.

특히 전통문화산업 육성 필요성이 인정되는 전통문화 분야 및 각 분야의 공정 단계별 산업 시장을 표준 분류체계로 관리가 필요하다. 이는 전통문화 분야별 특성에 맞게 산업 분류체계를 수립(제작, 유통, 서비스, 체험, 교육 등) 하여 맞춤형 산업정책 추진할 기반이 되는 것이다.

〈표 5-3〉 산업발달 단계 기준으로 전통문화산업 수준 측정

| 산업화 수준 | 제조업 | 한지 | 한복 | 한식 | 공예 |
|--------|-----------|----|----|----|----|
| - | 사람 제작 | ○ | | | ○ |
| 표준화 | 일부 기계 도움 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 대부분 기계 제작 | | | ○ | |
| 대량생산 | 완전 기계제작 | | | | |

〈표 5-4〉 전통문화산업 상품/서비스

| 규모 수준 | 서비스업 | 한지 | 한복 | 한식 | 공예 |
|-------|----------|----|----|----|----|
| 小 | 소비자 서비스업 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 大 | 공급자 서비스업 | | | ○ | |

설명: 전통문화산업의 경우 대부분 생활소비재 중심, 소비자 서비스업에 편재되어 있다.

전통문화상품 품질향상 및 소비자 권익 증진을 위하여 일부 상품에서 전통문화상품의 품질표시제도가 실시되고 있다. 그러나 확대 및 품질의 신뢰성 확보를 위해서 필요한 기준의 구체성 미흡, 제재 장치 부재 및 추진체계 미비 등으로 인해 여러 어려움을 겪고 있는 상황이다. 표준 설정의 가능성 및 필요성이 인정되는 분야를 대상으로 관리 체계 마련 및 우수업체에 대한 인센티브 지원이 필요한 시점이다.

전통문화산업의 확장을 위해서는 표준화가 필요하다. 표준화의 미흡으로 전통문화상품에 대한 신뢰도가 하락하여 소비가 감소하고 시장이 축소되는 악순환이 지속될 수 있는 것이다. 또한 전통문화상품의 시장가격이 대량생산 상품의 가격에 비해 상대적으로 높게 형성되어 있는 단점이 극복되어야 한다.

바. 추진체계 정비

전통문화산업관련 내용들이 부처별 혹은 분야별로 분절된 추진이 되고 있다. 이러한 분산된 체계 보완 위해 국무총리 소속으로 전통문화산업진흥위원회가 신설될 필요가 있다. 전통문화산업진흥위원회는 기능적인 측면에서 기본계획의 수립·추진에 관한 사항, 전통문화산업 진흥 정책의 총괄 조정, 전통문화산업 진흥 정책의 개발과 자문, 전통문화산업의 지역별 특성화에 관한 사항 등 심의하도록 하는 것이다. 또한 전통문화산업진흥

위원회의 원활한 운영을 위해 차관조정회의를 신설하여 안전과 관련된 중앙행정기관에서 차관급 위원들이 참석하여 협의할 필요가 있다.

지역에서는 지역별 전통문화 특화 산업 육성을 위해 기본계획과 연계하여 광역지자체별 시행계획 수립 및 시행하는 방안이 검토될 필요가 있다. 지역의 경우 특히 쇠퇴 중인 지역의 전통문화 자원을 활용하여 지역을 좀 더 활성화하거나 특화사업들을 추진될 수 있도록 인프라를 구축하는 정책이 필요 하다. 제4장 제1절의 설문조사 내용 중 전문가 의견에서 ‘지역발전 연계 정책 및 산업 클러스터 조성’이 타 정책 보다 시급성이 높은 사업으로 나타났다.

예를 들어 지역별로 경북 상주에서 전통 한복 개발, 전주에서 한옥 체험행사, 원주에서 한지 교육 및 연구, 부산에서 패션 융합 한복디자이너 발굴 및 창업, 전남에서 지역 천연염료 활용 한복 상품개발 등이 모색될 필요가 있다.

그리고 지역별로 전통문화자원의 효과적 활용 및 정부와 지자체 간 유기적 협력을 위해 정부-전통전담기관-광역지자체 간 정책협의제도 고려할 만하다.

현재 유명무실한 전담기관의 역할에 대해 새로운 기관 설립 및 전문기관의 새로운 지정이 모색될 필요가 있다. 새로운 전담기관을 통해 전통문화산업의 종합적·체계적 육성 및 효율적 사업 수행을 위해 전통문화산업 분야 기능별로 추진체계를 구축하여 운영하는 것이 다각적으로 검토되어야 한다.

3. 주요 창출과 시장 형성

가. 시장과 소비자 참여 촉진

제4장 제1절 설문조사 결과 일반인들은 소비자 구매 촉진 방안 중 중요성과 시급성이 모두 높은 방안으로 ‘일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급’과 ‘품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리’, ‘다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화’, ‘시장 확대를 위한 다양한 가격대 형성’을 말하고 있으며 전문가들 경우는 ‘온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원’과 ‘다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화’, ‘판매·유통구조의 안정적인 보급시스템 확보’를 이야기 하고 있음을 확인하였다.([그림 4-18], [그림 4-32])

전통문화상품의 시장 개척을 위해서 현대적 감각 및 대중적인 상품성을 갖추는 것이

필요하다. 전통문화 전수품 그대로는 변화하는 환경 속에서 마케팅과 상품화는 한계가 있다. 수요자적 사고방식, 마케팅은 전통문화의 변형 불가피한 상황이다. 대중적인 상품의 특성에 맞추려면 전통문화의 원형을 응용하거나 변형이 필요한 것이다.

전통문화의 산업화, 마케팅적 접근은 전통문화의 변형과 응용을 통해 대중적인 상품을 공급하는 것이 요구된다. 소비자에게 어필할 수 있는 상품은 대중적인 호감도 및 종류에 따라 변형의 정도가 달라질 수 있으며, 원형의 버전 2.0, 3.0 등을 만들 수 있도록 추진되어야 한다.

실제로 많은 스타트업체들이 기술을 활용해 전통기술을 현대적으로 재해석하고 있다. 전통 민화예술과 디지털 도구를 결합하여 놀라운 디지털 판화를 만들기도 하면서, 그 과정 속에서 디지털화를 통해 더 넓은 소비자에게 다가가 이전에는 불가능했던 맞춤형 옵션을 제공할 수 있다. 독특하고 수제 제품에 대한 수요가 커지면서 이를 특화하는 업체들이 등장하고 있다.

전통 장인들의 과제 중 하나는 더 넓은 시장에 도달하고 잠재 고객과 연결해야 하는 것이다. 전통장인들이 자신의 작품을 선보이고 이들의 공예를 소중히 여기는 소비자와 직접 연결할 수 있는 플랫폼을 제공함으로써 이러한 공백을 메울 수 있다. 온라인 마켓플레이스를 통해 시대를 초월한 작품의 아름다움과 장인정신을 감상하는 고객들과 직접 수제 제품을 선보이고 연결할 수 있다. 성공적인 연결은 장인들에게 공정한 보수를 보장할 뿐만 아니라 각 작품에 있는 기술과 헌신을 이끌 수 있다. 이러한 방안은 전통적인 장인 정신을 되살릴 뿐만 아니라 전통 제품을 가치 있게 여기고 소비하는 방식을 정착시킬 수 있을 것이다.

전통문화상품의 새로운 유통채널을 다각적인 모색이 요구된다. 설문조사 결과에서 나타났다듯이, 백화점, 전통문화상품 전용 숍, 온라인 숍 설치 그리고 오프라인의 매장을 가지고 브랜드를 구축한 경우에 온라인 창구운영 등이 많은 소비자의 수요를 촉진할 수 있을 것이란 의견을 확인할 수 있다. 시장을 개척할 수 있는 전자상거래 플랫폼과 소셜 미디어를 통해 장인들은 수제 독특한 제품의 가치를 높이 평가하는 고객에게 다가갈 수 있고 글로벌 관객과 연결하는 데 도움을 줄 수 있다.

전자 상거래 플랫폼을 통해 온라인 존재감을 구축함으로써 장인들은 지역 사회 외부의 고객에게 다가갈 수 있다. 그들은 자신의 웹사이트를 만들거나 온라인 마켓플레이스에 가입하여 자신의 기술을 뽐내고 잠재 구매자와 연결할 수 있다. 전자 상거래 외에도

장인들을 위한 소셜 미디어 플랫폼은 그들의 기술을 홍보하고 청중과 연결하는 데 매우 귀중한 도구가 될 수 있다. 장인들은 인스타그램, 페이스북, 핀터레스트와 같은 플랫폼을 사용하여 진행 중인 작업을 선보이고, 전시무대 뒤에서 이야기를 공유하고 충성스러운 팬층을 구축할 수 있다. 소셜미디어를 활용함으로써 장인들은 브랜드 인지도를 높일 수 있을 뿐만 아니라 고객과 개인적인 접점을 구축하고 가치 있는 피드백을 받을 수 있다. 데이터의 힘을 이용해 데이터 분석은 장인에게 고객 선호도, 구매 패턴 및 시장 동향을 분석함으로써 제품 및 마케팅 전략에 대해 정보에 입각한 전략이 가능할 것으로 판단된다.

나. 공공의 간접 지원

우선적으로 전통상품에 대한 세제지원이 필요하다. 제4장 제1절 설문조사 결과 전문가들이 판단한 공급확충 방안을 살펴보면, '세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화'(평균 76.3점)를 중요하게 판단하고 있음을 확인 할 수 있다. 한복 구매·대여 등 전통문화상품 및 서비스 구입을 문화비 소득공제에 포함하여 전통문화 소비에 대한 실질적 인센티브 제공하여 수요를 창출할 필요가 있다. 근로소득자가 신용카드 등으로 사용한 금액에 대해 연간 300만원 한도 내에서 소득공제가 가능할 것이다.

다음으로 구매 촉진을 위해서 장인이 제작한 고가의 공예품 등 전통문화상품에 대해 선물용 구매를 촉진하기 위한 청탁금지법 가액 범위 확대 검토가 요구된다. 자문회의에서 다수 위원들이 지적했던 사항으로, 농수산품의 경우 선물가액이 다른 상품 대비 1.5배로 예외를 두고 있는 점 등 고려하여 문화상품의 상한액을 높일 필요가 있다.

또한 고향사랑기부제 답례품 구성에 전통문화상품 항목 신설하여 답례품에 적합한 수요 맞춤형 전통문화 상품개발 지원될 필요가 있다. 고향사랑e 홈페이지 내 답례품에는 관광서비스, 농축산물, 수산물, 가공식품, 생활용품, 지역상품권 등이 있는 바, 전통문화상품의 구매 활성화는 지역고향의 경제 활성화에도 보탬이 될 수 있다.

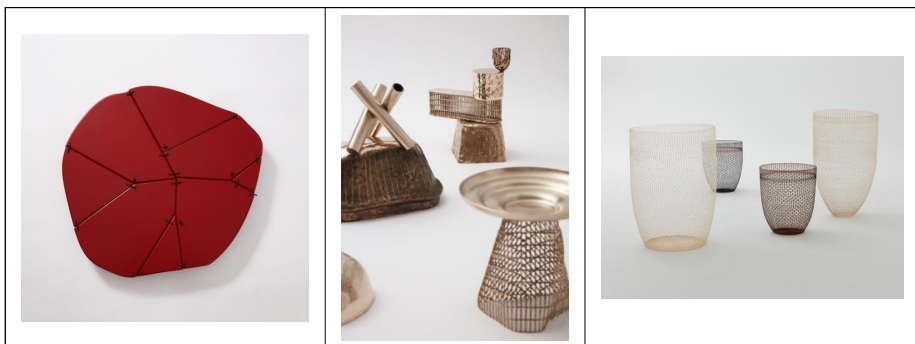
전통산업의 주요 사회 경제적 영향 중 하나는 일자리 창출과 지역 사회의 경제 성장 촉진할 수도 있다. 지역 장인들에게 그들의 독특한 제품을 만들어 고용 기회를 제공하고 소비자는 간접적으로 지역 경제의 성장에 기여할 수 있다.

다. 지역전통문화산업을 위한 크로스 크래프트 사업 구상

지역 장인으로부터 전통 물품을 구입하면 수입을 보장할 뿐만 아니라 세대를 거쳐 전해져 온 전통 공예기술을 보존하는 데 도움이 된다. 전통사업은 대대로 기술을 연마한 지역 장인들에 의존하여 소규모로 운영되어왔다. 이에 전통문화 업체 간의 협력을 활성화하여 혁신적이고 독특한 제품을 생산할 수 있어야 한다. 분야별 전문가들이 전통 공예품에 힘을 모아 더 넓은 관객에게 어필하는 동시대 상품을 만들고 정형화된 공정과정에 새로운 생명을 불어넣을 수 있다. 예를 들어 도자기업과 섬유 분야 간의 협력, 도자기와 정교한 직물 패턴 간 결합 등이 있을 수 있다. 이를 통해 신선한 아이디어와 혁신적인 디자인을 소개하는 동시에 전통적인 장인 정신을 현대화 상품으로 그 격조를 높일 수 있을 것이다. 이러한 협업은 제품의 가치를 높일 뿐만 아니라 다양한 분야의 장인들이 서로 배우고 아이디어를 교환하도록 장려할 수 있다.

또 다른 접근법은 현대 디자이너들과 협업하는 것이다. 전통영역에서 디자이너 및 스타일리스트와의 파트너십을 통해 혜택을 받을 수도 있다. 이러한 파트너십은 장인들이 자신의 기술을 더 넓은 청중에게 선보이고 장인 정신을 인정받을 수 있는 플랫폼을 제공할 수 있다. 유명 브랜드업체 및 디자이너와 파트너 관계를 맺음으로써 사업체는 보다 많은 소비층을 넓힐 수 있고 전통공예에 대한 인식을 높일 수 있다. 제4장 제2절 전문가 의견 조사에 따르면 민간기업과의 협업 노력을 지속적으로 시도해야 하며 현재 많은 기업들이 ESG, 사회공헌활동 등의 이름으로 지원사업을 추진하고 있음을 알 수 있었다. 특히 전통문화 영역 지원에 다양한 지원이 예상된다.⁵⁸⁾

[그림 5-3] 2022년 이탈리아 디자이너+한국 장인 협업



58) 민간기업과의 다양한 협업 시도가 필요하며, '카카오', '아모레 퍼시픽' 등은 관련 지원사업을 추진 중이다.

라. 전통문화산업 분야의 국제교류확대

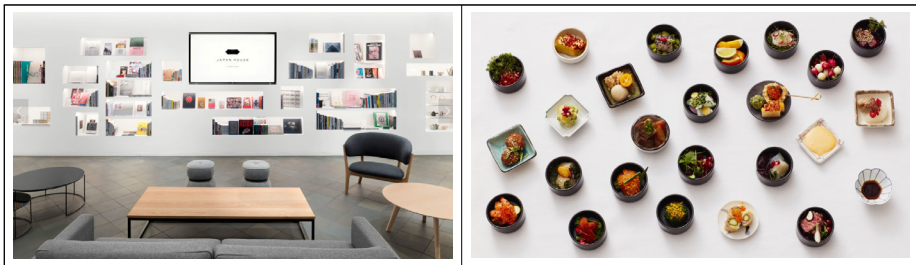
한류로 확대되고 있는 글로벌 시장과 관련하여 주요 국제행사에 대해 한복·한지·한식 등 전통문화 전시·체험 행사를 개최하여 적극적으로 홍보 효과를 극대화하는 것이 필요하다. 얼마 전 파리올림픽을 계기로 K-콘텐츠 종합 홍보의 장인 코리아하우스 내에서 전통문화 전시 행사를 개최함으로써 타 분야와의 유기적 연계를 통한 시너지 효과 제고한 바 있다. 이처럼 전통문화 콘텐츠 전시·체험 행사를 개최함으로써 홍보 효과 제고하는 것이 요구된다. 제4장 제1절 설문조사 결과 전문가들은 전통문화상품 공급 확충 방안 중 중요성에 평균 76.7점을 시급성에 평균 74.6점을 주고 있다.([그림 4-35], [그림 4-36])

그 과정에서 분야별 한복·한지·한식 등 분야별 특성에 맞는 해외홍보 추진이 필요하다. 한복의 경우, 세계 4대 패션 위크(뉴욕, 런던, 밀라노, 파리)에서 선정된 우수 한복 디자인 브랜드 패션쇼를 개최하는 데 적극 지원하거나, 한지의 경우, 아시아 3개국 간 지속적인 네트워크를 통해 제지 포럼 및 전시를 개최하여 한지 문화교류 기반 마련할 필요가 있다. 한식의 경우, 현지 유명 셰프, 요리학교 전문가, 인플루언서 등을 통해 해외홍보 캠페인을 적극 활용하거나, 현지인 대상 한식문화 전시·체험행사 및 한식문화 클래스를 진행함으로써 한식문화를 보다 세계화하는 데 도모할 수 있을 것이다. 공예의 경우, 주요 국가에서 한국공예 쇼케이스 개최 및 주요 박물관 미술관 등과 협력 전시를 통해 한국공예를 보다 친숙하게 하는 공간을 확산할 필요가 있을 것이다.

재외문화원 등 해외 주요 거점을 활용한 전통문화 확산이 강화될 필요가 있다. 재외문화원 인프라 및 세종학당, 한국관광공사(해외지사), 콘텐츠진흥원(해외비즈니스센터) 등 유관기관의 국외 거점을 활용하여 전통문화 체험 기회 확장이 구체화 되어야 한다.

일본의 “JAPAN HOUSE”가 일본 문화의 트렌드를 선보여 혁신적 국가브랜드를 알리는 데 중점을 두며, 디자인·음식건축·공예·기술 등 현대 일본문화 홍보 및 비즈니스 공간 운영을 통해 일정한 성공을 거두고 있다. 코리아 하우스 등의 확대를 통해 해외 주요 한류 국가에 국가 브랜딩 확산 및 문화교류 실현이 추진되어야 한다.

[그림 5-4] 런던 저팬하우스



전통기업의 경우 국제시장의 판로를 찾기 어려운 것이 현실이다. 따라서 중앙정부 차원에서 전통 창업기업의 전통문화 상품·콘텐츠에 대한 전시·홍보를 지원하거나, 타 분야 해외 거점센터(관광공사 해외지사, 콘텐츠진흥센터) 등과 연계하여 전통 문화기 해외 판로개척 컨설팅 지원이 필요하다. 또한 공모를 통해 전통문화기업을 선발하여, 국제 투자유통·창업 행사를 참가 지원하여 홍보 및 투자유치를 지원하는 방안이 보다 확대될 필요가 있다.

4. 인적자원의 인프라 확립

가. 종사자 대상 프로그램 운영

전통문화산업에서 전문교육을 수행한 인력자원이 안정적으로 시장에 진출하고 체계적으로 활동할 수 있는 기반을 마련하는 것이 중요하다. 현재 관련 종사자와 미래 예비종사자로 구분하여 이에 대한 인프라 확보가 필요하다. 제4장 제1절 설문조사 결과 전문가들은 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움 중 인력확보 어려움(12.5%)을 들고 있으며, 전통문화상품 공급 확충 방안 중 중요성과 시급성이 모두 높은 방안으로 ‘전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고’를 언급하였다.([그림 4-37])

예비종사자 그룹의 경우, 전통문화산업 분야에 진입을 희망하는 청년을 대상으로 현장 중심 창업 및 취업교육을 통해 인재를 육성하는 방안이 요구된다. 구체적으로 전통문화기획자 양성 과정을 운영하여 전문가 특강 및 팀 프로젝트를 통해 멘토링을 지원하고 제품 제작 및 행사 등 연계하는 것이 고려된다. 전통문화의 전수 과정으로서 장인커뮤니

티와 긴밀히 협력할 필요가 있다. 미래세대를 위해 지역 장인들과 전통 장인정신을 체험할 수 있도록 전통문화 사업체 현장탐방, 현장실습 등 현장경험 기회와 네트워킹을 제공하여 예비 취업 및 창업자의 진로 설계 및 직무 준비 지원하는 것이 설계되어야 한다.

경력을 갖춘 종사자의 경우, 전통문화산업 분야 경력 10년 이상의 경험성을 기반으로 오늘날 현대트렌드의 파악 및 경영관리 관련 재교육을 통해 역량을 실질적으로 강화해야 한다. 우선적으로 전통문화 분야의 매개인력을 육성하기 위해 영역을 담당할 수 있는 대학들에 전통문화 및 문화예술 매개 전문과정 개설을 지원하는 것을 구체화해야 한다.

그리고 박물관, 미술관 등의 전통문화 관련 전문가와 예비 창업자 간 합동 워크숍 등을 개최하여 매개인력 육성 기반 조성할 필요가 있다.

현장 수요에 대응하기 위해 전통문화 분야 장인, 기업, 예비 창업자, 매개인력 등 현장의 기술 애로 발굴·해소를 위해 전통문화 기술협력 네트워크 구축하는 방안이 설계되어야 한다. 전통문화산업계가 겪는 재료수급 한계, 낮은 생산성·가격경쟁력 등 기술 애로 해결을 위한 정보 교류의 장이 마련되어야 한다.

나. 지자체와 대학의 협력 기반 확충

훈련 프로그램에 있어서 젊은이들에게 이러한 전통을 이어가는 데 필요한 구체적인 기술을 제공하도록 분야별, 단계별로 설계될 수 있다. 교육과 훈련을 제공함으로써 지역 기금은 이러한 공예와 기술이 대대로 계속 전승되도록 도울 수 있을 것이다. 전문 교육에 대해 미래 세대들이 전통기술의 복잡성을 배우고 자격을 갖춘 실무자가 될 수 있도록 될 뿐만 아니라, 숙련된 장인과 젊은 훈련생을 결합하여 지식 전달을 촉진하고 사업장 내에서 자연스럽게 공동체 의식을 발달시키는 과정이 체계화 될 필요가 있다. 실습 경험과 멘토들의 지도를 통해 교육생들은 자신의 기술을 다듬고 전통 기법을 이어갈 수 있는 것이다. 공동 워크숍을 통해 분야별 협업이 필요하다. 제품 개발을 넘어 여러 영역의 장인 지망생들과 교류협력하는 공동 워크숍과 교육 프로그램을 구성할 수 있다.

지역을 중심으로 대학 및 관련 기관의 지원을 기반으로 전통문화자원 활용도 증대될 필요가 있다. 전통문화 특화지역으로 전주, 안동 등 전통문화자원이 풍부한 지자체 및 대학과 연계하여 관련 전통문화산업 육성 반영이 마련되어야 한다.

대학이 지역혁신의 허브가 될 수 있도록 지원하여, 위기에 처한 지역과 대학의 동반

성장을 도모하는 체계가 기획되어야 한다. 지자체 발전전략 설계와 대학의 기술개발 인재양성의 협력 추진체계를 통해 각 시도에서는 전담 조직 및 지역별 RISE 센터, 지역고등교육위원회 등 지역사업 교육 추진체계를 구축하는 인력 양성 체계가 필요하다.

산업계의 신규 우수 인재 확보를 위해 각 지자체 소재 대학과 연계한 단기강좌(마이크로디그리, 계절학기 학점이수 등) 개설·운영되어야 한다. 대학 관련학과 및 학내 취창업 프로그램을 연계하여 학재 간 융합 실무 교육을 통한 학위(학점) 인증 교육과정 운영 지원이 구체적으로 제시될 필요가 있다. 또한 전통문화 교육기관, 산업계 등 산·학·연 협력 기반으로 융합 인재 양성을 위한 특화프로그램을 마련하여 전통기업 종사자 대상, 산업 현장 공통기술(분석·평가, 품질관리 등) 및 산업특성화 기술 재교육이 제시되어야 한다.

협업은 지망생 장인들에게 기술을 소개할 뿐만 아니라, 기존 장인들에게 기술을 다듬고 새로운 기술을 배울 기회를 제공한다. 이와 같은 협업은 지속적인 학습 문화를 조성하고 기술을 개발함으로써 전통기술의 보존과 발전에 기여할 수 있다. 이와 같은 요구는 제4장 제2절 전문가 자문회의 내용을 통해 확인할 수 있으며 거점 공간 마련 필요(협력업체 집적으로 생산 효율성 향상)와 경영 교육 및 전문 인력 양성 등의 내용을 정리되었다.

요약하면, 전통 공예품 보존을 위해서는 협업과 파트너십이 필수적이다. 장인 네트워크를 구축하고, 크로스 크래프트 협업에 참여하고, 파트너 관계를 맺고 협력관계 네트워크를 조직함으로써 전통문화산업의 진흥을 위한 시너지 효과를 창출할 수 있다.

다. 전통 전문 인력의 협력교류 촉진

전통분야의 협력사업이 활성화하기 위해서는 관련 인적 자원에 대한 정보의 확보가 선행되어야 한다. 분야별 전문성이 있는 전문 인력의 경우 그 수가 제한적이며, 전문성을 쌓고 경력을 누적할 만한 기관 또한 부족하다. 전통문화산업분야 내 인적자원의 협력교류가 활발하게 이루어지기 위해서는 인적자원을 정보화하기 위해 전문 인력 데이터 구축을 선행하고 이에 대한 정보제공이 함께 이루어져야한다. 제4장 제2절 전문가 자문회의 내용에서 전통문화 아카이빙, 전통문화산업 인력 해외 진출 지원, 문화 ODA사업 추진 등이 제안되었다.

전문 인력의 축적과 관련하여 분야별, 지역별 등으로 구분하여 데이터베이스를 이룰

경우에 분야별 협력을 위해 수요가 생길 경우 적합한 인재를 추천하는 형태로 기능할 수 있을 것이다.

전통문화산업관련 조희시스템은 기존 인간문화재의 영역을 넘어서 다양한 전통산업 인재 DB를 기초하는 것으로, 박물관 및 지역 내 문화유산인재에 대한 수요를 위한 자료로 활용이 될 수 있다. 또한 협력교류 사업으로 경험과 전문성이 있으나 경력 단절 등의 사유로 실무를 중단한 전문 인력을 축적하여 프로젝트에 기반을 둔 인적 지원을 할 수도 있으며, 혹은 전통인력들 간의 새로운 네트워크를 형성하여 전문기술을 개발하거나 사업화를 추진하는 등의 네트워크 기반 협력 교류사업도 추진이 가능하다.

정보는 전적으로 개인정보를 토대로 구축되기 때문에 개발하는 과정에서 상호 협력이 검토되어야 할 것이며, 정보의 접근 권한과, 정보의 활용 범위 등을 함께 검토해야 한다. 분야별 전문성과 지역의 근무 여건을 고려하여 추진할 수 있는 방안을 마련하는 것이 필요하다고 볼 수 있다.

5. 재원 및 금융 지원시스템

가. 전통문화산업 재원 지원

현재 한국공예·디자인문화진흥원에서 진행하고 있는 재정지원 사업의 형태를 보이는 것은 크게 전통문화혁신이용권제도, 창업육성 지원 사업이 있다. 창업육성지원사업은 오늘 전통 초기창업, 오늘 전통 도약기 창업으로 구분된다. 전통문화산업의 재정 지원 내용과 함께 정책자금의 이해를 통해 전통산업의 재정 지원 방법에 대해 논의하고자 한다.

① 기존 전통문화산업 재정 지원- 전통문화산업혁신이용권 제도 한계

한국공예·디자인문화진흥원의 전통문화 혁신이용권은 전통문화 관련 중소기업과 소상공인의 판로 개척 및 역량 강화를 목표로 하여 전통문화산업을 현대화하고 미래 고부가가치 산업으로 성장하도록 돕는 사업이다. 이 사업은 국내외 전통문화 관련 업종을 영위하는 중소기업과 소상공인을 대상으로 하며, 전통문화산업의 기술혁신에 필요한 서비스를 바우처 형태로 지원한다. 이를 통해 수요기업은 역량을 강화하고, 공급 기업은 새로운 판로를 개척할 수 있는 기회를 얻을 수 있다. 하지만 전통문화혁신이용권 사업은

바우처 형식의 사업으로 장점과 단점이 존재한다.

전통문화혁신이용권 제도의 장점으로 첫째, 맞춤형 지원 형식을 갖는다. 바우처 형태의 지원금을 통해 수요기업이 필요한 서비스, 기술을 구입할 수 있고, 기업이 실제 필요한 부분에 투입이 가능하다. 이를 통해 수요기업은 경쟁력을 강화할 수는 있다. 둘째, 판로 개척 기회라 된다. 공급 기업은 자사 상품과 서비스를 수요기업에 제공할 수 있는 기회를 얻기 때문에 매칭이 잘 이루어진다면 누이 좋고 매부 좋은 관계를 형성할 수 있다. 이런 장점에도 불구하고 단점이 존재 한다. 첫째, 관리가 복잡하다. 이 사업은 수요 기업과 공급기업의 매칭, 바우처 사용 내역 관리, 효과 분석, 결과 평가 등 다양한 행정 업무를 발생 시킨다. 이를 사업 주체의 피로로 작용하여 사업 확충에 장애물이 될 가능성이 매우 높다. 둘째, 지원의 제한이 있다. 이용권 금액, 사용처에 규제가 생길 수 있어 기업의 니즈를 모두 만족 시키지 못할 가능성이 있다. 특히 장기 프로젝트, 대규모 프로젝트의 경우 이용권은 한계가 명확하다. 셋째, 부정사용의 가능성이 있다. 바우처의 관리가 부실할 경우, 도덕적 헤이가 발생할 수 있고 이는 공적자본의 운용의 비효율로 이어질 가능성이 있다.

② 기존 전통문화산업 재정 지원- 창업육성지원사업 한계

창업육성지원사업은 ‘청년 창업육성 지원 사업’과 ‘창업 도약기업 지원 사업’으로 구분된다. 전통문화 청년 창업육성 지원 사업은 전통문화 분야에서 청년 창업가의 산업 진출을 확대하고 전통문화산업의 활성화 기반을 조성하기 위한 목적으로 운영된다. 이 사업은 창업 3년 미만의 전통문화산업 초기창업기업과 예비창업자를 대상으로 하며, 기술창업의 경우 만 49세 이하까지 지원이 가능하다. 사업 내용으로는 전통문화 창업기획자(엑셀러레이터, AC)를 발굴하고, 청년 초기창업기업을 선정 및 지원하는 것과 더불어, 청년창업 아이디어 공모전 개최 및 수상자 지원, 창업기업 프로모션 지원 및 우수 창업기업 시상 등이 있다.

창업 도약기업 지원 사업은 전통문화 분야의 창업 지원을 통해 중견기업의 자생력을 강화하고 전통문화산업의 활성화 기반을 조성하고자 한다. 이 사업은 창업 3년에서 7년 사이의 도약기 창업기업을 대상으로 하며, 전통문화 창업기획자(엑셀러레이터)를 발굴하고, 도약 기업을 선정하여 지원한다. 또한, 창업기업의 프로모션을 지원하고 우수 창업기업을 시상하여 이들의 성장을 촉진을 목적으로 한다.

이 사업들은 실업문제 완화, 혁신과 창의성 촉진, 지역 경제 활성화, 산업네트워크 강화 등의 장점을 가지고 있지만 한계가 명확하다. 지속가능성이 상대적으로 떨어지며, 지원의 일관성 부족, 단기적 성과 강요, 경력기관의 정책 지원금 사냥 등의 부작용이 있다.

기존 전통문화산업 재정 지원 방식은 고도화될 필요가 있으며, 그 방향성은 대표적 정책자금인 출연금, 보조금, 융자금을 활용하는 방식이 되어야 한다.

나. 전통문화산업 재정 지원 방향

① 정책자금 종류

정부 정책자금은 시장성, 기술력, 가능성 등을 가지고 있으나 담보력이 부족한 기업을 지원하여 기업 역량을 강화하는데 도움이 될 수 있도록 지원하는 ‘돈’을 말한다. 중소기업을 대상으로 하는 정책자금은 융자, 출연, 보조, 보험, 보증, 출자 등의 여러 가지 방식이 있다. 정부와 지자체, 중소벤처기업진흥공단, 소상공인시장진흥공단, 신용보증기금, 기술보증기금 등에서 다양한 방식으로 지원된다. 이중 대표적인 정책자금은 출연금, 보조금, 융자금이다.⁵⁹⁾

〈표 5-5〉 정책자금 비교

| 구분 | 설명 | 요건 | 비고 |
|-----|-------------------------------------|---|---------------------------|
| 출연금 | 무이자, 무담보, 무상환 조건으로 출연한 기금 | 중소기업 기술 개발 사업과 창업 지원 사업으로 기술력이 있고 사업성이 있는 기업을 대상으로 연구개발비와 사업비를 지원하는 자금 | |
| 보조금 | 국고에서 지원하는 다양한 사업 | 국가나 지방단체가 행정상의 목적을 달성하기 위해 지원하는 자금으로 기업보조금은 기업의 새로운 아이디어 실현을 위해 자금을 지원하고, 혁신 및 기업가 정신을 장려하며, 경제를 활성화하기 위해 제공하는 재정지원 | 청년 일자리 도약장려금, 고령자 고용지원금 등 |
| 융자금 | 중진공, 소진공, 신보, 기보, 보증재단의 직접대출 및 융자보증 | 은행이나 금융기관의 대출보다 낮은 2~4%대 저금리이고 장기 상환기간을 확보하므로 사업 초기단계에 아이디어를 제품화하여 수익을 내기 위한 안정적 자금조달 방법 | 운전자금과 시설자금으로 구분 |

출연금은 연구소요경비로 기술발전을 위해 정부가 R&D사업을 민간에 위탁하며 지급하는 지원금을 말한다. 사업화자금은 창업기업의 아이디어 개발 및 사업화를 위한 지원

59) 기업마당, K-Startup, 올댓비즈, 소상공인마당, 중소벤처기업부의 중소·중견기업 지원시책, 중소기업 기술혁신 지원 사업 통합공고 사이트 등 공지

금이다. 보통 무담보, 무보증, 무이자로 출연금의 10%를 상환하는 것이 일반적이며, 무상환인 경우에는 기술개발완료시 정부에 기술료를 따로 납부해야 하는 경우도 있다. 지원금의 규모가 큰 만큼 선정기준도 까다로우며, 관제 완료 후 관리도 다른 지원금에 비해 엄격하다.

보조금은 중소기업, 소상공인 대상 국내·외 마케팅, 컨설팅, 특허, 기술보호, 교육, 인력 등 부문에 지원되며 상환을 요구하지 않고, 담보나 보증 또한 필요하지 않다.

지원은 규모 작은 만큼 기준이 출연금에 비해 덜 엄격하여 사업을 키우는데 많은 도움이 될 수 있다. 중앙정부 뿐만 아니라 지자체, 각종 중소기업지원기관에서도 많이 시행하기 때문에 이를 통해 업력을 쌓는 등의 기회로 활용이 가능하다.

용자금은 현재 양산단계에 있거나 매출이 있는 기업에 유리한 정부 재정 지원형태로 매출 발생, 사업화, 양산화를 통한 수익 등이 중요하다.

② 중소기업 정책자금 지원

중소기업 정책자금 지원 사업의 종류는 다양하다. 정책자금용자, 혁신창업사업화자금, 신시장진출지원자금, 신성장기반자금, 재도약지원자금, 긴급경영안정자금 등이 있으며 중기부와 중소벤처기업진흥공단⁶⁰⁾에서 관리한다.

〈표 5-6〉 중소기업 정책자금

| 구분 | 내용 | 비고 |
|-----------|--|----|
| 정책자금용자 | 용자(4조 4,632억 원), 이차보전(9,243억 원) 규모, 기업 성장단계별 특성과 정책목적에 따라 5개 세부 자금으로 구분하여 운영 | |
| 혁신창업사업화자금 | 우수한 기술과 사업성은 있으나 자금이 부족한 중소, 벤처기업의 창업을 활성화하고 고용창출을 도모하는 사업입니다. | |
| 신시장진출지원자금 | 중소기업이 보유한 우수 기술·제품의 글로벌화 촉진 및 수출인프라 조성을 위한 생산설비 자금을 지원하여 기술기반 수출 중소기업을 육성하는 사업입니다. | |
| 신성장기반자금 | 사업성과 기술성이 우수한 성장유망 중소기업의 생산성 향상, 고부가가치화 등 경쟁력 강화에 필요한 자금을 지원하여 성장동력을 창출하는 사업입니다. | |
| 재도약지원자금 | 성실 실패기업인에 대하여 신용회복과 재창업에 필요한 운전 및 시설 자금을 지원합니다. | |
| 긴급경영안정자금 | 경영애로 해소 등 긴급한 자금소요를 지원하여 중소기업의 안정적인 경영기반 조성 | |

60) <https://www.kosmes.or.kr>

③ 소상공인 정책자금 지원

소상공인 정책자금 지원 사업은 다양한 형태로 이루어진다. 소상공인은 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 상 소상공인으로 상시근로자 5인 미만 업체를 말하며, 유흥·향락 업종, 전문업종, 금융업, 보험업, 부동산업 등은 제외 된다. 소상공인 정책자금은 중기부와 소상공인시장진흥공단⁶¹⁾이 담당한다.

〈표 5-7〉 소상공인 정책자금

| 구분 | 세부 | 비고 |
|----------|--------------------|-------------------------------|
| 성장기반자금 | 소공인특화자금 | |
| | 혁신성장촉진자금 | |
| | 민간투자연계형매칭융자 | |
| 일반경영안정자금 | 일반자금 | |
| 특별경영안정자금 | 긴급경영안정자금(재해피해) | |
| | 긴급경영안정자금(일시적 경영애로) | |
| | 장애인기업지원자금 | |
| | 저신용 소상공인 자금 | (NCB) 개인신용평점 744점 이하인 소상공인 지원 |
| | 재도전특별자금 | |
| | 청년고용연계자금 | |
| | 대환대출 | |

④ 모태펀드

모태펀드는 매년 예산배정에 따라 투자금액이 결정되는 공급자 위주 투자정책에서 탈피하여 시장 수요를 반영한 회수재원의 재순환 방식으로 안정적 벤처투자재원 공급체계를 마련하기 위해 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」에 근거하여 2005년에 결성되어 운영 중이며, 정책효율성 제고를 위해 투자재원 공급은 정부가 하되, 투자의사결정은 전문기관 "한국벤처투자"가 담당한다.

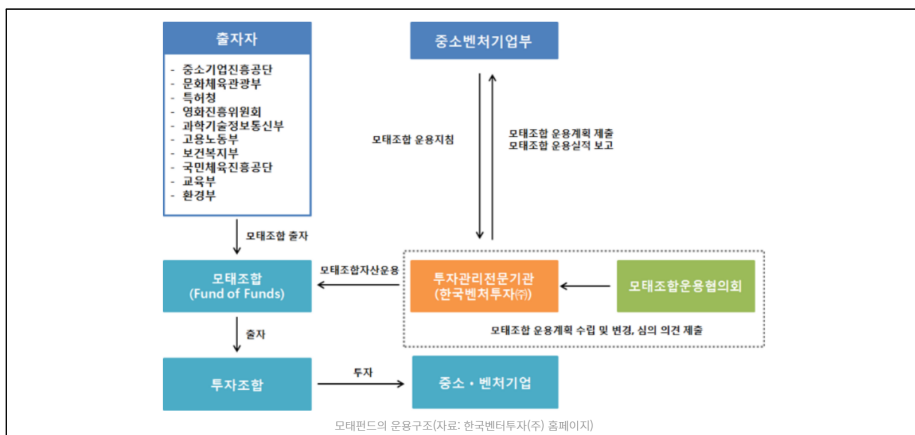
2005년 7월 15일 결성되어 운영기간은 30년(2005년~2035년)이며, 출자자(Limited Partners)로 중소벤처기업부, 중소벤처기업진흥공단, 문화체육관광부, 특허청, 영화진흥위원회, 과학기술정보통신부, 고용노동부, 보건복지부, 국민체육진흥공단, 교육부, 환경부, 해양수산부, 국토교통부가 있다. 펀드 규모는 (2023년 12월 31일 기준)

61) <https://www.semas.or.kr>, 소상공인 육성, 전통시장·상점가 지원 및 상권활성화를 위해 설립된 준정부기관

8조 8,968억 원이다.

주 출자 분야로 중진계정(창업초기, 지방기업, 부품소재, M&A등에 투자하는 펀드), 청년계정(청년창업기업 투자펀드), 혁신모험계정(창업초기기업·혁신성장기업·농수산업 초기기업 투자펀드), 소재부품장비계정(소재부품장비분야 투자 펀드), 엔젤계정(엔젤매칭 투자조합 등 엔젤 투자 활성화를 위한 펀드), 지방계정(지방기업 투자 활성화를 위한 펀드), 문화계정(문화산업진흥기본법에 의한 문화산업에 투자하는 펀드), 관광계정(관광진흥법에 의한 관광업 등에 투자하는 펀드, 스포츠계정(스포츠산업진흥법 상 스포츠산업 산업에 투자하는 펀드), 영화계정(한국영화 등에 투자하는 펀드), 특허계정(발명진흥법에 의한 발명활동의 진작과 발명성과의 권리화 촉진, 우수 발명의 이전알선과 사업화 등 특허기술사업화 기업에 투자하는 펀드), 과기계정(방송법, 전기통신사업법, 인터넷멀티 미디어 방송사업법에 근거한 방송, 인터넷 멀티미디어, 전기통신역무제공 및 서비스 등 방송통신산업분야에 투자하는 펀드), 연구개발특구계정(연구개발특구 소재 기업 투자 펀드), 보건계정(보건산업에 투자하는 펀드), 환경계정(미래환경산업, 미세먼지관련 기업 투자 펀드), 해양계정(해양신산업 관련 기업 투자펀드), 도시재생계정(구도심 도시재생을 목표로 관련 기업 투자펀드), 국토교통혁신계정(국토교통혁신산업 기업 투자 펀드), 교육계정(대학창업, 학생창업 기업 투자펀드)이 있다. 이 중에서 청년계정, 문화계정 등이 전통문화산업으로의 투자가 가능할 것으로 예상된다.

[그림 5-5] 모태펀드 운영구조

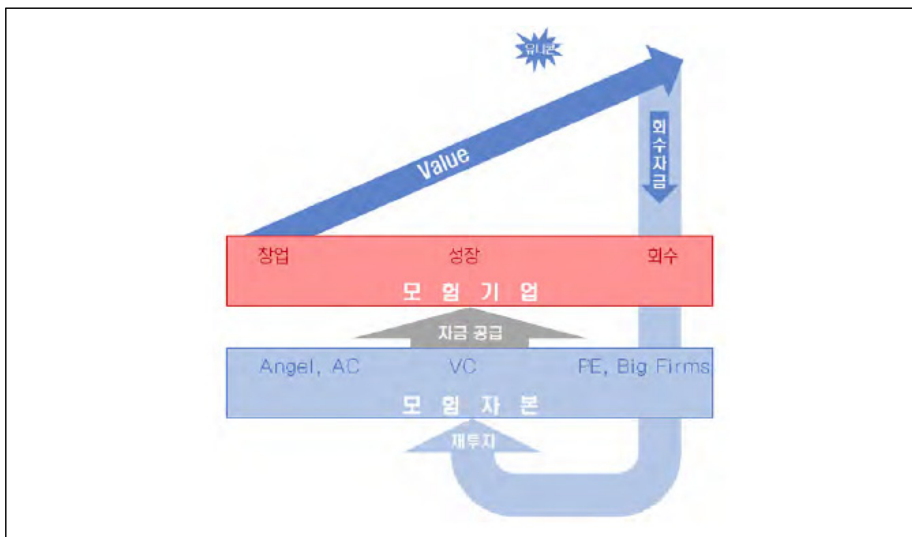


출처: <https://brunch.co.kr/@kultar/44> 재인용

⑤ 민간주도 모험자본 활성화

‘스타트업코리아펀드’는 모태기금(펀드)과 대기업, 은행권, 성공 벤처기업 등 다양한 민간 주체가 공동 출자하는 구조로, ‘스타트업코리아’의 핵심 철학인 ‘민간이 중심이 되는 벤처투자 생태계 조성’을 목표로 한다. 4년간(’24~’27) 2조원 규모 조성을 목표로 하고 있으며, 2024년에는 모태기금(펀드)에서 1,500억 원을 출자해 5,000억 원 이상 조성할 계획이다.

[그림 5-6] 벤처기업 정책의 성장 모형



출처: 나미수·이미순(2024), 민간주도 모험자본시장 활성화 방안, 중소벤처기업연구원.

다. 전통문화산업 자원 및 금융지원 시스템

전통문화산업의 자원 및 금융지원 수준은 타 영역에 비해 부족하다. 이는 산업 규모, 역사, 일자리 생성, 부가가치 발생 등 다양한 원인이 있을 수 있지만, 전통문화산업을 고도화시키기 위해서는 자원 및 금융지원 체계를 선제적으로 구축하는 노력이 필요할 것으로 보인다.

바우처 형식의 전통문화산업혁신이용권은 수요기업이 필요로 하는 서비스와 기술을 직접 선택하여 사용할 수 있게 함으로써 맞춤형 지원의 장점가지고 있으나, 관리의 복잡성 및 부정사용 가능성, 행정업무 과다 등으로 사업 확장이 어려울 수 있다. 또한 관리가

부실할 경우 부정사용 가능성이 있으며, 세금 집행의 비효율이 발생할 수 있다.

창업육성 지원 사업은 청년 창업과 도약기 창업을 지원하는 사람들에게 혁신과 창의성을 촉진하고 지역 경제를 활성화하는 장점을 가지지만, 지원금의 지속성이 부족하며, 단기적 성과에 집중하는 경향이 있어 장기적인 성장에 걸림돌이 되는 한계가 있을 수 있다. 이런 이유로 타 산업 영역에서 활용하고 있는 재정지원 시스템의 활용이 필요하다.

전통문화산업 기업의 성장 단계에 맞는 적실성 있는 재정 지원이 필요하며 특히, 기술력과 사업성을 갖춘 전통문화 혁신기업들이 초기 단계에서부터 안정적으로 성장할 수 있도록 돕는 출연금과 보조금의 활용을 적극적으로 지원하는 것이 중요하다.

현재 콘텐츠 영역에서 많이 활용하고 있는 모태펀드와 민간 자본을 전통문화산업에 활용하는 것도 앞으로 고려할 필요성이 있다. 모태펀드와 같은 공적 기금과 민간 자본의 결합을 통해 벤처투자 생태계를 조성하고, 전통문화산업을 포함한 다양한 산업 분야에 안정적이고 지속 가능한 재정 지원이 이루어질 수 있습니다. 이는 창업 생태계의 활성화와 함께 중소기업의 성장에 큰 기여를 할 수 있을 것을 예상된다.

이러한 재정적 노력은 전통문화산업의 재정 지원이 보다 체계적이고 효율적으로 이루어질 수 있도록 방향을 제시하고, 전통문화산업이 미래의 고부가가치 산업으로 성장할 수 있는 기반을 마련하는 데 기여할 것이다.

6. 창업 지원 및 유통체계 혁신

가. 창업 지원체계 강화

제4장 제2절 전문가 자문회의 결과에 따르면 창업, 유통, 투자 관련 공급지원 확대를 많은 전문가들이 주장하였으며, 이런 인식의 연장선에서 전통문화산업 영역의 창업 친화적 생태계 조성을 위한 다양한 방안이 추진되고 있다. 먼저 성장단계별 기업 육성 방안으로 예비 창업 단계, 초기 창업(창업 3년 이내), 도약기(창업 4~7년 이내) 등 각 단계별로 맞춤형 기업 지원을 확대되고 있다. 전통문화산업 선도기업 육성을 위해 성장세, 매출 증대와 연동된 단기간 집중지원 방식의 패스트트랙 지원 제도를 통해 선도기업 육성을 도모하고 있다. 현재 초기 단계에서는 3년 동안 1억 원을, 도약 단계에서는 2년 동안 1억 원을 지원하고 있다. 재도약 지원 방안으로는 창업 5년 이상의 기존 창업기업 중

정체기에 있는 기업들을 대상으로 면밀한 기업 진단을 통해 기업 체질 변화를 유도하고 있다. 중장년 창업 지원도 중요한 부분으로, 전통문화 분야 창업을 희망하는 만 40세 이상의 중장년 창업가들이 초기 창업기에 안정적으로 정착할 수 있도록 도와 중장년층의 생산성을 강화하고 있다. 이런 노력을 통해 전통문화산업 스타트업들은 창의성을 발휘하고, 전 세대와 소통할 수 있는 전통문화산업 영역 발전의 에너지가 된다.

〈표 5-8〉 창업기업 육성 내용

| 구분 | 내용 | 비고 |
|------------|--|------------------------------|
| 성장단계별 기업육성 | 예비(창업 전)→초기(창업 3년 이내)→도약기(창업 4~7년 이내) 성장단계별 맞춤형 기업 지원 확대 | |
| 선도기업 육성 | 성장세·매출 증대 등과 연동, 단기간 집중지원 방식의 패스트트랙 지원*을 통한 선도기업 육성 도모 | 초기(3년, 1억 원) 도약(2년, 1억 원) |
| 채도약 지원 | 기존 창업기업(창업 5년 이상) 중 정체기 기업 대상 면밀한 기업 진단을 통해 기업 체질 변화 등 채도약 지원 | |
| 중장년 창업 지원 | 전통문화분야 창업을 희망하는 중장년(만 40세 이상) 창업가의 초기 창업기 정착을 도와, 중장년층의 생산성 강화 | |

2023년 상가건물임대차 실태조사에 따르면 서울 지역의 평균 창업비용은 9,500만 원, 경기 1억1,623만 원, 인천 1억258만 원, 대전 1억193만 원, 경남 1억172만 원, 대구 1억11만 원, 울산 8,942만 원 등으로 조사되었다. 이는 현재 지원하고 있는 전통문화산업 창업 지원 규모가 현장의 창업 현실과 괴리가 있음을 보여준다. 2024년 기준 중소벤처기업부 창업지원 사업의 초기창업패키지는 혁신기술이나 사업모델이 있는 초기 창업자에게 최대 1억 원을 지원하며, 평균 지원 금액은 7천만 원에서 5천만 원을 지원한다. 유치산업(infant industry)인 전통문화산업은 여전히 정부 재정지원이 중요하며 경쟁력 있는 산업영역이 될 수 있도록 지원 규모를 확대하고 지속적인 관리가 필요할 것으로 보인다.

현실적 지원체계를 구축하는 것도 중요하지만 몇 가지 전제가 필요하다. 유치산업 보호는 신생 또는 발전 초기 단계에 있는 산업을 경쟁으로부터 보호하기 위한 산업정책이므로 전통문화산업이 일정수준의 경쟁력을 갖추는 때까지 시간을 벌어주는 것에 한정해야 하며 영원한 지원은 없다는 것을 명확히 해야 한다. 전통문화산업은 전통문화산업 진흥법의 목적과 같이 국민경제에 이바지 하는 것은 목적으로 해야 한다.

나. 유통 지원체계 고도화

유통체계 경쟁력을 강화할 필요성이 있다. 이는 국내 전략과 글로벌 전략으로 구분하여 추진하는 것이 효과적이다.

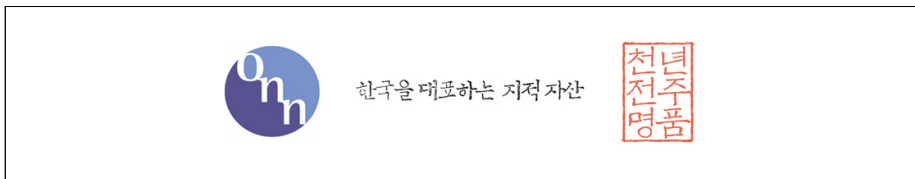
1) 국내 유통 전략

국내 전략으로 가장 먼저 추진해야 할 것은 첫째, 온라인 유통 및 홍보 강화이다. 오프라인 중심에서 온라인 중심으로 유통 영역을 확대하기 위해 29cm, 네이버 스토어팜, 쿠팡 등 국내외 유통 플랫폼에 전통문화 상품을 입점 시키는 노력이 필요하다. SNS, 라이브 커머스 등을 활용하는 마케팅을 추진하여 실시간으로 제품을 소개하고 판매하는 소비자 중심 전략 기획이 필요하다.

둘째, 지역 특화 매장, 유관기관 창업박람회 행사 참여 등 채널을 다각화해야 한다. 기존 오프라인 유통 채널 확장을 통해 지역 상품 전문 매장과 백화점 등에 입점하고 소비자 접점을 늘려 소비 접근성을 높이는 노력이 필요하다.

셋째, 우수 상품에 대한 품질을 보증하고 소비자들이 더 찾을 수 있는 선순환 구조로 만들어야 한다. 우수한 전통문화 상품에 대해서는 주요 온라인 쇼핑몰 입점을 지원하고, 우수상품에 대한 광고를 제작하여 송출하는 등의 판로지원 강화가 필요하다.

[그림 5-7] 전주시 온onn 브랜드



넷째, 브랜드 강화, 브랜드 협업을 통한 현대적 디자인 접목이 경쟁력이 될 수 있다. 디자인 융합은 젊은 세대의 취향에 맞게 전통문화를 재해석하고, 브랜드 협업 등을 통해 인지도를 높이는 계기를 만들 수 있다. 전주시의 경우 장인이 만든 공예품 중 우수상품에 대해 전주시장 인증과 함께 천년전주명품 온(onn) 브랜드를 부여하고 있다. 전통문화 전당 내에 오프라인 명품관을 조성하여 우수상품의 입점 및 판매를 촉진하고 있다.

[그림 5-8] 오춘하 작가 민화 + 파리 생제르망 FC 경기복 디자인(19번 이강인 선수)



파리 생제르망 FC의 경우 민화작가와의 협업을 통해 한국 친화적 이미지를 구축하는 마케팅을 성공적으로 추진하였다. 이는 브랜드에 대한 인지도를 높이고 한번 관심을 갖게 된 브랜드에 대한 충성도를 높이는 효과를 발생시킨다.

2) 글로벌 유통 전략

글로벌 유통을 확대하는 것은 시장을 전 세계로 확대하는 것을 의미한다. 최근 온라인 플랫폼의 고도화되면서 다양한 기회의 창이 열리고 있다. 글로벌 유통 체계를 강화하기 위해서는 첫째, 전자상거래 플랫폼을 활용하는 것이 효과적이다. 미국의 아마존, Etsy, eBay, 중국의 타오바오, 동남아의 라자다 등을 통해 전통문화상품을 유통시키는 것은 시장을 확대하는 중요한 전략이 될 수 있다. 이중에 타오바오⁶²⁾, 라자다(Lazada)⁶³⁾, 쇼피⁶⁴⁾ 등은 지역 특화된 온라인 유통망으로 현지화 전략을 통해 시장을 확대할 수 있다.

둘째, 글로벌 브랜드 이미지 구축이 필요하다. 유튜브, 페이스북 등 SNS를 활용해 한국의 전통문화상품을 알리는 글로벌 홍보 캠페인을 추진하여 한국전통문화상품의 글로벌 이미지를 잘 만들어야 한다. 특히 글로벌 인플루언서나 셀럽들과의 협업을 통해 이미지를 홍보하고 인지도 높이는 것은 필요한 일이다.

62) 중국 알리바바 그룹이 운영하는 오픈 마켓

63) 동남아시아를 위주로 사업을 전개하는 싱가포르의 온라인 쇼핑 업체

64) Sea Limited 산하의 오픈 마켓 전자상거래 플랫폼, 동남아시아를 주된 시장으로 삼지만, 대만과 인도 아르헨티나, 브라질, 칠레, 콜롬비아, 멕시코, 프랑스, 폴란드, 스페인도 진출

다. 지역경제와 전통문화산업

전통문화산업 창업은 지역 사회에 사회 경제적 영향을 미친다. 일자리 창출, 경제 성장 촉진, 전통 기술 활성화, 문화유산 보존, 공동체 강화, 사회 통합을 촉진할 수 있다. 따라서 전통문화상품을 구입하는 것은 지역사회를 지원하고 전통 기술을 보존하는데 도움을 준다고 할 수 있다.

창의성을 키우고 새로운 세대가 전통 공예를 채택하도록 영감을 주는 것은 우리의 문화유산을 보존하고 중요한 기술을 개발하며 공동체 의식을 증진하는 데 중요하다. 지역에서 전통문화산업의 부활은 지역경제와 지역사회에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 전통 장인과 그들의 사업을 지원함으로써 지역 경제의 성장에 기여하고 고용 기회를 창출하며 지역 사회 내 자부심과 정체성을 함양할 수 있다.

전통 장인정신의 부활은 우리의 품질, 진정성 및 문화유산과의 연결에 대한 욕구를 반영할 뿐만 아니라, 지속 가능하고 의미 있는 미래를 건설할 수 있는 기반을 이루게 하는 것이다.

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

제6장

결론

결론

최근 전통문화산업 진흥 법률제정을 통해 문화 향유를 위한 전통문화의 산업적 활용 및 콘텐츠 개발·제작 등을 통한 부가가치 창출 토대가 가능해졌다. 앞서서는 국가유산 기본법 제정으로 유산 의미가 재화적 보호를 넘어 국민의 유산향유권을 명시적으로 규정하면서 유산활용을 위한 정책추진을 갖추는 흐름이 이어지고 있다. 이러한 환경변화 속에서 전통문화를 산업적으로 육성 및 진흥하기 위한 정책패러다임의 전환을 반영하는 새로운 정책방안 도출이 요구되는 시점이다.

이처럼 전통문화영역이 사회와 적극적으로 소통하고, 사회적 기여와 경제적 역할에 대한 요구가 증대되고 있으며, 디지털 환경의 변화에 따라 적극적으로 정책 대응하는 것이 필요해졌다. 따라서 전통문화자원의 새로운 가능성을 포착하고 지속가능한 문화산업발전의 원동력으로 활용할 수 있는 기반마련 및 기술 활성화를 위해 발전방향을 제시하는 것이 요구되고 있다.

연구과정에서 우선적으로 전통문화산업 관련 제도 및 정책 현황을 검토하여 정책동향을 분석하고자 하였다. 구체적으로 전통문화산업관련 정책의 운영 및 현황, 분야별 사업을 파악하였고, 문체부를 중심으로 중앙부처 전통문화산업 관련 추진정책의 제도적 기반을 분석하였다.

그리고 일반 국민 700명과 전통문화산업 관련 관계자 300명을 대상으로 설문조사를 통해 전통문화산업 현황과 수요를 분석하고자 하였다. 세부내용으로 전통문화산업 관련 사업 만족도와 운영평가, 전통문화산업 관련 향유실태·소비사유, 불만사항, 전통문화산업 관련 향후 소비증대방안 및 공급 활성화방법에 대한 의견을 수렴하였다. 이후 정책운영 실태에 대한 관계자 의견을 수렴하고, 전문가를 대상으로 정책발전방안에 대한 자문 회의를 진행하였다. 회의에서는 일반국민의 설문조사 결과를 검토하고, 제도적 측면의 개선점 및 필요사항, 향후 추진과제의 중요도 및 시급성을 파악하고자 하였다. 또한 국

외 일본, 중국 및 오스트리아의 전통문화자원에 기반을 둔 산업정책에 대한 운영을 파악하여 정책지원 사례의 특성을 분석하고 정책적 시사점 도출하고자 하였다.

이러한 연구방법의 추진은 기존 전통문화정책 사업에 대한 비판적이고 발전적인 검토를 통해 전통문화산업정책의 성과를 점검하고, 이를 바탕으로 향후 고부가가치 산업으로 성장할 수 있도록 정책영역의 발굴과 체계적인 추진방안을 도출하는 데 있다. 체계적으로 진흥할 수 있는 산업적 관점에서 전통문화산업 주체들이 안정적인 활동을 추진할 수 있도록 전략적인 육성을 위한 성장 동력 마련, 그리고 전통문화자원이 산업으로 육성될 수 있도록 중장기적 관점의 생태계 토대 및 지속적인 기반조성을 위한 방향성을 제안하고자 하였다.

앞서 분석한 결과를 토대로 아이젠버그 교수의 스타트업 생태계 분석모형에서 제시한 6가지 영역인 문화, 정책, 시장, 인적자원, 자원, 지원을 기본 축으로 하여 전통문화산업 정책부문에 적합하게 변형하여 세부 발전방안을 구체적으로 제시해보고자 하였다.

정책부문에서는 전통문화산업의 민간영역에서 생산유통 부분과 수요측면에서 필요한 인프라와 여건을 마련하는 방안, 문화부문에서는 전통문화가 산업친화적인 방향성을 추진할 수 있도록 산업적 가치를 사회적으로 증진시키는 방안, 재정부문에서는 산업성장의 기반을 이루기 위해 재원지원, 재정 지원 및 금융지원시스템 운영 방안, 시장부문에서는 소비자 참여 촉진, 공공의 간접 지원, 국제교류 확대 및 협업을 위한 크로스 크래프트 사업구상 방안, 지원 부문에서는 창업지원체계, 유통지원체계 및 지역경제에서의 참여 거버넌스 확장 방안, 그리고 인적부문에서는 경력 및 예비 종사자 역량증진, 지자체와 대학의 협력기반 및 전통장인기술의 현대화 방안을 살펴보고자 하였다.

본 연구는 변화하는 국내외의 정책 환경과 이슈를 고려하여 체계적이고 지속적인 전통문화정책의 미래대응력을 마련하고자 향후 전통문화산업의 실행방안을 도출하고자 하였다. 국가적 차원의 산업 토대를 위한 발전적 전환이 필요하며, 일반 국민들의 적극적인 관심 그리고 사업관계자들의 실천적인 개발생산 발전방안이 바탕이 되어 전통문화산업의 지형을 만들어가는 기반이 형성될 수 있을 것이다.

참고문헌

■ 보고서 및 연구자료

- 건국대학교 글로벌문화전략연구소(2015), 「신전통문화육성·진흥연구」, 한국공예·디자인문화진흥원(연구책임: 유동환).
- 구자현 외(2020), K-Pop 공연산업의 발전 방안 연구, KDI, 서비스경제연구시리즈 2020-01.
- 국립국악원(2022), 국립국악원 유튜브 채널 통계.
- 관계부처합동(2016), 과학기술을 통한 한국전통문화 프리미엄 창출 전략(안): 과거에서 찾은 미래(Beyond Heritage).
- 농림축산식품부(2021), 「2021 전통식품 소비 트렌드 조사」.
- 문화재청(2020), 고궁 VR 콘텐츠 제작 현황.
- 문화재청(2021), 「2021 문화유산 향유 실태조사」.
- 문화재청(2021), 「2021-2025 문화유산 보존관리 기본계획」.
- 문화재청(2022), 「2021 문화재 현황 통계」.
- 문화체육관광부(2019), 「2019 공예산업 실태조사」.
- 문화체육관광부(2021), 「2021 콘텐츠산업 통계조사」.
- 산업통상자원부(2021), 「2021 지역특화산업 육성사업 성과조사」.
- 안동대학교 산학협력단(2011), 「전통문화산업 육성 진흥 방안 연구」, 문화체육관광부(연구책임: 유동환).
- 안동대학교 산학협력단(2013), 3대문화권 선도사업 콘텐츠 및 운영프로그램 전략연구 용역(연구책임: 유동환).
- 일본 문화청(2024), 「일본 문화청 2024 예산」.
- 전북연구원(2023), 「전라북도 문화유산활용 문화융합상품 개발방안연구」(연구책임: 김동영).
- 전주시(2021), 「2021 전주 한옥마을 방문객 실태조사」.
- 정갑영(1995), 「21세기를 향한 우리나라 전통문화정책의 방향과 과제」, 문화정책논총

제7집, 한국문화관광연구원.

- 정수복(2007), 『한국인의 문화적 문법』, 생각의 나무.
- 중국 문화관광부(2023), 2023년 중국 문화관광부 부분결산.
- 한국과학기술연구원(2021), 「전통문화산업 기반조성 정책추진을 위한 연구」, 문화체육관광부(연구책임: 홍경태).
- 추계예술대학교(2023), 「전통문화산업 진흥정책 효율화를 위한 기초연구」, 문화체육관광부(연구책임: 김영주).
- 한국과학기술원(2013), 「디지털문화유산영상관 전시운영 방안 연구용역 보고서」(연구책임: 김정화).
- 한국국제문화교류진흥원(2020), 「2020해외한류실태조사」.
- 한국공예·디자인문화진흥원(2020), 「2020 공예산업 실태조사」.
- 한국공예·디자인문화진흥원(2021), 「2021 공예백서」.
- 한국공예·디자인문화진흥원(2023), 「2022년 전통문화산업 실태조사 연구 용역 보고서」.
- 한국공예·디자인문화진흥원(2023), 「2022년 전통문화산업 실태조사-전통문화산업 인식조사 보고서」.
- 한국무역협회(2022), 「2021년 주요 소비재 수출 동향」.
- 한국문화관광연구원(2010), 「전통문화산업 실태조사 및 종합육성계획 수립을 위한 기초연구」, 문화체육관광부(연구책임: 이원태).
- 한국문화관광연구원(2012), 「전통문화산업 융복합 활성화 방안」(연구책임: 이상열).
- 한국문화관광연구원(2013), 「전통문화정책의 성과와 반성」, 문화체육관광부(연구책임: 이상열).
- 한국문화관광연구원(2017), 「한식문화 진흥 및 확산을 위한 중장기 전략방안 연구」, 문화체육관광부(연구책임: 이상열).
- 한국문화관광연구원(2019a), 「전통문화 진흥을 위한 정책기초연구」, 문화체육관광부(연구책임: 김면).
- 한국문화관광연구원(2019b), 「전통문화 진흥을 위한 제도적 기반구축」, 문화체육관광부(연구책임: 김면).
- 한국문화관광연구원(2021), 「전통문화 진흥 종합 계획 수립 연구」, 문화체육관광부(연구책임: 정보람).
- 한국문화관광연구원(2022), 「전통문화산업의 저변확대 방안 연구: 한복, 한식, 한지를 중심으로」(연구책임: 이정희, 박종웅).

- 한국문화관광연구원(2023), 「전통문화산업 진흥법 시행령 제정안 연구」, 문화체육관광부(연구책임: 정보람).
- 홍난지(2020), 한국디지털 만화의 대명사, 전 세계 Z세대를 사로잡다, 나라경제 이슈 2020년 4월호.
- Bundeskanzleramt(2016), Traditionelles Handwerk als immaterielles Kulturerbe und Wirtschaftsfaktor in Österreich.
- Bundesministerium für Bildung und Frauen(2015), Berufsbildende Schulen in Österreich.
<https://www.berufsbildendeschulen.at>
- Isenberg, D. J., & Onyemah, V. (2016), Fostering Scale Up Ecosystems for Regional Economic Growth, Innovations Case Narrative: The cases of Manizales Mas and Scale Up Milwaukee, pp.71-97.
- Kate Seung-Yeon Lee1, and Min-Ho Chan(2019), Journal of the Korea Entertainment Industry Association(JKEIA), Vol. 13, No. 4, June 2019.
- Noseck Michaela(2015), Was ist Tradition? – UNESCO.
<https://www.unesco.at> > Redaktion > Kultur > IKE

■ 보도자료

- 대한민국정책브리핑(2024.07.12.), 한국문화원 없는 해외에도 찾아가 ‘케이-컬처’ 알린다.
- 도쿄신문(2022. 11.12.), <土曜訪問> 面白さ、奥深さ知って・銘仙の魅力を発信・桐生正子さん (銘仙コレクター・研究家).
- 매일경제(2011.04.12.), 세상에 오직 한국에만 있는 ‘나전칠기 BMW’의 운명은?
- 새한일보(2023.09.23.), [차이나 트렌드] 中 젊은층 新소비 트렌드로 각광받는 ‘아트 토이’ 산업.
- 신화넷(2024.01.01.), [차이나 트렌드] 세계로 뻗어가는 中 전통문화 상품...‘귀차오 소비’ 뜨거워.
- 중앙일보(2019.11.04.), 치파오 벗고 한푸 입는 중국...한족주의 부활하나.
- 패션엔(2020.3.10.), 메건 마클, 보자기 같은 클러치백? 한국 디자이너 ‘레지나표!’.

■ 웹사이트

- 1616/arita japan <https://1616arita.jp/>
- HASAMI PORCELAIN <https://hasami-porcelain.com>
- RENEW/2024 <https://renew-fukui.com/>
- visitkanazawa <https://visitkanazawa.jp/kr/crafts>
- 국가유산청 <https://www.khs.go.kr/>
- 국가통계포털 <https://kosis.kr/>
- 국립박물관문화재단 블로그 https://blog.naver.com/nmf_korea
- 국립국악원(2020), 국악아카이브 통계. <https://archive.gugak.go.kr/>
- 국토교통부 <https://www.molit.go.kr/>
- 농림축산식품부 <https://www.mafra.go.kr/>
- 마루베니(Marubeni)
<https://www.marubeni.com/jp/ad-videos/scope/kyobeni/>
- 문화체육관광부 <https://www.mcst.go.kr/>
- 베이징관광국 <https://www.visitbeijing.or.kr/>
- 소상공인시장진흥공단 <https://www.semas.or.kr>
- 신화넷(新华网) <https://www.news.cn>
- 오스트리아 연방 예술문화체육부 Compendium of Cultural Policies & Trends in Europe, Austria, 2016 <[http:// www.culturalpolicies.net](http://www.culturalpolicies.net)>
- 오스트리아 연방 기념물청
https://www.bda.gv.at/dam/Leitbild_des_Bundesdenkmalamtes.pdf
- 유네스코 오스트리아 위원회
<https://www.unesco.at/en/about-us/austrian-commission-for-unesco>
- 오스트리아 전통문화산업 사례: 유레비타 EUREVITA 국제협력사업
<https://www.ess.gov.si/en/partners/development-projects/completed-projects/eurevita>
- 인민망(人民网) 한국채널
<http://kr.people.com.cn/n3/2024/0524/c310926-20173927.html>
- 일본 가나자와시 <https://visitkanazawa.jp/kr/crafts>
- 일본 내각관방 <https://www.kantei.go.jp/>
- 일본 문무과학성 https://www.mext.go.jp/b_menu/b003.htm

- 재팬하우스 런던 <https://www.japanhouselondon.uk/>
- 재팬하우스 로스앤젤레스 <https://www.japanhousela.com/>
- 재팬하우스 상파울루 <https://japanhousesp.com.br/>
- 전통문화포털 <https://www.kculture.or.kr/cms/content/view/797>
- 중국 문화관광부 <http://zwgk.mct.gov.cn/>
- 중소기업진흥공단 <https://www.kosmes.or.kr>
- 코리아하우스 <https://teamkoreahouse.co.kr/>
- 타오바오 <https://world.taobao.com/>
- 한국공예·디자인문화진흥원 블로그 <https://blog.naver.com/kcdf2010>
- 한국디자인진흥원 <https://www.designdb.com/>

ABSTRACT

The Establishment of Infrastructure for the Promotion of Traditional Cultural Industry

Myun Kim & Jongwoong Park

The Act on the Promotion of Traditional Cultural Industries has been announced. Therefore, it is necessary to draw up a new policy plan that reflects the change in the policy paradigm as the policy of cultural heritage defines not only static protection, but also industrial use and the enjoyment of citizens as comprehensive values

The main goal of the research is to seek the industrial revitalization of traditional cultural policies. In particular, we would like to present a plan to create a basis for sustainable competitiveness. The aim of this study is to find ways to rediscover the values of the traditional cultural industry and revitalize the technology industry, which can capture new possibilities of traditional cultural resources and use them as a motor for a sustainable cultural industry.

In the process, we conducted a survey of the general public, traditional industry officials, and policy managers and collected in-depth opinions from experts. Based on empirical research on social demand, it is necessary to improve the qualitative operation of policy promotion and to promote efficient development plans from the on-site opinions of the industrial settings.

This is to derive a plan to implement the cultural industry in consideration of the changing domestic and foreign policy environment and to provide systematic and continuous responsiveness for traditional cultural policies.

Key words

Traditional Cultural Industry, Cultural Heritage Policy, Cultural Resources

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

부록

전통문화산업진흥을 위한 기반조성 설문조사(일반인)



전통문화산업진흥을 위한 기반조성 설문조사 (대국민)

| | | | |
|----|--|--|--|
| ID | | | |
|----|--|--|--|

안녕하십니까?

본 설문조사는 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원이 주관하고, 설문조사 전문 기관인 ㈜글로벌리서치가 대행하여 전통문화산업 진흥을 위하여 진행하는 조사입니다.

본 조사는 전통문화산업에 대한 국민들의 인식과 태도를 알아보기 위해 기획되었습니다.

귀하께서 주신 고견은 전통문화산업 진흥을 위한 정책 수립에 많은 도움을 줄 것입니다.

응답하신 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보장되며, 반드시 통계작성 목적으로만 사용할 것을 약속드리겠습니다.

정답은 없으며, 귀하가 관련하여 느끼시는 정도 그대로를 솔직하게 응답하여 주시면 됩니다.

감사합니다.

2024. 06.

주 관 : 한국문화관광연구원 문화예술가치 확산 연구실
조사 대행 : ㈜글로벌리서치

PART A. 전통문화산업에 대한 인식

전통문화산업진흥법 제2조(정의)

- “전통문화”란 우리 민족의 문화적 자산으로 보존하고 개발할 가치가 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.
가. 전통예술: 전통무용, 전통음악, 전통미술 등 우리 민족의 고유한 창의적 표현활동과 그 결과물
나. 전통생활양식: 한복 등 의생활, 식생활, 주생활, 한지, 전통놀이 등 우리 민족의 고유한 실생활과 관련된 것
- “전통문화상품”이란 전통문화 분야에서 경제적 부가 가치를 창출하는 유·무형의 재화(전통문화콘텐츠, 디지털전통문화콘텐츠 및 멀티미디어전통문화콘텐츠를 포함한다), 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.
- “전통문화산업”이란 전통문화상품의 기획·개발·제작·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다.

AQ1. 귀하께서 생각하시는 한국을 대표하는 전통문화산업의 자원을 우선순위에대로 2순위까지 응답해 주십시오.

| | | | |
|-----|--|-----|--|
| 1순위 | | 2순위 | |
|-----|--|-----|--|

- | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------|
| ① 전통건조물(한옥, 고궁 등) | ② 전통음식 (전통한식, 한과, 민속주 등) | ③ 전통복식(한복 등) |
| ④ 전통예술(무용, 국악, 미술 등) | ⑤ 한지 | ⑥ 전통놀이와 세시행사 |
| ⑦ 전통공예 | ⑧ 기타() | |

AQ2. 귀하께서는 현재까지의 전통문화산업 정책과 사업에 대해 만족하십니까?

- | | | |
|------------|-----------|--------|
| ① 매우 불만족한다 | ② 불만족한다 | ③ 보통이다 |
| ④ 만족한다 | ⑤ 매우 만족한다 | |

AQ3. 귀하께서는 국민의 문화적 삶 향상과 국민경제발전을 위해 전통문화산업정책 및 추진사업이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다 ② 필요하지 않다 ③ 보통이다
④ 필요하다 ⑤ 매우 필요하다

AQ4. 귀하께서는 전통문화 정책이 어떠한 방향에 중점을 두어야 한다고 생각하십니까?

양쪽의 항목이 상대적으로 얼마만큼 중요한지를 비교한 후, 귀하의 생각에 가까운 정도를 선택하여 주십시오.

| 중요 ← 둘 다 중요 → 중요 | | | | | | | |
|------------------|-----------------|---|---|---|---|---|--------------------|
| 1) | 전통의 원형유지 및 가치보존 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 전통의 산업화 및 융복합 확대 |
| 2) | 지역문화의 자생력 강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 전통문화의 세계화 확산 |
| 3) | 전통문화의 전승, 보호 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 |
| 4) | 전통문화 전문단체 지원강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 |
| 5) | 정부주도 지원정책강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 시장 생태계 활성화추진 |

AQ5-1. 귀하께서는 현재 전통문화 상품 및 프로그램이 활성화되어 있다고 생각하십니까?

각 전통문화의 상품 및 프로그램의 활성화 정도에 대하여 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

AQ5-2. 귀하께서는 향후 전통문화 시장의 잠재력 수준에 대하여 어떻게 생각하십니까?

각 전통문화별 향후 장래성에 대하여 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | AQ5-1. 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도 | | | | | AQ5-2. 향후 시장 잠재력 수준 | | | | |
|---------|-----------------------------|-------------------|------|-----------------|-----------------------|---------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|
| | 전혀 활성화 되어 있지 않다 | 활성화 되어있지 않다 | 보통이다 | 활성화 되어 있다 | 매우 활성화 되어 있다 | 매우 낮다 | 낮은 편이다 | 보통이다 (현재와 비슷하다) | 높은 편이다 | 매우 높다 |
| 1) 한복 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 한옥 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 한지 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 전통음식 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 전통예술 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 전통놀이 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 전통공예 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

PART B. 전통문화산업 현황 분석

BQ1. 귀하께서 지난 2년 동안 참여하신 프로그램(체험, 관광, 교육, 실습 등) 및 활동을 모두 선택해 주십시오.

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ① 한복 체험 및 구매, 패션상품 활용 | ② 전통공예(목공예, 장신구 등) 체험 및 용품구매 |
| ③ 전통건축물(한옥, 사찰) 체험, 방문 및 관광 | ④ 전통한식(궁정·반가), 한과, 민속주 및 음료 체험 |
| ⑤ 전통놀이(투호, 제기, 팽이, 굴렁쇠 등)체험 | ⑥ 한지상품구매, 관련교육 참여 및 한지공예체험 |
| ⑦ 전통예술(국악, 미술, 무용)참여 및 공연관람 | ⑧ 전통축제 및 세시풍속(정월대보름, 단오 등) 체험 |
| ⑨ 인터넷, 모바일 등 활용한 정보서비스이용 | ⑩ 문화유산 콘텐츠 및 디지털상품, 디지털게임 이용 |
| ⑪ 기타 활동() | ⑫ 참여 프로그램 및 관련 활동 없음 |

BQ2. 귀하께서 생각하시는 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화를 우선순위로 2순위까지 응답해 주십시오.

| | |
|-----|-----|
| 1순위 | 2순위 |
|-----|-----|

- | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------|
| ① 전통건축물(한옥, 고궁 등) | ② 전통음식 (전통한식, 한과, 민속주 등) | ③ 전통복식(한복 등) |
| ④ 전통예술(무용, 국악, 미술 등) | ⑤ 한지 | ⑥ 전통놀이와 세시행사 |
| ⑦ 전통공예 | ⑧ 기타() | |

BQ3. 다음의 전통문화상품을 구매하는 이유에 대해 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|-----------------|-----------------|-----------|------|-----|-----------|
| 1) 상품의 독창성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 실용적 사용의 필요성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 상품의 우수한 품질 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 문화·예술적 가치 욕구 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 명품 브랜드로서의 평판 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

BQ4. 다음의 전통문화상품 구매 시 문제점에 대해 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|------------------------------|-----------------|-----------|------|-----|-----------|
| 1) 관련 상품에 대해 가격대비 낮은 만족도 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 관련 상품의 상투적인 디자인 문제 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 관련 상품에 대한 정보획득의 어려움 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 상품품목의 다양성 및 차별성 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 다른 산업에 비하여 상품의 기술융합 개발 미흡 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

BQ5-1. 다음의 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안에 대하여 귀하가 중요하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

BQ5-2. 다음의 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안에 대하여 귀하가 시급하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | BQ5-1. 중요성 | | | | | BQ5-2. 시급성 | | | | |
|------------------------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|
| | 전혀 중요 하지 않다 | 중요 하지 않다 | 보통 이다 | 중요 하다 | 매우 중요 하다 | 전혀 시급 하지 않다 | 시급 하지 않다 | 보통 이다 | 시급 하다 | 매우 시급 하다 |
| 1) 시장 확대를 위한 다양한 가격대 형성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 쇼핑센터, 백화점 등과 연계한 상품 마케팅전략 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 온·오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 명품 브랜드 구축을 위한 전통상품 마케팅 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 판매 확대를 위한 유통구조 개선 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8) 품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

※ 자료 분류용 질문입니다. 아래 기재해주신 내용은 통계적 처리 외에는 절대로 사용되지 않습니다.

- DQ1. 귀하의 **성별**은 무엇입니까? ① 남성 ② 여성
- DQ2. 귀하의 **나이**는 올해 만으로 어떻게 되십니까? 만 () 세
 ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상
- DQ3. 귀하의 **최종 학력**은 어떻게 되십니까?
 ① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 전문대 졸업
 ④ 대학교 졸업 ⑤ 대학원 이상
- DQ4. 귀하의 **종교**는 무엇입니까?
 ① 불교 ② 기독교(개신교) ③ 천주교 ④ 이슬람교
 ⑤ 기타() ⑥ 종교 없음(무교)
- DQ5. 귀하의 **혼인상태**는 다음 중 무엇입니까?
 ① 미혼 ② 기혼 ③ 이혼/사별 ④ 기타()
- DQ6. 귀택의 **가구원 수**는 몇 명입니까?
 ① 1인 ② 2인 ③ 3인 이상
- DQ7. 귀하께서 **현재 거주하고 있는 지역**은 어디입니까?
 ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전
 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남
 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주
- DQ8. 귀하의 **직업**은 다음 중 무엇입니까?
 ① 사무직 ② 전문직 ③ 기능직 ④ 판매직
 ⑤ 서비스직 ⑥ 농림어업 관련 직종 ⑦ 공무원 및 교사 ⑧ 군인
 ⑨ 주부 ⑩ 학생 ⑪ 무직/ 퇴직 ⑫ 기타()
- DQ9. 귀택 **가구원 전체의 월평균 소득(세후 소득)**은 얼마 정도입니까?
 ※ 근로소득, 사업소득, 금융(이자)소득 등 모든 소득을 합쳐서 말씀해주십시오
 ① 소득없음 ② 100만원 미만 ③ 100만원~200만원 미만
 ④ 200만원~300만원 미만 ⑤ 300만원~400만원 미만 ⑥ 400만원~500만원 미만
 ⑦ 500만원~600만원 미만 ⑧ 600만원 이상

♣ 조사에 응하여 주셔서 대단히 감사드립니다 ♣

전통문화산업진흥을 위한 기반조성 설문조사(공급자, 담당자)



전통문화산업진흥을 위한 기반조성 설문조사 (공급자, 담당자)

| | | | |
|----|--|--|--|
| ID | | | |
|----|--|--|--|

안녕하십니까?

본 설문조사는 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원이 주관하고, 설문조사 전문 기관인 ㈜글로벌리서치가 대행하여 전통문화산업 진흥을 위하여 진행하는 조사입니다.

본 조사는 전통문화산업에 대한 공급자, 담당자들의 인식과 태도를 알아보기 위해 기획되었습니다.

귀하께서 주신 고견은 전통문화산업 진흥을 위한 정책 수립에 많은 도움을 줄 것입니다.

응답하신 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보장되며, 반드시 통계작성 목적으로만 사용할 것을 약속드리겠습니다.

정답은 없으며, 귀하가 관련하여 느끼시는 정도 그대로를 솔직하게 응답하여 주시면 됩니다.

감사합니다.

2024. 06.

주 관 : 한국문화관광연구원 문화예술가치화산업구실
조사 대행 : ㈜글로벌리서치

PART A. 전통문화산업에 대한 인식

전통문화산업진흥법 제2조(정의)

- “전통문화”란 우리 민족의 문화적 자산으로 보존하고 개발할 가치가 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.
가. 전통예술: 전통무용, 전통음악, 전통미술 등 우리 민족의 고유한 창의적 표현활동과 그 결과물
나. 전통생활양식: 한복 등 의생활, 식생활, 주생활, 한지, 전통놀이 등 우리 민족의 고유한 생활과 관련된 것
- “전통문화상품”이란 전통문화 분야에서 경제적 부가 가치를 창출하는 유·무형의 재화(전통문화콘텐츠, 디지털전통문화콘텐츠 및 멀티미디어전통문화콘텐츠를 포함한다), 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.
- “전통문화산업”이란 전통문화상품의 기획·개발·제작·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다.

AQ1. 귀하께서 생각하시는 **한국을 대표하는 전통문화산업의 자원**을 우선순위로 2순위까지 응답해 주십시오.

1순위

2순위

- | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------|
| ① 전통건조물(한옥, 고궁 등) | ② 전통음식 (전통한식, 한과, 민속주 등) | ③ 전통복식(한복 등) |
| ④ 전통예술(무용, 국악, 미술 등) | ⑤ 한지 | ⑥ 전통놀이와 세시행사 |
| ⑦ 전통공예 | ⑧ 기타() | |

AQ2. 귀하께서는 **현재까지의 전통문화산업 정책과 사업**에 대해 만족하십니까?

- | | | |
|------------|-----------|--------|
| ① 매우 불만족한다 | ② 불만족한다 | ③ 보통이다 |
| ④ 만족한다 | ⑤ 매우 만족한다 | |

AQ3. 귀하께서는 **국민의 문화적 삶 향상과 국민경제발전을 위해 전통문화산업정책 및 추진사업**이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다 ② 필요하지 않다 ③ 보통이다
④ 필요하다 ⑤ 매우 필요하다

AQ4. 귀하께서는 **전통문화 정책이 어떠한 방향에 중점**을 두어야 한다고 생각하십니까?

양쪽의 항목이 상대적으로 얼마만큼 중요한지를 비교한 후, 귀하의 생각에 가까운 정도를 선택하여 주십시오.

| 중요 ← 둘 다 중요 → 중요 | | | | | | | |
|------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|--------------------|
| 1) | 전통의 원형유지 및 가치보존 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 전통의 산업화 및 융복합 확대 |
| 2) | 지역문화의 자생력 강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 전통문화의 세계화 확산 |
| 3) | 전통문화의 전승, 보호 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 현대적 활용, 콘텐츠 개발강화 |
| 4) | 전통문화 전문단체 지원강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 시민 향유를 위한 대중화 저변확대 |
| 5) | 정부주도 지원정책강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | 시장 생태계 활성화추진 |

AQ5-1. 귀하께서는 **현재 전통문화 상품 및 프로그램이 활성화**되어 있다고 생각하십니까?

각 전통문화의 상품 및 프로그램의 활성화 정도에 대하여 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

AQ5-2. 귀하께서는 **향후 전통문화 시장의 잠재력 수준**에 대하여 어떻게 생각하십니까?

각 전통문화별 향후 잠재성에 대하여 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | AQ5-1. 현재 상품 및 프로그램의 활성화 정도 | | | | | AQ5-2. 향후 시장 잠재력 수준 | | | | |
|---------|-----------------------------|-------------------|------|-----------------|-----------------------|---------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|
| | 전혀 활성화 되어 있지 않다 | 활성화 되어있지 않다 | 보통이다 | 활성화 되어 있다 | 매우 활성화 되어 있다 | 매우 낮다 | 낮은 편이다 | 보통이다 (현재와 비슷하다) | 높은 편이다 | 매우 높다 |
| 1) 한복 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 한옥 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 한지 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 전통음식 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 전통예술 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 전통놀이 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 전통공예 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

PART B. 전통문화산업 현황 분석

BQ1. 귀하께서 사업체를 운영함에 있어 겪는 어려움을 우선순위로 2순위까지 응답해 주십시오.

| | |
|-----|-----|
| 1순위 | 2순위 |
|-----|-----|

- | | |
|--|--|
| ① 수요예측의 어려움 ③ 신상품 개발 및 출시의 어려움 ⑤ 판매부진 및 판로개척의 어려움 ⑦ 광고 및 홍보의 어려움 ⑨ 작업환경의 어려움 | ② 유통경로의 어려움 ④ 가격 책정의 어려움 ⑥ 자재 조달의 어려움 ⑧ 인력 확보의 어려움 ⑩ 기타() |
|--|--|

BQ2. 귀하께서 생각하시기에 정부와 지자체가 우선적으로 추진해야 할 과제를 우선순위로 2순위까지 응답해 주십시오.

| | |
|-----|-----|
| 1순위 | 2순위 |
|-----|-----|

- | | |
|---|--|
| ① 전통문화자원에 대한 기술연구개발 지원 강화 ③ 전통문화산업 실태조사 및 통계기반 관리 강화 ⑤ 전통문화상품 표준화 및 통합인증제도의 도입 ⑦ 전통문화산업 클러스터 육성 및 지원 | ② 전통문화산업 진흥기금 및 예산 확대 ④ 대표 전통문화상품의 개발 추진 ⑥ 수출확대 및 세계화 전략 강화 ⑧ 기타() |
|---|--|

BQ3. 귀하께서 생각하시기에 향후 세계적 브랜드화에 적합한 전통문화를 우선순위로 2순위까지 응답해 주십시오.

| | |
|-----|-----|
| 1순위 | 2순위 |
|-----|-----|

- | | |
|---|---|
| ① 전통건축물(한옥, 고궁 등) ③ 전통복식(한복 등) ⑤ 한지 ⑦ 전통공예 | ② 전통음식 (전통한식, 한과, 민속주 등) ④ 전통예술(무용, 국악, 미술 등) ⑥ 전통놀이와 세시행사 ⑧ 기타() |
|---|---|

BQ4-1. 다음의 전통문화상품 소비 증대 방안에 대하여 귀하가 중요하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

BQ4-2. 다음의 전통문화상품 소비 증대 방안에 대하여 귀하가 시급하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | BQ4-1. 중요성 | | | | | BQ4-2. 시급성 | | | | |
|------------------------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|
| | 전혀 중요 하지 않다 | 중요 하지 않다 | 보통 이다 | 중요 하다 | 매우 중요 하다 | 전혀 시급 하지 않다 | 시급 하지 않다 | 보통 이다 | 시급 하다 | 매우 시급 하다 |
| 1) 온-오프라인 신상품 홍보, 마케팅 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 명품 브랜드 구축을 위한 전통상품 마케팅 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 쇼핑센터, 백화점 등과 연계한 상품마케팅전략 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 전통문화산업 맞춤형 바우처 운영확대 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 판매·유통구조의 안정적인 보급시스템 확보 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

BQ5-1. 다음의 전통문화상품 공급 확충 방안에 대하여 귀하가 중요하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

BQ5-2. 다음의 전통문화상품 공급 확충 방안에 대하여 귀하가 시급하다고 생각하는 정도를 선택하여 주십시오.

| 구 분 | BQ5-1. 중요성 | | | | | BQ5-2. 시급성 | | | | |
|-----------------------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|----------------------|----------------|----------|----------|----------------|
| | 전혀 중요 하지 않다 | 중요 하지 않다 | 보통 이다 | 중요 하다 | 매우 중요 하다 | 전혀 시급 하지 않다 | 시급 하지 않다 | 보통 이다 | 시급 하다 | 매우 시급 하다 |
| 1) 기술개발 및 공정설비 현대화를 통한 기능개선 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 경영능력 강화를 위한 운영자 대상 컨설팅 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 산업관련 시장 트렌드 분석 정보제공 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 세제혜택 및 조세감면 등 재정지원 다각화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 산업재산권 보호를 위한 컨설팅 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 전문인력 양성기관 확대 및 교육역량 제고 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 지역발전 연계 정책 및 산업클러스터 조성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8) 국제교류 활성화 및 해외진출 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

♣ 조사에 응하여 주셔서 대단히 감사드립니다 ♣

전통문화산업진흥을 위한 기반조성 전문가 서면조사



전통문화산업진흥을 위한 기반조성 전문가 서면조사

| | | | | |
|----|--|--|--|--|
| ID | | | | |
|----|--|--|--|--|

안녕하십니까?

본 서면조사는 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원이 주관하는 것으로, 전통문화산업 진흥을 위하여 정책방안에 대한 의견을 수렴하고자 관련분야 전문가 대상으로 진행하는 조사입니다.

귀하께 전통문화산업 진흥을 위한 정책 수립에 대한 고견을 부탁드립니다. 응답하신 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보장되며, 연구작성 목적으로만 사용할 것을 약속드리겠습니다.

감사합니다.

2024. 08.

박종웅 [부연구위원\(jwpark@kcti.re.kr\)](mailto:부연구위원(jwpark@kcti.re.kr))

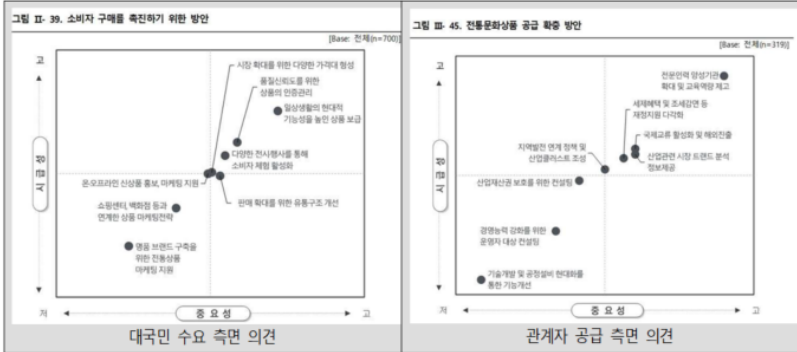
주 관 : 한국문화관광연구원 [문화예술가치확산연구실](#)

전통문화산업 진흥법

전통문화산업진흥법 제2조(정의)

- “전통문화”란 우리 민족의 문화적 자산으로 보존하고 개발할 가치가 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.
 - 전통예술: 전통무용, 전통음악, 전통미술 등 우리 민족의 고유한 창의적 표현활동과 그 결과물
 - 전통생활양식: 한복 등 의생활, 식생활, 주생활, 한지, 전통놀이 등 우리 민족의 고유한 생활문화와 관련된 것
- “전통문화상품”이란 전통문화 분야에서 경제적 부가치를 창출하는 유·무형의 재화(전통문화콘텐츠, 디지털전통 문화콘텐츠 및 멀티미디어전통문화콘텐츠를 포함한다), 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.
- “전통문화산업”이란 전통문화상품의 기획·개발·제작·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다.

< 전통문화산업 진흥 대국민 및 전문가 대상 설문조사(2024년 6월-7월, 1,000명) 주요 결과 > (참조)



A. 귀하께서는 전통문화 정책이 어떠한 방향에 중점을 두어야 한다고 생각하시는지 의견을 작성하여 주십시오.

|

B. 다음의 전통문화상품 소비 증대를 위하여 중요하거나 시급한 방안에 대하여 의견을 작성하여 주십시오.

C. 다음의 전통문화상품 공급 확충을 위하여 중요하거나 시급한 방안에 대하여 의견을 작성하여 주십시오

D. 다음의 전통문화산업화를 위하여 개선점이나 시급한 정책방안에 대하여 의견을 작성하여 주십시오

♣ 서면 평가에 응하여 주셔서 대단히 감사드립니다. ♣

집필 내역

연구 책임

김 면 한국문화관광연구원 연구위원: 제1장, 제2장, 제3장 제2절, 제4장, 제5장, 연구총괄
박종웅 한국문화관광연구원 부연구위원: 제2장, 제3장 제1절, 제4장, 제5장 제2절

공동 연구

정수희 덕성여자대학교 교수: 제3장 제2절, 제5장 일부
김영주 가톨릭대학교 교수: 제3장 제1절, 제5장 일부
김규찬 창원대학교 교수: 제3장 제2절

전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구

발행인 김 세 원

발행처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금남화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2024년 10월 23일

발행일 2024년 10월 23일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 979-11-7198-034-5 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2024.e27>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

김면·박종웅·정수희·김영주·김규찬(2024), 전통문화산업 활성화를 위한 기반 조성 연구,
한국문화관광연구원



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2024.e27>



www.kcti.re.kr

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880



9 791171 980345
ISBN 979-11-7198-034-5