생활산업 고도화 대책(안)

(2014 ~ 2018년)

2014. 10월

산업통상자원부

kidp
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

순 서

Ⅰ. 생활산업의 재발견 ····· 1

Ⅱ. 생활산업 및 기업현황 분석 ····· 2

Ⅲ. 고도화 추진목표 및 전략 ····· 5

Ⅳ. 중점 추진과제 ····· 6

1 생활산업 협업·성장생태계 구축 ····· 6

2 100대 글로벌 생활명품 육성 ····· 10

3 업종별 고도화 기반 구축 ····· 12

Ⅴ. 실천계획 ····· 13

kidp
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

Ⅰ 추진배경 : 생활산업의 재발견

□ **(시장 변화)** 소득수준 증가와 함께 **고급제품 수요가 확대**되면서 그간 성숙산업으로 간주되어 온 **생활산업에 대한 인식이 변화중**

○ 국내시장은 물론 **글로벌 시장 규모***도 지난 10년간 **확대 추세**

* 국내시장 규모 : (03) 27조원 → (12) 49조원

* 세계 주요수출시장(EU, 中, 美, 日, 韓) 규모 : (03) 2,364억불 → (12) 5,866억불

○ 특히 기존의 생활산업이 **새로운 IT 기술, 컨텐츠, 첨단소재, 디자인 등과 융합**되면서 **고부가가치 시장***으로 변모 중

* (例) 나이키 퓨얼밴드(IT, 운동량 측정), 레고의 마인드스톰(IT, 블럭형 로봇), 뽀로로 캐릭터 제품(컨텐츠), 베어브릭(디자인, 수집형 완구), 알레시 와인오프너(디자인)

□ **(우리 상황)** **60~70년대 수출 주력산업의 역할을 수행**한 국내 생활산업은 **시장·환경변화에 적절히 대응하지 못해 전반적으로 정체**

○ 성장전략 부재, 인프라 미비에 따른 **산업구조적 한계, 활력 부족** 등으로 사양산업으로 인식되고 있으며, **영세업체***가 **대부분을 차지**

* 10인 미만 업체가 전체 기업수의 86.3%, 전체 종사자수의 37.5% (20만명중 7.5만명)

□ **(성장 가능성)** 융합을 통한 획기적 부가가치 창출이 가능한 **생활산업의 재도약**을 통해 **우리경제의 새로운 성장 모멘텀** 창출

○ **(중소기업) 자기브랜드를 가진 완제품 중소기업이 시장내 강자**로 자리잡고 있는 분야로 **중소기업의 질적 성장**에 매우 적합

○ **(창조경제) 창업·진입이 용이**하고 **창의적 사고와 분야간 융합***을 통해 **단기간내 사업화·시장 확보**가 가능한 **창조산업**의 전형

* 맥포머스(CT·신소재), 락&락(신소재), 또봇(CT) 등 융합을 통해 단기간 시장확보 사례 다수

○ **(산업 포트폴리오 다각화)** 주력산업 중심의 **산업의 집중도 해소, 산업간 생산성 격차 완화, 대외 경제위기 취약성 보완**에 기여

○ **(고용·지역경제)** 상대적으로 여타 제조업에 비해 **고용창출력***이 높고 지역 클러스터 중심의 성장을 통해 **지역경제 견인 가능**

* 유형고정자산 10억원 당 고용창출효과('13) : (생활산업) 14.3명 vs (제조업) 평균 5.6명

* (경기북부) 가구, (대구·경북) 안경, (전북 익산) 주얼리, (부산) 신발 등

Kidp 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

Ⅱ 생활산업 및 기업현황 분석

1 생활산업의 현황

□ **(생활산업 범위)** 공식적 정의는 없으나 '사람이 살아가는 일상생활과 관련하여 소요되는 **최종재를 생산·유통하는 산업**'으로 다소 광범위하게 정의

○ **가구, 시계·주얼리, 안경, 가방, 문구, 완구, 주방용품, 운동레저용품, 악기, 뷰티케어용품, 위생용품, 소형생활가전** 등 12개 범주로 구분

□ **(생산·수출입)** 국내 생활산업의 **생산 규모**는 최근 10년간 연평균 5.4% 성장하여 '12년 기준으로 **46조원** 수준 (참고)

* 제조업 전체 연평균 10% 성장, 제조업 전체 생산액 중 3.0% 차지

○ '12년 기준, 시장규모는 **49조원**(연평균 7% 증가), **수출은 72억달러, 수입은 106억달러**로 **'05년 이후 수입액이 크게 증가 추세**

* 수입(억달러) : (03) 40.9 → (05) 51.8 → (09) 70.2 → (12) 106.8

** 무역수지(억달러) : (03) 13.1 → (05) △2.5 → (09) △23.0 → (12) △34.2

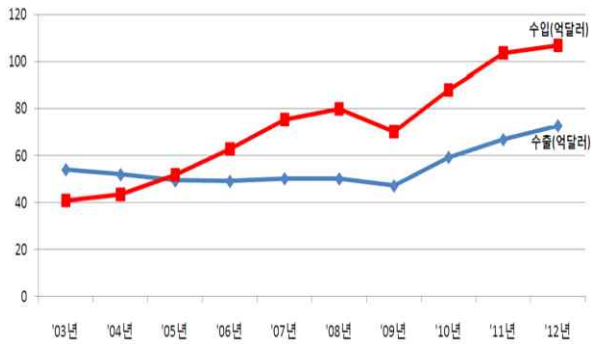
*** 세계 주요수출시장 점유율(%, '03 → '12) : (한국) 2.3 → 1.2, (중국) 21 → 41

□ **(고용)** 최근 10년간 **사업체 수는 증가**(연평균 1.1%)했으나 **종사자는 감소**(226→200천명, 연 1.4%)하여 사업체별 **고용규모의 영세성 심화**

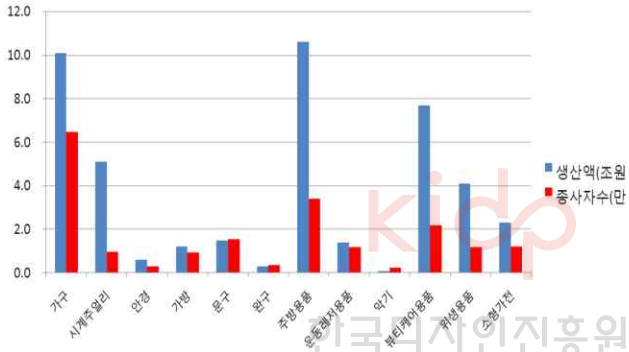
○ 숙련공의 고령화 및 신규인력의 생산직 기피현상 등으로 타 산업에 비해 **노동생산성 증가율은 상대적으로 낮은 편**

* 노동생산성 연평균증가율(08~12) : 가구 -1.4%, 가죽·가방·신발 -1.7% vs 제조업평균 1.1%, 전자부품·컴퓨터·영상·음향 및 통신장비 4.9%

< 생활산업 수출입 규모 >



< 업종별 생산 및 종사자 수 >



한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

2 생활산업 기업성장 애로

1 기업 경쟁력 취약

○ 라이프스타일 변화에 따라 High-end 시장으로 변화하고 있음에도 국내 기업은 **중저가 가격경쟁 위주**로 대응

- 개도국 중저가품 대비 **가격**이, 선진국 고가품 대비 **품질경쟁력**이 취약해 글로벌 시장에서 **포지셔닝이 모호**

> * "업계 전반적으로 국내를 중저가 대중 브랜드 시장으로 인식하여 고급제품보다는 중저가 제품에 집중함으로써 가격위주의 경쟁 심화" (문구 현장방문, M社, '14. 4월)

○ 기업의 영세성, 생활산업에 대한 낮은 인식으로 **기술개발 투자가 저조**하고, **기획, 마케팅 및 브랜드 투자도 미흡**

* 중소기업 매출액 대비 R&D 투자비중 : (가죽·가방·신발) 1.8%, (가구) 2.6% vs. (제조업) 3.7% (10년, 중소기업중앙회, 중소기업기술통계조사)
* 가구 제조업 R&D 비중('10→'12년, %): (중견) 0.39→0.28 vs. (중소) 0.53→0.63

2 산업생태계 건전성 약화

○ 주요 생산시설의 해외이전으로 원부자재 조달, 시험 생산 등 산업 생태계에 필수적인 **협업 생산시스템**이 약화

> * "국내 완구업체의 해외 아웃소싱이 높아짐에 따라 생산노하우와 인프라의 해외 유출을 우려, 구심 역할인 클러스터가 필요" (완구간담회, Y社, '14.2월)

○ 생태계의 진화를 선도하고 혁신의 자극제 역할을 할 수 있는 **혁신 제품, 비즈니스 모델, 리딩 기업이 부족**하여 **성장이 정체**

○ 특정업종의 일부 기업을 제외하고는 **해외 진출에 소극적**

* 수출액('12년, 백만달러) : (가구- 한샘) 11.4, (완구-오로라월드) 5.2, (시계-로만손) 18.2, (쥬얼리-골든듀) 0.5

3 산업 지원인프라 부족

○ 분야별 지원센터가 산재되어 있어 시제품 제작, 전문기업 발굴 등 **애로사항 발생시 쉽게 필요한 정보를 얻기 어려움**

> * 아웃도어 제품에 대한 아이디어를 사업화하기 위한 제조업체, 시제품·마케팅 샘플 제작 업체 등과 관련한 정보 획득 곤란 (스타트업기업, C社)

○ 산업여건·경제상황의 변화에 조응하지 못하는 법·제도가 상존

* (세제) 가구 역관세 (원부자재 8%, 완제품 무관세)
* (산업분류) 기타업종으로 분류되어 주식·채권 가치의 상대적 저평가로 투자유치 곤란
* (규제) 일부 피부미용기기, 웨어러블 기기 등이 의료기기로 분류되어 제약

kidp 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

3 생활기업 성공 및 실패 요인

□ 성공 요인 및 사례

○ **(아이디어 사업화 성공)** 혁신·독창적 **아이디어로 창업**하여 **고부가 가치 제품으로 성공**

* (例) A社 : 실제 자동차 기능을 승용완구에 접목한 제품을 개발, 국내외 성공

○ **(지속적 기술·디자인 혁신)** 지속적인 제품 R&D 및 차별화된 디자인 혁신를 통한 성능 및 품질 향상에 성공

* (例) B社 : 헬맷 제조사로 매출액의 약 10%를 R&D에 투자하여 21년간 글로벌 1위

○ **(브랜드 마케팅 및 시장 포지셔닝) 고품질 프리미엄 브랜드 이미지 구축 및** 차별화된 마케팅으로 **니치마켓 공략**

* (例) C社 : 중저가 가구 브랜드는 온라인 판매, 고가는 오프라인 판매의 이원화로 성공

○ **(글로벌 시장 집중 공략)** 해외시장 진출을 위한 **적절한 유통채널 발굴**로 성공

* (例) D사 : 일본 홈쇼핑 채널(후지, 아사히 등)을 활용 주방가전의 일본 진출에 성공

□ 실패 요인 및 사례

○ **(혁신적 후속제품 미출시)** 기술, 디자인 등에 대한 **지속적 혁신이 이루어지지 않아 초기의 성장세를 이어가지 못한 채 쇠락**

○ **(브랜드 관리 미숙)** 브랜드 이미지에 맞지 않는 시장을 타겟으로 제품을 출시하거나 **부적절한 브랜드 관리**로 사업이 침체

○ **(사업파트너 발굴 실패)** 제품 생산의 각 단계에서 필요한 **사업 파트너를 확보하지 못해 사업화에 실패**

⇒ 성공·실패사례 분석 결과, 침체된 **산업 생태계의 혁신적 변화 유도** 필요

① 새로운 아이디어·비즈니스 모델을 발굴하여 **창업·성장**시킴으로써 **생활산업 생태계를 자극**

② 기존기업의 지속적 혁신을 유도하고 High-End시장에 대응하는 **명품화·글로벌화 지원**

kidp
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

Ⅲ 생활산업 고도화 추진방향

□ **(생활→ Creative & Cool산업)** 상대적으로 침체된 생활산업을 **삶의 질**과 관련한 다양한 측면에서 **창의적이고 멋진 산업으로 재조명**

	기존 생활산업	미래형 생활산업
경쟁력 요소	• 소품종 대량생산방식 • 가격경쟁력 보유 단품으로 시장 선점 전략 • 기술, 제조 중시	• 다품종 수요맞춤형 제품 생산 • 서비스·콘텐츠 등과 융합하여 부가가치를 극대화 • 창조, 유통 중시
소비 패턴 (수요 변화)	• 필요 최소한으로 소비 • 저가품을 우선 구매	• 고부가가치 제품을 여유롭게 소비 • 자아실현, 편리 증대 제품 우선 구매
구매 결정요소	• 가격 및 내구성 등	• 기능, 디자인, 브랜드 등 개인 취향의 충족 여부
주요 사례	• 범용성 공용가구 • 플라스틱 블럭 완구 • 시력 보정용 안경 • 일반 운동화, 스포츠화	• 맞춤형 가구 • 친환경 소재 스마트 완구 • 신소재 패션안경 • 스마트 신발

□ **(선택과 집중)** 現생활산업 중 상대적으로 창의적이고 매력적인 분야로 **글로벌시장 경쟁력 확보가 가능한 업종**을 중심으로 **선택과 집중**

○ **라이프스타일 변화**에 따라 **삶의 질 향상에 기여**하고 **산업적으로 의미가 큰 업종위주**로 산업현황, 미래가치 등을 분석하여 전략업종 도출

1 단계 (산업현황·실태조사)	2 단계 (경쟁력·미래 전략적 가치)	7대 전략분야 17개 업종군
가구, 시계·주얼리, 안경, 가방, 문구, 주방용품, 완구, 운동레저용품, 신발	가구, 시계·주얼리, 안경, 가방, 완구, 운동레저용품, 신발	

□ **(중점 추진분야)** 최종 선정된 7대의 **전략분야**에 **수요변화 동인**과 **고도화 수단**을 접목하여 **17개 업종군** 선정

[가구] 인텔리전트 가구, 첨단 디스플레이 융합 가구
[완구] 스마트 토이, 다기능(교육・치료) 완구, 신소재 접목 완구
[안경] 다기능 안경(웨어러블), 신소재 접목 안경, 디자인강화 안경
[시계·주얼리] 모듈형 주얼리, 문화 접목 주얼리, 다기능 시계(웨어러블)
[레저용품] 증강현실 운동기구, 아웃도어 생활용품
[가방] 신소재 접목 가방, 에너지세이빙 가방
[신발] 사물인터넷 기반 헬스케어 신발, 신소재 접목 신발

kidp 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

Ⅳ 중점 추진 과제

1 생활산업 협업·성장생태계 구축

□ **(협업·성장생태계 구축)** 혁신적 아이디어가 **창업으로 연계**되거나 **기존기업의 혁신 소스**로 활용되도록 다양한 기업 및 지원기관간 **협업체계** 구축

○ **(창업기업)** 잠재 창업자들에게 필요한 창업보육, 시제품제작, 디자인, 금형·사출 등을 수행하는 **협업기업·기관을 연계하는 네트워크 구축**

○ **(기존기업)** 혁신적 아이디어가 **기업의 혁신과 성장에 활용**될 수 있도록 아이디어 마켓을 구축하고, 전문무역상사 등을 활용한 해외진출 체계 구축

○ **(생활산업 Biz 플랫폼 개발)** 아이디어, 디자인, 상품기획 전문회사와 생산, 유통, 물류 전문기업간 **구체적인 비즈니스 모델 개발** 지원

* 3년간 총 10개 비즈니스 플랫폼 개발 : 연간 약 3개, 5억원 이내 지원

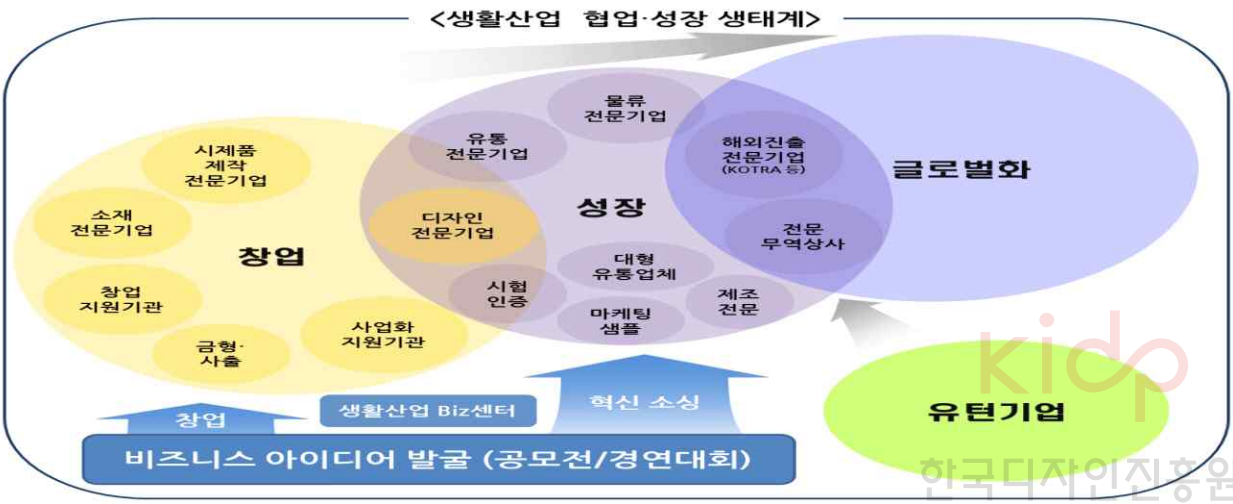
* (플랫폼 사례) 일본 문구유통사 "도큐핸즈"는 문구판매와 함께 자사 판매 원재료를 활용한 1인 기업 창업을 위한 온·오프라인 플랫폼 제공

□ **(생활산업 Biz 센터*)** 생활산업 협업·성장 생태계內 기업 및 지원기관간 **코디네이션과 네트워킹을 지원**하는 "**생활산업 Biz 센터**"를 구축

○ 旣 구축된 **창조경제혁신센터** 등 전문기관과 연계, **창업부터 해외진출까지 컨설팅 기능 수행**

○ 특히 마케팅, 상품기획 등에 노하우가 축적된 퇴직인력 등을 적극 활용, **기존 기술사업화 기관**과는 차별화된 **상품화 지원서비스*** 제공

* **'기술사업화 지원'은 기술의 제품화에 국한되는 경향**이 있으나, **'상품화 지원'**은 아이디어의 제품화는 물론, **양산기술, 마케팅, 유통망 확보, 해외진출 등까지 포함**하는 개념



kidp
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

1. 창업단계 기업 활동 지원

◇ 상대적으로 **Low-tech, 아이디어와 디자인 등**으로 요약되는 창업단계 기업의 주요 애로사항인 **마케팅 샘플, 운영자금, 사업화 등을 지원**

□ **(창업 지원) 새로운 아이디어를 쉽게 사업화**로 연결하기 위해 **생활산업 Biz 센터 및 창조경제혁신센터 중심**의 창업 지원 및 비즈니스 매칭

○ 전국 6개 지역디자인센터의 창업지원 인프라 및 프로그램 등을 향후 구축될 창조경제혁신센터와 연계하여 **창업교육, 멘토링, 사업화로 확대**

○ 신규창업자가 파악하기 어려운 디자인, 생산, 유통, 기술이전 사업화 등 노하우가 필요한 분야의 **관련 전문기관·기업 매칭**

- **(생산)** 소재, 금형, 사출 등 제품 제조 및 생산관련 전문기업을 발굴하여 수요기업과 매칭

  * 제조업 소프트파워(공장없는 제조기업, '15년 10억원)의 우선 분야로 생활산업 선정 검토

- **(상품화)** 디자인소재은행, 디자인 컨설팅, 사업화 전문회사, 기술거래기관, 전문무역상사, 유통전문기업 등과의 매칭으로 상품화 지원

□ **(마케팅 샘플 제작)** 본격적인 마케팅과 양산을 위해 필수적이나, 시장이 기능을 제공하지 않는 **마케팅 샘플 제작 지원시스템을 구축**

  * 1~2개 시제품은 3D프린터 등으로 가능하나, 200개 내외 소량의 마케팅샘플은 고가의 금형제작비 등을 이유로 제작업체를 찾기 어려운 실정

○ 생활산업 Biz센터 중심으로 소량의 마케팅샘플 제작이 가능한 **전문 제조업체를 발굴·DB화**하고 **관련 창업기업과 매칭**

○ 공모전* 등에 입상한 **우수 창업 생활기업에 시제품 및 마케팅 샘플 제작 지원** (금형 제작비용 등, 2천만원 한도/제품)

  * 현재 우수디자인(GD), K-Design Contest, 차세대디자인리더 사업화 지원(디자인진흥원), 대한민국 실전창업리그(중기청) 등 다양한 형태의 공모전을 시행중

□ **(초기 운영자금 펀딩)** 예비 창업자가 새로운 아이디어의 사업화에 필요한 초기 운영자금 조달을 위해 **크라우드 펀딩 시스템 구축 추진**

○ 생활산업 Biz센터內 **전용 온라인 사이트 개설**하고 예비창업기업 및 투자자의 **자격 사전검증 및 수익 배분, 분쟁조정** 역할 수행

  * (例) 미국의 킥스타터 (후원형), 영국의 Crowdcube (지분투자형)

kidp 한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

2. 성장기업 활동 지원

◇ 상대적으로 **High-tech, 자금력을 보유**한 기존 성장단계의 기업 지원을 위해 **새로운 아이디어 시장과 기존제품 고도화 지원**

□ **(아이디어 마켓)** 기존 제조기업이 개인/디자인 전문기업 등의 아이디어를 구매·활용하여 신제품을 기획할 수 있도록 "**아이디어 마켓**" 구축·운영

○ 아이디어 공모전, Auction, Hand Craft 박람회, 졸업작품 전시회 등을 통해 발굴된 아이디어를 사이트에 게시, **수요기업과 연계 지원**

* 현재 구축중인 디자인 아이디어 마켓('14년 3억원)을 "**생활용품 아이디어 마켓**"으로 확대·개편 운영 추진('15년~)

□ **(제품 고도화 지원)** 시장변화 및 라이프스타일 트렌드 변화가 반영된 **융합형 신제품 개발 유도** 및 **기존 제품의 업그레이드 지원**

○ 디자인전문기술개발사업('14년 160억원), 생활산업고도화('14년 45억원), 성숙산업고도화('14년 24억원) 등 R&D자금을 활용, 디자인·IT·콘텐츠 등을 활용한 제품고도화

* 과제당 2~5억원/년 규모로 추진되던 사업을 과제당 5~7억원/년 규모로 확대

○ 라인 교체, 설비 확장 등 제품 고도화에 적합한 생산시설 구비에 소요되는 자금 확보 지원

* 신보 출자를 통한 기업 보증을 지원하여 시설 고도화 자금 확보 촉진 (중장기)

□ **(U턴기업 국내정착 지원)** 유턴 생활기업이 국내에 성공적으로 정착·성장할 수 있도록 집적화, R&D 및 세제·인력개발 지원

○ **(신발 산업)** 부산을 중심으로 집적화 단지를 조성하고, 섬유-신발 융합 촉진, 공장 자동화 도입을 통해 고부가가치화 유도

* 첨단 신발 융합허브센터 건립, 신발-섬유 융합 제품 개발, 스마트 공장 개발 등

○ **(주얼리 산업)** 전북 익산을 중심으로 클러스터를 조성하고 R&D 센터 건립을 기반으로 고부가치화 및 경비 절감 유도

* 인력 고용의 어려움 해소를 위해 외국인력 재고용, 고용보조금 지원

KIDP 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

3. 생활기업 글로벌화 촉진

◇ 내수 위주의 국내 생활기업의 글로벌화 촉진을 위해 **해외마케팅 지원 강화** 및 **온·오프라인 거래 다각화** 추진

□ **(해외 마케팅 지원)** 중국·동남아·EU 등의 **소비재 시장을 주요 타겟시장**으로 **생활산업의 글로벌화 지원**

○ 가구, 신발, 안경, 주방용품 등 시장별 특화 가능 업종은 **생활산업 분야 전문무역상사 지정**을 통해 관련기업의 수출 촉진

○ **해외전시회***, **상담회** 및 **내수기업 수출기업화** 등 기존 해외마케팅 프로그램에 생활산업 분야 기업 참여 강화

* 메종오브제, 밀라노 가구박람회 등 파급력이 큰 종합 생활산업 전시회에 참여 추진

□ **(한류 마케팅 강화)** 한류와 연계가 비교적 쉬운 **소품 중심의 업종**(완구, 쥬얼리, 안경 등)**에 대한 한류 마케팅 지원**

○ 한국을 방문하는 **해외 관광객**(요우커)이 쉽게 이용 가능한 **생활명품 팝업스토어**(관광지, 면세점, DDP 등)를 확충하여 글로벌화 지원 추진

○ 생활기업과 **한류·컨텐츠 기업간 제품 기획** 및 **마케팅·유통** 등을 공동 시행하는 **협업 비즈니스 플랫폼 구축** 지원

- 스타마케팅→ (팝업스토어→ 입소문→) 온라인 판매로 연계되는 플랫폼 마련

* (例) 한국 디자인 미디어 그룹(디자인하우스)와 SM엔터테인먼트 간 공동출자를 통해 한류스타를 활용한 생활용품 기획/제조/마케팅/판매 시행중('14년)

□ **(온·오프라인 거래 다각화) 온라인 중심의 해외 판매시스템을 구축**하고 보조적으로 오프라인 해외 판매 활용

○ **SNS 중심**으로 **다국어 바이럴**(viral) **마케팅 서비스** 추진 및 기존 온라인 거래 사이트(알리바바, 타오바오, K-mall24)에 **생활명품 코너를 마련**

○ 해외 **대형 할인마트**(CJ, 롯데 등), 중기청(K-HIT), 밀라노 엑스포('15년) 등에 **팝업스토어를 개설**하여 우수 **생활용품의 홍보 및 판매**

○ 우수 생활용품에 대해서는 **주요 내외빈 선물로 활용**(BH, 외교부, 공공기관 등)함으로써 **초기 판로 개척 지원**

□ **(해외 투자협력)** 브랜드 인지도가 낮은 우리기업과 세계최고의 브랜드 파워를 가진 이탈리아 기업간 투자협력(M&A, 브랜드 라이센싱) 확대

* VIP 訪伊('14.10)시 KOTRA-伊)패션협회 투자협력 MOU, M&A지원센터(코트라) 등 활용

kida 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

2 100대 글로벌 생활명품 육성

□ **(글로벌 생활명품 발굴)** 새로운 라이프스타일 및 수요변화에 부합하고 세계 시장에서 성공 가능성 있는 **글로벌 생활명품 집중 육성** (5년간 70개)

> ※ **글로벌 생활명품 요건** : ①**생활을 건강하고 윤택하게 하기 위한 제품**으로 ②**소비자의 웰빙·웰니스를 지향**하고 ③**세계 시장에서 통할 수 있는 문화적 품질과 감성적 가치**를 지닌 ④**국내 생활 제품**

○ 유통기업과 연계된 **유망제품의 공모**와, **지역기반 한국형 전통명품***을 공모하는 **Two Track으로 운영**

* 한국형 전통 명품의 요건 : 한국의 전통적 감성, 탁월한 품질 및 독특한 차별성, 대중들이 쉽게 인지하는 브랜드 명성과 스토리, 상대적 高價

□ **(융합형 명품 기획)** 공모 발굴의 한계를 극복하기 위해 '20년 **미래 라이프스타일 예측을 통해 명품화 가능한 융합형 명품 기획** (5년간 30개)

○ **7대 전략분야 · 17개 업종군**을 중심으로 신제품 기획 추진

* 생활산업 미래트렌드연구(Future Envisioning, '14.3～12월) : 메가트렌드 및 라이프스타일 분석 등을 통해 미래 유망 생활제품군 도출 중

* (예시) ①사람의 컨디션, 건강상태, 심리적 동요 등을 반영하여 색깔, 외형 등이 변하는 '**감정 반응형 가구**', ②건강상태를 체크하고, 적절한 운동 및 식단을 제시해주며, 이를 반영한 의상까지 추천해주는 '**종합 라이프 케어 부스**' 등

□ **(명품화 지원방안)** 롯데그룹과 진행중인 1차 생활명품 프로젝트 성공을 기반으로 **맞춤형 기업 지원 추진**

○ 상품기획 전문가 중심으로 **선정위원회를 구성**하고, 선정된 기업이 R&D, 디자인, 유통, 마케팅 등을 **취사선택할 수 있는 "메뉴판식" 지원**

* ①R&D : 생활산업고도화기술개발('15년 66억원), ②디자인 : 디자인혁신역량강화('15년 350억원), ③마케팅 : 대기업 유통망, 홈쇼핑 등 활용

- **유통 대기업 중심의 상생형 마케팅, 유통을 지원**하고 **희망기업에 한해 우선적으로 중소기업 홈쇼핑 채널(홈&쇼핑) 판매 지원**

○ **韓-伊 산업기술협력위원회**('14.10)을 활용, 세계 최고의 명성을 가진 이탈리아 명품기업과 국내기업간 **공동기술개발**(Open Innovation) 및 성과물의 사업화를 통해 **명품화** 지원

kidp
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

<참고> 7대 전략분야, 17개 업종군 현황

산업	제품	주요 기능 및 제품 컨셉	개발 방식 및 목표	비고
완구	스마트 토이	▪ 블록 등의 완구에 IT기술을 결합하여 사용자와의 인터랙션이 가능해진 완구 → 영유아 창의성 증진 교구로 활용	▪ 기존 완구에 IT, 콘텐츠 등을 결합 기존 완구 +디스플레이+ 반도체 + 콘텐츠 = 스마트 토이	▪ 완구는 단순한 놀이용품을 넘어 스마트 디바이스화되는 추세 ▪ KIST가 개발중인 스마트토이는 시장 검증 초기단계에 돌입 ▪ 해외에서도 레고, MIT, Sifteo, Gymboree 등에서 스마트 토이를 개발·출시 중
	치료용 완구	▪ 완구에 IT기술 등을 결합하여 치매 예방 및 치료 목적으로 활용하는 완구 → 병원, 치매지원센터 등에서 노인용 완구로 활용 가능	▪ 기존 완구에 IT, 콘텐츠 등을 결합 기존 완구 + 로봇기술 + 콘텐츠 = 치료용 완구	▪ 실버세대의 복지수준 향상을 위하여, 완구에 치매예방 기능 등이 추가될 전망 ▪ KIST가 출시한 치매예방 지능형 로봇인 '실벗'은 유럽시장 진출 예정
가구	I-furniture	▪ 스스로 형태변화가 가능하여 이동성 및 사용자 편의성이 확대된 가구 → 자유자재로 레이아웃이 가능한 이동형 가구로 활용	▪ 기존 가구에 IT, 신소재 등을 결합 기존 가구 + 로봇기술 + 제어기술 + 신소재 = I-furniture	▪ 가구가 점차 인텔리전트화되며 실용성이 강화되는 추세 ▪ 스위스 EPFL이 개발한 Roombot은 이미 시제품을 통한 시장 검증 단계에 돌입하여 디자인 개선 중
	첨단 디스플레이 융합 가구	▪ 3차원의 현장감 있는 홀로그래피 영상 출력 기능을 갖춘 가구 → 실내공간 인테리어 장식품으로 활용	▪ 기존 가구에 IT 등을 적용 기존 가구 + 홀로그래피+ 디스플레이= 첨단 디스플레이 융합 가구	▪ 홀로그래피는 차세대 3D 기술로 중요성이 부각 ▪ 세계 홀로그래피 시장은 2025년 750억불 규모로 성장 전망
안경	CMF 적용 패션 안경	▪ 초경량·고탄성 소재와 독창적 디자인을 채택해 착용감 및 개성 표출 욕구를 동시에 만족시키는 안경 → 기능성 패션용품으로 활용	▪ 기존 안경에 신소재, 디자인 등을 결합 기존 안경 + 신소재 + 디자인 = CMF 적용 패션 안경	▪ 유사한 소재와 디자인을 바탕으로 생산된 기존 안경은 한계에 봉착 ▪ 최근 신소재 등을 접목하여 인체공학적 디자인의 패션 안경을 개발하려는 시도가 증가
주얼리	모듈형 주얼리	▪ 사용자가 자유자재로 조립·분리하여 디자인할 수 있는 모듈 단위의 주얼리 → 사용자의 취향대로 디자인 가능	▪ 기존 주얼리에 IT, 신소재 등을 접목 기존 주얼리 + 마이크로 기술 + 신소재 = 모듈형 주얼리	▪ 유행과 트렌드에 민감한 코스튬주얼리는 디자인이 중요 ▪ 사용자가 스스로 디자인할 수 있는 기능성 주얼리 개발을 통해 고부가화 가능
가방	태양광 발전 가방	▪ 태양광을 전기로 변환할 수 있는 태양전지판이 부착된 가방 → 전자기기의 충전에 활용	▪ 기존 가방에 IT 등을 결합 기존 가방 + 태양전지판 + 배터리 기술 = 태양광 적용 가방	▪ 태양광 등 대체에너지를 활용하는 제품이 증가할 전망 ▪ 해외에서는 샘소나이트, Ascent Solar 등이 태양광 발전 가방을 개발·판매 중
운동 레저 용품	증강 현실 운동 기구	▪ 현실 세계와 3D 가상 이미지를 실시간으로 결합시켜 운동의 흥미를 유발하는 운동기구 → 실내 운동활동량 증진	▪ 기존 운동기구에 IT 등을 결합 기존 운동기구+ 증강현실 + 음향 기술 = 증강현실 운동기구	▪ 황사, 미세먼지 등으로 인해 실내운동 수요가 증가 ▪ 최근 SKT가 ICT기술을 접목한 신개념 실내 운동기구인 스마트 짐보드를 출시하는 등 새로운 판로를 개척 중
신발	헬스 케어 스마트 신발	▪ 보행상태, 운동량 등을 측정하여 스마트 기기로 전송, 개인의 건강증진을 위한 헬스케어 신발 →건강관리 및 운동량 증진	▪ 기존 신발에 IT 등을 결합 기존 신발 + 센서기술 + 운동량측정 = 헬스케어스마트 신발	▪ 운동시간부족, 비만인구 증가 등으로 인해 개인용 헬스케어 제품 증가할 전망 ▪ 나이키+아이팟 등 운동량 측정 신발은 배터리 등 해결과제가 있으며, 게임 등 콘텐츠 결합을 통한 고부가화 가능

한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

3 업종별 고도화 기반 구축

□ **(생활산업 재인식 기반 마련) 민간 협의체**를 중심으로 **업종별 발전 전략을 수립**하고, 이를 바탕으로 **산업혁신 캠페인**을 추진

○ 업종별 역량있는 대표(통합)기구를 중심으로 **현황, 애로, 경쟁력 등을 파악**하고 **발전전략 및 실행과제 도출** (2개 업종/년)

○ 생활산업을 Creative & Cool산업으로 재도약시키기 위한 캠페인 추진

- 성공사례 공유를 위한 포럼, CEO 교육, TV광고, 전시회 등 **캠페인 추진 세부계획 수립** ('14.下)
- 특히, 생활산업 선진국인 이태리와 우리기업간 **디자인·생활산업 포럼** 정례화('15년~)로 **장인정신, 명품화전략, 전통계승** 등의 노하우 공유·전파

□ **(체계적 통계 조사) 생활산업 분류체계를 재정비**하고, 이를 바탕으로 **연속성 있는 업종별 DB를 구축**

○ **표준산업분류체계**(KSIC)상 **기타 제조업**으로 분류된 주얼리, 완구, 문구 등의 분리를 검토하고 **생활산업 통계 조사 및 업종별 DB구축**

- 글로벌 기업으로 성장 유도 및 투자유치를 위해 KSIC 개선을 통한 주식·채권 시장의 업종분류 조정

□ **(업종별 애로사항 해소)** 세제, 규제, 기술개발 등 **업계의 애로·건의사항** 개선 검토를 위한 **관계기관간 TF 구성 추진**

<업종별 주요 애로 및 건의사항>

	주요 애로·건의사항
가구업계	▪ 가구 원부자재에 대한 원가부담 요인 완화 ▪ 중소기업 공동물류·전시판매장 건립
주얼리 업계	▪ 귀금속 KOLAS 획득 지원 ▪ 거래양성화로 시장 투명성 제고 (개별소비세, 고금의제 세액공제 등 제도 검토) ▪ 귀금속·보석 클러스터 조성 (익산, 서울 등)
뷰티케어 업계	▪ 초음파, 고주파 피부미용 기기의 분류기준 개선
안경 업계	▪ 초고굴절 안경 렌즈용 소재 개발 ▪ 안경토탈 비즈니스센터 구축 (대구)

kidp 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

V 실천 계획

□ 중점 추진 실천과제별 세부 실행계획

실천 과제			세부 시행	시행일
1 협업. 성장 생태계 구축	창업단계 기업 활동 지원	▪ 창업 지원	- 생활산업 Biz 센터 중심의 창업 지원 및 비즈니스 매칭	'15년
		▪ 마케팅 샘플 제작 지원	- 우수기업 시제품, 마케팅샘플 지원	'15년
		▪ 초기 운영자금 펀드	- 크라우드 펀딩 전용 사이트 개설	'15년
	성장단계 기업 활동 지원	▪ 아이디어 마켓	- 생활용품 아이디어 마켓 구축	'15년
		▪ 기존제품 고도화 지원	- 디자인전문기술개발사업 확대 개편 - 신용보증기금 출자 추진	'14년 하반기 중장기
		▪ U턴기업 국내정착 지원	- 신발, 주얼리 등 U턴 기업의 성공적 정착.성장 지원	중장기
	글로벌화 촉진	▪ 해외 마케팅 지원	- 생활산업 분야 전문무역상사 지정	'15년
		▪ 한류 마케팅 강화	- 생활명품 팝업스토어 확충 - 한류 컨텐츠 기업과 협업 플랫폼 구축	'14년 하반기 '15년
		▪ 온.오프라인 거래 다각화	- 온라인 마케팅 강화 - 초기 판로 개척 지원	'15년 '14년 하반기
2 100대 글로벌 생활명품 육성	글로벌 생활명품 발굴	▪ 유망제품 공모	- 유망 글로벌 생활명품 공모	'15년
		▪ 지역기반 전통명품	- 지자체 대상 전통명품 공모	'15년
	융합형 생활명품 창출	▪ 융합형 명품 기획	- 융합형 생활명품 기획	'14년 하반기
3 업종별 고도화 기반구축	생활산업 성장 인프라 구축	▪ 산업 재인식 기반 마련	- 산업혁신 캠페인 추진 계획 수립	'14년 하반기
		▪ 분류 및 통계체계 개선	- 생활산업 분류 개선 및 통계 조사	'15년
		▪ 업종별 애로사항 해소	- 가구, 주얼리 관련 제도개선 추진 - 뷰티케어, 안경, 등 애로 해소	'14년 하반기 '15년

한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

참고 생활산업 현황 (2012년 기준)

구분		생산 (십억원)	수출 (십억원)	수입 (십억원)	시장 규모 (십억원)	종사자수 규모 (명)	종사자수 제조업내 비중(%)	사업체수 규모 (개)	사업체수 제조업내 비중(%)	세계 수출액 (백만불)
가구	전체	10,126	1,164	1,587	10,549	64,868	1.7	11,104	3.1	117,670
	일부 제외	4,643	1,152	1,581	5,073	52,081	1.4	10,599	2.9	114,845
시계·주얼리	전체	873	670	1,057	1,260	9,662	0.3	2,420	0.7	89,209
	시계	70	96	639	613	1,155	0.1	215	0.1	16,066
	추정	5,180			5,566					
	주얼리	803	575	418	646	8,507	0.2	2,205	0.6	73,142
	추정	5,110			4,953					
안경		619	504	499	615	2,908	0.1	502	0.1	17,040
가방		1,297	387	1,949	2,859	9,561	0.3	2,086	0.6	44,644
문구		1,582	835	787	1,533	15,395	0.4	2,714	0.8	36,889
완구		379	203	758	935	3,660	0.1	559	0.2	48,068
주방용품	전체	10,640	835	627	10,431	34,138	0.9	3,490	1.0	35,180
	일부 제외	2,880	494	586	2,972	15,123	0.4	2,775	0.8	28,043
운동·레저용품	전체	1,447	320	1,273	2,400	11,908	0.3	1,289	0.4	44,392
	일부 제외	754	279	750	1,225	6,810	0.2	884	0.2	20,616
악기		159	177	239	222	2,327	0.1	267	0.1	5,276
뷰티케어용품		7,710	1,242	1,665	8,133	21,832	0.6	1,704	0.5	64,619
위생용품		4,124	748	767	4,142	11,706	0.3	998	0.3	35,124
소형가전		2,341	1,095	822	2,068	12,107	0.3	1,031	0.3	48,471
합계	전체	45,604	8,181	12,029	49,453	200,072	5.4	28,164	7.8	586,583
	일부 제외	27,362	7,786	11,460	31,036	163,172	4.4	26,539	7.4	552,845

* 자료 : (생산액) 통계청 KOSIS, 광업제조업조사, (국내수출액/수입액) 관세청, 수출입통계, (종사자수/사업체수) 통계청, 2012년 전국사업체조사보고서, (세계수출액) 한국무역협회, 무역통계

** 운송장비용 의자(가구), 주방용 가전기기(주방용품), 기타 신발류(운동레저용품) 포함 여부에 따라 별도 집계

*** 주얼리 생산액과 시장규모는 통계청 자료와 월곡연구소 추정치 병행 표기, 전체합계는 월곡연구소 추정치 반영

**** (시장규모) = (생산액) + (수입액) - (수출액)

***** 세계수출액은 미국, 중국, EU, 일본, 한국 등 5개국 수출액을 한국은행 제공 연평균 환율 적용하여 합산

KIDP
한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION