

발간등록번호

11-B552668-000003-10

# 2021 한복백서



HANBOK REPORT 2021



## 들어가는 말

「2021 한복백서」는 「2016 한복백서」 이후로 6년 만에 발간되는 한복분야의 정부보고서입니다. 「2016 한복백서」발간 이후, 한복과 관련된 전반적인 환경과 문화, 산업, 정책, 소비자 인식 등에 많은 변화가 있었습니다. 특히 2019년 말에 발발한 코로나19 확산과 방역강화조치 장기화에 따른 사회 전반의 패러다임 전환에 한복업계는 위기와 기회를 동시에 직면하였습니다.

본 백서는 한복의 문화와 산업의 현재를 재점검하고 나아갈 바를 도모하기 위해 2016년부터 2021년까지 6년간의 한복의 문화와 산업, 법과 제도, 국내외 전시동향, 연구와 교육 등의 흐름과 동향을 분석하였습니다.

제1장에서는 2016년부터 2021년까지 6년간 한복 분야의 문화와 환경, 산업, 정책, 소비자 인식 등의 변화와 흐름을 문헌 자료 및 한복에 관련된 기사를 수집 및 분류하고 빅데이터 분석기법을 활용하여 한복 분야의 트렌드 동향을 연도별, 분야별로 정리하였습니다.

제2장 제도와 정책에서는 2016년부터 2021년까지 한복과 관련된 법과 제도, 정책을 수립하고 추진하는 기관과 조직, 연도별 주요 정책사업을 정리하였습니다. 이번 백서에서 다루는 연도가 6개년으로 범위가 넓고 중앙정부와 지방자치단체가 수행한 모든 사업을 다루기엔 지면의 한계가 있어, 한복과 관련된 정책과 사업의 포괄적인 내용을 파악할 수 있는 맥락을 정리하도록 자료를 정리, 분석하였습니다.

제3장 산업은 2016년부터 2021년까지 한복제조업, 도소매업, 대여업의 매출액, 종사자 수, 업체 수, 지역별 동향을 2022년에 한국공예·디자인문화진흥원에서 실시한 ‘한복산업실태조사’의 결과 일부를 제공 받아 정리하였습니다.

제4장 전시와 행사는 공공기관과 민간기관에서의 한복과 관련된 행사를 전시영역과 행사영역으로 구분하여 세부 유형별로 연도에 따라 기술하였습니다. 그리고, 국내 내국인을 대상으로 진행된 것과 해외 교민 및 외국인, 국내 외국인을 대상으로 한 국제교류 전시와 행사로 분류하여 기술하였습니다. 이 밖에 코로나 팬데믹 현상이 나타난 2020년부터는 비대면 전시와 행사라는 새로운 방식이 도입되었기 때문에 이를 구분하여 살펴보았습니다.

제5장 연구와 교육은 2016년부터 2021년까지의 한복 연구와 교육 현황을 파악하고 분석하였습니다. 한복 혹은 복식과 관련된 연구재단에 등록된 학술단체 및 SSCI, AHCI, SCOPUS 등재 학술지를 중심으로 한복 관련 연구의 현황을 조사, 분석하였습니다. 한복 교육의 경우는 초·중·고·대학 등의 정규교육과 비정규교육을 통틀어 한복 관련 교육 전반을 조사, 분석하였습니다.

본 백서발간에 참여한 집필진과 자문위원 대부분은 「2005년 한韓 브랜드[Han Brand]화 지원전략 - 한국전통문화 콘텐츠 세계화 전략」, 「2007 한복진흥을 위한 기초실태조사」 등 한복 정책 사업기획과 수행에 참여했던 연구진으로 구성되었습니다. 6년이라는 기간 동안 축적된 방대한 데이터를 독자와 업계 종사자, 정책관련자 등 접하시는 분들께 도움이 될 수 있도록 편집하였고, 이번 백서에서 한복의 문화, 교육, 산업의 계승, 확산, 진흥을 위해 묵묵히 노력하신 분들께 감사드립니다.

---

# CONTENTS

---

## 제1장

### 한복문화와 산업의 변화와 동향

제1절 개관 .....	1
1. 개요 .....	1
2. 구성 .....	2
제2절 현황 .....	3
1. 한복문화와 산업변화 .....	3
1) 2016년 .....	5
2) 2017년 .....	9
3) 2018년 .....	14
4) 2019년 .....	18
5) 2020년 .....	21
6) 2021년 .....	30
2. 한복에 대한 인식 분석 : 2016년부터 2021년까지 .....	36
1) 조사 .....	36
2) 한복에 대한 대중의 인식 분석결과 .....	37
제3절 분석과 전망 .....	52

## 제2장

### 제도와 정책

제1절 개관 .....	57
1. 개요 .....	57
2. 구성 .....	58
제2절 현황 .....	59
1. 법과 제도 .....	59
1) 법 .....	59
2) 제도 .....	67
2. 조직 .....	71
1) 중앙정부 .....	71
2) 지방자치단체 .....	73
3. 정책 .....	76
1) 중앙정부 .....	76
2) 지방자치단체 .....	82
제3절 분석과 전망 .....	102

---

# CONTENTS

---

## 제3장

### 산업

제1절 개관 .....	107
1. 개요 .....	107
2. 구성 .....	107
제2절 한복산업 실태조사 결과 .....	109
1. 한복산업분류 .....	109
2. 주요지표분석 .....	111
1) 한복산업규모 .....	111
2) 산업규모추이 .....	113
3. 사업체 조사 .....	125
1) 일반 현황 .....	125
2) 인력 현황 .....	126
3) 사업 분야별 현황 .....	128
4) 매출 현황 .....	131
5) 홍보 및 마케팅 현황 .....	132
6) 코로나19 사업체 영향 .....	132
7) 기타 .....	134
4. 소비자 인식 조사 .....	135
1) 한복 이미지 .....	135
2) 한복 구매 경험 .....	135
3) 한복 비구매자의 한복 구매 의향 .....	137
4) 한복 대여 경험 .....	138
5) 한복 구매 의향 .....	139
6) 한복 디자인 인식 .....	139
7) 한복 관련 프로그램 경험 실태 .....	140
제3절 분석과 전망 .....	141

## 제4장

### 전시와 행사

제1절 개관 .....	145
1. 개요 .....	145
2. 구성 .....	146
제2절 전시와 행사 현황 .....	147
1. 전시 .....	148
1) 유물전시 .....	148
2) 고증 전시 .....	157
3) 현대 한복전시 .....	158
4) 한복 관련 우수문화상품 전시 .....	161
2. 행사 .....	164
1) 축제 .....	167
2) 박람회 .....	172
3) 공모전 .....	175
4) 문화예술 이벤트 .....	176
5) 교육강연 .....	184
6) 세미나 .....	189
7) 지원사업 .....	191
8) 홍보 .....	194
제3절 분석과 전망 .....	197
1. 2016년부터 2021년 개최된 전시의 분석과 전망	
2. 2016년부터 2021년 개최된 행사의 분석과 전망	
3. 코로나19 이후 전시와 행사 특징과 전망	

---

# CONTENTS

---

## 제5장

### 연구와 교육

제1절 개관 .....	203
1. 개요 .....	203
2. 구성 .....	203
제2절 현황 .....	205
1. 연구 .....	205
1) 연구활동 .....	205
2) 연구성과물 .....	213
2. 교육 .....	232
1) 정규교육 .....	232
2) 비정규교육 .....	242
제3절 분석과 전망 .....	250
1. 연구 .....	250
2. 교육 .....	252

# Charts

<표 1-1> 한복의 문화와 산업의 변화와 동향파악을 위해 수집된 뉴스 건수	3
<표 1-2> 구글트렌드와 네이버 데이터랩의 '검색어트렌드' 비교	4
<표 1-3> 2016년 '한복'과 관련한 키워드 인스타그램 검색 건수	6
<표 1-4> 2016년 「한복 체험관광 50선」 선정 주요 선호 체험 테마 순위 및 언어권별 선호도	8
<표 1-5> 2016년 서울특별시 주요 관광지점 입장객 및 한복착용 입장객 수	11
<표 1-6> 종로구청에서 경복궁 인근 한복 대여업체에 제공한 한복 착용 팸플릿의 내용	17
<표 1-7> 2016~2021년 전국 혼인건수	25
<표 1-8> 사이닝니키 한복아이템 이벤트 관련 한·중 한복 VS 한푸에 관한 주장	28
<표 1-9> 2021년 '한복'을 중심으로 확대된 중국과의 문화공정 논란	32
<표 1-10> 2019~2021년 전통문화산업과 전통의복 평균 매출액	34
<표 1-11> 조사 개요	37
<표 1-12> 2016~2021년도 한복 관련 키워드 채널별 수집량 현황	37
<표 1-13> 2016~2021년도 한복 검색 단어빈도 분석 결과	40
<표 1-14> 2016~2021년도 한복 TF-IDF 분석 결과	43
<표 1-15> 2016~2021년도 한복 검색 중심성 분석 결과	46
<표 2-1> 한복 관련 부처별 법률 현황	59
<표 2-2> 한복문화산업진흥법안 발의 현황	60
<표 2-3> 2016~2021년에 발의된 한복문화산업 진흥법안 주요 내용 비교	60
<표 2-4> 전통문화진흥법안 발의 현황	62
<표 2-5> 2016~2021년 개정된 무형문화재법과 주요 이유	62
<표 2-6> 한복착용자 무료관람 가이드라인(제11조 관련)	63
<표 2-7> 전국 지자체 한복 관련 조례 연도별 제정 현황	64
<표 2-8> 2016년~2021년 사이 제정된 지자체의 한복 관련 조례 현황	65
<표 2-9> 2016년~2021년 지방자치단체가 제정한 한복 관련 조례 현황	65
<표 2-10> 2013년~2021년 서울 4대궁 및 종묘 한복착용 입장객 현황	67
<표 2-11> 한복분야 국가무형문화재 유형 구분(2021.02.28. 기준)	68
<표 2-12> 한복분야 시도무형문화재 한복분야 지정 종목 현황(2021년까지)	68
<표 2-13> 한복분야 우수숙련인 선정 지자체 및 제도명(2021년 기준)	69
<표 2-14> 대한민국산업현장교수 신청자격 요건	70
<표 2-15> 지방자치단체 행정기관 한복 업무 전담부서 및 관련 기관 현황(2016~2021)	74
<표 2-16> 2016년~2021년 문화체육관광부의 한복정책사업 성과관리 관리과제명	76
<표 2-17> 2016년~2021년 문화체육관광부 (지역)전통문화 활성을 위한 한복사업	77
<표 2-18> 2016년~2021년 문화체육관광부 한국문화의 해외 홍보를 통한 한복사업	77
<표 2-19> 2016년~2021년 문화체육관광부 세계 속 한류확산과 타산업 동반진출을 위한 한복사업	78
<표 2-20> 문화재청 주최 한복사진 공모전 및 전시회(2016~2021)	78
<표 2-21> 2021년 문화재청 자체평가 결과보고서 중 한복 관련 정책사업 및 주요성과	79
<표 2-22> 2019년~2022년까지 추진된 외교부의 한복 관련 공공외교 사업	79
<표 2-23> 2016년~2021년 <수교기념 및 주요외교계기 기념사업> 한복 관련 프로그램	80
<표 2-24> 2016년~2021년 코리아세일페스타 개최현황과 한복·전통시장 관련 행사	81
<표 2-25> <종로한복축제> 개최 현황 및 포스터	83
<표 2-26> 2016년~2021년 전주시 한복 관련 사업 추진 현황	85
<표 2-27> 2016년~2021년 남원시청 한복 관련 사업 시행 현황	86

<표 2-28> 2016년~2021년 경북도청 한복 관련 사업 수립 및 추진 현황	87
<표 2-29> 2016년~2021년 경북도청 한복사업 수립 및 추진 현황	87
<표 2-30> 2016년~2021년 부산광역시청 한복 관련사업 시행 현황	89
<표 2-31> 2016년~2021년 대구시청 한복사업 시행 현황	90
<표 2-32> 2016년~2021년 인천광역시청 한복사업 시행 현황	91
<표 2-33> 2016년~2021년 광주광역시청 한복사업 시행 현황	92
<표 2-34> 2016년~2021년 대전광역시청 한복사업 시행 현황	93
<표 2-35> 2016년~2021년 울산광역시 한복 관련사업 시행 현황	94
<표 2-36> 2016년~2021년 세종특별자치시청 한복사업 시행 현황	94
<표 2-37> 2016년~2021년 경기도지역 한복 관련사업 시행 현황	95
<표 2-38> 2016년~2021년 강원도청 한복 관련사업 시행 현황	97
<표 2-39> 2016년~2021년 충청북도청 한복 관련사업 시행 현황	97
<표 2-40> 2016년~2021년 충청남도 지역 한복 관련사업 시행 현황	98
<표 2-41> 2016년~2021년 전남도청 한복 관련사업 시행 현황	99
<표 2-42> 2016년~2021년 경남도청 한복 관련사업 시행 현황	101
<표 3-1> 한국표준산업분류(KSIC)에 따른 '한복' 키워드 검색결과	109
<표 3-2> 표준직업분류(KSCO)에 따른 '한복' 키워드 검색결과	110
<표 3-3> 전통의복 산업분류	110
<표 3-4> 한복산업 규모	111
<표 3-5> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_사업체 수	114
<표 3-6> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_종사자 수	116
<표 3-7> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_매출액	118
<표 3-8> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_사업체 수	120
<표 3-9> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_종사자 수	122
<표 3-10> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_매출액	124
<표 3-11> 일반 현황 (1)	125
<표 3-12> 일반 현황 (2)	126
<표 3-13> 인력 현황	127
<표 3-14> 유형별 매출액	131
<표 3-15> 유형별 코로나19 영향력	133
<표 3-16> 유형별 코로나19 전후 감소 정도	133
<표 3-17> 한복 상가 이미지	135
<표 3-18> 한복 구매 경험 (1)	136
<표 3-19> 한복 구매 경험 (2)	136
<표 3-20> 한복 비구매자의 한복 구매 의향	137
<표 3-21> 한복 대여 경험	138
<표 3-22> 한복 구매 의향	139
<표 3-23> 한복 디자인 인식	140
<표 3-24> 한복 관련 프로그램 경험 실태	140
<표 4-1> 공공기관과 민간기관 분류	146
<표 4-2> 2016~2021년 연도별 전시와 행사 현황	147
<표 4-3> 국내외에서 진행된 유형별 전시 현황	148
<표 4-4> 2016년 한복 유물전시 현황	149
<표 4-5> 2017년 한복 유물전시 현황	150
<표 4-6> 2018년 한복 유물전시 현황	152
<표 4-7> 2019년 한복 유물전시 현황	153
<표 4-8> 2020년 한복 유물전시 현황	155



<표 4-9> 2021년 한복 유물전시 현황	156
<표 4-10> 2016~2021년 고증 전시 현황	157
<표 4-11> 2016~2021년 현대 한복 전시현황	159
<표 4-12> 2016~2021년 한복 관련 문화상품 전시 현황	162
<표 4-13> 행사 목적 및 내용에 따른 유형 분류기준	164
<표 4-14> 연도별 행사 유형별 진행 현황	165
<표 4-15> 지역별 행사 진행 현황	165
<표 4-16> 국내 및 국제교류 행사 현황	165
<표 4-17> 국내 및 국제교류 행사의 세부 유형별 행사 진행 현황	166
<표 4-18> 2016~2021년 진행된 한복 국내 축제 현황	170
<표 4-19> 2016~2021년 진행된 한복 국제교류 축제 현황	171
<표 4-20> 2016~2021년 진행된 국내 한복 박람회 현황	173
<표 4-21> 2016~2021년 진행된 국내 한복 공모전 현황	175
<표 4-22> 2016~2021년 진행된 국내 한복 문화예술 이벤트 현황	177
<표 4-23> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 문화예술 이벤트 현황	183
<표 4-24> 2016~2021년 진행된 국내 한복 교육강연 현황	184
<표 4-25> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 교육강연 현황	188
<표 4-26> 2016~2021년 진행된 국내 한복 세미나 현황	189
<표 4-27> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 세미나 현황	191
<표 4-28> 2016~2021년 진행된 국내 한복 지원사업 현황	191
<표 4-29> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 지원사업 현황	194
<표 4-30> 2016~2021년 진행된 국내 한복 홍보 행사 현황	195
<표 5-1> 2016~2021년도 한복 관련 연구기관 현황	206
<표 5-2> 2016~2021년 한복 관련 연구자 현황	206
<표 5-3> 2016~2021년 연구자 전공에 따른 논문발표 건수 현황	207
<표 5-4> 2016~2021년 한복 관련 논문 발간 학회 KCI 등재 현황	207
<표 5-5> 2016~2021년 한복 관련 학술 활동 현황	208
<표 5-6> 2016~2021년도 연도별, 행사 유형별 국내 학술행사 현황	208
<표 5-7> 2016~2021년도 유형별 국내 학술행사 사례	209
<표 5-8> 2016~2021년도 연도별, 행사 유형별 국제 학술행사 현황	211
<표 5-9> 2016~2021년도 유형별 국제 학술행사 예시	211
<표 5-10> 2016~2021년 연구분류	214
<표 5-11> 2016~2021년도 석·박사 학위 논문 현황	214
<표 5-12> 2016~2021년도 연구 주제별 석사학위논문 현황	215
<표 5-13> 2016~2021년도 연구 주제별 박사학위논문 현황	217
<표 5-14> 2016~2021년 한복 관련 학술 논문 게재 현황	218
<표 5-15> 2016~2021년도 연구 주제별 국내 학술 논문 현황	219
<표 5-16> 2016~2021년 한복 관련 학술 논문 게재 현황	220
<표 5-17> 2016~2021년 연구 주제별 국외 학술 논문 현황	220
<표 5-18> 출판물 분류 기준	221
<표 5-19> 2016~2021 출판물 현황	221
<표 5-20> 2016~2021년도 연구 주제별, 연도별 전문 도서 현황	222
<표 5-21> 2016~2021년 출판물 중 학술 도서 사례	223
<표 5-22> 2016~2021년 출판물 중 교육 도서의 사례	224
<표 5-23> 2016~2021년도 연구 주제별, 연도별 일반 도서 현황	226
<표 5-24> 2016~2021년 출판물 중 교양 도서 사례	227
<표 5-25> 2016~2021년 출판물 중 창작 도서 사례	229

<표 5-26> 2016-2021년 출판물 중 도록 사례 .....	231
<표 5-27> 초·중·고등학교 실과 가정에 한복 관련 현황 .....	233
<표 5-28> 유아부터 고등학생까지 한복 교육 교안 .....	234
<표 5-29> 의상 관련 특성화 고등학교 목록 및 한복 교과과목 수업 현황 .....	235
<표 5-30> 전국 2~3년제 대학교 현황 .....	235
<표 5-31> 한복 관련 교과 운영을 진행하는 2~3년제 대학 목록 .....	236
<표 5-32> 전국 2~3년제 대학교 한복 관련 교과과정 현황 .....	237
<표 5-33> 전국 4년제 대학교 현황 .....	237
<표 5-34> 전국 4년제 대학교 한복 관련 교과과정 현황 .....	239
<표 5-35> 한복 관련 대학원 수 및 교과과정 수 .....	239
<표 5-36> 대학원의 한복 관련 교과과정 현황 .....	240
<표 5-37> 한복 관련 전문 교육기관의 비교 현황 .....	241
<표 5-38> 한복 전문 교육기관의 교과과정 현황 .....	241
<표 5-39> 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수 .....	242
<표 5-40> 지역별, 대분류별 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수 .....	244
<표 5-41> 평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수 .....	244
<표 5-42> 지역별, 주제별 한복 관련 강좌 수 .....	246
<표 5-43> 직업교육의 현황 .....	246
<표 5-44> 직업교육기관의 주제별 지역 현황 .....	247
<표 5-45> 의상 관련 국가자격증 목록 .....	248
<표 5-46> 한복 관련 국가기술자격 개요 및 직무 .....	248
<표 5-47> 국가자격증 종류와 취득자 현황 .....	249

# Pictures

<그림 1-1> 2016년~2021년 '한복'을 키워드로 한 '구글트렌드'와 'N사 데이터랩'의 시간별 검색 동향 결과	1
<그림 1-2> 2016 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	5
<그림 1-3> 2017 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	9
<그림 1-4> 평창동계올림픽 메달과 메달 스트랩	12
<그림 1-5> G-100일 기념 '대한민국 한복퍼레이드'	13
<그림 1-6> 2018 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	14
<그림 1-7> 2018 평창동계 동계올림픽 유니폼	16
<그림 1-8> 한복디자이너 하이영희	16
<그림 1-9> 2019 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	19
<그림 1-10> 2020 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	21
<그림 1-11> '킹덤 시즌2 오마이갓' 영상 캡처본	23
<그림 1-12> 한복 디자이너 이리자	23
<그림 1-13> 이리자가 개발한 한복 패턴 및 마네킹	23
<그림 1-14> 2020 한복상점 포스터와 실시간 방송(라이브 커머스) 장면	26
<그림 1-15> 2020 KOREA IN FASHION : '공주의 하루' 중 캡처 영상	27
<그림 1-16> 2020년 11월 1일부터 12월 31일까지 '사이닝니키'와 '한복'을 키워드로 검색된 기사 건수	29
<그림 1-17> 2021 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화	31
<그림 1-18> 2021년 '한복'과 '중국'을 키워드로 검색된 기사량	32
<그림 1-19> 2021년 중국 문화공정논란에 대처한 정부 기관 및 민간활동	34
<그림 1-20> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 채널별 수집량 그래프	38
<그림 1-21> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 워드클라우드	39
<그림 1-22> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 중심성 시각화	44
<그림 1-23> 2016-2021년도 연도별 한복 단어 긍정과 부정인식	49
<그림 1-24> 2016-2021년도 한복 단어 긍정, 부정별 세부인식	50
<그림 1-25> 2016-2021년도 한복 단어 감성 워드클라우드	51
<그림 2-1> 제15회 전국정가 경창대회	86
<그림 2-2> 제3회 신라국학 유학경연대회	86
<그림 2-3> 제20회 전국유교경전암송대회	86
<그림 3-1> 한복산업규모 2015년 2020년 비교	112
<그림 3-2> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_사업체 수	113
<그림 3-3> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_종사자 수	115
<그림 3-4> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_매출액	117
<그림 3-5> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_사업체 수	119
<그림 3-6> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_종사자 수	121
<그림 3-7> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_매출액	123
<그림 3-8> 한복문화산업 근로자 수	128
<그림 3-9> 제조/판매업 현황	129
<그림 3-10> 임대업(대여) 현황	130
<그림 3-11> 교육 사업 현황	130
<그림 3-12> 매출 현황	131
<그림 3-13> 홍보 및 마케팅 현황	132
<그림 3-14> 코로나19로 인한 사업체 영향	134
<그림 4-1> 국립나주박물관 마한 금동신발 홀로그램 체험전	149

<그림 4-2> 2016년 한복 유물전시	150
<그림 4-3> 2017년 한복 유물전시	151
<그림 4-4> 2018년 경기도박물관 온라인전시	151
<그림 4-5> 2018년 한복 유물전시	152
<그림 4-6> 때깔-한국인의 삶에 스민 색깔 : Tekkal, Couleurs de Corée	153
<그림 4-7> 2019년 한복 유물전시	154
<그림 4-8> 2020년 한복 유물전시	155
<그림 4-9> 2021년 한복 유물전시	156
<그림 4-10> 2016~2021년 고증 전시 현황	158
<그림 4-11> 2016~2021년 현대 한복 전시현황 (1)	159
<그림 4-12> 2016~2021년 현대 한복 전시현황 (2)	160
<그림 4-13> 우수문화상품 '케이 리본(K-Ribbon)'마크	161
<그림 4-14> 우수문화상품 해외순회전시(스페인, 홍콩)	162
<그림 4-15> 한복 관련 문화상품 국내전시 현황	163
<그림 4-16> 2016년 '한복의 날' 한복 패션쇼	167
<그림 4-17> 2017년 '한복의 날' 한복 패션쇼	168
<그림 4-18> 2018년 '한복 문화주간'	169
<그림 4-19> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 축제	172
<그림 4-20> 2017 현대백화점 협업 팝업스토어	172
<그림 4-21> 2017~2021년 한복상점	174
<그림 4-22> 2016~2021년 진행된 한복 공모전	176
<그림 4-23> 2016~2021년 진행된 한복 문화예술 이벤트	181
<그림 4-24> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 문화예술 이벤트 (예시)	183
<그림 4-25> 2016~2021년 진행된 국내 한복 교육강연	186
<그림 4-26> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 교육강연	189
<그림 4-27> 2016~2021년 진행된 국내 한복 세미나	190
<그림 4-28> 한복문화주간 국제 패션아트 세미나	191
<그림 4-29> 2016~2021년 진행된 한복 국내 지원사업	193
<그림 4-30> 2016~2021년 진행된 한복국제교류 지원사업	194
<그림 4-31> 2016~2021년 진행된 국내 홍보 행사	195
<그림 5-1> 2016~2021년도 연구 주제별 석사학위논문 현황	216
<그림 5-2> 2016~2021년도 연구 주제별 박사학위논문 현황	218
<그림 5-3> 2016~2021년도 연구 주제별 국내 학술 논문 현황	219
<그림 5-4> 전국 2~3년제 대학교 현황	236
<그림 5-5> 2~3년제 대학 한복 관련 교과과정 현황	237
<그림 5-6> 전국 4년제 대학교 현황	238
<그림 5-7> 4년제 한복 관련 교과과정 현황	239
<그림 5-8> 대학원 한복 관련 교과과정 현황	240
<그림 5-9> 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수	243
<그림 5-10> 평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수	245

# CHAPTER

# 1

## 한복문화와 산업의 변화와 동향

### 제1절 개관

1. 개요
2. 구성

### 제2절 현황

1. 한복문화와 산업변화
  - 1) 2016년
  - 2) 2017년
  - 3) 2018년
  - 4) 2019년
  - 5) 2020년
  - 6) 2021년
2. 한복에 대한 인식 분석
  - 1) 조사
  - 2) 한복에 대한 대중의 인식 분석결과

### 제3절 분석과 전망



## 제1장 한복문화와 산업의 변화와 동향

### 제1절 개관

#### 1. 개요

「2016 한복백서」 발간이후, 한복과 관련된 전반적인 환경과 문화, 산업, 정책, 소비자 인식 등에 많은 변화가 있었다. 2016~2021 기간은 크게 보면 코로나19 이전과 이후로 분리해 볼 수 있는데, 먼저 코로나19 이전인 2016~2019년 기간 동안에는 한복이 노출된 K-drama의 성공, 국내외 관광객의 한복체험 증가, 정부의 한복 관련 지원 강화, 신(新)한복<sup>1)</sup>에 대한 대중의 선호와 유행이 있었다. 이 기간 동안에 10~20대 중심으로 전통한복을 변형한 형태의 한복이 개인 SNS를 통해 급속히 확산됐으며, 이로 인한 한복의 정체성 문제가 대두되었다. 또한 2018년 평창동계올림픽을 통해 한복을 세계에 널리 알리는 기회가 있었다. 반면에 코로나19 이후인 2020~2021년 기간동안은 감염병 확산억제를 위한 비대면(언택트) 사회로 전환되어, 대면활동은 제한되었지만 디지털 기술발달과 K-pop, K-drama의 지속적인 성공사례가 온라인을 통해 전파되면서 꾸준히 한복이 홍보되었고, 온라인 한복행사, 온라인 판매 등의 노력이 있었다. 이 기간동안에 중국게임업체 ‘페이퍼게임즈’는 스타일링 게임 ‘샤이닝니키’의 한국 출시를 기념하여, 한복 아이템을 선보였는데 해당 사안은 한·중 네티즌의 갈등 고조로 이어졌으며, 이로 인해 제기된 중국의 한복공정 논란은 각계각층에서 민감하게 반응했다.

패션 아이템으로 자리 잡은 신한복은 매출이 증가한 측면도 있었지만 전통한복시장의 상황은 신 한복업계와는 대조적으로 침체일로에 있었다. 통계청 자료에 따르면 한복업계<sup>2)</sup>의 매출액과 종사자 수 등은 지난 10년간 지속해서 축소되고 있었으며, 사회적 거리두기 강화로 인해 예약이 극단적으로 감소함에 따라 원단과 부자재 매출 또한 현저하게 감소하여 산업기반이 붕괴할 위기에 처했다.

「2021 한복백서」의 제1장에서는 2016년부터 2021년까지 6년간 한복 분야의 문화와 환경변화의 흐름을 문헌자료 및 한복에 관련된 기사를 수집 및 분류하고 빅데이터 분석 기법을 활용하여 한복분야의 트렌드 동향을 연도별로 정리했다.

1) 신한복은 본 백서에서는 개량한복, 생활한복, 현대한복, 퓨전한복, 디자인한복 등 현대적으로 재해석되어 디자인된 한복을 통칭하는 용어로 활용.  
2) 한복제조업, 한복소매업을 지칭함.

## 2. 구성

한복 분야의 변화와 동향을 파악하기 위해 ‘문화와 산업’, ‘한복에 대한 인식’ 등 두 개의 조사·분석그룹으로 구분하고 빅데이터를 활용하여 동향을 파악·분석했다.

한복문화와 산업변화에서는 2016년부터 2021년까지 ‘한복’을 키워드로 뉴스 카테고리에서 검색하여 선별한 기사를 정리하고 google trends에서 ‘한복’과 ‘hanbok’을 키워드로 검색했을 때 제공되는 정보들을 참조하여 연도별 주요 이슈를 선정하여 기술하고 전반적인 동향을 파악하고 분석했다.

한복에 대한 인식분석에선 한복에 대한 대중의 인식을 알아보고자 하여 2016년부터 2021년까지 소셜미디어에 나타난 기사와 개인 블로그의 자유기고 등 대중에게 전달되는 다양한 웹 채널의 한복에 관련된 정보를 중심으로 텍스트를 활용해 자료를 수집하고 빅데이터 분석을 함으로써 한복에 대한 인식 변화의 흐름을 조사했다.



## 제2절 현황

### 1. 한복문화와 산업변화

2016년부터 2021년까지 검색엔진의 뉴스 카테고리에서 ‘한복’을 키워드로 연도별로 검색하고 활용된 것은 총 401건이다 <표 1-1>. 검색엔진에서 ‘한복’을 키워드로 연도별 제공된 뉴스는 각 270건으로 같았는데, 중복적으로 반복된 내용의 뉴스와 본 백서의 발간목적과 맞지 않는다고 판단되는 뉴스는 임의 정리했다.<sup>3)</sup>

<표 1-1> 한복의 문화와 산업의 변화와 동향파악을 위해 수집된 뉴스 건수

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총계
뉴스 건수	29건	77건	48건	55건	109건	83건	401건

빅데이터는 google trends(이하 구글트렌드)의 자료를 활용했다. ‘한복’과 ‘hanbok’을 키워드로 분석했을 때 조사 기간 전체 및 연도별 검색 동향, 하위지역 관심동향, 관련 주제와 연관검색어의 급등 주제어 등을 조사했다. 분석의 범위는 ‘웹 분석’, 지역적 범위는 ‘대한민국’과 ‘전 세계’로 설정했다.

구글트렌드는 경향성을 나타내는 빅데이터로서, 구글 사용자들이 입력하는 검색어의 검색량을 정량화하여 제공하고 있는 서비스이다.<sup>4)</sup> 검색량의 절대량을 보여주는 것이 아니라 검색이 가장 많았던 시기의 양을 100으로 놓고 나머지를 상대적인 값으로 환산하여 보여주는 것이기 때문에 자료를 이해할 때 유의해야 한다. 우리나라의 최대 포털 사이트인 네이버의 빅데이터 분석툴인 datalab<sup>5)</sup>에서 제공하는 데이터 중 검색어트렌드는 구글트렌드와 동일한 원리로 작동된다. 차이점은 검색 기간의 범위 및 조회 설정 기능, 조회 결과 등이 있다 <표 1-2<sup>6)</sup>>.

3) 기사의 선별기준은 한복 분야의 문화확산과 산업발전을 위한 정부와 기관, 민간, 국민이 주체가 된 내용이며, 수집, 조사에서 제외된 것은 업체의 임의 유료광고기사, 연예인 홍보기사, 한복과 관련된 내용이 기사의 주된 내용이 아닌 것 등임.

4) 김세현, 황성식(2019), 구글 트렌드를 통해 살펴본 아시아 한류 네트워크, 문화경제연구 22(2), pp. 34~35

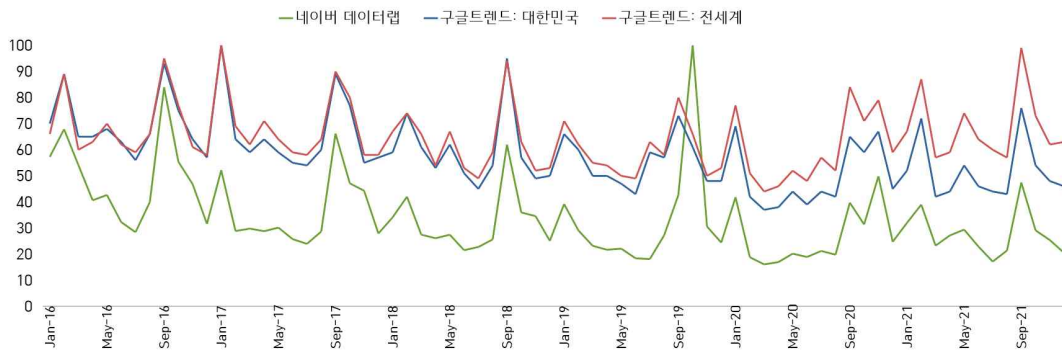
5) <https://datalab.naver.com/>

6) 각각의 홈페이지와 “네이버/다음/구글 3대 포털 사이트의 데이터랩 비교” (출처: <https://brunch.co.kr/@ne-ul/13> “네이버/구글/카카오 트렌드 서비스 비교-기능편” (출처: <https://market.dighty.com/contents/?idx=5028974&bmode=view>)

〈표 1-2〉 구글트렌드와 네이버 데이터랩의 ‘검색어트렌드’ 비교

	구글트렌드	네이버 데이터랩 ‘검색어트렌드’
공통점	<ul style="list-style-type: none"> <li>•주제어: 5개까지 지정 가능</li> <li>•지표: 데이터가 가장 많은 기간을 100으로 산정하고 상대적인 값을 환산하여 나타내고 그래프로 표시될 때도 이 상대적인 지표의 변화를 보여줌</li> </ul>	
조회 가능 기간	•2004.01.01.~당일	•2016.01.01.~전일
조회 설정 기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>•조회 국가 선택</li> <li>•주제어 타입 선택(검색/주제/카테고리)</li> <li>•조회 카테고리 선택(전체/건강/게임 등 25개)</li> <li>•조회 검색영역 선택(웹/이미지/뉴스/쇼핑/유튜브)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•하위 검색어 추가</li> <li>•데이터 기준 선택(일/주/월간)</li> <li>•디바이스 선택(전체/PC/모바일)</li> <li>•성별, 연령 선택(전체/남성/여성, 연령 5년 단위)</li> </ul>
조회 결과	<ul style="list-style-type: none"> <li>•주제어 별 지역별 관심도</li> <li>•주제어 별 연관 검색어</li> <li>•평균데이터 제공</li> <li>•공유/퍼가기/다운로드(csv)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•분야별 인기 검색어</li> <li>•인기 분야</li> </ul>

최근 국내에서도 구글 이용자가 급증하고 구글의 동영상 유통서비스인 ‘Youtube’가 국내 인터넷 검색시장에서 영향력이 클 뿐만 아니라 선호도(2위)도 높고 국내 앱 장터 유통과 동영상 유통시장에선 압도적으로 1위라는 점 등기를 고려하여 한복 분야의 변화와 동향을 파악하는 주요한 빅데이터로 구글트렌드를 활용했다. 또한, 네이버 데이터랩의 검색어트렌드에서도 동일한 검색어와 기간, 지역으로 검색하고 비교해보니 구글트렌드와 비율의 차이는 있지만 흐름은 유사했다. 따라서, 네이버 데이터랩의 키워드트렌드에서 검색된 빅데이터를 확인해보고 구글트렌드의 자료와 크게 차이 나는 구간의 정보들을 확인하고 이유를 파악하여 자료에 보완했다 <그림 1-1>.



〈그림 1-1〉 2016년~2021년 ‘한복’을 키워드로 한 ‘구글트렌드’와 ‘N사 데이터랩’의 시간별 검색 동향 결과

7) “네이버, 구글에 1위 뺏기나...’결정적 한 방’이 운명 바꿨다.”, 한경: IT·과학, 2021. 4. 18.(검색일: 2022. 11. 9.), <https://www.hankyung.com/it/article/202104187645i>

따라서, 2016년부터 2021년까지 한복분야의 동향을 파악하기 위해 수집된 뉴스와 구글트렌드의 빅데이터를 1년 단위로 정리·분석한 후 전반적인 동향과 변화를 기술했다.

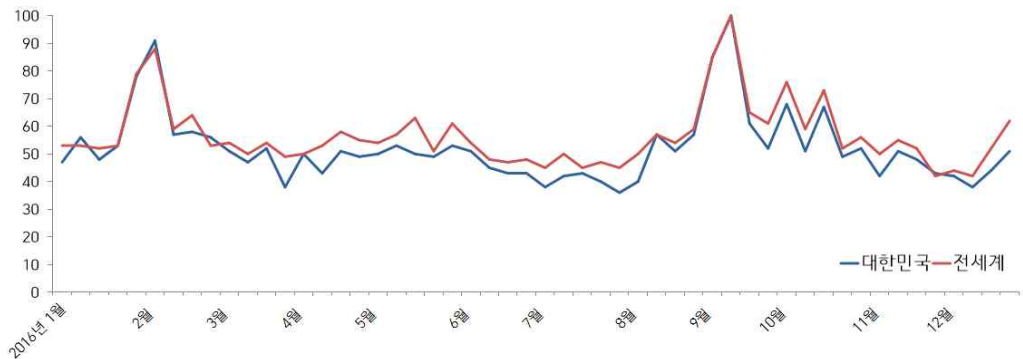
## 1) 2016년

### (1) 2016 구글트렌드 분석

2016년 ‘한복’을 키워드로 웹검색을 가장 많이 했던 기간은 명절기간(9월과 2월)이었으며, 또한 웹검색 빈도가 한복과 관련한 공공기관이나 민간단체의 행사나 이벤트가 시행되었던 5월, 10월에 빈도가 높아졌다. 이러한 흐름은 국내외 비슷했지만, 전 세계로 지역을 확장했을 때 다소 높은 경향을 보였다 <그림 1-2>.

국내에선 경상북도(100), 부산광역시(98), 전라북도(94), 광주광역시(91), 강원도(90) 등의 지역 순으로 많이 검색되었고, 전 세계적으로는 ‘hanbok’을 키워드로 조회했을 때, 대한민국(100), 브루나이(75), 싱가포르(52), 베트남(43), 인도네시아(41) 순이었다. ‘한복’ 관련 주제는 한복 외엔 무의미한 비율을 보였다. 관련 검색어로는 ‘한복대여’와 ‘생활한복’이 압도적으로 많이 검색됐으며, ‘남자한복(한복남자)’, ‘개량한복’, ‘한복가격’ 순으로 검색 빈도가 높았고 국내외 큰 차이가 없었다.

또한 ‘여자한복’보다 ‘남자한복’이 더 높은 빈도를 보였으며,(대한민국, 전세계 3위), 급등(Rising)은 이전 기간 이후로 검색 빈도가 가장 많이 증가한 주제 혹은 검색어인데 국내외 모두 ‘경복궁 한복대여’ 및 ‘경복궁 한복’, ‘전주 한복대여’, ‘한류 아이돌 스타나 배우의 이름 + 한복’의 형태의 키워드가 높은 빈도를 보였다.



<그림 1-2> 2016 구글트렌드 keyword ‘한복’ 시간 흐름에 따른 관심도 변화

‘hanbok’으로 구글트렌드 조회를 하면 관련 항목은 한복(100), 한국,(12), 한국어 (11), 옷(8), 드레스(6) 순의 인기도를 보였고, 급등하는 주제는 ‘구르미 그린 달빛’, ‘송혜교’, ‘치비’, ‘인천광역시’, ‘세훈’, ‘hanbok plus’ 순이었다. 관련 주제는 ‘hanbok korea’(100), ‘korean’(97), ‘hanbok korea’(77), ‘korea’(76), ‘hanbok dress’(48) 순이었고 급등했던 관련 검색어는 ‘hanbok blackpink’, ‘blackpink’, ‘gyeongbokgung hanbok rental’, ‘romand hanbok’, ‘jin hanbok mama’, ‘bts hanbok mama’ 순이었다. ‘hanbok’으로 전 세계에서 검색한 주제와 관련 검색어는 한국의 (사극)방송드라마, 아이돌 가수, ‘MAMA8’)와 같은 K-pop 이벤트 등 한류 콘텐츠와 상관성을 보였다.

## (2) 2016 한복동향

### ① 10·20세대 중심 ‘신(新)한복’ 열풍, ‘한복입기’ SNS 기반 사진 전시 및 공유형태의 놀이문화로 발달

전통한복을 변형한 한복이 10·20세대 중심으로 유행했다. 새로운 스타일의 한복은 ‘개량한복’, ‘생활한복’, ‘신한복’, ‘퓨전한복’, ‘패션한복’, ‘스타일한복’ 등 다양한 형태와 용어로 나타났다. 허리치마(무릎길이치마), 철릭원피스 등 세탁이나 관리에 편리하게 디자인되었고, 쉽게 착용할 수 있도록 개선된 형태였다. 또한, SNS에서의 #한복스타그램, #한복여행, #한복여행, #한복스냅, #한복체험 #데일리한복 과 같은 해시태그를 붙여서 ‘인증샷’을 게시하여 공유하는 문화가 10·20세대 즉, MZ세대를 중심으로 급속히 확산됐으며, 2016년 인스타그램에서 ‘한복’으로 검색하면 38만 건이 검색되었고, 기타 한복과 관련한 검색어는 수만 건이 검색됐다 <표 1-3>9). 따라서, 젊은 세대에게 한복은 자유분방하게 자기표현을 할 수 있는 ‘Fashion’ 혹은 ‘Trends’의 아이템으로 자리매김했다.

<표 1-3> 2016년 ‘한복’과 관련한 키워드 인스타그램 검색 건수

검색키워드명	한복	생활한복	허리치마	철릭원피스
검색 건수	38만 건	7만여 건	1만 8,000여 건	9,000여 건

### ② 패션 아이템으로 자리 잡은 ‘신(新)한복’

이러한 추세는 실제 구매 행동으로 이어졌는데 ‘생활한복’, ‘개량한복’, ‘남성한복’이 관련 검색어로서 인기가 높았다.

신한복이 유행하게 된 이유는 첫째, 면 소재나 합성섬유 등을 활용하여 세탁과 보관, 활동에 있어서 편리해졌으며, 둘째, 길고 끌리는 치마, 소매의 길이를 미디 길이 혹은 아예

8) MAMA AWARDS(통칭 MAMA)는 CJ Mnet의 음악시상식. (출처: <https://www.mwave.me/kr/mama/history/2022/about>)

9) 2016년 기사자료를 모아 임의 정리하였음

짧은 미니스커트의 길이로 만들어 활동성을 높였다. 셋째, 한복뿐만 아니라 일상복과도 mix and match가 조화롭고, 넷째, 컬러, 소재, 장식 등 전형적인 한복의 모습에서 탈피하여 현대적인 감각으로 재해석 됐다. 다섯째, 수십만 원에서 수백만 원에 달했던 예식 한복과 달리 소재 변형과 디자인의 간결화를 통해 가격을 낮추었다. 허리 치마의 가격은 7~10만 원, 두루마기 재킷은 20만 원 미만, 셔츠로도 활용 가능한 저고리 제품은 10만 원 전후 가격이었다.

### ③ 고궁 및 관광지 주변 대여한복점 활성화 및 매출 증가

2016년 6월 기준, 경복궁 주변 한복대여점은 30곳으로 2015년 5곳이었던 것에 비교하여 6배 증가했다. 한복대여점 이용객 중 내국인의 비율이 절반이 넘으며 고궁무료관람과 한복체험뿐 아니라 다양한 목적으로 한복을 대여하는 시민들이 증가하는 추세였다. 서울시 종로구에선 한복 착용 활성화를 위하여 궁궐 주변 식당 80곳에서 음식 가격의 10~20% 할인해주는 제도가 있었다. 고객의 연령층, 성별 구성도 점차 다양해지는 추세였다. 2016년 경복궁과 광화문 인근 한복대여점에서 한복을 빌리는 비용은 2시간에 1만 원, 4시간에 1만 5,000원, 1일에 2만 5,000원~4만 원이었다. 2016년 국내의 구글트렌드에 ‘한복’과 함께 가장 높은 빈도로 연관 검색된 것이 ‘한복 대여’라는 점과 더불어 ‘hanbok’의 관련 검색어와 관련 주제에서 ‘gyeongbokgung hanbok rental’과 ‘hanbok plus’가 급등한 점을 미뤄보아 이와 상관을 추정할 수 있다.

### ④ 문화재청의 「궁·능 한복착용자 무료관람」과 고궁 야간개장 확대 시행

문화재청은 2013년 10월부터 한복을 입으면 서울 4대 고궁 및 종묘, 조선왕릉을 무료로 입장할 수 있는 궁·능 한복착용자 무료관람을 시행하였다. 2015년에는 문화재청에서 고궁 야간 특별관람을 시행<sup>10)</sup>했다. 해당 수치를 보았을 때, 한복 착용 이벤트에 대한 시민들의 호응이 높았던 것으로 분석된다. 2016년도에는 고궁 야간개장 기간을 2015년도 48일에서 120일로 대폭 늘렸고 주간만 가능하던 궁궐 한복착용자 무료관람이 ‘야간까지 확대’했다. 2016년도 상반기(4월 30일부터 6월 2일까지)에 진행된 경복궁, 창경궁 야간개장 기간동안 한복을 입고 방문한 시민은 1만 1,986명으로 전체 관람객(7만 6,000여명)의 약 15%를 차지했다.

### ⑤ 외국인 관광객 한복체험 증가

2016년 3월 한국관광공사가 시행한 ‘외국인이 선호하는 체험관광 50선’ 중 ‘한복체험’이 5위(1,959표, 44.4%)에 선정됐다. 특히 중국어 사용자(단체, 단체)에겐 한국여행에서 ‘한복체험’이 가장 선호하는 체험 활동으로 나타났다 <표 1-4><sup>11)</sup>.

10) “2015년 고궁 첫 야간 특별관람 시행”, 문화재청, 2015.01.12.

[https://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do?newsItemId=155699107&sectionId=b\\_sec\\_1&pageIndex=1&pageUnit=10&strWhere=title&strValue=%EC%95%BC%EA%B0%84&sdate=&edate=&category=&mn=NS\\_01\\_02](https://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do?newsItemId=155699107&sectionId=b_sec_1&pageIndex=1&pageUnit=10&strWhere=title&strValue=%EC%95%BC%EA%B0%84&sdate=&edate=&category=&mn=NS_01_02)

11) <https://kto.visitkorea.or.kr/viewer/view.kto?id=46073&type=bd>

<표 1-4> 2016년 「한복 체험관광 50선」 선정 주요 선호 체험 테마 순위 및 언어권별 선호도

순위	체험테마	투표건수	투표율	어권별	선호도
1	길거리 음식	2,370	54.2%	영어권	1위(길거리음식)/2위(고궁체험)/3위(전통시장체험)
2	한옥 체험	2,200	50.4%	일어권	1위(한옥체험)/2위(일출/일몰감상)/3위(한방검진)
3	전통시장 체험	2,072	47.4%		
4	찜질방 체험	2,039	46.7%	중국어(간체)	1위(한복체험)/ 2위(길거리 음식)/ 3위(한옥 체험)
5	한복 체험	1,939	44.4%	중국어(번체)	1위(한복체험)/ 2위(겨울 스포츠)/ 3위(찜질방 체험)

또한, 중앙정부 및 공공기관, 지방자체단체에서 MICE 산업<sup>12)</sup>을 계획하고 적극적으로 유치하면서 외국인들이 한국방문 시 고궁 방문이나 한복체험을 할 수 있도록 프로그램을 기획했다. 2016년 7월, 서울시는 ‘한복 착용 장려 및 지원에 관한 조례’를 공포하고 한복을 입고 무료로 이용할 수 있는 시설을 늘린다는 계획을 발표했다. 한국관광공사는 각국의 여행사 관계자와 언론인들을 한국에 초청하여 경복궁과 창덕궁을 답사하면서 한복을 체험할 기회를 제공했다.

### ⑥ 한복문화콘텐츠의 다양화 및 다각화

퓨전 사극드라마 ‘구르미 그린 달빛’은 방영 이전에 왕세자 복식을 입고 촬영한 ‘봄바스틱’ 영상이 유튜브와 네이버TV 합쳐 2,500만 건의 폭발적인 조회 수를 기록했고 주연 배우들이 착용한 한복이 드라마 방영 동안 화제가 됐다. 또한, 최고시청률 23.3%를 기록하여 광화문광장에서 사극 의상 그대로의 모습으로 팬 사인회를 진행해 화제가 되는 등 2016년 하반기 최고 화제작이 됐다. 종영 후엔 OST 판매, 해외 판권 수출, 저작권, 부가 상품판매로 흑자를 기록했고 중국, 일본, 동남아, 미주 등 많은 나라에 수출됐다.<sup>13)</sup> 특히, K-drama로 한류를 접하는 외국인들의 반응은 ‘hanbok’을 키워드로 조회한 2016 구글 트렌드(전세계)의 2016년과 2017년의 연관주제어에서 ‘급등’했음을 확인할 수 있다.

### ⑦ 게임업계, 설과 추석 등 명절 이벤트로 게임 아바타 한복 의상 제공

넥슨의 ‘HIT’과 PC 온라인게임 ‘테라’, 엑스엘게임즈의 ‘아키에이지’, 카카오게임즈의 PC 온라인게임 ‘검은 사막’ 등 게임업계가 설과 추석 등 명절을 맞이하여 게임 사용자에게 한복 의상을 다양한 이벤트와 접목하여 제공했다. ‘다중접속역할수행게임’ 특성상 실제 생활에서처럼 사람들과 교류하며 지내기 때문에 명절 때 한복을 제공하는 이벤트의 만족이 높고 참여율도 높은 것으로 분석됐다. 게임 속 한복은 실제 전통적인 형태에서 벗어나 개별 게임의 특성에 맞춰 최신 유행을 반영한 것도 특징이었다.

12) MICE는 부가가치가 높은 복합적인 전시산업으로 Meetings(회의), Incentive Travel(포상여행), Conventions(컨벤션), Exhibitions/Events(전시/이벤트)의 약자이며 4개의 비즈니스 분야를 지칭함

13) “PPL도 없는데 ... ‘구르미 그린 달빛’의 흑자 비결”, 금강일보, 2016. 10. 3., <http://www.ggilbo.com/news/articleView.html?idxno=308020>

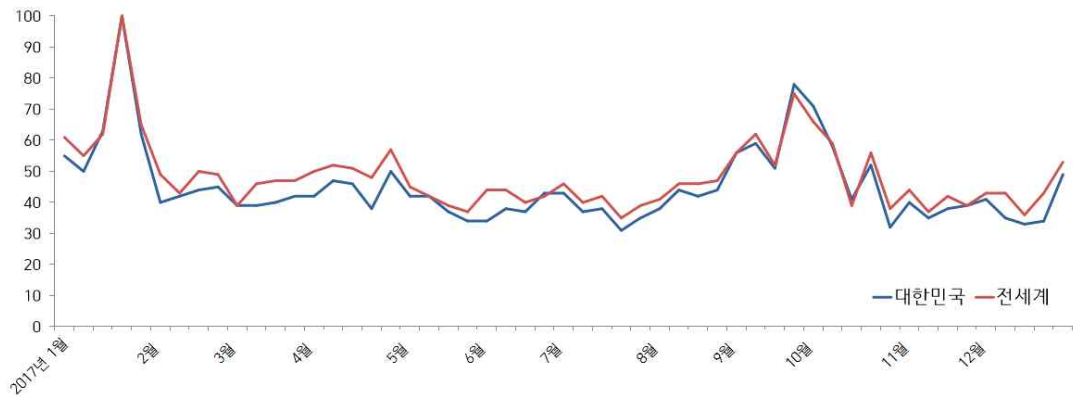
### ⑧ 숙박·호텔업계, '한복'을 숙박패키지로 구성한 상품 기획

한복입기와 한복체험이 국내외 관광객에게 유행이 되자 숙박, 호텔업계는 객실 1박과 한복 대여 서비스를 묶은 패키지상품을 기획·판매했다<sup>14)</sup>. 특히 해당 상품은 한복착용자 고공무료관람과 '야간특별관람'을 겨냥하여 기획한 것으로 패키지 이용 고객은 경복궁 근처 한복대여점을 이용할 수 있도록 했다.

## 2) 2017년

### (1) 2017 구글트렌드 분석

2017년 '한복'을 키워드로 검색을 많이 했던 기간은 명절 기간 (1월, 10월)이었다. 이 기간 외에 관심도 50을 넘는 기간은 4월 말과 9월이었고 국내외 비슷한 관심도의 흐름을 보였다 <그림 1-3>. 지역별 관심도는 국내에선 전라북도(100), 경상북도(94), 인천광역시(93), 강원도(90), 대전광역시(90), 울산광역시(90) 등의 순이었다. 키워드를 'hanbok'으로 하고 지역 설정을 전 세계로 확대하면 하위지역별 관심도는 대한민국 (100), 싱가포르(64), 필리핀(58), 베트남(45), 미얀마(35)의 순이었다.



<그림 1-3> 2017 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화

'한복'과 관련된 주제의 검색량은 국내에선 한복(100) 외엔 D.Va<sup>15)</sup>(3), 삽화(3)의 순이었지만 그 정도가 미미했다. 그러나 지역을 전 세계로 확장했을 때는 삽화(100), D.Va(94), 대한민국(75), 전통(69), 치마(67), 경북궁(58)의 순으로 나타났다. 국내에서 한복과 관련 주제로 'D.va', '조선', '해몽', '디자이너', '종이접기' 등이 급등하였고 전 세계에선 'D.Va', '신부', '오버워치', '디자이너', '종로구'가 급등했다. 신(新)한복 브랜드 '리슬'

14) 롯데시티호텔명동-L7명동, '한복입고 나빌레라 패키지', 2018.10.17. 한경뉴스레빗, 출처: <http://newslabit.hankyung.com/article/201610170177g>

15) D.Va는 블리자드 엔터테인먼트사의 2016년작 게임 오버워치에 등장하는 게임 캐릭터임.

은 국내외에서 모두 관련 주제로 급등하는 추세였다. 관련 검색어로 ‘생활한복’, ‘한복대여’, ‘남자한복’, ‘개량한복’, ‘여자한복’, ‘한복 가격’의 순이었고 상위에 선정된 검색어는 국내와 전 세계가 거의 같았다. ‘한복 일러스트’, ‘디바 한복’, ‘디바’ 등의 연관 검색어가 전년과는 다르게 새롭게 유입됐다. 또한, 급등한 관련 주제는 국내에선 ‘한복 디바’, ‘디바’, ‘한복 입은 서연’, ‘한복 모델 선발대회’, ‘박단아’ 등의 순이었고 전 세계에선 ‘디바’, ‘오버워치’, ‘오버 워치 디바 한복’, ‘라운드 한복’, ‘한복 입은 서연’ 등이었는데 오버워치와 관련한 주제에 관한 관심이 빠르게 상승한 것으로 보인다.

‘hanbok’과 관련 주제로 전 세계에서 높은 관심을 보였던 것은 ‘한복’(100), 한국어(12), 한국(9), 옷(6), 한민족(6) 등이고 관련 검색어로는 ‘D.va’, ‘진’, ‘서화한복’, ‘홍대’, ‘화랑’, ‘마마어워즈’ 등이 급등했다. 관련 주제로는 ‘hanbok korean’(100), ‘korea(74)’, ‘korea hanbok’(74), ‘hanbok dress’(42), ‘traditional hanbok’(30), ‘hanbok seoul’(30), ‘seoul’(30)의 순으로 검색됐다. 또한 ‘scarlet heart’, ‘jungkook hanbok’, ‘kim yoo jung’, ‘scarlet heart ryeo’, ‘moon lovers’, ‘moonlight drawn by clouds’, ‘hanbok rental gyeongbokgung’ 등이 hanbok과 관련 검색어로 급등하였는데 ‘scarlet heart’, ‘scarlet heart ryeo’, ‘moon lovers’는 2016년 SBS 월화드라마로 제작되었던 ‘달의 연인: 보보경심 려’의 영문 제목 ‘Moon Lovers: Scarlet Heart Ryeo’에서 발췌된 것이고, ‘kim yoo jung’, ‘moonlight drawn by clouds’은 2016년 KBS 월화드라마로 제작된 ‘구르미 그린 달빛’의 영문 제목명과 출연 배우의 이름이다. ‘jungkook hanbok’은 BTS 멤버가 착용한 한복으로 영어로 ‘hanbok’으로 웹검색으로 하는 전 세계의 온라인 사용자들은 한복과 K-pop 스타, 배우, (퓨전) 사극과 같은 한류 콘텐츠와 연관하여 검색하고 있다는 것을 알 수 있다.

## (2) 2017 한복동향

### ① 경북궁 방문 관광객 급증, 외국인 관광객 유치 강화

서울에서는 경북궁 이외에도 고궁, 한옥의 밀집지가 관광지로서 인기를 얻으며 많은 관광객이 방문하였다. 이는 문화재청의 「궁·능 한복착용, 무료관람」사업이 큰 효과를 미친 것으로 분석됐다. <표 1-5><sup>16)</sup>. 이러한 관광객의 선호는 2017년도에도 지속되었고, 서울시 및 문화체육관광부, 문화재청, 한국공예·디자인문화진흥원 등의 유관기관들은 한복문화 확산과 산업육성, 외국인 관광객 유치를 위한 제도를 정비하고 지속적 사업추진과 적극적인 지원을 이어왔다.

관광객들의 고궁방문 및 한복체험에 관한 관심은 2017 구글트렌드에서도 나타난다. 국내외 ‘한복’ 관련한 급등한 주제로 한국을 방문한 대만 유튜버가 경북궁에서 한복체험을 하면서 소개된 ‘서화한복’과 ‘hanbok rental gyeongbokgung’이 등장했고, 관련 주제로는 ‘한복대여’가 인기가 높았다.

16) ‘서울 열린데이터 광장’에서 취합 정리



〈표 1-5〉 2016년 서울특별시 주요 관광지점 입장객 및 한복착용 입장객 수

(단위: 명)

관광지	경복궁	창덕궁	덕수궁	창경궁	총요
관광객 수	6,020,118	1,820,036	1,546,126	895,137	329,403
한복착용 입장객 수	288,570	48,367	6,725	11,844	1,130

### ② 한복 관련 지원사업 홍보 및 한복문화 확산을 위한 제도 마련

서울시와 종로구청은 2017년 9월에 ‘2017 종로한복축제’, 11월에 ‘북촌 계동길 축제’를 개최했다. 축제 기간 중 한복착용자에게 고궁입장무료, 종로구 지정 한복사랑실천 음식점의 10~20% 음식값 할인, 종로구 내 8개 박물관을 무료로 입장할 수 있게 했다. 또한, 2017년 5월부터 11월까지 ‘한복 입고 공연 보면 50% 할인’ 정책을 진행했다. 할인이 적용된 곳은 세종문화회관, 남산국악당, 서울돈화문국악당, 삼청각이다.

서울시에서는 2017년 4월 28일부터 5월 14일까지 ‘꽃들이 아름다리, 한복이 나빌레라’ 행사를 진행하면서 경복궁, 남산골한옥마을 근처 20여 개 한복 대여점에서 대여료를 최대 50% 할인하고 대여시간을 확대하는 제도를 마련했다. 서울시와 종로구청의 적극적인 행정은 2017 구글트렌드에서도 나타나는데, 국내외 ‘한복’ 관련 급등한 주제와 관련 검색어에 ‘종로구’, ‘hanbok seoul’, ‘seoul’과 지역과 도시 이름이 같이 검색되거나 관련 주제로 검색됐다.

### ③ 한복에 관한 이슈 ‘한복의 정체성’에 관한 주제로 사회적 담론 확대

전년도 문화재청이 「공·능 한복착용자 무료관람 가이드라인」을 발표하며 한복에 관련된 각종 사회 이슈들이 주목받았다. 2017년도에는 종로구청이 한복의 정체성에 대한 담론을 주도하였다. 남녀 성별 이분화 고착과 관련된 이슈는 공익인권변론센터에서 이 문제를 국가인권위원회에 진정을 낸다고 밝혀 공론이 확대됐다.

종로구청은 2017년 8월 관내 한복 대여 업소 131개를 대상으로 ‘우리옷 제대로 입기 워크숍’을 개최했고, 9월 ‘2017 종로한복축제’에서 ‘종로의 품격, 오늘의 한복’을 주제로 한 한복토론회 개최를 통해 한복대여업자와 한복업계종사자 일반 시민, 전문가, 관련 기관 간의 의견을 나눌 수 있는 계기를 만들고 담론을 형성했다.

### ④ 한복의 정체성에 관련된 이슈, 민감한 사회적 분위기 형성

2017년 10월, 전주 한옥마을에서 열린 “제1회 전주 한옥마을 ‘한(韓)로윈’ 축제에 대해서도 시민과 관광객들이 외국색 짙은 행사에 대한 반감과 ‘한옥 마을의 정체성’과 어울리는 행사인가에 관한 문제가 제기됐다. 이에 전주시는 내부적으로 한옥마을 내 행사 허가 지침 및 기준을 ‘국가 또는 지방자치단체가 주관하는 문화예술행사, 판소리·국악·한복 등 전통문화와 관련한 공연 및 행사, 전통예술품·전통미술품·전통공예품 등 전시행사 그리고 기타 공익상 필요하다고 인정되는 경우’로 정했으며, 한옥마을 정체성과 관련 없는 행사나 공연은 제외하기로 했다.

### ⑤ 기존 생활한복업체, 서브 브랜드와 아동생활한복 브랜드 출시

2017년도 생활한복업체 돌실나이는 3월에 남녀 토탈패션 브랜드 「꼬마크(ccomaque)」를, 9월엔 아동생활한복 브랜드 「꼬마크키즈」를 새롭게 출시했다. 이들은 3세부터 10세의 아동을 타겟으로 한 캐주얼한 생활복부터 추석과 같은 명절과 각종 행사에서 입을 수 있는 전통 스타일의 한복까지 주 상품군으로 내세우고 있다.

### ⑥ SPA브랜드 자체 신한복 브랜드 처음 출시

2017년 1월, 롯데마트는 SPA브랜드 최초로 패션한복 브랜드 '테(TE)'를 PB상품으로 출시했다. 이들은 젊은층 중심으로 평소에도 입을 수 있는 패션 한복에 대한 수요가 늘고 있는 것에 주목하여, 해당 상품은 허리치마, 배자, 아동용 패션한복세트, 플라워한복세트 등으로 한복디자이너와의 협업을 통해 패션한복 9종을 선보였다.

### ⑦ 2018 평창동계올림픽 개최 관련 한복 이슈

#### · '한복도시 강릉' 시민문화운동을 이끈 '강릉한복풍류단'

강릉을 '한복도시'로 만드는 데 앞장서고 있는 '강릉 한복풍류단'이 '2017 강릉 자전거대행진'에 전통한복을 차려입고 참가, 자전거 타기 생활화 및 한복홍보에 앞장섰다. 해당 홍보단은 2015년 설립되었으며, 2018 평창동계올림픽이 열리는 강릉을 세계적인 '한복도시'로 만들어 한류문화의 중심을 세우자는 목표를 가지고 소셜네트워크상에서 자발적으로 모인 단체이다. 회원 수는 전국적으로 1,200여 명이며, 매년 강릉 단오제 때 대규모 거리 퍼포먼스로 펼쳐지는 '신통대길' 길놀이에 참가하는 등 각종 지역 축제장 등에서 이색 한복이벤트를 펼치며 한복홍보의 전령사 역할을 해왔다.

#### · 한복, 한글을 모티브로 제작된 평창동계올림픽 메달 공개

2017년 9월, 2018 평창동계올림픽의 메달이 공개됐다. 메달의 리본(스트랩)부분은 전통 한복 원단인 '갑사'로 제작<sup>17)</sup>되었으며, 한글 눈꽃 패턴과 자수를 적용했다. 메달 케이스는 전통 기와지붕의 곡선을 현대적으로 재해석해서 원목으로 제작됐다 <그림 1-4>.



<그림 1-4> 평창동계올림픽 메달과 메달 스트랩

(출처) pom2018.org/olympic

17) 메달 리본으로 사용된 갑사는 경상남도 진주에 생산공장이 있고 종로 광장시장에 사육이 있는 '나래술'에 의뢰하여 제작.

• **평창동계올림픽 개최 G-100, ‘대한민국 한복퍼레이드’**

평창동계올림픽 개최 100일을 앞두고 10월 28일 강원도 강릉에선 G-100일 기념 ‘대한민국 한복 퍼레이드’가 개최됐다. 해당 퍼레이드는 강릉문화원과 ‘아트컴퍼니 해랑’이 공동 주최, 주관하여 개최되었으며, 2018명의 시민, 외국인, 관광객이 참가, 한복퍼레이드, 강릉대도호부 부사 행차, 청춘경로회가 재현됐다<sup>18)</sup>. 2018명의 시민, 외국인, 관광객이 참가했다 <그림 1-5>.



<그림 1-5> G-100일 기념 ‘대한민국 한복퍼레이드’  
(출처) 대한민국정책브리핑

• **한국화와 한복 입은 오페라 ‘라트라비아타’, 평창 동계올림픽 성공을 기원**

2017년 8월, 국립오페라단이 평창동계올림픽 성공을 기원하며 야외무대에 한국적으로 재해석한 ‘라트라비아타<제목: 동백꽃 아가씨>’를 올렸다. 국립무용단에서 <단>, <목향>, <향연>을 올린 패션디자이너 정구호가 연출을 맡았고, 스타일리스트 서영희와 디자이너 김영진(차이킴)이 한복과 소품을 제작하여 협업했다.<sup>19)</sup> ‘한국화’ 아이디어를 낸 정구호는 “주인공 ‘비올레타’와 조선 시대 기녀 ‘황진이’의 공통점을 떠올려 착안했다”라고 밝혔다.

⑨ **게임업계, 설, 추석 명절 기간 게임캐릭터 한복의상 제공 이벤트 정례화**

게임업계에서는 설과 추석과 같은 명절 기간에 게임캐릭터 한복 의상을 이벤트로 준비하는 것이 매년 정례화 되어가고 있다. 특히 전년보다 한복 의상에 대한 묘사가 화려해지고 다양해지는 것이 특징이었다. 모바일게임으로 플레로게임즈의 신작 ‘유나의 옷장’의 ‘요조숙녀 세트’, ‘선덕여왕 세트’가 있고 웹젠의 ‘뮤 오리진’이 있다. PC 온라인게임으로 ‘마비노기영웅전’(넥슨), ‘블레이드앤소울’(엔씨소프트), ‘검은사막’(펄어비스·카카오게임즈), ‘아키에이지’(엑스엘게임즈) 등이 한복의상 아이템을 선보였다.

18) 대한민국 정책브리핑(www.korea.kr)

19) [oh!크리에이터] #35 한복 디자이너 김영진 vol.1. 인물탐구, 2017, 9, 24.

https://blog.naver.com/PostView.naver?blogId=designpress2016&logNo=221104241129&redirect=Dlog&widgetTypeCall=true&directAccess=false

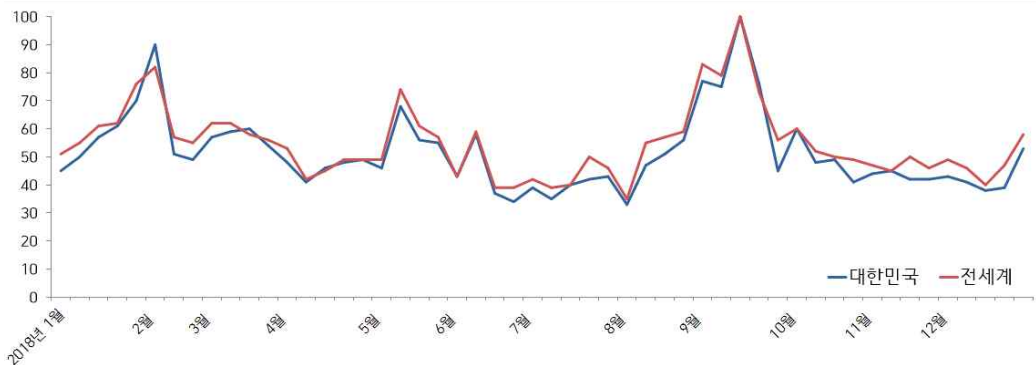
• 미국 블리자드 엔터테인먼트의 오버워치 ‘설날 이벤트’, ‘한·복 디바’

오버워치는 미국의 블리자드 엔터테인먼트에서 제작한 팀 기반 멀티플레이 하이퍼 FPS 게임이다. 해당 게임은 2017년 첫 번째 설날 이벤트로 ‘한복디바’ 한정 스킨을 선공개하였는데 ‘한복디바’가 공개된 이후, 한복에 대한 국내 및 전 세계의 관심도는 급등했다. ‘D.va’, ‘오버워치’, ‘한복 디바’, ‘오버워치 디바 한복’ 등의 키워드가 2017구글트렌드의 ‘한복’ 관련 주제, 급등 관련 주제, 영어권 사용자들이 ‘hanbok’과 관련 주제로 검색한 상위권에 나타난 것으로 보아 해당 이벤트를 통해 한복에 대한 국내외적인 관심이 높아졌음을 알 수 있다.

### 3) 2018년

#### (1) 2018 구글트렌드 분석

2018년 ‘한복’을 키워드로 웹검색을 가장 많이 했던 기간은 명절(설 2월, 추석 9월)이다. 한복에 대한 관심도가 약 50 이상 유지되는 구간이 1월부터 3월, 5월, 9~10월로 설과 추석 명절 기간에만 주로 50 이상 유지되었던 2016, 2017년보다 그 기간이 길어졌다 <그림 1-6>.



<그림 1-6> 2018 구글트렌드 keyword ‘한복’ 시간 흐름에 따른 관심도 변화

‘한복’에 대한 관심의 지역별 순위는 전라남도(100), 강원도(98), 울산광역시(94), 대구광역시(85), 경상남도(83), 경상북도(82) 등 이었고, ‘hanbok’으로 조회가 많았던 지역은 대한민국(100), 브루나이(84), 싱가포르(67), 필리핀(56), 베트남(40) 등의 순이었다. 전년(4위)보다 강원도의 지역별 관심도가 높아진 것은 2018 평창동계올림픽 개최의 영향이 컸던 것으로 추정할 수 있다.

관련 주제로 국내에선 ‘견섬유’, ‘주머니’, ‘미니스커트’, ‘조상’, ‘누비’, ‘이영희’(1,550%) 등이 급등하였고 전 세계에선 ‘한복’, ‘김태리’, ‘고려’, ‘양복’, ‘창경궁’, ‘동대문종합시장’,

‘전지현(500%)’ 등이 급등했다. 관련 검색어로 ‘한복대여’, ‘남자한복’, ‘개량한복’, ‘생활한복’, ‘한복일러스트’, ‘한복가격’, ‘여자한복’이 국내외 비슷하게 검색됐다. 또, ‘하플리’, ‘한복의 유래’, ‘개량한복 쇼핑몰’(300%), ‘설현 한복’(300%), ‘이영희 한복’(250%) 등이 국내에서 관련 검색어로 급등했고 전 세계에선 ‘한복 디자이너 이영희’, ‘김치’, ‘korean traditional dress’, ‘태극기 방탄소년단 한복’, ‘경복궁 한복 대여 가격’, ‘이영희 한복’이 급등했다.

‘hanbok’과 관련 주제는 ‘한국어’(100), ‘한국’(86), ‘옷’(65), ‘한민족’(58), 대한민국(51)의 순이었다. ‘내가 사랑했던 모든 남자들에게’, ‘TWICE’, ‘이영희’, ‘내가 사랑했던 모든 남자들에게’(1,050%), ‘P.S.: 여전히 널 사랑해: 내가 사랑했던 모든 남자들에게’(750%), ‘내가 사랑했던 모든 남자들에게: P.S. 여전히 널 사랑해’(550%), ‘슈가’(459%) 등이 관련 주제로 급등했다. 관련 검색어로는 ‘hanbok korean’(100), ‘korean’(99), ‘korea hanbok’(77), ‘korea’(76), ‘hanbok dress’(37) 순으로 많이 있었고, ‘hanbok plus 韓服’, ‘d.va hanbok’, ‘景福宮 韓服’, ‘hanbok rental near gyeongbokgung’, ‘西花 韓服’ 등이 급등했다.

2018 구글트렌드의 관련 주제, 연관 검색어의 특징은 2018 평창동계올림픽의 의상과 한복디자이너 ‘이영희’와 관련된 키워드다. 또한, 영어권 사용자의 ‘hanbok’ 관련 검색어로 급등한 키워드는 넷플릭스(Netflix)의 <내가 사랑했던 모든 남자들에게: P.S. 여전히 널 사랑해>다(이후 내사모). ‘내사모’는 한복과 관련된 우리나라의 뉴스검색에서 주요한 이슈로 보이지만 구글트렌드에서는 영어권 사용자들이 ‘hanbok’과 관련하여 검색했다는 점에서 인터넷 사용자의 관심이 뉴스의 동향과 다소 차이가 있을 수 있음을 알 수 있다.

## (2) 2018 한복동향

### ① 세계가 찬사를 보낸 2018 평창동계올림픽 속의 ‘새로운 한복’

2018 평창동계올림픽의 개막식 이후, 국내외 네티즌과 언론들로부터 올림픽 관계자들이 착용했던 새로운 형태의 한복이 주목을 받았다. 개회식의 피켓요원이 입은 ‘눈꽃요정 의상’과 고구려벽화를 3D로 재현한 듯한 퍼포먼스의 무대의상, 태극기 운반수의 숨을 넣어 포근해 보이는 도포 두루마기와 컬러풀한 전모, 시상 요원과 진행요원의 현대적인 한복과 폐회식 의상 등은 한복의 전통적인 형태를 새롭게 재해석하여 한복이 가진 잠재성을 내비쳤다. <그림 1-7>.

- 피켓을 든 눈꽃요정, Art-to-wear: 입을 수 없는 작품을 열정으로 엮어 입다.

2018 평창동계올림픽에서 가장 회자가 됐던 것은 피켓요원의 의상이었다. 해당 의상은 한복만의 미적인 요소를 특징적으로 구현했는데, 상의는 긴 목도리를 삼각 형태로 겹쳐 저고리의 깃과 동정처럼 연출하고, 눈꽃치마의 풍성한 A라인 실루엣도 한복의 치마처럼 연출했다.



고구려 웅녀 의상



태극기 의상



시상요원 의상



폐막식 의상

<그림 1-7> 2018 평창동계 동계올림픽 유니폼

(출처) olympics.com/ko/olympic-games/pyeongchang-2018

## ② 세계적인 한복 디자이너 이영희 별세



<그림 1-8> 한복디자이너 이영희

2018년 5월 17일, 세계적인 한복 디자이너 이영희가 향년 82세의 나이로 별세했다. 이영희는 외국에서 ‘기모노 코레(한국의 기모노)’라고 불리던 우리 옷을 한복(Hanbok)으로 바로잡으며 한복의 현대화·세계화의 포문을 연 1세대 디자이너다. 고인은 1993년 파리 한복패션쇼를 시작으로 2000년 뉴욕 카네기홀 패션쇼, 2004년 뉴욕 맨해튼 ‘이영희 한국 박물관’ 개장, 2007년 워싱턴 스미소니언 역사박물관(National Museum of Natural History) 12월 한복 영구전시, 2010년 파리 오프 쿠티르 쇼 등의 다양한 한복 관련 활동을 펼치며 2008년에는 구글 아티스트 캠페인 ‘세계 60인의 아티스트’로 선정되었다. 2015년에는 동대문 DDP에서 ‘이영희 전-바람, 바람’ 전시를 개최하여 고인의 지난 40여년 간의 발자취를 선보였다. 지난 40여년 동안 한복문화의 증진, 한복의 현대화, 한복문화의 세계적 확산에 기여한 그는 교육 현장에서도 후학을 양성하는 등 한복문화 발전에 크게 공헌했다. 이에 정부는 2018년 10월 그의 공헌을 인정하며 금관문화훈장을 추서했다. 2018 구글트렌드에서도 ‘이영희 한복디자이너’와 관련된 키워드가 전년보다 급등한 키워드로 상위에 있었다. 지역과 언어(한국어, 영어)사용자 구분 없이 관심도가 높았다는 것은 그녀가 한복디자이너로서 세계적인 인지도가 있었다는 것을 방증했다.

### ③ 한복의 정체성에 대한 사회적인 논의 지속

• 종로구청, 전년에 이어 한복의 정체성 관한 공론화 주도

종로구청은 2016년 문화재청의 <한복가이드라인> 발표 이후 점화된 한복의 정체성에 대한 사회적인 담론을 2017년에 이어 2018년에도 주도했다<sup>20)</sup>. 주요 안건은 변형이 심한 한복(퓨전한복)에 대한 혜택을 제한하자는 것이었다. 종로구청이 밝힌 국적 불명의 한복은 <표 1-6>과 같다.

<표 1-6> 종로구청에서 경복궁 인근 한복 대여업체에 제공한 한복 착용 팸플릿의 내용

한복의 형태, 디자인에 관한 부정적인 예	한복 착용 방법에 대한 부정적인 예
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시스루(안이 비치는 옷)</li> <li>• 반팔의 저고리</li> <li>• 종아리 무릎 또는 무릎 위 기장의 치마</li> <li>• 허리 뒤로 묶는 리본</li> <li>• 치마 속으로 넣어 입는 저고리</li> <li>• 레이스 장식과 레이스 겹치마</li> <li>• 속에 후프를 넣어 서양 드레스처럼 부풀린 치마</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 속치마 없이 입은 치마</li> <li>• 치마 아래 운동화나 맨발에 샌들 착용</li> <li>• 망건도 없이 머리에 걸친 갓, 풀어헤친 긴 머리에 얹어진 갓</li> <li>• 복식과 머리 의관의 부조화 - 전복에 갓 용포에 갓</li> <li>• 허리에 띠 돌린 남성의 조끼</li> <li>• 바지가 흰히 비치는 치마 등</li> </ul>

문화재청, (재)한국공예·디자인문화진흥원의 한복진흥센터와 같은 한복과 관련된 기관 역시 이 담론에 관한 입장을 정하지 못했다. 이와 같은 한복의 정체성에 대한 사회적인 논의가 지속되자 10월 16일 국회 문화체육관광위원회에선 한복을 ‘드레스 코드’로 착용한 김수민 의원이 문화재청 국정감사에서 한복의 대중적 확산과 서울 종로구청이 ‘퓨전 한복’을 입은 고궁 관람객에게 무료 입장 혜택을 주지 않는 방침을 지적했다. 이에 문화재청장(정재숙)은 한복의 다양성을 존중하는 방향성을 밝혔다. 10월 19일, 종로구청은 문화재청에 ‘한복 무료관람 가이드라인’을 제출했고 22일 접수됐다

한국공예·디자인문화진흥원의 『한복문화산업 진흥계획 수립을 위한 현황분석』(2017. 11) 조사 결과에 따르면 한복을 체험하기 위해 대여하는 나이는 20대가 과반수(55.2%)로 70% 이상 퓨전 한복을 선호했다. 외국인들의 선호도 또한 퓨전 한복이 50% 이상으로 국내외 관광객 모두 전통 한복보다는 퓨전 한복을 선호하는 양상을 보였다.<sup>21)</sup> 또한, 내국인의 89%, 외국인의 92.5%가 한복 체험에 만족한 것으로 조사되었다. 한국공예·디자인문화진흥원은 전통한복에 대한 규정을 두기보단 생활한복, 개량한복, 패션한복 등 다양한 한복을 분류하는 작업을 하고 있으며 향후 관계자들과 오랜 시간을 두고 한복의 규정과 분류 작업에 대해 고민하고 논의를 지속할 것을 전망했다.

④ K-pop IDOL 스타, 한국의 정체성이 담긴 한복을 ‘힙(hip)’하게 입다.

2018년 8월 BTS(방탄소년단)의 4번째 정규앨범 LOVE YOURSELF 結 'Answer'의 타이틀곡 ‘아이돌(IDOL)’의 뮤직비디오는 한옥, 한복, 국악 등 한국적인 소재들을 감각적

20) 2018년 9월 11일 ‘우리 옷 제대로 입기’ 한복토론회 개최: 문화체육관광부, 문화재청 및 관계기관, 한복대여업체 종사자, 일반 시민 등 200여 명 참석

21) 『한복문화산업 진흥계획 수립을 위한 현황분석』 연구 용역 보고서(2017), 한국공예·디자인문화진흥원, p. 10

으로 재해석하며 전 세계적인 주목을 받았다. 2018 구글트렌드에서도 ‘방탄소년단 한복’, ‘bts hanbok’, ‘jin hanbok’, ‘jin bts hanbok’과 같은 키워드가 연관 검색어로 급등했다. 국내에서도 BTS가 뮤직비디오에서 착용한 신한복에 주목하며 이와 관련된 기사가 다수 기재되었고, 관련 업체 및 의상 디자이너 또한 화제가 되었다. <2018 강남페스티벌>에서는 한류와 연계하여 BTS가 뮤직비디오에서 착용한 의상을 전시하고 체험할 수 있는 프로그램을 구성했다. 이후, ‘더 그레이엄 노튼 쇼(The Graham Noetan Show)’, ‘2018 멜론뮤직어워드(MMA)’와 같은 (외국)방송이나 전 세계에 동시에 송출되는 공연에서 한복과 한국전통예술을 BTS만의 방식으로 선보여 한복을 비롯한 한국전통문화에 대한 세계인들의 관심을 집중시켰다.

## 4) 2019년

### (1) 2019 구글트렌드 분석

2019년 ‘한복’을 키워드로 웹검색이 가장 많았던 기간은 명절기간(2월, 9월), 7월, 8월 이었고 1월부터 5월, 7월부터 연말까지 대부분 관심도가 50보다 높거나 그 정도 유지됐다. 이러한 현상은 국내외 구분 없이 비슷했는데 한복에 대한 관심도가 전반적으로 높았던 것으로 추정할 수 있다 <그림 1-9>.

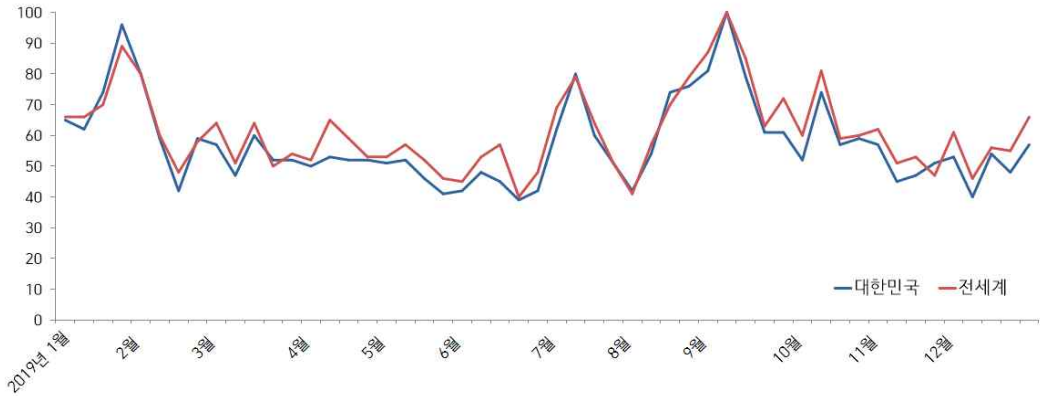
지역별로는 국내에서 ‘울산광역시’(100), ‘전라북도’(96), ‘대구광역시’(96), ‘전라남도’(94), ‘대전광역시’(93), ‘강원도’(91) 등의 순으로 관심이 높았다. ‘hanbok’을 키워드로 했을 때는 대한민국(100), 싱가포르(52), 필리핀(48), 브루나이(46), 인도네시아(38), 말레이시아(34)의 순으로 관심도가 높았다.

2019년도의 한복 관련 주제의 특징은 ‘2019년 미스코리아’와 관련된 키워드이다. 국내에선 ‘미스코리아’, ‘코르셋’, ‘2019년 미스코리아’가 급등했으며 전 세계에서도 ‘미스코리아’, ‘시크라인’, ‘2019 미스코리아’가 관련 주제로 급등했다. 이외에 ‘정국’, ‘박솔녀한복’, ‘직기’도 관련 주제로 급등했다.

연관 검색어로는 ‘한복 대여’, ‘남자 한복’, ‘개량 한복’, ‘생활 한복’, ‘여자 한복’, ‘한복 일러스트’ 순으로 많이 검색되었고 관련 주제는 2019 미스코리아 대회에 관한 키워드 및 ‘정국(개량, 생활)한복’, ‘남자 한복 종류’, ‘박솔녀 한복’, ‘괘자’ 등이 급등했다. 국내에선 ‘고려시대 한복’, ‘아이유 한복’, ‘조선시대 한복’, ‘한푸’, ‘임지영한복(4,800%)’ 등도 급등했다.

‘hanbok’의 관련 주제는 ‘한국어(100)’, ‘한국’(89), ‘옷’(69), ‘한민족’(57), ‘드레스’(54) 등이며 ‘미스코리아’, ‘리본’, ‘한국타이어엔테크놀로지’(750%), ‘정국’(400%), ‘IDOL’(400%) 등이 급등했다. 관련검색어는 ‘hanbok korean’(100), ‘korean’(100), ‘korea hanbok’(87), ‘hanbok dress’(43)순으로 검색되었고, ‘dorothy hanbok’, ‘jenny han’, ‘gwangjang market’, ‘yesstyle’, ‘modernized hanbok’, ‘kenakan hanbok khas korea, shandy aulia dibilang mirip song hye kyo’(2,700%) 등이 급등했다.





<그림 1-9> 2019 구글트렌드 keyword '한복' 시간 흐름에 따른 관심도 변화

## (2) 2019 한복동향

### ① <한복가이드라인>의 '평등권 침해의 차별행위' 요소가 있는 규정 권고

2019년 5월, 국가인권위원회(인권위)는 문화재청이 2016년에 제정 및 개정한 <궁·능 한복착용자 무료관람 가이드라인>의 규정 중 남성은 남성한복, 여성은 여성 한복을 입은 경우에만 고궁 무료관람 대상으로 규정하는 것은 차별이라고 입장을 밝혔다. 인권위는 “생물학적 성별과 맞지 않는 복장을 한 사람이 고궁 무료관람 대상에서 제외되지 않도록 '궁·능 한복착용자 무료관람 가이드라인'을 개선하는 등 재발방지대책을 마련할 것을 문화재청장에 권고했다.

#### • 문화재청, 인권위의 권고를 수용하여 <한복가이드라인> 개정

문화재청 궁능유적본부는 국가인권위원회 권고 내용을 받아들여 상대 성별 한복을 착용해도 고궁과 조선왕릉 무료입장이 가능하도록 내용을 개정하였으며, 개정된 '궁·능 한복착용자 무료관람 가이드라인'을 2019년 7월 1일부터 적용했다.

### ② 한복 관련된 행사 및 인물에 대한 언론 보도 횟수 증가 및 주제 다양화

2019년 언론에서는 정부부처, 공공기관의 행사 및 관련 업계종사자, 활동가에 관한 보도 횟수가 증가하였으며 보도 주제 또한 다양해졌다. 한복에 관한 언론의 보도는 기자가 직접 취재한 기사와 정부부처나 공공기관에서 작성한 보도자료로 구분된다. 한복에 관한 언론의 기사화 증가는 2017년부터 시작되었으며, 이전에는 한복입기 열풍과 더불어 신한복유행, 문화재청의 <한복가이드라인>과 관련된 사회적 이슈, 한류콘텐츠 등 특정 주제와 서울과 전주, 두 지역에 한정된 사안을 다루었다면 2019년에 이르러서는 한복과 관련된 인물, 지역, 행사, 콘텐츠 등을 다루며 종류와 범위가 확장됐다.

### ② 경상북도 상주시 한국한복진흥원 완공

2019년 10월 경상북도 상주시 함창읍 교촌리에 ‘한국한복진흥원’이 완공됐다. 해당 기관은 전시·홍보관, 융복합산업연구관, 전수학교 3개 건물로 구성됐다. 이는 문화체육관광부 산하의 공공기관인 한국공예·디자인 문화진흥원 외에 조성된 최초의 한복 전담기관으로, 상주시는 경북문화재단과 운영에 관한 위·수탁 협약을 체결하여 운영하고 있다.

### ③ K-pop 아이돌(IDOL) 가수의 한복 사랑, 한복 브랜드 매출 증가, 국내외 관심 확대

2019년 7월 초, 방탄소년단(BTS)의 멤버(정국)가 김포국제공항을 통해 일본으로 출국 시 입은 한복패션이 언론과 SNS에 공개되자마자 해당 상품을 파는 쇼핑몰의 서버가 한때 마비가 될 만큼 주문이 폭주했다. 이후에도 같은 스타일의 한복을 다양한 컬러로 착용한 모습이 언론과 팬들에게 포착되었고 온라인 커뮤니티를 통해 공유되어 기사화<sup>22)</sup>되기도 했다. 이 업체는 승복·생활한복 전문 브랜드로 BTS 멤버가 한복을 착용한 모습이 SNS에서 이슈가 많이 되어 평소보다 매출이 10배, 최대 하루 2000개 주문이 들어오기도 했을 만큼 BTS(정국)효과를 누렸다. 해당 브랜드는 이러한 매출 상승과 소비자 선호에 백화점으로부터 입점을 제안받아 2019년 11월에 팝업스토어의 형태로 입성했다. 2019 구글트렌드에서도 ‘정국’, ‘정국 (개량, 생활)한복’, ‘방탄소년단’이 관련 주제, 관련 검색어로 상위권에 있거나 급등했고 국내와 전 세계에서 비슷한 관심도의 흐름을 보였다.

### ④ 한복문화콘텐츠 사업 다각화

#### • ‘한복스킨이벤트를 정례화한 블리자드 ‘오버워치’ 게임업계 최초 ‘한복사랑’ 감사장 수상’

2019년 10월, 2017년 구글트렌드에 한복과 관련된 주된 키워드로 등장한 블리자드의 ‘오버워치’ 설날 이벤트 스킨인 ‘꽃가마 D.va’가 게임업계 최초로 문화체육관광부가 수여하는 ‘한복사랑’ 감사장을 수상했다. ‘한복사랑’ 감사장은 한복을 다각도로 알리는데 기여한 공로를 치하하는 상이다. 2017년 신년 이벤트로 처음 제공되기 시작한 오버워치의 한국 스킨은 ‘2018년 캐서디의 포도대장’, ‘2019년 트레이서의 흥길동’ 등 매년 새로운 캐릭터와 테마를 선보이며 한복을 세계에 알렸다.

#### • 신라면세점, 광장시장에서 한복체험관 운영

2019년 6월, 신라면세점은 광장시장을 찾는 외국인들에게 한복체험을 제공하고 전통시장을 활성화하기 위한 목적으로 11월까지 매주 토요일 오전 10시부터 오후 4시 30분까지 광장시장에서 한복체험부스를 운영했다. 이를 위해 신라면세점이 운영하는 전통시장 서포터즈 ‘방방곡곡 알림단’ 학생들은 중국어 통역 자원봉사자로 참여하여 신라면세점이 자체 제작한 광장시장 홍보 책자를 관광객에게 배포했다. 이들은 한복체험부스에서 한복을 입고 촬영한 사진을 개인 SNS에 게시하고 신라면세점 회원가입을 완료한 방문객에

22) ‘I♥KOREA’ 방탄소년단 정국, 불타는 한국 사랑 ‘생활한복 홀릭’, 2019. 08. 22. topstarnews, 출처: <https://www.topstarnews.net/news/articleView.html?idxno=661445>

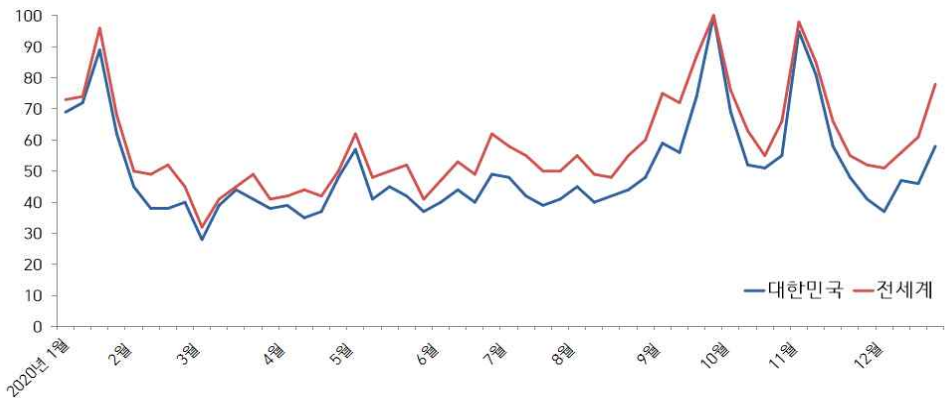
게 전통시장에서 사용할 수 있는 온누리상품권 및 신라면세점에서 사용 가능한 사은권을 증정하고, 또한 현장에서 바로 인화해 제공했다.

## 5) 2020년

2020년 한복업계는 코로나19의 여파로 인해 큰 위기를 직면한 동시에 급격한 변화를 맞이했다. 감염병 확산억제를 위한 비대면(언택트) 사회로의 전환은 경제, 사회, 문화, 기술, 환경 등 모든 분야의 근본적인 변화를 일으켰다. 특히 디지털 기술과 데이터 중심으로 구축되는 시스템체계는 이전에 디지털이 삶의 보조적 도구에서 코로나19의 유행을 겪으며 삶의 필수품으로 역할이 재정립됐다.<sup>23)</sup>

### (1) 2020 구글트렌드 분석

2020년 ‘한복’을 키워드로 웹검색을 가장 많이 했던 기간은 명절 기간(1월, 9월), 11월이었다. 2020년 11월은 중국 게임업체의 페이퍼게임즈가 아바타 속 한복 의상과 관련한 논란으로 양국 네티즌이 대립 시점이었다. 지역별로는 국내에서는 전라북도(100), 경상북도(95), 제주특별자치도(93), 인천광역시(92), 광주광역시(91), 대구광역시(90) 등의 순으로 ‘한복’에 대한 관심이 높았고, ‘hanbok’으로는 필리핀(100), 대한민국(90), 미얀마(85), 싱가포르(71), 인도네시아(71), 베트남(58) 등의 순이었다. ‘hanbok’에 대하여 다른 나라의 관심도가 더 높게 유지가 되었던 건 2020년도가 처음이며 미얀마, 싱가포르, 인도네시아의 한복에 대한 관심도도 70 이상으로 높았다 <그림 1-10>.



<그림 1-10> 2020 구글트렌드 keyword‘한복’ 시간 흐름에 따른 관심도 변화

2020년 ‘한복’과 관련된 주제와 키워드의 특징으로는 첫 번째, 아이들이 입은 한복에

23) 포스트 코로나 시대 문화유산 미래 정책 방안 연구, 2021, 문화재정책연구원

관한 것이며 둘째, 일명 “사이닝니키”와 관련된 키워드 ‘동북변강역사여현상계열연구공정(동북공정)’이다. 마지막 세번째는 넷플릭스에 제작된 한국드라마 ‘킹덤’에 관련된 키워드다. 연관 검색어는 ‘남자한복(100)’, ‘개량한복’, ‘생활한복’, ‘한복대여’, ‘여자한복’, ‘한복일러스트’ 등의 순으로 국내외 같았다. ‘한복 대여’가 2016년부터 2019년까지 가장 인기가 있는 관련 검색어였는데 2020년부터는 ‘남자 한복’, ‘개량 한복’이 ‘한복 대여’보다 더 인기가 높아졌다는 것이 특징이다. 이러한 현상은 코로나19 확산으로 인한 방역정책 강화로 사람들의 외부활동이 제한되고, 국내외 관광객 수 역시 현저하게 줄어 ‘한복 대여’에 관한 관심이 낮아졌기 때문으로 보인다. 또한, 비대면 사회전환으로 집안에서 미디어 시청, 인터넷 쇼핑, PC·모바일게임과 같은 활동으로 여가시간을 활용하는 비율이 증가하여 한복을 입고 활동을 하는 K-pop 아이돌 가수의 공연콘텐츠나 넷플릭스, 유튜브와 같은 OTT서비스(over-the-top media service)를 통해 접하는 한국(사극)드라마에 관한 관심이 더 높아졌음을 알 수 있다.

급등하는 연관 검색어도 국내에선 K-pop 아이돌 스타가 착용한 한복과 ‘한복 명칭’, ‘한복 합성 도안’, ‘한복 입는 순서’, ‘한복 고름 매는 법’ 등과 같이 한복에 대한 정보가 급등했다. 전 세계에서 급등하는 연관 검색어가 국내외 비슷했고 ‘모동숲 한복’, ‘동물의 숲 한복’과 ‘한복상점’(4,800%), ‘한복디자이너 이영희’(4,500%) 등이 있었다.

‘hanbok’의 관련 주제는 ‘한국어’(100), ‘옷’(86), ‘한국’(71), ‘드레스’(66), ‘한민족’(53) 순이었고, ‘How You Like That’, ‘단하’, ‘프랑코프로방스어’, ‘검은사막’(700%), ‘기생’(400%), ‘제이홉’(400%) 등이 급등했다. 연관 검색어는 ‘hanbok korean’(100), ‘korean’(99), ‘hanbok korea’(92), ‘korea’(92), ‘hanbok dress’(45) 등의 순이었고 ‘zijangsa hanbok’, ‘modern hanbok jungkook’, ‘jungkook modern hanbok’, ‘zijangsa’, ‘the artist hanbok’ 등이 급등했는데 ‘the artist hanbok’ 외에 급등한 상위 4개의 키워드가 BTS 멤버(정국)가 착용한 한복과 관련된 것이었다.

## (2) 2020 한복동향

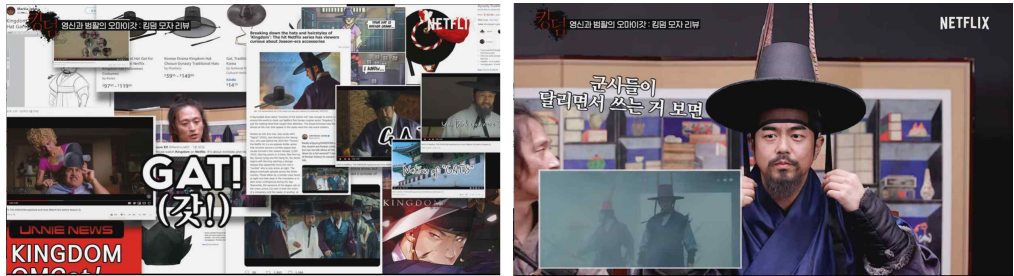
### ① ‘Oh, my Got(갓)’ <갓(GOD) 킹덤>

2020년 3월, 190여 개국에 공개된 넷플릭스 오리지널 한국드라마 <킹덤 2>는 대중은 물론 미디어 비평가들로부터도 ‘역작’으로 극찬받으며 BTS, 기생충에 이어 드라마 부문에서 새로운 한류 붐을 일으켰다. 극 중 등장하는 한국의 갓과 한복을 접한 해외 트위터 이용자들 및 전 세계 시청자들의 관심과 반응은 폭발적이었다. “저 멋진 모자는 뭐지?”, “갓 때문에 킹덤을 본다”, “멋진 갓들을 볼 시간이다”, “킹덤은 정말 멋진 좀비 드라마이자, 아름다운 모자에 관한 콘텐츠” 등의 트윗을 게재하며 갓 열풍을 이끌었다<sup>24)</sup>. 조선시대의 갓에 대한 세계인의 관심은 2019년도에 공개된 시즌 1<sup>25)</sup>에서도 나타났다. 트위터와 인스타그램 등 SNS에서 ‘kingdom hat’이 실시간 검색어에 올랐고 ‘팬시 햇’, ‘어섬 햇’, ‘뷰

24) “트위터는 지금 K-전통! 트위터에선 #한복챌린지 이어져”, 2020.12.05. 매드타임즈, 출처: <https://www.madtimes.org/news/articleView.html?idxno=6334>

25) <킹덤> 시즌 1은 넷플릭스의 첫 오리지널 한국 드라마이며, 2019년 1월, 27개 언어로 번역되어 전 세계 1억 4000만 명의 시청자에게 동시에 공개됐다. 출처: <https://www.joongang.co.kr/article/23375772#home>

티폴 햇' 등의 감탄이 쏟아졌다.<sup>26)</sup> 미국 인터넷 쇼핑몰인 아마존과 이베이에는 '한국 전통 모자(넷플릭스 킹덤 갓(gat, god)'이라는 제목으로 갓을 판매하는 게시물이 등장했다.



<그림 1-11> '킹덤 시즌2 오마이갓' 영상 캡처본  
(출처) 넷플릭스 코리아 유튜브

2020 구글트렌드에서도 넷플릭스에 제작된 한국드라마 '킹덤'에 관련된 키워드, '양반', '옷소매', '궁전', '전지현', '갓', '움직이는 gif' 등 이 '한복', 'hanbok'의 관련 주제, 관련 검색어로 급등했다. 2019년 시즌 1이 공개되었을 때도 드라마 속의 한복과 갓에 대한 세계인들의 관심이 컸지만 구글트렌드에선 관련 키워드가 급등하진 않았다.

## ② 현대의 A라인 한복을 고안한 1세대 한복 디자이너 이리자 별세

2020년 3월 21일 한복의 현대화와 국제화를 이끈 1세대 한복 디자이너 이리자가 향년 85세의 나이로 별세했다. 그는 소재 및 패턴 개발과 현대적 디자인의 도입, 한복종사자 대우 개선 등을 통해 한복의 현대화, 국제화를 주도했고 고급화를 통해 한복의 예복화를 촉진한 인물로 평가된다. '이리자식 한복패턴'으로 제작된 A라인 형의 한복은 현대의 전통 한복이 됐다. 프란체스카 여사부터 육영수, 이순자, 이희호, 권영숙 여사 등 역대 영부인들이 '이리자 한복'을 입었다.



<그림 1-12> 한복 디자이너 이리자



<그림 1-13> 이리자가 개발한 한복 패턴 및 마케팅  
(출처: 단국대 석주선 박물관 특별전 AR 캡처)

26) "고층과 창작 사이 출타기하는 일이지만...중국 갓을 베끼는 건 안 돼", 2021. 04. 06. 경향신문, 출처: <https://m.khan.co.kr/culture/culture-general/article/202104060600015>

1970년대 한복의 현대화를 위해 이리자는 한복용 폴리에스테르 옷감과 색이 잘 변하지 않고 잘 떨어지지 않는 명함금박법을 개발, 도입했다. 한국인의 체형을 보완하는 ‘이리자식 한복패턴’을 개발해 저고리 진동선을 없애고 조끼형 패턴을 개발했고, 당시 주로 일자로 허리에 주름을 잡은 항아리형이었던 치마실루엣을 A라인으로 바꾸었다. 그는 1975년 국내에서 처음으로 한복 디자이너 명칭을 사용하고 한복 작품 발표회를 열어 한복 붐을 일으켰다. 외국에도 한복의 아름다움을 널리 알리고자 세계 각국에서 100회가 넘는 한복 패션쇼를 개최했다. 그는 색동, 금박, 자수뿐만 아니라 홍석창, 김금출 등 유명 화가가 그린 그림과 안광석 등 서예가의 글씨도 한복에 활용하여 과감한 디자인의 변조를 시도하고 유행을 이끌었다. 그뿐만 아니라 1979년도에는 전통한복장인이자 전통 인형작가인 허영(1944~2000)에 의뢰하여 한국인의 얼굴을 한 한복 마네킹을 개발했다. 2000년대 들어서는 조각천을 활용한 한복 디자인을 유행시켰다. 2002년에는 한복 발전 등에 이바지한 공로를 인정받아 화관문화훈장과 신사임당 상을 수상하였다. 2009년에는 영부인이 입었던 한복 등을 포함한 총 350여 점을 국립민속박물관에 기증하였으며 「선과 색의 어울림 : 이리자 한복 기증특별전」을 개최했다.<sup>27)</sup>

### ㉓ 한복 입고 정체성도 입은 K-pop 아이돌 가수

2020년은 아시아권을 넘어 미국, 유럽까지 K-pop의 글로벌화가 가속화되는 가운데 아이돌 스타들이 한복을 입고 자신들의 정체성을 드러내고 높아진 대한민국 문화적 위상의 자부심을 표출했다.

BTS의 멤버 슈가가 2020년 5월에 발매한 앨범 ‘어거스트 디(August D)’의 수록곡인 ‘대취타’의 뮤직비디오가 한국 전통적인 요소를 훌륭하게 접목해 국내외의 관심을 받았다. 해당 뮤직비디오에서 그는 곤룡포를 입고 국악과 힙합비트를 융합한 음악과 궁궐 배경 등을 접목했다. 해당 음원은 뮤직비디오 공개 직후, 80국에서 아이튠스 1위를 차지했고 영국 오피셜 앨범 순위에서 7위에 올랐다.

2020년 6월 블랙핑크가 공식적인 활동에 복귀하면서 공개한 신곡 ‘How you like that’의 뮤직비디오는 첫날 8,630만 뷰를 기록하며 공개 24시간 내 유튜브 동영상 최다 조회 수 기록, 기네스 세계 신기록 등 총 5개 부문에 공식 등재됐다. 블랙핑크가 뮤직비디오에서 선보인 신한복 스타일링이 대중들의 큰 호응을 끌어낸 요소 중 하나로 지목되기도 하였다.

#### • 정부와 관계기관, 한류와 연계한 한복업계 지원 정책 사업 추진

정부와 관계기관도 이 같은 한류 바람을 더욱 확산시키기 위해 정책 지원사업을 빠르게 추진했다. 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원은 총 10개의 한복 기업을 선정해 ‘2020 한류연계 협업콘텐츠 기획개발 지원’ 사업에 나섰다. 이 사업은 한류와 연계한 한복상품 기획·제작뿐 아니라 궁극적으로는 해외 진출까지 이룰 수 있는 기업을 선정해 문화예술인과 협업 마케팅 등을 지원하는 사업으로, 최대 7,500만 원을 지원했다. 또

27) '색과 선의 어울림-이리자 한복 기증특별전', 국립민속박물관, 2009. 10. 21~2009. 11. 30

한, 해당 사업의 결과물을 ‘한복 웨이브(Hanbok Wave)’패션쇼로 선보이며 디지털 런웨이 방식을 이용해 패션전문채널 동아 TV와 한국공예·디자인문화진흥원 공식 유튜브, 네이버 V 라이브를 통해 실시간 중계했으며 전용 판매 사이트 ‘한복 웨이브’를 개설해 온라인 판매 플랫폼을 구축했다.<sup>28)</sup>

• **코로나19 확산 이후 한복업계 동향**

2020년 한국패션시장의 추정 규모는 40조 8천억 원으로 2019년 41조 6천억 원 대비 2.0% 감소했다. 통상 한복도소매 시장의 규모는 전체 의류패션시장의 1.5~2%로 추산하므로 한복도소매 시장의 규모는 6,120~8,160억 원으로 추정할 수 있다.<sup>29)</sup> 방한 관광시장의 경우 2020년 2월 이후 국가 간 여행경보 단계가 격상되고 일반적인 인적교류가 전면 중단되면서 방한 외국인 관광객 수가 급격히 감소했다. 또한, 국내 관광은 코로나19로 인해 여행심리 위축 외에도 정부가 추진한 사회적 거리 두기 정책에 양적·질적으로 큰 영향을 받아 2020년 국내 여행 횟수와 지출액 모두 전년 대비 각각 25%, 45.7% 감소했다.<sup>30)</sup> 2020년 9월 추석을 앞둔 시점에서 남대문시장의 경우 코로나19로 인한 영향으로 한복점포 상가 30여 곳 중 18곳이 폐점했고 상인들은 이전보다 매출이 8~90% 하락했다고 밝혔다.<sup>31)</sup> 4대 궁 및 종묘의 한복 착용 입장객 수는 총 154,924명으로, 2019년의 1,150,587명<sup>32)</sup>에 비해 약 86.5%가 감소했다. 전국의 혼인 건수는 213,502건으로 전년의 239,159건에 비해 25,657건이 감소했다. 혼인 건수는 본 백서의 조사 기간(2016~2021) 동안 꾸준히 감소했는데 2019년에서 2020년의 감소 폭이 가장 컸다 <표 1-7><sup>33)</sup>.

<표 1-7> 2016~2021년 전국 혼인건수

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021
혼인건수(전국)	281,635	264,455	257,622	239,159	213,502	192,507
전년대비 증감	▼21,193	▼17,180	▼6,833	▼18,463	▼25,657	▼20,995

**④ 비대면 시대 가능성을 엿본 온라인 한복 행사**

서울시가 10월 19일에 진행한 ‘서울365 한복의 날 디지털 라이브 패션쇼’는 당시 방역단계가 사회적 거리 두기 1단계로 조정되면서 온라인과 오프라인 진행이 병행됐다.

한국공예·디자인문화진흥원에서 주관하는 한복의 날 행사 ‘아리따운 우리 한복’ 전시와 한복 박람회인 ‘한복상점’은 온라인으로만 진행됐다. 또한, ‘한류업계 협업콘텐츠 기획개발 지원사업(CAST)’의 산출물인 ‘한복 웨이브’ 패션쇼를 디지털 런웨이 방식으로 공개했다.

28) “문체부·한복진흥센터, 한복 웨이브(Hanbok Wave) 디지털 패션쇼 17일 공개”, 2020. 12. 17. 동아닷컴, 출처: <https://www.donga.com/news/Culture/article/all/20201217/104488294/2>

29) 출처: “[제니안 패션칼럼] 新한복 전통과현대 힘한(멋진) 만남 재해석”, 2020.08.03.공경뉴스, <https://www.fairm.co.kr/news/articleView.html?idxno=61258>

30) 2020년 기준 관광 동향에 관한 연차보고서, 2021.8. 문화체육관광부, p.3

31) “추석 대목은 옛말” 한복점·계사용품점 모두 ‘한숨’, 2020. 09. 23., 네이트뉴스, 출처: <https://news.nate.com/view/20200923n46608>

32) 문화재청, 4대궁 및 종묘 한복착용 입장객 현황

33) 국가통계 포털(KOSIS), (전국) 혼인 건수(년)-2021년 <https://kostat.go.kr/wnsearch/search.jsp>

‘한복상점’의 경우 총 73개 업체가 참여했으며 온라인몰에 입점하는 방식으로 운영됐다. ‘네이버 쇼핑라이브’와 유튜브 채널 ‘한복상점’에서 실시간 판매(라이브 커머스)방송도 16회 진행됐으며, 중국 최대 구매대행 전문업체 타오바오 라이브에서도 판매 방송이 3회 진행됐다.



<그림 1-14> 2020 한복상점 포스터와 실시간 방송(라이브 커머스) 장면

한복상점의 실시간 방송 진행은 전통문화·공예 분야 종사자와 업체 관계자들이 온라인 쇼핑몰 운영 경험이 적고, 자체 홈페이지나 사회관계망서비스(SNS)를 가진 업체는 20~30% 정도이기 때문에 한복업체 운영자들이 한복상점을 통해 라이브 방송과 온라인 쇼핑몰 등을 경험해보고 향후 마케팅이나 판로를 모색할 수 있었다는 점에서 의의가 있다. 그러나, 시청자 수와 구매량을 비교하면 매출로 바로 이어지지 않고 특정 브랜드에서만 매출이 집중해서 발생했다는 것을 알 수 있었는데, 해당 부분에 대한 면밀한 분석이 향후 과제로 남았다.<sup>34)</sup>

### ⑤ 기회와 위기 속에 드러난 정부 기관과 지방자체단체, 관계기관의 정책 리더십

코로나19 확산으로 인해 급속히 전환된 생활 전반의 환경 속에서 한류와 동반하여 한복문화의 세계 확산이라는 기회와 존폐의 갈림길에 직면한 한복업계에 대한 정부 부처와 관계기관의 적극적인 행정이 언론과 SNS를 통해 드러났던 한 해였다.

#### • 문화재청·한국문화재단: ‘코리아 인 패션-공주의 하루’

‘코리아 인 패션’은 우리 조상들의 열이 담겨있는 문화유산을 전 세계에 알리고 관광자원화하기 위해 마련된 ‘문화유산방문캠페인’의 일환이다. 캠페인은 한류의 원형인 우리 문화유산의 가치를 재발견하고, 휴식과 관광, 치유의 공간으로서 문화유산의 존재감을 알리기 위해 2020년 처음 추진됐다. 복은공주의 활옷, 덕은공주의 원삼 등 실제 공주들이 국가의 중요한 의식에 입었던 대례복부터 소례복으로 입었던 당의까지 현대적으로 재해

34) “10만명 본 라이브 방송...비대면 시대 가능성 엿본 ‘한복상점’”, 2020.09.15. 아주경제, 출처: <https://www.ajunews.com/view/20200915144848390>



석하여 선보였으며 총 21벌의 전통적인 기품과 현대적 감각이 어우러진 한복이 경북공과 덕수궁의 장엄한 경관과 조화를 이루어진 영상은 네티즌으로부터 한국의 미를 극대화했다는 평을 받았다 <그림 1-15>. 화보는 70만 회 이상, 문화유산방문캠페인 공식 유튜브 채널에 공개된 영상은 19만 회 이상 조회<sup>35)</sup>되어 2020년 하반기 이후 공공기관이 공을 배경으로 진행한 온라인 콘텐츠 중 가장 높은 조회 수를 기록했다.<sup>36)</sup>



<그림 1-15> 2020 KOREA IN FASHION : '공주의 하루' 중 캡처 영상  
(출처) 문화유산 방문 캠페인 공식 유튜브채널

#### • 서울특별시 종로구청 종로문화재단

종로구청은 2020년에도 한복과 관련한 사업과 행사를 온-오프라인에서 병행하여 진행했다. 2020년 1월엔 '2019 종로문화축제'의 기획프로그램이었던 '한복 업사이클링 프로젝트'의 하나로 기증받은 한복 240여 벌을 관내 다문화가정에 기증했다. 12월에는 '종로구 패스토리(Family Story) 프로그램'이란 이름으로 한복을 입고 가족사진을 촬영할 기회를 이주민 가정에 제공했다.<sup>37)</sup>

2016년부터 시작되어 다섯 번째 진행되는 종로한복축제도 '온택트 종로한복축제'로 전환, 7개의 프로그램에 203,399명(온라인 영상 조회 수, 프로그램 참여자 포함)이 참여했다.

#### ⑥ 명장과 함께 모니터 밖으로 '아리따운 한복'

미국 온라인 게임 개발사인 라이엇게임즈(Riot Games)의 한국법인인 라이엇게임즈코리아가 10월 21일 '한복의 날'을 기념하여 국가무형문화재 4인 및 한국화 작가와 함께 <'아리'따운 우리 한복> 온라인 전시회를 개최했다<sup>38)</sup>. 라이엇게임즈의 대표 게임인 '리그 오브 레전드'(이하 LoL)의 게임캐릭터 '아리'와 또 다른 캐릭터인 '이즈리얼'이 게임 속에서 착용한 한복을 실물로 제작하는 취지로 기획됐다. 전시회에는 화보 이미지, 한국화 작품, 한복 및 제작품 사진, 한복 제작 다큐멘터리 영상이 공개됐다. 이 전시는 해당 사이트와 LoL 공식 유튜브, 페이스북, 인스타그램을 통해 진행되었고 보그 코리아와 협업한 화보는 보그 코리아 11월호에 공개됐다.

35) 2021년 1월 20일 기준임. "조선 공주의 비대면 한복 패션쇼, 90만이 봤다", 2021. 01. 26., 매일경제,

출처: <https://www.mk.co.kr/economy/view/2021/81547>

36) "조선의 공주, 한복 패션쇼 '코리아 인 패션' 큰 인기", 2021. 01. 22. 헤럴드코리아,

출처: <http://mbiz.heraldcorp.com/view.php?ud=20210122000091>

37) '이주민가족 한복사진 촬영' 종로구 패스토리 프로그램, 2020. 12. 07., 시정일보,

출처: <http://www.sijung.co.kr/news/articleView.html?idxno=257071>

38) 온라인 전시회: <http://event.leagueoflegends.co.kr/hanbok/>

유튜브 채널: <https://www.youtube.com/watch?v=odQRzu69RJK>

### ⑦ 중국 문화공정 논란의 점화, 사이닝니키의 ‘한복’

‘사이닝니키’는 중국 게임개발사 페이퍼게임즈의 여성향(걸플레잉)게임인 ‘아이러브니키’의 3D버전이다. 가상세계에서 패션을 주제로 스타일링(꾸미기)이라는 소재를 기반으로 1,000여 가지의 원단 재질을 갖춘 패션(의상) 아이템의 종류와 게임화면에서 사실감 있게 재현된 기술력으로 다른 모바일 스타일링 게임과 차별화했다.<sup>39)</sup> 10월 8일엔 한글 날을 기념하여 ‘한국 니키 유튜브’ 계정에 ‘니키의 한복 착샷’이라는 영상을 공개했다<sup>40)</sup>. 11월 2일에는 한국 서버 런칭 첫 이벤트인 ‘한복’ 아이템을 출시했다.

발표 직후, 중국과 대만에도 같은 프로모션을 진행했던 개발업체에 중국인들은 한복이 중국 소수민족인 조선족의 전통복 ‘한푸(漢服)’라고 명시하라고 항의했다. 페이퍼게임즈는 중국 웨이보에 ‘중국의 기업으로써 중국의 입장과 같이한다.’는 입장문을 밝히고 한국 쪽 공식 홈페이지 및 SNS에는 사과와 함께 한복아이템 전량 회수 및 폐기 방침을 공지했다. 그러자, 한국과 중국의 게임이용자와 트위터 및 웨이보 등 SNS를 통해 거의 실시간으로 사건을 접하던 네티즌의 불만과 갈등이 증폭됐다 <표 1-8><sup>41)</sup>. 결국, 위와 같은 방침을 밝힌 당일에 페이퍼게임즈는 ‘국가(중국)의 전통과 존엄성을 수호’하기 위해 사이닝니키의 한국판 서비스 종료를 결정·공지<sup>42)</sup>했다. 한국 서버 정식 오픈에서 서비스 종료까지 단 일주일 동안 속결 된 일이다. 국가 간의 문화적 갈등과 감정적 대립으로 기업이 비정상적으로 서비스를 종료하고 한국법인까지 해산한 이 사건은 우리에게 중국의 제2의 동북공정 즉, 문화공정에 대한 우려를 일으켰다.

<표 1-8> 사이닝니키 한복아이템 이벤트 관련 한·중 한복 VS 한푸에 관한 주장

한국	중국
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사이닝니키 한복 아이템은 ‘한푸가 아니고 한복’</li> <li>• 한푸는 고려 시대에 유행했던 고려양(고려 복장)을 변형하여 만든 옷</li> <li>• 중국이 동북공정 사업으로 복원해 더 한복같이 만든 것이 지금의 한푸라고 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘사이닝니키’의 한국판에 한복 아이템은 한국의 한복(韓服)이 아니라 명나라 시대의 ‘한푸(漢服)’이며, 이는 ‘조선족의 고유 의상’이라고 주장</li> <li>• 한국의 관제도는 중국과 동일</li> <li>• 과거 한국은 중국 관할 가신이었음, 한국의 왕실 의상은 명나라 황제가 수여함</li> <li>• 고대 한국이 자체적인 복장 체계가 없었고 드라마에서 나온 의상 등은 명나라 의상을 따라 개선되었음</li> </ul>

이 사건에 대한 한·중 네티즌의 관심은 현재 남아있는 네이버 공식 카페의 공지 조회 수와 2020 구글트렌드에서도 증명된다. 사이닝니키 네이버공식카페의 공지 조회 수의 경우 사이닝니키 사전예약(2020.9.10.) 및 CBT(비공개베타테스트, 2020.09.24.)에 관한 공지 (조회 수 1만) 외에 평소 1,000~6,000회 조회되었는데 이벤트 아이템(한복) 전

39) “여성향 게임의 명가, ‘사이닝니키’로 돌아온 페이퍼게임즈”, 2020. 10. 29. 디스이즈게임, 출처: <https://www.thisisgame.com/webzine/news/nboard/11/?n=112941>

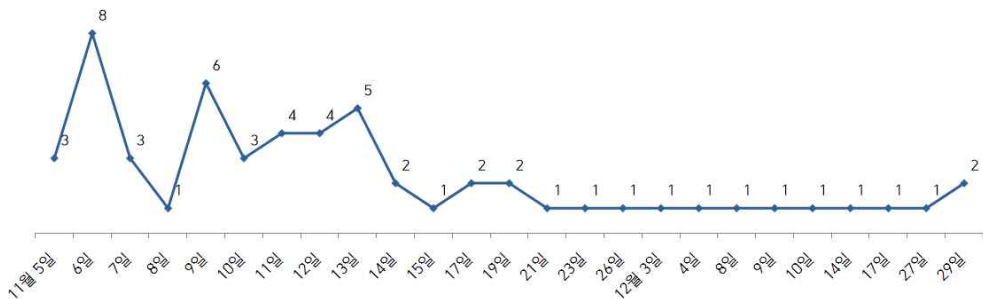
40) 이 영상에서 ‘봄날의 아리랑’, ‘봄날의 진달래’ 등 한국을 상징하는 키워드로 세트의 명칭이 확정하였음을 확인할 수 있음.

41) 표는 사이닝니키 네이버 공식카페에 ‘회수아이템’공지를 참조하여 작성.  
42) “한복은 중국 문화” 中네티즌 주장 편들고 한국 비난한 中게임, 2020. 11. 6. 연합뉴스, 출처: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20201106052300017>

량 폐기 및 환불(5.7만 회) 발표(2020.11.05.)를 기점으로 한국판 서비스 종료 안내 공지 20만여 회, 댓글 2,900건(2020.11.05.) 등 평소보다 최소 10배에서 200배 이상 높게 조회됐다. 또한, 2020 구글트렌드의 관련 주제에 ‘샤이닝니키’, ‘동북변강역사여현상계 열연구공정(東北邊疆歷史與現狀系列研究工程, 이후 동북공정)’, ‘치파오’, ‘고려’ 등이 2020년에 새로 등장한 주제이며 관심이 급등한 것을 확인할 수 있다. 관련 검색어에서는 ‘한복 중국’, ‘한푸 한복’, ‘샤이닝니키(한복)’, ‘한복합성도안’, ‘동북공정한복’, ‘기모노’, ‘웨이유’ 등이 급등했다.

• ‘샤이닝니키’ 사건 이후 한국과 중국의 여론과 대응

포탈을 포함한 언론에서도 논란 직후부터 이 사건을 ‘동북공정’, ‘문화공정’, ‘한복공정’ 등의 용어를 기사의 제목과 제목, 해시태그 등에 포함하여 기사화했다. 2020년 11월 1일부터 12월 31일까지 ‘샤이닝니키’, ‘한복’을 키워드로 작성된 기사는 한국경제, 헤럴드경제, 위키트리 톱스타뉴스 등 총 35개 언론기관(인터넷신문, 포털사이트, 일간신문 포함)에서 57건이 기사화되었고, 이 중 47건(약 82.5%)은 11월에 작성됐다 <그림 1-16>.



<그림 1-16> 2020년 11월 1일부터 12월 31일까지 ‘샤이닝니키’와 ‘한복’을 키워드로 검색된 기사 건수 (구글 뉴스 검색)

한국 네티즌들은 샤이닝니키의 한국 서비스 종료 이후에도 계속된 중국 네티즌과의 한복과 한푸 논쟁에 트위터와 인스타그램 등 SNS에서 ‘#한복챌린지’ ‘#Korean\_hanbok\_challenge’ 등 해시태그를 달아 한복이 한국의 전통 의상이라는 메시지를 전달하는 ‘한복챌린지’ 운동을 전개했다. K-pop 아이돌 가수, 유명 인플루언서도 동참하면서 해외의 K팝 팬들까지 퍼졌다. 11월 트위터상에서 한복챌린지 운동 언급량은 34만 건에 달했으며, 한복챌린지 해시태그는 국내 실시간 트렌드 1위를 기록했다. 또한, 한복을 영어로 표기한 #hanbok은 전 세계 실시간 트렌드에 올랐다.<sup>43)</sup> 해당 사항은 청와대 국민청원까지 확대되어 시민들은 정부 차원에서의 강력한 항의와 대처를 요청했다<sup>44)</sup>.

43) "오 마이 갓" 한복 트위터 열풍... "전세계 MZ세대 반했다", 2020. 12. 4. 아이뉴스24, 출처: <https://www.inews24.com/view/1323541>

게임업계에선 라인게임즈의 엑소스히어로즈의 1주년 이벤트로 한복페이트코어(코스튬) 및 한복캐릭터 무료제공 이벤트를 진행했다. 이벤트는 국내를 비롯한 글로벌 전체 이용자를 대상으로 함께 진행되었고 국내외 게임이용자들에게 호응을 얻었다.

#### • 정부 및 관계기관의 대응과 반응

사이닝니키 한복 사건이 시발점이 되어 중국과의 문화적인 갈등과 대립에 대한 심각성이 고조되며 정부 차원에서의 적극적인 대처에 대한 국민들의 요구를 절감한 정치권과 정부부처의 반응도 빨랐다. 11월 6일, 국내에서 중국게임업체의 만행을 되짚어보며 재발 방지를 위한 근본적인 제도의 정비를 촉구하는 정치권에서의 성명서를 발표했고,<sup>45)</sup> 12월 15일 「게임산업진흥에관한법률(게임법)」의 전부개정안(이상헌의원 등 17인)을 발의했다. 이 법안은 특히 ‘한복 논란’을 불러일으킨 중국게임사를 겨냥한 ‘해외 게임사의 국내 대리인 지정 의무화’ 규정을 담고 있다.<sup>46)</sup>

한복과 전통문화정책사업의 주무부처인 문화체육관광부 장관도 일련의 사태에 대해 유감을 밝히고 한복이 우리나라의 전통 의상임을 전 세계에 홍보하며 한복 활성화를 위한 노력을 하겠다고 밝혔다.<sup>47)</sup>

## 6) 2021년

### (1) 2021년 구글트렌드 분석

2021년 ‘한복’이 가장 많이 검색됐던 기간은 명절기간(2월, 9월)이었고, 관심이 50 이상이었던 기간은 국내가 5월, 8월부터 10월로 나타났다.

지역별 관심도는 국내는 ‘제주특별자치도’(100), ‘강원도’(95), ‘광주광역시’(85), ‘경상북도’(84), ‘대전광역시’(83), ‘인천광역시’(83) 순이고 ‘hanbok’을 키워드로 검색한 지역은 ‘필리핀’(100), ‘대한민국’(91), ‘스리랑카’(82), ‘싱가포르’(77), ‘미얀마’(72), ‘인도네시아’(68) 등의 순이다. 전년과 비교하여 스리랑카에서의 한복에 관한 관심이 크게 올라간 것이 특징이다.

‘한복’과 관련한 주제는 국내에서는 ‘스파오’, ‘잠옷’, ‘전여빈’, ‘zijangsa’, ‘픽크루’, ‘양복’ 등이 급등했고 전 세계에서는 ‘로스크야크’, ‘H’, ‘전여빈’, ‘SPAO’(1,700%), ‘삼국시대’(500%), ‘아바타’(400%), ‘김치’(350%), ‘아리’(350%) 등이 급등했다.

‘한복’과 연관 검색어로는 국내에선 ‘개량한복’(100), ‘생활한복’(99), ‘한복대여’(89), ‘한

44) ‘한복 원조 논쟁’ 중국 게임 ‘사이닝니키’ 논란, 靑 국민청원으로 확산, 2020. 11. 9. 뉴스핌, 출처: <https://www.newspim.com/news/view/20201109000546>

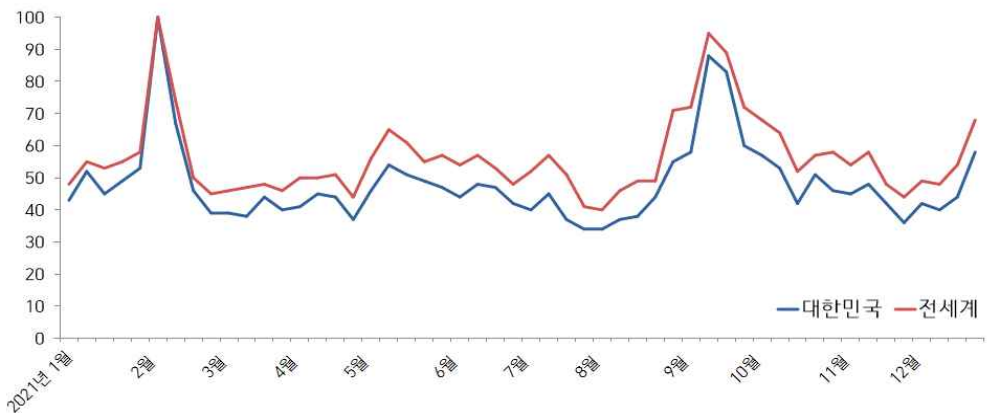
45) ‘한복’이 중국 의상?...선 넘은 ‘사이닝니키’의 막장 행보, 2020. 11. 07. 쿠키뉴스, 출처: <https://www.kukinews.com/newsView/kuk202011060290>

46) 중국 게임사 ‘막장 운영’ 막는 ‘사이닝니키법’ 나온다, 2020. 12. 16. 한국일보, 출처: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2020121518130003422>

47) ‘사이닝니키’ 한복 이슈에 문체부 장관 “대단히 유감..한복 알릴 것”, 2020. 11. 11. 게임뷰, 출처: <https://m.gamevu.co.kr/news/articleView.html?idxno=18509>

복일러스트’(77), ‘중국한복’(44), ‘전통한복’(41) 등의 순이었고 ‘스파오 한복’, ‘리슬한복’, ‘로아 한복’, ‘롬앤 한복 에디션’, ‘족두리’, ‘한땀 한땀’, ‘한복mbti’, ‘중국한복해외반응’ 등이 급등했다. 전 세계에서 ‘한복’의 연관 검색어는 ‘한복남자’(100), ‘개량한복’(85), ‘생활한복’(84), ‘한복대여’(74), ‘한복 일러스트’(61) 등의 순이었고 ‘스파오 한복’, ‘아랑한복’, ‘한복진흥센터’, ‘한복mbti’, ‘족두리’ 등이 급등했다.

‘hanbok’을 키워드로 검색했을 때 관련 주제는 한국어(100), 옷(99), 드레스(78), 한국(75), 한민족(57) 등의 순이고 다현, 채영(트와이스), 빈센조, 바룻 사야, 철인왕후(650%), rom&nd Juicy Lasting Tint(650%), rom&nd Glasting Water Tint(400%) 등이 급등했다.



〈그림 1-17〉 2021 구글트렌드 keyword ‘한복’시간 흐름에 따른 관심도 변화

연관검색어는 ‘hanbok korean’(100), ‘korean’(100), ‘korea hanbok’(69), ‘korea’(69), ‘hanbok dress’(67) 등의 순이었고, ‘romand hanbok bang mau’, ‘romand hanbok 09’, ‘mr queen’, ‘romand juicy lasting tint’, ‘origin of kimchi’, ‘bts in the soop’, ‘which country national dress is hanbok’ 등이 급등했다.

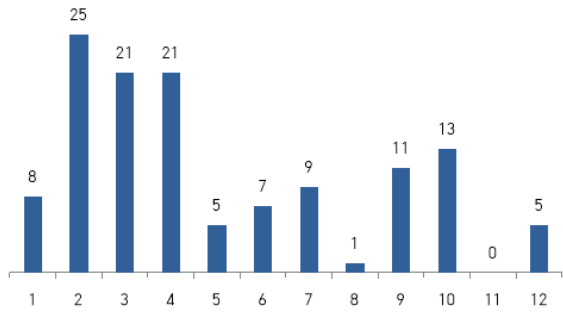
2021 구글트렌드의 한복 관련 검색어는 ‘스파오’, 삼국시대, ‘김치’, ‘스파오한복’, ‘중국한복해외반응’, ‘origin of kimchi’, ‘which country national dress is hanbok’ 등 중국의 문화공정 논란과 관련된 키워드와 2021년 상위순위와 급등검색어에 나타났다. 급등한 연관 검색어 중 ‘romand’가 포함된 검색어는 색조 전문화장품 회사 롬앤(romand)과 한국문화재단이 ‘NEW한복프로젝트’로 연계하여 개발한 전통기반의 화장품이다.

## (2) 2021 한복동향

### ① ‘한복’을 중심으로 확대된 중국과의 문화공정 논란

2021년 중국과 한복을 중심으로 확대된 문화공정에 대한 언론의 기사량은 총 126건이

다. 특히 2월부터 4월까지 3개월 동안 작성된 기사는 총 67건으로 전체의 절반 이상의 기사가 해당 기간에 작성됐다 <그림 1-18><sup>48)</sup>. 언론에 보도된 기사를 중심으로 ‘한복’과 관련된 중국과의 문화공정논란은 크게 두 가지 유형으로 구분됐다. 첫째, 전통문화와 한국의 역사적 위인에까지 기원 등 논란의 범위가 확대된 것과 둘째, 한복과 관련된 중국과의 대립과 마찰이 ‘기원’과 ‘소유’에 대한 문제를 중심으로 대립과 갈등이 있었다.



<그림 1-18> 2021년 ‘한복’과 ‘중국’을 키워드로 검색된 기사량 (구글검색: 뉴스 기준)

한복과 관련된 중국과의 갈등은 6개의 유형으로 구분됐다. ① 갓과 한복의 기원 ② 한국에서 제작되는 사극 드라마의 시대 복식 및 PPL ③ 중국예능방송 프로그램의 출연자의 한복 ④ 중국 게임개발사가 개발한 게임 속 한복아이템과 중국 게임 판호 조항 ⑤ 2021년 중국 공산당 창립 100주년 기념행사와 영상, 2022년 베이징동계올림픽 등 중국 정부와 민간이 개최한 크고 작은 행사에서 남용된 한복 ⑥ 중국 기업 샤오미가 생산한 스마트폰 배경 화면에 제공된 한복 이미지의 왜곡된 정보제공 등이다 <표 1-9>.

<표 1-9> 2021년 ‘한복’을 중심으로 확대된 중국과의 문화공정 논란

유형	내용	기타
1. 전통문화와 역사적인 위인의 정보 왜곡으로 인한 논란 확대	‘김치’, ‘삼계탕’, ‘태극기’, ‘율놀이’, ‘바둑’, ‘장기’, ‘판소리’, ‘태권도’ 등 윤동주, 김연아, 이영애, 세종대왕, 손흥민 등의 국적을 ‘조선족’으로 왜곡	중국 포털 바이두(baidu) 백과사전을 중심으로 정보 왜곡
2. 한복	① 기원논란 -특히 ‘갓’을 중점으로 논란이 있었음 -스파오& 리슬의 생활한복 송나라 복식 기원 논란 -중국 포털사이트 바이두 백과사전에 한복의 기원과 관련된 허위정보 기재	중국 배우(21.12) 및 게임(빛의 아이들(21.2.) 갓의 기원 중국 주장 및 정보 왜곡 *온라인 공간에선 일명 ‘제노바-첸 사건’이라고 명명됨
	② 드라마 -한국에서 제작한 사극의 복식에 대한 기원 및 PPL 상품에 대한 한중 양국의 네티즌 민감한 반응 및 갈등 지속 -출연 연예인의 SNS 및 제작사에 항의 댓글	‘달이 뜨는 강’(21.2) ‘조선구마사’(21.3) ‘빈센조’(21.3) ‘홍천기’(21.9) ‘설강화’(21.12)
	③ 중국 예능방송 중국 출연자가 한복 두루마기를 무대상으로 착용한 중국인 참가자가 한국전통판소리 ‘흥보가’에 맞추어 연출한 퍼포먼스에서 ‘조선족 전통춤’이라 소개함	‘저취가무시4’(21.10) (다만 영어자막으로는 ‘korean traditional dance (한국전통춤)’이라고 소개함)

48) 2021년 1월 1일부터 12월 31일까지 구글 뉴스 검색에서 ‘한복’과 ‘중국’을 키워드로 작성된 기사를 수집하여 본 백서와 관련이 있는 내용을 임의 분류하였음.

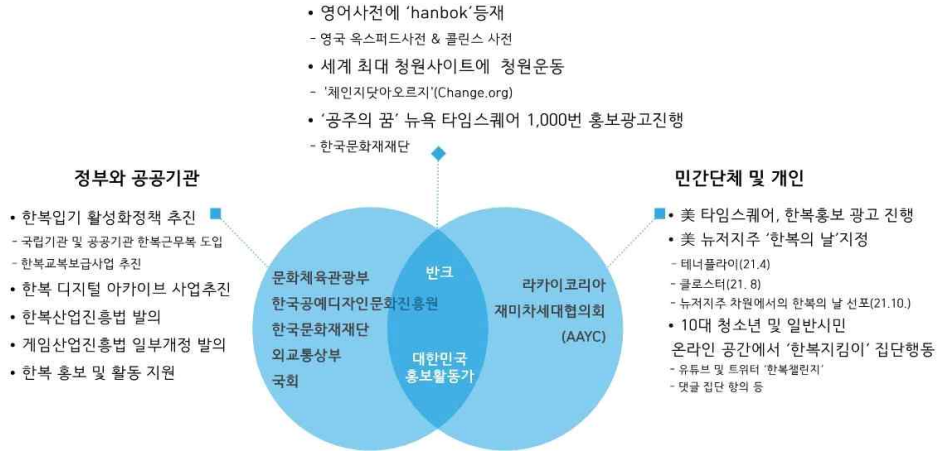
④ 게임 및 모바일 어플	-중국의 게임 판호 조항에 관한 논란 -게임 속 한복아이템 한국디자이너의 개발상품 무단복제 및 잘못된 내용 왜곡 -중국에서 개발한 얼굴 합성 어플 ‘페이스플레이’의 한복 사진 위 조선족으로 표기	‘페이스플레이’(21. 9) ‘빛의 아이들’(21.2) ‘후궁의 법칙’(21.4.) ‘황제라 칭하라’(21.4.) ‘꽃 피는 달빛’(21.9)
⑤ 행사	-중국 조선족의 고유한 복식임을 지속해서 주장하고 홍보하는 영상 및 패션쇼 행사를 지속함 -2022 베이징동계올림픽 홍보 영상, 중국 공산당 창립 100주년 기념행사 및 영상에 한복, 태권도, 풍물놀이 등에서 조선족 등장	중국 연변 ‘백리상’ 패션쇼(21.6.) 베이징 2022올림픽 대회 홍보 영상(21.9.) 중국 공산당 100주년 기념 영상(21.10.)
⑥ 기타	중국 전자제품 기업 샤오미의 스마트폰 스토어에 한복을 중국 문화로 설명한 배경화면 이미지를 사용	샤오미 스마트폰 배경화면에 한복 이미지 정보 왜곡(21.2)

• ‘한복공정’ 논란에 대한 정부와 민간의 활동

한복을 중심으로 지속해서 논란이 되는 중국의 문화공정에 대해 일반 시민과 언론에서는 정부의 적극적인 대처를 요구하고 기관과 민간차원에서의 활발한 대응도 필요하다는 여론이 형성됐다. 그러나, 양국정부는 직접적인 개입에 대해 신중한 발언과 행보를 보였다. 우리 정부는 ‘한복입기 활성화’를 위한 세부사업 진행, ‘한복산업진흥법’, ‘게임산업진흥법’의 일부 개정 법률 발의 등 한복산업과 문화를 활성화하고 게임업계 보호 및 중국진출을 위한 근본적인 대책을 마련했다. 또 ‘한복홍보’의 목적으로 국내외 민간차원의 활동을 지원했다.

민간에서는 중국의 억지 주장에 반발하여 세계에 한복에 대한 정확한 역사적 사실을 알리는 홍보활동을 했다. 이들의 활동은 뉴욕 타임스퀘어에서의 한복홍보 광고진행, 세계 최대 청원사이트에 중국인의 역사 왜곡 및 억지 주장에 대한 청원 활동 진행, 미국 뉴저지 주(New Jersey)에서 ‘한복의 날’이 지정되어 주 차원에서 선포되는 성과를 거두었다.

젊은 세대를 중심으로 한 일반 시민들은 SNS 및 커뮤니티 등에서 관련 여론형성을 주도하며 청와대 국민청원, 댓글 항의, 개인 SNS 계정에서 한복챌린지 참가, 한복 관련 포스팅 및 동영상을 제작하여 온라인 공간에서 공유하는 등 적극적인 활동을 펼쳤다 <그림 1-19>.



<그림 1-19> 2021년 중국 문화공정논란에 대처한 정부 기관 및 민간활동

## ② 장기간 지속된 코로나19 방역 환경 아래의 한복업계 현황

2021년 한국패션시장의 추정 규모는 43조 3,508천억 원으로 전년 대비 7.5% 상승했다. 한복시장규모는 전체 의류패션시장 규모의 1.5~2%인 6,502억 원~ 8,670억 원으로 추정할 수 있다. ‘2021 전통문화산업 실태조사’<sup>49)</sup> 결과에 따르면 설문조사에 응답한 전통문화 사업체의 2021년 평균 전체 매출액은 2020년 대비 약 3.6% 감소하였고, 전통분야 매출액은 약 2.2% 정도로 다소 감소하였다. 그러나 전통의복(한복)사업체의 2021년 평균 매출액은 2020년 대비 9.4% 증가한 것으로 나타났다 <표 1-9>.

<표 1-10> 2019~2021년 전통문화산업과 전통의복 평균 매출액

(단위: 백만 원)

구분	사례 수 (개)	2019		2020		전년대비 증감율 (%)	2021		전년대비 증감율 (%)
		전체	전통	전체	전통		전체	전통	
전체*	1,009	1,685.2	1,416.8	1,779.2	1,480.3	5.6(4.5)▲	1,715.2	1,448.1	3.6▼(2.2▼)
전통의복 <한복>	206	198.0	198.0	167.8	167.8	15.3(15.3)▼	183.8	183.6	9.4▲(9.4▲)

\* 실태조사에 참여한 전통문화 사업체 수는 1,009개이며, 전통식품(257), 전통건축(240), 전통공예(306), 전통의복<한복>(206) 등의 업체를 표본으로 조사함, <표 1-9>는 ‘2021 전통문화산업 실태조사’의 자료를 재가공한 자료임.

2021년 방한 외국인 관광객 시장은 코로나19 심화 및 코로나19 변이 출현으로 2020년 대비 61.6% 감소한 96만 7,003명으로 집계됐다. 코로나19 발생 시점인 2019년도에 1,740만 2,756에 비교하면 96.4%가 감소했다. 2021년 서울 4대 궁 및 종묘의 한복 착용 입장객은 121,303명으로 2020년 대비 33,621건이 감소했다. 2019년에 집계된 1,150,587명에 비해 약 89.5%가 감소<sup>50)</sup>하여 코로나19 장기화로 인해 고궁 주변에 한

49) 2021 전통문화산업실태조사(2022), 문화체육관광부·한국공예디자인문화진흥원, p. 139.

50) 문화재청, 4대궁 및 종묘 한복착용 입장객 현황



복대여업체의 매출액이 많이 감소했을 것으로 추정할 수 있다.

‘2021 전통문화산업 실태조사’에 참여한 한복업체는 제조/생산(48.2%), 유통/판매(46.7%), 교육(3.3%), 체험(1.7%)로 구성되어 있다. 또한 실태조사에 참여한 한복업체의 평균 수출액은 2019년 30,000달러, 2020년 20,000달러, 2021년 15,000달러 등으로 점차 감소했다. ‘2021 전통문화산업 실태조사’의 표본은 전통문화산업 진흥을 위한 합리적인 지표로 활용될 수 있도록 문헌연구와 전문가들의 심층인터뷰를 통해 합리적으로 만들어졌다. 이에 따르면 2021년도 한복업계는 관광업의 위축으로 한복대여업의 매출과 수출이 감소했지만 제조/생산 및 유통/판매업을 중심으로 2020년 대비 내수시장의 매출이 증가했다고 볼 수 있다.

#### • 대기업, 신한복업계와 협업 ‘한복대중화’동참

이랜드월드의 제조·유통 일괄형(SPA)브랜드 스파오와 한복 브랜드 ‘리슬’이 협업하여 한복대중화를 위해 생활한복 컬렉션을 출시했다. 총 10종의 의류와 잡화류로 기획되었으며 ‘스파오닷컴’과 ‘무신사’를 통한 온라인 판매 및 전국 9개의 오프라인 매장에서 판매가 진행되었다.

효성티앤씨도 ‘리슬’과 함께 페페트병을 재활용해 만든 친환경 폴리에스터 섬유브랜드 ‘리젠’과 협업하여 전주에서 10여 종의 생활한복을 제작하는 프로젝트를 진행했다.

## 2. 한복에 대한 인식 분석 : 2016년부터 2021년까지

한복에 대한 대중의 인식을 알아보고자 하여 2016년부터 2021년까지 소셜미디어에 나타난 기사와 개인 블로그의 자유기고 등 대중에게 전달되는 다양한 웹 채널의 한복에 관련된 정보를 중심으로 텍스트를 활용해 자료를 수집하고 빅데이터 분석을 실시하여 한복에 대한 인식 변화의 흐름을 조사했다.

### 1) 조사

#### (1) 자료 수집

한복에 대한 대중의 인식 변화 분석을 위한 자료의 수집 방법은 다음과 같다. 분석에 사용된 자료의 수집은 2016년 1월부터 2021년 12월까지 국내 대표적인 소셜미디어 채널인 네이버, 구글, 다음, 유튜브, 트위터에 게시된 블로그, 카페 글, 뉴스, 기타 웹문서 등 텍스트로 만들어진 자료로 이루어졌다. 자료 수집 사이트는 데이터 키워드의 공출현빈도에 의한 매트릭스 정보와 연관 키워드 순위를 분석하여 제공하는 프로그램인 텍스트롬(TEXTROME)을 활용했다.

한복에 대한 인식을 분석하기 위해 첫째, 텍스트롬에서 제공하는 수집된 자료의 데이터 정제과정인 텍스트마이닝(Textmining)을 실시하여 한복과 관련된 텍스트의 핵심어를 파악했다. 둘째, 한복, 놀이한복, 혼주한복, 웨딩한복, 생활한복, 아동한복, 개량한복 등 한복과 관련성이 높은 단어를 수집·분류하고 그 중, 자료 분석을 위하여 필요한 단어들을 도출했다. 셋째, 수집된 데이터에서 본 조사와 연관성이 부족한 불필요한 단어를 삭제하기 위해 텍스트롬 사이트에서 중복단어를 제거하고, 정제데이터의 단어빈도의 텍스트마이닝 차트를 보고 ‘편’은 ‘불편’으로, ‘중’은 ‘중요’ 등으로 편집을 하는 등 유사한 의미나 표현이 다른 용어는 하나의 단어로 수정하는 데이터 정제과정을 실시했다. 이러한 데이터 정제과정을 거쳐 선정된 텍스트들을 사용하여 본 조사 분석에 사용했다.

#### (2) 자료 분석

자료의 분석은 텍스트 마이닝으로 각 년도 별 수집된 총 52,251개의 텍스트자료의 분석을 통해 공출현빈도가 높은 상위 30개의 단어를 주요 단어로 선정된 뒤, 선정된 단어의 단어빈도, TF-IDF, 워드클라우드, 네트워크 분석, 감성분석을 실시하여 2016년부터 2022년까지 한복에 대한 대중의 인식 변화의 흐름을 탐색했다. 감성분석의 경우 학습 데이터에서 정제데이터를 엑셀로 다운받아 994건 중 감성 키워드와 관련성이 없는 자료를 제외한 총 400건을 긍정, 부정, 중립으로 분류하여 그룹화했다. 긍정의 그룹화는 세련된,

우아한, 예쁜 등 긍정적인 의미를 갖는 단어를, 중립의 그룹에는 일반적인 한복을 소개하는 단어로 호의나 적의가 없는 경우를, 부정은 부정적 단어로 불편한, 어색한 등이 포함되는 단어를 중심으로 구분했다. 한복과 관련된 주요 단어 간의 의미나 상호 연결망을 파악하기 위해 Ucinet6를 사용해 네트워크 시각화와 유사한 특성을 보이는 주요 단어를 중심으로 군집화하는 CONCOR분석을 실시했다 <표 1-11>.

<표 1-11> 조사 개요

구분	내용
수집 채널	네이버, 구글, 다음, 유튜브, 트위터
수집 기간	2016년 1월 1일-2016년 12월 31일 2017년 1월 1일-2017년 12월 31일 2018년 1월 1일-2018년 12월 31일 2019년 1월 1일-2019년 12월 31일 2020년 1월 1일-2020년 12월 31일 2021년 1월 1일-2021년 12월 31일
검색 키워드	한복, 놀이한복, 혼주한복, 웨딩한복, 생활한복, 아동한복, 개량한복
사이트	텍스툼

## 2) 한복에 대한 대중의 인식 분석결과

### (1) 채널별 수집량 분석 결과

한복 키워드 검색에 대해 수집된 출처별 분포를 살펴보면, 2016년에는 총 9,571개, 2017년에는 총 8,989개, 2018년에는 총 9,235개, 2019년에는 총 9,506개, 2020년에는 총 6,575개, 2021년에는 총 8,375개가 추출됐다 <표 1-12>.

<표 1-12> 2016~2021년도 한복 관련 키워드 채널별 수집량 현황

(단위: 개)

구분	2016년도	2017년도	2018년도	2019년도	2020년도	2021년도
네이버	웹문서	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
	블로그	720	570	570	600	480
	뉴스	650	703	639	660	556
	카페	510	590	470	690	490
	지식인	991	991	991	909	991
	학술	1,010	1,010	1,010	1,010	1,010
다음	웹문서	840	800	742	804	0
	블로그	808	944	918	912	0
	뉴스	940	300	900	870	0
구글	웹문서	106	104	104	107	102
	뉴스	272	258	250	215	204
	페이스북	284	279	298	286	299
트위터	390	390	393	393	393	
유튜브	550	550	550	550	550	
총	9,571	8,989	9,235	9,506	6,575	8,375

\* 텍스툼에서 제공하는 채널별 최대 수집량이 1,500개임

한복에 대한 키워드는 2018년부터 2019년까지 키워드 검색량이 증가하다가, 2020년에 키워드가 급격하게 감소하는 추세를 보였으며, 이후 2021년에 다시 한복에 대한 키워드 검색량이 대폭 증가하는 추이를 보였다 <그림 1-20>.



<그림 1-20> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 채널별 수집량 그래프

한복에 대한 키워드가 다른 연도에 비해 2016년부터 2019년까지 비교적 높게 나타난 이유는 2016년부터 한복이 특별한 날에만 착용하던 의복이라는 인식에서 생활한복 부분이 확대되기 시작하였고, 한국의 드라마나 스타들의 해외 진출이 활발히 늘어나며, 그로 인해 한복이 글로벌화를 추구하는 방향으로 전개되었기 때문이라 볼 수 있다. ‘2016~2018 한국방문의 해’에서 2018년 평창동계올림픽을 계기로 한국방문위원회는 ‘다시 찾고 싶은 대한민국’을 슬로건으로 내세우고 한류 스타 이민호와 걸그룹 멤버 설현을 홍보대사로 위촉했다. 특히 홍보대사로 임명된 설현의 의상이 한복이 한국을 대표하는 이미지로 선정됐다.

2020년 전세계적으로 확산된 코로나19 팬데믹은 우리의 생활을 많은 부분에서 변화시켰다. 사회적 거리두기 실시하는 사람들의 생활을 많은 부분에서 통제받기 시작하였고, 결혼문화에도 변화를 가져와 의례에 사용되는 한복의 수요를 감소시키는 결과를 초래했다.

2021년부터 한복 관련 키워드 검색의 수가 상승하는 것은 팬데믹의 장기화로 언택트(Untact)를 넘어 온택트(Ontact) 문화가 일상화됨으로 인해 정체됐던 결혼식에 대한 수요가 늘어나면서 관련 키워드로 한복 검색이 늘어났을 것으로 예상된다.

## (2) 한복 관련 키워드 분석 결과

2016년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지 한복에 대한 사회적 인식을 파악하기 위해 텍스트를 이용해 주요 단어에 대한 텍스트 마이닝을 통하여 기초 분석인 주요 단어빈

도 분석을 실시하였고, 전체 단어 중 상위 30개의 주요 단어를 추출한 연도별 출현빈도를 분석했다 <표 1-13>. 한복과 관련된 단어는 주로 디자인이나 대여, 연구, 착용과 관련된 단어가 자주 언급되는 것을 볼 수 있고, 그 외에 후기나 결혼식, 금액, 불편 등의 출현 빈도도 높았고, 연도별 한복 상위 주요 30개 키워드의 워드클라우드를 시각화한 결과는 <그림 1-21>과 같다. 이를 통해 한복 디자인과 연구, 그리고 대여에 대한 관심은 꾸준히 높음을 알 수 있다. 각 연도별 한복 관련 검색의 주요 키워드 변화는 크게 나타나지 않았다. 다만 2016년에 보이지 않던 착용이라는 검색 키워드가 2017년부터 많이 나타나고 있는 것으로 볼 때 한복의 착용이 증가한 것으로 유추해 볼 수 있다.



<그림 1-21> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 워드클라우드

<표1-13> 2016-2021년도 한복 검색 단어빈도 분석 결과

구분	2016년			2017년			2018년			2019년			2020년			2021년		
	단어	N	%	단어	N	%	단어	N	%	단어	N	%	단어	N	%	단어	N	%
1	한복	2643	13.74%	한복	2171	11.65%	한복	2493	11.75%	한복	1937	12.40%	한복	1619	13.18%	한복	1934	13.42%
2	디자인	155	0.81%	착용	239	1.28%	착용	381	1.80%	착용	215	1.38%	착용	143	1.16%	착용	162	1.12%
3	저고리	134	0.70%	대여	202	1.08%	대여	204	0.96%	디자인	139	0.89%	연구	132	1.07%	연구	130	0.90%
4	연구	126	0.66%	디자인	158	0.85%	디자인	146	0.69%	연구	130	0.83%	디자인	114	0.93%	디자인	126	0.87%
5	가격	122	0.63%	연구	131	0.70%	저고리	137	0.65%	저고리	128	0.82%	저고리	91	0.74%	대여	110	0.76%
6	대여	101	0.53%	저고리	111	0.60%	연구	132	0.62%	대여	112	0.72%	대여	89	0.72%	저고리	101	0.70%
7	전통	101	0.53%	한복 대여	86	0.46%	가격	91	0.43%	한복 대여	94	0.60%	한복 대여	65	0.53%	추천	81	0.56%
8	한복대여	85	0.44%	요즘	82	0.44%	한복 대여	89	0.42%	신부 한복	62	0.40%	추천	52	0.42%	한복 대여	79	0.55%
9	결혼식	66	0.34%	맞춤	81	0.43%	다양	82	0.39%	사진	62	0.40%	년도	47	0.38%	후기	76	0.53%
10	요즘	65	0.34%	결혼식	75	0.40%	요즘	79	0.37%	전통	58	0.37%	대한	44	0.36%	안녕	65	0.45%
11	사람	65	0.34%	브랜드	73	0.39%	맞춤	78	0.37%	결혼식	51	0.33%	후기	40	0.33%	혼주	58	0.40%
12	경복궁	63	0.33%	안녕	71	0.38%	결혼식	78	0.37%	추천	50	0.32%	요즘	39	0.32%	브랜드	56	0.39%
13	대한	59	0.31%	가격	69	0.37%	의원	73	0.34%	가격	49	0.31%	안녕	39	0.32%	운선	53	0.37%
14	장소	59	0.31%	준비	68	0.36%	원단	72	0.34%	대한	44	0.28%	금액	38	0.31%	결혼식	50	0.35%
15	서울	58	0.30%	결혼	63	0.34%	준비	72	0.34%	비용	44	0.28%	불편	38	0.31%	금액	50	0.35%

16	브랜드	58	0.30%	후기	63	0.34%	후기	71	0.33%	장소	43	0.28%	이미지	37	0.30%	사진	49	0.34%
17	원단	55	0.29%	년도	63	0.34%	서울	71	0.33%	고급	42	0.27%	혼주	36	0.29%	대한	46	0.32%
18	사진	53	0.28%	추천	62	0.33%	전통	68	0.32%	이미지	40	0.26%	결혼식	35	0.28%	종로	46	0.32%
19	생활	52	0.27%	금액	57	0.31%	추천	68	0.32%	요즘	40	0.26%	전통	35	0.28%	준비	45	0.31%
20	중요	49	0.25%	전통	55	0.30%	금액	67	0.32%	혼주	39	0.25%	구매	35	0.28%	전통	40	0.28%
21	치마	47	0.24%	대한	54	0.29%	참고	65	0.31%	종로	39	0.25%	사진	35	0.28%	생활	39	0.27%
22	안녕	46	0.24%	한번	53	0.28%	진행	62	0.29%	년도	38	0.24%	신부 한복	34	0.28%	베를 한복	39	0.27%
23	불편	46	0.24%	중요	52	0.28%	치마	60	0.28%	결혼	37	0.24%	중심	33	0.27%	구매	39	0.27%
24	결혼	45	0.23%	결혼 준비	51	0.27%	안녕	58	0.27%	안녕	35	0.22%	브랜드	31	0.25%	년도	39	0.27%
25	종로	45	0.23%	결혼 한복	50	0.27%	대한	58	0.27%	혼주한복 대여	34	0.22%	개발	31	0.25%	불편	39	0.27%
26	진행	44	0.23%	장소	48	0.26%	기자	56	0.26%	치마	34	0.22%	베를 한복	30	0.24%	이미지	38	0.26%
27	엄마	44	0.23%	고급	48	0.26%	어머님	55	0.26%	결혼 한복	34	0.22%	교복	30	0.24%	치마	38	0.26%
28	허리치마	42	0.22%	진행	45	0.24%	김수민	53	0.25%	준비	33	0.21%	남자	30	0.24%	요즘	35	0.24%
29	이번	41	0.21%	정말	44	0.24%	결혼	53	0.25%	전통 한복의	32	0.20%	결혼 한복	30	0.24%	현대	34	0.24%
30	추천	40	0.21%	서울	43	0.23%	고급	52	0.25%	중심	32	0.20%	다양	29	0.24%	구매하 러가기	33	0.23%

한복 디자인과 연구 키워드가 높게 나타난 것은 K-pop의 인기와 함께 우리나라 전통의상인 한복에 대한 관심이 높아지고, 특히 걸그룹 블랙핑크가 뮤직비디오에서 착용한 한복이 전 세계인들의 이목을 끌었기 때문이다. 걸그룹 블랙핑크의 무대 의상이었던 한복은 시스루 도포의 밑단을 잘라 자켓처럼 걸치고 한복 특유의 전통 문양과 곡선을 살린 크롭탑 형태의 옷의 형태로 디자인됐다. 이는 전통을 재해석한 한복 디자인으로 단순히 옷과 전통의 가치만 다루는 것이 아니라 이를 뛰어넘어 트렌드와 독특한 개성을 표출하는 수단으로 한복의 의미가 확대되고 있음을 보여준다.

### (3) 한복 관련 단어의 중요도 분석 결과

한복과 관련된 단어의 중요도를 파악하기 위해 특정 범위 내에서 모든 단어의 빈도수와 단어가 포함된 정보의 빈도수를 구한 후 역수를 취하여 곱한 뒤 정보의 중요도를 알아보는 TF-IDF 분석을 실시했다. TF는 문서에 나타난 특정 단어의 빈도를, IDF는 문서 빈도의 역수를 나타내는 값으로, 수치가 클수록 해당 문서 내에서 중요한 단어라 해석할 수 있다.

2016년 한복에 대한 TF-IDF 분석 결과는 <표 1-14>와 같다. 2016년부터 2021년까지 한복 관련 상위 1위부터 10위 단어의 TF-IDF 수치는 단어 빈도분석에서 보듯 중요도가 높아 상위에 머물러 있으며, 특히 단어의 출현 빈도가 높은 만큼 문서 내 단어의 중요도도 높게 나타남을 알 수 있다.

TF-IDF 분석 결과에서 2016년부터 2021년까지 상위 1위부터 상위 3위에 꾸준히 언급되는 단어는 디자인, 저고리, 착용, 대여 등이었다. 2016년부터 생활한복과 캐주얼 한복에 대한 사람들의 관심이 증가하였고, 2018년엔 전주에서 개최된 '2018 멜론 뮤직어워드'에서 방탄소년단 지민을 포함한 멤버들이 현대적으로 재해석한 한복 즉, 한복 바지와 두루마기, 셔츠, 저고리 등을 착용했다. 2020년엔 일본 도쿄 국립경기장에서 '2020 도쿄 패럴림픽 개회식'이 열려 선수단이 입장할 당시 조선시대 당상관 관복의 분홍빛 계열의 훈색 저고리와 데님바지, 금빛 동정과 호랑이 문양이 새겨진 한복을 착용했다.



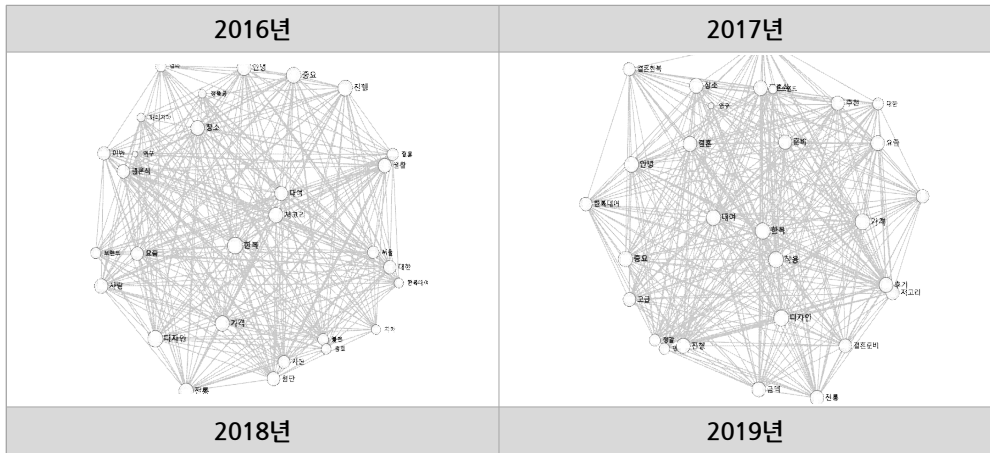
〈표 1-14〉 2016-2021년도 한복 TF-IDF 분석 결과

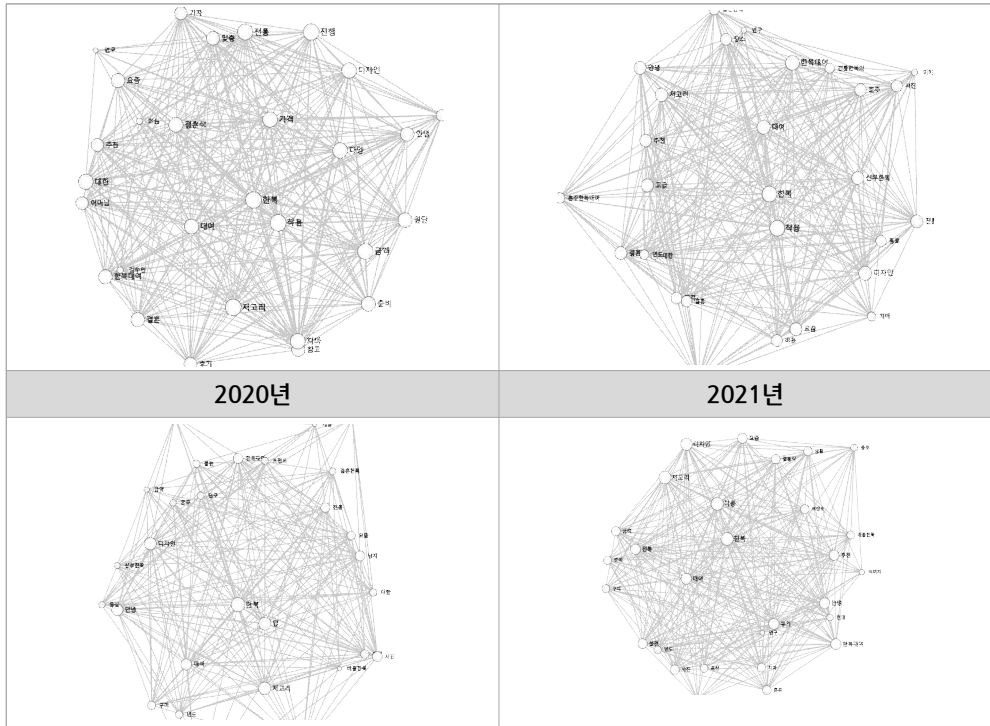
구분	2016년		2017년		2018년		2019년		2020년		2021년	
	단어	N	단어	N	단어	N	단어	N	단어	N	단어	N
1	디자인	326.266	대여	404.517	착용	560.155	착용	373.261	착용	287.842	착용	292.738
2	저고리	318.778	착용	392.794	대여	425.596	디자인	301.265	연구	244.782	디자인	258.248
3	가격	292.912	디자인	311.428	디자인	320.229	대여	286.523	대여	243.575	연구	251.987
4	연구	277.232	연구	273.258	저고리	309.093	저고리	278.685	디자인	237.828	대여	245.510
5	대여	276.927	저고리	257.522	연구	289.523	연구	267.300	저고리	217.353	저고리	231.546
6	전통	262.263	맞춤	219.003	의원	258.207	한복대여	232.637	한복	180.074	추천	205.046
7	한복대여	220.717	한복대여	217.306	가격	257.294	한복	196.610	한복대여	162.313	후기	204.104
8	경복궁	208.984	브랜드	216.056	한복	235.675	사진	187.931	추천	154.461	한복대여	201.246
9	한복	204.686	요즘	207.198	한복대여	229.760	신부한복	182.416	년도	146.240	운선	171.750
10	결혼식	195.948	결혼식	204.000	맞춤	223.138	전통	168.230	금액	130.338	브랜드	164.466
11	브랜드	187.756	가격	196.090	다양	222.940	추천	159.071	대한	129.555	혼주	163.816
12	사람	186.900	준비	190.776	결혼식	218.022	결혼식	158.277	후기	124.460	안녕	163.519
13	원단	185.590	년도	190.525	요즘	217.142	가격	152.070	이미지	121.204	한복	162.960
14	요즘	184.619	한복	188.475	원단	215.070	고급	145.326	요즘	119.053	금액	155.961
15	장소	183.876	안녕	186.459	준비	211.028	비용	143.703	전통	117.247	종로	152.134
16	서울	180.759	후기	177.883	서울	206.818	장소	141.721	불편	117.102	결혼식	146.845
17	대한	176.334	결혼	176.748	추천	205.786	종로	139.365	안녕	116.886	구매하러 가기	144.275
18	종로	169.436	추천	176.197	참고	202.127	대한	138.809	구매	115.926	사진	141.628
19	생활	163.256	금액	171.127	후기	197.337	이미지	134.334	결혼식	115.926	준비	140.365
20	사진	162.821	전통	163.940	전통	196.876	년도	130.152	혼주	115.445	대한	136.206
21	중요	158.621	중요	160.847	금액	195.166	혼주	129.738	사진	113.425	년도	133.242
22	허리치마	154.638	대한	159.822	김수민	191.122	요즘	128.353	브랜드	109.026	생활	128.983
23	치마	154.621	결혼한복	155.865	진행	185.197	상담	124.863	신부한복	107.916	전통	127.122
24	엄마	152.537	한번	152.620	치마	180.388	결혼	123.085	상담	107.392	구매	126.382
25	불편	148.910	장소	150.816	대한	172.144	혼주한복대여	120.164	교복	106.904	이미지	125.676
26	진행	144.752	고급	149.631	어머님	171.030	결혼한복	117.645	남자	106.904	치마	124.388
27	결혼	144.533	결혼준비	148.861	혼주한복대여	169.486	정말	114.351	중심	104.742	베트남복	122.780
28	혼주한복대여	143.592	혼주한복대여	144.937	기자	168.367	준비	114.185	종로	104.094	불편	122.780
29	안녕	142.327	서울	143.378	안녕	166.915	치마	114.184	패턴	103.341	교복	119.791
30	결혼한복	140.580	진행	142.529	고급	166.432	안녕	113.295	개발	101.550	전주	117.030

#### (4) 한복 관련 단어의 연관성 분석 결과

2016년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지 한복 연관 단어의 네트워크 내에서 영향력 있는 노드를 알아보기 위해 네트워크상에서 노드별 연관성을 알아보기 위한 지표인 연결중심성, 노드별 가까움 정도를 알아보는 근접중심성, 노드별 중개 역할의 중심성을 측정하는 매개중심성과 위세중심성을 분석했다. 분석결과, 2016년 한복에 대한 주요 단어의 연결중심성은 디자인, 저고리, 연구, 가격, 대여, 전통 등이, 2017년엔 착용, 대여, 디자인, 연구 등이, 2018년엔 착용, 대여, 디자인, 저고리, 연구, 가격 등이, 2019년엔 착용, 디자인, 연구, 저고리, 대여, 신부한복 등이, 2020년엔 착용, 연구, 디자인, 저고리, 대여 등이, 2021년엔 착용, 연구, 디자인, 대여, 저고리, 추천 등이 높은 것으로 확인됐다 <표 1-15>. 이는 주요 상위 단어빈도 결과와 비슷한 양상을 보였으며, 시각화한 결과는 <그림 1-22>와 같다.

중심성 분석 결과에서 2016년부터 2021년까지 지속적으로 언급된 단어는 디자인과 연구, 대여로 이는 과거 특별한 날에만 입었던 전통한복을 한복 고유의 아름다움을 보존하면서 점차 일상 속에서 편하게 입을 수 있도록 한 개성 넘치는 한복 디자인의 생활한복이 점차 등장했기 때문으로 볼 수 있다. 2017년엔 전통을 기반으로 현대적 디자인을 가





<그림 1-22> 2016-2021년도 한복 검색 키워드 중심성 시각화

미한 '2017 한복개발 프로젝트 살롱패션쇼'가 진행되어 다양한 신진 한복 디자이너들이 등장해 본인만의 개성을 강조한 한복을 선보였다. 2021년엔 블랙핑크나 방탄소년단 등 유명 K-pop 그룹의 한복 착용과 뮤직비디오 등으로 인해 한복에 대한 대중의 관심이 증가한 것을 반영하여 부산박물관에서는 우리나라 전통 복식인 한복을 바르게 이해할 수 있는 프로그램을 개최한 바 있다. 이렇듯 한복은 우리 민족의 가치와 정체성을 대표해 온 지식이자 전통생활관습이고, 단순히 의복이 아닌 예와 가족 공동체의 안녕을 기원하는 무형적 자산이라는 인식이 형성되어 있었다. 특히 한복은 교육, 산업, 경영, 기술, 패션, 디자인, 미학, 역사 등 전방위적으로 학술연구가 실시되고 있고 관련 자료로서의 가능성이 큰 점, 오랜 역사를 갖고 우리나라에서 의례별로 그 근간이 전승 및 지속되고 있는 점, 현재에도 한복을 착용하는 등 관련 전통지식이 유지되고 있는 점 등의 그 가치를 인정받았다. 이러한 것은 결국 국가적 차원에서 우리나라 고유의 전통이 깊고 그 근간이 지속 유지되고 있는 한복을 널리 알리기 위한 노력의 일환인 셈이다.

〈표 1-15〉 2016-2021년도 한복 검색 중심성 분석 결과

구분	2016년					2017년					2018년				
	순위	단어	연결	근접	매개	위세	단어	연결	근접	매개	위세	단어	연결	근접	매개
1	한복	104.305	0.656	0.022	0.681	한복	22.966	0.665	0.061	0.642	한복	102.434	0.66	0.015	0.659
2	디자인	12.864	0.656	0.022	0.244	착용	3.427	0.587	0.029	0.311	착용	25.505	0.66	0.015	0.419
3	저고리	12.441	0.628	0.019	0.27	대여	4.246	0.545	0.014	0.295	대여	22.434	0.635	0.011	0.306
4	연구	6.814	0.461	0.001	0.148	디자인	1.874	0.537	0.019	0.155	디자인	8.202	0.635	0.011	0.132
5	가격	12.254	0.628	0.018	0.232	연구	1.022	0.435	0.003	0.098	저고리	8.879	0.651	0.015	0.144
6	대여	9.864	0.602	0.014	0.189	저고리	1.311	0.513	0.015	0.127	연구	5.182	0.454	0.001	0.09
7	전통	8.339	0.641	0.02	0.172	한복 대여	1.015	0.491	0.008	0.077	가격	10.566	0.627	0.01	0.14
8	한복 대여	4.288	0.527	0.006	0.089	요즘	1.334	0.515	0.01	0.112	한복 대여	5.283	0.576	0.006	0.075
9	결혼식	5.136	0.59	0.012	0.097	맞춤	2	0.492	0.005	0.135	다양	7.545	0.611	0.008	0.114
10	요즘	6.966	0.59	0.012	0.159	결혼식	1.157	0.501	0.008	0.093	요즘	8.232	0.611	0.008	0.12
11	사람	6.712	0.615	0.015	0.135	브랜드	1.1	0.457	0.005	0.077	맞춤	10.727	0.589	0.006	0.141
12	경복궁	5.254	0.5	0.005	0.123	안녕	1.46	0.508	0.009	0.096	결혼식	6.798	0.611	0.008	0.1
13	대한	5.542	0.59	0.013	0.112	가격	1.264	0.502	0.008	0.098	의원	6.081	0.45	0.001	0.101
14	장소	7.61	0.615	0.014	0.139	준비	1.158	0.506	0.009	0.085	원단	6.434	0.604	0.007	0.09
15	서울	5.678	0.567	0.01	0.121	결혼	1.431	0.491	0.005	0.1	준비	5.687	0.611	0.008	0.077
16	브랜드	4.678	0.536	0.008	0.099	후기	1.099	0.481	0.005	0.075	후기	6.586	0.596	0.007	0.087
17	원단	6.525	0.602	0.015	0.117	년도	0.752	0.479	0.008	0.065	서울	4.253	0.563	0.008	0.077
18	사진	3.661	0.578	0.012	0.086	추천	1.191	0.506	0.008	0.103	전통	4.899	0.627	0.013	0.097
19	생활	5.576	0.602	0.016	0.124	금액	0.812	0.485	0.007	0.074	추천	7.313	0.589	0.007	0.092
20	중요	5.576	0.641	0.019	0.102	전통	0.695	0.478	0.008	0.065	금액	5.424	0.627	0.011	0.077
21	치마	4.881	0.518	0.006	0.107	대한	0.592	0.453	0.004	0.058	참고	8.626	0.589	0.007	0.113
22	안녕	5	0.628	0.016	0.102	한번	1.255	0.481	0.005	0.081	진행	5.758	0.66	0.015	0.08
23	불편	5.136	0.557	0.009	0.11	중요	1.033	0.49	0.006	0.082	치마	4.303	0.576	0.008	0.073
24	결혼	4.339	0.567	0.009	0.084	결혼준비	0.837	0.482	0.005	0.06	안녕	3.798	0.611	0.009	0.055
25	종로	5.559	0.536	0.007	0.108	결혼한복	0.841	0.463	0.003	0.058	대한	3.475	0.596	0.011	0.057
26	진행	3.949	0.628	0.018	0.073	장소	1.041	0.484	0.005	0.083	기자	3.374	0.55	0.007	0.061
27	얼마	3.797	0.557	0.008	0.074	고급	0.587	0.474	0.006	0.04	어머님	5.162	0.582	0.006	0.076
28	허리치마	3.695	0.509	0.005	0.075	진행	1.013	0.482	0.006	0.074	김수민	4.869	0.45	0.001	0.077
29	이번	4.068	0.59	0.012	0.083	정말	0.771	0.465	0.004	0.056	결혼	5.636	0.604	0.007	0.075
30	추천	4.508	0.59	0.012	0.088	서울	0.6	0.475	0.007	0.046	고급	5.101	0.596	0.008	0.063

구분 순위	2019년					2020년					2021년				
	단어	연결	근접	매개	위세	단어	연결	근접	매개	위세	단어	연결	근접	매개	위세
1	한복	17.447	0.666	0.102	0.669	한복	52.212	0.66	0.037	0.676	한복	68.576	0.66	0.034	0.677
2	착용	2.763	0.572	0.044	0.39	착용	9.717	0.611	0.026	0.382	착용	9.97	0.627	0.027	0.328
3	디자인	1.277	0.485	0.015	0.168	연구	5.667	0.481	0.006	0.196	연구	5.788	0.481	0.006	0.156
4	연구	1.011	0.437	0.004	0.138	디자인	5.404	0.589	0.023	0.192	디자인	6.192	0.619	0.026	0.179
5	저고리	1.357	0.525	0.028	0.184	저고리	5.121	0.604	0.026	0.19	대여	7.222	0.576	0.017	0.191
6	대여	1.578	0.493	0.013	0.195	대여	7.202	0.589	0.02	0.263	저고리	6.354	0.635	0.028	0.187
7	한복대여	0.957	0.466	0.008	0.113	한복대여	2.818	0.538	0.012	0.092	추천	6.455	0.569	0.014	0.2
8	신부한복	0.705	0.45	0.005	0.082	추천	3.424	0.532	0.011	0.134	한복대여	3.586	0.563	0.013	0.09
9	사진	0.792	0.474	0.011	0.077	년도	1.848	0.49	0.007	0.07	후기	4.869	0.538	0.011	0.124
10	전통	0.867	0.48	0.013	0.116	대한	2.343	0.481	0.007	0.084	안녕	3.97	0.563	0.013	0.111
11	결혼식	0.672	0.455	0.005	0.096	후기	1.889	0.481	0.005	0.058	혼주	3.616	0.527	0.008	0.096
12	추천	0.713	0.475	0.009	0.08	요즘	2.626	0.521	0.009	0.11	브랜드	3.616	0.527	0.01	0.121
13	가격	0.667	0.469	0.009	0.082	안녕	2.323	0.589	0.021	0.072	운선	3.687	0.505	0.006	0.082
14	대한	0.451	0.43	0.003	0.068	금액	1.96	0.49	0.005	0.085	결혼식	2.808	0.527	0.009	0.072
15	비용	0.499	0.453	0.006	0.064	불편	2.788	0.495	0.007	0.121	금액	3.444	0.556	0.015	0.106
16	장소	0.691	0.468	0.007	0.083	이미지	2.02	0.454	0.003	0.065	사진	3.051	0.55	0.013	0.095
17	고급	0.42	0.441	0.003	0.043	혼주	2.424	0.5	0.007	0.092	대한	2.758	0.49	0.007	0.076
18	이미지	0.368	0.422	0.002	0.056	결혼식	2.343	0.544	0.013	0.081	종로	2.636	0.495	0.005	0.06
19	요즘	0.567	0.463	0.007	0.089	전통	2.03	0.538	0.015	0.074	준비	2.02	0.527	0.009	0.055
20	혼주	0.496	0.451	0.004	0.065	구매	2.434	0.521	0.009	0.096	전통	3	0.556	0.016	0.095
21	종로	0.412	0.444	0.004	0.051	사진	2.323	0.55	0.016	0.089	생활	3.04	0.544	0.014	0.101
22	년도	0.429	0.441	0.004	0.044	신부한복	1.394	0.49	0.006	0.045	베를한복	1.364	0.485	0.004	0.034
23	결혼	0.494	0.446	0.004	0.061	중심	1.919	0.467	0.005	0.065	구매	3.081	0.516	0.008	0.1
24	안녕	0.372	0.453	0.006	0.043	브랜드	1.848	0.495	0.006	0.072	년도	1.848	0.51	0.008	0.05
25	혼주한복 대여	0.319	0.439	0.003	0.031	개발	1.081	0.438	0.002	0.037	불편	3.707	0.55	0.013	0.128
26	치마	0.396	0.45	0.005	0.059	베를한복	1.313	0.476	0.004	0.038	이미지	2.212	0.476	0.006	0.053
27	결혼식 복	0.381	0.433	0.003	0.048	교복	1.455	0.454	0.003	0.059	치마	2.636	0.516	0.007	0.09
28	준비	0.373	0.451	0.005	0.03	남자	1.778	0.51	0.009	0.057	요즘	3.273	0.55	0.013	0.12
29	전통한복의	0.484	0.453	0.006	0.053	결혼한복	1.374	0.49	0.005	0.045	현대	1.869	0.481	0.005	0.06
30	중심	0.327	0.422	0.001	0.044	다양	2.222	0.582	0.019	0.083	구매하러가기	4.747	0.454	0.002	0.188

## (5) 한복 관련 단어의 감성 분석 결과

감성분석은 현재 특정 서비스나 제품과 관련된 소비자 니즈를 파악하는 데 유용한 분석 방법으로, 2016년부터 2021년까지 한복에 대한 소비자 감성을 분석하기 위해 텍스트 톰의 감성어 사전을 기반으로 수집한 데이터를 활용해 한복에 대한 긍정과 부정 감성어를 분류하여 분석했다.

분석결과, 2016년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 80.41%, 흥미: 5.03%, 기쁨: 2.84%)이 88.28%로 크게 나타났으며, 부정 감성(슬픔: 4%, 거부감: 6.25%, 두려움: 0.58%, 분노: 0.24%, 놀람: 0.39%, 통증: 0.25%)은 11.71%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다 <그림 1-23, 24>. 2016년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 전통적, 좋다, 예쁘다, 아름답다, 현대적, 고급스럽다 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드클라우드에서는 부담스럽다, 힘들다, 불편 등의 감성 단어가 나타났다.

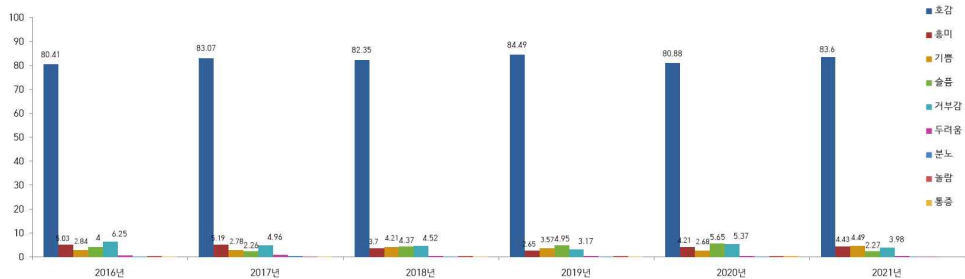
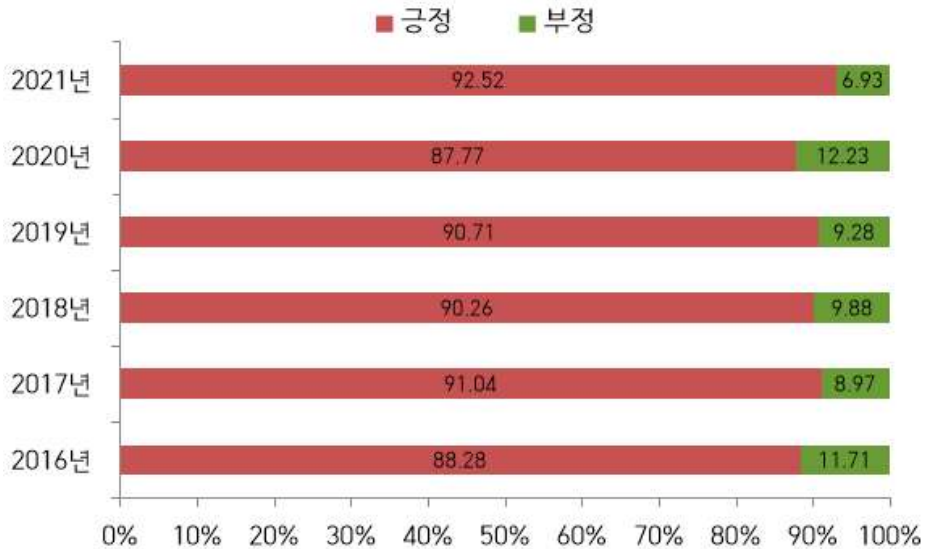
2017년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 83.07%, 흥미: 5.19%, 기쁨: 2.78%)이 91.04%로 크게 나타났으며, 부정 감성(거부감: 4.96%, 슬픔: 2.26%, 두려움: 0.92%, 분노: 0.35%, 통증: 0.25%, 놀람: 0.23%)은 8.97%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다 <그림 1-25>. 2017년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 전통적, 예쁘다, 세련되다, 만족 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드클라우드에서는 부담스럽다, 걱정하다 등의 감성단어가 나타났다.

2018년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 82.35%, 기쁨: 3.7%, 흥미: 4.21%)이 90.26%로 크게 나타났으며, 부정 감성(슬픔: 4.37%, 거부감: 4.52%, 두려움: 0.4%, 놀람: 0.24%, 통증: 0.11%, 분노: 0.09%)은 9.88%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다. 2018년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 바르다, 화려하다, 아름답다, 편하다 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드클라우드에서는 힘들다, 어렵다 등의 감성단어가 나타났다.

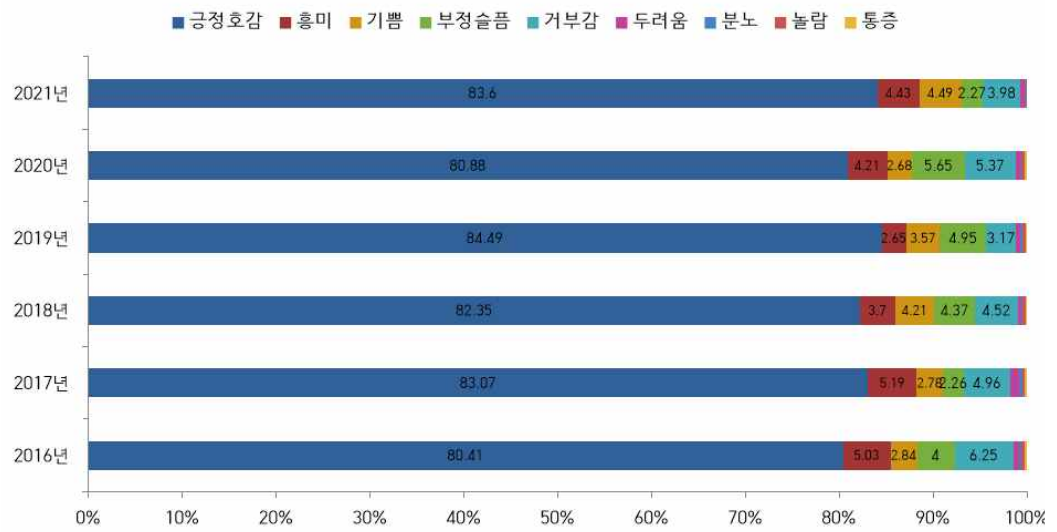
2019년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 84.49%, 기쁨: 3.57%, 흥미: 2.65%)이 90.71%로 크게 나타났으며, 부정 감성(슬픔: 4.95%, 두려움: 0.46%, 거부감: 3.17%, 놀람: 0.26%, 통증: 0.2%, 분노: 0.24%)은 9.28%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다. 2019년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 곱다, 예쁘다, 우아하다, 사랑스럽다, 고전적이다 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드 클라우드에서는 불편, 걱정하다, 힘들다 등의 감성단어가 나타났다.

2020년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 80.88%, 흥미: 4.21%, 기쁨: 2.68%)이 87.77%로 크게 나타났으며, 부정 감성(슬픔: 5.65%, 거부감: 5.37%, 통증: 0.28%, 두려움: 0.45%, 놀람: 0.34%, 분노: 0.14%)은 12.23%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다. 2020년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 모던하다, 사랑스럽다, 화사하다, 단아하다 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드클라우드에서는 불편, 싫다 등의 감성단어가 나타났다.

2021년 한복 관련 감성은 긍정 감성(호감: 83.6%, 기쁨: 4.49%, 흥미: 4.43%)이 92.52%로 크게 나타났으며, 부정 감성(슬픔: 2.27%, 거부감: 3.98%, 두려움: 0.38%, 놀람: 0.19%, 분노: 0.11%)은 6.93%로 나타나 한복에 대한 긍정적 인식이 많음을 알 수 있다. 2021년 한복의 긍정 감성 워드클라우드에서는 혁신적, 아름답다, 단아하다, 특별하다 등의 긍정적 감성단어들이 많이 나타났으며, 부정 감성 워드클라우드에서는 불편 등의 감성단어가 나타났다.



<그림 1-23> 2016-2021년도 연도별 한복 단어 긍정과 부정인식



<그림 1-24> 2016-2021년도 한복 단어 긍정, 부정별 세부인식





<그림 1-25> 2016-2021년도 한복 단어 감성 워드클라우드

### 제3절 분석과 전망

2016년부터 2021년까지 6년간 한복 분야의 문화와 환경, 산업의 변화와 흐름을 분석하기 위해 ‘한복문화와 산업변화’, ‘한복에 대한 인식 분석’ 등 두 개의 조사·분석그룹으로 구분하고 빅데이터를 활용하여 동향을 파악·분석했다.

2016~2021년동안 K-pop, K-drama 등 성공적인 한국의 문화콘텐츠가 온라인을 타고 전 세계로 확대되면서 한복이 등장하는 시대극이나 한복을 입은 아이들을 통해 한복이 널리 홍보되었다. 코로나19가 확산한 2020~2021년에는 오프라인 활동은 많이 위축됐지만 온라인에서는 다양하고 활발한 활동들이 전개되었다. 10~20대 중심으로 신한복 열풍이 불면서 SNS 기반으로 사진 전시 및 공유가 이루어졌고, 이러한 모습은 놀이문화로 발전하기 시작했다. 코로나19가 시작되기 전인 2020년 이전에는 문화재청에서 「궁능 한복착용자 무료관람」과 고궁 야간개장을 확대 시행하여 외국인과 젊은층을 대상으로 한 한복대여업이 활성화되었다. 한복문화콘텐츠는 ‘유튜브’, ‘넷플릭스’ 등의 다양한 플랫폼을 통해 전 세계에 전파되면서 세계적인 호평과 관심을 받았으며, 비록 전체적인 한복 산업은 위축됐지만, K-pop 아이돌 및 게임산업을 통한 한복에 대한 인식 제고와 홍보는 한복산업 매출에 기여했다. 또한 2018년 평창동계올림픽을 통해서도 한복과 관련된 이슈가 많이 생성되었다. 평창동계올림픽 준비 기간이던 2017년에는 각종 지역축제장에서 이색 한복이벤트를 펼치며 홍보활동을 펼쳤고, 한복의 원단인 갑사가 메달의 리본에 사용되었다. 또한 2018년 평창동계올림픽 기간에 선보였던 한복과 한복을 모티브로 한 관계자들의 유니폼은 국내외 네티즌과 언론들로부터 찬사를 받았다.

문화재청의 <한복가이드라인> 발표 이후 한복의 정체성 문제에 대한 사회적인 담론이 형성되어 많은 논의가 있었다. 공공기관과 언론의 조사를 통해, 20대와 외국인들이 선호하는 한복 디자인이 퓨전한복인 것으로 뚜렷하게 나타났다. 이와 같은 조사 결과 및 온라인, 오프라인에서 형성된 여론 등을 반영하여 전통 한복의 규정을 두기보단 현존하는 다양한 한복의 분류와 정의에 대한 고민을 향후 관계자들과 세심하게 고민해야 할 것으로 보인다.

중국의 사이닝니키 한복사건이 문화공정의 논란이 되고, 양국의 문화적인 갈등과 대립이 점점 심각해지면서 정치권과 정부부처의 대응도 빨랐다. 한복과 전통문화정책사업의 주무부처인 문화체육관광부 장관도 일련의 사태에 대해 유감을 밝히고 한복이 우리나라의 전통 의상임을 전 세계에 홍보하고 한복 활성화를 위한 노력을 하겠다고 밝혔다. 또한, 민간차원의 활동을 통해 세계 속 한복의 위상을 공고히 해나가고 있다.

2020년 이후의 한복산업은 코로나19로 인해 한복을 체험하는 외국 관광객과, 한복을 소비하는 혼인건수의 급감으로 인해 큰 타격을 입었지만, 비대면 시대에 맞는 온라인 행사를 통해 만회하려고 노력했고, 대기업이 신한복업계와 협업하여 한복대중화에 힘쓰는 모습을 엿볼 수 있다.

소셜미디어를 통해 본 한복에 대한 인식은 종합적으로 나타났다. 2016년부터 2021년

까지 한복 관련 긍정 감성 키워드 중에서는 전통적, 고급스럽다, 현대적, 우아하다, 곱다, 아름답다 등의 호의적 감성과 연관된 키워드들이 가장 많았으며, 흥미와 기쁨에 연관된 키워드들도 다수 나타났다. 이는 한복에 대한 긍정적 인식을 가진 소비자들은 한복을 보고 현대적이며 고급스럽고, 우아하고 고우며, 아름다운 의복이라고 인식하며 긍정적 감성을 가지고 있음을 알 수 있었다.

한복의 부정 감성 키워드 중에서는 어렵다, 싫다, 힘들다 등의 두려움이나 거부감과 연관된 키워드들도 나타났다. 특히 부정 감성 키워드 중 불편 등의 통증과 관련된 키워드도 도출되었는데, 한복에 대한 부정적 인식의 소비자들은 한복을 어렵게 느끼고, 착용이 다소 불편하며 힘들고 몸의 통증을 유발하기에 거부감과 부담스럽게 느껴지는 감성이 있음을 보여주고 있다. 이렇듯 2016년부터 2021년까지 한복의 긍정 감성 키워드 중에서는 호의적 감성과 연관된 키워드가 가장 많았고, 부정 감성 키워드 중에서는 슬픔과 연관된 키워드들이 많았다.

한복산업에 대한 전망은 종합적으로 코로나19 시대가 점차 저물어 감에 따라 오프라인 행사가 많아질 것으로 보인다. ‘2021 전통문화산업 실태조사’ 결과를 볼 때 2021년도 한복산업은 2020년 대비 이미 상승 반전하였고, 한복의 수요가 많아지는 지역의 고유 문화 관광자원과 한복문화를 연계해 지역만의 특색 있는 한복문화를 즐길 수 있는 문화축제가 늘어날 것이며, 한류연계 협업콘텐츠사업도 증가할 것으로 전망된다.

또한 코로나19로 미뤄왔던 예식의 수요가 증가하고, 점차 국내 외국인 관광객이 증가하게 되어 한복대여업이 다시 활기를 얻을 것으로 보인다. 또한, 이제는 대세가 되어버린 K-pop, K-drama 등을 통해 이루어질 한복문화와 산업의 홍보가 기대되며, 이를 통한 한복산업의 규모와 전망이 발전적으로 예상된다. 더불어 한복의 아름다움을 현대적으로 재해석하고 한복의 문화적 가치를 함께 나누기 위한 한복 전시회 사업이 해외에서 많이 개최될 것으로 보이며, 한복을 통해 문화 교류와 상호 이해에 큰 성과가 있을 것으로 전망된다.

전통한복과 신(新)한복(퓨전한복)의 존립과 발전에 대한 논의 또한 더욱 활발해질 것으로 보이며, 한국에 방문하는 해외 거주 독립유공자의 후손들에게 우리 옷, ‘한복’을 올바르게 입는 방법을 알리고, 체험하는 기회를 제공하여 한국인의 정체성을 잊지 않고 기억하는 계기를 마련하고자 할 것으로 보인다.



# CHAPTER

# 2

## 제도와 정책

### 제1절 개관

1. 개요
2. 구성

### 제2절 현황

1. 법과 제도
  - 1) 법
  - 2) 제도
2. 조직
  - 1) 중앙정부
  - 2) 지방자치단체
3. 정책
  - 1) 중앙정부
  - 2) 지방자치단체

### 제3절 분석과 전망



## 제2장 제도와 정책

### 제1절 개관

#### 1. 개요

2021년 말까지 한복 분야의 문화와 산업진흥을 위한 기본법이나 개별법이 제정되지 않았으며 ‘한복’의 사전적인 정의는 존재하나 법령적 정의는 정립되지 않은 실정이다. 그러나 정부조직법상 정부부처의 직제 및 업무에는 한복과 관련된 정책의 소관이 문화체육관광부 전통문화과 등에 규정되어 있다.

2장 제도와 정책에서는 2016년부터 2021년까지 한복과 관련된 법과 제도, 정책을 수립하고 추진하는 기관과 조직, 연도별 주요 정책사업을 정리했다. 이번 백서에서 다루는 연도가 6개년으로 범위가 넓고 중앙정부와 지자체가 수행한 모든 사업을 다루기엔 한계가 있어, 한복과 관련된 정책과 사업의 포괄적인 내용을 파악할 수 있는 맥락을 정리하도록 자료를 정리·분석했다.

본 백서에서 설정한 한복 정책의 정의와 범위를 이해하기 위해서 먼저 한복이 정책적 화두로 본격적으로 논의된 ‘전통문화정책’의 수립과 전개과정을 파악하고 주요한 정책적 맥락과 특성 등을 파악했다.

본 백서에서는 한복정책의 정의와 범위를 규정하기 위해 선행연구와 문헌자료, 한복 관련 국회에 발의된 법안 및 지자체에서 한복과 관련해서 제정한 조례, 현재까지 수립되어 진행된 정책사례 등을 검토했다. 한복 정책은 ‘정부가 한복문화와 산업의 진흥을 위하여 공적 목표를 실현하기 위한 수단이나 방법’을 말한다. 한복정책의 범위는 한복을 정책수행의 주된 목적으로 하는 좁은 의미에서 적용할 수 있는 협소 범위와 한복이 특정 정책의 실행수단으로 활용된 확대 범위, 한국전통문화라는 범주 안에서 포함할 수 있는 광역 범위로 구분할 수 있다.

좁은 범위는 한복을 정책수행의 목적과 실행 대상으로 설정한 것으로 한복문화 확산, 산업육성, 교육지원 등과 같은 직접적인 정책을 말한다. 확대된 범위는 한복을 정책실현을 위한 수단으로 활용한 정책사업을 말하며 한국복식 착용이 의례로 고정되어 형식화된 행사까지 그 범위를 확대할 수 있다. 외교, 문화 교류, 홍보(MICE산업 및 국제대회 등), 상품개발 등을 목적으로 하는 사업에 전시, 체험, 행사 등 한국의 정체성과 브랜드를 강조하기 위해 부대행사나 세부사업으로 결합한 형태다.

광역 범위는 한복이 사업이나 행사에 형식화되어 참가자의 한복착장이 당연시되는 형태로 ‘경복궁 수문장교대식’과 같은 재현 행사가 대표적이며 지자체의 지역축제와 행사, 공연이 포함되는데 전통문화행사와 사업의 많은 부분과 겹치기도 하여 한복이 가지고 있는 특성이 한국전통문화의 영역 안에 포함되어 활용도가 높다는 것을 알 수 있다.

## 2. 구성

법과 제도에서는 2016년에서부터 2021년까지 국회에 발의된 한복과 관련된 법안과 지자체에서 제정한 조례 및 기타 행정규칙과 한복문화확산과 산업발전, 한복교육보급 등을 위해 정립된 제도를 조사·정리했다. 의안정보시스템과 국가법령정보센터, 기관의 연구보고서, 사업의 결과보고서 등을 일괄 조사했다. 제도는 문화재청 4대 궁 한복착용 무료입장제도, 국가지정 무형문화재 제도, 숙련기술인제도, 국가기술자격증제도를 조사했다.

조직은 중앙정부와 지방자치단체로 분류하고 한복과 관련된 정책 수행기관을 조사했다. 담당 기관의 직무수행 내용은 각 부처의 홈페이지 공개 자료를 수집하여 분석했다. 한복정책은 문화체육관광부와 관련 기관인 한국공예·디자인문화진흥원, 외청인 문화재청과 더불어 한복정책을 수립하고 사업을 수행하는 중심기관으로 조사됐다. 또한 외교부, 산업통상자원부, 과학기술정보통신부, 교육부, 고용노동부의 외청인 중소벤처기업부 등이 부처의 역할과 목적, 특성에 맞게 한복과 관련된 정책을 수립하여 진행했다. 지방자치단체는 우리나라의 행정구역의 시, 도청을 중심으로 한복 관련 업무를 담당하는 조직을 조사했다.

정책은 중앙정부와 산하기관의 경우, 각 부처의 정책백서, 자체평가 결과보고서, 주요 업무추진계획 및 보고서, 홈페이지에 공개된 기관의 사업 및 보도자료 등을 수집·검토했다. 또한, 서울 종로구, 은평구, 전주, 경북(상주)등 한복과 관련된 조례제정이나 기관, 사업, 제도 등이 활성화된 지역을 조사하여 지역에서 수행된 한복 관련 정책의 방향과 특성 등을 정리했다.



## 제2절 현황

### 1. 법과 제도

#### 1) 법

2016년부터 2021년 사이, 국회에 제정 혹은 개정·일부개정 등의 목적으로 발의된 한복 문화와 사업 진흥에 직접 관련된 법령은 「한복문화산업진흥법」, 「전통문화진흥법」, 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」, 「공·능 관람 등에 관한 규정(행정규칙)」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」, 「숙련기술장려법」, 「자격기본법」, 「지역문화진흥법」, 「중소기업진흥에 관한 법률」, 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 과 같이 10건이 있었다.

이 중 한복의 기본법이라 할 수 있는 「한복문화산업진흥법」은 2016년 발의됐다가 임기만으로 폐기되었고 2021년 11월에 다시 발의되어 국회에 심의 중이다. 한복을 포괄하는 「전통문화진흥법」은 2020년 11월에 발의되었는데 2021년 12월을 기준으로 국회에 계류 중이었다. 따라서 한복과 관련된 법령 10건 중 8건만 시행 중이었고 한복의 기본법과 상위법안 2건은 제정되지 않은 상황이었다. 생활법령은 5건, 자치법규(조례·규칙)은 17건이 있었다.

법령과 행정규칙의 부처별 소관을 보면 문화체육관광부 3건, 문화재청 2건, 중소기업벤처부 3건, 고용노동부 1건이며 자격기본법의 경우 고용노동부와 교육부가 공동으로 소관하고 있었다. 문화체육관광부와 문화재청이 한복 관련 법령의 50%를 소관하고 있는 것으로 파악됐다 <표 2-1>.

<표 2-1> 한복 관련 부처별 법률 현황

부처명	소관 법률명	수
문화체육관광부	「한복문화산업진흥법★」, 「전통문화진흥법★」, 「지역문화진흥법」	3
문화재청	「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」, 「공·능 관람 등에 관한 규정(행정규칙: 공능유적본부)」	2
중소기업벤처부	「중소기업진흥에 관한 법률」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법(전통시장과)」, 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」	3
고용노동부	「숙련기술장려법」, 「자격기본법*」	2
교육부	「자격기본법*」	1

(★: 국회에서 심의 중인 법안, \*: 자격기본법의 소관부처는 고용노동부와 교육부 2곳이었음)

## (1) 중앙정부

### □ 한복문화산업진흥법안

「한복문화산업진흥법안」은 한복 입는 문화 확산과 더불어 한복문화가 우리나라 전통문화의 주요한 자산으로서 중요함을 인식하여 한복 분야의 문화와 산업의 진흥을 목적으로 지원과 육성에 관한 필요한 사항을 규정하기 위한 기본법이다. 이 법안은 2013년부터 2021년까지 4차례 발의되었지만 3차례 임기만으로 폐기되었고 2021년 11월 발의된 법안은 아직 국회에서 심의 중이다 <표 2-2>. 본 백서의 조사기간 내에는 2016년 10월, 2021년 11월 두 번 발의됐다.

<표 2-2> 한복문화산업진흥법안 발의 현황

년도	법률명	의결결과
2013년 11월	한복 진흥에 관한 법률안 (김기현 의원 등 11인)	임기만료폐기
2015년 9월	한복문화 진흥 및 한복산업 발전에 관한 법률안 (강은희 의원 등 14인)	임기만료폐기
2016년 10월	한복문화산업진흥법안 (이은재 의원 등 10인)	임기만료폐기
2021년 11월	한복문화산업진흥법안 (임오경 의원 등 11인)	소관위 심사(계류의안)

2021년도의 법안은 2016년도의 법안을 기본으로 발전시켰다. ① 5년마다 한복문화산업 진흥기본계획 수립·시행 ② 한복문화산업에 관한 실태조사 ③ 한복진흥원 설립 ④ 한복전문인력 양성기관 지정 ⑤ 한복문화 교육지원, 전시관 설치·운영지원, 국제교류 및 협력 사업 활성화 지원, 관련 사업 수행하는 민간단체 지원·육성, 한복산업의 창업 및 한복 제작 지원 등과 같이 2016년 법안의 주요 내용을 기본으로 했다.

이전 법안과의 차이점은 한복산업실태조사 정기화(3년)(제6조), 연차보고서 작성·제출(제7조), 한복문화 및 한복산업 활성화를 위해 ‘한복문화주간(한복 입는 날)’ 대통령령 제정(제14조), 한복착용우대정책(제15조), 한복수입업을 제외한 한복문화산업의 조세감면 정책(제20조) 등을 포함한 점이다 <표 2-3>.

<표 2-3> 2016~2021년에 발의된 한복문화산업 진흥법안 주요 내용 비교

한복문화산업 진흥법안 (이은재 의원 등 10인, 2016년 10월)	한복문화산업 진흥법안 (임오경 의원 등 11인, 2021년 11월, 소관위 심사 중)
가. 이 법은 한복문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 규정함으로써 한복문화산업 진흥의 기반을 조성하여 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 함(안 제1조).	가. 이 법은 한복문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 규정함으로써 한복문화의 진흥과 한복문화산업의 발전에 기여함을 목적으로 함(안 제1조).

<p>나. 문화체육관광부장관은 한복문화산업의 진흥을 위하여 실태조사 결과를 기초로 하여 5년마다 한복문화산업진흥기본계획을 수립·시행하도록 함(안 제5조).</p>	<p>나. 문화체육관광부장관은 한복문화산업의 진흥을 위하여 실태조사 결과를 기초로 하여 5년마다 한복문화산업진흥기본계획을 수립·시행하도록 함(안 제5조).</p>
<p>다. 문화체육관광부장관은 한복문화산업의 진흥을 위한 정책의 수립·시행을 위하여 한복문화산업에 관한 실태조사를 할 수 있도록 함(안 제6조).</p>	<p>다. 문화체육관광부장관은 한복문화산업의 진흥을 위한 정책의 수립·시행을 위하여 한복문화산업에 관한 실태조사를 3년마다 실시하도록 함(안 제6조).</p>
<p>라. 한복문화산업의 진흥을 효율적으로 지원하기 위하여 한복진흥원을 설립함(안 제7조).</p>	<p>라. 한복문화산업의 진흥을 효율적으로 지원하기 위하여 한복진흥원을 설립함(안 제8조).</p>
<p>마. 문화체육관광부장관과 시·도지사는 한복문화산업 진흥을 위해 필요한 전문인력을 양성하기 위하여 전문인력 양성기관을 지정할 수 있도록 함(안 제8조).</p>	<p>마. 국가와 지방자치단체는 한복문화산업 진흥을 위해 필요한 전문인력을 양성하기 위하여 전문인력 양성기관을 지정할 수 있도록 함(안 제9조).</p>
<p>바. 국가와 지방자치단체는 한복문화산업의 진흥을 위하여 한복문화의 교육지원, 전시관 설치·운영 지원, 국제교류 및 협력 사업의 활성화 지원, 관련 활동을 수행하는 민간단체 지원·육성, 한복산업의 창업 및 한복 제작 지원 등을 할 수 있도록 함(안 제10조부터 제16조까지).</p>	<p>바. 국가와 지방자치단체는 한복문화산업의 진흥을 위하여 한복문화의 교육지원, 전시관 설치·운영 지원, 한복 연구개발 촉진, 국제교류 및 협력 사업의 활성화 지원, 한복문화산업 관련 민간단체 지원·육성, 한복창업 진흥·우대, 한복문화산업의 창업 및 한복 제작 지원, 한복문화산업에 대한 조세감면 등을 할 수 있도록 함(안 제11조부터 제20조까지).</p>
<p>사. 문화체육관광부장관은 한복 디자인·소재의 연구개발 및 상품화 등에 필요한 사업을 효율적으로 실시하기 위하여 전담기관을 지정하고 그 비용을 지원할 수 있도록 함(안 제15조).</p>	

## □ 전통문화진흥법

전통문화산업은 「문화산업진흥 기본법」에 영화, 음악, 게임, 출판, 방송영상 및 만화 등과 같이 문화산업의 범주에 포함되어 있으나 해당법은 현대적인 콘텐츠 육성 중심으로 규정되어 있어 전통문화산업을 육성·진흥할 수 있는 법·제도적 근거를 마련하기 위하여 2008년부터 4차례 입법시도가 있었다. 가장 마지막에 발의된 2020년 9월 「전통문화산업 진흥법안」은 현재 소관위 심사 중이고 이외에는 모두 임기만료로 폐기됐다 <표 2-4>. 이 법안의 제2조(정의)에서 '전통문화'란 우리 민족의 고유한 문화적 자산으로 전통무용, 전통음악, 전통미술 등 전통예술과 한복, 한지, 전통놀이 등 전통생활 양식을 말한다고 정의하고 있다. 이 법안이 제정·시행될 경우, 전통문화의 범주 안에 포함되는 '한복'을 포함해 아직 개별법이 제정되지 못한 분야의 법들이 차례로 제정·시행될 확률이 높다.

〈표 2-4〉 전통문화진흥법안 발의 현황

년도	법률명	의결결과
2008년 3월	전통문화의 보존과 진흥에 관한 법률안(고흥길 의원 등 29인)	임기만료폐기
2011년 10월	전통문화산업 진흥에 관한 법률안(김광림 의원 등 12인)	임기만료폐기
2011년 11월	전통문화산업 진흥에 관한 법률안(황우여 의원 등 11인)	임기만료폐기
2020년 9월	전통문화산업 진흥법안(이병훈 의원 등 14인)	소관위 심사(계류의안)

이 법안의 소관부처는 문화체육관광부이며 전통문화산업의 진흥을 위한 ‘국가와 지방자치단체’와 ‘문화체육관광부 장관’의 역할 규정이 주요 내용이다. 국가와 지방자치단체는 전통문화산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립, 시행(안 제3조)/연구·개발사업 추진(안 제10조)/기반시설확충(안 제12조)/유통 활성화와 투자하고 촉진(안 제11조)/다양한 문화 콘텐츠와의 융합, 연계를 위한 시책 마련(안 제15조)/ 필요경비 지원(안 제16조)/ 체험활성화를 위한 사업실시(안 제17조)/관련 민간단체 지원(안 제18조)등이 주를 이룬다.

□ 무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률

이 법은 무형문화재의 보전과 진흥을 통하여 전통문화를 창조적으로 계승하고, 이를 활용할 수 있도록 함으로써 국민의 문화적 향상을 도모하고 인류문화의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 2015년 3월에 제정됐다. 2016년에 시행되어 2021년도까지 여섯 번의 개정을 통하여 국가무형문화재의 지정, 보호 및 육성, 전문인력의 배치, 무형문화재 진흥을 위한 법적인 지원제도와 국가적 의무를 구체적으로 규정하였다. 위임근거를 문화체육관광부령에서 대통령령으로 격상함으로써 국가무형문화재의 사회적 지위와 의미의 중요성을 강조했다 <표 2-5>.

〈표 2-5〉 2016~2021년 개정된 무형문화재법과 주요 이유

공포번호	개정일	시행일	개정이유 및 주요내용
법률 제14434호	2016.12.20. 일부개정	2017.6.21.	전수교육기관 범위에 국립국악고등학교 및 국립전통예술고등학교도 포함하도록 함
법률 제15173호	2017.12.12. 일부개정	2018.6.13.	국가무형문화재 보유자 등의 추천을 받아 우수 이수자를 선정하여 필요한 지원을 할 수 있도록 함
법률 제16056호	2018.12.24. 일부개정	2019.6.25.	전수교육조교 중에서 전승을 위한 공헌이 있는 경우에 명예보유자로 인정하도록 하는 등 관련 조항을 개선·정비함
법률 제17404호	2020.6.9. 일부개정	2020.12.10.	‘전수교육조교’의 명칭을 ‘전승교육사’로 변경하고, 전승교육사를 전수교육을 실시하는 주체로 규정하는 등 관련 조항을 개정함
법률 제17583호	2020.12.8. 일부개정	2021.6.9.	문화재청 산하에 유네스코 아시아·태평양 무형문화유산 국제정보네트워크센터의 약칭이 유네스코 관련 기관이라는 의미를 담지 못하고 있는바, 그 약칭을 변경함. 또한, 기관의 세부 사업내용을 알 수 있도록 근거 규정을 신설함. 유네스코 아시아·태평양 무형문화유산 국제정보네트워크센터의 제반 사업을 위하여 기부금품을 받을 수 있도록 근거 규정을 신설하였음

법률 제17708호	2020.12.22. 일부개정	2021.6.23.	무형문화재위원회의 효율적인 운영을 위하여 분과위원회 또는 합동분과위원회가 국가무형문화재의 지정·해제 등에 관하여 조사·심의한 사항은 무형문화재위원회에서 조사·심의한 것으로 보도록 함 또한 국가무형문화재의 보유자, 보유단체 등에 대한 인정의 고시 및 통지, 인정서 교부 등에 필요한 사항을 기존 문화체육관광부령에서 대통령령으로 위임근거를 격상하였음
---------------	---------------------	------------	--

한복 분야의 국가지정 무형문화재는 침선장(제89호), 누비장<sup>51)</sup>(縷緋匠, 제107호)을 비롯하여 갓일<sup>52)</sup>(제4호), 한산모시짜기(제14호), 나주의 셋골나이<sup>53)</sup>(제28호), 명주짜기(제87호), 삼베짜기(제140호), 망건장<sup>54)</sup>(網巾匠, 제66호), 탕건장<sup>55)</sup>(宕巾匠, 제67호), 자수장(刺繡匠, 제80호), 매듭장<sup>56)</sup>(제22호), 염색장(染色匠, 제115호), 화혜장<sup>57)</sup>(靴鞋匠, 제116호), 금박장<sup>58)</sup>(金箔匠, 제119호) 등 총 14분야로 조사됐다.

### □ 「궁·능 관람 등에 관한 규정(행정규칙)」

「궁·능 관람 등에 관한 규정」은 「문화재보호법」제48조 및 제49조에 따라 4대궁·종묘관리소, 세종대왕유적관리소 및 조선왕릉지구관리소(이하 ‘궁능유적기관’)의 공개, 관람, 촬영 및 장소사용허가 등 업무 사항과 궁·능 무료관람대상과 국가유공자 등 관련 무료관람 감면율을 명시한 행정규칙이다. 제11조(관람요금 감면)에 따라 관람요금 감면대상자에 ‘한복을 착용한 자’를 명시함으로써 한복 입기 활성화와 한복문화 확산에 사실상 결정적인 큰 영향을 준 것으로 분석된다. 2019년 3월 29일에 제정·시행되었고 2021년까지 1번의 전부개정, 3번의 일부개정이 있었다. 특히 2021년 4월의 전부개정 때 ‘궁·능 한복착용자 무료관람 가이드라인’이 추가됐다 <표 2-6>.

<표 2-6> 한복착용자 무료관람 가이드라인(제11조 관련)

구분	내용	
일반		1. 전통한복·생활한복 모두 무료관람 대상 포함 2. 상의(저고리)와 하의(치마, 바지)를 기본으로 함, 단, 두루마기만 걸친 경우 한복으로 인정하지 않으며, 상·하의를 갖춰 입어야 함 ※ 궁궐의 품격에 어울리는 한복 착용 권장(과도한 노출 등 금지)
세부	저고리	3. 여미는 깃 형태 유지, 고름매듭 방식은 관계없음
	바지	4. 사폭바지 형태에 준하는 바지
	치마	5. 통치마·풀치마 등 형식 제한 없음

51) 누비는 옷감의 보강과 보온을 위해 옷감의 겹감과 안감 사이에 솜, 털, 닥종이 등을 넣거나 또는 아무것도 넣지 않고 안팎을 줄지어 규칙적으로 홉질하여 맞붙이는 바느질 방법.  
52) 갓일은 갓을 만드는 과정을 말함.  
53) 나주의 셋골나이는 전남 나주 셋골의 무명짜는 직녀 또는 무명 짜는 일에 대한 통칭.  
54) 망건은 갓을 쓰기 전에 머리카락이 흘러내리지 않도록 하기 위해 말총으로 엮어 만든 일종의 머리띠.  
55) 탕건은 남자들이 갓을 쓸 때 받쳐 쓰는 모자의 일종으로, 사모(紗帽)나 갓 대신 평상시 집안에서 쓰며 말총이나 쇠꼬리털로 만들.  
56) 매듭장이란 끈목[多繒]을 사용하여 여러 종류의 매듭을 짓고, 술을 만드는 기술 또는 그러한 기술을 가진 사람을 가리킴.  
57) 화혜장(靴鞋匠)이란 전통 신을 만드는 장인으로, 조선시대 신목이 있는 신발인 화(靴)를 제작하는 ‘화장(靴匠)’과 신목이 없는 신발인 혜(鞋)를 제작하는 ‘혜장(鞋匠)’을 통칭한 것.  
58) ‘금박장(金箔匠)’이란 직물 위에 얇은 금박을 이용해 다양한 문양을 찍어내는 장인.

### □ 「숙련기술장려법(舊기능장려법)」

〈숙련기술장려법〉은 국민에게 산업에 필요한 숙련기술의 습득을 장려하고 숙련기술의 향상을 촉진하는 동시에 숙련기술자에 대한 사회적 인식을 높임으로써 숙련기술자의 경제적·사회적 지위를 향상시키고 산업경쟁력을 높이는 것을 목적으로 한다. 이는 고용노동부 소관 법률이다. 〈숙련기술장려법〉에 따른 명장 제도는 ‘대한민국명장’을 선정한다. ‘대한민국명장’은 산업 현장 22개 분야 96개 직종 중 동일 분야에 15년 이상 종사하면서 해당 기능 분야 발전에 이바지한 기술인을 명장으로 선정해 지원할 수 있도록 규정하고 있다. 고용노동부와 한국산업인력공단이 소관하는 명장 선정의 분야는 기계, 재료, 화공, 전기, 전자, 통신, 조선에서부터 목칠공예, 도자기공예, 석공예, 보석 및 금속공예, 자수공예, 인장공예 등의 공예 분야 직종이 포함되어 있다.

## (2) 지방자치단체

한복 착용 활성화와 한복문화 진흥에 관한 조례는 전국 12개 지자체에서 2016년부터 2021년 사이에는 총 17건이 제정되었는데 2020년에 5건, 2021년도에 5건 등 10건이 2년 동안 제정됐다 <표 2-7>.

<표 2-7> 전국 지자체 한복 관련 조례 연도별 제정 현황

2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
3	1	2	1	5	5	17

2021년을 기준으로 관련 조례가 없는 지역은 대전, 울산, 세종, 강원, 충북지역이며, 2016년에서부터 2021년 사이 한복 관련 조례를 제정한 지역은 서울(3건), 부산(3건), 광주(2건), 충남(1건), 전북(2건), 전남(1건), 경북(2건), 경남(1건), 제주(2건)으로 총 9곳의 지자체에서 17건의 조례가 제정됐다. 이중 2020년과 2021년도에 조례를 제정한 지자체는 부산(2건), 광주(2건), 충남, 전북, 경북(2), 제주(2)지역으로 6곳에서 10건의 조례를 제정했다 <표 2-8>. 2020년과 2021년도에 지자체와 자치구에서 한복 관련 조례 제정이 증가에 영향을 준 요인은 문화체육관광부가 2018년 5월에 운영을 발표한 ‘법정 문화도시’ 지정사업이다. 또한, 2020년부터 표면화된 중국의 ‘문화공정’, 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원의 한복교복보급사업 확대 등이 이 시기의 한복 관련 조례 제정 증가에 영향을 준 것으로 보인다.

<표 2-9> 조례의 규정은 한복 착용 활성화, 한복문화 진흥을 위해 한복 입는 날 지정, 한복착용자 우대, 고유명절 착용 활성화, 한복체험시설의 운영 및 교육 홍보, 포상 등이 공통된 주요 내용이다.

〈표 2-8〉 2016년~2021년 사이 제정된 지자체의 한복 관련 조례 현황

서울	부산	광주	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
3	3	2	1	2	1	2	1	2	17

〈표 2-9〉 2016년~2021년 지방자치단체가 제정한 한복 관련 조례 현황

지자체	년월	법령명
서울특별시	2016. 3.	서울특별시 은평구 한복착용 문화진흥 조례
	2017. 7.	서울특별시 종로구 한복입기 활성화 및 지원 조례
	2018. 3.	서울특별시 한복착용 장려 및 지원에 관한 조례
인천광역시	2007. 12.	인천광역시 한복착용 장려를 위한 지원 등에 관한 조례
경기도	2013. 12.	경기도 한복착용 장려 지원 조례
광주광역시	2020. 11.	광주광역시 한복착용 장려 및 지원 조례
	2020. 12.	광주광역시교육청 한복교복 장려 지원 조례
대구광역시	2015. 5.	대구광역시 한복착용 문화진흥 조례
부산광역시	2016. 12.	부산광역시 한복착용 장려 및 지원 조례
	2020. 10.	부산광역시 동구 한복입기 활성화 및 지원 조례
	2021. 6.	부산광역시 영도구 한복입기 활성화 운영 조례
경상남도	2014. 10.	경상남도 한복착용 장려 및 실크산업 진흥 조례
	2019. 10.	진주시 한복입기 활성화 지원 조례
경상북도	2014. 12.	경상북도 한복착용 문화 진흥 조례
	2020. 1.	한복진흥원 운영 및 지원에 관한 조례
	2021. 10.	상주시 한복입기 활성화 지원 조례
전라북도	2009. 4.	전라북도 한복착용 장려를 위한 지원 등에 관한 조례
	2016. 2.	전주시 한복착용 문화 진흥 조례
	2021. 7.	남원시 한복문화 진흥 및 한복체험관 운영 조례
전라남도	2018. 11.	전라남도 한복착용 장려 지원에 관한 조례
충청남도	2020. 12.	서산시 한복입기 활성화 지원 조례
제주특별자치도	2021. 9.	제주특별자치도교육청 한복교복 장려 및 지원 조례
	2021. 12.	제주특별자치도 한복착용 장려 및 지원 조례

타 지역과 차별된 규정을 두고 있는 지역은 서울특별시, 서울특별시 종로구, 부산광역시 동구, 전라북도, 전라북도 남원시, 경상남도 등이고 광주광역시 교육청(2020)과 제주특별자치도교육청(2021)은 한복교복 장려를 위한 지원 조례를 제정했다. 지자체가 제정한 한복 관련 조례의 목적은 대부분 지자체가 시민이나 도민의 한복착용을 장려하고 필요한 사항을 규정함으로써 한복을 즐겨 입는 분위기를 조성하여 전통문화를 계승, 발전하는데 목적을 두었다. 반면, 전라북도 한복착용 장려를 위한 지원 등에 관한 조례(2009)는 '전라북도가 한스타일 전통문화의 중심이 될 수 있도록 함을 목적'으로 하여, 한복을 비롯한 전통문화를 도정의 주요한 정책적 대상으로 두고 있음을 밝혔다.

서울특별시의 「서울특별시 한복착용 장려 및 지원에 관한 조례」(2016)의 제6조의 2(전통문화행사 및 축제)는 전통문화행사 및 축제에 복식을 고증·재현할 수 있도록 전문가 참여와 적절한 예산 배정을 위한 노력을 규정했다. 「서울특별시 종로구 한복입기 활성화 및 지원 조례」(2017)의 제9조에 한복음식점 운영에 관한 규정이 있다. 전북 남원시의 「남원시 한복문화 진흥 및 한복체험관 운영 조례」(2021)는 비교적 상세한 규정으로 구성되어 있다. 제1장 총칙, 제2장 한복체험관 관리 및 운영규정과 제3장 한복문화진흥으로 구성되어 있고 총 24조의 규정이 있다. 전북 남원시는 2013년에 문화도시(문화특화지역) 조성 사업대상지로 선정되어 2014년부터 2018년까지 문화특화지역사업을 추진해왔다. 2018년부터 한국공예·디자인문화진흥원의 '한복문화주간사업' 선정, '한복문화 지역거점사업' 선정 등 중앙정부와 한복 관련기관의 한복정책사업을 연속 지원·수행하면서 한복을 비롯한 전통문화분야 특성화에 주력했다. 2019년부터 문화체육관광부의 '법정문화도시' 지정사업을 준비하면서 문화 관련 행정력 정비를 주력해왔다. 따라서 남원시의 규정은 한복과 관련된 다년간의 정책 사업기획과 사업수행 경험으로 상세한 규정으로 한복체험관 운영, 문화진흥을 위한 시도차원의 법적인 보호와 규제의 필요성에 대한 이해가 있는 것으로 분석된다.

「경상남도 한복착용 장려 및 실크산업 진흥 조례」(2014)는 도민의 한복 착용과 전통문화 유산의 가치와 중요성을 높이는 것뿐만 아니라 실크산업을 체계적으로 지원, 육성하는데 필요한 사항을 규정하는 데 목적을 두고 있다. 관련 조항은 제7조(실크산업지원)가 있다. 경상남도 내 실크산업 집적지는 진주시로, 진주시도 2019년 「진주시 한복입기 활성화 지원 조례」를 제정하여 지자체와 자치구의 업무효율을 높였다. 경상북도 상주시에 유치한 한국한복진흥원 설립에 따른 「한복진흥원 운영 및 지원에 관한 조례」(2020) 제정에 이어 2021년에 「상주시 한복입기 활성화 지원 조례」가 제정됐다. 전국의 유일한 한복전담기관을 유치한 상주시는 기관운영에 관한 조례제정과 더불어 유치지역에 한복입기 활성화 지원조례를 제정함으로써, 지역거점으로서의 한복 관련 기관 유치가 지자체 조례제정으로 자연스럽게 이어진 사례라 할 수 있다.

「부산광역시 동구 한복입기 활성화 및 지원 조례」(2020)는 제7조(한복 체험 시설의 설치운영)규정은 다른 지역의 조례보다 세세한 규정으로 체험시설의 기능을 규정했다. 부산 동구지역은 한복디자인기술연구소, 한복패션특화거리 조성 등 지역 상권을 살리고 생활인프라를 확충하는 <래추고(來追古)! 플러싱>도시재생사업을 2017년부터 진행 중이



다. <부산진성 한복문화관 설립> 사업(2021년 기준으로 개관전임)을 추진함과 더불어 한복입기 활성화 및 체험시설 운영에 관한 규정을 정했다.

한복교복 장려 및 지원과 관련하여 광주광역시 교육청(2020)과 제주특별자치도교육청(2021)이 조례제정을 했다. 조례 주요 내용은 한복교복장려 및 착용 권장을 위한 교육감의 책무에 관한 규정, 시범학교 지정·운영, 학교장이 학교 교복 변경 시의 의견수렴, 한복 교복 문화조성을 위한 행사 개최·지원, 한복교복 장려를 위하여 필요할 경우 실태(의식) 조사실시에 관한 규정 등이다.

## 2) 제도

### (1) 문화재청 4대 궁 한복 착용 무료입장 제도

문화재청은 2013년 한복을 착용할 경우 서울 4대 궁(창덕궁 후원 제외), 종묘, 조선왕릉 등을 무료입장 가능하도록 했다. 이 제도의 시행 이후 서울 4대 궁 및 종묘, 조선왕릉의 한복착용자 입장객 수는 폭발적으로 증가했다 <표 2-10><sup>59)</sup>. 문화재청 궁능유적본부와 한국문화재단이 2015년부터 기획·수행한 ‘궁중문화축전’이라는 프로그램과 더불어 그해 처음 시행되었던 ‘고궁 야간개장’에도 적용되어 관광객들이 야간에도 한복을 입고 고궁을 방문하도록 유도했다. 따라서 고궁 및 역사 관광지를 중심으로 한복 입기가 놀이 문화로 활성화되는 데 중요한 영향을 준 제도라고 분석된다.

<표 2-10> 2013년~2021년 서울 4대궁 및 종묘 한복착용 입장객 현황

년도	경복궁 (주·야간 착용자)	창덕궁 (주·야간 착용자)	덕수궁 (주·야간 착용자)	창경궁 (주·야간 착용자)	종묘 (주간착용자)
2013	196명	240명	129명	0명	0명
2014	0명	672명	853명	0명	0명
2015	3,699명	6,069명	3,076명	0명	456명
2016	288,570명	48,367명	6,725명	11,844명	1,130명
2017	508,901명	90,769명	8,204명	24,659명	857명
2018	684,009명	132,480명	5,200명	25,791명	534명
2019	954,067명	164,716명	5,473명	26,000명	331명
2020	129,772명	19,023명	970명	5,061명	98명
2021	91,284명	19,999명	1,569명	8,161명	290명
총합	2,660,498명	482,335명	32,199명	101,516명	3,696명

59) 2020년과 2021년은 코로나19에 따라서 한복착용 입장객 수가 감소함

## (2) 무형문화재 제도

### □ 국가지정 무형문화재

국가지정 무형문화재는 「문화재보호법」 제2조 제1항 제2호의 규정에 해당하는 각목을 모두 갖춘 무형문화재를 국가무형문화재로 지정한다. 한복 분야의 국가지정 무형문화재는 침선장(제89호), 누비장(제107호)을 비롯한 14분야로 보유자 14명, 전승보유자 14명, 명예보유자 2명, 보유단체 2곳으로 조사됐다 <표 2-11>.

<표 2-11> 한복분야 국가무형문화재 유형 구분(2021.02.28. 기준)

보유자	전승보유자	명예보유자	보유단체
14	14	2	2

### □ 시도 무형문화재

시도무형문화재는 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」의 제6장 시도무형문화재 규정에 따라 지정 및 보전한다. 2021년까지 지정된 시도무형문화재는 총 592건이고 한복 분야의 지정 건수는 21건이었다. 분야별로는 자수장 7건, 침선장 3건, 염색장 2건, 전통직물짜기 4건, 매듭장 2건, 관모장 1건, 양태장 1건, 화혜장 1건으로 총 8개 분야로 분류됐다 <표 2-12>.

<표 2-12> 한복분야 시도무형문화재 한복분야 지정 종목 현황(2021년까지)

명칭	건수	종목
자수장	7	강원도 무형문화재(전통자수장) 경기도 무형문화재(자수장-민수) 경기도 무형문화재(자수장-공수) 경상북도 무형문화재 서울특별시 무형문화재 인천광역시 무형문화재 전라북도 무형문화재
침선장	3	서울특별시 무형문화재 전라북도 무형문화재(전통복식, 임순옥) 충청남도 무형문화재(서천침선장)
염색장	2	경상남도 무형문화재(쪽물장) 서울특별시 무형문화재(홍염장)
전통직물짜기	4	경상북도 무형문화재(안동포짜기) 경상북도 무형문화재(청도삼베짜기) 충청남도 무형문화재(한산세모시짜기) 충청남도 무형문화재(청양춘포짜기)
매듭장	2	경상남도 무형문화재 서울특별시 무형문화재
양태장	1	경기도 무형문화재
관모장	1	서울특별시 무형문화재
화혜장	1	부산광역시 무형문화재

## □ 우수 숙련인 선정제도

숙련기술인제도는 고용노동부 소관인 「숙련기술장려법」에 근거하여 국민에게 산업에 필요한 숙련기술의 습득을 장려하고 기술의 향상을 촉진하는 동시에 우수숙련 기술인에 대한 사회적 인식을 높임으로써 우수숙련기술인의 경제적, 사회적 지위를 향상시키고 국가사업경쟁력을 높이는 데 목적을 두고 있다. 우수 숙련 기술자는 해당 직종에서 7년 이상 종사한 사람으로서 서류심사, 면접심사 등의 과정을 거쳐 선정한다. 숙련기술전수자는 제조업의 기반이 되거나 세대 간 단절 우려가 있는 전통분야 등에서 15년 이상 종사한 숙련기술자로서 자신이 가진 기술을 전수하고자 하면 서류심사, 현장실사, 면접심사 등을 거쳐 선정된다. 2016~2021년까지 한복과 관련하여 우수 숙련인을 선정한 지자체는 대구광역시, 광주광역시, 경기도 가평군, 충청북도, 부산광역시, 강원도, 충청남도 등 9곳이다 <표 2-13>.

<표 2-13> 한복분야 우수숙련인 선정 지자체 및 제도명(2021년 기준)

지역	부서	제도명	운영연도
경상북도	중소벤처기업과	경상북도 최고장인	2012
경상남도	노동정책과	경상남도 최고장인	2012
대구광역시	경제국 일자리노동정책과	달구벌 명인 <sup>60)</sup>	2013
광주광역시	일자리경제실	광주광역시 명장	2013
경기도 가평군	-	전통기술분야 최고장인	2016
충청북도	일자리정책과	충청북도 명장	2016
부산광역시	노동정책과	부산광역시 최고장인	2018
강원도	기업지원과	강원도 명장	2019
충청남도	경제실 일자리노동정책과	충남명장	2020

## □ 기능경기대회

기능경기대회는 지역사회의 숙련기술개발 및 기능수준의 향상을 도모하고 우수한 숙련기술인을 발굴, 표창함으로써 사기진작과 상호 이해의 증진, 숙련기술 수준의 향상을 위하여 개최되는 대회다. 크게 국내기능경기대회와 국제기능올림픽대회, 민간기능경기대회로 구분된다. 국내기능경기대회는 지방기능경기대회와 전국기능경기대회로 구분되고 「숙련기술장려법」 제3장 제20, 21, 22, 23, 24조 규정에 근거하여 시행한다. 2021년을 기준으로 총 53개의 직종에서 대회가 개최됐다. 한복은 공예-의류분과 한복 직종이고 시행자료와 공개과제를 한국산업인력공단 글로벌숙련기술진흥원에서 운영하는 숙련기술인 포털 마이스터넷(www.meister.hrdkorea.or.kr)에 게시한다.

60) 대구광역시의 명장 칭호인 '달구벌 명인'은 2022년부터 '대구광역시 명장'으로 명칭 변경되었음.

### □ 대한민국산업현장교수 사업

대한민국산업현장교수 사업은 산업현장에서 오랜 경험과 지식을 축적한 우수기술·기능 인력을 국가 핵심인력으로 활용하기 위한 사업이다. 또한, 산업현장의 기술력 단절을 방지하고 기업 및 국가의 경쟁력을 높이며 기술·기능 인력에 대한 사회적 인식 제고를 목적으로 한다. ‘대한민국산업현장교수’는 「초·중등교육법 시행령」 제91조에 따른 특성화고등학교 등에 직업교육과 훈련을 담당한다. 또한 「고용보험법 시행령」 제12조에 따른 우선 지원 대상기업에 대한 인적자원개발·기술의 지원 등 국가의 인재 육성과 기업의 경쟁력 강화를 위하여 한국산업인력공단에서 위촉한다. 대한민국대상 분야는 총 15개 분야로 기술·기능분야(13개)와 기업인적자원개발 분야(2개)로 구분되는데 한복 분야의 대한민국산업현장교수는 기술·기능분야의 ‘섬유의복분야’에서 선발한다. 신청자격은 선정 분야에서 15년 이상의 경력을 보유하고 있는 자로 <표 2-14>의 여섯 가지 사항 중 어느 하나에 해당하는 자다.

<표 2-14> 대한민국산업현장교수 신청자격 요건

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>① 「숙련기술장려법」제2조 제2호에 따른 대한민국명장</li> <li>② 「숙련기술장려법」제2조 제3호에 따른 기능경기대회 입상자</li> <li>③ 「국가기술자격법」제9조 제1항 제1호에 따른 기술사 또는 기능장</li> <li>④ 우수한 기술·기능을 보유한 현장 경력자</li> <li>⑤ 교육훈련기관 훈련프로그램 개발 유경험자</li> <li>⑥ 그 밖에 기업 인적자원개발 관련 분야에서 종사한 자</li> </ul> |
|---|

### □ 국가기술자격증제도

2016년부터 2021년 동안 한복 분야의 국가자격증은 ‘한복기능사’와 ‘한복산업기사’ 두 종류가 있었다. 두 자격증은 모두 고용노동부 산하 한국산업인력공단이 주관하고, 교육부와 고용노동부가 소관하는 「자격기본법」, 「자격기본법시행령」, 「자격기본법 시행규칙」의 규정에 근거하여 운영된다.

한복기능사는 1984년 한복기능사 2급으로 제정되어 1998년 대통령령 이후로 현재까지 한복기능사로 명칭 되고 있다. 각종 섬유의 성질과 각종 한복을 이해하고, 디자인에 따라 치수를 잴 후 본뜨기하고, 옷감을 손질한 후 마름질하여 손바늘이나 재봉기로 바느질하여 저고리, 치마, 바지, 두루마기 등을 제작하는 내용 등을 평가한다.

한복산업기사는 1983년 대통령령으로 한복기능사 1급을 신설하고 1991년 자격을 폐지했다가 1995년 재신설했다. 1998년 한복기능사 1급에서 한복산업기사로 명칭이 개정되어 2021년까지 유지되고 있다. 전통복식의 시대적 변화와 그 시대에 따른 복식의 종류 및 섬유의 특성을 이해하여 한복을 디자인하고 제작하는 내용 등을 평가한다. 한복산업기사는 동일 또는 유사분야 기술자격 소지자와 관련학과 졸업자(의상, 패션디자인, 한국복식학 관련등), 2년 경력자만 응시할 수 있다. 시험과목은 필기 3과목(복식의장 및 한국복식문화사, 한복구성학, 피복재료학)과 실기 1과목(한복 작업)이다.

## 2. 조직

한복 관련 조직을 파악하는데 중앙정부에서는 한복 관련 소관 부처와 소속기관 및 관련 기관, 산하 공공기관 그리고 외청을 대상으로 했다. 이와 같은 조사 범위를 설정하여 각 부처의 홈페이지를 통해 인력과 조직의 규모를 파악하고자 하였지만, 한복 분야의 기본법이 제정되지 않은 상황이기 때문에 문화체육관광부와 외청인 문화재청, 공공외교정책 시행 이후의 외교부, 산업통상자원부 외엔 한복 관련 조직과 인력을 종합적이고 명확하게 파악하는 데 한계가 있었다. 이에 ‘한복 관련’이라는 표현으로 한복 정책수립과 시행에 관련된 조직을 갈음했다. 또한, 본 백서에서는 각 기관의 전반적인 연혁과 규모에 대한 설명은 축약하고 한복 관련 조직과 인력을 직관적으로 파악할 수 있도록 압축했다.

### 1) 중앙정부

#### □ 문화체육관광부

문화체육관광부는 문화예술의 창달과 국민의 문화복지 구현과 문화·체육·관광·콘텐츠의 육성을 통한 국민 삶의 질 향상에 기여하기 위해 문화·예술·체육·관광·콘텐츠·종교·미디어·홍보 등 여러 분야에서 다양한 정책을 추진하는 중앙행정기관이다. 2021년을 기준으로 본부는 2차관 1차관보 1단 4실 5국 12관 58과 3팀으로 구성되었고, 19개의 기관이 소속되어 있다. 본부의 한복전담부서는 제1차관>문화예술정책실>문화정책관>전통문화과이다.

#### ○ 소속기관

한국공예·디자인문화진흥원은 공예와 공공디자인, 전통생활문화의 진흥을 위하여 설립된 문화체육관광부 산하 공공기관이다. 창의적인 공예문화, 디자인문화, 전통생활문화의 확산과 진흥을 통하여 한국 문화의 정체성을 확립하고 경쟁력을 강화하여 국민의 삶의 질 기여를 목적으로 2000년 4월 재단법인 한국공예문화진흥원으로 설립됐다. 2021년 기준으로 한국공예·디자인문화진흥원은 5개 본부, 14개 팀으로 조직으로 구성됐다. 한복전담부서인 한복진흥센터는 한복문화팀과 한복산업팀으로 구분되어 있다.

#### □ 문화재청

문화재청은 문화재를 보존하여 민족문화를 계승하고 이를 활용할 수 있게 함으로써 국민의 문화적 향상을 도모하고 인류문화의 발전에 기여하기 위하여 문화체육관광부의 외청으로 설립됐다. 문화재의 보존·활용·조사연구를 위한 핵심적인 정책을 수립하고 추진한다. 본청은 2021년을 기준으로 1관 3국 19과 1단 2팀으로 조직되었고 직원은 297명이다. 궁능유적본부, 한국전통문화학교, 국립고궁박물관 등 19개의 소속기관이 있으며 직원은 729명이다. 문화재청의 한복 관련 전담부서는 문화재정책국>무형문화재과이다.

#### ○ 소속기관

① **공능유적본부**

문화재청 공능유적본부는 조선의 궁궐·종묘·사직·왕릉의 효율적인 보존관리와 활용을 위해 정부조직법에 따라 2019년 1월 1일에 출범한 문화재청의 소속기관이다. 2021년을 기준으로 1과 10소로 조직되었고 한복 관련 부서는 공능서비스기획과이다.

② **한국전통문화학교**

한국전통문화학교는 문화체육관광부의 외청인 문화재청의 소속 기관이다. 전통문화의 창조적 계승·발전 및 문화재의 보존·관리 활용 이론과 실제적인 응용력을 갖춘 전통문화 전문인을 양성하고, 한국문화의 보급과 창달에 이바지하는 것을 목적으로 설립됐다.

**□ 외교부**

외교부는 외교, 경제외교 및 국제경제협력외교, 국제관계 업무에 관한 조정, 조약 기타 국제협정, 문화협력, 대외홍보, 재외국민의 보호·지원, 재외동포정책의 수립, 국제정세의 조사·분석에 관한 사무를 관장하는 대한민국의 중앙행정기관이다. 외교부에서의 한복 관련된 전통적인 정책적 활용은 한국전통문화 홍보 차원에서 진행되었으며, 대내외 행사에서는 한복전시나 패션쇼 등을 주로 개최했다. 2016년 범정부적·범국민적 차원의 통합적·체계적인 공공외교 추진을 위한 「공공외교법」을 제정 및 발효하고 ‘문화공공외교’, ‘지식공공외교’, ‘정책공공외교’의 추진전략으로 한국의 전통문화에 대한 매력과 호감도를 높이고 쌍방향 문화교류를 통한 소통강화 정책을 추진함으로써 공공외교차원에서 한복의 활용은 더 높아졌다.

**□ 산업통상자원부**

산업통상자원부는 산업발전, 수출증대, 통상 및 국제협력 확대 등을 통해 기업들의 경쟁력을 향상시키는 실물경제의 주무부처다. 한복은 산업분류코드가 산업적인 측면에서 의류·패션·섬유산업의 큰 범주에서 포함되어 산업통상자원부의 정책사업에 포함되기도 했다. 2016년부터 2021년내에 한복 관련 사업을 주로 많이 추진하는 부서는 유통물류과와 섬유탄소나노과였다.

**□ 중소기업벤처부**

중소기업벤처부는 중소기업 정책의 기획·종합, 중소기업의 보호·육성, 창업·벤처기업의 지원, 대·중소기업 간 협력 및 소상공인에 대한 보호·지원에 관한 정책을 실현하는 중앙행정기관이다. 2017년, 중소기업 및 벤처기업 활성화를 위하여 산업통상자원부의 외청인 중소기업청을 격상하여 중소기업벤처부를 출범했다. 2021년을 기준으로 장, 차관 이하 4실, 14관, 3단, 37과, 1팀의 조직이다. 한복업체가 대부분 5인 이하의 영세한 소상공인이고, 전통시장을 중심으로 형성된 상권에 위치하는 점에서 중소기업벤처부의 관련 법령과 규정, 정책이 실질적인 영향을 주고 있다.

## □ 한국산업인력공단

한국산업인력공단은 근로자의 평생학습 지원, 직업능력개발훈련의 실시, 자격검정, 숙련기술 장려사업 및 고용촉진 등에 관한 사업을 하는 고용노동부의 산하기관이다. 한복과 관련한 분야로는 숙련기술제도와 국가자격시험, 국가직무능력표준(NCS)에 관한 분야가 있으며 소관부서는 한국산업인력공단 내에선 능력평가국, 전문자격국, 국가자격제도시스템개발팀과 부설기관인 국가직무능력표준원, 글로벌숙련기술진흥원이 있다.

## □ 기타

이 외에 학교 주무부처인 교육부의 교육복지정책과와 문화체육관광부 전통문화과와 협업하여 한복교육보급사업을 추진하였고, 환경부의 자원순환국 자원재활용과, 통일부의 사회문화교류운영과와 산하기관인 북한자료센터가 한복과 관련된 사업이나 업무를 진행한 것으로 조사됐다.

## 2) 지방자치단체

지방자치단체의 한복 관련 조직은 우리나라 행정구역 단위 구분으로 광역지방자치단체에 속하는 ‘특별시’, ‘광역시’, ‘특별자치시’, ‘도’의 시·도청에 한정하여 조사했다. 한복문화와 산업이 지역적 특성화가 된 종로구, 은평구, 전주시, 남원시를 제외한 나머지 자치구는 이번 백서에선 제외했다. 또한, 지자체에서 수행한 한복 관련 사업의 담당 부서를 조사, 분류하여 ‘한복전담부서’, ‘관련 부서’, ‘관련 기관’, ‘한복 체험관(관광시설)’ 등으로 임의 구분하여 제시했다.

전국 광역지방자치단체의 시·도청과 한복이 특화된 지역의 행정기관에 한복전담부서가 있는 지역은 서울특별시의 서울특별시청, 종로구청, 은평구청, 전주시청, 경북도청, 충남도청, 인천광역시청 등 총 7곳이다. 한복 정책을 전담하는 부서나 인력이 있는 자치구의 산하기관은 전주시 한국전통문화전당, 경북문화재단의 한국한복진흥원 두 기관이며 이 중 한국한복진흥원은 한복전담기관으로 전국에서 유일하다.

서울특별시와 전라북도, 경상북도의 시·도청 및 자치구청 내에는 한복전담부서와 인력, 관련 기관이 많이 설치되어 있어 다른 지역보다 행정적인 측면에선 활성화됐다고 할 수 있다. 전북 전주시청은 ‘한韓스타일’을 시정 문화정책의 핵심가치에 두었고, 경북도청은 한복과 관련된 시책을 한복을 전담하는 문화산업부를 비롯한 많은 부서에서 수행했다. 또한, 경상북도와 상주시가 공동출자하고 경북문화재단에서 위탁 운영 중인 한국한복진흥원과의 도청차원에서 연계되고 있으므로 향후 한복 정책의 지역적 거점으로서 역할이 기대되는 지역이라 할 수 있다.

한복 관련 사업을 수행한 지자체의 조직에서 보이는 공통적인 특징은 문화체육관광부서 외에 1. 여성가족과, 2. 일자리경제과, 3. 지역여성회관이 있었다. 한복 체험관(한복 체험을 할 수 있는 관광시설)을 많이 설치한 지자체는 서울 종로구와 충청남도, 대구광역시, 부산광역시, 전라남도, 경상남도 등이었다 <표 2-15>.

<표 2-15> 지방자치단체 행정기관 한복 업무 전담부서 및 관련 기관 현황(2016~2021)

광역지방자치단체	행정기관	한복전담부서	관련부서	관련기관	한복체험관 (관광시설포함)
서울특별시	서울특별시청	문화재정책과 문화재정책팀	문화본부/역사유산진흥팀 문화정책과	서울공예박물관	-
	종로구청	문화과 문화정책팀	보건위생과/ 자원순환과	종로문화재단 서울역사박물관 서울생활사박물관	북촌, 곱다한복체험관 남산골한옥마을 상촌재/무계원
	은평구청	문화관광과	-	은평문화재단	은평한옥역사박물관 (너니들이센터)
전라북도	전북도청	-	문화예술과/관광총괄과 국제협력과/일자리경제과	전북여성교육문화센터 국립무형유산원	김제 벽골제
	전주시청	전통문화유산과 한문화	버스정책과 여성가족과 관광산업과 창업청년지원과	전주여성인력개발센터 한국전통문화전당 온두레공동체 전주공예품전시관	전주한옥마을
	남원시청	-	문화예술과	-	화인당
경상북도	경북도청	문화관광체육국 문화산업과	문화예술과/문화유산과 여성가족정책과/일자리민생본부-기업노사지원과 문화융성사업단/균형발전사업단/ 글로벌통상협력과 예산담당관실/관광진흥국 관광마케팅과/청사운영기획과 동해안정책과/동해안전락사업국/환동해지역본부 총무민원실/중소기업벤처과/건축디자인과/전국체전기획단/ 메타버스정책과/미래전략기획단/외교통상과	경북문화재단 한국한복진흥원 한국국학진흥원	김천시 사명대사공원 한복체험관
대구광역시	대구광역시청	-	섬유패션과/문화예술정책과 관광과/일자리노동정책과 여성가족정책과/의료산업과 위생정책과/사회적경제과 국제통상과/홍보브랜드담당실/고용노동과/물산업과	대구여성회관 동부여성문화회관 대구국립박물관 대구섬유박물관	대구약령시 한의학박물관 근대골목한복체험관 모명재 한복전통문화 체험관
충청남도	충남도청	문화체육관광국 문화산업팀	일자리노동정책과/농업정책과/통합돌봄과/도시재생과	충남인재육성재단 충남창조경제혁신센터	유구섬유역사전시관/유구전통시장 아산 외암민속마을서산해미읍성 백제문화단지/서천군 한산 모시관
인천광역시	인천광역시청	문화유산과	관광진흥과/ 주거재생과	여성복지관 동구여성회관	월미공원(양진당, 월미문화관) 강화소창체험관
부산광역시	부산광역시청	-	문화체육관광부/일자리경제실/여성가족국	여성회관	한복체험관



				여성문화회관 충렬사관리사무소	(용두산공원-아담) 부산전통문화체험관
대전광역시	대전광역시청	-	일자리경제과/문화재중무과 소상공인과/청년정책과 여성가족청소년과 균형발전과/장애인복지과	한복거리 외국인주민 통합지원센터 여성가족원 동구청	한국효문화진흥원 대전어린이회관
광주광역시	광주광역시청	-	문화도시정책관/관광진흥과 문화기반조성과/체육진흥과 일가정양립-지원본부 여성청소년-가족정책관 국제협력담당관 자치행정과	광주문화재단	전통문화회관
강원도	강원도청	-	문화예술과 관광마케팅과	강원문화재단 2018평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회조직위 원회	오죽헌한복체험관(강릉시) 강원감영한복체험관(원주시) 김유정문학관(춘천시)
충청북도	충북도청	-	문화예술산업과/일자리기업과 여성정책관/바이오정책과 노인장애인과/원예유통식품과 건축문화과	충북문화재단 제천국제한방바이오산업엑 스포 조직위	옥천 전통문화체험관
전라남도	전라남도청	-	관광과/문화예술과 문화자원과/사회적경제과 희망인재육성과/장애인복지과 국제협력관/여성가족정책관	전남국제수목비엔날레 사무국	영암 구림마을 곡성 창동마을 순천 낙안읍성 순천 문화의거리 창작예술촌
경상남도	경남도청	-	관광진흥과/중소벤처기업과 국제통상과/기업지원과 여성가족정책관/장애인복지과	경남여성능력개발센터 (재)김해문화재단 함양산삼향노화엑스포조직 위원회	김해 한옥체험관 창원시 한복문화체험관 진주성(한복체험) 산청 동의보감촌
울산광역시	울산광역시청	-	창업일자리과/관광진흥과 여성청소년과/환경정책과	울산박물관 농업기술센터	-
세종특별시	세종특별시청	-	문화체육관광과/관광문화재과 산림공원과/일자리정책과	-	-
제주특별 자치도	제주특별 자치도청	-	세계유산본부 세계유산문화재부	-	제주섬음악을 제주민속촌

### 3. 정책

중앙정부의 한복정책은 주무부처인 문화체육관광부와 문화재청, 외교부, 산업통상자원부의 사업을 중심으로 조사했다. 그 밖의 정부 부처의 사업도 한복이 정책사업의 목적이 된 경우에 한정하여 조사했다.

지방자치단체의 한복정책은 해당 지자체 기관에 한복전담부서가 있는 경우, 그 부서의 수행사업을 중심으로 조사했다. 그러나, 지자체 행정기관에 한복전담부서가 명확하지 않은 경우, 시정백서와 성과보고서, 업무계획보고서, 홈페이지에 공개된 게시물을 확인하여 연도별 분류를 하고 사업의 성격과 특성을 파악했다.

#### 1) 중앙정부

##### □ 문화체육관광부

문화체육관광부는 매년 정책의 전략적 비전과 체계적인 수행을 위한 성과관리 시행계획을 발표한다. 시행계획의 주요특성은 「성과관리 전략계획」에서 제시된 6대 전략목표를 바탕으로, 국정과제, 주요업무계획, 대통령 지시사항 등 핵심적인 업무를 반영하여 성과 목표 및 관리과제를 제시한다는 것이다. 2016년부터 2021년까지 문화체육관광부에서 수립·시행된 한복 정책사업의 관리과제명은 <표 2-16>과 같다. 2016년부터 2017년까지 지역·전통문화 활성화의 관리과제명이 2018년 이후로 <전통문화진흥>으로 명료해졌다. <국가 이미지 제고 및 한국문화 해외 홍보>사업이 2016년, 2018년, 2019년, 2021년에 포함됐다. 2020년 이후로는 <세계 속 한류 문화확산과 타산업 동반진출 지원>에 한복과 관련된 정책이 포함됐다.

<표 2-16> 2016년~2021년 문화체육관광부의 한복정책사업 성과관리 관리과제명

연도	관리과제명
2016년	5. 지역, 전통문화 활성화 62. 국가 이미지 제고 및 해외 한국홍보 강화
2017년	5. 지역, 전통문화 활성화
2018년	6. 전통문화 진흥 63. 한국문화의 해외홍보를 통한 국가이미지 제고
2019년	6. 전통문화 진흥 63. 한국문화의 해외홍보를 통한 국가이미지 제고
2020년	6. 전통문화진흥 32. 세계속 한류확산과 타산업 동반진출 지원
2021년	5. 전통문화진흥 32. 세계 속 한류확산과 타산업 동반진출 64. 체계적 해외홍보를 통한 국가이미지 제고

이와 같은 맥락에서 2016년부터 2021년 문화체육관광부에서 수립, 시행한 한복정책

사업과 성과를 ①(지역)전통문화 활성화 진흥 ② 한국문화의 해외 홍보를 통한 국가 이미지 제고 ③ 세계 속 한류확산과 타산업 동반진출지원으로 구분한 것은 <표 2-17, 18, 19>와 같다. 2016년에서 2021년까지 문화체육관광부에서 (지역)전통문화 활성을 위해 수립한 한복사업은 한복의 생활화 및 유통 활성화 지원, 국내외 확산을 목적으로 수립됐다.

<표 2-17> 2016년~2021년 문화체육관광부 (지역)전통문화 활성을 위한 한복사업

연도	(지역)전통문화 활성화 한복사업: 한복분야의 생활화 및 국내외 확산
2016년	1. 한복의 날 기념 패션쇼, 전시, 체험전(10. 21~22/ 경복궁, 80백여 명) 2. 찾아가는 한복 교육(50개교) 3. 한복 유통습 판매지원(4-12월/ K-스타일 허브, 공예트렌드페어) 4. 한복 세계화 문화 보급(해외문화원 노후한복 400벌 교체, 뉴욕패션스쿨 한복 특상 6회)
2017년	1. 한복의 날 기념 패션쇼(10.20/ 경복궁, 40백명) 2. 찾아가는 한복 교육(79개교/ 72백명) 3. 한복 유통습 판매 지원('17.4월~'18.1월 / 청와대사랑채, 공예트렌드페어, 문화역서울284) 4. 한복 세계화 문화 보급(세종학당 10개소/10회, 해외패션스쿨 한복특강 5개교/10회)
2018년	한복문화주간/ 찾아가는 한복문화교육/ 한복상점/ 해외거점 한복문화 보급/ 디자인 개발 지원
2019년	한복문화주간/ 찾아가는 한복문화교육/ 한복상점/ 세시풍속 맥 잇기/ 전통문화 향유 프로그램 지원 사업/ 한복 교복 시범사업
2020년	한복교복 보급 및 확산/ 한복마름방/ 찾아가는 한복문화교육/ 한복 대학전문교육
2021년	1. 최초의 한복 국무회의 개최 2. 문화체육관광부, 한복입기 좋은 날 3. 대중문화, 유통업 등 협업 ex. 케이팝스타, 대형 영화관(CGV), 프로야구, 대형 쇼핑몰 등과의 협업 4. 한복 교복 보급/ 한복문화 교육/ 한복마름방 5. 한식문화 확산 및 계승·발전을 위한 기반 구축: 한복 유니폼 6. 전통문화산업 기반조성을 위한 육성·지원 및 활성화: 메타버스 콘텐츠

<표 2-18> 2016년~2021년 문화체육관광부 한국문화의 해외 홍보를 통한 한복사업

연도	(체계적인)한국문화의 해외 홍보를 통한 국가 이미지 제고를 위한 한복정책사업
2016년	1. 재외문화원 한국문화 보급사업 다양화: 다양한 한국문화 전시 체험공간인 '한국문화(K-Culture) 체험관' 조성(3개교), 현지 한국문화 홍보대사 'K-Culture 서포터즈' 운영(29개소 570여 명) ① 한복 식품 공예품 등 우수문화 상품 해외전시(필리핀, 스페인, 일본) 등 글로벌콘텐츠 공모전: 외국인의 시각으로 본 한국문화에 대한 공감과 가치 발견 온라인 공모전 개최 ② 특별주제 한복, 평창올림픽 홍보이벤트 추진
2018년	1. 재외문화원에 우수 사업을 기획·제공하고, 주재국의 선호를 반영한 특화 사업을 추진하여 한국의 우수 콘텐츠 소개 ① (코리아넷) △한국에 대한 심화 인터뷰 다큐멘터리 '코리아 포커스' 시리즈 런칭 * 한옥, 한복, 한식, 명절(추석), 자연(내장산 단풍), ICT(지스타) 등, 7편 제작 및 게재 (조회수 59,258건)
2019년	1. 5개 핵심 분야(한국어·문학·콘텐츠·한식·전통문화)에 사업역량 집중, 주재국 지역적 특성 및 수요 반영한 대표브랜드 사업 추진*으로 적극적 한국문화 홍보 추진 * '18년 문화원 대표브랜드사업 참여자 만족도 목표(85점) 달성 ① 주요 계기 발생 시 재외공관 연계 모니터링 실시(추가), '한국바로알림서비스(웹사이트)' 통한 한국 관련 오보·오류 대응 체계화 및 국민 직접 참여로 오류대상 범위확대(동해→문화, 역사, 인물 등 다양화) * (자체 발굴) 신고 외에도 해문홍 자체 오류발굴로 오류에 선제적 대응 * (오류 예시) 한복(Hanbok) → 코리아안 기모노(Korean Kimono)
2021년	1. 외국인 한국문화 홍보전문가 육성 및 자체 영상 제작(김치 관련 237건, 군함도 79건, 한복 219건) 2. 한복, 국악, 케이팝 등 9개 주제로 국제콘텐츠 공모전 운영

〈표 2-19〉 2016년~2021년 문화체육관광부 세계 속 한류확산과 타산업 동반진출을 위한 한복사업

연도	(지역)전통문화 활성화 한복사업: 한복분야의 생활화 및 국내외 확산
2020년	1. 한류를 통한 관광·소비재 등 연관산업 동반성장 추진 ① 게임(이스포츠)·만화·전통·미용·패션·생활용품 등 6개 분야 63개사 참여 한류 연계 협업 상품 개발 및 상품화 지원(20년 신규) * 케이팝 가수 및 현대무용단 한복 상품 제작 참여(원단, 문양 선택 등)- 한류 아이들-한복 연계
2021년	1. 한류 및 연관산업 동반 해외 진출 협업상품 개발 : 콘텐츠IP를 활용한 웹툰, 게임, 전통문화(한복, 한지), 생활소비재 등 중소기업 상품 기획·개발, 홍보, 유통 지원 (63개 기업) 2. 쌍방향 문화교류, 조사연구, 인력양성 등 한류 지속기반 조성 ① 한류행사 : 대규모 한류 브랜드행사를 통한 한국문화 접점 확대 ② 월드 케이팝 콘서트 : 국내외 한류팬을 대상으로 코로나19 극복과 점진적 일상회복을 위한 대규모 한류문화행사 개최 ▶ 기간/장소 : 21.11.13.(토)~14.(일) / 고양시 킨텍스 제2전시장(7홀, 9홀) * 엔터테인먼트 산업박람회(킨텍스 제2전시장 8홀) 연계 개최 ▶ 주최/주관 : 문화체육관광부/한국국제문화교류진흥원(제일기획, CJ ENM, 씨포스트) ▶ 주요내용 : K-pop을 중심으로 전 세계 아티스트와 팬이 즐길 수 있는 ▲월드 K-pop 콘서트, ▲부대행사(K-컬처 팬 페어, 컨퍼런스 등) 등 ▶ 주요성과 : 월드 K-pop 콘서트 등 동시 최대 접속자 수 15만명 이상, 누적조회수 251만회 이상/ 팬들이 디자인한 한복 전시

### □ 문화재청

본 백서의 조사 기간 내에 문화재청의 주요업무에 한복 관련사업이 포함된 것은 2016년 궁궐 활용프로그램과 2021년 ‘한복생활’에 대한 국가지정무형문화재 신규지정과 관련된 것이다. 2016 제2회 국중문화축전 활성화를 통한 문화유산 향유기회를 확대하고자 국민 참여 유도 프로그램으로 <2016년 한복사진 공모전>이 기획됐다. 이후 <2017 한복사진 공모전 ‘좋은날, 고운날’>, <2018 고궁 한복사진공모전>으로 진행됐다. 2019년 이후부터 사진공모전은 주제를 궁궐로 바꾸어 진행했다. 2020년에는 <궁궐한복 사진전>이 개최됐다 <표 2-20>.

〈표 2-20〉 문화재청 주최 한복사진 공모전 및 전시회(2016~2021)

사업명	주최/주관	공모주제 및 기간
2016년 한복사진 공모전	문화재청/한국문화재단	공모주제: 한복 나들이 공모기간 : 2016. 3. 25.~4. 11.
2017년 한복사진 공모전	문화재청/한국문화재단	공모주제: 좋은날, 고운날 공모기간 : 2017. 3. 27.~4. 10.
2018년 한복사진 공모전	문화재청/한국문화재단	공모주제: 궁궐 속 한복이야기 공모기간 : 2018. 3. 26.~4. 9.
2020년 궁궐한복 사진전	문화재청/한국문화재단	공모주제: 궁을 걷다, 멋을 입다 오프라인/전시 장소: 경복궁 근정전 앞 회랑 일시: 2020.10.10.~10.18.

2021년 ‘한복생활’이 전통생활관습, 전통지식 분야 등의 국가지정무형문화재 신규지정을 위해 지정조사가 실시되어 문화재청의 전략적 정책대상에 포함됐다. 또한, 한국의 대표적인 문화유산으로 향유 확대를 위한 관리과제의 세부사업으로 추진되어 비대면 콘텐츠가 제작되었고 이를 통해 해외 홍보를 강화했다 <표 2-21>.

〈표 2-21〉 2021년 문화재청 자체평가 결과보고서 중 한복 관련 정책사업 및 주요성과

관리주제	2021년 주요 성과
무형문화재 종목 및 인적역량 강화로 보호·전승체계 향상	국민 공감형 종목 발굴·지정 및 K-무형유산 홍보 강화 : 전통생활관습, 전통지식 분야 등 신규 발굴을 위한 지정조사 완료(한복)
모두의 일상과 함께 하는 문화유산 향유 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 디지털 콘텐츠 제공으로 문화유산 향유방식 다변화 및 가치 재창출</li> <li>- 사회적 거리두기의 지속적인 시행에도 최신 디지털 기술 접목(메타버스, 미디어아트 등)으로 문화유산의 가치를 재발견하는 기회 마련</li> <li>- 코로나19 이후 한국 방문이 자유로워지는 시기에 대비, 우리 대표 문화유산(한복·한식·한옥 등)의 비대면 콘텐츠를 제작 및 해외 홍보 강화</li> <li>- 세계유산축전, 지역활용사업, 미디어아트, 메타버스 활용으로 문화유산 관광, 콘텐츠 산업 등 산업 간 연계로 지역경제 활성화에 선도적 역할 수행</li> </ul>

## □ 외교부

외교부의 한복 관련 정책사업의 유형과 변화를 <공공외교정책>을 중심으로 조사하고 기술하고자 했다. 2016년 공공외교법이 제정되고, 「공공외교 기본계획(2017~2021)」이 2017년도 8월에 수립됐고, 2020년부터 종합시행계획이 추진됐다. 공공외교 정책 시행 이후, 정부와 지자체의 성과를 종합적으로 정리한 자료는 2020년 공공외교 종합시행계획에 포함된 2019년의 성과부터다.

한복은 문화부문, 지식부문별 사업에 정책적 대상 혹은 정책수행을 위한 사업에 포함되어 있다. 「공공외교 기본계획(2017~2021)」에 제시된 것은 '전략부문 2'. 풍부한 문화자산을 활용한 국격 제고 및 국가이미지와 '전략부문 3'. 한국에 대한 올바른 인식과 이해 확산의 세부사업이다. 전략부문 2의 경우 재외공간별 현지 맞춤형 한국 알리기를 위해 개최되는 한국주간행사에 '한복패션쇼' 개최 등을 예로 들 수 있다 <표 2-22>.

〈표 2-22〉 2019년~2022년까지 추진된 외교부의 한복 관련 공공외교 사업

「공공외교 5개년 기본계획」 중점 추진과제	2019	2020	2021
<b>전략부문 2. 풍부한 문화자산을 활용한 국격제고 및 국가이미지 강화</b>			
2-1-1 수교기념 및 주요외교계기 행사의 전략적 활용 ▶ 수교기념 및 주요외교계기 기념사업			
2-1-2 재외공관별 현지 맞춤형 한국 알리기 ▶ 한국주간(Korea Week)행사			
2-3-1 쌍방향 문화교류 활성화 ▶ 한국 종합문화예술 소개(글로벌 공헌 제외)			

외교부는 매해 <주요외교계기기념사업결과보고서>를 발행하고 있는데, 2016년도의 관련 기념사업이 19건, 2017년 18건, 2018년 24건, 2019년 26건, 2020년 25건, 2021년 24건 등 총 136건이었다. 한복이 행사개최의 주요한 목적이거나 '한복체험'과 같은 프로그램으로 기획된 경우, 결과보고서에 한복의 중요성이 강조되었던 행사를 중심

으로 분류한 <수교기념 및 주요외교계기 기념사업>은 20건이다 <표 2-23>. 한복홍보가 행사의 주요프로그램으로 기획된 것은 총 3회로, 2016년 독일에서 개최된 <이영희 한복 패션쇼>, 2016년 중국에서의 ‘한지 한복패션쇼’, 2021년 한-러수교30주년기념 <한복전시회>이다. 이외에 한복체험이 부대행사로 기획되었고, 한국관광사진공모전, 한국전통문화공연 등 여러 분야와 복합된 형태의 공연이나 행사에서 한국전통문화의 한 요소로 활용됐다.

<표 2-23> 2016년~2021년 <수교기념 및 주요외교계기 기념사업> 한복 관련 프로그램

연도	국가	사업명	사업내용
2016	독일	ITLOS 창립 20주년 기념 행사	*이영희 한복 패션쇼(Kostüme des indes)
2017	베트남	한-베트남 수교 25주년	「2017 코리아 페스티벌-호이안, 다낭」 「한국문화관광대전 ‘Korea Days in Hanoi」 「한-베 다문화 가정 자녀 고국 방문」 *한복체험
2017	아제르바이잔	한-아제르바이잔 수교 25주년	전통 연회 공연
2018	중국	한중 전략적 협력 동반자 관계 수립 10주년 기념	*한지 한복 패션쇼
2018	미얀마	미얀마 독립 70주년 기념	한국 전통무용 공연
2018	태국	한-태국 수교 60주년 기념	우정의 밤 및 한국의 날: *한복 체험 부스, 문화공연
2018	UAE	UAE 자이드의 해 100주년 기념	전통무용 공연 및 한-UAE 문화 전시회 *한복, 아바야 등 전통옷 입어보기 체험전
2019	노르웨이	한-노르웨이수교 60주년	한국전통무용공연, 닥종이 인형 전시회, 국립국악원공연
2019	세르비아	한-세르비아 수교 30주년	국립무용단 공연 ‘목향’
2019	스웨덴	한-스웨덴 수교 60주년 기념	제주 해녀 문화전, 국립국악원 공연
2019	칠레	2019 칠레 APEC 정상회의 개최	인천시립무용단 공연 및 워크숍
2019	에콰도르	에콰도르 독립 210주년 및 국무총리 공식방문	한국전통무용 공연
2019	콜롬비아	콜롬비아 독립 200주년	리틀엔젤스 공연
2020	러시아	한-러시아 수교 30주년	한국관광사진 콘테스트(*한복체험 또는 고궁에서 한복입은 시민들의 사진이 입상) 유즈노사할린스크출장소가 최초로 개최한 온라인 공모전, 해시태그 설정으로 일반인에게 ‘한-러시아 수교 30주년’을 널리 홍보, 참여형 공공외교 활동을 강화하는 계기 마련
2020	루마니아	한-루마니아 수교 30주년	한국 전통무용 공연/ 온라인 상영
2021	러시아	한-러시아 수교 30주년	‘2020-2021 한러 상호교류의 해’ 폐막식 유튜브 생중계, 러시아 사람들만을 위한 한국전통예술 소개/ *한복전시회 개최
2021	라트비아	한-라트비아 수교 30주년	제8회 한국어말하기 대회/ 행사장 입구에 한국관광, *한복, 한옥 등 사진 전시회 개최
2021	카메룬	한-카메룬 수교 60주년	한식홍보행사: *한복체험행사
2021	호주	한-호주 수교 60주년	‘Korea Day’: K-pop공연을 비롯한 한국의 문화체험
2021		한-호주 수교 60주년	‘벽화 속 한국과 호주’(* 한복이미지활용)

## □ 산업통상자원부

산업통상자원부에서 수립·추진한 한복 관련 정책사업은 유통·산업활성을 위한 <코리아세일페스타 KOREA SALE FESTA>사업, 해외산업박람회 참가, 의류·패션업계의 정부포상제도인 「대한민국 패션대상」 사업으로 조사됐다.

<코리아세일페스타 KOREA SALE FESTA>사업(이하 코세페사업)은 2016년 산업통상자원부가 진행하던 <코리아 블랙프라이데이<sup>61)</sup>>와 문화체육관광부가 진행하던 <코리아그랜드세일<sup>62)</sup>>을 유기적으로 통합하고 축제기간 중 한류문화행사를 집중적으로 개최한 ‘쇼핑+관광+한류’가 융합된 쇼핑관광축제다. 이 행사가 한복업계와 연관이 있는 이유는 전통시장참여 확대를 통해 서울 종로 광장시장, 제주 동문시장 등 한복업계가 집성한 시장의 참여를 유도했기 때문이다. 또한, 고궁 관람 및 한복의 날과 연계하는 등과 같은 전통문화의 한류 콘텐츠를 통해 축제에 참여하는 관광객들에게 다양한 문화이벤트를 기획·제공했다 <표 2-24>.

<표 2-24> 2016년~2021년 코리아세일페스타 개최현황과 한복·전통시장 관련 행사

사업명	사업내용	한복·전통시장 관련 행사
2016 Korea Sale FESTA	2016.9.29.~10.9 (대규모 특별 할인) 2016.10.1~10.31 (외국인 특별 할인) 2016.9.29.~10.31 (한류문화 체험 행사)	*전통시장 쇼핑관광축제(전국 400여개 전통시장 참여 9. 28~10.31) - 대전 중앙시장: 재고장터 및 한복플리마켓 - 전북 전주남부시장: 관광상품과 연계(한옥마을, 무료 관광열차 등)
2017 Korea Sale FESTA	2017.9.28.~10.31.	- 제주동문시장(연합): 전통시장체험행사(한복, 공예, 오메기떡, 시장체험) - 전주 남부시장: 외국인 한국문화체험(한복남녀)
2018 Korea Sale FESTA	2018.9.28.~10.7.	- 참여하는 모든 시장에서 한복패션쇼, 미술대회, 걷기대회, 음악회 등 개최 - 전국 300개 전통시장에서 전통문화 체험 등 지역특색에 맞는 체험형 축제 진행 - 광장시장: 롯데마트 및 신세계백화점, 두타와 한복패션쇼 진행, 관광지와 연계한 관광코스 개발(한복, 한식 민속놀이 등 체험 제공)
2019 Korea Sale FESTA	2019.11.1.~11.22.	전국 지자체에서 코세페와 연계하여 전통시장 할인 및 특별행사를 다채롭게 진행
2020 Korea Sale FESTA	2020.11.1.~11.15.	전국 지자체에서 코세페와 연계하여 전통시장 할인 및 특별행사를 다채롭게 진행
2021 Korea Sale FESTA	2021.11.1.~11.15.	대구, 인천, 세종, 강원, 전북 등 지역별 전통시장에서 일정 금액 이상 구매 시 장바구니 증정 이벤트

이 외에 「2017 뉴델리 한국우수상품전」(주최/주관:산업통상자원부/KOTRA)개최, 러시아 최대 산업박람회인 「2018 이노프놈」에 협력국 참가 등에서 한국문화를 홍보할 수 있는 한국문화홍보관을 운영하였고 한복체험프로그램을 포함했다. 포상제도로는 <대한민국패션대상>이 있다. 이 제도는 패션인과 봉제인 등 패션산업 발전에 이바지한 유공자 포상과 신진 디자이너 오디션 시상을 한자리에 만날 수 있는 행사로 <코리아패션대상>, <패션봉제산업인상>, <K패션오디션(대한민국패션대전)> 3개 행사로 구성되어 있다.

61) 내·외국인을 대상으로 한 대규모의 할인행사(2015년 시작)

62) 외국인 관광객 유치를 위한 쇼핑관광행사(2011년 시작)

## □ 기타

이 외에 교육부의 교육복지정책과가 2019년에 문화체육관광부와 업무협약을 맺고 「초·중등교육법」제 2조에 따른 학교에 한복교육 보급사업을 추진·시행하고 있다. 중소기업벤처부는 성장 가능성이 높은 제조 소기업을 대상으로 진단을 통해 기업 특성별 맞춤형 지원으로 <제조중소기업혁신 바우처사업>을 운영하고 있다. 2020년에 생활한복업체 돌살나이를 수행기관으로 지정했다.

## 2) 지방자치단체

### □ 서울특별시

서울시청의 한복 관련 사업은 전통문화 행사와 축제복식 고증에 집중되어 있고 단위사업인 <전통문화시설운영>, <전통문화활성화>의 세부사업에 포함되어 있다.

<전통문화시설운영>의 세부사업은 ‘남산골 한옥마을 및 전통정원 운영’, ‘운현궁 위탁운영’, ‘무형문화재 전수시설 운영’ 등이다. ‘남산골 한옥마을 및 전통정원 운영’에서의 한복 관련 사업은 한옥마을내 ‘윤씨가옥’, ‘이승업가옥’에서 한복체험 프로그램이 운영됐다. 운현궁에서는 궁을 활용한 <시대별전통복식한복패션쇼(2021)>가 개최됐다.

<전통문화활성화>에 포함된 재현사업은 총 7개로 ‘과거시험재현’, ‘종묘대제지원’, ‘사직대제 및 환구대제지원’, ‘왕궁수문장 교대의식 재현’, ‘남산봉수의식 등 전통문화행사’, ‘정조대왕 능행차 재현’, ‘무악산 봉수의식 재현행사’다. 재현행사 중 ‘왕궁수문장 교대의식 재현행사’가 서울시의 대표적인 한복 관련 사업이라 할 수 있다.

### ○ 종로구청(종로문화재단)

서울시 종로구청의 한복정책관련 전담조직은 문화과의 문화정책팀이며, 산하기관으로 종로문화재단을 운영하여 서울시 한복 관련 대표축제인 종로한복축제를 2016년부터 기획·추진하고 있다. 행정구역 안에 경복궁을 비롯한 주요한 4대 궁이 위치하고, 전국최대 한복 도소매시장인 서울 종로 광장시장과 동대문종합시장 있어 한국 복식문화와 역사에 중요한 위치에 있다. 한복과 관련된 정책사업은 종로구 문화부 정책의 ‘문화예술진흥을 위한 문화예술 향유 기회 제공’과 ‘관광활성화 기반 조성 및 관광 프로그램 운영으로 관광수요 확대’를 전략적 목표로 한다. 사업은 <지역문화개발 및 육성>, <지역행사 개발 지원>, <관광기획>, <관광사업>, <관광지원>등의 단위사업으로 구분하고 세부사업을 수립하여 시행중이다. <지역문화개발 및 육성>에는 ‘종로문화재단 지원사업’, ‘문화예술행사 개발 및 지원’, ‘한복활성화’ 사업이 한복과 관련된 세부사업으로 파악됐다. 종로문화재단<sup>63)</sup>은 ‘종로한복축제’의 주관기관으로 한복교육 및 체험을 할 수 있는 문화공간 ‘상촌재’를 운영하고 있다. 북촌축제는 북촌에서 전통공예의 맥을 이어가는 장인들이 소개하는 우리 전통 공예의 아름다움과 우수성을 경험하고 가치를 나누는 축제로 전통공예체험, 한복체험, 문화예술공연, 전통민속놀이 등의 프로그램이 있다. 2020년엔 코로나19 팬데믹 상황으로

63) 종로문화재단은 종로구청 산하기관으로 종로구의 문화, 예술 진흥과 구민의 문화복지를 위해 설립된 재단법인이다. 한복교육 및 체험을 경험할 수 있는 상촌재를 비롯한 10개의 문화공간, 5개의 축제, 생활문화사업, 종로구립예술단 등을 운영하고 있음.



인해 비대면행사로 진행되어 ‘2020 영상으로 만나는 북촌축제’로 진행되었고 북촌 및 전통공방을 소개하는 영상이 총 28편 제작됐다. <굽다. 한복체험관 운영>사업은 종로구청에서 2017년 중순 북촌에 위치한 한옥체험살이 안내센터의 기능을 전환하여 한복을 알리는 <굽다, 한복체험관>을 운영하기 시작했다. ‘한복 수선 및 리폼’, ‘우리옷 제대로 알기 교육’, ‘전통 궁중 한옥체험’ 등의 프로그램이 있다.

<종로한복축제>는 한복의 아름다움을 알리고 한복의 대중화를 위해 개최되는 종로구 대표축제로 종로구가 주최하고 종로문화재단이 주관하며 2016년에 처음 개최됐다. <2020 종로한복주간>은 코로나19 방역강화로 인해 온택트로<sup>64)</sup> 개최했다. 주요프로그램은 <2021 종로한복축제>를 기준으로 한복패션쇼, 한복뽀내기 대회, 신명과 화합의 북의 환타지, 종로한복예술회, 20XX 고하노라, 평화와 사랑의 강강술래, 거리예술공연, 종로한복길, 한복체험, 한복놀이터, 전통마켓이 있다 <표 2-25>.

<표 2-25> <종로한복축제> 개최 현황 및 포스터

	2016 종로한복축제	2017 종로한복축제	2018 종로한복축제	2019 종로한복축제	2020 온택트 종로한복축제	2021 종로한복축제
기간	2016년 9월 23일(금) ~ 9월 25일(일), 3일간	2017년 9월 22일(금) ~ 9월 24일(일), 3일간	2018년 9월 21일(금) ~ 9월 22일(토), 2일간	2019년 9월 21일(토) ~ 9월 22일(일), 2일간 ※ 한복주간: 2019. 9.17.(화)~9.22(일)	2020년 10월 9일(금) ~ 10월 31일(토)	2021년 10월 9일(토) ~ 10월 24일(일)
장소	광화문광장 복측광장, 열린시민마당, 세종로공원주차장 , 무계원, 인사동, 북촌	광화문광장, 상촌계	광화문광장 중앙-복측광장, 시민열린마당	대화로 마로니에공원 및 종로구 일대	온라인	온-오프라인 (종로구 일대)
참여 인원	100,000명	156,000명	132,787명	37,439명	203,399명 (온라인영상 조회수, 프로그램 참여자 등 포함)	302,448명 (온-오프라인 전체 합계)
행사 포스터						

64) 온택트 : untact와 on의 결합단어로, 온라인을 통해 대면하는 것, 소비자들의 간접적 경험을 심어줄 수 있는 체험미디어가 있는 것

### ○ 은평구청(북한산 한韓문화체험특구)

은평구는 전통문화 특화사업과 북한산 관광 특화사업, 북한산 한문화 홍보마케팅 특화 사업 등을 위한 정책을 수립·추진하고 있다. 한복과 관련된 사업은 은평구청 교육문화국 문화관광과가 전담하고 있다. 산하기관으로 한韓문화 체험시설을 갖춘 ‘은평한문화박물관(은평역사한옥박물관)’과 한복대여와 체험을 할 수 있는 부대시설인 ‘너나들이센터’가 있다. 2021년까지 은평구의 한복 관련 사업은 단위사업으로 수립되지 않고 한국 전통문화의 한 요소로 구성되어 있다. 프로그램으로는 북한산 한문화페스티벌에서 <한문화 체험부스: ‘전통한복 및 경성패션’>, <한복패션쇼>, 너나들이센터의 한복 대여 및 체험프로그램, 은평역사한옥박물관의 <김종순 한복전>(2016~2017)등이 있다. <은평구관광 활성화>사업의 내용은 한문화 페스티벌 추진, 문화관광 해설사 운영, 관광활성화 홍보물 제작 추진 등이다. <한문화 특구 체험형 프로그램> 사업 내용은 한문화체험축제, 한복패션쇼, 한식, 한복, 전통놀이 등 체험행사 진행에 관한 프로그램 개발 및 구성이다. <한문화 너나들이센터 건립 및 운영> 사업은 2017년에 너나들이 센터가 건립되어 2018년부터 운영되었고 센터 2층에서 한복을 무료로 대여 및 체험할 수 있다.

### □ 전라북도

전라북도의 ‘한스타일’ 전통문화는 현재 전라북도의 전통문화 정책으로 브랜드화되어 정착되는 추세다. ‘전라북도형 공공외교 한스타일’을 대표적인 예로 들 수 있다. 전라북도청의 한복 관련 정책사업은 한스타일 문화 진흥 및 육성 차원에서 전통문화의 한 요소로 활용한 경향이 있다.

2016년부터 2021년까지 전라북도청에서 한복을 활용한 정책사업은 크게 네 가지 유형으로 분류할 수 있었다. 첫째, 공공외교(국제교류팀), 둘째, 해외박람회 참가 전라북도 홍보사업(전라북도 중국사무소, 관광마케팅팀) 셋째, 국제체육대회 등 MICE사업 유치 홍보를 위한 부대행사(관광마케팅팀) 넷째, 전북여행 해외 홍보사업이다. 전라북도청의 공공외교는 단위사업 <우호·자매결연지역 다변화 및 교류증진>의 세부사업 <한국 속의 한국 전북 해외진출 사업>으로 수립되었고 구체적인 성과는 재외공간 한스타일 공간 연출, 자매·우호도시 한스타일 전시(전시관 행사), 해외문화원 전북의 날 운영 등이다. 전라북도 한스타일을 대표하는 전통한복, 한지, 한식, 한옥, 한국의 소리 등을 테마별로 실물 또는 조형물 전시, 한복체험과 같은 프로그램으로 구성하여 진행했다.

### ○ 전주시

전주시는 지역관광거점 육성을 위해 ‘한韓문화’로 전통문화콘텐츠를 리브랜딩하여 전통문화로 통합된 시책을 수립하여 추진하고 있다. 전주시는 2016년 2월 「전주시 한복착용 문화 진흥 조례」를 제정하고 한복진흥을 위한 사업을 수립하고 추진했다. 이 조례제정으로 전주시는 매월 넷째주 토요일을 ‘한복의 날’로 지정하고 매달 넷째 주 토요일 한복의 날에는 한복 착용 관람객에게 경기로 입장료의 50% 감면 혜택 제도를 규정했다. 전주시의 한복 담당 전담기관은 2019년까지 전주시청 문화관광체육과 관광사업과였고, 2020년을 기점으로 전통문화유산과 ‘한문화’ 부서로 이관됐다. 한복과 관련된 한문화 부서의

주요업무는 한복활성화사업이다. 한국전통문화전당(전략사업팀)이 산하기관이다. 2016년에서 2021년까지 전주시에서 시행된 한복 정책사업은 30건 이상으로 조사됐다. 사업의 유형은 <정책연구>, <문화행사>, <전주한복문화홍보>, <패션쇼, 전시, 체험>, <한복교육>, <포상>사업 등이 있다 <표 2-26>. 전주시 한복정책사업의 특징은 <한복문화주간> 사업과 같이 다양한 프로그램으로 구성된 대규모 행사·축제의 개최가 많고 정례화될 수 있도록 다년간의 경험과 노하우가 집적된 프로그램과 구성으로 이루어져 있다는 점이다.

<표 2-26> 2016년~2021년 전주시 한복 관련 사업 추진 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업(수)	4	7	8	3	6	6	34
사업유형	사업내용						사업수
정책연구	<한복다올마당>: 한복진흥을 위한 민관협동 정책협의체 ('16,'17, '18, '20,) 전주시 한복문화산업 육성계획 수립 용역 ('17)						5
문화행사	<한복문화활성화행사>: '17 첫 마중길 한복판/한복입고 한옥마을에서 야간산책하기 등, '19 첫마중길 '한복 특목 in 할로윈', '21 한복데이 <한복문화주간>: '18~'21까지 연속 개최						11
전주시한복문화홍보	<전주한복문화홍보> '19 (사)전주패션협회, 한복행사 문화체육관광부 장관상 <전북관광홍보> '18 전북투어패스로 한복입고 전주여행 <전주한복디자이너홍보> '18, '20 '리슬'						7
패션쇼·전시·체험	<한복할래?> '16 전주한복사진콘텐츠, 전시 <'16 한복, 나라를 펼치다> : 한복패션쇼 <덕진구 한복체험 희망활동> : 한복체험 <전라북도형공공외교: 전주한복패션쇼>						4
한복교육	<한복메이커스 양성과정> : 전주여성인력개발센터('17~) 경력단절여성 재취업교육프로그램 <초등학생과 함께 하는 한복체험교육>: '18 전주시, 전주교육대학교						6
포상	<한복명장 공로패> <한지축제 유공자 포상>						1

## ○ 남원시

남원시는 지역균형발전과 지역특화 차원에서 문화·관광도시 육성을 위한 전략적인 관점에서 '한복'을 비롯한 전통문화콘텐츠사업 및 기반을 조성했다. 남원시는 2013년 문화도시 조성 사업대상지로 선정되어 2014년부터 2018년까지 문화특화지역사업을 추진해왔다. 2018년부터 한국공예·디자인문화진흥원의 <한복문화주간>사업선정, <한복문화 지역거점사업> 선정 등 중앙정부와 한복 관련 기관의 한복정책사업을 연속 지원·수행하면서 한복을 비롯한 전통문화 분야 특성화에 주력했다. 남원시의 한복 관련 사업을 주로 전담한 기관은 남원시청의 자치행정국 관광과다. 관련 공공기관은 한복체험관 '화인당'이 있다. 2016년부터 2021년까지 남원시가 한복과 관련된 사업을 수립, 시행한 것은 총 35건으로 조사됐다. 남원시가 수립, 추진한 한복 관련 사업의 유형은 정책협의, 문화행사, 홍보, 대규모 대회·행사개최, 한복교육, 한복사업 등으로 분류할 수 있다. 문화행사 개최가 가장 많은 유형을 차지했는데, 그 중심에는 남원시의 오랜 지역축제인 <춘향제<sup>65)</sup>>와 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원 주관의 <한복활성화사업>이 있다.

65) 전라북도 남원시에서 주최하는 지역축제로 1931년부터 개최되어 우리나라 지역 축제의 효시로 꼽히고 있음.

〈표 2-27〉 2016년~2021년 남원시청 한복 관련 사업 시행 현황

연도	2016	2017	20218	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	5	5	6	5	3	11	35
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회, 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	5	12	13	2	3	4	39
내용	-남원관광시책(16) -남원시 관광홍보(21) -남원시 한복교육도 입업우협약(21) -남원시 한복문화진 흥 조례제정(21)	-춘향제 -시니어춘향선발대회 -중국염성시지매교류20 주년기념행사(16) -국인관사트디움(17) -신관사도부임행사(18) -남원군청제 이행 (21)	-춘향홍보대사 -한복문의 별 선정(17) -남원관광홍보 남원시 홍보대사위촉(20) -남원시 한복관광 100선 선정(21)	-제4회국제바둑춘향 선발대회(19) -제1회 남원국제예교 캠핑대회(19)	-남원진로직업체험지 원센터(16) -추종고 창아기는 한복 문화교육(20, 21)	-한복문화주간(20, 21) -한복문화의류전시(21) -신관사도부임행사공연 하절기 공연의상 제작 공모(18)	-

### □ 경상북도

경상북도청(이하 경북도청)은 경상북도 지역의 10개의 시와 13개의 군의 행정을 포괄하는 중심행정기관이다. 경상북도청은 가아·신라·유교문화 등 3대 문화권을 보존, 정비하는 전통문화정책을 추진해왔고 그 중 경북 북부 지역에 집산한 유교문화와 주변 자연경관을 연계한 유교문화권 관광개발을 도책으로 시행했다. 유교 및 지역의 역사와 정체성을 보존, 전승할 수 있도록 교육과 문화에 정책적인 지원을 지속하고 있다. 특히 지역의 경관, 역사 등을 활용한 창작 공연콘텐츠제작에 대한 지원을 연 10~12건, 지역행사, 축제, 대회개최 등에 대한 지원을 연 80~100건 이상 지속하고 있다. 단위사업으로 [지역문화활성지원], [지역예술활성화지원], [전통문화활성화지원], [문화디자인지원]과 같은 정책이 수립되고 세부사업들이 구성되어 추진된다. 이 세부사업들에 의해 진행되는 행사의 대부분은 전통한복 차림이 의례화된 행사다. 즉, 한복이 정책적 측면에서 지원, 육성의 대상이 아니라, 경북지역 유교 문화 전반의 생활문화요소를 보존·전승하는 문화적 가치로서 존재했다 <그림 2-1, 2, 3>.



〈그림 2-1〉 제15회 전국정가(正歌) 경창대회<sup>66)</sup>



〈그림 2-2〉 제3회 신라국학 유학경연대회<sup>67)</sup>



〈그림 2-3〉 제20회 전국유교경전암송대회<sup>68)</sup>

경북도청 내 한복전담부서는 문화관광체육국 문화산업과로 주요업무는 한복진흥원 운영지원, 한복문화 활성화 지원사업 등이다. 한복과 관련한 기관으로는 경북문화재단의 한국한복진흥원이 있다. 2016년부터 2021년까지 경상북도청이 시행한 한복 관련 사업은 총

66) www.newsgs.co.kr  
67) www.gyeongju.go.kr  
68) www.shinailbo.co.kr

75건으로 조사됐다 <표 2-28>. 사업 유형별로는 <정책> 35건, <문화행사> 21건, <홍보> 5건, <대규모 대회·행사 개최> 9건, <한복교육> 2건, <한복사업> 3건 등 이다. 정책과 관련된 사업의 3분의 2 이상이 진흥원 설립과 운영, 조례 입법, 정책개발 등 관한 건이다. 이 외에 경주의 '손명주짜기' 시도무형문화재 지정을 위한 건, 숙련기술인 대우 제도인 <경북 최고장인 선정>, <남북경협 한복·자수문화 교류 방안 연구 용역>에 관한 건 등이 있다.

<표 2-28> 2016년~2021년 경북도청 한복 관련 사업 수립 및 추진 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	9	12	13	25	5	11	75
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회, 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	35	21	5	9	2	3	75
비고	-한국한복진흥원 설립 및 출범 임용관련-16건 -경북문화재단 설립-1건 -한복정책연구-8건 -시도무형문화재 선정정 관련-2건 -한복진흥원지원조례 입법-1건 -경북최고장인선정-6건 -해양실크로드수교육전 시흥관련업무협약(20)	-안동포직녀베를방행사(17, 18) -국내외인양가족경북도내문화탐방 및 한복체험(16, 여성정책관) -한복전시 5건 -한복패션쇼-퍼레이드 9건 -한복체험 3건 -문화행사-한복작용 규정 1건	-KBS드라마화랑 홍보('16)-경주 지역 드라마촬영 -신청사 방문객 안내: 설맞이 한복차림 홍보안내원과 함께하는 경사투어 운영('19) -한글데마 팸투어(21): 한복체험 -경북, 관광우빌레터 홍보(21): 한복체험 -인도네시아! 경북은 처음이지!(21): 황리단길 한복체험	-호찌민에스포 공동조직위원장('17)한복체험존, 전통문화이벤트 -한-베트남 자연섬유 산업교류전('17) -한복문화홍보국제시포지엄및패션쇼 개최('18, '19) -2019한옥문화박람회-한복공예체험	-불후의 명강(17) -전통직조 기능인력 양성사업(21)	-전국체전 개최식 주요내빈 한복제작 공모사업(21) -제작수량 : 300벌 (4개디자인-8색) -소요예산 : 66,000천원(별당 220천원) -2021 한복디자인 콘테스트 공모전 홍보 및 공고 -전통복식 산업 활성화 지원 참여기업 모집 공고 및 접수	

75건의 사업 중 한복이 사업시행의 목적으로 수립된 경우는 총 10건으로, 2017년도 1건, 18년 1건, 19년 2건, 20년 1건, 21년 5건이었다. 시기와 사업의 성격에서 알 수 있듯이, 본 백서의 조사 기간 중 경북도청에서 한복이 <사업>의 단위로 도의 정책으로 편입된 것은 한국한복진흥원의 건립이 계기가 되었고 개원 이후, 경북문화재단 산하기관으로 운영되어 도청과 연계하여 한복 관련 사업을 추진하고 있다 <표 2-29>.

<표 2-29> 2016년~2021년 경북도청 한복사업 수립 및 추진 현황

연도	사업명	전담부서
2017~2021	한국한복진흥원 설립 및 운영 전반	문화융성사업단/균형발전사업단/문화사업과
2018	경상북도『한복인문학사전 발간사업』	문화융성사업단
2019	「남북경협 한복·자수문화 교류방안 연구용역」	동해안전략사업국
	2019 한복문화홍보 심포지엄 개최	문화산업과
2020	「해양실크로드 복식교류 전시회」	지역본부 총무민원실
2021	2022 전통문화 상품 기획전 개최	문화산업과
	한국한복진흥원 개원식 및 글로벌 한복 패션쇼 개최	문화산업과
	2021 한복디자인 콘테스트 공모전 홍보 및 공고	문화산업과
	전통복식 산업 활성화 지원 참여기업 모집 공고 및 접수	문화산업과
	전국체전 개최식 주요내빈 한복 제작	전국체전기획단

## □ 부산광역시

2016년부터 2021년까지 부산광역시청에서 시행한 한복 관련 사업은 총 83건으로 조사됐다 <표 2-30>. 주로 2017년부터 2019년 사이에 시행됐으며, <부산전통문화체험관 건립>사업, <한복체험관(벡스코) 설치 및 운영>사업, <용두산 공원 한복체험관 신축 및 운영>사업, <부산전통예술관 건립 및 개관> 등을 통해 한복 관련된 체험관, 교육시설 등이 집중적으로 건립, 신축됐다. 또한, 2018년부터 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원이 개최하는 <한복문화주간>사업에 공모·선정되어 참가한 부산시는 2019년도에 한복문화주간 개최지로 선정됐다.

사업의 유형은 정책사업 17건, 문화행사 23건, 홍보 7건, 대규모 대회, 행사 개최 4건, 한복 교육 20건, 한복사업 12건으로 조사, 분류됐다. 정책사업은 <한복조례 제정>, <한복 관련 기관 건립·설치·운영>에 관한 건, <품질인증문화체험장 지정<sup>69)</sup>>에 관한 건, <코로나19 이후 침체 된 소상공인업계 지원을 위한 정책>에 관한 건, <부산 최고장인 지정>에 관한 건 등이 있다. 부산광역시의 한복과 관련된 사업 추진 방향 중 하나는 부산 벡스코 등과 같은 대규모 회의, 전시가 가능한 공간에 MICE사업을 유치하고 한복체험, 전시, 패션쇼 등을 프로그램으로 기획하여 활용하는 것이었다. 한복교육은 여성회관, 여성문화회관이 교양, 자격증, 심화 등의 다양한 수준별 한복교육프로그램을 운영하고 있고, 총렬사 안락서원, 전통문화체험관, 부산박물관 등에서도 관련 프로그램을 운영 중이다. 한복사업은 12건으로, 대부분 수행기관이 (사)부산섬유패션산업연합회(이하 섬산연)였다. 섬산연은 2019년 한복문화주간 개최를 부산시와 함께 추진한 단체로, 2021년도 <한복지역거점지원사업>, <한복전문교육지원> 사업을 운영했고 <섬유의 날 기념사업>의 일환으로 <대한민국전통의상 공모제전>을 매해 개최했다.

69) '부산시 품질인증 문화체험장' 제도는 한국 전통 및 부산의 특색을 알릴 수 있는 문화체험장으로서 일정한 시설 및 요건을 구비한 업체를 부산시에서 심사를 거쳐 인증하는 제도.

〈표 2-30〉 2016년~2021년 부산광역시청 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	6	17	22	21	6	11	83
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	17	23	7	4	20	12	83
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-한복작용 관련 조례제정(16.20.21)</li> <li>-부산전통문화체험관 건립(16)</li> <li>-한복 체험관 (백스코)설치 및 운영(16~19)</li> <li>-용두산공원 한복체험관 신축 및 운영(18~)</li> <li>-품질인증문화체험장 지정 및 운영(16~)</li> <li>-부산전통예술관 개관 및 운영(19~)</li> <li>-충렬사 안막원 운영(16~)</li> <li>-부산 최고장인제도 선정(17: 송이한복 송년순 대표, '19 이덕순 대표)</li> <li>「부산관광 활(산)결제 프로젝트, 업무협약 체결식(21)</li> <li>-정책연구: 대학생 소상공인 서포터즈(21)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-고려인문화대축제('17): 한복경연대회</li> <li>-부산-시카고 자매결연 체결 10주년-부산의 날('17): 한복체험</li> <li>-제6회 부산 낙동강 유채꽃축제('17): 한복체험</li> <li>-국제복지재활시니어 전시회, 실버한복패션쇼('18)</li> <li>-제2회 한국의 미 &amp; 樂 페스티벌('17, '18)</li> <li>-여성문화회관 '전통성년례' 기념행사('16~'21)</li> <li>-건강하고 아름다운 어르신 선발대회('19): 한복심사</li> <li>-영도구 주민합동 전통혼례식('16~'18)</li> <li>-2018 유라시아 청년대장정 부산대이: 한복체험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-여성회관, 여성문화회관 교육수강생 기능경기대회, 공모대회 수상 실적 홍보('16, '18)</li> <li>-2017 부산관광 드림투어 해외탐방(일본 오사카) : 한복 및 전통놀이 체험</li> <li>-전통시장으로 떠나는 가을여행('19) * 부산진시장 * 한복·브랜드 축제, 체험 행사와 플래시몹 공연 10.10~10.12.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2017 ITU 텔레콤 월드 : 한복체험, 전통매듭만들기</li> <li>-2017 대한민국 균형발전박람회: 한복문화컨텐츠 사업 CEO강연</li> <li>-제9회 아시아태평양도시 관광진흥기구(TPO)('19): 한복 체험</li> <li>-한아세안 특별정상회의('19): 한복패션쇼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-여성회관, 여성문화회관(16~'21) 한복교육과정운영</li> <li>-총합사 안락사원(16~'21)</li> <li>-전통문화체험관(19~'20)</li> <li>-부산박물관(21) 및 기타 주민자치회 운영교육과정 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2018,19,21 한복문화주간</li> <li>-2021 한복 지역거점지원사업</li> <li>-2021 한복전문교육지원사업</li> <li>-대한민국전통의상공모대전(16~'21)</li> <li>주최: 부산광역시</li> <li>주관: (사)부산섬유패션산업연합회</li> <li>-대한민국 한복 페스티벌(18/5.12-5.14)</li> <li>소관부서: 관광진흥부지단</li> </ul>	

### □ 대구광역시

대구광역시의 한복 관련 기관과 체험관은 국립대구박물관, 대구섬유박물관, 대구약령시 한의학박물관, 근대골목 한복체험관, 모명재 한국전통문화체험관 등이다. 국립대구박물관은 복식문화 특화박물관으로 2021년 '복식문화실'을 신설했다.

한복을 정책사업으로 가장 활발하게 사용한 부서는 관광과와 의료산업기반과<sup>70)</sup>(의료산업과·의료산업허브과)였다. 대구광역시의 한복사업은 정책적으로는 소상공인정책, 관광정책의 일환으로 다루어졌다. 국내외 관광객 유치를 위한 홍보, 박람회, 전시회와 같은 사업에서 패션쇼, 한복체험의 프로그램이 활용됐다. 문화행사로는 <대구약령시한방문화축제>의 일환으로 한복사진콘테스트, 체험프로그램이 기획됐다.

2016년에서 2021년까지 대구광역시에서 시행한 한복 관련 사업은 총 80건으로 조사됐다. 사업유형은 정책 10건, 문화행사 24건, 홍보 26건, 대규모 대회·행사 개최 14건, 한복교육 2건, 한복사업 4건 등이다 <표 2-31>. 대구광역시의 한복 관련 정책은 소상공인정책, 전통시장(서문시장)관광활성화사업, 해외 문화교류의 프로그램 차원에서 체험형 프로그램으로 시행됐다. 한복사업은 2016년 여성회관의 <우리문화 살리기와 지역사랑 활동>, <대구패션위크의 한복연합쇼(피날레)>, 2020년 <나의 소중한 한복 글로벌 나눔> 사업이 있다. 또, 대구약령시 한의학박물관은 대구섬유박물관과 함께 <2019한복문화주간> 체험프로그램을 진행했다.

70) 2019년 이후 의료산업기반과에서 의료산업과와 의료허브조성과의 업무를 통합하여 수행.

<표 2-31> 2016년~2021년 대구시청 한복사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	19	9	21	20	5	6	80
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	10	24	26	14	2	4	80
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-한·중정소년문화교류 행사</li> <li>-해외글로벌교류관광 프로그램: 병양서원 (한복 및 전통놀이체험) (16)</li> <li>-대구 달구벌 명인 선정('16~'21), 한복분야는 16년 김영희 명인, 17년 박효인 명인 선정</li> <li>-서문시장체류형관광 지식암 서문한옥가장 (전통한복체험, '17)</li> <li>-대봉동 소공인 집적 지구 내 웨딩산업 비즈니스센터 개소 ('21) : 웨딩산업 내 한복산업 포함</li> <li>-대구·경북 관광 활성화 여행자 플랫폼 할인판매: 체험프로그램(한복, 의복체험 등-대구= 한옥숙박, 다도체험)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-여성가족장래관 다문화가족 행사관련 (6건)</li> <li>-대구약령시한방문화축제-한복체험, 사진콘서트 관련 (5건)</li> <li>-대구경북 명장 전시 (3건)</li> <li>-성년의 날 기념행사 (2건)</li> <li>-대구·일본 고베 청소년 문화교류: 한복체험 등 ('16)</li> <li>-대구 어린이날 기념 경축행사: 한복체험 프로그램('18)</li> <li>-대구박물관, 대구성유박물관 전시(3건)</li> <li>-도시철도역사 순화사건전, 문화체험 행사 개최: 이영희 기증복식('19)</li> <li>-대구국제패션문화페스티벌('20)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-국립대구과학관 및 박물관 등 명절연휴기간 한복 관련 이벤트 홍보 7건</li> <li>-대구관광국내홍보: 한복착용지침장부, 한복체험, 대구 근대골목문화체험 등: 8건</li> <li>-대구 관광 해외홍보 (중국, 대만, 태국, 베트남, 일본, 등)(9건)</li> <li>-대구의료관광홍보 (일본, 몽골) 2건</li> <li>-대구숙련인 기능경기인상 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-대구컬렉션 ('17, '18, '19)</li> <li>-대구뷰티엑스포('16, '17, '18, '19)</li> <li>-세계물도시포럼 ('16)</li> <li>-2018 아시아·남태평양 스포츠심리학화</li> <li>-제27회 아시아주문 양복연맹 대구총회 개최</li> <li>-대구FC-유소년 프로그램 '18</li> <li>-2018 제1회 아태인티에이징코스*</li> <li>-2020 대구경북 관광의 해 선포식('19)</li> <li>-아시아태평양도시관광진흥기구(TPO)의 관광분야 인재육성사업</li> <li>-대구체험투어진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-여성회관 '18~ 제1기 교육생모집</li> <li>-대구숙련단체 카자흐스탄 기술교류 '16</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2019 한복문화주간 '한복, 일상속으로'</li> <li>-여성회관 '우리문화 살리기와 지역사랑' 활동: 2016년 대구 근대문화 체험 활동, 우리문화 살리기 활동의 일환으로 매 기수별 교육 개강식 주간(4개월 주기)로 교육 개강)을 '여성회관 한복Day'로 지정. ※ 최초 한복주간: 2016 5. 3.(화) ~ 5. 6.(금)</li> <li>-2016 대구패션위크: 한복연합회가 매해 피날레를 장식. 주최: 대구시, 산업통상자원부, 문화체육관광부. 주관: 한국패션산업연구원, 대구경북패션사업협동조합, (사)한국패션문화산업진흥원</li> <li>-2020년 나의 소중한 한복 글로벌 나눔</li> </ul>	-

□ 인천광역시

인천광역시청의 한복 담당부서는 문화유산과이고, 한복과 관련된 주된 업무는 <한복장려사업>이다. 한복 관련 기관 및 체험관은 월미공원 내 '월미문화관, 양진당, 강화소창체험관'이 있다. 본 백서의 조사기관 동안 시행된 인천시의 한복 관련 사업은 총 39건으로 조사됐다 <표 2-32>. 사업유형은 정책 5건, 문화행사 16건, 홍보 5건, 대규모 대회·행사 개최 1건, 한복교육 8건, 한복사업 4건이었다. 인천광역시가 수립하고 시행한 한복사업의 특징은 <한복사랑 인천시민 놀이마당>이 2021년 주민참여예산으로 선정(71)되었다는 점이고, 이 사업은 향후 인천광역시가 한복을 전략적인 정책대상으로 사업을 수립하는 동기가 됐다. 인천광역시의 한복사업은 인천의 <원도심 균형발전 사업>이 추진되고 있는 월미도, 자유공원, 월미공원 등 개항장 등을 중심으로 정책수립, 문화행사, 홍보 등의 유형으로 시행됐다. 한복교육은 인천시 여성복지관과 동구 여성회관에서 교육프로그램을 운영하고 있다.

71) 2021 한복사랑 인천시민 놀이마당'은 2021년 주민참여예산 문화관광 분야 선정사업으로, 주민제안→사업검토·보완→사업 공론화 및 선정(주민투표)→예산반영 등은 물론 당일 행사까지 사업 추진 전 과정에 주민이 함께 참여.



〈표 2-32〉 2016년~2021년 인천광역시청 한복사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	1	7	3	8	9	11	39
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	5	16	5	1	8	4	39
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-월마공원 한복체험행사 노인인력선터연계 사업(19)</li> <li>-인천 중구, 동구 '이여가게' &lt;부사한복&gt;(20) &lt;이화한복&gt;(21)</li> <li>-송학동 역사산책공간 활랑 회복 프로그램 운영-한복사랑 인천 시민 놀이마당(21)</li> <li>-동인천역 2030 역전 프로젝트' 주민성과보고회 개최: 주민공모사업, 한복전시(21)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-월마공원 행사(17~20)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한가위 민속한마당</li> <li>- 설연휴 체험프로그램</li> <li>- 상설 민들기체험행사</li> </ul> </li> <li>-월미문화관, 양진당 한복체험등</li> <li>-동인천 남만시장축제: 한복패션쇼(18), 한복올라싸움(19-취소)</li> <li>-2019 IFEZ 지구촌 명절 축제: 한복예절</li> <li>-세계인의 날 기념행사 규방다례, 완초 등 체험: 한복체험</li> <li>-2018 한복문화주간                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가을여행주간: 모던보야 모던걸 인천 울드타운 한복체험</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-설맞이 인천시티투어와 관광안내소 이벤트 안내 한복 착용 탑승 고객 무료(19)</li> <li>-인천 명절연휴 이벤트 홍보:월마공원 한복체험 행사(20~21)</li> <li>-여성복지관 수강생 한복분야 기능경대회입상(20~21)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2019 청라뷰티 페스티벌: 한복패션쇼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-여성사회교육기관 30주년 기념 축제: 수강생 한복패션쇼(17)</li> <li>-인천시 여성복지관 교육프로그램 운영</li> <li>-인천광역시 동구 여성회관 교육프로그램(현대생활한복반)(21~)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2016년 인천 한복 축제 '천변안화'</li> <li>-2021년 한복사랑 인천시민 놀이마당 사업관련 3건</li> <li>-사업진행</li> <li>-보조사업자 선정</li> <li>-결과공지 등</li> </ul>	-

### □ 광주광역시

한복 관련 기관은 광주문화재단 전통문화관이 있다. 전통문화관에선 한복 및 예절체험을 할 수 있는 <전통문화예술체험 '풍류노리'> 사업을 운영하고 있다. 한복체험시설은 광주향교, 무양서원, 한너울한복체험관 등이 있다. 2016년부터 2021년 사이 광주광역시에서 시행한 한복 관련 사업은 총 24건으로 조사됐다 <표 2-33>. 2019년도가 14건으로 가장 많았는데 <2019 광주세계수영선수권대회>와 같은 국제경기를 유치하여 외국인 선수단환영과 접객을 위해 특별프로그램을 기획, 시행하였고 광주문화재단 및 시에서 운영하는 전시공간에서 한복전시가 집중적으로 개최됐다. 사업유형은 정책 4건, 문화행사 9건, 홍보 3건, 대규모 대회·행사 개최 5건, 한복교육 3건 등이다. 정책사업으로는 광주광역시 동구에 설치된 <한복소공인특화지원센터(2015)>에서 <한복체험관 설치·운영>, 2019 세계수영선수권대회 참가 외국인대상 특별 프로그램 타쇼(TASHOW)>에서 한복체험 프로그램 기획, <한복 관련 조례 제정> 2건이다.

<표 2-33> 2016년~2021년 광주광역시청 한복사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합	
사업 수 (건)	2	2	2	14	2	2	24	
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합	
개최 건수	4	9	3	5	3	-	24	
내용	-한복소공인특화지원센터 한복체험관 설치 운영(16) -수영대회 특별코스 '타쇼 (TASHOW)': 참가 외국인들에게는 '어서 오세요, 광주의 최고를 보여 주겠습니다'라는 의미로 소개, 전통문화관에서는 전통한옥과 다도, 한복, 전통놀이, 국악공연 등 전통문화 체험(19) -한복 관련 조례 제정 2건(20)	-국제교류행사: 광주-인니메단시 청소년, 한복체험(18) -전통문화관 명절맞이 특별 행사 - 한복체험(19) -제4회 광주 공유의 날 행사 : 시니어 모델 공유훈복 패션쇼(19) -대인예술아시장, 추석맞이 특별 체험프로그램: 한복대어 및 포토존 설치(19) -광주문화재단 전시 4건(19)	-광주시립민속박물관 2017 한가위 민속문화한마당 홍보 -광주 의료관광 홍보 -광주수영다스코트 활용사업(한복 + 마스크 착용(21)	-제29회 광주광역시 미용경기예술타워대회(17) -광주세계마스터즈수영선수권대회(19) - 3건, 전통문화관 한복체험, 무양서원 선비복 체험 등 -한·아세안 정상회의(19)성공기원 특별 열차 광주방문: 광주어린이 한복착용 환영행사	-일가정양립지원본부: 한복 관련 교육과정 운영 및 수강생 작품 전시회 개최 -광주시립민속박물관 '행복한 토요일 학교살': 한복인형만들기 -2021년 찾아가는 한복체험교실, 초등학생 대상 모감공고/ 국립광주박물관 교육관 체험학습실			

### □ 대전광역시

대전광역시가 시행한 한복사업의 특징은 대전 중앙시장과 혼수타운을 잇는 <한복특화거리> 활성화 및 원도심 재생사업추진과 관련이 있었다. 2016년에서 2021년까지 대전시에서 시행한 한복사업은 총 38건으로 조사됐다 <표 2-34>. 사업유형은 정책 14건, 문화행사 10건, 홍보 11건, 대규모 대회·행사 개최 2건, 한복교육 1건이었다. 정책사업은 한복특화거리 활성화 정책, 패션상가 활성화 정책, 소비촉진 행사와 북부여성가족원, 한국효문화진흥원 개관 및 운영, 대전광역시 명절 행사계획 한복 관련 행사 및 한복착용자요금할인에 관한 건이었다. 문화행사는 중앙시장을 중심으로 개최되는 행사 3건, 대전광역시 <대한민국 명장 전시>, <대전문화재 야행(夜行) 대전블루스>, <세계인 어울림 한마당 축제> 등에서 진행된 한복체험, 한복패션쇼, 한복전시 등의 프로그램이 포함됐다. 홍보사업은 대전광역시의 설·추석 명절 행사계획 및 한복체험, 한복착용자요금 할인정책에 대한 것과 중국, 러시아, 카자흐스탄, 몽골 등 해외국가에 대전 의료관광홍보를 위한 이벤트로 한복체험 및 전통문화체험이 기획됐다.

〈표 2-34〉 2016년~2021년 대전광역시청 한복사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	7	9	7	3	7	5	38
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	14	10	11	2	1	-	38
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-북부여성가족원 개관 (16)</li> <li>-북부여성가족원 시설배치 3층 강의실(1) 한복 의무패션 교육</li> <li>-대전어린이회관 설 추석 명절 맞이 한복 체험 및 요급할인 정책 4건</li> <li>-중충동맞춤거리상점가 맞출패션 테마축제 거리 마네킹 퍼포먼스개최: 패션상기활성화 정책(16)</li> <li>-2016 코리아 세일 페스타: 한복 플래마켓</li> <li>-대전광역시 기능경기대회 3건</li> <li>-효문화진흥원 출범 (17)</li> <li>-설경절 행사계획 중구: 한복 입고 사진 찍어 봐야워! 전통 놀이체험 하요(한국효문화진흥원) (20)</li> <li>-소비촉진 릴레이행사, 동네 상권 이벤트 (20):한복 착용구매 시 경품권 1+1 지급 (일부 상권)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-중앙로를 보라! 보라? 보라(Look!) &amp; 보라(Purple)! (16): 중앙시장 한복패션쇼</li> <li>-대전문화재 아행(夜行) 대전블루스 (18): 교복 및 한복체험</li> <li>-2017 전통시장 '봄내음축제'</li> <li>-대전청춘예찬프리카 (17): 한복체험</li> <li>-「중앙아트공예난장」 (17, '19)</li> <li>-세계인 어울림 한마당 (17, '18)</li> <li>-대한민국명장-장인전 (20, '21)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-설,추석명절 행사계획 홍보</li> <li>-대전아이리움: 한복 착용자20%요금감면</li> <li>-대전어린이회관: 한복 체험 및 요급할인</li> <li>-한국효문화진흥원: 한복체험 및 사진 이벤트</li> <li>-대전의료관광홍보: 러시아, 중국, 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 몽골(17, '18)</li> <li>-백제문화 유적 중심 충청권 글로벌 관광지 답사 및 체험 (19): 한복·다도 체험 및 '판소리'체험 등 한국의 전통문화 체험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-제23차 세계가장학대회: 홈페이지 프로그람-한복체험 (16)</li> <li>-대전시 강소기업 오픈 하우스: 한복 예절체험(16)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2018 대전-스쿠버, 청소년 과학교류 (한복체험 및 전통 체험 프로그램 기획)</li> <li>* 여성가족원(도마동) 남부여성가족원(대성동) 북부여성가족원(송강동) 한복강좌, 3개월 교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*한복거리 활성화 정책</li> </ul>	

### □ 울산광역시

2016년에서 2021년까지 울산광역시에서 시행한 한복 관련 사업은 총 21건으로 조사됐다. 사업유형은 정책 6건, 문화행사 9건, 홍보 2건, 한복교육 2건, 한복사업 2건이었다 〈표 2-35〉. 울산광역시가 수립한 한복정책의 특징은 창업의 일환으로 창업공간지원, 판로확대, 박람회, 전시 지원 등과 같은 사업에 한복이 업종으로 포함된 것이다. 또한, 울산 기능경기대회개최에서도 시민들의 참여를 유도하기 위해 한복체험부스를 설치했다. 문화행사는 지역축제인 <태화강 봄꽃 대향연>과 <외국인 한가위 큰잔치> 중심으로 한복 패션쇼, 한복체험, 한복사진이벤트, 한복착용자 선물이벤트 등의 프로그램이 기획됐다. <태화강 봄꽃 대향연> 축제는 2018년 한복 입은 봄 페스티벌로 특화되어 한복사업으로 분류될 만큼 한복을 주된 주제로 시행되기도 했다. 홍보는 울산, 경북, 부산 등 동해안권 4개 지역이 연합하여 해외관광객 유치를 위한 <2016 Korea Festival 연계 홍보설명회>를 개최하고 한복체험과 사진이벤트를 부대행사로 진행했다. 한복교육은 울산박물관에서 운영한 <직장인 체험교실>과 한국생활개선회 소속 연구분과회의 <생활한복연구분과> 회원 모집과 프로그램 운영이 있었다. 한복사업은 앞서 언급한 한복을 주제로 한 2018년 <태화강 봄꽃 대향연-한복 입은 봄 페스티벌>과 <영남한복패션쇼>가 있었다.

〈표 2-35〉 2016년~2021년 울산광역시 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합	
사업 수 (건)	8	3	6	3	1	-	21	
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합	
개최 건수	6	9	2	-	2	2	21	
내용	-울산시 기능경기대회 개최, 홍보: 시민참여를 위해 한복체험 부스 설치(16, '19) -2016년 제조업 창업 공간 「특특팩토리」 운영사업, 한복분야 대상포함 -울산시 「팝업매장」 행사: 지역 청년 창업매장 「특특스트리트」 입주 기업 중심, 업사이클 한복 포함('19) -창조경제혁신센터 전시체험 행사: 업사이클 한복 포함('20)	-태화강 불꽃 대항연(17, '18, '19): 한복 패션쇼, 한복체험 등 -제2회 태화강 불꽃 패션쇼(17): 1부 한복패션쇼 -외국인 한가위 큰잔치(16~18): 한복작품 외국인 선물증정, 한복패션쇼, 한복체험 부스설치 등 -2019 울산글로벌 페스티벌: 한복체험	-2016 Korea Festival 연계 홍보설명회: 동해안권 4개 시도, 동남아시아 공동 관광 객 유치, 한복 입고 사진 찍기 -2018년 울산 불 여행주간: 지역특화 프로그램 '2018 한복 입은 불 페스티벌' - 불꽃대항연이 열리는 태화강공원에서 한복 입기 체험, 태화강 고거시절 은하수 건너 대술(삼다술 투어)이 마련	-	-	-울산박물관, 제5회 직강인 체험교실 : 박연순 전통매듭 명인 '끈의 화려한 변화, 전통매듭 주제(16) -한국생활개선회 소속 연구분과회 회원 모집 생활한복연구분과(17)	-2018년 태화강 불꽃 대항연- 한복 입은 불 페스티벌, 인생사진관 스튜디오 등 (16~21)영남한복패션쇼	-

### □ 세종특별시

2016년에서 2021년까지 세종특별시에서 시행된 한복 관련 사업은 총 12건으로 조사됐다. 코로나19 확산 이전인 2016년부터 2019년까지 대부분 사업이 시행됐다. 사업유형으로는 정책 3건, 문화행사 6건, 홍보 3건이다. 문화행사는 세종특별시에서 개최되는 지역축제에서 한복이 활용된 경우였다. 세종특별시의 대표적인 축제인 <세종축제>는 2016년부터 2019년까지 매해 개최되었으며 시민들이 세종대왕 어가행렬 재현행사를 진행했다. 2016년엔 전통한복체험, 2018년엔 연계행사로 <한복아, 놀자>를 기획했다. 2018년 제28회 나라꽃 무궁화 세종축제에선 <무궁화 한복패션쇼>가 시행됐다. 또한 한국공예·디자인문화진흥원이 개최하는 <2018 가을여행주간>과 연계하여 <세종낭만여행 사진도장찍기(포토스탤프) 한복체험>을 진행했다 <표 2-36>.

〈표 2-36〉 2016년~2021년 세종특별자치시 시청 한복사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합	
사업 수 (건)	4	1	3	3	1	-	12	
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합	
개최 건수	3	6	3	-	-	-	12	
내용	-불 여행주간 프로그램 (한복체험, '16) -세종특별자치시기능경기대회개최(한복 경식중요 포함 '19) -2020 관광두레선전 -비너링한복이랑	-세종축제('16~'19): 세종대왕 어가행렬 재현행사 및 전통한복체험, 연계행사 -제28회나라꽃무궁화 세종축제: 무궁화 한복패션쇼('18) -2018 가을한복문화주간(세종) 세종낭만여행 사진도장찍기(포토스탤프) 한복체험	-외국인 의료관광유치 팸투어: 전통한복체험 '16 -대학축제 홍보: '부산 한복데이'16 -기능경기대회입상 홍보 '19 등	-	-	-	-	-

## □ 경기도

2016년부터 2021년까지 경기 지역에서 시행된 한복 관련 사업은 총 92건으로 집계됐다. 코로나19 확산 이전인 2019년까지 시행된 84건으로 전체의 약 91%가 2016년부터 2019년 사이 수립, 시행됐다. 사업유형은 정책 38건, 문화행사 17건, 홍보 24건, 대규모 대회·행사 개최 6건, 한복교육 5건, 한복사업 2건이다 <표 2-37>. 정책사업은 <경기도기능대회개최 및 입상 홍보>, <설·추석 연휴 기간 경기도 내 문화행사와 한복 관련 이벤트수립 및 홍보>, <경기도 관광홍보 및 지역 활성화 정책수립>, <경기도 관광 및 경기도 상품 해외 판촉 정책수립 및 시행>, <어르신 장수사진 및 경로잔치 사업시행>, <드림스타트 아동 체험사업시행>, <청년·여성 창업지원사업수립 및 시행>, <전통(한복)문화 활성화를 위한 경기도의회 의원 한복 착용> 등으로 분류됐다.

한복사업은 <전통문화예술어울림 꿈의 학교 개교 및 운영>과 2016년 <경기도 박물관 개관 20주년 특별전 조선의 옷매무새 VI '의취 문취 의 조선'展> 개최가 있었다.

경기도청 및 경기지역에서 시행된 한복 관련 사업들은 한복을 다른 분야의 단위사업이나 세부사업의 추진과 시행을 위한 전통문화의 한 요소 혹은 대표 이미지로 활용한 경향이 높은 것으로 분석됐다. 조사기간 중 시행된 한복의 사업유형도 대부분 정책수립, 문화행사, 홍보사업으로 이 사업들이 전체 사업유형의 86%에 해당된다. 대규모 대회, 행사 개최까지 포함한다면 시행사업 전체의 92%가 행사 개최와 홍보의 체험프로그램 또는 패션쇼와 같은 세부프로그램으로만 활용된 것으로 조사됐다.

<표 2-37> 2016년~2021년 경기도지역 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	29	26	16	13	5	3	92
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	38	17	24	6	5	2	92
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-경기도 기능대회 개최 및 입상 홍보</li> <li>-설·추석연휴 맞이 정책·포진 출연어르신 추석맞이 한복들리기(19)</li> <li>-전통시장활성화: 경기그랜드세일실시(17)</li> <li>-경기도 설·추석 명절 연휴 행사 및 한복이벤트 정책·한복착용자 입장료 감면(혹은 2~50%할인)</li> <li>-관광홍보 및 지역 활성화 정책</li> <li>-광명동굴(20): 한복착용자우대</li> <li>-한복착용자·한복착용자, 남한산성·행궁·추차당무로(19)</li> <li>-고양시관광두레 지역 설명회 개최</li> <li>-내가 사는 제2의 고향 '고양 여행코스' 단사 기행 참가자 모집</li> <li>-행주저마 일예 물고 축제 앞두고 팸투어 진행</li> <li>-수원기화고, 문화재 지킴이 역할 &lt;남한산성 행궁&gt;무로 :</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-세계인의 날 기념행사(16)</li> <li>-제1회 남한산성 청소년 앙상블(16)</li> <li>-고양 신원류 페스티벌(16)</li> <li>-동률시장 예절사랑 캠프(17)</li> <li>-양평 용문산 신나물축제(17)</li> <li>-홍해라 생내장(17)</li> <li>-성남시 수정구민 체육대회</li> <li>-제15회 수정술축제(17)</li> <li>-오산독산성 문화제(17)</li> <li>-세계인 어울림 한마당 축제(17)</li> <li>-군포 칠곡 축제(18)</li> <li>-군포시 전통 생년례(18)</li> <li>-안성맞춤 남시당 비우덕이축제(18)</li> <li>-경기도 대한민국 임시정부 수립 100주년 기념식 유관순 한복 체험(19)</li> <li>-일산서구보건소 치매안심센터, 개소 1주년</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-경기도 설·추석 명절 연휴 행사 및 한복이벤트 정책 홍보: 한복착용자 입장료 감면(혹은 2~50%할인)</li> <li>-남양주역사박물관·화성시 용·건릉·한국민속촌(용인)</li> <li>-경기도박물관, 외·비대면 콘텐츠 홍보(20)</li> <li>-경기도관광 국내 홍보</li> <li>-남한산성·수원 행궁 &lt;왕실의파산&gt;, 전통혼례식, 교육체험</li> <li>-화성시 용·건릉·자평성·무량포대·남한산성·민속촌·간가동경(16)</li> <li>-'행주야 놀자, 행주산성팸투어'진행(16): 한복 및 문장 체험</li> <li>-한국민속촌·전통체험관(18), 한복착용자 자유이용권 할인행사</li> <li>-경기도 팸택 무대리문화촌(18)</li> <li>-고양시 여행주간: 2018 고양 신원류 페스티벌, 한복 포토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2017 경기도 우수시장 박람회: 한복체험</li> <li>-고양 국제꽃 박람회(16~18): 한복체험, 한복특별패키지, 한복이벤트 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-광주시여성문화센터(16, '17)</li> <li>-동두천시청소년수련관(17)</li> <li>-수원전통문화관(18)</li> <li>-전통문화예술어울림 꿈의학교(19)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-전통문화예술어울림 꿈의 학교 개교 및 운영(19)</li> <li>-경기도박물관은 개관 20주년 특별전 조선의 옷매무새VI '의취 문취 의 조선'展 개최(16)</li> <li>-어린이들을 위한 한복 체험하기</li> <li>-한복 만들기 키트</li> </ul>	

<p>경기도민, 한복 등 전통의복을 착용한 사람, 만 6세 이하, 만 65세 이상(21)</p> <p>-경기도, 관광 및 경기농산물 해외판촉정책 참가포럼 하노이(16) 대만(17)서 경기우수농식품 판촉홍보행사 개최(16)</p> <p>-경기도 중기 홍콩 한류상품박람회 참가(17)</p> <p>아시아태평양 도시관광진흥기구 TPO 관계자 및 주요 인바운드 여행사 초청 팸투어(17)</p> <p>-어르신 장수사진 경로근처 사업 시범적 기업(주)클린광주(19) 안양시 법계동, 동두천시(18)</p> <p>-드림스타트아동 체험 사업 (16, '17, '19)</p> <p>-2016년 드림스타트 '역사탐방' 프로그램, 진행!</p> <p>*우리들의 고(高)고(古)고(Go) 상용캠프(17)</p> <p>-고양 신한류문화관광 홍보관 설치(16)</p> <p>-한정민지역회페 소비 지원금제도 소개</p> <p>경기도 최초 지역상생 협력매장 '바미지 마켓' - 공강구역 한복제작업체 '오동삼랑' 한복 판매</p> <p>-청년, 여성창업지원사업</p> <p>-용기원 경기도 대학생 창업지원센터('16): 생활양복</p> <p>-제1회 성남시 여성 창업 페스티벌</p> <p>-여성창업 원스톱 서비스홍보(19)</p> <p>-경기 콘텐츠코리아 랩, 창의세기-15 시즌6 개최(19)</p> <p>-전통 및 한복문화 활성화를 위한 도책 실천(21): 경기도의회 문공의, 한복차림의 장활동 전통문화 활성화 실천</p>	<p>기념, "소담장터" 개최(20)</p> <p>심사일반(十畵一飯) 프로젝트 &lt;살날을 부탁해&gt;(20)</p> <p>-2021 경기아트센터 레퍼토리의 시즌 경기도무용단 경합(競合)</p>	<p>존 찾기 한복 등의 관광체험 프로그램</p> <p>-경기도관광 국제 홍보</p> <p>-경기우수농식품 판촉홍보(베트남하노이, 한복착용)(16)</p> <p>-경기도 의료관광홍보 팸투어: 고양시(16)</p> <p>-2017 아시아 사진영상 대학교 사진전과 연계 한중일 사진학과 학생과 교수 고양시 팸투어</p> <p>-경기도 정책 홍보</p> <p>-연호군 '사랑화' 어린이 갈승연 기념축산물(16)</p> <p>-아리랑 TV, 한국의 숨은 명소, 고양시편제작 '관광안내센터에서 한복체험과 고양어 인력거 여행'(17)</p> <p>-고양시티투어 기획 코스(19)</p> <p>-비대면 콘텐츠 홍보(20)</p>
--	--	--

## □ 강원도

강원도의 한복기관이나 체험관으로는 오죽헌 한복체험관(강릉시), 강원감영 한복체험관(원주시), 김유정문학관(춘천시) 등이 있다. 백서의 조사기관 중 강원도청의 한복사업 수립과 시행은 <2018 평창 동계 올림픽 대회 및 동계 패럴림픽 대회>와 깊은 연관이 있는 것이 특징이다. 이 기간에 강원도가 시행한 한복 관련 사업은 총 16건이고, 이 중 15건이 2016년에서 2018년 사이에 시행됐다. 사업유형으로는 정책 3건, 문화행사 1건, 홍보 7건, 대규모 대회·행사 개최 2건, 한복교육 1건, 한복사업 2건이다 <표 2-38>. <강원도 관광홍보>, <문화누리카드 사용처 확대>, <2021년 초중고 한복문화교육사업>, <강원도 품종 쌀 수출 패키지 디자인 사업> 외에 모든 사업이 2018 동계 올림픽 홍보와 준비를 위한 목적으로 수립, 시행됐다.

〈표 2-38〉 2016년~2021년 강원도청 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	8	5	2	-	-	1	16
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	3	1	7	2	1	2	16
내용	-중국 허베이성과우호 협력 강화를 위한 의형서체결(16) -외국인 관광객 및 올림픽 홍보, 환영서비스 지원대책 (17): 환영현수막, 한복체험, 수호광 반다비 올림픽 현수막 등 -문화누리카드 사용처 확대: 한복점(한복체험 한복대매)(17)	-올림픽 페스티벌: "국가대표 DJ와 한복 입고 놀아보자" 기획 (16)	-강릉 경포 빛꽃잔치: 한복체험행사(18) -강원-서울-경기, 15개국 여행사 초청 올림픽 홍보 및 상품 개발: 경북공 한복 체험(17) -올림픽 페스티벌 관련 홍보 2건(16) -강원도 스키홍보 및 올림픽 홍보: 한복입은 강사에게 다도체험(16) -강원도 전통시장 경터 홍보: 한복체험(16) -브라질 코파카버나 평창 홍보관: 한복과 한지공예 등 한국의 전통문화체험(16)	-2016 Korea Festival (자카르타 한국관광 문화대전: 한복체험 및 시간찌기 이벤트) -2018 평창동계올림픽관련 'K-드라마 페스타 인 평양 (K-Drama Festa in Pyeongyang) : 한복갈라쇼 (17)	-2021초중고 한복문화 교육	-2018 평창올림픽 메달 스트랩 기획: 한복 소재인 '갑사활용' 한글 눈꽃 패턴과 자수를 섬세하게 적용(17) -수출 강원쌀 포장디자인: 한복입은 여인의 이미지 활용, 한국산 쌀 이미지 강조(18)	-

□ 충청북도

2016년부터 2021년까지 충청도청에서 시행한 한복 관련 정책은 총 29건이며, 코로나19 확산 이후인 2020년부터 한복사업의 시행이 저조해졌다. 사업유형은 정책 11건, 문화행사 5건, 홍보 4건, 대규모 대회·행사 개최 7건, 한복사업 2건으로 분류됐다 <표 2-39>. 정책 중 가장 많은 빈도를 차지 하는 것은 일자리기업과에서 소관하는 <충북기능경기대회> 개최와 입상에 관한 것과 <충청북도 명장 선정>사업이었다. 또 청주시에 있는 한복문화의 거리에 대한 공공디자인 정책사업(서포터즈활동, 간판사업)이 있었다. 문화행사로는 충청문화재단에서 개최한 복합문화행사 <성안길 마수리>, 농촌체험휴양마을 관계자 연찬회 및 한마당 개최 등이 있었고 한복체험과 한복공연을 행사프로그램으로 활용했다. 충청도청에서도 엑스포와 같은 박람회, 국제페스티벌 등을 개최하면서 한복·드레스윙킹 뷰티쇼, 한복체험 등을 프로그램으로 기획했다. <충주세계무예마스터십> 대회를 다년간 개최하면서 참가선수 한복 착용과 시상식 도우미 한복 유니폼을 도입하는 등, 한복과 직접 관련있는 사업과 MICE사업을 연계시켰다.

〈표 2-39〉 2016년~2021년 충청북도청 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	7	6	9	5	2	-	29
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	11	5	4	7	-	2	29
내용	-충북기능경기개최 및 입상(한복분야) -충청북도 명장선정에 관한 건 -충청북도 공공디자인	-복합문화축제 성안길 마수리: 한복체험(16) -2018년 농촌체험휴양마을 관계자 연찬회:	-베트남, 싱가포르 충북 농식품 판촉전: 전통한복 착용(16) -한국소비자원, 한복 염색불량관련 정보	-오송화장품 뷰티산업 엑스포 (16): 미스코리아 15명의 한복드레스 워킹 뷰티쇼 -제천한방바이오산업엑	-	-충주세계무예마스터십 : 참가선수한복착용(16) -시상식 도우미 한복유니폼 착용(19)	-

서포터즈활동성과 발표회(청주시 한복 문화의 거리 디자인)이 수상('16) -청주시 간판이 아름다운 시범거리(한복문화의 거리)(17) -문화누리카드사업 안내: 전통시장 내 한복구입(20)	한복방향제 만들기 전통체험 -제4회 충북 농촌체험 한마당 개최: 한복열쇠고리만들기 체험('19) -2019 충북국제무예엑선연화제 개막 공연: 한복공연 -제9회 중국인 유학생 페스티벌: 한복체험	홍보('17) -직지코리아 국제페스티벌 홍보('18) -<콘텐츠 뉴미디어 조성> 사업 공모선정 홍보('18)	스포 3건('17): 천연염색, 민속놀이체험, 한복체험 등 -세계소방관경기대회('18): 한복체험 -2018 직지코리아 국제페스티벌 개막: 한복체험 -빈려동물 여성창업페스티벌('18): 도그릴라(땃한복)등 참가
---	--	--	--

## □ 충청남도

한복 관련 기관 또는 체험관은 유구섬유역사전시관(공주시), 한산 모시관(서천군), 해미읍성(서산시), 외암민속마을(아산시), 백제문화단지(부여군), 내현권역 농어촌인성학교(홍성군) 등이다. 본 백서의 조사 기간 충남지역에서 시행된 한복사업은 총 91건으로 집계됐다. 사업유형은 정책 20건, 문화행사, 24건, 홍보 23건, 대규모 대회·행사 개최 2건, 한복교육 10건, 한복사업 12건이다 <표 2-40>.

<표 2-40> 2016년~2021년 충청남도 지역 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	18	18	18	18	9	10	91
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	20	24	23	2	10	12	91
내용	-장수사진(효도사진) 정책, 홍보: 부여군청, 예산군청, 서천군청, 논산시청, -다문화가족관련 정책: 청양군청, 논산시청 -충청남도 명장선정 -충청남도 장애인기능대회 -문화행사수립정책: 홍성군청, 천안시청 -시활린겨우 한국인 지원 공동사업체관련: 보령시청 -도시재생활성화사업: 보령시청 -법정문화도시지정: 보령시청 등	-홍성서인물축제 -천안홍타령축제 -외암민속마을 질풍문화제 -질감산장승문화축제 -서산국화축제 -강경첫감것축제 -'철안 광복년 2018' 축제 -2018 공주 문화제 야행 -2021 강경 문화제 야행 -양촌곶감축제 -아산성웅이순신축제 -신창 다문화 축제 -부여박물관, 온양민속박물관,	-명절맞이 충남도내 행사 및 한복착용자 할인정책 홍보(8건) -축제, 지역홍보대사 활동 홍보 2건 -관광지, 축제 홍보 등	-충남 농촌융복합산업 대전('18): 참여 경영체 한복 패션쇼 -아산시, '제1회 충남독서대전: 한복착용시상송('20)	-청년창업가 멘토링데이: (주)한복의 창년 CEO 박재성 대표 강의(20) -보령시 생활개선회 활동('19), 종합사회복지관 한복만들기('16) -금산시 금산다락원 복지프로그램 : 생활한복('19) -아산시 여성회관: 퓨전(생활)한복('16) -논산농기센터, 학교강 농촌체험학습 이동교실: 한복패치공예 체험('17), 청소년수련관 청소년 미션투어 등 -구항 '농어촌인성학교': 한복체험 및 예절교육('16)	-아산외암마을에서 '한복 문화주간' 2021 -충남권역초코리아립, 한복(공예)산업 박람회 참가 및판로개척 지원 3건 -충남문화산업진흥원 박람회참가 지원 1건('18) -한산모시사업단 관련 사업 5건 -2017 유구자카드성유 페스티벌: 주민 주도형 자율적 행사 -한복활성화 동아리 홍보 1건: 홍성여고 글리코겐	-

정책사업은 <장수사진(효도사진)>사업(이하 장수사진사업)이 가장 많은 빈도로 시행되었는데 해당 지역은 부여군, 예산군, 서천군, 논산시로 네 곳이었다. 장수사진사업은 행정기관에서 시행되기도 했지만, 민간자원봉사나 재능기부 활동으로 진행되기도 했다. 문화행사는 지역축제를 중심으로 한복체험, 한복패션쇼, 한복경연대회 등이 백제문화체험박물관('17), 국립부여박물관('16)과 온양민속박물관('18)에서 개최되었다. 홍보는 설·추석 연휴기간 충남지역 한복 관련 행사 및 한복착용자 요금할인 정책과 지역관광 및 축제 프로그램에 포함된 한복체험에 관한 것이었다. 한복 교육은 농촌 지역의 여성, 청소년, 아동을 대상으로 동아리 모집이나 이동교실 등과 같이 지역 맞춤형으로 수립, 시행됐다. 한복사업은 총



남도청 산하기관인 충남문화산업진흥원이 지역 소상공인의 판로개척, 박람회 참가와 같은 지원사업을 진행했고, 국가지정 무형문화재 <한산모시짜기>의 보유단체인 한산모시사업단이 시행하는 사업이 있었다. 또 주민 주도형 자율적 행사로 치러진 <유구 자카드섬유페스티벌 (17)>과 아산 외암마을에서 개최한 <2021 한복문화주간>이 있다.

## □ 전라남도

전라남도의 한복 관련 기관과 체험시설은 영암 구림마을, 곡성 창동마을, 순천 낙안읍성, 순천 문화의 거리 창작예술촌과 같이 도시재생사업으로 조성된 마을이나 역사 유적지로 조성되어 있다. 사업유형은 정책 12건, 문화행사 7건, 홍보 15건, 대규모 대회·행사 개최 5건, 한복교육 1건, 한복사업 5건이다 <표 2-41>.

<표 2-41> 2016년~2021년 전라남도청 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	3	10	10	9	6	7	45
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	12	7	15	5	1	5	45
내용	-전남장애인기능경기 개최와 입상홍보 (16, '19) -공공외교: 중국 자매 우호도시 9곳과 교류회와, 한복체험 (17) -순천창작예술촌(17) -한복착용강령에 관한 조례제정(18) -외국인주민생활가이드북(18): 한복설명 포함 -농촌체험휴향마을지정: 전남 곡성 창동마을·한복체험(19, '20) -사회적기업현황: (무예복, 생활한복 등)(19, '20) -전라남도 명장 선정(21) -랜선 라이브 전남 온라인 체험여행운영: 전통조각보체험 상품(21)	-영광 불갑산 상사화축제(17): 상사화한복 입기 -서평제 보성소리축제(18): 천연염색 한복 체험 -강진안 춘추는 갈대 축제(18): 갈대발 한복체험/ 주요내용: 한복대여, 체험비: 무료 -2018A로의 초대-강진 4월 축제 홍보(18): 한복체험 등 -중 저장성 청소년 교류단: 전남지역 문화체험, 한복체험(19)	-국내외 전남관광홍보+중국(16, '17), *일본요이타방송, 전남관광지음식홍보 촬영(19) ·농업박물관 한복 및 전통음식 만들기 체험, 낙안읍성한복체험 한방체험센터와 한국경원 한복 스냅 사진 촬영장소 홍보 등 -명절연휴 전남 한복 행사 및 한복착용자 입장료 할인혜택 홍보(농업박물관, 낙안읍성, 목포시 자연사 박물관, 주요 인속놀이 및 문화예술 행사, 곡성 심정축제 등) -국제수목비엔날레 홍보-한복 관련행사(21) -관광홍보 및 교류사 진전 '전남 week in 고치'와 '고치 week in 전남': 한복체험(21)	-전남국제수목비엔날레(3건) -2021: 세계적인 한복 디자이너 이영희 전시, 차이킴 '수목패션쇼' -2020: 비엔날레 큐레이터 위촉 -2016 장흥국제통합의학박람회: 퓨전 한복사랑공연 -2016 세계기록총회: 산업전: 체험존 - 한복체험 우리의 옷, 한복을 입고 사진을 찍어보는 체험	-2017년 찾아가는 인성 예정교육/교육대상 어린이집, 유치원생, 청소년을 둔 학부모 / 주요 내용 1. 즐거운 우리 예정하기 (체험)과 배우는 우리 예정 배우기 남여 공수배우기 우리옷(한복)재대로 입는 법 배우기)	-한복문화주간(18)'순천-한복문화 지역거점 "곡성" -한복문화주간('20, '21) -영암구림마을 : 한복 관련사업소개(20) -한중일 전통의상 패션쇼(21)(순천)	-

전남지역 한복사업의 특징은 도시재생사업으로 조성된 순천의 창작예술촌과 '농촌체험휴향마을'로 지정된 곡성의 창동마을을 중심으로 중앙행정기관의 한복사업에 공모하고 선정되어 지역거점화를 통해 관광산업과 연계한 점이다. 대규모 대회·행사의 경우에도 <전남국제수목비엔날레>와 예술, 의생활 공예를 연계하여 행사의 메인 프로그램으로 기획했다.故이영희디자이너의 한복전시기획(21), 차이킴의 <수목패션쇼>(21)등을 예로 들 수 있다. 정책사업으로 분류된 것 중 2018년 발간한 <외국인주민생활가이드북>에 한복에 대한 설명을 포함했고, <농촌체험휴향마을지정현황>과 전남지역 <사회적기업현황>에서 한복체험 현황을 매년 파악했다. 문화행사는 주로 한복체험을 지역축제의 프로그램에

포함시켰다. 홍보사업은 다른 지자체와 마찬가지로 국내외 전남지역 관광홍보, 명절 연휴 전남지역 한복이벤트 및 한복착용자 요금할인 혜택, 국제수목비엔날레에 관한 것 등이다. 대규모 대회·행사 개최 사업은 앞서 언급한 <전남국제수목비엔날레>와 <2016 장흥 국제통합의학박람회>, <2016 세계기록총회: 산업전>에서 기획된 한복전시, 패션쇼, 체험, 공연 등의 프로그램으로 포함된 형태다. 한복교육은 2017년 초중고 자녀를 둔 학부모를 대상으로 하는 <찾아가는 인성 예절교육>으로 남녀 공수법과 한복을 제대로 입는 법이 주요 내용이다.

## □ 경상남도

경상남도의 한복 관련 기관 및 체험관은 김해문화재단의 김해한옥체험관(김해시), 한복문화 체험관(창원시), 진주성(진주시), 동의보감촌(산청군)이 있다. 2016년부터 2021년까지 경남지역에서 시행된 한복 관련 사업은 총 71건으로 조사됐다. 코로나19 확산 전인 2019년까지 매해 10~19건씩 한복 관련 사업이 시행됐다가 2020년을 기점으로 시행된 사업의 수는 줄었지만, 한국공예·디자인문화진흥원이 개최하는 <한복문화주간>에 진주와 밀양시가 선정되는 등, 한복사업을 꾸준히 수립, 시행한 것으로 분석된다. 사업유형은 정책 13건, 문화행사 15건, 홍보 20건, 대규모 대회 행사 개최 6건, 한복교육 8건, 한복사업 9건이다 <표 2-42>.

경남지역이 수립하고 시행한 한복사업의 특징은 경상남도 한복착용 조례가 지역산업인 실크산업 진흥에 관한 내용을 포함하고 있다는 것이다. 경남도청도 창원과 서부청사인 진주 두 곳에 설치되어 있어서 한복사업이 이 두 지역을 중심으로 수립, 시행됐다. 또한, 경남여성능력개발센터의 한복교육에 대한 기관역량과 성과가 우수하며 지역사회에서 기관이 확고한 위치에 있다. 한복교육프로그램 수강자들이 기관의 강사로 재흡수되기도 하고, 자체 결성된 자원봉사단의 활발한 사회활동 등 기관 활동에 대한 선순환 구조가 뚜렷하게 형성되어 있는 것으로 분석된다.

경남지역에서 수행한 한복 관련 사업의 유형별 특징은 다음과 같다. 정책사업에서 경남여성능력개발센터 수료생들이 결성한 자원봉사활동이 2019년 비영리 단체 공익활동 지원사업에 선정되어 <마을 애앓 찾아가는 여성봉사단>사업이 시행됐다. <경상남도 장애인 기능대회>, <설,명절 연휴 경남지역 한복행사 및 요금할인 정책> 등도 시행됐다. 문화행사는 <낙동강유채축제>, <진주논개제>와 같은 지역축제와 <3.13. 밀양 만세운동재현 행사>와 같은 문화행사에서 한복체험, 한복착용, 한복공연 등이 행사내용에 포함되어 시행됐다. 홍보는 명절 연휴 기간 및 여름·겨울 방학, 휴가철을 대비한 경남지역의 문화행사 중 한복 관련 이벤트와 국내외 경남관광을 홍보하기 위해 한복체험을 활용했다. 대규모 대회·행사 개최는 컨퍼런스나 박람회 동안 한복체험부스를 설치하여 단순히 체험프로그램을 제공하는 형태였으나 <함양산삼엑스포>(2000~2021)의 조직위원회는 코리아한복모델 협회와 업무협약을 맺고 전통한복패션쇼 개최와 홍보를 하여 전략적인 사업을 수립했다.

〈표 2-42〉 2016년~2021년 경남도청 한복 관련사업 시행 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합
사업 수 (건)	19	16	10	12	5	9	71
사업 유형	정책	문화행사	홍보	대규모 대회 행사 개최	한복교육	한복사업	총합
개최 건수	13	15	20	6	8	9	71
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>-경상남도 장애인기능대회개최</li> <li>-경남여성능력개발센터 전국기능대회 수강생 임상 홍보</li> <li>-마을 애꽃 찾아가는 여성봉사단: 2019년 비영리민간단체 공익활동 지원사업 선정('19, '20)</li> <li>-설, 명절 연휴 경남 지역 한복행사 및 요즘할인 정책</li> <li>-거제도포로수용소유적공원</li> <li>-국립김해박물관</li> <li>-국립진주박물관 등</li> <li>-경남도 마실 기자, 2016 가을 여행주간 정부 우수 대표 프로그램 선정-창원시의 한복을 입고 골목을 여행하는 체험 내용 포함</li> <li>-한일합심 여리공동체 활성화사업(하동 먹걸마을)('16): 생활한복공방</li> <li>-진주중앙지하도상가 청년몰 조성사업단: 청년몰CEO아카데미 교육 및 한복체험대 마운화길 조성사업('17)</li> <li>-로컬디자인역량강화 지원사업('21): 진주 예나티합동조합, 체험한복 리사이클링(재활용) 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-낙동강유채축제('17, '18): 전통혼례식, 유채꽃 한복패션쇼</li> <li>-진주논개제('16, '18) 교방의상체험, 미니 여처한복제작 등</li> <li>-양산시립합창단: 한복작용('16, '19)</li> <li>-조선왕실 후수건工藝 續續공예 예찬('16.)</li> <li>-거창단오제('16.) (한복작용)</li> <li>-인테르센과 만나다: 생활한복 무료 대여('16)</li> <li>-토기문화제('17): 한복 체험</li> <li>-왕릉문화살롱('18): 한복작용 공연</li> <li>-3.13 밀양 만세운동 재현 행사('19)</li> <li>-문화 다양성 마을 축제 '중로난장 판권이란 가면을 벗어라-' ('19): 한복작용 공연</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-설, 추석 등 명절, 연휴기간 경남지역 한복행사 및 한복착용자 요즘 할인정책 홍보('16-), (62)</li> <li>-거제도포로수용소유적공원</li> <li>-국립김해박물관: 한복착용자 선물증정, 장신구노리개만들기 등</li> <li>-국립진주박물관: 한복착용자 즉석 사진 이벤트</li> <li>-신성 남시에담촌: 한복체험</li> <li>-경남지역관광 해외홍보: 중국, 인도네시아, 태국 등</li> <li>-평투어인행, 현자판 축전진행: 신성동의 보강촌-한복체험</li> <li>-경남지역관광국내홍보(한복체험)</li> <li>-경남일양내일전통시장장남</li> <li>-창원, 창동예술촌, 장미공원</li> <li>-밀양금시당, 백곡재 창녕낙동강유채축제</li> <li>-한옥이 돌아왔다 김해가야G 미래하우스 사업설명회 개최('19): 김해한옥체험관 전통한복 체험 프로그램 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-2017 한-아시아 지방정부 경제협력 컨퍼런스 개최와 한복체험관</li> <li>-2018 세계사격선수권대회: 창원관광 홍보관 내 한복체험설치</li> <li>-함양 산삼 엑스포(20~'21)</li> <li>-코리아한복모델협회 업무협약</li> <li>-함양산삼시니어모델 선발대회</li> <li>-주한대사 부인 한복패션쇼</li> <li>-2021 경남관광박람회: 전통한복체험 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-경남여성능력개발센터('16~'19, 72)</li> <li>-청규수강생모집</li> <li>-기능경기대회임상자수상</li> <li>-수강생전시</li> <li>-양산시농업기술센터와 양산시 생활 개선화: 천연염색, 규방공예 연구회 몰드디퓨전 시('17)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-경남여성능력개발센터 해외 한복기증사업(250벌)('16)</li> <li>-제5회 부림한복축제(창원 '16)</li> <li>-제 김해문화재단 김해한옥체험관 '한복마실': 한복체험 무료('19)</li> <li>-로컬디자인역량강화 지원사업('21): 진주 예나티합동조합, 체험한복 리사이클링(재활용) 사업</li> <li>-진주 실크 패션쇼('19~'21)</li> <li>-2021 가을 한복문화주간 진주, 밀양(2건)</li> <li>-밀양시장 한복근무복 도입 및 한복패션쇼 한복사업 시행('21)</li> </ul>	

### □ 제주특별자치도

제주특별자치도는 2개의 시로 이루어져 있고 제주시에 있는 제주도청은 제주도 전역의 행정 전반을 담당하는 중심행정기관이다. 제주도청의 한복전담부서는 특정할 순 없었지만, 한복 관련 행사가 주로 개최되는 곳이 민속 마을이었기 때문에 세계유산본부 세계유산문화재부가 한복 관련 업무를 주로 소관했다. 따라서, 제주도의 한복 관련 사업은 민속 마을의 운영과 보존의 차원에서 전통문화의 한 요소로 활용됐다. 성읍마을의 <민속재연행사> 복식, <한복체험>, <천연염색체험> 공방운영, 제주 민속촌의 <한복체험> 등이 있다. 한복 관련 사업을 제주도의 단위사업이나 세부사업으로 수립한 것은 2021년 한복과 관련된 조례 「제주특별자치도 한복착용 장려 및 지원 조례」(2021), 「제주특별자치도교육청 한복교복 장려 및 지원 조례」(2021)를 제정한 이후라고 할 수 있다. 본 백서 조사 기간 중 시행된 한복 관련 사업은 '2018 한복문화주간'의 '가을 여행주간'과 연계하여 <성읍민속마을 도포 입고 선비체험, 전통혼례복 체험 프로그램>이 있다.

### 제3절 분석과 전망

2016년부터 2021년까지 한복과 관련된 법과 제도, 정책을 수립하고 추진하는 기관과 조직, 연도별 주요 정책사업을 정리했다. 법과 제도에서는 2016년에서부터 2021년까지 국회에 발의된 한복과 관련된 법안과 지자체에서 제정한 조례 및 기타 행정규칙과 한복문화 확산과 산업발전, 한복교육보급 등을 위해 정립된 제도를 조사·정리했다. 조직은 중앙정부와 지방자치단체로 분류하고 한복과 관련된 정책 수행기관을 조사했다. 담당 기관의 직무수행 내용은 각 부처의 홈페이지에 공개된 자료를 수집하여 분석했다. 정책은 중앙정부와 산하기관의 경우, 각 부처의 정책백서, 자체평가 결과보고서, 주요업무추진계획 및 보고서, 홈페이지에 공개된 기관의 사업 및 보도자료 등을 수집·검토했다. 이번 백서에서 다루는 연도가 6개년으로 범위가 넓고 중앙정부와 지자체가 수행한 모든 사업을 다루기에 한계가 있어, 한복과 관련된 정책과 사업의 포괄적인 내용을 파악할 수 있는 맥락을 정리하도록 자료를 정리·분석했다.

2016년부터 2021년 사이, 국회에 제정 혹은 개정·일부개정 등의 목적으로 발의된 한복 문화와 사업 진흥에 직접 관련된 법령은 「한복문화산업진흥법」, 「전통문화진흥법」, 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」, 「공·농·관람 등에 관한 규정(행정규칙)」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」, 「숙련기술장려법」, 「자격기본법」, 「지역문화진흥법」, 「중소기업진흥에 관한 법률」, 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 등 10건이 있었다. 한복 착용 활성화와 한복문화 진흥에 관한 조례는 전국 12개 지자체에서 2016년부터 2021년 사이에는 총 17건이 제정되었는데 2020년에 5건, 2021년도에 5건 등 10건이 2년동안 제정됐다. 2020년과 2021년도에 지자체와 자치구에서 한복 관련 조례 제정이 증가에 영향을 준 요인은 문화체육관광부가 2018년 5월에 운영을 발표한 ‘법정 문화도시’ 지정사업, 2020년부터 표면화된 중국의 ‘문화공정’, 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원의 한복교육보급사업 확대 등이 이 시기의 한복 관련 조례 제정 증가에 영향을 준 것으로 보인다.

한복 관련 조직을 파악하는 데 중앙정부에서는 한복 관련 소관 부처와 소속기관 및 관련 기관, 산하 공공기관 그리고 외청을 대상으로 했다. 지방자치단체의 한복 관련 조직은 우리나라 행정구역 단위 구분으로 광역지방자치단체에 속하는 ‘특별시’, ‘광역시’, ‘특별자치시’, ‘도’의 시·도청에 한정하여 조사했으며, 예외적으로 한복문화와 산업이 지역적 특성화가 된 종로구, 은평구, 전주시, 남원시를 포함해서 조사했다. 한복 관련 사업을 수행한 지자체의 조직에서 보이는 공통적인 특징은 문화체육관광부서 외에, 여성가족과, 일자리경제과, 지역여성회관의 참여가 있었다는 것이다. 한복 체험관(한복 체험을 할 수 있는 관광시설)을 많이 설치한 지자체는 서울 종로구와 충청남도, 대구광역시, 부산광역시, 전라남도, 경상남도 등이었다.

중앙정부의 한복정책은 주무부처인 문화체육관광부와 문화재청, 외교부, 산업통상자원부의 사업을 중심으로 조사했다. 그 밖의 정부 부처의 사업도 한복이 정책사업의 목적이 된

경우에 한정하여 조사했다. 지방자치단체의 한복정책은 해당 지자체 기관에 한복전담부서가 있는 경우, 그 부서의 수행사업을 중심으로 조사했다. 그러나, 지자체 행정기관에 한복전담부서가 명확하지 않은 경우, 시정백서와 성과보고서, 업무계획보고서, 홈페이지에 공개된 게시물을 확인하여 연도별 분류를 하고 사업의 성격과 특성을 파악했다.

한복정책은 지역과 전통문화를 활성화하는 방향으로 추진됐고, 한국문화의 해외홍보를 통한 국가이미지 제고, 세계 속 한류확산과 타산업 동반진출에 한복과 관련된 정책이 포함됐다. 한복은 우리의 독창적인 문화와 매력을 담은 케이 패션으로 그 지평을 확장할 전망이며, 세계인들과 함께 축제를 즐기며 한복의 다채로운 매력을 느끼고, 한복의 무한한 가능성을 발견해 나가는 방향으로 발전될 것으로 전망된다. 이를 위해 한복분야는 한류와 연계하여 협업콘텐츠가 기획개발 될 것으로 보인다.



# CHAPTER

# 3

## 산업

### 제1절 개관

1. 개요
2. 구성

### 제2절 한복산업 실태조사 결과

1. 한복산업분류
2. 주요지표분석
  - 1) 한복산업규모
  - 2) 산업규모추이
3. 사업체 조사
  - 1) 일반 현황
  - 2) 인력 현황
  - 3) 사업 분야별 현황
  - 4) 매출 현황
  - 5) 홍보 및 마케팅 현황
  - 6) 코로나19 사업체 영향
  - 7) 기타
4. 소비자 인식 조사
  - 1) 한복 이미지
  - 2) 한복 구매 경험
  - 3) 한복 비구매자의 한복 구매 의향
  - 4) 한복 대여 경험
  - 5) 한복 구매 의향
  - 6) 한복 디자인 인식
  - 7) 한복 관련 프로그램 경험 실태

### 제3절 분석과 전망





## 제3장 산업

### 제1절 개관

#### 1. 개요

최근 여러 정부 부처에서 한복산업 지원 및 한복 문화에 대한 인식 개선과 소비 활성화를 위한 다양한 사업을 진행하고 있다. 그러나 한복산업은 디자이너 1인이 제작부터 생산, 유통, 판매까지 책임지는 형태라 산업기반 구축의 어려움으로 점차 하락세에 들어가고 있다. 제3장에서는 지속적으로 한복산업의 실태를 면밀히 파악할 수 있도록 기획하고 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원이 제작한 ‘2022 한복산업 실태조사’의 결과를 일부 편집하여 구성했다. 또한 한복산업 실태조사 결과를 보충하기 위해 ‘2021 전통문화산업 실태조사’ 중에서 ‘한복’과 관련 있는 실태조사 결과를 일부 보충하여 설명했다.

#### 2. 구성

‘2022 한복산업 실태조사’는 한복 산업체의 실질적인 현황을 파악하고, 한복에 대한 소비자의 인식을 확인하여 한복 문화 확산 및 산업 활성화의 기반을 마련하고자 하는 목적으로 수행됐다. 통계청의 MDIS(Micro Data Integrated Service) 데이터를 활용하여 한복산업과 관련된 주요 지표를 분석하고 제조업 및 소매업 내 한복 관련 사업 규모 확인, 한복산업을 운영하고 있는 사업체 실태조사를 통해 전반적 운영 실태를 점검했다. 이를 바탕으로 향후 정책 수립의 방향성 탐색, 소비자 조사를 통해 한복에 대한 소비자들의 인식을 파악하고 과거 대비 인식 개선이 얼마나 이루어졌는지 확인하고자 했다. 사업체 조사는 한복문화산업을 운영하는 사업체를 대상으로 17개 시도에서 1,000명을 대상으로 수행됐는데, 사업체는 제조(300 이상), 판매(300 이상), 임대(200 이상) 등으로 표본 할당했다. 소비자 인식조사는 만 20세 이상을 대상으로 성/연령 균등 할당, 한복 구매 경험 유무에 따른 할당으로 1,000명을 대상으로 온라인 조사했다. 본 백서에서는 ‘2022 한복산업 실태조사’ 보고서 실태조사 결과 중 2010년도 자료를 생략하고 2015, 2020 기준년도로 작성된 자료만 추출하여 편집했다.

‘2021 전통문화산업 실태조사’는 전통문화의 산업활동 범위 정립, 일관된 산업 분류기준 확립으로 객관적·체계적인 통계를 구축 및 정책기반 마련, 전통문화산업 전반적인 현황파악 및 정책서비스 향상을 위한 개선점 발굴, 전통문화산업 진흥을 위한 정책수립시 합리적 지표로 활용할 수 있는 신뢰성 있는 통계자료 작성·제공 등을 목적으로 수행됐다.

또한, 실태조사는 전통식품, 전통건축, 전통공예, 전통의복으로 대분류하여 조사됐으며, 총 표본크기는 1,009개이고, 그중에서 '한복'에 해당하는 전통의복 표본은 206개의 사업체였다. 206개 사업체의 평균 사업활동 배분 비율은 전문가의 의견에 따라 제조/생산(48.2%), 유통/판매(46.7%), 교육(3.3%), 체험(1.7%)으로 표본 구성됐으며, 조사방법은 전국 17개 시도의 사업체에서 구조화된 설문지를 통한 면접조사 및 전화조사로 시행됐다.

## 제2절 한복산업 실태조사 결과

### 1. 한복산업분류

한국표준산업분류(KSIC)에 따라 1984년 제5차 개정부터 한복산업이 제조업분야에서 ‘한복제조업’이라는 독자적인 분류코드로 인식되었으며, 대분류 제조업, 중분류 의복 제조업, 세분류 맞춤복제조업, 세세분류 맞춤한복제조업으로 분류되어있다. 1998년 7차 표준산업분류를 개정하면서 중분류 ‘의복제조’항 아래 ‘한복제조업’이란 세분류 코드가 부여됐다. 2017년 7월 1일자로 시행된 제10차 개정분류에서는 ‘제조업’, ‘도매 및 소매업’ 항목에서 ‘한복제조업’, ‘한복소매업’ 등 독자적인 코드로 분류됐고, 이외에도 ‘도매 및 소매업’, ‘사업시설 관리, 사업지원 및 임대 서비스업’, ‘협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업’ 등 대분류 항목에 한복산업 관련 세부 항목이 있으며, 특히 도매 및 소매업에서 가장 많은 세부항목이 있는 것으로 나타났다<sup>72)</sup>.

통계청 통계분류포털에 따르면 한국표준산업분류(KSIC)에서 ‘한복’의 키워드로 검색되는 상세내역은 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 한국표준산업분류(KSIC)에 따른 ‘한복’ 키워드 검색결과

번호	분류코드	색인어	대분류
1	14130	개량한복 제조	C.제조업(10~34)
2	14130	개인 맞춤한복 제조	C.제조업(10~34)
3	14130	기성한복 제조	C.제조업(10~34)
4	14130	한복집(맞춤한복)	C.제조업(10~34)
5	14130	맞춤한복 제조	C.제조업(10~34)
6	46411	한복지 도매(소매용 포장된)	G.도매 및 소매업(45~47)
7	46413	개량한복 도매	G.도매 및 소매업(45~47)
8	46413	한복 도매	G.도매 및 소매업(45~47)
9	46415	한복용 속옷 도매	G.도매 및 소매업(45~47)
10	47415	남녀 한복 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
11	47415	한복소매	G.도매 및 소매업(45~47)
12	47415	개량 한복 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
13	47415	전통 한복 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
14	47415	기성 한복 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
15	47429	한복원단 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
16	47429	한복지 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
17	47429	한복지 주단 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
18	47429	남녀 한복지 소매	G.도매 및 소매업(45~47)
19	76292	한복 대여	N.사업시설 관리, 사업지원 및 임대 서비스업(74~76)
20	95391	한복 수선서비스	S.협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업

72) ‘전주시 한복문화 산업 육성계획 수립’ p.62

또한 우리나라에서 개인이 하고 있는 일(경제활동)을 그 수행되는 일의 형태에 따라 체계적으로 분류한 표준직업분류(KSCO)에서 ‘한복’의 키워드로 검색되는 상세내역은 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 표준직업분류(KSCO)에 따른 ‘한복’ 키워드 검색결과

번호	분류코드	색인어	대분류
1	28522	한복디자이너	2.전문가 및 관련 종사자
2	52121	한복소매원	5.판매 종사자
3	52202	한복대여원	5.판매 종사자
4	52202	한복및드레스대여원	5.판매 종사자
5	72210	퓨전한복제조원	7.기능원 및 관련 기능 종사자
6	72210	개량한복제조원,수공	7.기능원 및 관련 기능 종사자
7	72210	개량한복제조원	7.기능원 및 관련 기능 종사자
8	72210	한복사	7.기능원 및 관련 기능 종사자
9	72210	한복기능사	7.기능원 및 관련 기능 종사자
10	72210	한복제조원,수공	7.기능원 및 관련 기능 종사자
11	72210	한복제조원	7.기능원 및 관련 기능 종사자
12	72210	한복제조원(한복사)	7.기능원 및 관련 기능 종사자
13	72210	한복수선원	7.기능원 및 관련 기능 종사자

2012년 한복진흥센터 설립을 위해 한국공예·디자인문화진흥원에서 실시한 「한복진흥센터 설립 기본계획연구」에서는 한복현황에 대한 고찰을 위해 한복산업의 분류를 방적, 제조업, 가공업, 도소매업 등의 사업유형으로 분류했다 <표 3-3>.

<표 3-3> 전통의복 산업분류

분류	세부분류
방적·가공사 제조업	면 방적업/화학섬유 방적업/연사 및 가공사 제조업/기타 방적업
직물직조/직물제품 제조업	면직물 직조업/ 견직물 직조업/ 특수직물 및 기타직물 직조업/ 침구 및 관련 제품 제조업/ 자수제품 및 자수용 재료 제조업
섬유제품 염색 가공업	솜 및 실 염색 가공업/직물 및 편조원단 염색 가공업/날염가공업
봉제의복/의복액세서리 제조업	한복 제조업/ 그 외 기타 의복 액세서리 제조업
섬유·복식제품도소매/ 임대업	커튼 및 침구용품 도매업/ 셔츠 및 외의 도매업/의복 액세서리 및 모조 장식품 도매업/ 기타 가정용 섬유 및 직물제품, 도매업/가정용 직물제품, 소매업/ 한복 소매업/ 기타 섬유, 직물, 의복 액세서리 소매업/ 의류 임대업

## 2. 주요지표분석

### 1) 한복산업규모

2020년 한복산업 규모를 살펴보면, 사업체 수는 3,608개, 종사자 수 4,844명, 매출액 1,420억 원으로 파악되며<표 3-4>, 2015년과 비교해 볼 때(사업체 수 : 4,110, 종사자 수 : 6,053), 한복산업(한복 제조업+한복 소매업)은 사업체 수가 감소함에 따라 종사자 수 및 매출액의 규모도 축소되는 경향을 보이고 있다. 특히, 한복 제조업 사업체 수가 2015년~2020년 동안 지속적으로 감소한 것이 한복산업 규모 축소에 영향을 준 것으로 보여진다 <그림 3-1>.

<표 3-4> 한복산업 규모

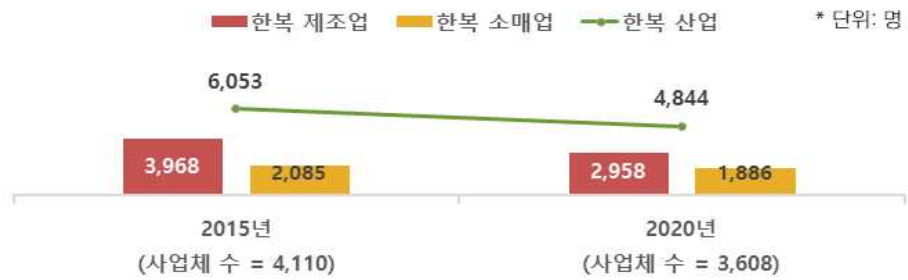
(단위: 개, 명, 백만 원)

	한복산업	
	2015년	2020년
사업체 수	4,110	3,608
종사자 수	6,053	4,844
매출액	238,701	142,038

※ 한복산업은 한복 제조업과 한복 소매업을 포함한 산업을 일컫음



한복산업 사업체 수 규모



한복산업 종사자 수 규모



한복산업 매출액 규모

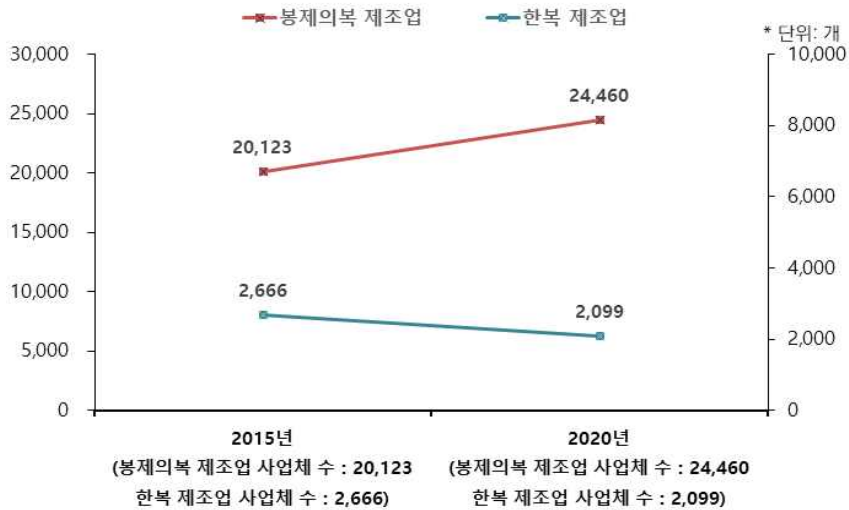
<그림 3-1> 한복산업규모 2015년 2020년 비교

## 2) 산업규모추이

### (1) 한복 제조업

#### ① 사업체 수

2020년 봉제의복 제조업 사업체 수는 24,460개, 한복 제조업 사업체 수는 2,099개로 파악된다. 봉제의복 제조업의 사업체 수 규모는 2015년 대비 2020년에 4,337개 증가했으나, 한복 제조업은 567개 감소했다. 봉제의복 제조업 사업체 수는 수도권(서울/경기/인천) 지역에서는 2015년~2020년 동안 증가했으나, 나머지 지역에서는 비슷한 수준이며, 호남권과 강원/제주는 오히려 감소했다. 반면에 한복 제조업 사업체 수는 동 기간 동안 전 지역에서 감소했다 <그림 3-2>.



<그림 3-2> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_사업체 수

〈표 3-5〉 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_사업체 수

(단위: 개)

		봉제의복 제조업		한복 제조업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		20,123	24,460	2,666	2,099
조직 형태	개인사업체	18,140	21,241	2,639	2,060
	회사법인	1,937	3,142	24	36
	회사이외법인	42	76	3	2
	비법인단체	4	1	-	1
종사자 규모	1명	4,920	8,770	1,919	1,575
	2~4명	8,870	10,225	682	484
	5~9명	4,333	3,909	55	34
	10~19명	1,323	1,062	7	5
	20명 이상	677	494	3	1
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	7,409	9,800	2,100	1,822
	50~100 미만	3,882	4,365	371	166
	100~500 미만	5,873	6,956	175	97
	500~1,000 미만	1,270	1,468	13	9
	1,000 이상	1,689	1,871	7	5
지역 권역	서울	12,432	15,580	603	469
	인천/경기	2,004	3,196	282	258
	충청권	702	746	275	211
	대구/경북권	1,333	1,399	335	253
	부산/울산/경남권	2,302	2,329	761	604
	호남권	1,103	971	295	215
	강원/제주	252	250	115	89

※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

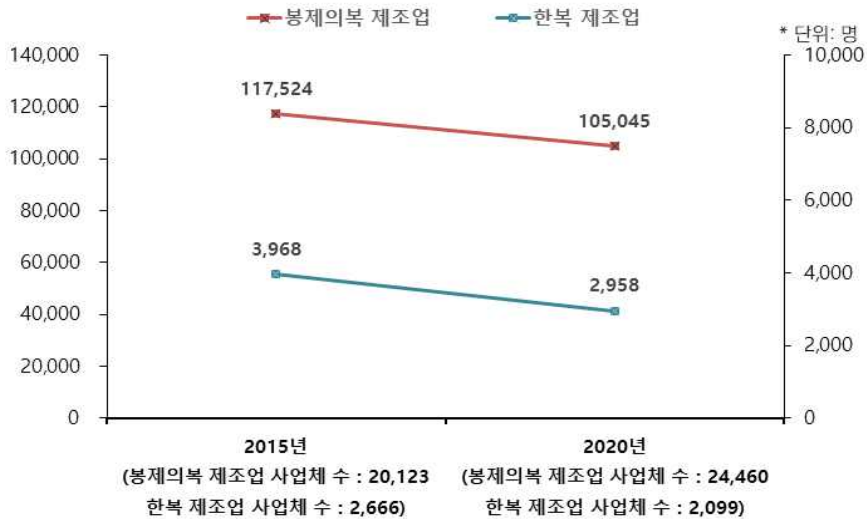
조직형태는 봉제의복 제조업과 한복 제조업 모두 개인사업체가 가장 많은 비율을 차지하고 있지만 봉제의복 제조업의 개인사업체는 2015년 대비 2020년에 3,101개의 업체가 증가한 반면, 한복 제조업의 개인사업체는 579개가 감소했다. 또한 회사법인은 봉제의복 제조업과 한복 제조업 모두 동 기간 사이에 약 50% 정도 증가했다. 종사자 규모는 봉제의복 제조업의 경우 1명 또는 2~4명 종사자 규모의 사업체는 증가했고, 5명 이상인 사업체의 수는 감소했다. 반면에 한복 제조업의 경우에는 종사자 규모와 상관없이 2015년에 비해서 2020년 조사에서 모두 감소세를 보였다. 매출액 규모를 보면 봉제의복 제조업의 경우 5,000만원 미만 구간부터 10억 원 이상의 구간 등 모든 구간에서 사업체 수가 증가하고 있지만 반대로 한복 제조업의 경우 매출액의 모든 구간에서 사업체 수가 감소했다.



## ② 종사자 수

2020년 봉제의복 제조업 종사자 수는 105,045명 한복 제조업 종사자 수는 2,958명으로 파악된다. 상위산업인 봉제의복 제조업과 한복 제조업 모두 2020년도에 종사자 수가 감소(봉제의복 제조업: 12,479명 감소, 한복 제조업: 1,010명 감소)하였고, 1인 기업이 많은 한복 제조업의 특성상 한복 제조업의 종사자 수는 사업체 수 규모에 비해 다소 적은 것으로 판단된다 <그림 3-3>.

조직형태로 보면 봉제의복 제조업과 한복 제조업 모두 개인사업체와 회사법인에서 2015년 대비 2020년 조사에서 종사자 수가 약 10~30% 감소했다. 종사자 규모로 보면 봉제의복 제조업의 4인 이하 사업장(특히 1인 사업장)에서는 종사자 수가 증가하였지만 5인 이상 규모의 사업장의 종사자 수는 감소했다. 반면에 한복 제조업의 종사자 수는 종사자 규모와 상관없이 감소했다. 매출액 규모로 보면 봉제의복 제조업의 5,000만 원 미만 사업장의 종사자 수는 증가했지만, 5,000만 원 이상 사업장의 종사자 수는 다소 감소했다. 한복 제조업의 종사자 수는 매출액 규모와 상관없이 감소했다. 지역권역으로 보면 인천/경기지역은 봉제의복 제조업 종사자 수가 다소 증가했지만 다른지역은 모두 감소했고, 한복 제조업은 모든 지역에서 종사자 수가 감소했다.



<그림 3-3> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_종사자 수

<표 3-6> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_종사자 수

(단위: 명)

		봉제의복 제조업		한복 제조업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		20,123	24,460	2,666	2,099
종사자 수 합계		117,524	105,045	3,968	2,958
조직 형태	개인사업체	72,906	65,354	3,794	2,804
	회사법인	43,841	38,636	170	150
	회사이외법인	638	X	4	X
	비법인단체	139	X	-	X
종사자 규모	1명	4,920	8,770	1,919	1,575
	2~4명	23,991	27,401	1,550	1,083
	5~9명	28,262	25,145	347	220
	10~19명	16,728	13,432	87	X
	20명 이상	43,623	30,297	65	X
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	12,801	15,629	2,495	2,194
	50~100 미만	11,643	11,501	690	326
	100~500 미만	32,169	29,025	597	320
	500~1,000 미만	11,568	9,628	86	55
	1,000 이상	49,343	39,262	100	63
지역 권역	서울	80,528	71,307	1,024	733
	인천/경기	12,882	13,072	419	367
	충청권	2,709	2,516	382	290
	대구/경북권	5,077	4,649	471	344
	부산/울산/경남권	12,419	9,856	1,130	829
	호남권	4,412	3,561	400	290
	강원/제주	797	704	142	105

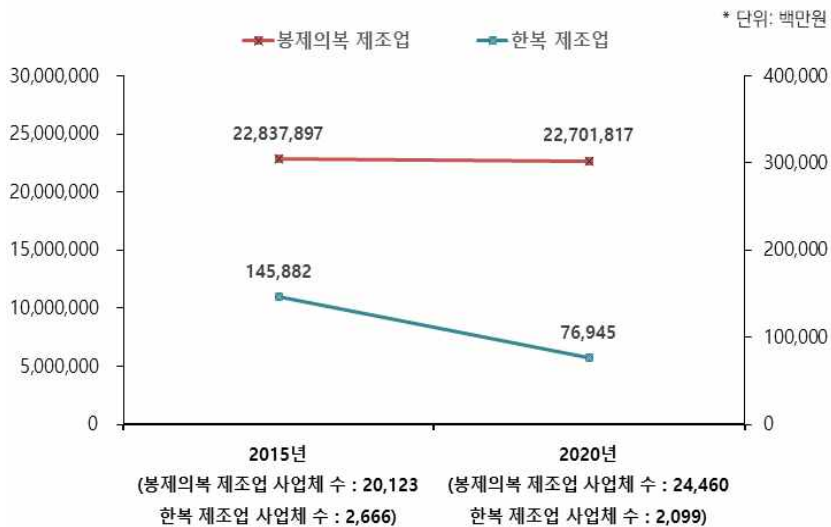
※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

### ③ 매출액

2020년 봉제의복 제조업 매출액은 22조 7,018억 원, 한복 제조업 매출액은 769억 원으로 파악된다. 상위산업인 봉제의복 제조업의 2015년도 대비 2020년 매출액은 유지되었으나, 한복 제조업의 매출액은 대폭 감소 됐다. 한복 제조업의 매출액 규모는 2015년~2020년 동안 지속적으로 감소하는 추세이다.

조직형태에 따른 봉제의복 제조업의 매출액은 유지되었으나, 한복 제조업의 매출액은 감소됐다. 종사자 규모에 따른 매출액은 봉제의복 제조업의 1인 사업체의 경우는 4배 이상 증가했고, 2명 이상 규모의 사업체는 2015년 대비 2020년 매출액이 비슷하게 유지되었지만 한복 제조업의 매출액은 동 기간 사이에 대폭 감소했다. 또한 매출액 규모와 상관없이 봉제의복 제조업은 2015년 대비 2020년 매출액이 다소 증가하거나 비슷하게 유지됐지만 한복 제조업의 경우 매출액 규모와 상관없이 대폭 감소했다. 지역 권역으로 보면 봉제의복 제조업은 인천/경기, 충청권, 대구/경북권, 호남권에서는 매출액이 다소 증가하였고, 서울, 부산/울산/경남권에서는 매출액이 다소 감소했다. 반면에, 한복 제조업의 경우 지역에 관계없이 매출액이 대폭 감소했다.



<그림 3-4> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_매출액

<표 3-7> 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이\_매출액

(단위: 백만 원)

		봉제의복 제조업		한복 제조업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		20,123	24,460	2,666	2,099
매출액 합계		22,837,897	22,701,817	145,882	76,945
조직 형태	개인사업체	3,548,522	3,730,489	112,155	62,516
	회사법인	19,229,699	18,890,560	33,663	14,359
	회사이외법인	47,880	X	64	X
	비법인단체	11,796	X	-	X
종사자규 모	1명	217,304	933,015	48,661	30,711
	2~4명	1,563,884	2,043,023	47,518	25,722
	5~9명	2,487,729	2,294,895	19,872	10,751
	10~19명	1,819,994	2,191,822	8,297	X
	20명 이상	16,748,986	15,239,062	21,534	X
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	190,963	210,892	46,716	29,519
	50~100 미만	270,957	307,925	23,993	11,155
	100~500 미만	1,283,973	1,559,961	31,887	19,539
	500~1,000 미만	894,958	1,021,519	9,317	6,536
	1,000 이상	20,197,046	19,601,520	33,969	10,196
지역 권역	서울	20,461,042	18,733,857	53,034	28,061
	인천/경기	1,558,436	2,283,863	20,186	10,367
	충청권	158,289	198,555	9,986	5,344
	대구/경북권	357,504	383,207	12,832	6,372
	부산/울산/경남권	1,182,090	1,085,174	31,178	17,088
	호남권	297,453	323,853	15,587	7,295
	강원/제주	43,370	86,612	3,079	2,418

※ KOSIS 자료 (2015, 2020년도 지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

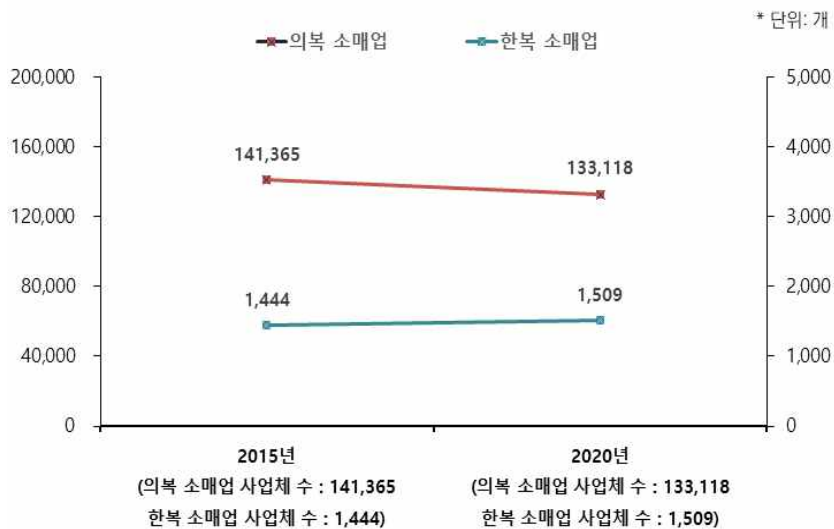
## (2) 한복 소매업

### ① 사업체 수

2020년 의복 소매업 사업체 수는 133,118개, 한복 소매업 사업체 수는 1,509개로 파악된다. 한복 소매업의 상위산업인 의복 소매업의 2015년 대비 2020년도 사업체 수는 감소한 반면, 한복 소매업은 소폭 증가(의복 소매업: 8,247개 감소, 한복 소매업: 65개 증가)했고, 의복 소매업과 한복 소매업은 모두 1인 기업의 비중이 높게 나타났다.

매출액 규모로 보면 의복 소매업과 한복 소매업 모두 5,000만원 미만의 사업체 수가 증가했고, 5,000만원 이상의 매출액 사업체 수는 두 소매업 모두 2015년 대비 2020년도 조사에서 감소한 것으로 나타났다.

지역 권역으로 보면 의복 소매업의 경우 인천/경기지역에서는 사업체 수가 다소 증가했지만 다른 모든 지역에서는 다소 감소했다. 반면에 한복 소매업의 경우는 부산/울산/경남권과 호남권에서는 사업체 수가 다소 감소하였으나 서울, 인천/경기, 충청권, 대구/경북권, 강원/제주에서 사업체 수가 다소 증가했다.



<그림 3-5> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_사업체 수

<표 3-8> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_사업체 수

(단위: 개)

		의복 소매업		한복 소매업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		141,365	133,118	1,444	1,509
조직 형태	개인사업체	131,438	120,051	1,424	1,465
	회사법인	9,865	13,012	17	42
	회사이외법인	45	54	1	2
	비법인단체	17	1	2	-
종사자 규모	1명	75,528	106,405	986	1,246
	2~4명	61,613	24,186	441	251
	5~9명	3,363	1,823	14	11
	10~19명	525	475	3	1
	20명 이상	366	229	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	57,748	75,781	927	1,237
	50~100 미만	36,665	24,843	340	151
	100~500 미만	37,705	26,048	162	109
	500~1,000 미만	5,375	3,528	9	8
	1,000 이상	3,872	2,918	6	4
지역 권역	서울	28,781	26,244	299	321
	인천/경기	34,328	35,400	235	271
	충청권	15,247	14,221	119	123
	대구/경북권	16,357	14,598	224	238
	부산/울산/경남권	24,681	22,786	329	321
	호남권	15,136	13,839	167	160
	강원/제주	6,835	6,030	71	75

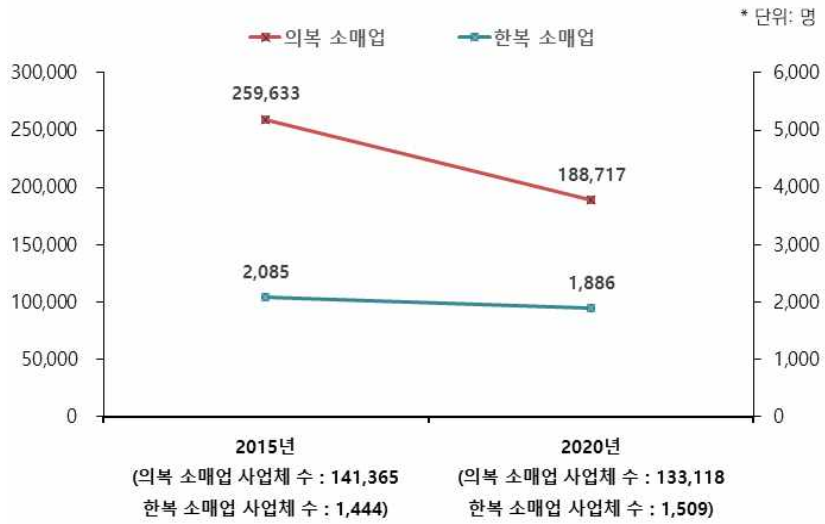
※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ 한복 소매업의 상위산업은 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업(2015)에서 의복소매업(2020)으로 분류체계가 변경되었고, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

## ② 종사자 수

2020년 의복 소매업 종사자 수는 188,717명, 한복 소매업 종사자 수는 1,886명으로 파악된다. 의복 소매업과 한복 소매업의 2015년 대비 2020년 종사자 수는 감소했다. 특히, 의복 소매업의 종사자 수가 대폭 감소(의복 소매업: 70,916명 감소, 한복 소매업: 199명 감소)했고, 2015년~2020년 동안 한복 소매업의 종사자 수는 지역별로 모두 감소한 것으로 나타났다.

조직형태로 보면 의복 소매업과 한복 소매업 모두 종사자 수는 감소했다. 종사자 규모로 보면 의복 소매업과 한복 소매업 모두 1인 사업체의 종사자 수는 증가했지만 2명 이상의 사업체의 종사자 수는 감소했다. 또한 매출액 규모 및 지역권역과 관계없이 의복 소매업과 한복 소매업 모두 2015년 대비 2020년 종사자 수는 감소했다.



<그림 3-6> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_종사자 수

〈표 3-9〉 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_종사자 수

(단위: 명)

		의복 소매업		한복 소매업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		141,365	133,118	1,444	1,509
종사자 수 합계		259,633	188,717	2,085	1,886
조직 형태	개인사업체	216,813	153,138	2,004	1,791
	회사법인	42,548	35,407	73	X
	회사이외법인	192	X	X	X
	비법인단체	80	X	X	-
종사자 규모	1명	75,528	106,405	986	1,246
	2~4명	145,724	56,608	967	551
	5~9명	19,845	11,147	86	X
	10~19명	6,855	6,185	46	X
	20명 이상	11,681	8,372	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	73,130	82,214	1,115	1,401
	50~100 미만	55,907	31,217	512	213
	100~500 미만	81,881	43,475	356	203
	500~1,000 미만	18,314	9,473	43	34
	1,000 이상	30,401	22,338	59	35
지역 구역	서울	63,189	42,775	521	470
	인천/경기	65,547	51,152	346	322
	충청권	26,006	18,750	176	142
	대구/경북권	26,490	19,193	293	286
	부산/울산/경남권	42,348	30,020	429	378
	호남권	25,202	18,653	227	197
	강원/제주	10,851	8,174	93	91

※ KOSIS 자료 (지역 구역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

※ 한복 소매업의 상위산업은 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업(2015)에서 의복소매업(2020)으로 분류체계가 변경되었고, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

### ③ 매출액

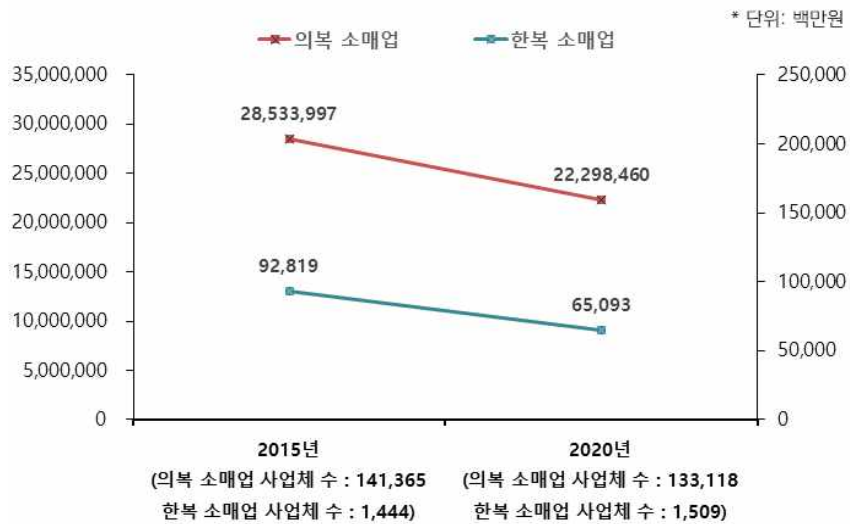
2020년 의복 소매업 매출액은 22조 2,984억 원, 한복 제조업 매출액은 650억 원으로 파악된다. 2015년 대비 2020년 의복 소매업과 한복소매업 매출액은 감소(의복 소매업: 6조 2,355억 원 감소, 한복 소매업: 277억 원 감소)했다. 2015년 대비 2020년의 의복 소매업은 사업체 수와 매출액 합계가 감소한 반면에 한복 소매업의 사업체 수는 증가했지만 매출액은 감소했다.

조직형태로 보면 개인사업체와 회사법인 모두 감소했으며, 종사자 규모로 보면 의복 소매업의 1인 사업체에서만 매출액이 증가했고, 2인 이상의 의복 소매업 사업체와 모든



종사자 규모의 한복 소매업 사업체에서는 모두 매출액이 감소했다. 매출액 규모로 보면 의복 소매업의 5,000만원 미만의 사업체의 매출액은 증가했지만, 5,000만원 이상의 의복 소매업 사업체와 모든 매출액 규모의 한복 소매업 사업체의 매출액은 감소했다. 지역 권역별로 보면 의복 소매업은 전 지역에서 매출액이 감소했으며, 한복 소매업은 인천/경기 지역만 매출액이 다소 증가했으나 나머지 지역에서는 모두 매출액이 감소했다.

‘2021 전통문화산업 실태조사’의 206개 사업체의 설문조사를 통한 2019~2021년 동안 평균 매출액 추이를 비교한 결과, 2019년 대비 2020년은 매출액이 감소했는데, 2020년 대비 2021년은 평균 매출액이 증가한 결과가 있다<sup>73)</sup>. 따라서 추후 2022년도 매출액 분석을 통해 2020년도가 매출액 기준으로 저점을 통과한 것인지 확인할 필요가 있다.



<그림 3-7> 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_매출액

73) ‘2021 전통문화산업 실태조사’ pp. 295

〈표 3-10〉 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이\_매출액

(단위: 백만 원)

		의복 소매업		한복 소매업	
		2015년	2020년	2015년	2020년
사업체 수		141,365	133,118	1,444	1,509
매출액 합계		28,533,997	22,298,460	92,819	65,093
조직 형태	개인사업체	14,960,130	10,364,915	84,283	56,571
	회사법인	13,545,460	11,921,284	8,370	X
	회사이외법인	26,834	X	X	X
	비법인단체	1,573	X	X	-
종사자구 모	1명	4,549,112	7,581,725	38,441	34,959
	2~4명	13,492,232	6,268,842	38,499	20,606
	5~9명	3,892,048	3,134,625	10,855	X
	10~19명	2,374,706	2,157,945	5,024	X
	20명 이상	4,225,899	3,155,323	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	1,507,879	1,684,530	23,906	21,616
	50~100 미만	2,580,334	1,741,053	23,022	10,262
	100~500 미만	7,852,688	5,448,807	28,265	20,608
	500~1,000 미만	3,692,329	2,401,348	6,086	4,772
	1,000 이상	12,900,767	11,022,722	11,540	7,835
지역 권역	서울	9,424,717	6,438,971	33,052	22,480
	인천/경기	7,286,302	6,774,822	14,248	14,610
	충청권	2,435,934	1,732,861	6,337	3,126
	대구/경북권	2,340,897	1,726,003	11,493	7,428
	부산/울산/경남권	3,908,682	3,070,543	16,000	10,157
	호남권	2,233,267	1,830,976	8,280	5,069
	강원/제주	904,198	724,284	3,409	2,223

※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

※ 한복 소매업의 상위산업은 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업(2015)에서 의복소매업(2020)으로 분류체계가 변경되었고, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

### 3. 사업체 조사

#### 1) 일반 현황

한복문화산업을 운영하고 있는 사업체는 주로 '개인사업자 (91.4%)'의 형태를 하고 있으며, '1990년~2000년 미만'에 설립된 경우가 34.3%로 가장 많이 나타났다. 사업장 형태는 '매장'인 경우가 90.0%로 가장 많았으며, 경영 형태는 주로 '창업 (85.0%)'으로 이루어져 있다. 대표자는 '여성'이 81.8%로 대부분을 차지하고 있으며, '60대 이상 (64.6%)'인 경우가 과반수를 차지하는 것으로 보아 한복문화산업의 고령화 현상이 진행되고 있는 것으로 판단된다. 사업체는 '임차(월세)'로 운영되는 경우가 61.8%로 가장 많이 나타났다.

<표 3-11> 일반 현황 (1)

사업체 형태	개인사업자: 91.4%	미등록사업자: 7.7%	회사법인: 0.9%
설립년도	1990년 ~ 2000년 미만: 34.3% > 2010년 이상: 25.5%		
사업장 형태 (중복 응답)	매장: 90.0%	공장: 11.9%	온라인쇼핑몰: 3.3%
경영 형태	창업: 85.0%	가업계승: 11.1%	인수: 3.5% 동업: 0.3%
대표자 성별	남성: 18.2%	여성: 81.8%	
대표자 연령	60대 이상: 64.6% > 50대: 24.2% > 40대: 8.1% > 30대: 2.7% > 10~20대: 0.4%		
사업체 소유 형태	자가: 26.1%	임차(전세): 11.8%	임차(월세): 61.8%

한복문화산업을 운영하는 사업체는 '5평 미만'인 경우가 31.7%로 가장 많았고, 그다음 '5평~10평 미만 (28.8%)', '10평~20평 미만 (23.5%)' 순으로, '20평 미만'의 영세한 규모로 운영되는 업체가 52.3%이다. 사업체 업종이 '판매업'인 경우가 78.6%로 가장 많았고, 그다음 '제조업 (57.4%)', '임대업 (35.2%)', '기타 산업 (1.7%)'가 그 뒤를 이었다. 세부 업종별로 살펴본 결과 '기성복 및 부자재 제작/판매'를 제외하고 '17년 대비 감소하는 양상을 보이고 있다. 2021년 12월 31일 기준으로 자본금은 평균 5,390만 원이며, 전체 매출액은 평균 3,010만 원으로 나타났다.

<표 3-12> 일반 현황 (2)

사업체(영업장) 유형	5명 미만: 31.7% > 5명~10명 미만: 28.8% > 10명~20명 미만: 23.5%																																			
업종 구분 (중복 응답)	판매업	제조업	임대업(대여)	기타(교육 등)																																
	78.6%	57.4%	35.2%	1.7%																																
세부 업종 (중복 응답)	* Base : 전체응답자. 단위 : %, 중복응답																																			
	<table border="1"> <caption>세부 업종 (중복 응답) - 2017 vs 2022 (%)</caption> <thead> <tr> <th>업종</th> <th>2017 (n=1,208)</th> <th>2022 (n=1,000)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>맞춤복 제작/판매</td> <td>85.1</td> <td>75.0</td> </tr> <tr> <td>한복대여(임대)</td> <td>52.1</td> <td>34.9</td> </tr> <tr> <td>기성복 제작/판매</td> <td>24.3</td> <td>28.3</td> </tr> <tr> <td>바느질·자수 가공</td> <td>37.1</td> <td>17.7</td> </tr> <tr> <td>원사·연사·원단 제작/판매</td> <td>34.6</td> <td>16.4</td> </tr> <tr> <td>부자재 제작/판매</td> <td>6.3</td> <td>11.2</td> </tr> <tr> <td>염색·염직 가공</td> <td>2.6</td> <td>1.5</td> </tr> <tr> <td>한복교육</td> <td>3.0</td> <td>1.2</td> </tr> <tr> <td>한복수선</td> <td>18.5</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>기타</td> <td>0.1</td> <td>0.1</td> </tr> </tbody> </table>				업종	2017 (n=1,208)	2022 (n=1,000)	맞춤복 제작/판매	85.1	75.0	한복대여(임대)	52.1	34.9	기성복 제작/판매	24.3	28.3	바느질·자수 가공	37.1	17.7	원사·연사·원단 제작/판매	34.6	16.4	부자재 제작/판매	6.3	11.2	염색·염직 가공	2.6	1.5	한복교육	3.0	1.2	한복수선	18.5	0.1	기타	0.1
업종	2017 (n=1,208)	2022 (n=1,000)																																		
맞춤복 제작/판매	85.1	75.0																																		
한복대여(임대)	52.1	34.9																																		
기성복 제작/판매	24.3	28.3																																		
바느질·자수 가공	37.1	17.7																																		
원사·연사·원단 제작/판매	34.6	16.4																																		
부자재 제작/판매	6.3	11.2																																		
염색·염직 가공	2.6	1.5																																		
한복교육	3.0	1.2																																		
한복수선	18.5	0.1																																		
기타	0.1	0.1																																		
자본금 (2021.12.31. 기준)	평균 5,390만 원	매출액 (2021.12.31. 기준)	전체	평균 3,010만 원																																
			한복문화산업	평균 2,920만 원																																
			기타산업	평균 2,530만 원																																

## 2) 인력 현황

한복문화산업에 종사하는 총 근로자 수는 평균 1.3명으로 영세한 규모로 운영되고 있으며 ‘여성 (84.4%), 60대 이상 (65.9%), 고졸 이하 (75.4%)’의 근로자가 대다수를 차지하고 있다. ‘자격증을 보유하고 있지 않은 사람’이 95.5%이며, ‘정규직’의 비중이 98.8%로 나타났다. ‘20년 이상’의 경력을 보유한 근로자가 67.3%로 한복문화산업의 고령화 영향을 받은 것으로 판단된다. 평균 임금은 150만 원 미만이 60.7%로 가장 많이 나타났고, 직종별로는 매장관리/영업이 76.6%로 가장 높게 나타났다.

〈표 3-13〉 인력 현황

총 근로자 수	평균 1.3명					
성별	남성		여성			
	15.6%		84.4%			
연령별	30대 이하	40대	50대	60대 이상		
	4.6%	7.9%	21.6%	65.9%		
학력별	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상		
	75.4%	10.7%	13.0%	0.9%		
취득 자격증별	없음(미취득자)		한복산업기사	한복기능사		
	95.5%		1.1%	3.4%		
종사 유형별	정규직			비정규직		
	98.8%			1.2%		
경력별	1년 미만	1년~5년 미만	5년~10년 미만	10년~20년 미만	20년 이상	
	1.1%	8.2%	10.8%	12.6%	67.3%	
평균 임금별	150만 원 미만	150~200만 원 미만	200~300만 원 미만	300~400만 원 미만	400만 원 이상	
	60.7%	20.2%	14.7%	2.6%	1.8%	
직종별	디자이너	2차가공 기술	생산직	사무직	매장관리/영업	기타
	5.5%	9.5%	6.4%	0.6%	76.6%	1.4%

한복문화산업에 종사하는 총 근로자 수가 ‘1명’인 경우는 77.5%로 2016년 이후 계속해서 증가하는 양상을 보인다. 반면, 근로자 수가 ‘2~5명 미만’인 경우는 21.7%로 2016년 이후 계속해서 감소하고 있다. 한복문화산업은 1명의 영세한 규모로 운영되는 경우가 많은 것으로 판단된다. ‘2021 전통문화산업 실태조사’의 결과에 의하면 2001년 이전 설립된 업체의 평균 종사자 수가 2001년 이후에 설립한 업체의 평균 종사자 수보다 많았다는 유사한 의미의 결과를 보여줬다<sup>74)</sup>

74) ‘2021 전통문화산업 실태조사’ pp. 293

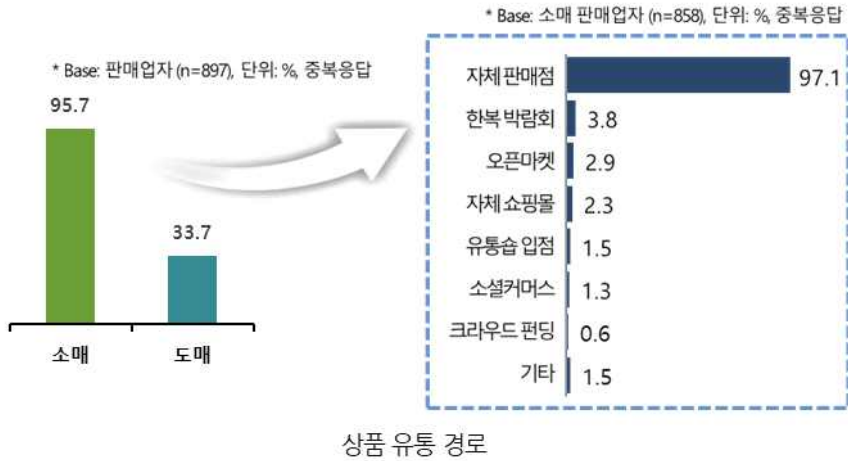
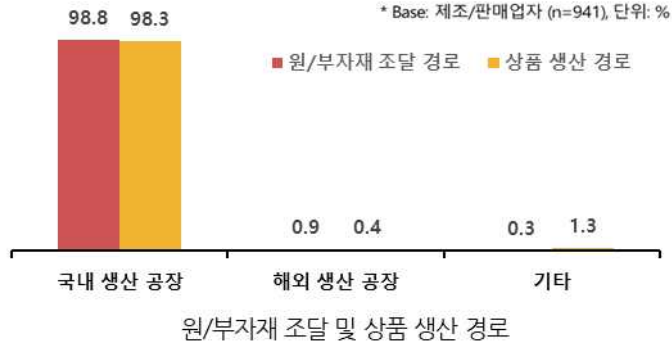


<그림 3-8> 한복문화산업 근로자 수

### 3) 사업 분야별 현황

#### (1) 제조/판매업

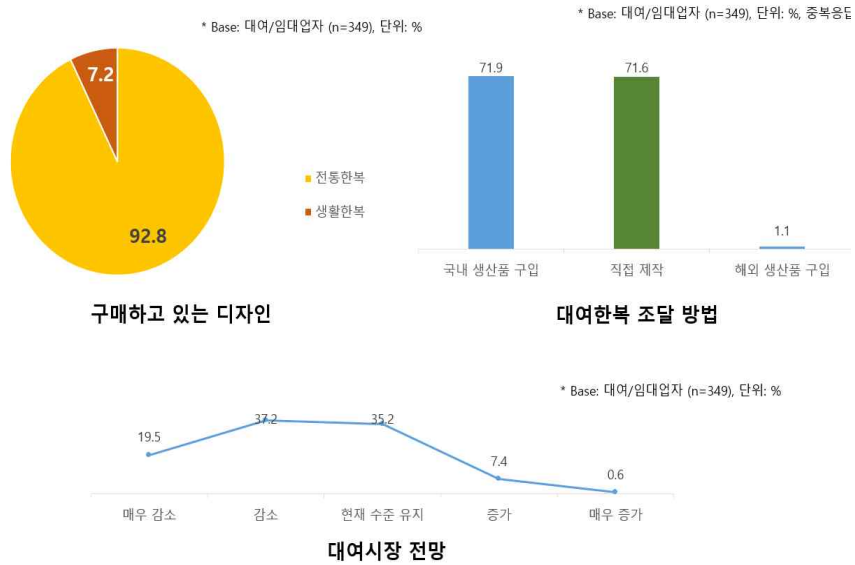
제조 및 판매업은 원/부자재 조달 및 상품 생산 시 ‘국내 생산 공장’을 이용하는 경우가 98% 이상으로 대부분을 차지하고 있다. 상품 유통 시에는 ‘소매’로 하는 경우가 95.7%로 가장 많았으며, 소매업 중에서도 자체 판매점을 이용하는 경우가 97.1%로 대다수를 차지한다. 이외 상품 유통 경로로는 ‘한복 박람회 (3.8%)’, ‘오픈마켓 (2.9%)’, ‘자체 쇼핑몰 (2.3%)’ 순이었다. 따라서, 한복의 구매율을 높이기 위해서는 상품 유통 경로의 다양화가 필요해 보인다.



<그림 3-9> 제조/판매업 현황

## (2) 임대업(대여)

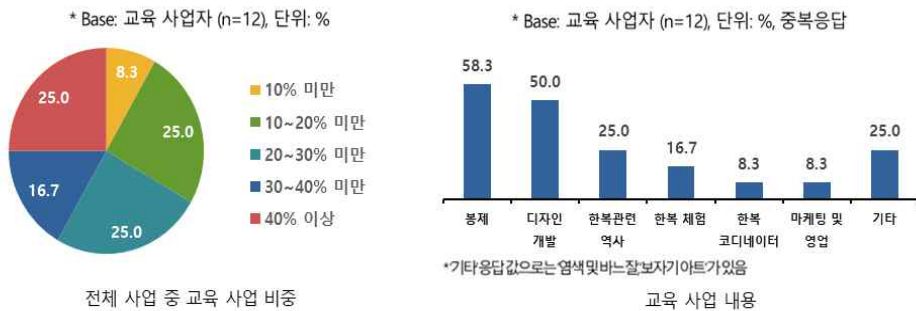
임대업을 하는 사람들은 주로 '전통한복 (92.8%)'을 구비하고 있으며, 대여 한복 조달을 위해 '국내 생산품을 구입 (71.9%)' 하거나 '직접 제작 (71.6%)' 하는 방식을 사용하고 있다. 대여 시장 전망과 관련해 향후 3년 이내 '현재 수준을 유지'할 것이라는 응답이 35.2% 이고, '감소'할 것이라는 응답이 37.2%, '매우 감소'할 것이라는 응답이 19.5%인 것으로 보아 한복임대업의 향후 전망에 대한 부정적인 견해를 살펴볼 수 있다.



<그림 3-10> 임대업(대여) 현황

### (3) 기타 교육 사업

한복문화산업 중 교육 사업을 운영하는 사업체는 전체 1,000명 중 12명으로 1.2%의 매우 낮은 수준이다. 교육 사업을 운영하는 사업체 중 ‘전체 사업에서 교육 사업이 차지하는 비중’은 평균 30% 정도로 높은 수준은 아니다. 교육 사업의 내용으로는 ‘봉제 (58.3%)’, ‘디자인 개발 (50.0%)’, ‘한복 관련 역사 (25.0%)’ 등이 있다.



<그림 3-11> 교육 사업 현황



#### 4) 매출 현황

2021년 매출액은 '1억 미만'인 경우가 97.5%로 대다수를 차지하였으며, 이는 2017년도와 유사한 양상을 보이고 있다. 매출액 추이와 관련하여 '크게 달라지지 않을 것이다'라는 응답이 52.0%로 과반수를 차지하였는데, 이는 2017년도 대비 유의미하게 상승한 결과이다. 2017년도의 경우 '매출액이 감소할 것이다'라는 응답이 78.6%였는데, 본 조사에서는 40.8%로 감소했다. 유형별 매출액을 보면 대부분 국내 민간매출에 해당하며 국내 공공, 해외매출의 비중은 미미한 것으로 나타났다. '2021 전통문화산업 실태조사'의 결과에 의하면 평균 수출액은 2019년부터 2021년까지 2년간 계속 하락하고 있는 것으로 나타났다.<sup>75)</sup>



<그림 3-12> 매출 현황

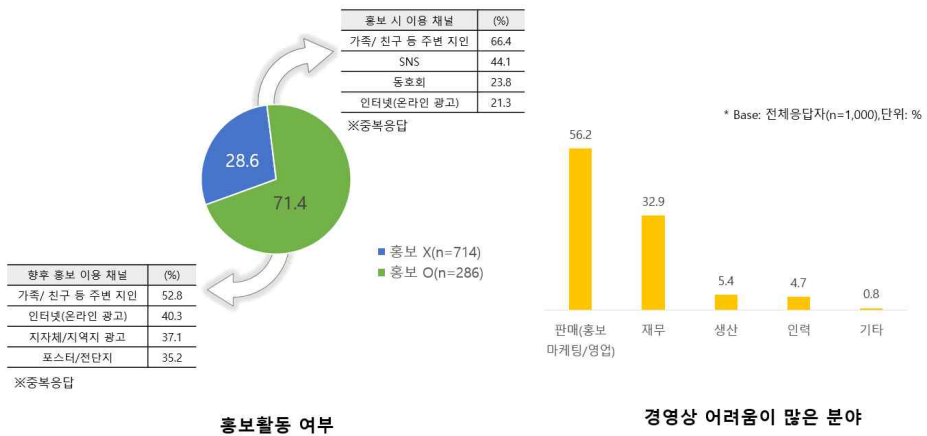
<표 3-14> 유형별 매출액

연도	매출처 유형			
	국내		해외	기타
	공공	민간		
2021년	0.4%	99.0%	0.2%	0.4%
2022년 (추정)	0.7%	98.8%	0.2%	0.3%

75) '2021 전통문화산업 실태조사' pp. 296

### 5) 홍보 및 마케팅 현황

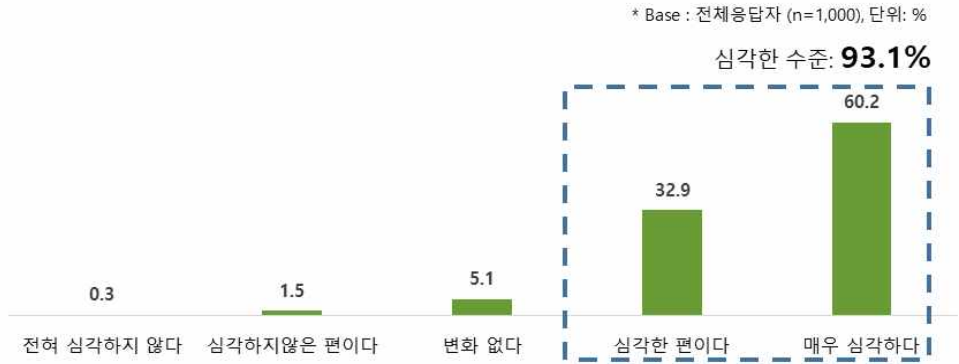
한복문화산업과 관련한 홍보 및 마케팅을 하고 있지 않은 사업체의 비중이 71.4%로 대다수를 차지했다. 게다가 경영상 어려움이 많은 분야로 ‘판매(홍보 마케팅/영업)’를 선택한 비중이 56.2%로 과반수를 차지, 홍보 활동과 관련한 지원 요구가 가장 높게 나타났다. 홍보활동 경험 유무와 상관없이 홍보 채널로 ‘가족/친구 등 주변 지인’을 활용하는 비율이 높는데, 이에 따라 소비자의 구매 태도와 일치하는 방향의 채널을 활성화하는 것이 필요할 것으로 판단된다.



〈그림 3-13〉 홍보 및 마케팅 현황

### 6) 코로나19 사업체 영향

코로나19로 인한 사업체 영향이 ‘심각한 수준 (심각한 편이다 + 매우 심각)’이라는 응답이 93.1%로 대다수를 차지하고 있다. 유형별 코로나19 영향력을 살펴본 결과 ‘고용인력과 임금 수준에 있어서는 변화 없다’는 응답이 60% 이상이다. 반면, 매출액에서는 ‘감소했다’는 응답이 98.2%로 매우 높으므로 코로나19가 매출액과 관련하여 부정적인 영향을 미친 것으로 판단된다.



<그림 3-14> 코로나19로 인한 사업체 영향

<표 3-15> 유형별 코로나19 영향력

	감소 (%)	변화 없음 (%)	증가 (%)
매출액	98.2	1.6	0.2
고용인력: 정규직	22.7	76.9	0.4
고용인력: 비정규직	22.6	77.1	0.3
임금 수준: 정규직	36.2	62.6	1.2
임금 수준: 비정규직	21.0	78.1	0.9

<표 3-16> 유형별 코로나19 전후 감소 정도

	감소 (%)					
	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
매출액	74.5	11.6	11.6	1.4	0.6	0.2
고용인력: 정규직	54.6	10.6	4.0	1.8	8.8	20.3
고용인력: 비정규직	53.5	8.8	5.8	3.5	6.2	22.1
임금 수준: 정규직	53.9	13.8	9.9	3.6	5.0	13.8
임금 수준: 비정규직	51.4	4.8	6.2	4.8	8.6	24.3

## 7) 기타<sup>76)</sup>

‘2021 전통문화산업 실태조사’의 결과에 의하면 한복의 새로운 상품/제품을 개발할 때 가장 고려하는 사항은 트렌드였고, 다음으로 제품디자인, 전통성, 제품가격, 제품실용성 등의 순으로 나타났다.

업체들이 생각하는 본인 상품의 강점은 제품의 품질, 독특한 디자인, 합리적인 가격, 제품의 용도 및 실용성 등의 순으로 나타났다.

유통 및 판매업체에 납품 시 느끼는 애로사항은 유통·판매업체의 정보 등 초기판로확보가 가장 크게 나타났으며, 다음으로 납품가 인하 요구, 제비용 및 반품 등 비용 전가, 까다로운 납품조건 요구, 과도한 사후 관리요구, 까다로운 품질기준의 순으로 나타났다.

상품을 판매하는 주요 판매처에 대해서는 사업체 또는 공방 내 매장에서 직접판매가 1순위로 가장 높았고, 다음으로 사업체 보유 홈페이지(블로그, SNS 포함), 종합포털사이트의 링크 쇼핑몰 등의 순으로 나타났다.

---

76) ‘2021 전통문화산업 실태조사’ p. 400

## 4. 소비자 인식 조사

### 1) 한복 이미지

전통한복은 ‘아름답지만 불편한’ 이미지이며, 생활한복은 ‘편의성이 좋은’ 이미지로 나타났다. 전통한복에 어울리는 이미지는 ‘고전적인’ 이미지가 73.8%로 가장 높았으며, 생활한복은 ‘현대적인’ 이미지가 66.6%로 나타났다.

〈표 3-17〉 한복 상기 이미지

	한복	전통한복	생활한복
최초 상기 이미지 (중복응답)	긍정 비율: 85.7%	긍정 비율: 76.1%	긍정 비율: 78.2%
	전통적인(21.9%) > 고유의(12.9%) > 아름다운(11.5%)	아름다운(12.2%) > 불편한(8.9%) > 고유의(6.7%)	편안한(32.1%) > 편리한(18.0%) > 개량(7.9%)
어울리는 이미지 (중복응답)	전통한복		생활한복
	고전적인(73.8%) > 단아한(68.5%) > 고급스러운(58.8%)		현대적인(66.6%) > 소박한(51.6%) > 평범한(41.1%)

### 2) 한복 구매 경험

생활한복보다는 전통한복을 구매한 비율이 높게 나타난 것으로 보아 구매 시장에서 전통한복이 우위를 점하고 있는 것으로 보인다. 전통한복 구매자의 구매 장소로는 최근 ‘전통시장’에서 구매했다는 비율이 가장 높게 나타났으며, 정보 수집 채널에서 ‘전통시장(54.5%)’이 가장 높은 전통한복과 달리 생활한복의 정보 수집 채널은 ‘백화점 매장, 브랜드 직영점(50.0%)’이 높게 나타났다. 한복 구매 시 가장 고려한 항목은 외관(디자인과 색상/무늬) 관련 요소가 높게 나타나, 앞으로의 한복은 트렌드를 반영한 외관적인 요소 중심의 발전이 필요해 보인다.

〈표 3-18〉 한복 구매 경험 (1)

	전통한복	생활한복
구매 한복 종류 (중복응답)	94.0%	26.0%
구매 목적 대상 (중복응답)	본인(77.7%) > 배우자(38.7%) > 자녀(28.9%)	본인(74.6%) > 배우자(36.2%) > 자녀(28.5%)
최근 정보 수집 채널 (1+2+3순위)	전통시장(54.5%) > 주변 사람의 추천(51.3%) > 백화점 매장, 브랜드 직영점(42.1%)	백화점 매장, 브랜드 직영점(50.0%) > 전통시장(46.2%) > 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(37.7%)
최근 구매 장소	전통시장(40.2%) > 한복 브랜드 직영점(22.6%) > 한복박람회(13.4%)	전통시장(22.3%) > 한복 브랜드 직영점(16.2%) > 백화점(14.6%)
최근 한복 구매 시 가장 고려한 항목	디자인(35.3%) > 색상/무늬(28.9%) > 가격(17.2%)	디자인(35.4%) > 색상/무늬(20.0%) > 관리의 용이성(18.5%)

한복 구매가격대는 전통한복의 경우 ‘10만 원~50만 원 미만’이 67%, 생활한복은 ‘30만 원 미만’이 80%로 구매 비중이 높았다. 전통한복은 ‘예복 (86.8%)’의 용도로 주로 착용하며, 생활한복은 ‘평상복 (31.5%)’, ‘예복 (26.2%)’, ‘외출복 (23.1%)’ 등 다양한 용도에서 착용하는 것으로 나타났다. 한복 구매 미경험자의 이유는 ‘착용할 일이 많지 않아서’가 높게 나타났는데, 이는 한복이 ‘예복’ 중심으로 착용하기 때문으로 판단된다.

〈표 3-19〉 한복 구매 경험 (2)

	전통한복	생활한복
최근 구매 한복 가격대	30만원~50만원 미만(24.7%) > 20만원~30만원 미만(23.8%) > 10만원~20만원 미만(18.5%)	10만원~20만원 미만(29.2%) > 20만원~30만원 미만(28.5%) > 10만원 미만(22.3%)
보유 한복 개수	평균: 1.44벌	평균: 1.56벌
한복 착용 빈도	거의 입지 않음(48.5%) > 1년에 1~2회 정도(33.8%) > 6개월에 1~2회 정도(9.4%)	6개월에 1~2회 정도(23.8%) > 한달에 1~2회 정도(20.0%) = 1년에 1~2회 정도(20.0%)
한복 주 용도	예복(86.8%) > 여행용(5.5%) > 외출복(3.2%)	평상복(31.5%) > 예복(26.2%) > 외출복(23.1%)
한복 구매 미경험 이유 (1+2+3순위)	착용할 일이 많지 않아서(81.2%) > 가격이 비싸서(69.6%) > 착용/보관/관리 등이 어려워서(66.8%)	착용할 일이 많지 않아서(72.8%) > 가격이 비싸서(51.6%) > 착용/보관/관리 등이 어려워서(43.6%)

### 3) 한복 비구매자의 한복 구매 의향

한복 비구매자는 전통한복보다 생활한복의 구매 의향이 높게 나타났다. 구매 목적 대상은 구매자의 구매 목적 대상과 유사하게 ‘본인’의 비율이 높으며, 향후 한복 구매 시 우선적으로 고려할 항목 또한 구매자와 동일하게 ‘디자인’이 높게 나타났다. 정보 수집 채널의 경우, 전통한복은 ‘백화점 매장, 브랜드 직영점’이 39.6%, 생활한복은 ‘인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰’가 41.6%로 가장 높아 구매 경험자와 다른 경향이 나타났다. 따라서 해당 부분을 고려하여 전통한복과 생활한복의 마케팅 전략의 차별화가 필요할 것으로 보인다. 이어 한복 비구매자의 향후 한복 구매 시 주 용도는 구매자의 주 용도 대비 ‘예복’의 비중이 감소한 것으로 나타났다.

<표 3-20> 한복 비구매자의 한복 구매 의향

	전통한복	생활한복
구매하고 싶은 한복	55.0%	70.2%
구매 목적 대상	본인(92.0%) > 가족/친지(29.1%) > 배우자(26.5%)	본인(88.9%) > 배우자(29.1%) > 가족/친지(21.9%)
최근 정보 수집 채널 (1+2+3순위)	백화점 매장, 브랜드 직영점(39.6%) > 전통시장(37.1%) > 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(34.9%)	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(41.6%) > 영상 정보(35.9%) > 인터넷 커뮤니티(33.6%)
향후 한복 구매 시 우선 고려 항목	디자인(42.9%) > 색상/무늬(19.6%) > 가격(18.9%)	디자인(43.0%) > 가격(19.4%) > 관리의 용이성(12.5%)
향후 한복 구매 시 주 용도	예복(69.8%) > 여행용(13.8%) > 외출복(10.2%)	평상복(29.1%) > 외출복(27.4%) > 여행용(21.9%)

#### 4) 한복 대여 경험

한복 대여 경험은 전통한복이 높은 비중으로 나타났으며, 전통한복과 생활한복 모두 관광지에서의 대여 비중이 높게 나타났다. 또한, 한복은 ‘여행용’으로 대여하는 비율이 전반적으로 높지만 비관광지에서의 전통한복은 ‘예복’의 용도가 높게 나타났다. 비관광지 전통한복을 제외한 한복 대여 경험은 만족도가 긍정적인 수준으로 나타났다.

〈표 3-21〉 한복 대여 경험

		전통한복	생활한복
대여 한복 종류 (중복응답)		83.5%	28.9%
대여 한복 매장 위치 (중복응답)		관광지(61.9%) > 비관광지(49.5%)	관광지(65.6%) > 비관광지(54.5%)
대여 시간 (1회)	관광지	2시간 이하(50.9%) > 2시간 초과 4시간 이하(42.3%) > 4시간 초과(6.8%)	2시간 이하(46.8%) > 2시간 초과 4시간 이하(44.4%) > 4시간 초과(8.9%)
	비관광지	1일 이하(50.0%) > 1일 초과 2일 이하(38.9%) > 2일 초과(11.1%)	1일 초과 2일 이하(43.7%) > 1일 이하(41.7%) > 2일 초과(14.6%)
대여 지불 비용	관광지 (2시간 기준)	10,000~30,000원 미만(63.3%) > 30,000~50,000원 미만(21.3%) > 10,000원 미만(10.1%)	10,000~30,000원 미만(58.1%) > 30,000~50,000원 미만(20.2%) > 10,000원 미만(15.3%)
	비관광지 (1일 기준)	10만원 이상 30만원 미만(45.9%) > 10만원 미만(35.6%) > 30만원 이상 50만원 미만(14.8%)	10만원 이상 30만원 미만(40.8%) > 10만원 미만(36.9%) > 30만원 이상 50만원 미만(19.4%)
대여 용도	관광지	여행용(69.5%) > 예복(21.6%) > 외출복(5.9%)	여행용(50.0%) > 외출복(23.4%) > 예복(17.7%)
	비관광지	예복(72.2%) > 여행용(18.9%) > 외출복(5.9%)	여행용(31.1%) > 예복(29.1%) > 외출복(21.4%)
대여 만족도	관광지	긍정 비율: 73.7%	긍정 비율: 71.8%
	비관광지	긍정 비율: 67.8%	긍정 비율: 71.8%



## 5) 한복 구매 의향

전통한복의 구매 의향은 39.1%로 낮은 비율이었지만, 생활한복은 53.0%로 과반수가 구매 의향이 있다고 응답했다.

〈표 3-22〉 한복 구매 의향

	전통한복	생활한복
향후 한복 구입 의향	긍정 비율: 39.1%	긍정 비율: 53.0%
향후 한복 구매 시 지불 가능 가격	20만원 이상 30만원 미만(26.1%) > 10만원 이상 20만원 미만(25.1%) > 30만원 이상 50만원 미만(22.1%)	10만원 미만(32.9%) > 10만원 이상 20만원 미만(30.9%) > 20만원 이상 30만원 미만(19.5%)

## 6) 한복 디자인 인식

전통한복 디자인 변형 시 개선사항으로는 ‘옷고름 (61.1%)’과 ‘치마의 폭, 길이 (54.4%)’가 높게 나타났다. 따라서, 위 개선사항들을 반영하여 전통한복의 착용을 편하게 만드는 것이 필요할 것으로 보인다. 반면, 전통한복에서 고수해야 하는 사항으로는 ‘색상과 문양’이 58.4%, ‘곡선’은 50.3%의 높은 비중을 차지하고 있는데 이는 한복 고유의 ‘고전적’이고 ‘단아한’ 이미지를 유지하기 위함으로 보인다. 선호하는 한복 문양은 ‘식물 문양 (33.7%)’, 선호하는 문양 표현 기법은 ‘직조 문양 (43.2%)’이 높게 나타났다. 한복 생활화/일상화를 위해서는 ‘한복의 구입가격 (46.1%)’과 ‘한복의 디자인 (44.6%)’, ‘한복의 관리/세탁 방법 (43.5%)’의 개선 및 변화가 중요하다는 의견이 높은 비중으로 나타났다.

〈표 3-23〉 한복 디자인 인식

전통한복 디자인 변형 개선 사항 (1+2+3순위)	웃고름(61.1%) > 치마의 폭, 길이(54.4%) > 곡선(44.7%)
전통한복 디자인 변형 고수 사항 (1+2+3순위)	색상과 문양(58.4%) > 곡선(50.3%) > 소재(45.0%)
선호 한복 문양	식물 문양(33.7%) > 자연 문양(26.0%) > 기하 문양(17.5%)
선호 문양 표현 기법	직조 문양(43.2%) > 자수 문양(23.6%) > 프린트 문양(12.4%)
한복 생활화/일상화 중요 요소 (1+2+3순위)	한복의 구입 가격(46.1%) > 한복의 디자인(44.6%) > 한복 관리/세탁 방법(43.5%)

## 7) 한복 관련 프로그램 경험 실태

한복 관련 프로그램은 ‘한복 입기 체험 (31.8%)’을 가장 많이 경험한 것으로 나타났다. 한복 관련 프로그램은 온라인(인터넷, SNS)에서 인지한 비율이 높아 홍보 수단으로써 온라인 매체를 이용하는 것이 필요해 보인다. 한복 관련 프로그램은 ‘가족 (51.4%)’이 동반된 경우가 많았으며, ‘전시 및 축제 (69.1%)’의 긍정경험 비율이 가장 높게 나타났다.

향후 한복산업 발전을 위해 필요한 한복 관련 프로그램은 ‘현대적인 한복 디자인 개발 및 유통지원 (41.9%)’이 가장 높아, 트렌드에 따른 한복 디자인의 변화가 필요하다고 생각하는 소비자의 요구를 확인할 수 있다.

〈표 3-24〉 한복 관련 프로그램 경험 실태

한복 관련 프로그램 경험	한복입기 체험(31.8%) > 전시 및 축제(26.9%) > 온라인 콘텐츠(22.4%) > (경험해 본 적 없음: 37.4%)
한복 관련 프로그램 인지 경로 (중복응답)	인터넷(36.6%) > SNS(33.5%) > 가족/친구 등 주변 지인(30.5%)
한복 관련 프로그램 동반 유형	배우자/자녀 등 가족(51.4%) > 친구(31.0%) > 혼자(20.8%)
한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 긍정 비율	전시 및 축제(69.1%) > 한복입기 체험(65.7%) > 박람회(58.3%)
한복 관련 필요 프로그램	현대적인 한복 디자인 개발 및 유통지원(41.9%) > 한복 체험 및 교육 확대(22.3%) > 한복의 적극적인 홍보(20.5%)

### 제3절 분석과 전망

‘2022 한복산업 실태조사’와 ‘2021 전통문화산업 실태조사’ 중에서 ‘한복’ 관련 실태조사 결과를 종합분석 해본 결과, 봉제의복 제조업은 증가했지만 한복 제조업은 2016~2021 기간 동안 사업체 수, 종사자 수, 매출액 등의 규모가 축소된 것으로 나타났다. 한복 소매업체 수는 2015년 대비 2020년에 소폭 증가했지만 한복 소매업 종사자 수는 소폭 감소했고, 매출액도 감소했다. 한복 소매업의 1인 사업체의 종사자 수는 증가했지만 2명 이상의 사업체의 종사자 수는 감소했다.

한복산업은 주로 ‘개인사업자’의 형태를 하고 있으며, 경영형태는 주로 ‘창업’으로 이루어졌으며, 사업체는 제조와 유통을 겸업하는 곳이 많았다. 대표자는 여성인 경우가 많았고 여성, 60대 이상, 고졸 이하의 근로자가 대다수를 차지하고 있다. 평균 근로자 수는 2인 이하로, 1인 기업의 영세한 규모로 운영되고 있는 경우가 많았다. 특히 총 근로자 수가 ‘1인’인 경우는 2016년 이후 계속 증가하고 있다.

원/부자재 조달과 상품생산은 대부분 ‘국내 생산공장’을 이용하고, 주로 자체 판매점을 통한 소매업을 하고 있다. 연간 매출액은 대부분 1억 이하로 나타났는데 매출액에 대한 향후 전망은 ‘크게 달라지지 않을 것이다’라고 답한 비율이 2017년에 비해 늘었고, ‘감소할 것이다’라는 답변은 2017년에 비해 감소하여 사업체들은 한복산업이 현재보다 더 나빠지지 않을 것이라고 전망하는 것으로 나타났다.

한복문화산업과 관련된 홍보 및 마케팅은 대다수 하고 있지 않지만, 홍보와 마케팅이 필요하며 홍보활동과 관련한 지원 요구가 높게 나타났다. 또한, 코로나19로 인하여 사업체가 심각한 매출 영향을 받은 것으로 나타났다.

소비자들은 전통한복이 ‘아름답지만 불편한’ 이미지가 크다고 답했으며, 생활한복은 ‘편의성이 좋은’ 이미지를 갖고 있다. 생활한복 보다는 전통한복의 구매 경험이 있는 사람들이 더 많았고, 전통한복의 정보획득과 구매는 ‘전통시장’에서 하는 경우가 많았지만, 생활한복의 경우는 ‘백화점 매장과 직영점’의 비중이 높게 나타났다.

소비자들의 한복 구매 시 가장 고려하는 점은 외관(디자인과 색상/무늬) 요소가 높게 나타나 한복은 트렌드를 반영한 외관적인 요소 중심으로 발전이 필요해 보인다. 한복 사업체들도 대부분 새로운 상품/제품 개발의 필요성을 느끼고 있는 것으로 나타났는데, 새로운 상품 개발 시 가장 고려하는 사항은 ‘트렌드’, ‘제품디자인’, ‘전통성’ 등의 순으로 나타나고 있어서 소비자들의 요구를 잘 반영하여 새로운 상품/제품을 개발할 것으로 보인다.

전통한복은 주로 ‘예복’의 용도로 착용하며, 생활한복은 ‘평상복’, ‘외출복’, ‘예복’ 등 다양한 용도로 착용하는 것으로 나타났다. 한복 구매 미경험자의 이유는 ‘착용할 일이 많지 않아서’가 높았는데, 이는 한복을 ‘예복’ 중심으로 착용하기 때문으로 판단된다. 한복 비구매자는 전통한복보다 생활한복의 구매 의향이 높게 나타났다. 향후 한복 구매 시 우선적으로 고려할 항목 또한 구매자와 동일하게 ‘디자인’이 높게 나타났다. 정보 수집 채널의

경우, 전통한복은 ‘백화점 매장, 브랜드 직영점’이 높게 나타났고, 생활한복은 ‘인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰’가 가장 높아 구매 경험자와 다른 경향이 나타났다. 이에 따라 마케팅 전략의 변화가 필요하다.

한복 대여 경험은 주로 전통한복을 관광지에서 대여하는 경우가 많았는데, 비관광지에서는 전통한복을 ‘예복’의 용도로 대여하는 것으로 나타났다. 한복의 구매 의향은 전통한복보다 생활한복이 더 높게 나타났으며, 전통한복의 디자인 변형으로 개선이 필요한 부분은 ‘웃고름’과 ‘치마의 폭, 길이’ 등으로 나타났다. 따라서 전통한복의 ‘불편한’ 이미지의 개선을 위해 빠르게 개선사항을 반영하는 것이 필요하다. 반면 전통한복에서 고수해야 하는 사항으로 ‘색상과 문양’과 ‘곡선’이 높은 비중을 차지하고 있는데 한복의 ‘고전적’이고 ‘단아한’ 이미지를 유지하기 위함으로 보인다. 선호하는 한복 문양은 ‘식물 문양’, 선호하는 문양 표현 기법은 ‘직조 문양’이 높게 나타났다. 한복 생활화/일상화를 위해서는 ‘한복의 구입가격’과 ‘한복의 디자인’, ‘한복의 관리/세탁 방법’의 개선 및 변화가 중요하다는 의견이 높은 비중으로 나타났다.

한복 관련 프로그램은 ‘한복 입기 체험’을 가장 많이 경험한 것으로 나타났다. 한복 관련 프로그램은 온라인(인터넷, SNS)에서 인지한 비율이 높아 홍보 수단으로써 온라인 매체를 이용하는 것이 필요해 보인다. 한복 관련 프로그램은 ‘가족’이 동반된 경우가 많았으며, ‘전시 및 축제’의 긍정경험 비율이 가장 높게 나타났다.

향후 한복산업 발전을 위해 필요한 한복 관련 프로그램은 ‘현대적인 한복 디자인 개발 및 유통지원’이 가장 높아, 트렌드에 따른 한복 디자인의 변화가 필요하다고 생각하는 소비자의 요구사항 확인할 수 있다.

한복산업은 전통한복을 계승하는 방향과 전통한복을 변형한 형태의 한복을 발전시키는 두 가지 방향 모두에서 소비자의 요구가 있는 것으로 나타나기 때문에, 두 사안을 모두 고려하여 그런 방향으로 제품을 개발하고, 1인 기업, 여성, 60대 이상의 비중이 높은 한복산업의 특성상 다소 미비할 수 있는 온라인을 통한 홍보 및 마케팅 등에 대한 지원 강화를 하면 한복산업이 발전할 수 있을 것으로 보인다.

# CHAPTER

# 4

## 전시와 행사

### 제1절 개관

1. 개요
2. 구성

### 제2절 전시와 행사 현황

1. 전시
  - 1) 유물전시
  - 2) 고증 전시
  - 3) 현대 한복전시
  - 4) 한복 관련 우수문화상품 전시
2. 행사
  - 1) 축제
  - 2) 박람회
  - 3) 공모전
  - 4) 문화예술 이벤트
  - 5) 교육강연
  - 6) 세미나
  - 7) 자원사업
  - 8) 홍보

### 제3절 분석과 전망

1. 2016년부터 2021년 개최된 전시의 분석과 전망
2. 2016년부터 2021년 개최된 행사의 분석과 전망
3. 코로나19 이후 전시와 행사 특징과 전망



## 제4장 전시와 행사

### 제1절 개관

‘전시와 행사’는 한복문화, 산업, 연구, 교육, 국제교류 등 한복문화영역의 현장에서 참가자들과 함께 한복문화의 가치를 확인하고 새로운 가능성을 모색하는 영역이다. 전시와 행사는 주최자에 따라 그 개최 취지나 성격에서 차이가 있음을 고려하여 공공기관과 민간기관으로 구분하여 분석했다. 전시와 행사는 주로 정부기관에서 주최하거나 정부기관에서 지원받아 진행된 전시와 행사이며, 공공기관 외 민간기관은 전통복식 특화기관인 경운박물관, 단국대학교 내 석주선기념박물관, 이화여자대학교박물관 내 담인복식미술관, 재단법인 아름지기, 한국색동박물관, 구혜자침선공방, DTC섬유박물관 등을 대상으로 살펴 보았다.

본 장의 전시와 행사는 크게 전시영역과 행사영역으로 구분하여 전시와 행사의 세부 유형별로 연도에 따라 기술했다. 그리고 국내 내국인을 대상으로 진행된 것과 해외교민 및 외국인, 국내 외국인을 대상으로 한 국제교류 전시와 행사로 분류하여 기술했다. 이 밖에 코로나 팬데믹 현상이 나타난 2020년부터는 비대면 전시와 행사라는 새로운 방식이 도입되었기 때문에 이를 구분하여 살펴보았다.

해당 분석결과를 통하여 국내외에서 진행된 전시와 행사의 전체 또는 세부유형별 빈도와 구성비, 세부 유형별 구체적인 내용과 그 의미를 살펴볼 수 있으며, 시기에 따른 변화를 확인할 수 있다. 이는 향후 한복의 일상화·대중화·세계화를 위한 한복문화행사 기획 및 정책 자료로 활용될 수 있다.

#### 1. 개요

전시는 한복의 가치와 예술성, 현대에 창의적 실험을 통해 변화 발전되고 있는 한복의 다양성과 새로운 문화확장을 살펴볼 수 있는 활동이다. 행사는 국민 및 외국인에게 한복 문화와 전통복식 문화를 경험하게 하고, 한복의 가치를 세계적이고 미래지향적으로 발전시킬 수 있다는 점에서 중요하다.

본 장의 분석에 기초가 된 자료는 일차적으로 공공기관에서 발간된 실태조사보고서, 웹사이트와 각종 관련 기사를 토대로 했다. 그 밖에 공공행사 정보를 제공하는 알리오픈러스<sup>77)</sup>의 행사분류표 등 각종 포털에서 제공하는 한복 행사 정보들도 활용했다. 따라서 공식적으로 보고되지 않은 정보나 기록되지 않은 현황은 수록되지 않았다.

77) www.alioplus.go.kr

## 2. 구성

본 장은 다음과 같이 구성됐다. 전시와 행사는 주최자에 따라 그 개최 취지나 성격에서 차이가 있음을 고려하여, 우선 공공부문과 민간부문으로 구분하여 기술했다. 공공부문과 민간부문의 분류 내용은 다음과 같다.

〈표 4-1〉 공공기관과 민간기관 분류

구분	조직 형태	세분
공공 기관	중앙 정부 기관	문화체육관광부, 외교부, 농림수산식품부
	정부기관 외청 및 소속기관	문화재청, 국립무형유산원, 국립박물관, 한국문화재단 등
	산하 공공기관	한국공예·디자인문화진흥원, 세종학당재단 등
	지방자치단체	1개 특별시, 6개 광역시, 8개 도
	기타 공공기관	기타 공공기관
민간 기관	전통복식 특화 기관	석주선기념박물관, 담인복식미술관, 아름지기, 구혜자 침선공방, 경운박물관, 한국색동박물관, DTC섬유박물관

공공부문은 넓게는 공적 이익을 목적으로 하는 주체로서 중앙정부기관과 정부기관의 외청 및 소속기관, 산하기관, 지방정부, 기타공공 기관을 포함하고 있다. 그리고 중앙정부와 지방자치단체가 설립주체인 박물관·미술관 등을 이에 포함했다. 기타 공공기관은 「공공기관의운영에관한법률」(제4조1항 각호)에 따른 기관을 기준으로 했다. 민간기관은 전통복식으로 특화된 재단이나 사립 박물관·미술관, 사설 단체 등을 대상으로 했다.

전시는 전시품의 특성에 세부 유형으로 나누어, 유물 복식, 고증 복식, 현대 한복전시, 한복 관련 우수문화상품전시로 구분하여 기술했다. 행사는 복 행사의 특성을 반영하여 축제, 박람회, 공모전, 문화예술 이벤트, 교육·강연, 세미나, 지원사업, 홍보 행사로 분류했다.

또한, 각 전시와 행사를 연도별로 구분하여 시기에 따라 진행된 행사의 수와 내용을 살펴보고, 전시와 행사의 목표 대상국을 기준으로 국내와 국제교류로 구분하여 살펴보았다. 이밖에 각 전시와 행사 중 주목해야 할 행사의 구체적인 사례를 기술했다.



## 제2절 전시와 행사 현황

2016년부터 2021년까지 개최된 한복 관련 전시와 행사는 총 278건으로 집계됐다<표 4-2>. 2016년도는 43건, 2017년도는 41건, 2018년도는 48건, 2019년도는 45건, 2020년도는 42건, 2021년으로 59건으로 2021년 이전까지는 매년 비슷한 수의 행사가 진행되었으나, 2021년 전시와 행사가 전년 대비 17건 증가하였음을 알 수 있다.

<표 4-2> 2016~2021년 연도별 전시와 행사 현황

(단위: 건)

구분	세분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계	구성비
국내/ 국제교류	국내	33	36	41	42	36	53	241	86.7%
	국제교류	10	5	7	3	6	6	37	13.3%
주최자	공공기관	38	35	46	38	37	55	249	89.6%
	민간기관	5	6	2	7	5	4	29	10.4%
전시/ 행사	전시	15	11	15	14	9	13	77	27.7%
	행사	27	30	33	31	31	49	201	72.3%
합계		43	41	48	45	42	59	278	100%

전시와 행사를 국내와 국제교류 측면으로 살펴보면, 국내 전시와 행사가 241건(86.7%), 국제교류 전시와 행사가 37건(13.3%)으로 대부분 국내 전시와 행사 중심으로 진행됐다. 또한, 주최자별로 비교해보면 공공기관은 249건(89.6%), 민간기관은 29건(10.4%)으로 대부분 공공기관에서 전시와 행사가 대부분 개최되었음을 알 수 있다. 전시와 행사 구분하여 보면, 전시는 총 77건(27.7%)이고, 행사는 201건(72.3%)으로 전시보다 행사가 3배 정도 많이 진행됐다.

연도별로 살펴보면 전시는 2016년도에 15건, 2017년 11건, 2018년 15건, 2019년 14건, 2020년 9건, 2021년 13건으로 진행됐다. 다른 해보다 2020년에 가장 적은 수의 한복전시가 진행됐다. 이는 코로나19에 영향을 받은 것으로 보이며, 2021년 13건으로 온라인 VR 전시를 통해 코로나19 이전 수준으로 회복됐다. 연도별 행사 진행은 2016년 27건, 2017년도는 30건, 2018년 33건, 2019년 31건, 2020년 31건, 2021년 49건이 개최됐다. 한복 행사는 매년 30건 안팎으로 진행되었다.

## 1. 전시

2016년부터 2021년까지 개최된 한복 관련 전시는 <표 4-3>과 같이 총 77건으로 집계됐다. 이중 국내 전시는 71건(92.2%), 국제교류 전시는 6건(7.8%)으로 국내 전시를 중심으로 진행됐다. 국내 전시를 전시품 특성에 따라 분류해보면, 유물전시 45건(58.4%), 고증 전시 9건(11.7%), 현대적 한복 제안 전시 10건(13.0%), 한복 관련 우수문화상품 전시 7건(9.1%)이다. 즉 국내 전시는 유물 복식 또는 이를 고증한 고증 복식과 창의적이고 현대적인 한복을 제안하는 전시가 주를 이루고 있음을 알 수 있다. 국제교류 전시는 유물전시 2건, 현대적 한복 제안 전시 2건, 한복 관련 우수 문화상품 전시 2건으로 확인됐다.

<표 4-3> 국내외에서 진행된 유형별 전시 현황

(단위: 건)

구분	전시 유형	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계	구성비
국내	유물전시	9	7	9	7	6	7	45	58.4%
	고증 전시	1	1	4	2		1	9	11.7%
	현대적 한복 제안 전시	1			3	2	4	10	13.0%
	한복 관련 우수문화상품	2	1	1	1	1	1	7	9.1%
	소계	13	9	14	13	9	13	71	92.2%
국제 교류	유물전시		1		1			2	2.6%
	현대적 한복 제안 전시		1	1				2	2.6%
	한복 관련 우수문화상품	2						2	2.6%
	소계	2	2	1	1			6	7.8%
총계		15	11	15	14	9	13	77	

### 1) 유물전시

#### (1) 2016년 유물전시 현황

2016년 한복 유물전시는 총 9건으로, 공공기관 전시는 7건, 민간기관은 2건이 전시됐다. 상세한 유물전시 내용은 <표 4-4>와 같다. 2016년 유물전시는 고대 시기의 의복과 쓰개를 주제로 한 전시는 4건, 조선시대의 복식(관복, 예복 등)과 신발을 주제로 한 전시는 2건, 조선시대~현대 시기의 다채로운 색상을 주제로 한 전시 1건, 근대~현대 시기의 여성 한복과 양복 문화를 주제로 한 전시는 1건이다. 이중 <마한 금동신발 홀로그램 체

협전>은 전남 나주 다시면 복암리 고분에서 출토된 금동리(金銅履)를 3D 홀로그램 및 증강현실 기술을 이용해 복원한 것을 전시한 것으로, 과학 기술이 접목된 고대 복식의 재현이라는 새로운 시도가 반영됐다 <그림 4-1>.



<그림 4-1> 국립나주박물관 마한 금동신발 홀로그램 체험전<sup>78)</sup>

그리고 <100년의 테일러 그리고 대구>는 국립민속박물관에서 주관한 ‘지역순회 공동기획전(K-museums)’의 하나로 개최된 전시이다.

<표 4-4> 2016년 한복 유물전시 현황

전시명	전시기간	주최/주관	전시장
세계유산 백제	2016.11.29.~ 2017.01.30.	국립중앙박물관, (재)백제세계유산센터	국립중앙박물관
신라의 황금문화	2015.12.08.~ 2016.01.24.	국립춘천박물관	국립춘천박물관
마한 금동신발 홀로그램 체험전	2016.03.15.~ 03.20.	국립나주박물관/한국문화 기술연구소, 광주과학기술원 지능설계 및 그래픽스 연구실, 국립나주박물관	국립나주박물관
특집전 고대의 모자-고깔	2016.03.22.~ 06.06.	국립광주박물관	국립광주박물관
석주선박사의 우리옷 나라 展: 1900년~1960년대 신여성 한복	2016.05.13.~ 07.23.	석주선기념박물관	석주선기념박물관
조선시대의 신(shoes)	2016.05.31.~20 17.05.31.	담인복식미술관	담인복식미술관
조선의 옷 매무새 IV: 衣와 紋의 조선	2016.11.11.~ 2017.04.16.	경기도박물관	경기도박물관
때時갈색, 우리 삶에 스민 색깔	2016.12.14.~ 2017.03.05.	국립민속박물관	국립민속박물관
100년의 테일러 그리고 대구	2016.12.02.~ 2017.03.12.	국립민속박물관, DTC섬유박물관	DTC섬유박물관

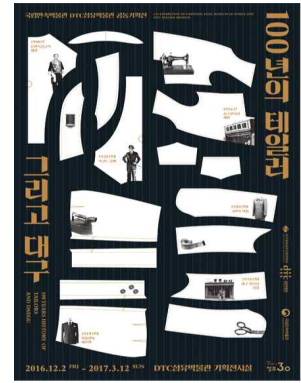
78) www.naju.museum.go.kr



마한 금동신발 홀로그램 체험전<sup>79)</sup>



석주선박사의 우리옷 나라<sup>80)</sup>



100년의 테일러 그리고 대구<sup>81)</sup>

<그림 4-2> 2016년 한복 유물전시

## (2) 2017년 유물전시 현황

2017년 유물전시는 <표 4-5>와 같이 총 7건으로, 공공기관 전시는 4건, 민간기관은 3건이 전시됐다. 전시 내용을 보면, 고대 시기는 백제의 금동 관모를 주제로 한 전시가 1건, 조선시대는 18세기 여성 출토 복식과 장신구, 조선시대의 쓰개, 어린이 색동 옷 및 자수 등을 주제로 한 전시가 6건이다. 이 중 한국 색동박물관은 이스라엘에서 한국의 전통 색상인 색동이 장식된 어린이옷들을 전시함으로써 한국 전통의 미를 해외로 확산시킬 수 있는 계기를 마련했다.

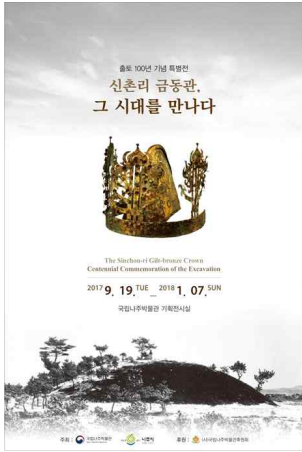
<표 4-5> 2017년 한복 유물전시 현황

전시명	전시기간	주최/주관	전시장
출토100년 기념 특별전: 신촌리 금동관, 그 시대를 만나다	2017.09.19.~ 2018.01.07.	국립나주박물관	국립나주박물관
조선왕실의 포장 예술	2017.06.27.~ 2017.09.03.	국립고궁박물관	국립고궁박물관
꽃과 과실을 품은 여인의 옷	2017.05.19.~ 06. 22.	석주선기념박물관	석주선기념박물관
조선시대의 자수	2017.09.18.~ 12.30.	이화여대 담인복식미술관	담인복식미술관
틈새전시: 조선시대 여인의 美, 장신구	2017.03.29.~ 06.28.	경기도박물관	경기도박물관
모자, 품격의 완성	2017.06.14~ 08.15.	국립민속박물관· 천안박물관	천안박물관
색동 어린이 배자와 두루마기 (국제교류)	2017.05.28.~ 06.01.	한국색동박물관	ICC Jerusalem Conventions Center, Israel

79) www.naju.museum.go.kr

80) www.museum.dankook.ac.kr

81) www.nfm.go.kr



신촌리 금동관, 그 시대를 만나다<sup>82)</sup>



조선왕실의 포장 예술<sup>83)</sup>



모자, 품격의 완성<sup>84)</sup>

<그림 4-3> 2017년 한복 유물전시

### (3) 2018년 유물전시 현황

2018년 유물전시는 총 9건으로, 공공기관 전시는 7건, 민간기관은 2건이 전시됐다. <표 4-6>의 전시 내용을 보면, 고려시대 유물전시는 그 시대를 대표하는 국보급 유물들이 다양한 품목별로 전시됐다. 이중 불복장물을 중심으로 전존하는 복식 및 직물도 상당수 공개됐다. 그리고 조선시대는 백관복(조복), 유학자 심의, 여성 예복(원삼)과 속옷류, 어린이 복식과 관련한 5건과 한국 전통 오방정색(적색, 황색, 청색, 백색, 흑색)이 반영된 유물 관련 전시 1건 등 총 6건으로 다양한 계층의 복식을 전시하고 있다. 근대 시기의 여성 한복 관련 전시 1건, 근현대 시기의 신발 관련 전시 1건이 있다. 이중 경기도박물관에서는 Google art & culture를 통해 온라인으로 복식 유물들을 전시하고 있다. 이 전시에서는 오프라인 전시에서 관람객이 확인하기 어려운 복식의 세세한 부분들을 온라인에서 확인할 수 있게 하여 유물의 이해도를 높이고 있다 <그림 4-4>.



Google art&culture (온라인 전시)



<의례용 예복, 홍색 조복>

<그림 4-4> 2018년 경기도박물관 온라인전시<sup>85)</sup>

82) www.naju.museum.go.kr

83) www.cheonan.go.kr

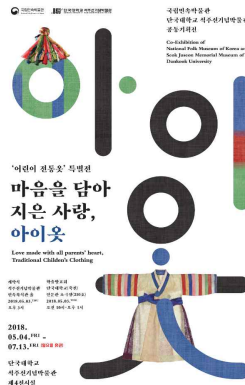
84) www.cheonan.go.kr

<표 4-6> 2018년 한복 유물전시 현황

전시명	전시기간	주최/주관	전시장
대고려 918·2018 그 찬란한 도전	2018.12.04.~ 2019.03.03.	국립중앙박물관운영: 국립박물관문화재단	국립중앙박물관
여성 한복, 근대를 만나다	2018.12.08.~ 2019.03.10.	국립대구박물관 (협력)대구여성가족재단	국립대구박물관
조선시대 친의, 겹치고 덧입다	2018.09.19.~ 2019.06.01.	담인복식미술관	담인복식미술관
마음을 담아 지은 사랑, 아이웃: 어린이 전통옷 특별전	2018.05.04.~ 07.13.	국립민속박물관, 석주선기념박물관	석주선기념박물관
의례용 예복, 흥색 조복	2018.05.01.~ 2020.12.31.	경기도박물관	Google art&culture (온라인 전시)
유학자의 의복, 백색 심의	2018.05.01.~ 2020.12.31.	경기도박물관	Google art&culture (온라인 전시)
오색 美麗 기품	2018.10.25.~ 2019.02.28.	경운박물관	경운박물관
여성의 예복, 녹색 원삼 우리 옷의 아름다움	2018.05.1.~ 2020.12.31.	경기도박물관	Google art&culture (온라인 전시)
세대를 넘어 - 수제화 장인	2018.06.20.~ 2018.11.19.	국립민속박물관	국립민속박물관



오색 美麗 기품<sup>86)</sup>



마음을 담아 지은 사랑, 아이웃<sup>87)</sup>  
<그림 4-5> 2018년 한복 유물전시



여성 한복, 근대를 만나다<sup>88)</sup>

85) www.musenet.ggcf.kr

86) www.kwmuseum.org

87) www.museum.dankook.ac.kr

88) www.daegu.museum.go.kr

#### (4) 2019년 유물전시 현황

2019년 유물전시는 총 6건이 진행되었는데, 공공기관 전시는 4건, 민간기관은 2건 진행됐다. <표 4-7>과 같이 전시 내용을 살펴보면, 고대 마한 시기 용머리가 장식된 금동신발과 고대 유물 관련 1건, 조선시대 출토 복식과 조선 후기 궁중 정재 문화 관련 3건, 제주 고유의 복식(해녀복, 노동복, 혼례복, 일상복, 말총 소재 관모류)을 주제로 한 전시 1건, 국립민속박물관이 2016년에 개최했던 <때깔갈색, 우리 삶에 스민 색깔>展을 해외에서 순회 전시한 1건이 있다 <그림 4-6>. 이중 국립고궁박물관의 <문예 군주를 꿈꾼 왕세자 효명>에서는 1829년 자경전 밤잔치의 모습을 당시 유물과 투명 디스플레이 화면에 3차원 입체 만화영상으로 구현하는 과학 기술을 전시에 도입했다.



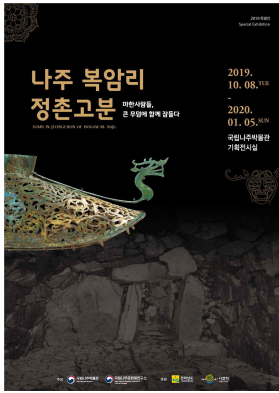
<그림 4-6> 때깔-한국인의 삶에 스민 색깔 : Tekkal, Couleurs de Corée<sup>89)</sup>

<표 4-7> 2019년 한복 유물전시 현황

전시명	전시기간	주최/주관	전시장
특별전 <나주 복암리 정촌고분-마한사람들, 큰 무덤에 함께 잠들다>	2019.10.08.~ 2020.01.05.	국립나주박물관, 국립나주문화재연구소	국립나주박물관
오백년의 기억, 삶과 죽음을 입다-청안 이씨 문중일가 출토복식전-	2019.05.02.~ 08.23.	문화체육관광부/ 한국대학박물관협회 *운영: 고려대학교박물관	고려대학교박물관
문예 군주를 꿈꾼 왕세자 효명	2019.06.~ 2019.09.	국립고궁박물관	국립고궁박물관
전주이씨 수도군파 5세 이현충과 부인 안동김씨 무덤 출토복식	2019.05.10.~ 06.07.	석주선기념박물관	석주선기념박물관
제주복식	2019.09.19.~ 2020.03.31.	담인복식미술관	담인복식미술관
때깔-한국인의 삶에 스민 색깔: Tekkal, Couleurs de Corée' 특별전 (국제교류)	2019.11.20.~ 2020.02.14.	국립민속박물관, 주프랑스 한국문화원	프랑스 파리 한국문화원

89) www.nfm.go.kr

90) www.naju.museum.go.kr



특별전 <나주 복암리 정춘고본-마한사람들, 큰 무덤에 함께 잠들다>91)



문예 군주를 꿈꾼 왕세자 효명91)



전주이씨 수도군파 5세 이현충과 부인 안동김씨 무덤 출토복식92)

<그림 4-7> 2019년 한복 유물전시

### (5) 2020년 유물전시 현황

2020년 유물전시는 총 5건으로, 공공기관 전시는 3건, 민간기관은 2건이다. <표 4-8>의 전시 내용을 보면, 고대 시기 금동리 관련 전시 1건, 조선시대 쓰개, 신발 관련 전시 3건, 한국 금박 공예의 전통과 계승 과정 관련 전시 1건이다.

국립대구박물관과 담인복식미술관에서 개최된 전시의 공통 주제는 우리나라의 쓰개에 관한 것인데, 국립대구박물관에서는 조선시대 선비의 갓을 중심으로 그 원형을 찾아 고대부터 조선시대에 이르는 다양한 쓰개의 사회문화적, 역사적 의미를 고찰하고 있다. 담인복식미술관에서는 조선 후기 완성된 다양한 쓰개를 의례용과 일상용으로 나누어 소개하여 왕실 의례에 맞춰 왕과 백관의 관모, 반가(班家)와 여염(閭閻)에서 사용한 예장용 관모, 아이용 쓰개 등을 소개하여 의례복, 풍속적인 요소로서의 쓰개의 의미를 고찰함으로써 ‘쓰개’라는 동일 주제어임에도 접근 방식에 차이를 두고 있다.

석주선기념박물관과 국립공주박물관에서는 ‘신발’이라는 동일 주제어로 전시를 개최했는데, 석주선기념박물관에서는 조선시대 무명의 작가에 의해 제작된 수공예 명품으로서의 신발(100여 점의 화, 혜)에 대해 사회문화적 의미를 고찰했다. 국립공주박물관은 4~6세기 백제, 신라를 중심으로 발달했던 금동 신발 유물들을 전시하고 이에 영향을 받은 동일시기 고대 일본의 금동 신발도 비교하였는데, 우리나라 고대 금동 신발의 기능과 의미 그리고 양식적 변천을 고찰함으로써 두 박물관의 전시 내용과 접근 방향성을 달리하고 있다.

이외에 대구박물관에서는 조선시대 궁중 복식을 통해 한복에 표현된 금박의 문양과 기술을 소개하고 금박 공예의 전통과 계승 과정을 고찰했다. 이를 통해, 2020년의 전시에서는 주로 쓰개, 신발과 같은 의복의 부수적 요소나 공예 기법과 관련된 유물에 대해 다

91) www.gogung.go.kr

92) www.museum.dankook.ac.kr



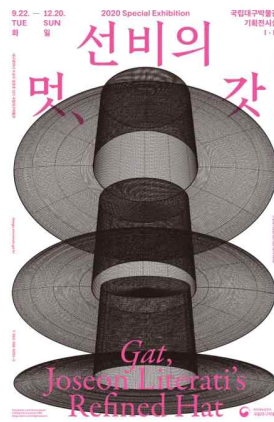
루고 있다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-8〉 2020년 한복 유물전시 현황

전시명	전시기간	주최/주관	전시장
선비의 멋, 갓	2020.09.22.~12.20.	국립대구박물관	국립대구박물관
한국의 공예 I : 우리 옷과 금박金箔	2020.07.04.~11.29.	국립대구박물관	국립대구박물관
백제금동신발, 1,000리를 가다	2020.07.01.~08.23.	국립공주박물관	국립공주박물관
우리나라 전통신, 모양새와 짜임새	2020.09.18.~11.20.	석주선기념박물관	석주선기념박물관
조선시대 사람들의 쓰개	2020.10.05.~ 2021.06.30.	담인복식미술관	담인복식미술관



한국의 공예 I : 우리 옷과 금박金箔<sup>93)</sup>



선비의 멋, 갓<sup>94)</sup>



우리나라 전통신, 모양새와 짜임새<sup>95)</sup>

〈그림 4-8〉 2020년 한복 유물전시

## (6) 2021년 유물전시 현황

2021년 유물전시는 총 7건으로, 공공기관 전시는 5건, 민간기관은 2건이다. 〈표 4-9〉의 전시 내용을 보면, 고대 백제의 금동리와 출토 유물 관련 전시 1건, 조선시대의 17세기 출토 복식, 군복, 여성 예복 등의 전시 4건, 한국 고대부터 조선시대까지 허리띠의 역사적 가치를 살펴본 전시 1건, 6.25전쟁 이래 섬유산업의 중심지로 발전하는 대구의 역사를 다룬 전시 1건이 있다.

석주선기념박물관은 매년 특별전을 개최하고 있는데, 2021년에 진행된 전시는 예약제 관람과 VR 전시를 동시에 진행했다. 또한, 담인복식미술관의 〈조선시대 帶〉는 오프라인으로 진행됐으며, 전시기간 외에는 온라인으로 VR 투어를 동시에 시행했다.

93) www.daegu.museum.go.kr

94) www.daegu.museum.go.kr

95) www.museum.dankook.ac.kr

<표 4-9> 2021년 한복 유물전시 현황

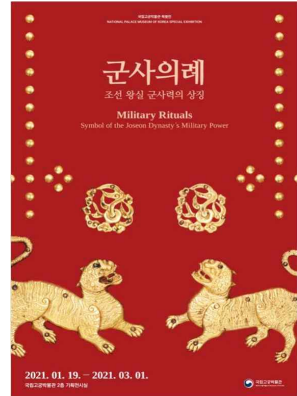
전시명	전시기간	주최/주관	전시장
새로운 전복의 보물, 고창 봉덕리 유적 출토 금동장식신발	2021.05.15.~ 08.15.	국립전주박물관	국립전주박물관
한국의 허리띠 끈과 띠	2021.11.23.~ 03.27.	국립대구박물관	국립대구박물관
순학옹(馴鶴翁)을 염(驗)하다: 창녕성씨 성급(成汲) 묘 출토 복식	2021.05.14.~ 06.11.	석주선기념박물관	석주선기념박물관 & VR 전시
군사의례 조선왕실 군사력의 상징	2021.01.19.~ 03.28.	국립고궁박물관	국립고궁박물관
안녕 모란	2021.07.07~ 10.31.	국립고궁박물관	국립고궁박물관
대구 섬유, 우리 삶을 바꾸다(추가)	2021.09.16~ 12.12.	대구섬유박물관, 국립민속박물관	대구섬유박물관
조선시대 帶(대) (2020년에서 이동)	2021.09.15~ 2022.06.30.	담인복식미술관	담인복식미술관 & VR 투어(온라인)



새로운 전복의 보물, 고창 봉덕리 유적 출토 금동장식신발<sup>96)</sup>



한국의 허리띠 끈과 띠<sup>97)</sup>



군사의례 조선왕실 군사력의 상징<sup>98)</sup>

<그림 4-9> 2021년 한복 유물전시

96) [www.jeonju.museum.go.kr](http://www.jeonju.museum.go.kr)

97) [www.daegu.museum.go.kr](http://www.daegu.museum.go.kr)

98) [www.gogung.go.kr](http://www.gogung.go.kr)

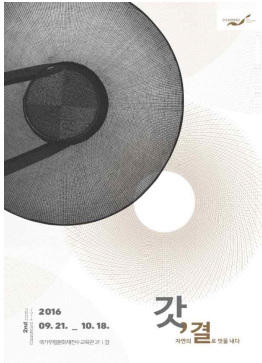
## 2) 고증 전시

2016~2021년 고증 전시는 총 11건이 진행됐다. 이중 공공기관 전시는 5건, 민간기관은 6건이다. <표 4-10>과 같이 국가무형문화재(갓일, 매듭장, 침선장, 누비장)와 그들의 전수자들이 분야별로 고증 제작한 작품의 전시는 6건으로 가장 많다. 그리고 대한제국 황제의 12류면 12장복을 재현한 전시, 삼국·고려·조선시대의 바지를 재현한 전시, 이응태 묘 복식들을 재현하여 임진왜란 이전 복식문화를 고찰하는 전시, 조선시대 어린이 한복을 재현한 전시들이 각 1건씩이다.

국립대구박물관은 조선 왕실 의상을 가상으로 입어볼 수 있는 AR(증강현실) 왕실 복식 체험존을 설치하였는데, 온라인상에서 고증된 의상의 질감과 세부 특징을 살려 실감 나게 구현했다. 특히 이 복식 체험 공간에서는 관람객의 동작 인식 기능을 적용하여 직접 옷을 착용한 듯한 체험을 가능할 수 있도록 함으로써 관람객의 다양한 감각들을 활용할 수 있도록 고증하는 새로운 전시의 방향을 제시하고 있다.

<표 4-10> 2016~2021년 고증 전시 현황

시기	전시명	전시기간	주최/주관	전시장
2016	2016 한국문화재단 2차 기획전시 『갓, 자연의 결로 멋을 낸다』	2016.09.21.~10.18.	문화재단/ 한국문화재단	국가무형문화재 전수교육관
2017	침선장 정정원 작고 10주기 추모전, 삶을 지어온 바느질	2017.04.19.~06.20.	문화재단/ 한국문화재단	국가무형문화재 전수교육관
2017	대한제국, 복식에 깃든 위엄(2017년 유물전시에서 이동)	2017.10.16.~ 2018.02.28.	경원회/ 경원박물관	경원박물관
2018	한복문화주간·공중 혼례복 착장 시연행사	2018.10.20.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원, 한국패션문화협회	성수동 에스팩토리
2018	매듭장, 반세기를 잇다 - 고(故) 정연수 선생 초대 매듭장 지정 50주년	2018.07.11.~07.17.	국가무형문화재 제22호 매듭장 정봉섭, 전수교육조교 박선경	국가무형문화재 전수교육관
2018	국립대구박물관, 'AR(증강현실) 왕실 복식 체험존' 설치	2018.11.01.~ 2019년 복식문화실 개편 전	국립대구박물관	국립대구박물관
2018	입고 싶은 입기 쉬운 색동 어린이 옷(현대적 제안에서 이동)	2018.09.18.~12.29.	한국색동박물관	한국색동박물관
2019	2019 국가무형문화재 제89호 침선장 기획행사 동행 '네번째 이야기'	2019.05.20.~05.22.	구혜자 침선공방	국가무형문화재 전수교육관
2019	고백서袴袴白晝: 우리의 바지, 이천 년 역사를 넘어展	2019.08.30.~10.20.	아름지기	아름지기 사옥
2021	2021 전승지원사업 공개행사: 누비의 현대화	2021.10.19.~10.24.	국가무형문화재 누비장 김해자	모노하한남
2021	고성 이씨 응태 묘 출토복식 재현전(추가)	2021.05.10.~06.06.	대구섬유박물관/전통복식연 구회 소속	대구섬유박물관



2016 한국문화재단 2차 기획전시 『갓, 자연의 결로 멋을 내다』<sup>99)</sup>



고고백서袴袴白書: 우리의 바지, 이천 년 역사를 넘어 展<sup>100)</sup>



2021 전승지원사업 공개행사: 누비의 현대화<sup>101)</sup>

<그림 4-10> 2016~2021년 고증 전시 현황

### 3) 현대 한복전시

현대 한복전시는 총 19건이 진행되었는데, 이 중 공공기관 전시는 9건, 민간기관은 10건이다 <표 4-11>. 현대 한복전시 중 이영희 디자이너는 파리컬렉션에서 공개되었던 전통에 기반을 두면서 소재, 염색, 형태에서 현대적 감각을 살린 작품들과 다양한 예복, 혼례복 및 약혼복을 발표하였고, 이리자 디자이너는 예술 의류로서의 패션 한복과 자수, 조각 같은 장식기법이 활용된 한복들을 발표했다. 아름지기에서는 국내외에서 총 2건의 전시를 개최하였는데, 국내 전시는 현대복식의 실용성을 바탕으로 전통복식의 이미지를 접목한 디자인을 시도하였으며, 국외 전시에서는 샌프란시스코 아시아미술관과 협업을 통해 전통복식을 현대적으로 해석한 의복 등이 소개됐다 <그림 4-11>.



<저고리, 그리고 소재를 이야기하다><sup>102)</sup>



<이영희 기증 복식, 새바람><sup>103)</sup>

<그림 4-11> 2016~2021년 현대 한복 전시현황 (1)

99) www.chf.or.kr

100) www.arumjigi.org

101) www.chf.or.kr

102) www.arumjigi.org

103) www.daegu.museum.go.kr

〈표 4-11〉 2016~2021년 현대 한복 전시현황

시기	전시명	전시기간	주최/주관	전시장
2016	저고리, 그리고 소재를 이야기하다	2016.10.08.~11.04.	아름지기, 전통문화연구소 온지음	아름지기 통의동 사옥/ Google Art & Culture
2017 국제교류	'Couture Korea 우리의 옷, 한복' 展	2017.11.03.~2018.02.04.	샌프란시스코 아시아 미술관, 아름지기	Asian Art Museum of San Francisco
2018 국제교류	The "Colors of Asia, Revisited-The Case of ASEAN and Korea" exhibition (by 이진윤)	2018.07.11.~09.02.	한국국제교류재단	아세안문화원
2018	한복개발 프로젝트 <한복마당>	2018.01.19.~01.22.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	문화역서울284
2019	이영희 기증 복식, 새바람	2019.05.18.~10.13.	국립대구박물관	국립대구박물관
2019	한복디자인 프로젝트 전시	2019.08.29.~09.01.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	문화역서울284
2019	한복 교복 디자인 전시	2019.08.29.~09.01.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	문화역서울284 2층
2019	이영희 회고전, 玄 泫	2019.10.25.~2020.02.29.	경운박물관	경운박물관
2019	"세모꼴과 색동이야기"	2019.01.11.~03.16.	한국색동박물관	한국색동박물관
2019	한복전문교육 지원사업 <2019 한복대교 展>	2019.11.22.~12.01.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	KCDF 갤러리
2020	이영희 기증전, 무한한 색깔의 변주	2020.04.23.~09.15.	경운박물관	경운박물관
2020	색동 아이옷과 장신구 展	2020.09.01.~12.13.	한국색동박물관, 창원역사민속관	창원역사민속관
2021	K-Pop X Hanbok	2021.04.13.~04.25.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	DDP D숲
2021	한복교육 보급사업 실물 전시 <한복 교복이 되다>	2021.04.20.~05.21.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	KCDF 갤러리
2021	한복디자인 프로젝트 전시	2021.11.04.~11.07.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	문화역서울284
2021	한복근무복 전시	2021.05.27.~06.11.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	문화역서울284 아트티오
2021	李利子 추모 한복전: 손끝의 정성, 예술이 되다	2021.04.22.~08.25.	경운박물관, 국립대구박물관	경운박물관
2021	알록달록 색동옷을 입은 아이들 展	2021.06.01.~08.14.	대한민국역사박물관, 한국색동박물관	한국색동박물관
2021	한복전문교육 지원사업 <펼치다>	2021.01.20.~10.25.	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	KCDF 갤러리

한국색동박물관에서는 전통 색동의 현대화를 목적으로 유물에 사용된 장식기법을 응용하여 현대 한복에 장식하거나 색동의 우수함을 알리는 전통과 현대의 색동한복을 전시, 전통의 미와 현대적 디자인이 있는 어린이 색동 면 한복을 제작하여 전시했다.

최근에 주목할 점은 한국공예·디자인문화진흥원에서 개발한 다양한 현대 한복제품이 발표되고 있다는 것이다. 한복 전문교육, 한류연계 협업콘텐츠 기획개발과 같이 공모를 통해 학교, 업체를 선정하여 한해 사업운동을 하고 학생들의 수업 결과물, 현대 디자인 한복이 개발된다. 또한, 한복 디자인 프로젝트 공모전을 통해 심사를 거쳐 수상 작품을 선정하며 매년 한복상점을 통해 전시하고 있다.



2017 <한복 마당>



2019 <한복대학교 展>



2021 <K-Pop X Hanbok>



<한복 교복이 되다>



<한복입고 일하다>

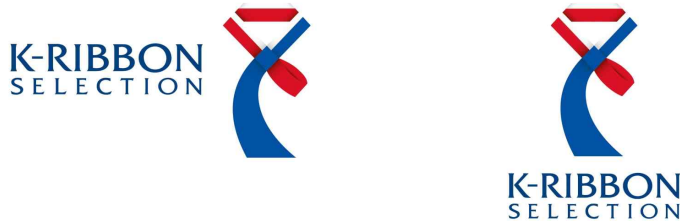
<그림 4-12> 2016~2021년 현대 한복 전시현황 (2)

한국 공예·디자인문화진흥원 사업의 결과물로는 학교나 일터 등 일상에서 입을 수 있는 한복 교복과 한복 근무복 개발이 있다. 한국실크연구원과 디자이너가 함께 개발한 전통문

양을 패턴으로 한 국산 실크원단의 신소재 개발 및 전통 촌포직물의 재현을 통해 전통 직물을 계승함으로써 산업적 측면에서도 한복 문화의 확산을 기대하게 한다. 이러한 현대 한복전시는 대중들의 생활 속 한복 입는 문화에 대한 관심도를 높이며, 더 나아가 한국적 이미지를 홍보할 수 있는 계기가 될 수 있다 <그림 4-12>.

#### 4) 한복 관련 우수문화상품 전시

우수문화상품 지정제도는 한국의 문화적 가치를 담은 우수문화상품을 지정하여 한복의 옷고름 모양을 딴 K-RIBBON 마크<그림 4-13>를 부착하고, 체계적인 관리와 브랜드마케팅을 통해 ‘코리아 프리미엄’을 창출하고자 하는 제도로, 대상 분야는 한국을 대표하는 문화콘텐츠, 한복, 공예품, 한식·식품 등이다<sup>104)</sup>.



<그림 4-13> 우수문화상품 ‘케이 리본(K-Ribbon)’마크<sup>105)</sup>

이 제도가 처음 시행된 2015년에 이어 2016년에도 한복을 포함한 다양한 우수 상품들이 선정되었는데, 특히 2016년에는 국내뿐만 아니라 해외 전시를 통해 한국의 우수한 전통문화를 홍보할 수 있는 다른 방식의 계기가 마련됐다. 선정된 한복분야 우수 상품은 2016년 13점, 2017년 7점, 2018년 11점, 2019년 6점, 2020년 11점, 2021년 20점이다. 선정된 작품들은 전시를 통해 방문객들에게 홍보하고, 이후 K-RIBBON selection KOREA 누리집을 통해 판매하고 있다.

2016년에는 국내 2건, 국제교류 3건의 전시가 개최되었으며, 특히 국내외에서 대규모 전시가 개최되었다. 이에 반하여 2017~2021년에는 국내에서만 전시가 개최되었다. 2016년의 해외 전시는 프랑스, 미국, 홍콩에서 개최되었는데, 프랑스 파리 아코르 호텔 아레나(Accor Hotels Arena)와 미국 LA 컨벤션센터에서는 한류 문화 전시회인 ‘KCON 2016’의 일환으로 2015년에 선정된 우수문화상품을 전시했고, 미국 LA 문화원과 홍콩 복합문화공간인 PMQ에서는 우수문화상품 전시를 위해 마련된 공간을 활용했다. 이중 홍콩 PMQ에서는 전시 외에 부대 행사로 한복 미니 패션쇼를 진행했다. 이러한 다양한 한복 행사를 통해 한복 분야 우수문화상품 발굴 및 프로모션 지원을 통한 한복 홍보 및 상품화 가능성을 확인할 수 있었고, 우수문화상품 지정제도를 통해 한복 산업의 활성화 계기가 마련됐다. 2016년에는 국내전시 2회 개최를 통해 2016년에 선정된 우수문화상품을

104) 코리아 프리미엄 누리집 : <https://kribbon.kr/?menu=80>, K-RIBBON selection KOREA

105) [www.kribbon.kr](http://www.kribbon.kr)

전시하였는데, 서울 코엑스에서는 K-Contents Fair의 일환으로 우수문화상품을 연계 전시했고, 경복궁 흥례문 광장에서는 한복의 날 행사 일환으로 우수문화상품 연계 전시를 위한 부스를 운영했다 <그림 4-14>.



<그림 4-14> 우수문화상품 해외순회전시(스페인, 홍콩)<sup>106)</sup>

<표 4-12> 2016~2021년 한복 관련 문화상품 전시 현황

구분	시기	전시명	전시기간	주최/주관	전시장
국제 교류	2016	우수문화상품(K-RIBBON selection KOREA)(한복분야 포함) 연계 전시	2016년 6월~11월	문화체육관광부, 농림수산식품부/한국공예·디자인 문화진흥원, 한국콘텐츠진흥원, 한식진흥원, 한국농수산물유통공사	프랑스 파리, 미국 LA, 스페인, 필리핀, 독일
	2016	우수문화상품(K-RIBBON selection KOREA)(한복분야 포함) 연계 전시	2016.12.14.~12.28.	문화체육관광부, 농림수산식품부	홍콩 PMQ
	2016~2017	우수문화상품(K-RIBBON selection KOREA)	2016.12.15.~2017.01.17.	문화체육관광부, 농림수산식품부	일본 재일한국문화원
국내	2016	우수문화상품(K-RIBBON selection KOREA)(한복분야 포함) 연계 전시	2016.10.16.	문화체육관광부, 농림수산식품부	서울 코엑스
	2016	우수문화상품(K-RIBBON selection KOREA)(한복분야 포함) 연계 전시	2016.10.21.~10.22.	문화체육관광부, 농림수산식품부	경복궁 흥례문
	2017	한복분야 우수문화상품 전시	2017.09.22.	문화체육관광부, 농림수산식품부	K-Style Hub
	2018	한복분야 우수문화상품 전시	2018.09.17.~09.27.	문화체육관광부, 농림수산식품부	K-Style Hub
	2019	한복분야 우수문화상품 전시	2019.12.05.~12.14.	문화체육관광부, 농림수산식품부	한국관광공사
	2020	한복분야 우수문화상품 전시	-	문화체육관광부, 농림수산식품부	한국관광공사
	2021	한복분야 우수문화상품 전시	2021.10.28.~10.30.	문화체육관광부, 농림수산식품부	경기도 고양시 킨텍스

106) www.kribbon.kr





2017 우수문화상품 전시



2021 대한민국 우수상품전시회

<그림 4-15> 한복 관련 문화상품 국내전시 현황<sup>107)</sup>

107) [www.kribbon.kr](http://www.kribbon.kr)

## 2. 행사

행사 종류는 행사의 주최에 따라 공공기관 행사, 기업행사, 학교행사, 단체행사 등으로, 행사 목적 및 형식, 내용에 따라 문화행사, 지역행사, 정책홍보 행사, 세미나, 체육행사, 발표회 등으로 행사 운영 방식에 따라 정기행사와 단일행사로 나눌 수 있다. 이처럼 행사 종류는 정의가 명확하게 구분되지 않을 수 있으며, 단어를 사용하는 사람마다 용례의 차이가 있을 수 있다. 본 백서에서는 공공기관의 행사정보를 유형화하여 소개하는 ‘알리오 플러스’에서 사용하는 기준을 참고하여, 한복 관련 행사의 목적 및 형식, 내용에 따라 아래와 같이 유형화하였고, 행사 유형을 <표 4-13>과 같이 조작적 정의했다. 이밖에, 행사는 개최지역에 따라 국내 행사와 국제교류 행사로 구분할 수 있고, 행사운영 방식에 따라 정기/비정기 행사로 나눌 수 있어 이에 대한 현황도 살펴보았다.

<표 4-13> 행사 목적 및 내용에 따른 유형 분류기준

구분	행사 유형의 조작적 정의	예시
축제	큰 규모, 긴 기간, 많은 사람이 참여하여 즐기는 행사	한복문화주간
박람회	넓은 공간에 다양한 부스들이 설치되며, 사람들이 자유롭게 다니면서 구경하거나 관계자와 소통하고 구매할 수 있음.	한복상점
공모전	특별한 목적을 위해 개인 또는 단체의 역량을 발휘하여 경쟁	한복 교복 공모전 등
문화예술 이벤트	국내외에 한복문화 확산 및 보급을 위해 진행한 다양한 유형의 행사, 행사 기간이 짧거나 특정 지역에서 진행한 행사	한복 및 공예 체험, 패션쇼, 공연, 의례재현 행사 등
교육·강연	한복 관련 지식 및 문화보급을 목적으로 진행하는 교육 행사	찾아가는 한복문화교육 등
세미나	한복에 대한 전문지식을 갖춘 사람들이 모여 진행하는 학술행사, 포럼, 심포지엄 등	학술심포지엄 및 세미나 등
지원사업	한복 보급 및 산업 활성화를 위해 추진한 지원사업	재외문화원 노후한복 교체사업 등
홍보	한복문화 확산을 위한 서포터즈 및 웹사이트 등 구축 사업	한복웹이브, 한복바람 서포터즈 등

2016년부터 2021년까지 개최된 한복 관련 행사는 총 201건이다 <표 4-14>. 연도별 현황을 살펴보면 2016년 27건, 2017년에는 30건, 2018년에는 33건의 행사가 개최되어 2018년까지 매년 약 10%씩 증가했다. 다만 2019년, 2020년에는 각 31건씩으로 주춤하였으나, 2021년에는 49건 행사가 개최되며 전년 대비 58.1% 증가했다.

행사 유형에 따른 개최 현황을 살펴보면, 축제 행사 30건, 박람회 16건, 공모전 14건, 문화예술 이벤트 80건, 교육강연 29건, 세미나 15건, 지원사업 9건, 홍보 8건으로 문화예술 이벤트가 전체 행사 중 39.8%로 가장 많다.

〈표 4-14〉 연도별 행사 유형별 진행 현황

(단위: 건)

전시 유형	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합계	구성비
축제	2	2	4	4	4	14	30	14.9%
박람회	2	3	3	4	3	1	16	8.0%
공모전	2	3	2	2	3	2	14	7.0%
문화예술 이벤트	12	14	13	10	13	18	80	39.8%
교육강연	3	3	7	7	4	5	29	14.4%
세미나	3	3	3	4	1	1	15	7.5%
자원사업	2	1			3	3	9	4.5%
홍보	1	1	1			5	8	4.0%
소계	27	30	33	31	31	49	201	100.0%
연도별 비중	13.4%	14.9%	16.4%	15.4%	15.4%	24.4%		

행사를 지역별로 살펴보면 전국 행사 56건, 서울특별시 70건, 인천광역시 15건, 경기도 4건, 대구광역시 4건, 부산광역시 및 경상남도 3건, 기타지역 3건, 해외에서 31건, 온라인 15건이 진행됐다. 한복 행사는 서울특별시에서 전체 행사 중 35.2%로 가장 많이 개최됐다 〈표 4-15〉.

〈표 4-15〉 지역별 행사 진행 현황

지역	전국	서울 특별시	인천 광역시	경기도	대구 광역시	경상도	기타 지역	해외	온라인
건수	56	70	15	4	4	3	3	31	15
구성비	27.9%	34.8%	7.5%	2.0%	2.0%	1.5%	1.5%	15.4%	7.5%

국내 행사와 국제교류 행사로 구분하여 살펴보면, 〈표 4-16〉과 같이 국내 행사는 166건(82.6%) 국제교류 행사는 35건(17.4%)으로 국내 행사 중심으로 진행됐다.

〈표 4-16〉 국내 및 국제교류 행사 현황

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합계	구성비
국내 행사	19	27	27	29	26	38	166	82.6%
국제교류 행사	8	3	6	2	5	11	35	17.4%
소계	27	30	33	31	31	49	201	100%

<표 4-17>과 같이 국내 행사와 국제교류 행사를 보다 구체적으로 살펴보면, 국내 행사 중 축제 행사는 24건, 박람회 16건, 공모전 14건, 문화예술 이벤트 69건, 교육강연 16건, 세미나 14건, 지원사업 8건, 홍보 6건이 진행되었다. 반면, 국제교류 행사는 해외에 서뿐 아니라 국내 대사관에서 진행한 행사를 포함하는데, 축제 행사가 6건, 문화예술 이벤트 11건, 교육강연 13건, 세미나 1건, 지원사업 1건, 홍보 3건으로 축제와 문화예술이벤트 및 교육강연 행사가 주로 많이 진행되었음을 알 수 있다. 행사 유형별 특징과 내용은 다음과 같다.

<표 4-17> 국내 및 국제교류 행사의 세부 유형별 행사 진행 현황

구분	전시 유형	2016	2017	2018	2019	2020	2021	총합계	구성비
국내	축제	1	2	4	4	4	9	24	14.5%
	박람회	2	3	3	4	3	1	16	9.6%
	공모전	2	3	2	2	3	2	14	8.4%
	문화예술 이벤트	8	13	13	10	9	16	69	41.6%
	교육강연	1	1	2	5	3	4	16	9.6%
	세미나	3	3	2	4	1	1	14	8.4%
	지원사업	1	1			3	3	8	4.8%
	홍보	1	1	1			2	5	3.0%
	소계	19	27	27	29	26	38	166	82.6%
국제 교류	축제	1					5	6	17.1%
	공모전							0	0.0%
	문화예술 이벤트	4	1			4	2	11	31.4%
	교육강연	2	2	5	2	1	1	13	37.1%
	세미나			1				1	2.9%
	지원사업	1						1	2.9%
	홍보						3	3	8.6%
	소계	8	3	6	2	5	11	35	17.4%
총계	27	30	33	31	31	49	201	100%	

## 1) 축제

축제 행사는 조작적 정의한 바와 같이 큰 규모, 긴 기간, 많은 사람이 참여하여 즐기는 행사이다. 대표적인 축제로는 한복의 날, 한복문화주간 행사가 있고, 개최지역 및 목적에 따라 국내 축제와 국제교류 축제로 구분하여 살펴보았다.

### (1) 국내 축제

2016년부터 2021년 국내에서 진행된 한복 축제는 24건으로, 국내 행사 중 약 14.5%이다 <표 4-17>. 한복 축제의 대표적인 예는 ‘한복의 날’과 ‘한복문화주간’이다.

2016년 ‘한복의 날’ 선포 20주년을 맞이해 ‘한복 르네상스 - 일상이 되고 문화가 되다’라는 주제로 한복 패션쇼와 전시회, 체험 행사가 다양하고 풍성한 볼거리를 제공했다. 패션쇼는 전통색채인 ‘오방색’을 중심으로 경복궁을 은은하게 물들일 전통한복과 현대한복 패션쇼가 진행됐다. 1부 전통한복 부문에서는 한복계의 거장과 신진이 조화를 이뤄 19점의 한복이 발표되었고, 2부 현대한복 부문에서는 오늘날의 생활양식을 반영한 신한복 63점을 선보였다 <그림 4-16>.



<그림 4-16> 2016년 ‘한복의 날’ 한복 패션쇼

또한, 한복의 날을 기념한 다채로운 전시, 체험 행사가 진행됐다. 한복 별빛마당에서는 ‘케이-리본 셀렉션(K-Ribbon Selection)’으로 선정된 우수 한복을 직접 입어보고 기념사 진도 남길 수 있는 체험관이 운영됐다. 첨단테크놀로지 지테이너<sup>108)</sup>(G-Tainer)를 활용한 야외 전시장 ‘한복 트렌드관’에서는 최신 한복 문화의 흐름을 파악할 수 있도록 문체부가 한국공예·디자인문화진흥원과 함께 추진한 한복개발프로젝트, 한복 협업(컬래버레이션) 사업 등 중요 사업의 성과를 전시했다. 2017년에도 한복의 날 문화축제가 개최되었다. 해당 축제에서는 전통한복, 현대적 감각으로 디자인된 다양한 한복을 선보이는 한복 패션쇼 및 다양한 이벤트를 개최하여 한복의 문화를 확산하는 데 이바지하고 있다 <그림 4-17>.

108) 지테이너(G-Tainer): 조립과 설치가 용이한 컨테이너에 미디어 기능을 가미하여 내부에서는 전시, 공연 등이 이루어지고, 외벽 엘이디(LED)를 통해 다양한 홍보 가능

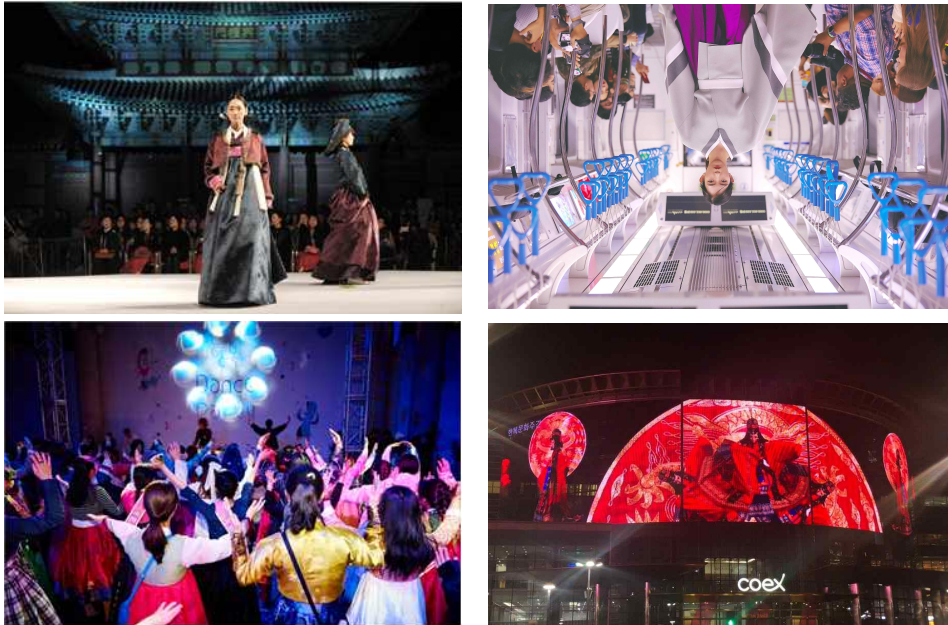


<그림 4-17> 2017년 ‘한복의 날’ 한복 패션쇼

‘한복문화주간’은 문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원이 2018년부터 시작한 문화축제이다. ‘한복을 일상처럼, 일상을 한복처럼’이란 표어 아래 더 많은 국민들이 공간과 지역의 제약에서 벗어나 언제 어디서나 다양한 한복문화를 경험할 수 있도록 하기 위해 전국 주요 지역에서 개최되고 있다. 한복문화주간 동안 서울, 부산, 대구, 대전, 양평, 춘천, 청주, 증평, 전주, 순천 등 전국 10개 지역에서 2018 한복문화주간 행사를 개최했다. 한복문화주간은 이러한 지역적인 행사 확대 개최뿐 아니라 민간단체의 행사 참여 또한 지원하여 개최지역만의 특성을 살린 지역 특화 프로그램을 운영했다. 전시 및 패션쇼를 넘어 한복 융·복합 콘텐츠 영상 상영, 한복 여행, 한복 클럽파티, 토크콘서트, 지하철 한복 패션쇼 등 다양한 주제와 색다른 공간에서 오감 체험 행사를 전개하였으며, 한복문화의 저변을 넓혔다는 평가를 받았다. 서울 코엑스의 초대형 LED 스크린에서는 현대예술 미디어아트 기술을 바탕으로 한복과 미디어아트가 결합된 융·복합 영상이 상영됐다 <그림 4-18>.

2020년에는 ‘한복지역거점지원’ 사업을 신설함으로써 지역 한복문화의 활성화 지역이 확대됐다. 해당 사업은 행사 장소를 고궁 이외에 대형쇼핑몰, 영화관, 유명 관광지 등으로 다양화함으로써 한복 대중화를 위한 여러 방향들을 제시하였다. 또한 한류 문화의 지속적인 열풍을 반영하여 개최된 2020년 ‘봄 한복문화주간 <케이팝X한복>’ 전시회가 관람객들의 큰 호응을 받게 되며 해당 전시회가 가을 주간에는 ‘케이드라마X한복’ 전시회 <한복정원>으로 재개최되는 긍정적인 결과를 낳았다. 이는 K-pop, K-drama를 통한 한복의 홍보 방식에 대한 새로운 방향을 제시한 것이라 볼 수 있다.

한편, 코로나19의 여파로 ‘한복문화주간’ 행사가 온라인 방식을 도입함에 따라 이후 행사 개최 방식에 큰 변화가 나타났다. 비대면, 온라인으로 진행되는 행사가 급증하면서 다양한 온라인 채널이 오픈됐다. 가상세계를 일컫는 메타버스를 활용해 행사를 진행하는 새로운 시도가 있었다. 2021년에는 다시 대면 진행 행사가 늘어났으나 오프라인과 함께 비대면 진행 방식을 병행하여 진행하고 있다.



<그림 4-18> 2018년 ‘한복 문화주간’

2020년 한복의 날을 맞아 서울시가 서울의 대표 패션쇼인 ‘서울 365패션쇼’를 한복 패션쇼로 개최했다. 이는 온·오프라인으로 동시에 진행되었는데, 실시간으로 유튜브와 네이버TV를 통해 온라인으로도 생중계되었다.

2018년~2021년 동안 운영된 한복문화주간 프로그램들은 대체로 패션쇼, 한복 문화 체험, 토크쇼, 마켓, 강연 및 문화주간과 연계한 지역행사들이었다. 특히 지역행사는 공모를 통해 선정된 지역들이 지역별로 자체 행사 프로그램을 제작(패션쇼, 지역 특성을 살린 관광상품 개발, 한복입기 및 규방용품 제작 등의 체험)하여 실시하고 있다. 이는 한복 문화 저변을 확대하였음은 물론 한복의 가치, 정신 및 전통을 알리는 한복문화 교육의 중요성도 다시금 부각 되는 계기가 됐다.

〈표 4-18〉 2016~2021년 진행된 한복 국내 축제 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2016	2016 한복의 날: 경복궁 달빛 패션쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2016.10.22	경복궁 흥례문 광장
2016	2016 한복의 날: 한복 르네상스 일상이 되고 문화가 되다	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2016.10.21~10.22	경복궁 흥례문 광장
2017	2017 한복의 날: 경복궁 달빛 패션쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2017.10.20	경복궁 흥례문 광장
2017	2017 한복의 날 행사	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2017.10.20	광화문 광장 / 동대문 디자인플라자, 강남역 일대 / 경복궁 흥례문 광장
2018	2018 한복문화주간	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.10.15~10.21	전주 경기전 광장 / 서울 성수동 에스팩토리D홀
2018	2018 한복문화주간: (故) 이경희 한복 디자이너 추모 패션쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.10.15	전주 경기전 광장
2018	2018 한복문화주간 우수 프로그램 선정	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.12.18	-
2018	2018 F/W 헤라서울패션위크 한복패션쇼로오픈	서울디자인재단	2018.03.19	동대문디자인플라자(DDP)
2019	2019 한복문화주간	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.10.02~10.06	-
2019	2019 한복문화주간 패션쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.10.05	부산 광안리 해변
2019	2019 한복문화주간: 한복문화체험	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.10.02~10.06	각 행사별 명기했음
2019	2019 한복문화주간: 한복 토크쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.10.5	창덕궁 가경당
2020	2020 한복문화주간: 가을 특별행사 개최	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2020.10.16	창덕궁 가경당
2020	2020 한복문화주간: 한복을 일상처럼, 일상을 한복처럼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	1) 한복문화주간 가을 특별행사: 2020.10.16 ~ 2020.10.18 2) 한복문화주간 봄 특별행사: 2021.04.12~04.18	한복문화주간 가을 특별행사: 온라인 생중계 유튜브채널및네이버TV채널
2020	2020 한복문화주간 유튜브 영상 공모전	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2020.08.05.~10.05	-
2020	서울365 디지털 라이브 패션쇼: 한복의 날	서울특별시, 서울역사박물관, 동아TV(주최, 주관 체크할 것임)	2020.10.19	대면 비대면 동시 개최(경희궁 송정전 & 온라인 채널)
2021	2021 한복문화주간: 봄특별행사	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.04.09.~04.18	한복 사랑관 운영: CGV 극장
2021	2021 한복문화주간: 한복과 어울리다	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	*한복문화주간: 2021.10.11~10.17 *사전행사 일시: 2021.09.18.~9.26 *본 행사 일시: 2021.10.11.~10.17	* 사전행사 장소: 스타필드 하남 1층 센트럴 아트리움 *본행사 장소: 스타필드 코엑스 B1-2층 라이브플라자
2021	2021 한복문화주간 사전행사: <한복, 트렌드를 읽다>	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.09.18.~09.06	스타필드 하남(1층 센트럴 아트리움)
2021	2021 한복문화주간: 케이팝X한복 전시회	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.04.13.~04.25	서울동대문디자인플라자 실링관 D(D)숲
2021	2021 한복문화주간 본행사: 한복경원	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.10.11.~10.17	서울 스타필드 코엑스몰 *메타버스방식 병행
2021	2021 한복문화주간 지역 * 연속지원 지자체: 경주, 남원, 전주 * 신규지원 지자체: 아산, 익산	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	각 지역, 행사별 명시	각 지역, 행사별 명시
2021	2021 한복문화주간 한복문화	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.04.09.~04.18, 2021.10.11.~10.17	곡성, 남원, 상주, 중로
2021	2021 한복문화주간 마켓 및 체험 참여처 모집	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.10.11.~10.17	스타필드 코엑스점
2021	'2021 가을 한복문화주간' 맞이 온라인 행사: 신라인들의 복식을 새롭게 만나다 신라 복식 특별강연 '신라의 옷이야기'	국립경주박물관, 경주문화재단	2021.10.14	국립경주박물관 유튜브 생중계



## (2) 국제교류 축제

국제교류가 목적인 한복 문화축제는 총 6건으로, 2016년 1건, 2021년 5건에 진행되었고, 국제교류 행사 중 17.6%이다 <표 4-19>.

2016년에는 한복을 포함한 한국을 상징하는 문화 체험 행사를 일본과 함께 캄보디아 프놈펜에서 개최하여 아세안 국가에 한복 문화를 알리는 계기를 마련했다. 이 행사에서는 한국과 일본의 문화를 상징하는 키워드를 매치(한복-기모노, 떡볶이-다코야끼, 태권도-가라테 등)시켜 관람객에게 홍보하는 새로운 시도가 도입됐다.

2021년에는 미국에서 한복의 날을 공식 선언하는 행사들이 이어졌다. 우선 뉴저지주 테너플라이시가 국외 최초로 매년 10월 21일을 한복의 날로 공식 선포했다. 행사장에는 테너플라이시 시장과 100명이 행사에 참석하는 행사가 진행되었는데, 선언문을 낭독한 테너플라이시 시장은 갓과 전통복식을 입고 참석하여 눈길을 끌었다.

뉴저지주 클로스터시는 선언문에 ‘Hanbok’이라는 영문 표기를 명시하며 한복이 한국 문화라는 점을 강조하였다. 이후 미국 콜로라도주 오로라시에서는 한복의 날 선언문 전달식을 개최하며 한국 문화를 소개하는 행사(K-food 전시관 설치, 가야금과 태평무 공연, 한복 입기 체험)도 함께 진행했다. 이밖에 미국 샌프란시스코에서도 2021 K-Week의 일환으로 전통복식에서 현대복식이 어우러진 한복 패션쇼를 개최함으로써 미국 주류사회에서 한국 전통문화를 직접 체험할 기회를 제공했다.

미국 뉴욕한국문화원에서 뉴욕공립도서관과 함께 아름다운 우리 의상, 한복을 주제로 <동화로 배우는 한국어> 온라인 교육 프로그램이 개최됐다. 한복의 날을 기념하기 위해 이번 프로그램이 마련되었는데, 한복 관련 동화 구연, 한복 관련 동요 부르기, 한복 꾸미기 및 저고리, 버선, 조바위, 호건 등 한복 관련 명칭을 살펴보고 한복 바르게 입기 활동을 했다.

<표 4-19> 2016~2021년 진행된 한복 국제교류 축제 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2016	한일 합동 추석맞이 축제	왕립프놈펜대학교(RUPP)내 한감협력센터(CKCC), 일감협력센터(CJCC)	2016.09.16	캄보디아 프놈펜
2021	한복의 날 공식 제정 (뉴저지 주 테너플라이 시)	미국 뉴저지주 테너플라이시	2021.04.06	테너플라이 시청 강당
2021	한복의 날 공식 제정 (뉴저지 주 클로스터 시)	미국 뉴저지주 클로스터시	2021.08.11	클로스터시 시장 자택
2021	한복의 날 선언문 전달식(콜로라도주 오로라시)	민주평통 덴버협의회	2021.10.21	미국 콜로라도 주 오로라 시청 시의회 대회의실
2021	2021 K-Week: 한복패션쇼	주샌프란시스코 대한민국 총영사관	2021.09.30	미국 페어몬트 호텔
2021	동화로 배우는 한국어: 아름다운 우리옷, 한복	뉴욕한국문화원	2021.10.21	뉴욕 공립도서관



한·일 합동 추석맞이 축제<sup>109)</sup>



한복의 날 공식 제정<sup>110)</sup>



2021 K-Week: 한복패션쇼<sup>111)</sup>

<그림 4-19> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 축제

## 2) 박람회

박람회 행사는 넓은 공간에 다양한 부스들이 설치되며, 사람들이 자유롭게 다니면서 구경하거나 관계자와 대화하고 구매할 수 있는 행사로서 주로 국내에서 개최됐다. 국내 박람회는 한복상점과 트레이드 페어, 팝업 스토어 등 총 16건(9.7%)으로, 2016년 2건, 2017년부터 2020년까지 3~4건, 2021년에 1건 진행됐다 <표 4-20>.

2016년에는 2017 S/S 서울패션위크 트레이드쇼에서 부스 운영, 홍보 및 프로모션형 편집숍 운영하였고, 공예트렌드페어에서는 부스 또는 한복 편집 매장을 운영하며 판매 및 홍보를 진행했다. 2021년에는 공예트렌드페어 내 한복상점을 운영하였으며, 이밖에 2017년에는 한국공예·디자인문화진흥원과 현대백화점 협업으로 백화점에 팝업스토어를 오픈하여 방문객을 대상으로 홍보 및 판매를 진행했다 <그림 4-20>.



<그림 4-20> 2017 현대백화점 협업 팝업스토어

109) [www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=32378](http://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=32378)

110) [www.ytn.co.kr/\\_ln/0104\\_202104071034256781](http://www.ytn.co.kr/_ln/0104_202104071034256781)

111) [www.overseas.mofa.go.kr](http://www.overseas.mofa.go.kr)

대표적인 박람회 행사인 한복상점은 침체된 한복 활성화와 한복문화 소비 확산을 위해 소비자 접점과 잠재 구매층을 확대하는 장을 마련한다. 해당 행사는 2017년 한복겨울상점을 시작으로 매년 개최된 정기행사로써, 이를 통해 한복, 장신구, 패션소품, 생활소품이 다양하게 전시되고 판매됐다. 2018년 한복상점은 ‘한복장터’, ‘한복규방’, ‘한복학당’, ‘한복사진관’, ‘한복마당’ 등 총 5가지 주제로 운영되었는데, 한복업체별 작품 전시·판매 공간을 설치, 체험 프로그램 운영, 한복 교육, 관람객들의 사진을 촬영 및 인화해주는 프로그램 등으로 진행됐다. 또한 ‘한복개발 프로젝트’에서 선정된 작품을 전시하면서 마켓 외에 다양한 문화 프로그램을 운영, 수요층의 다양화를 도모했다.

2020년에는 코로나19의 여파로 사업 홍보 및 온라인 판매를 위한 사이트를 자체 제작하였고, 한복인 및 일반인을 대상으로 실시간으로 판매 방송을 진행했다. 2021년 한복상점은 참가 기업관에서 한복 및 한복소품 등 다양한 상품을 대상으로 전시, 판매 및 홍보를 진행하였고, 체험용 한복과 소품을 활용하여 기념사진 촬영, 전통 공예 소품 제작체험 등을 실시하면서 관람객의 수요를 다각도로 확대하고자 했다. 이때 한복상점에 직접 참가하지 못하는 소비자를 위한 특별행사로 네이버쇼핑 라이브방송과 유튜버 연계 랜선투어 방송을 하기도 했다.

<표 4-20> 2016~2021년 진행된 국내 한복 박람회 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2016	2017 S/S 해리서울패션위크 트레이드쇼 기업부스 운영 참여, 홍보 및 프로모션형 편집숍 운영	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2016.10.18~10.22	서울 DDP 지하주차장 3층
2016	2016 공예트렌드페어 한복진흥센터 홍보관 운영	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2016.12.08~12.11	서울 코엑스 A홀
2017	현대백화점 x 한복진흥센터 팝업스토어 운영	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2017.01.20~01.26	현대백화점 판교점(3, 4층)
2017	한복겨울상점	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.01.19~01.22	문화역서울284
2017	2017 공예트렌드페어 한복진흥센터 팝업 부스 비치	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2017.12.07~12.10	삼성동 코엑스 A홀
2018	2018 하하한복상점	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원, 이마트24	2018.06.02. / 2018.06.03.~06.09	서울 삼성동 이마트24 아외마당 및 2층
2018	2018 한복겨울상점	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.10.19.~10.21	성수동 에스팩토리 D홀
2018	2018 한복겨울 상점	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.01.19~10.22	문화역 서울284: ‘한복장터’와 ‘한복사진관’, ‘한복마당’은 ‘문화역서울 284’ 1층 / ‘한복규방’은 20일부터 22일까지, ‘한복학당’은 20일부터 21일까지 2층
2019	공예트렌드페어 한복갤러리갑	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.12.12.~12.15	삼성역 코엑스 A홀
2019	2019 한복상점	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.08.29.~09.01	문화역서울 284
2019	2019 한복상점 in 세종	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2019.09.09~09.10	세종정부청사 15동 문화체육관광부

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2019	2019 한복상점 행사: 한복 웨딩 스타일링 쇼	문화체육관광부/ 한국공예디자인문화진흥원	2019.8.29	문화역 서울 284
2020	2020 한복상점	문화체육관광부/ 한국공예디자인문화진흥원	2020.09.10~09.13	* 한복상점 참가사 사업설명회: 걸스카우트회관 10층
2020	2020 온라인 한복상점	문화체육관광부/ 한국공예디자인문화진흥원	2020.09.10.~12.31	(라이브 커머스) 방송
2020	2020 공예트렌드페어 한복편집매장	문화체육관광부/ 한국공예디자인문화진흥원	2020.12.03~12.06	코엑스 A홀(삼성동)
2021	2021 한복상점	문화체육관광부/ 한국공예디자인문화진흥원	*2021년한복상점 (2021.11.04~11.07) *찾아가는한복상점2회 (2021.03.29.~03.30/ 2021.11.29.~12.01) *공예트렌드페어내한 복상점운영(2021.11. 18.~11.21.J228)	* 2021년 한복상점: 문화역서울284 *찾아가는한복상점: 세종시문화체육관광부1층로비 *공예트렌드페어내한복상점: 코엑스C홀



2018 하하한복상점



2019 한복상점 한복교복 전시



2021 한복상점 참가기업관



2021 한복상점 유튜버 연계 랜선투어 방송

<그림 4-21> 2017~2021년 한복상점

### 3) 공모전

공모전은 특별한 목적을 위해 개인 또는 단체의 역량을 발휘하여 경쟁하는 행사로서 2016~2021년간 총 14건으로 모두 국내에서 진행되었으며, 총행사 수의 8.5%의 비율을 차지한다 <표 4-21>. 본 백서에서 기술된 공모전은 주로 한국공예·디자인문화진흥원이 주관한 행사이다. 구체적으로 살펴보면, ‘한(韓)디자인, 입고 싶은 우리 옷’ 공모전은 2건(2016년, 2017년), 한복개발(디자인)프로젝트는 6건(2016년~2021년), 한복교복디자인 공모전 2건(2019년~2020년), 한복근무복 개발 참여디자이너 공모 2건(2020년, 2021년) 및 경기광주 휴게소 한복 유니폼 공모와 한복교육콘텐츠 전통복식 재현 디자인 공모전이 각 1건씩 있다.

한복개발(디자인)프로젝트에서 선정된 디자이너들이 이후에 한국공예·디자인문화진흥원에서 추진하는 프로젝트에 참여 기회를 제공받는 제도는 경력 지속성과 성장성 측면에서 의미가 있다. 또한, 한복 교복과 교복 근무복의 도입은 생활 속 한복 대중화를 위한 의미 있는 시도이며 한복의 일상화, 대중화에 크게 이바지할 수 있는 사업으로 평가됐다.

<표 4-21> 2016~2021년 진행된 국내 한복 공모전 현황

시기	행사명	주최/주관
2016	2016 한(韓)디자인, 입고 싶은 우리옷 공모: 한복 커플룩	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2016	2016 한복개발 프로젝트: 21세기 한복	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2017	2017 한(韓)디자인, 입고 싶은 우리옷 공모: 한복 일상을 만나다	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2017	2017 경기광주 휴게소 한복 유니폼 공모	풀무원 이씨엠디 /한국공예·디자인문화진흥원
2017	2017 한복개발 프로젝트:입고싶은 우리옷, 한복	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2018	2018 한복교육콘텐츠 전통복식 재현 디자인 공모	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2018	2018 한복디자인 프로젝트 공모	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	2019 한복디자인 프로젝트공모	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	2019 한복교복 디자인 공모전: 한복 교복 디자인 프로젝트	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	2020 한복디자인 프로젝트공모전	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	한복디자인프로젝트 근무복개발	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	2020 한복교복 디자인공모, 한복교복 디자인개발	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2021	2021 한복디자인 프로젝트 공모	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2021	2021 한복근무복 개발 참여 디자이너 공모	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원



2016 한복개발 프로젝트: 21세기 한복



2019 한복교복 디자인 공모전: 한복 교복 디자인 프로젝트

<그림 4-22> 2016~2021년 진행된 한복 공모전

#### 4) 문화예술 이벤트

문화예술 이벤트는 국내외에 한복문화 확산 및 보급을 위해 진행한 다양한 유형의 행사로서 행사 기간이 짧거나 특정 지역에서 진행된 한복 및 공예 체험, 패션쇼, 공연, 의례 재현 행사 등을 일컫는다. 문화예술 이벤트는 총 80건으로 행사의 39.8%를 차지하는 유형이며, 국내 문화예술 이벤트는 69건, 국제교류 문화예술 이벤트는 11건으로 구체적인 내용은 다음과 같다 <표 4-22>.

##### (1) 국내 문화예술 이벤트

대표적인 문화예술 이벤트로는 '왕가의 산책, 외국인전통문화체험, 궁궐일상을 걷다, 종묘 묘현례, 대한제국 외국공사 접견례, 종묘대제, 공항 수문장 교대식' 등이다.

2016~2021에 개최된 국내 문화예술 이벤트 중 매년 연례적으로 진행되고 있는 행사는 왕가의 산책(2016~2021), 외국인전통문화체험(2016~2021), 종묘 묘현례(2016~2021), 대한제국 외국공사 접견례 종묘대제(2016~2020), 공항 수문장 교대식(2020~2021), 돈화문 수문장 호위 의식(2021), 밤의 석조전(2021)이 진행되고 있다. 연례행사였으나 2021년 이전 종료된 행사는 궁궐일상을 걷다(2016~2018), 종묘제례악(2017, 2018), 국가무형문화재 기획행사, 동행(구혜자 침선공방)(2016, 2017), 사열의식 첩중(2019, 2020) 행사가 있다.

비정기적 행사로 진행된 문화예술 이벤트로는 사직대제(2017), 한국문화재단에서 진행한 무형문화재와 함께하는 어린이 체험 프로그램(2017), 신생아 버선, 턱받이 만들기 체험(2017), 집에서 즐기는 수문장 교대의식, '수문장을 보다'(2021), 한복개발 프로젝트 홍보 프로모션 살롱패션쇼:형형색색(2017), 평창올림픽<한복문화체험존>(2018), 디지털 런웨이 패션쇼 '한복 웨이브(Hanbok Wave)' 패션쇼(2020), 궁 HIP합(7번 공연) 중 D1: '비트 위 한복의 너울거림'(2021), 국립대구박물관 행사인 천연염색 체험(2018), 우리옷 입어보기(2019), 전통 갓 만들기(2020), '어린이 교육꾸러미'배부 행사

(2020~2021) 등이 있다. 또한, 국립중앙박물관과 국립부여박물관에서 개최한 행사인 백제금동대향로를 주제로 한 어린이 교육상자개발(2019), 국립전주박물관에서 진행한 온라인 규방공예(2021), 국립청주박물관에서 진행한 전통문화교실(2021), 부산시립박물관에서 온라인으로 진행한 <우리옷, 한복>이란 주제의 박물관대학 등이 있다. 이 행사 중 다수가 한국문화재단 주관으로 진행되고 있고, 이외에 한국공예·디자인문화진흥원, 사적대제보존회, 종묘제례악보존회, 국립박물관, 구혜자 침선공방 주관으로 다양한 행사가 개최됐다.

2020년 코로나19의 영향으로 행사 진행 방식에 큰 변화가 있었는데, 첫째, 비대면과 온라인으로 진행되는 행사가 증가하고 있고, 온라인 채널로는 문화재청 유튜브, 문화유산 채널 유튜브, 궁중문화축전 유튜브, 한국문화재단 유튜브 및 네이버TV 등이 활용됐다. 둘째, 한복 웨이브(Hanbok Wave) 패션쇼가 온라인으로 처음 개최되었고 한복웨이브가 연계된 온라인 오픈 마켓을 통해 새로운 한복 판매경로가 구축됐다. 셋째, <사열의식 첩종>은 코로나19 이전에는 대면 행사로 진행됐으나, 코로나19 이후에는 단편 영화를 제작하여 공개하는 방식으로 변했다. 해당 행사는 일반적으로 다른 행사들이 온라인으로 중계만 하는 방식과 달리 새로운 문화콘텐츠를 만들어 보급했다는 점에서 차이가 있다. 넷째, ‘어린이 교육꾸러미’, ‘ON요현례: 왕세자·세자빈 집에서 되어 보다’ 등 대면 체험행사로 진행되던 이벤트들이 체험키트를 제작하여 배포하고 설명은 온라인으로 진행하는 등 행사 추진 방식에서 온라인 비중을 확대하는 변화를 선보였다.

<표 4-22> 2016~2021년 진행된 국내 한복 문화예술 이벤트 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2016	2016 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2016.01.01.~12.31.	인천국제공항
2016	2016 외국인 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2016.01.01.~12.31.	인천국제공항
2016	2016 국가무형문화재 기획행사 - 동행 '두번째 이야기'	구혜자 침선공방	2016.05.18.~05.24.	국가무형문화재전수교육관
2016	2016 궁궐 일상을 걷다 영조와 창경궁(상반기)	문화재청/한국문화재단	2016.05.06., 2016.05.07.~05.22.	창경궁 일원
2016	2016 궁궐 일상을 걷다 영조와 창경궁(하반기)	문화재청/한국문화재단	2016.10.01.~10.09.	창경궁 일원
2016	2016년 종묘대제	문화재청, 한국문화재단/ 종묘대제봉행위원회	2016.05.01	종묘
2016	2016 종묘 묘현례	문화재청/한국문화재단	2016.05.05~05.07	종묘 정전
2016	10월 대한제국 외국공사 접견례	문화재청/한국문화재단	2016.10.15., 10.16, 10.22, 10.23	덕수궁 정관헌
2017	무형문화재와 함께하는 어린이 체험 프로그램	문화재청/한국문화재단	2017.04.20.~06.15.	국가무형문화재전수교육관

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2017	신생아 바선, 턱반이 만들기 체험	문화재청/한국문화재단	2017.04.26	국가무형문화재전수교육관
2017	2017 한복개발 프로젝트 홍보 프로모션: 살롱패션쇼(형형색색)	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2017.12.05	섬유센터
2017	2017 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2017.01.01.~12.31.	인천국제공항
2017	2017 종묘묘현례	문화재청/한국문화재단	2017.05.03.~05.05.	종묘
2017	2017 종묘대제(국제문화행사 유네스코 인류무형유산)	문화재청, 한국문화재단/ 종묘대제보행위원회	2017.05.07.	종묘
2017	제3회 궁중문화축전 종묘제례악 아간공연	문화재청/한국문화재단, (사)대한황실문화원	2017.05.02.~05.05.	종묘
2017	2017년 대한제국 외국공사 접견례(상반기)	문화재청/한국문화재단	2017.05.02.~05.07.	덕수궁
2017	2017년 대한제국 외국공사 접견례(하반기)	문화재청/한국문화재단	2017.09.16.~10.22.	덕수궁
2017	2017 궁궐일상을 걷다 - 영조와 창경궁	문화재청/한국문화재단	2017.04.29.~04. 30, 05.13~05.27. 2017.10.07.~10.27.	창경궁
2017	2017 외국인 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2017.01.01.~12.31.	인천국제공항
2017	2017 국가무형문화재 제89호 침선장 기획행사 동행 '세번째 이야기'	구해자 침선공방	2017.07.17.~07.22.	국가무형문화재전수교육관
2017	2017 사직대제: 사직제례 아간보행	문화재청 국립무형유산원, 한국문화재단/사직대제보존 종묘제례악보존회	2017.09.23	사직단
2018	평창올림픽<한복문화체험존>운영	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2018.02.01.~03.19.	평창 올림픽 / 패럴림픽 선수촌 플라자
2018	2018 외국인 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2018.01.01.~12.31.	인천국제공항
2018	2018 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2018.01.01.~12.31.	인천국제공항
2018	2018 종묘묘현례	문화재청/한국문화재단	2018.04.28.~04.29.	종묘
2018	조선의 세자빈, 혼례를 고하다 '2018 묘현례 (하반기)	문화재청/한국문화재단	2018.10.13.~10.14.	종묘
2018	2018년 대한제국 외국공사 접견례(상반기)	문화재청/한국문화재단	2018.04.28.~05.06.	덕수궁
2018	2018년 대한제국 외국공사 접견례(하반기)	문화재청/한국문화재단	2018.09.01.~09.16./ 09.22~09.24.	덕수궁
2018	제4회 궁중문화축전 종묘제례악 아간공연	문화재청/한국문화재단, 대한황실문화원	2018.05.02.~05.04.	종묘
2018	종묘대제	문화재청 국립무형유산원, 한국문화재단/ 종묘대제보행위원회	2018.05.06.	종묘
2018	2018 궁궐일상을 걷다 - 정조와 창경궁(상반기)	문화재청/한국문화재단	2018.05.05.~05.27.	창경궁 일원
2018	2018 궁궐일상을 걷다 - 정조와 창경궁(하반기)	문화재청/한국문화재단	2018년 10월 (매주 1일 2회)	창경궁 일원



시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2018	<위대한 유산, 오늘과 만나다> 종묘제례 및 종묘제례악	문화체육관광부, 전통공연예술진흥재단, 국립중앙박물관, 한국문화예술위원회, 클락문화재단	2018.10.09.	국립중앙박물관
2018	천연염색 체험	국립대구박물관	1018.07.07.~07.14, 07.21.	국립대구박물관
2019	2019년 12월 국보 제287호 백제금동대항모를 주제로 한 어린이 교육상징개발	국립중앙박물관, 국립부여박물관	2019.12.	국립중앙박물관
2019	2019 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2019.01.01.~12.31.	인천국제공항
2019	2019 궁궐 호위군 사열의식 첩중	문화재청	2019.10.03.~10.06.	경복궁
2019	2019 외국인 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2019.01.01.~12.31.	인천국제공항
2019	2019 공항 수문장 임명식 - 국왕! 공항 수문장 임명하다	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원, 인천국제공항공사	2019.07.16.	인천국제공항
2019	2019 공항 수문장 교대식	문화재청/한국문화재단	2019.04.01.~12.31.	인천국제공항
2019	2019 종묘 묘현례	문화재청/한국문화재단	2019.09.20.~09.29.	종묘
2019	2019년 대한제국 외국공사 접견례(상반기)	문화재청/한국문화재단	2019.04.27.~05.05.	덕수궁
2019	2019년 대한제국 외국공사 접견례(하반기)	문화재청/한국문화재단	2019.09.07.~09.29.	덕수궁
2019	우리웃 입어보기	국립대구박물관	2019.10.05.~10.12, 10.28.	국립대구박물관
2020	디지털 런웨이 패션쇼 '한복 웨이브(Hanbok Wave)' 패션쇼 기획	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2020.12.17. 보도자료 2020.12.18. 보도자료	
2020	2020 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2020.01.01.~12.31.	인천국제공항
2020	2020 공항 수문장 교대의식	문화재청/한국문화재단	2020.01.01.~12.31.	인천국제공항
2020	2020 외국인 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2020.01.01.~12.31.	인천국제공항
2020	2020 종묘대제	문화재청 국립무형유산원	2020.11.07.	문화재청 유튜브, 문화유산채널 유튜브
2020	2020 대한제국 외국공사 접견례-저주외교를 꿈꾸다	문화재청 공능유적본부	2020.11.03.~11.04.	공중문화축전 유튜브
2020	"2020 궁궐 호위군 사열의식 첩중" 단편 영화 공개	문화재청 공능유적본부/ 한국문화재단	2020.12.24.~ 2021.01.04.	문화재청 및 공중문화축전 유튜브
2020	전통 갓 만들기	국립대구박물관	2020.10.24.	국립대구박물관
2020	2020년 국립대구박물관 「어린이 교육꾸러미」 배부	국립대구박물관	2020.06.25.	국립대구박물관
2021	오픈마켓-한복웨이브 연계 판로구축(온라인)	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.01.25.~03.31.	온라인
2021	온라인 규방공예	국립전주박물관	2021.04.28.	온라인수업
2021	2021년 국립청주박물관 전통문화교실	국립청주박물관	2021.06.22.~11.30.	국립청주박물관

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2021	공HE합(7번 공연) 중 D1: '비트 위 한복의 너울거림'	문화재청 공능유적본부/ 한국문화재단	2021.11.01.~11.07.	문화유산채널 유튜브
2021	2021년 제21기 박물관대학 <우리웃, 한복>	부산시립박물관	2021.10.14.~ 11.11.(매주 목요일)	zoom
2021	2021 인천공항 왕가의 산책	문화재청/한국문화재단	2021.01.01.~12.31.	인천국제공항
2021	2021 전통문화체험	문화재청/한국문화재단	2021.01.01.~12.31.	인천국제공항
2021	2021 공항 수문장 교대식	문화재청/한국문화재단	2021.01.01.~12.31.	인천국제공항
2021	2021년 동화문 수문장	문화재청 공능유적본부	2021.04.24.~05.16.	창덕궁
2021	집에서 즐기는 수문장 교대식, '수문장을 보다'	문화재청 공능유적본부/ 한국문화재단	2021.01.07.~03.31.	한국문화재단 유튜브 및 네이버TV
2021	2021 종묘대제	문화재청 국립무형유산원/ 한국문화재단, 종묘대제봉행위원회	2021.05.02.	종묘 * 문화재청 유튜브, 궁중문화축전유튜브
2021	경복궁 야간 특별라암- 경복궁 왕가의 산책	문화재청 공능유적본부/ 한국문화재단	2021.11.10.~11.29.	경복궁
2021	2021년 종묘 이안제	문화재청 공능유적본부/ 한국문화재단, 종묘제례보존회	2021.06.05.	종묘, 창덕궁
2021	2021년 밤의 석주전	문화재청 공능유적본부	2021.10.20.~11.10.	덕수궁
2021	[ON]묘현례 왕세자세자빈 집에서 되어 보다	문화재청 공능유적본부	2021.11.01.~11.24.	온라인 체험
2021	2021년 국립대구박물관 경북지역 대상, 「어린이 교육꾸러미」 배부	국립대구박물관	2021.04.05.~04.22.	국립대구박물관













2016년			
	2016 왕가의 산책 <sup>112)</sup>	2016 종묘 묘현례 <sup>113)</sup>	2016년 종묘대제 <sup>114)</sup>
			
2017년	대한제국 외국공사 접견례 <sup>115)</sup>	2017 사직대제: 사직제례 야간봉행	2017 궁궐일상을 걷다 - 영조와 창경궁 <sup>116)</sup>

112) 한국문화재단 홈페이지(<https://www.chf.or.kr>)

113) 연합뉴스(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20160502168300005>)

114) 채외동포신문(<http://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=34007>)

115) 한국문화재단 홈페이지(<https://www.chf.or.kr/cms/content/view/230>)

2018년	 <p>평창올림픽&lt;한복문화체험존&gt; 운영<sup>117)</sup></p>	 <p>제4회 궁중문화축전 종묘제례악 아간공연<sup>118)</sup></p>	 <p>2018 외국인 전통문화체험<sup>119)</sup></p>
2019년	 <p>2019 궁궐 호위군 사열의식 첩중<sup>120)</sup></p>	 <p>2019 공항 수문장 교대식<sup>121)</sup></p>	 <p>백제금동대향로를 주제로 한 어린이 교육상자개발<sup>122)</sup></p>
2020년	 <p>디지털 런웨이 패션쇼 '한복웨이브 (Hanbok Wave)' 패션쇼 개최</p>	 <p>"2020 궁궐 호위군 사열의식 첩중" 단편 영화 공개<sup>123)</sup></p>	 <p>2020년 국립대구박물관 「어린이 교육꾸러미」 배부<sup>124)</sup></p>
2021년	 <p>오픈마켓 한복웨이브 연계 판로구축(온라인)</p>	 <p>궁HIP합(7번 공연) 중 D1: '비트 위 한복의 너울거림'<sup>125)</sup></p>	 <p>2021년 밤의 석조전<sup>126)</sup></p>

〈그림 4-23〉 2016~2021년 진행된 한복 문화예술 이벤트

116) 뉴스시스([https://mobile.newsis.com/view.html?ar\\_id=NISX20170930\\_0000110421](https://mobile.newsis.com/view.html?ar_id=NISX20170930_0000110421))  
 117) 아시아뉴스통신([https://m.aneusa.com/article\\_sub3.php?number=1289618#\\_eniple](https://m.aneusa.com/article_sub3.php?number=1289618#_eniple))  
 118) 문화포털 <문화공감>([https://www.culture.go.kr/culture/themeView.do?seq=1042&menu\\_cd=8](https://www.culture.go.kr/culture/themeView.do?seq=1042&menu_cd=8))  
 119) 연합뉴스(<https://www.yna.co.kr/view/RPR20180207000900353>)  
 120) 문화유산채널(<http://www.k-heritage.tv/brd/board/909/L/CATEGORY/911/menu/901?brdType=R&thisPage=77&bbldx=18769&searchField=&searchText=>)  
 121) 한국문화재단 홈페이지  
 122) 우리문화신문(<https://koya-culture.com/news/article.html?no=122379>)  
 123) 한국문화재단 홈페이지  
 124) 국립대구박물관 홈페이지  
 125) 문화포털(<https://www.culture.go.kr/homes/showView.do?seq=716>)  
 126) 문체부 홈페이지, 지역축제

## (2) 국제교류 문화예술 이벤트

국제교류 문화예술 이벤트는 한국과 수교 관계에 있는 국가들과의 상호 우호 협력 차원에서 각국의 문화 교류 및 자본 기술을 지원하는 것으로, 주로 패션쇼, 문화행사, 전시 방식으로 진행되었으며, 구체적인 내용은 <표 4-23>과 같다.

2016년에는 프랑스, 몽골, 요르단, 인도네시아와의 교류가 4건 진행되었고, 2017년에는 미국 아카데미 시상식에서 한국 문화를 홍보하는 행사가 1건, 2020년에는 바레인, 쿠웨이트, 불가리아 등에서 한국 관련 행사에서 한복 문화를 알리는 이벤트가 진행됐다. 중국에서는 한복 참여기업 결과물 사진과 영상 전시가 4건 진행됐다.

2021년에는 한복업계의 해외 시장 진출을 위해 협력하는 한류 콘텐츠 확산 사업인 '한복 웨이브<Hanbok Wave>'를 통해 한복의 다채로운 아름다움을 런웨이를 통해 전 세계에 선보였다. 해당 패션쇼를 위해 10개의 한복 전문 브랜드와 함께 70여 벌의 한복 의상이 제작되었고, 한류 문화예술인으로 선정된 '브레이브걸스'와 '다크비', 그리고 높은 인지도를 자랑하는 국내 최초 버추얼 인플루언서 '로지'가 '한복 웨이브' 디지털 패션쇼를 통해 한복의 해외 시장 진출에 힘을 보탰다. 해당 영상 일부는 11월 23일 뉴욕 타임스퀘어 브로드웨이 전광판에 공개되어 패션의 중심지 뉴욕을 발판으로 한복의 세계화에 이바지했다.

〈표 4-23〉 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 문화예술 이벤트 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장/비고
2016	한불수교 130주년 기념 "한복문화공감 지원사업" 파리, 이영희쇼 & 비텔 김인자 패션쇼	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2016.07.04.~ 07.09.	이영희: 파리 / 김인자: 비텔
2016	한-몽 공공외교 사업에 民 政 官 협업 모델 최초 실시	외교부(공공외교총괄과)	2016.09.06.	울린바타르시
2016	요르단 내 주요 문화행사 개최	외교부(중동1과)	2016.04.28	요르단
2016	한-인도네시아 패션교육센터 및 한류문화체험공간 개소	문화체육관광부/한국문화산업교 류재단, GK사회공헌재단	2016.10.05.	인도네시아 반둥 공과대학교
2017	제89회 아카데미상 시상식 부대행사로 열린 "100인 스타의 밤(Night of 100 Stars)에서 한국문화 홍보행사	LA한국문화원	2017.01.26.	미국 베버리 힐튼 호텔
2020	주바레인대사 주재국 언론 인터뷰	외교부(주바레인대한국대사관) /석주선기념박물관	2020.11.23.	Bahrain National Agency
2020	주쿠웨이트대사, 주재국 언론(KTV2) 인터뷰	외교부(주쿠웨이트대한국대 사관)/석주선기념박물관	2020.11.19.	KTV2
2020	보도자료-한 불가리아 수교 30주년 기념 양국 대통령 간 축하서한 교환	외교부(유럽국)/경문박물관, 국립대구박물관	2020.03.23.	한국, 불가리아
2020	제3회 정삼각 국제문화산업박람회 한국문화홍보관 내 한복참여기업 결과물 사진 및 영상 전시	문화체육관광부/한국국제문화교 류진흥원	2020.11.19.~ 11.22.	중국 상하이 국가컨벤션센터
2021	디지털 패션쇼 <한복웨이브 Hanbok Wave - 한복의 물결이 온다>	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.11.30.	온라인 tv(오전 11시, 오후 4시 30분, 밤 9시 동아TV를 통해 방송)
2021	한복과 바틱 영상패션쇼 <한복과 바틱의 만남>	문화체육관광부, 인도네시아대한민국대사관, 한국문화원/ 한국공예·디자인문화진흥원	2021.10.22.	자카르타, 청주시

인도네시아에서는 인도네시아 전통 의상인 바틱과 한복의 조화를 주제로 한 비대면 한복 영상패션쇼인 <한복과 바틱 영상패션쇼>를 개최하였으며, 한국문화원 YouTube 채널(KCCIndonesia)을 통해 실시간으로 방송됐다. 이후 인도네시아 민영방송 R-TV에서 특집 방송으로도 방영되어 인도네시아와의 문화 교류에 긍정적인 영향을 미쳤다.



한불수교 130주년 기념  
"한복문화공감 지원사업" 파리,  
이영희쇼 & 비텔 김인자  
패션쇼(2016)<sup>127)</sup>



한-인도네시아 패션교육센터 및  
한류문화체험공간 개소 (2016)<sup>128)</sup>



<한복웨이브 Hanbok Wave  
- 한복의 물결이  
온다>(2021)

〈그림 4-24〉 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 문화예술 이벤트 (예시)

127) 뉴스와이어(<http://m.newswire.co.kr/newsRead.php?no=831806>)

128) 디아스포라뉴스통신(<https://associatedna.tistory.com/m/342?category=656631>)

## 5) 교육·강연

교육·강연은 한복 관련 지식 및 문화보급을 목적으로 진행하는 행사로서 총 29건이 진행되었고, 행사의 14.6%를 차지하는 유형으로 국내 교육·강연은 16건, 국제교류 교육·강연은 13건으로 국내 뿐 아니라 국제교류 차원에서도 다수 진행됐다. 대표적인 국내 교육·강연은 ‘찾아가는 한복문화교육, 한복대교, 한복마름방’ 등이 있고, 국제교류 교육·강연은 ‘해외거점대상 한복문화콘텐츠 보급사업을 위한 한복문화교육, 한복 해외교류 사업, 해외 패션스쿨 한복특강’ 등이 있으며 구체적인 내용은 <표 4-24>와 같다.

<표 4-24> 2016~2021년 진행된 국내 한복 교육·강연 현황

시기	행사명	주최/주관
2016	2016 찾아가는 한복문화교육	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2017	2017 찾아가는 한복문화교육	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2018	2018 한복비즈니스 교육 열린 강의 수강생 모집	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2018	2018 찾아가는 한복문화교육	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	한복전문교육 지원: 비즈니스 교육	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	한복대교(전시 및 발표)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	2019 찾아가는 한복문화교육(상반기)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	2019 찾아가는 한복문화교육(하반기)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2019	국내외 거점 대상 한복문화보급 : 교안개발 및 시범교육(유치원/성인례)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	한복 전문교육 지원사업(한복대교)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	찾아가는 한복문화교육	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2020	한복 마름방	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2021	2021년 한복마름방 운영	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2021	온라인 세종문화아카데미 기초강좌 ‘한복’ 개설	세종학당재단
2021	2021 한복교육보급	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원
2021	2021 한복전문교육지원(한복대교)	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원

### (1) 국내 교육·강연

첫째, ‘찾아가는 한복문화교육’은 2014년부터 시작된 행사로서 인지적 사고 발달이 유연한 어린이와 청소년을 대상으로 한복에 대한 긍정적 인식 함양 및 친밀도를 제고하고

한복문화교육 거점이 될 지방자치단체 발굴 및 성장 지원을 목적으로 진행된 사업이다. 2016~2020년까지 찾아가는 한복문화 행사가 지속되면서 점차 운영지역과 기관, 수혜자 수가 확대되고 있다.

둘째, ‘한복비즈니스 교육’은 2018년, 2019년에 실시됐다. 교육대상은 한복 사업가 및 디자이너, 한복 사업 예정자로서, 2018년에는 ‘한복! 비즈니스를 입다’라는 주제로, 2019년에는 ‘한복의 패션비즈니스 전략, 한복 사업의 상품 기획 및 유통전략, 한복 매장 운영의 홍보 강화’라는 주제로 트렌드, 상품기획, 유통, 홍보전략, 마케팅 등에 대한 교육을 진행했다.

셋째, ‘한복대교’는 한복전문교육보급 운영지원을 통한 한복계 미래인재 육성 및 산·학 소통과 협력의 발판 마련하기 위해 2019년에 신설된 사업이다. 지원대상은 한복 관련 정규교육 기관인 고등학교, 대학교로 교육 지원(이론/실기)은 11개소, 창작 지원은 9개소, 국제교류 지원은 4개소가 선정됐다.

넷째, 한복 마름방은 2020년에 시작되어 현재까지 추진되고 있는 사업이다. 2020년에는 한복마름방 교육프로그램을 개발하고 총 24강에 대한 시범 교육 운영을 시작, 한복 마름방 교육용 교안 2종 개발 및 한복 3종 만들기 영상을 제작했으며 이와 함께 이를 운영할 수 있는 교육 공간도 같이 구축했다.

이어 2021년에는 이론 강의 및 실습 내용을 강화, 제작하는 한복 아이템(저고리, 치마/바지, 두루마기, 배자, 당의, 단속곳, 장저고리, 답호, 장옷)을 다양화하였으며, 교육 시수를 총 7회로 확대함으로써 2020년에 비해 한복에 대한 보다 전문적이고 체계적인 교육 환경이 조성됐다.

다섯째, 2021년에 온라인 세종문화아카데미 기초강좌 중 ‘한복’이 개설(신설)됐다. 세종학당재단은 코로나19 팬데믹 상황으로 인해 한국문화 수업 운영에 어려움을 겪는 세종학당을 지원하기 위해 세종학당 온라인 학습자 플랫폼(www.iksi.or.kr)을 활용한 ‘온라인 세종문화아카데미’를 운영하며 비대면 온라인 한국문화 보급을 위한 ‘2021 온라인 세종문화아카데미 기초 강좌’ 콘텐츠를 제공했다. ‘2021 온라인 세종문화아카데미 기초강좌’는 K-pop 가사, K-pop 춤, K-뷰티, 캘리그래피, 사물놀이, 태권도, 한복, 한지공예 등 총 8개 분야로 구성되어 있으며, 기초/심화 과정으로 개설해졌고, 학습자의 편의를 위해 5개 언어의 자막(한국어, 영어, 중국어, 베트남어, 러시아어)과 학습 부교재도 제공했다. 또한, 비대면 온라인 문화수업의 체험성과 실습을 강화하기 위한 문화교구도 지원했다.



2016 찾아가는 한복문화교육



2019 한복대학교 전시

<그림 4-25> 2016~2021년 진행된 국내 한복 교육·강연

## (2) 국제교류 교육·강연

국제교류 교육·강연은 해외거점대상 한복문화콘텐츠 보급사업을 위해 진행되었는데, 구체적인 행사의 내용은 다음과 같다 <표 4-25>.

첫째, 2016~2019년 기간에 실시된 ‘해외거점대상 한복문화콘텐츠 보급사업(한복문화 교육)’은 한복문화 애호가로부터의 높은 기본 수요가 확보된 재외 한국문화홍보 기관에 한복 강좌를 신설·제공한국 전통문화로서의 한복에 대한 외국인의 관심을 높이기 위해 전문 강사를 해외에 파견하여 교육 행사를 진행했다. 해당 행사는 재외 한국인 및 외국인을 대상으로 진행됐다.

2016년에는 우즈베키스탄, 이집트, 터키에서 개발한 교재 및 교안을 활용하여 한복 이론 수업, 치마저고리 만들기 수업, 허리치마, 곰돌이 한복 만들기 등의 교육 내용이 진행됐다. 2017년에는 강사 파견국이 대폭 확대되었는데, 상반기 파견 국가 및 도시를 보면, 불가리아 소피아, 베트남 호치민, 러시아 모스크바, 리투아니아 빌뉴스, 키르기스스탄 비슈케스, 이란 테헤란 등이다. 하반기에는 세종학당재단과 업무 협약 체결을 맺어 진행했는데, 파견 국가 및 도시를 보면, 필리핀, 샌프란시스코, 인도네시아 자카르타, 우루과이 몬테비데오 등이다. 이러한 다양한 국가들의 특성을 고려하여 해당 사업은 파견국에 따라 교육 내용에 다소 차이를 두고 진행됐다. 2018년에는 ‘한국의 전통복식 한복, 한국의 관례복, 한복 새로운 아름다움을 입다. 실용한복 수선방법, 오늘은 한복 입는 날’이라는 내용의 한복문화 콘텐츠를 개발하였고, ‘기쁜날 한복 입다, 한복 바르게 입기’라는 내용의 책자도 개발됐다. 중남아시아(바레인 마나마), 중앙아시아(우즈베키스탄 타슈켄트 / 키르기스스탄 비슈케크), 중남미(콜롬비아 보고타), 동남아시아(인도네시아 자카르타 학당, 수라바야 / 베트남 하노이), 유럽(에스토니아 탈린 / 라트비아 리가 / 러시아 모스크바), 서남아시아(파키스탄 이슬라마바드)에 한복전문교육강사 4명을 선정하고 교육 후 해외파견을 진행했는데, 수업 내용은 침석교육, 전통혼례 시연, 강강술래 체험 등(인도네시아), 민속놀이 체험, 예절교육, 패션쇼 등(에스토니아, 라트비아), 한복체험, 침선교육, 딱지 브로치만들기(베트남), 민속놀이 체험, 땃기 만들기 수업 등(러시아), 한복체험, 주머니.매듭 만들기 수업(키르기스스탄), 한복체험, 딱지 브로치, 귀주머니 만들기(파키스탄)으로 구성



됐다.

2019년에도 재외공관과의 조율을 통해 기본 한복세미나, 착장법교육, 입기체험, 전통 혼례시연 및 추가 전시와 패션쇼 등을 기획하여 현지 상황을 고려한 프로그램을 구성하였는데, 한복교구 신규제작 및 기존 제작 영상 출판 콘텐츠 등을 활용하여 현지 수혜자 눈높이에 맞는 한복문화교육 프로그램을 진행했다. 파견된 해외거점은 모스크바 한국문화원(러시아), 델리 한국문화원(인도), 홍콩 한국문화원(홍콩), 남아프리카공화국 한국대사관(남아공)이다.

2020년부터는 ‘한복해외교류사업 한복문화 해외거점 참여기관’이라는 명칭으로 유사 사업이 이어져 루마니아 대사관, 파라과이 대사관, 과테말라 대사관, 태국 한국문화원, 영국 한국문화원, 폴란드 한국문화원, 터키 한국문화원, 캐나다 한국문화원, 일본(도쿄) 한국문화원에서 교육 및 체험이 이루어졌다. 2021년에는 2020년 사업을 보다 확대하였으며, 1차, 2차 지원으로 나누어 교육 내용에 다소 차이를 두었다. 1차 지원내용은 한복 관련 문화행사에 필요한 전시체험 한복 패키지를 지원하는 방식으로 진행됐고, 2차 지원내용은 2차 거점 한복문화주간과 연계하여 현지에서 한복 행사(전시, 패션쇼, 세미나, 체험 등)를 하는 방식으로 진행됐다.

둘째, ‘해외 패션스쿨 한복특강(강좌)’는 2016~2019년에 실시되었는데, 전문강사를 파견하여 한복 관련 이론 강연과 침선 등에 대한 교육을 진행했다. 2016년에는 미국 뉴욕 FIT 및 뉴저지 러거스 대학교의 학생들과 전문가들을 대상으로 총 6회의 특강이 실시되었고, 2017년에는 미국 LA내 3개소(Loyola Marymount University, University of California at Irvine, California State University at Northridge)에서 한복 이론과 침선에 대한 워크숍이 진행됐다.

2018년에는 이탈리아와 미국에서 실시되었는데, 이탈리아의 해외패션스쿨 한복강좌 1차 프로그램을 로마 국립 미술대, Citta Della Pieve에서, 해외패션스쿨 한복강좌 2차 프로그램은 이탈리아 내 2개소(Accademia Italiana Firenze, Accademia Italiana Roma)에서 진행하고, 해외패션스쿨 한복강좌 3차 프로그램은 로마 국립미술대에서 스타일링 지도 및 강의를 실시하였으며 문화원과 연계하여 이탈리아 국경일 행사 때 한복 패션쇼 또한 진행했다.

2019년에는 영국과 미국에서 해외패션스쿨 한복강좌가 실시되었는데, 해외한복강좌 1차 프로그램 운영은 영국 킹스턴 내 킹스턴대학교와 왕립자수학교에서 한복문화, 디자인, 한국전통자수 강좌를, 2차 프로그램은 미국 볼티모어 마이카대학교에서 한복문화 복식사, 한복(저고리/배자) 제작, 전통염색 및 조각보 제작에 대한 강좌가 진행됐다.

이밖에 2018년 세종문화아카데미에서는 바레인 마나마 세종학당과 인도네시아 거점 세종학당(이하 KSIC)에서 한국전통놀이, K-pop, 한식, 한복 강의 및 전문가와 함께한 ‘한복 패션쇼’를 개최했다. 이외에 수강생들이 활옷, 혼례복 등의 한복을 착용하는 등의 체험 행사도 진행됐다.

<표 4-25> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 교육·강연 현황

시기	행사명	주최/주관	기간 및 행사 국가
2016	2016년 해외거점대상 한복문화콘텐츠 보급사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	우즈베키스탄: 09.05.~09.30. 이집트 : 09.25.~10.21. 타자: 09.19.~10.08.
2016	해외 패션스쿨 한복특강	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	
2017	2017 해외거점대상 한복문화보급 사업: 한복문화교육	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원, 세종학당재단	키르기스스탄 비슈케크 : 04.27, 04.29 불가리아 소피아 : 05.12~05.13 러시아 모스크바 : 05.20~05.24 베트남 호치민 : 05.26~05.27 리투아니아 빌뉴스 : 06.05~06.06 이란 테헤란 : 06.09 / 필리핀 : 07.29 샌프란시스코 : 10.05~10.6 자카르타 : 10.20~10.21 몬테비데오 : 11.15
2017	2017 해외패션스쿨 한복강좌개설	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	LA : 11.15.~11.17
2018	2018년 세종문화아카데미	세종학당재단	바레인 마나마 세종학당 / 인도네시아 거점 세종학당 07.28~08.11
2018	2018 해외 패션스쿨 한복강좌 개설사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	로마 : 5월 11~12월 미국 볼티모어, 필라델피아 : 02.09~02.15
2018	한복문화워크숍 '기쁜날 한복입다'	주인도네시아 한국문화원, 한국공예·디자인문화진흥원	주인도네시아 한국문화원 : 09.28~09.29
2018	2018 해외거점대상 한복문화교육 콘텐츠 지원	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원, 세종학당재단	인도네시아 : 09.26~10.01 미국 : 05.11.~05.16
2018	2018 해외거점대상 한복문화보급 사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원, 세종학당재단	바레인/마나마 : 05.03~05.05 우즈베키스탄/타슈켄트 : 06.07 콜롬비아/보고타 : 06.21, 06.23 인도네시아/자카르타 학당 : 08.01~08.04 수리바야 : 08.07 에스토니아, 탈린 : 08.24~08.25 라트비아, 리가 : 08.28~08.29 베트남/하노이 : 09.07~09.08 러시아/모스크바 : 10.03, 10.06 키르기스스탄/비슈케크 : 10.08~10.09 파키스탄/이슬라마바드 : 11.03
2019	2019 해외거점대상 한복문화교육	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	러시아 : 05.30~06.01 인도 : 07.10~07.12 홍콩 : 09.19~09.20 남아공 : 09.28
2019	해외 한복강좌	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	영국 : 02.11~02.17 미국 : 06.02~06.15
2020	2020 한복해외교류 사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	루마니아 대사관, 파라과이 대사관, 과테말라 대사관, 태국 한국문화원, 영국 한국문화원, 폴란드 한국문화원, 터키 한국문화원, 캐나다 한국문화원, 일본(도쿄) 한국문화원
2021	2021 한복해외교류 사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	주인도네시아 한국문화원, 주위싱턴 한국문화원, 주베트남 한국 문화원, 주타이 한국문화원, 주영 한국문화원, 주중 한국문화원, 주스웨덴 대한민국 대사관, 주홍주 대사관, 멜번분관, 콜롬비아 보고타 세종학당, 프랑스 라로셀 세종학당



2018년 세종문화아카데미



2019 해외거점대상 한복문화교육



2021 한복해외교류 사업:  
주영 한국문화원

<그림 4-26> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 교육·강연

## 6) 세미나

세미나는 한복에 대한 전문지식을 갖춘 사람들이 모여 진행하는 학술행사, 포럼, 심포지엄 등 학술심포지엄 및 세미나 등을 의미하며, 국내 세미나 14건, 국제교류 세미나 1건으로 총 15건(전체 행사의 7.5%)이 진행됐다 <표 4-26>.

<표 4-26> 2016~2021년 진행된 국내 한복 세미나 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2016	새로운 한복 비즈니스 모델 및 디자인 활성화를 위한 "딥다이브 워크샵": 2016 우리 옷, 꿈이 되고 일타가 되다.	문화체육관광부 /미래창조과학부, 서울시, CI, 한국공예·디자인문화진흥원, 서울창조경제혁신센터, 서울디자인재단	2016.02.26	DDP 나눔관
2016	2016 한복 포럼: 이 시대의 한복, 전통일까? 패션일까?	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	2016.12.10	코엑스홀 A
2016	국제학술대회: 한·중·일 왕실 의례복 착장	석주선기념박물관	2016.05.13	단국대학교
2017	한복 관계자 회의	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	1차(2017.04.22), 2차(05.25), 3차(07.20), 4차(10.24)	단국대학교
2017	진주류씨(晋州柳氏) 류경(柳經)의 처 경주이씨 무덤 출토 복식 학술발표	석주선기념박물관	2017.05.17	단국대학교
2018	한복 관계자 회의(상반기): 2018 '한복포럼'	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	2018.04.27	KCDF갤러리
2018	한복 관계자 회의(하반기): 2018 '한복포럼'	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	2018.08.20	국립고궁박물관
2019	2019 남북 한복문화교류 심포지엄 개최: 남북 한복의 어제와 오늘	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	2019.10.25	국립중앙박물관
2019	전문가 초청 학술 강연회	국립중앙박물관	2019.01.10	국립중앙박물관
2019	2019년 가야학술제 학술심포지엄	국립김해박물관, 국립대구박물관	2019.10.25	국립김해박물관
2019	전주이씨 수도군파 5세 이현충과 부인 안동김씨 무덤 출토복식 학술 대회	석주선기념박물관	2019.05.10	단국대학교
2020	2020년 국립김해박물관 가야학술제	국립김해박물관, 복천박물관	2020.10.16	국립김해박물관
2021	창녕성씨 성급의 상례 복식	석주선기념박물관	2021.05.14	Zoom

## (1) 국내 세미나

한복세미나는 크게 ‘한복의 미래 방향성 및 문화산업 활성화’에 대한 내용과 ‘출토복식 및 유물’ 관련 주제로 개최됐다.

첫째, 2016년 ‘한복포럼’에서는 한복교육, 한복산업, 전통문화와 한복정책, 패션산업을 아우르는 여러 전문가가 모여 공식적으로 현재의 한복용어 사용에 대한 상황을 진단하고 한복문화산업 육성을 위한 방안을 모색했다. 2017년에는 ‘한복관계자 회의 및 한복문화산업연구’ 결과물을 보고했다. 한복관계자 회의에서는 한복문화진흥의 미래에 대한 대응 논의, 한복문화산업 진흥을 위한 정책 발굴 논의, 한복 대중화 확산을 위한 정책 발굴 세미나가 진행되었고, 퓨전 한복 관련 대책 마련을 위한 한복분야 의견수렴회의가 진행됐다. 2018년 상반기 ‘한복포럼’에서는 한복문화 확산을 위한 토론회가 열렸다. 하반기 ‘한복포럼’에서는 ‘지역한복문화를 말하다’라는 주제로 한복 분야의 민간단체, 한복업계 종사자, 지자체 담당자 등이 참석하여 지역의 한복문화 실태와 확산 방안을 논의했다.

둘째, 출토 복식 및 유물 관련 세미나는 조선시대의 출토 복식 품목과 그 의의, 가야, 고려시대의 직물과 문양, 가야 문화 복원을 위한 기초자료 연구로 가야와 삼국시대의 금동관에 관한 연구 발표가 진행됐다.

이밖에 2016년에는 석주선기념박물관에서 ‘한·중·일 왕실 의례복 착장’이라는 주제로 국제학술대회가 진행되었는데, 한국, 중국, 일본 연구자들의 다양한 학술연구발표가 이루어졌다. 또한 2019년에는 국립중앙박물관에서 남북 한복문화교류 심포지엄이 개최되었는데, 남북한 한복문화 비교, 북한의 한복 정책, 탈북 주민이 전하는 한복 문화 등에 관한 발표가 진행됐다.



"딤다이브 워크숍": 2016 우리 옷, 꿈이 되고 일터가 된다.



한복 관계자 회의(상반기): 2018 '한복포럼'



2019 남북 한복문화교류 심포지엄 개최: 남북 한복의 어제와 오늘

<그림 4-27> 2016~2021년 진행된 국내 한복 세미나

## (2) 국제교류 세미나

국제교류 세미나는 2018년 한복문화주간에 진행된 ‘전통과 예술이 만나는 동서양의 아름다움’이라는 주제로 국제 패션아트 세미나가 있다 <표 4-27>. 발표자와 그 내용을 보면, 일반 필그림 디자인 스튜디오 디자이너인 모니카 자벨은 ‘East and west-From Binaries to a Creative Dialogue’라는 주제로, 메트로 폴리탄박물관 전시, 아시아에서 영감받은 패션 디자이너 컬렉션, 동서양의 퓨전 패션에 대한 설명과 예시를 발표했다. OMA 스페이스 스튜디오 서울의 다니엘 카펠리앙은 ‘The New Rise of Primitive Tech’라는 주제로, 한국전통직물 디자인의 의류를 초월한 새로운 사물로 창조되는 과정에 대해 발표하였고, 미국 트렉셀대학교 교수 정재윤은 ‘Summary of East meets West-Fashion and Art: The History of Orientalism in Fashion and Hanbok’이라는 주제로 오리엔탈리즘으로서 한복의 세계화 가능성, 한복의 재해석을 통한 현대화에 대해 발표했다.



<그림 4-28> 한복문화주간 국제 패션아트 세미나

<표 4-27> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 세미나 현황

시기	행사명	주최/주관	기간	행사장
2018	한복문화주간 국제 패션아트 세미나	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	2018.10.20.	에스팩토리

## 7) 지원사업

지원사업은 한복 보급 및 산업 활성화를 위해 추진한 지원사업으로 총 9건이 진행됐다 <표 4-28>. 국내 지원사업은 8건(전체 행사의 4%)으로 한복문화공감 지원사업, 한류연계 협업콘텐츠 기획개발사업 등이 있고, 국제교류 지원사업은 재외문화원 노후한복 교체사업이 진행됐다.

<표 4-28> 2016~2021년 진행된 국내 한복 지원사업 현황

시기	행사명	주최/주관	내용
2016	2016 한복문화공감 지원사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 접수분야: 한복을 주제로 한 모든 사업</li> <li>- 사업기간: 2016년 6월부터 2016년 12월까지 진행되는 사업</li> <li>- 지원규모: 총 2억 원 (3개 분야별 최대 지원액 상이)</li> </ul>

시기	행사명	주최/주관	내용
2017	2017 한복문화공감 지원사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 접수분야: 한복을 주제로 한 모든 사업(2부분, 7개 사업) - 사업기간: 최종심사일부터 2017년 12월까지 진행 되는 사업 - 지원규모: 단체별 500만~3,000만 원 이내
2020	2020 한류연계 협업콘텐츠 기획개발사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 사업목적: 한류와 연계된 협업 상품(생활용품, 뷰티, 패션 분야)의 기획개발·양산, 홍보, 유통 지원을 통한 국내 중소기업의 글로벌 경쟁력 제고 - 사업기간: 2020년 협약일 ~ 2021.06.30. - 지원규모: 총 21억 8천5백만 원, 26개 기업 내외
2020	한복교복 보급사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 상담부스 및 디자인 전시 운영 기간: 2020.05.06.~ 06.28. (약 8주간) - 한복교복 프로젝트팀 선정 및 선정학교 컨설팅 기간: 2020.07.30.~08.12. (약 2주간) - 한복교복 상담부스 및 디자인 전시 운영 장소: KCDF 갤러리
2021	「2021 한복분야 한류연계 협업콘텐츠 기획개발 지원사업」	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 한류IP 디자이너 콘셉트 협의 일시: 2021.09.01. - 한류IP 디자이너 콘셉트 협의 장소: 파티오나인
2021	<2021한복디자인프로젝트(근무복개발)> 사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 관광/숙박업에 적용가능한 한복근무복 디자인 개발 - 국립한글박물관, 국립부산국악원, 세종화당재단, 밀양시청, 종로구청 등 12개 기관이 한복근무복 도입하도록 지원
2021	2021 한복교복 보급사업	문화체육관광부 / 한국공예·디자인문화진흥원	- 2021년 19개교 선정: 컨설팅 지원 5개교, 컨설팅 및 제작지원 14개교 - 한복교복 컨설턴트 8명 위촉 및 19개교 연계, 학교별 맞춤형 개선디자인 컨설팅 - 생산업체 3개사 선정, 14개교 교복 제작 지원 - 2020년 선정학교 2년차 연속지원: 9개교

### (1) 국내 지원사업

첫째, 대표적인 지원사업인 한복문화공감은 민간단체 및 한복인의 역량강화를 도모하기 위해 다각적인 한복문화 콘텐츠에 대해 지원하는 사업으로, 2016년, 2017년에 시행됐다. 2016년에는 한복의 날, 지역축제, 일반(패션쇼, 체험, 전시, 연구개발 등) 총 3개 분야로 구분하여 공모를 진행·선정함으로써 한국공예·디자인문화진흥원에서 추진하는 타 사업과 연계하여 활용도를 높였다.

둘째, 한류연계 협업콘텐츠 기획개발사업은 2020년부터 시작되었으며, 잠재력과 기술력을 갖춘 한국 중소·중견 기업과 한류 콘텐츠가 만나 새로운 가치를 창조할 수 있도록 기획·개발, 홍보, 유통의 전 과정을 체계적으로 지원하는 사업이다. 2020년에는 한류 문화를 대표하고 있는 영향력 있는 문화예술인들(청하, 엠비규어스 댄스컴퍼니, 모모랜드, 골든차일드 등)이 참여하고, 브랜드와 기술력을 갖춘 총 10개의 한복 전문 기업과 협업하여 한류 문화예술인들이 직접 개발과정에 참여하여 의상을 디자인하고, 무대 의상 연출과 화보 촬영 등 홍보에도 적극적으로 참여했다. 한국공예·디자인문화진흥원은 사업을 통

해 개발된 한복제품이 국내뿐 아니라 해외에도 유통될 수 있는 기반을 만들기 위하여 기획 단계부터 해외 전문가들(타이 헌터Ty Hunter, 비온세 스타일리스트, 데이비드 하디다 David Hadida, 파리 레클레어 비즈니스 디렉터)을 심사 및 자문위원으로 섭외했다. 또한 2021년에도 ‘한복’에 대한 세계적인 관심과 한복분야 중소기업 연계 지원을 통해 한복 기반의 한류문화산업 콘텐츠 개발 및 마케팅을 지원하고, 한류연계 지원을 통한 한복분야 중소기업 브랜딩 파워 제고 및 해외진출 기회 제공하기 위해 지속적인 지원을 추진했다.

셋째, 한복교복 지원사업은 한복 교복을 착용하고자 하는 전국의 중고등학교를 대상으로 하는 사업으로, 선정된 학교와 업무협약(MOU)을 맺어 한복교복 디자인 컨설팅 및 제작을 지원하는 사업이다. 2020년에는 한복교복 보급 시범사업으로 운영되었는데, 교복 구입 지원은 9개교, 컨설팅 지원은 7개교가 선정되었고 2021년에는 컨설팅 지원 5개교, 컨설팅 및 제작지원 14개교가 선정됐다. 이와 관련하여 한복교복 컨설턴트 8명을 위촉하여 선정된 19개교와 연계하는 등 학교별 맞춤형 개선디자인을 컨설팅했다. 그리고 2020년에 선정된 9개교는 2년 차에도 연속해서 지원됐다.

넷째, 한복근무복 도입지원 사업은 일상에서 한복 입는 문화를 확산하고, 한복업계의 판로를 개척하기 위해 추진됐다. 2020년부터 시작된 한복근무복 개발 프로젝트에서 선정된 디자인들을 바탕으로 근무복을 착용하는 종사자와 패션분야 전문가의 의견을 반영하여 실용적이고 한국적인 한복 근무복을 개발했고, 이를 도입하고자 하는 기관에 디자인 컨설팅 및 제작을 지원했다. 2021년 9~10월에는 국립한글박물관, 국립부산국악원, 금천문화재단, 주터키한국문화원, 주영한국문화원, 밀양시청, 종로구청이, 12월에는 세종학당 재단이 한복근무복 도입을 완료했다.



2020 한류연계 협업콘텐츠 기획개발사업



2020 한복교복 보급 시범사업 상담 및 시제품 전시회



2021 한복근무복 도입 화보

<그림 4-29> 2016~2021년 진행된 한복 국내 지원사업

## (2) 국제교류 지원사업

국제교류 지원사업인 재외문화원 노후한복 교체지원 사업은 2016년까지 진행됐다<표 4-29>. 이는 국내 한복 디자이너가 해당 재외문화원의 현지, 기후, 문화, 체형 등을 고려하여 직접 한복을 제작하고, 한복 문화와 전통복식에 대한 올바른 이해를 위한 가이드 제공하는 것으로, 스웨덴 문화홍보관, 남아공 대사관, 터키 문화원, 인도네시아 문화원, 동경 문화원, 프랑스 문화원, 독일 문화원, 이집트 문화원, 영국 문화원, 워싱턴 문화원이 선정됐다. 교체되는 한복 제작 업체는 총 6개 업체가 선정되었고, 지원된 한복은 총 430벌이다.

<표 4-29> 2016~2021년 진행된 국제교류 한복 지원사업 현황

시기	행사명	주최/주관	내용
2016	2016년 재외문화원 노후한복 교체지원 사업	문화체육관광부/한국공예·디자인문화진흥원	한복의 문화적 가치를 해외에 알리기 위해서 재외 홍보원의 노후한복교체 진행



2016년 재외문화원 노후한복 교체지원 사업

<그림 4-30> 2016~2021년 진행된 한복국제교류 지원사업

## 8) 홍보

홍보 행사는 한복문화 확산을 위한 서포터즈 및 웹사이트 등 구축을 위한 행사를 말하며, 국내 홍보행사 5건, 국제교류 홍보 3건으로 총 8건(전체 행사의 4.0%)이 진행됐다 <표 4-30>. 대표적인 홍보 행사는 한복웨이브, 한복바람 서포터즈 등이며 구체적인 지원 사업은 다음과 같다.

### (1) 국내 홍보

‘한복바람’은 일상생활 속 한복 대중화를 이끌기 위해 모집된 한복 홍보 서포터즈이다. 2016년에는 지원 자격을 국내 소재의 대학교 재학생·휴학생으로 규정했으며, 선발된 최종 15명은 3개 팀으로 구성됐다. 활동 내용은 ‘한복+일상+액션’을 주제로 다양한 사업과 행사 소식을 비롯해 매월 팀별 미션을 수행하고, 콘텐츠를 제작하여 블로그, 페이스북, 트위터, 유튜브 등의 다양한 SNS 채널을 통해 한복을 홍보했다. 2017년에는 지원 자격을 20대 이상의 성인으로 규정하며 2016년 보다 확대하였고, 월2회 한국공예·디자인문화진흥원의 주요 사업 현장을 취재하여 온라인 콘텐츠(사진, 영상)로 제작하는 등의 활동을 했다. 2018년에는 지원 자격이 20대 이상의 성인으로 한복문화주간 행사 진행 지역(서울/부산/전주/춘천/양평/청주/순천)에 거주하면서 취재 가능자로 규정하여 선정했는데, 2018년은 한복문화주간이 시작되는 해라는 점을 반영하여 특정 지역 거주자를 선발했다.

‘아무튼 한복 입고 출근!’은 2021년에 결성된 일상 속 한복문화 확산을 위해 소속 직장 내에서 한복을 착용하여 홍보하는 서포터즈로, 지원 자격은 대한민국 ‘직장인’(선발된 직



종은 1인 기업 대표, 방송 PD, 초등학교 방과후 수업 강사, 공공기관 연구원 등 10인)이다. 이들의 활동 내용은 월 1회 정기 모임(온라인) 참여하여 직장 내 한복 입는 문화 확산을 위한 브이로그 아이디어 회의(월 1회/ 오픈채팅 활용)를 하고, 매월 마지막 수요일 ‘한복 입기 좋은 날’에 한복을 입고 실제 출근 후 브이로그 영상을 제작(월 1회/ 영상 브이로그/ 자유 주제), 월별 미션에 따라 ‘직장 내 한복입고 일하는 문화’를 확산하기 위한 SNS 콘텐츠 제작(월 1회 이상/ 사진, 영상, 인터뷰 등 자유 형식/ 미션 주제 제공)하는 것이다. 다만 ‘한복바람’ 서포터즈는 3기, ‘아무튼 한복 입고 출근!’ 서포터즈는 1기 선발 이후 후속 서포터즈 모집이 없어서 단기적 행사로 마무리됐다.

문화유산 방문 캠페인 ‘코리아 인 패션’은 전통의상 한복과 문화유산 궁궐의 아름다움이 접목된 콘텐츠를 통해 ‘한국의 미(美)’를 전 세계에 알리는 프로젝트로, 패션 필름과 화보로 구성됐다. 콘셉트는 우리 역사 속 공주의 삶에 현대적 상상력을 가미해 역동적으로 자신의 꿈을 쫓는 ‘공주의 하루’이다. 촬영을 위해 착용된 전통 의상은 활옷, 원삼 등의 대례복부터 소례복으로 입던 당의 등으로, 이 의상들을 현대적 감성의 패션으로 새롭게 디자인했다.

〈표 4-30〉 2016~2021년 진행된 국내 한복 홍보 행사 현황

시기	행사명	주최/주관	내용
2016	한복바람 1기 모집	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	활동기간: 2016년 8월~12월
2017	2017 한복서포터즈 한복바람 2기	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	활동기간: 2017년 9월~2018년 2월
2018	2018 한복서포터즈 한복바람 3기	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	활동기간: 2018년 10월~11월
2021	〈아무튼 한복 입고 출근!〉 공식 1기 모집	문화체육관광부/ 한국공예·디자인문화진흥원	활동기간 :2021년 7월 마지막 주 수요일(한복 입기 좋은 날) ~ 12월
2021	「문화유산 방문 캠페인」 코리아 인 패션	한국문화재단	2021.01.04.~03.31 온라인 시청 [문화유산 방문 캠페인 유튜브]



한복바람 1기 모집



〈아무튼 한복 입고 출근!〉 공식 1기 모집



「문화유산 방문 캠페인」  
코리아 인 패션(129)

〈그림 4-31〉 2016~2021년 진행된 국내 홍보 행사

## (2) 국제교류 홍보

웹사이트 ‘한복 웨이브’의 공식 누리집은 한복 웨이브 패션쇼에서 공개한 한복제품을 구매할 수 있는 플랫폼이다. 이를 통해 한복웨이브 사업 결과물 사진을 게시하고 참여업체별 작품 링크를 가능하게 함으로써 한복 홍보 및 국내외 판매기반이 마련됐다.

또한, 문체부와 한국공예·디자인문화진흥원에서는 해외에 한복 홍보를 위해 ‘한복의 역사와 전통을 바르게 홍보하는 영상’과 ‘한복의 미적, 문화적 가치를 홍보하는 영상’ 콘텐츠 제작했다. 해당 영상들은 한국어, 영어, 중국어, 일본어, 러시아어, 아랍어, 스페인어, 베트남어, 불어, 독일어 등의 자막을 사용하여 외국인의 이해도를 높였고, 해외문화홍보원, 세종학당, 해외한인회, 외교부, 동북아역사재단 등 관계기관과 연계하여 홍보를 추진했다. 영상 구성 및 콘셉트는 ‘한복문화 확산-한류 속의 한복(M/V), 한복의 역사, 한복 바르게 입기’이고, ‘KOREA 판타지를 입다, 한복’이라는 프로그램명으로 방송 송출됐다.

이외에도 2021년에 개최된 2020 도쿄 패럴림픽 개막식에서 대한민국 선수단의 단복으로 덧저고리, 속저고리, 바지로 구성된 생활한복형 행사 단복이 착용됐다. 단복의 색상은 조선 후기 관복 중 시복(時服)에 사용된 홍색(紅色)을 모티브로 했는데, 덧저고리 깃의 동정 부분엔 금박을 새겼고, 등 부분엔 조선시대 무관(武官) 당상관이 사용하는 쌍호홍배를 붙였으며, 바지는 전통 대님으로 밑단을 처리해 편안하게 착용하도록 했다. 한류 문화의 열풍에 힘입어 한복이 세계인들에게 트렌디한 패션으로 인식되고 있는 시점에서 세계적인 스포츠 행사의 단복으로 ‘한복’ 디자인이 사용됨으로써 한국 전통 복식인 한복의 정체성을 전 세계에 보다 효과적으로 홍보하게 됐다. 이와 함께 목발이나 의족을 활용하는 선수들이나 휠체어 선수들의 입장에서 생활한복형 단복을 착용했을 때 착용감이 굉장히 우수하다는 평가도 있어서 최근에 부각되고 있는 ‘적응형 패션(Adaptive Fashion)’으로서도 역할을 하고 있는 점에서 의미가 깊다.

## 제3절 분석과 전망

2016년부터 2021년에 이루어진 한복 관련 전시와 행사의 개최 현황을 살펴보면, 전시 77건, 행사 201건으로 총 278건으로 전시보다 행사가 3배 정도 많이 진행되었음을 알 수 있다. 연도별로는 2021년 이전까지는 매년 비슷한 수의 행사가 진행되었으나, 2021년 전시와 행사가 전년 대비 17건 증가했다. 전시와 행사를 국내와 국제교류 측면으로 살펴보면, 국내 전시와 행사가 240건(87%), 국제교류 전시와 행사가 36건(13.0%)이 진행되어 대부분 국내 전시와 행사 중심으로 진행되었음을 알 수 있다. 주최자별로 비교해보면 공공기관은 249건(89.6%), 민간기관은 29건(10.4%)으로 대부분 공공기관에서 전시와 행사를 개최하였다. 특히, 코로나19가 발생한 2020년과 2021년에도 공공기관의 전시 및 행사 개최 수는 개최 수는 코로나19 전후와 관계없이 유지되었고, 2021년에는 59건으로 전년 대비 전시와 행사가 더 많아져서 공공기관 중심으로 전시와 행사가 진행되고 확대되었음을 알 수 있다.

전시와 행사를 내용, 목적이나 특성에 따라 세부 유형으로 분류해보면, 전시는 유물 복식전시, 고증 복식전시, 현대 한복전시, 한복 관련 우수문화상품전시로 나누어질 수 있고, 행사는 축제, 박람회, 공모전, 문화예술 이벤트, 교육·강연, 세미나, 지원사업, 홍보 행사로 구분될 수 있다.

### 1. 2016년부터 2021년 개최된 전시의 분석과 전망

2016년부터 2021년까지 개최된 전시의 내용과 방법을 분석해보면 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 전시는 주로 공공기관인 국립중앙박물관이나 여러 지역의 국립박물관, 국립민속박물관, 국립고궁박물관 등에서 개최하였고, 민간기관으로는 단국대학교 석주선기념박물관, 이화여대박물관 내 담인복식미술관, 한국색동박물관, DTC섬유박물관 등에서 진행됐다.

둘째, IT기술을 접목한 새로운 전시 방법이 시도되었다. 예를 들면 <마한 금동신발 홀로그램 체험전>은 전남 나주 다시면 복암리 고분에서 출토된 금동리(金銅履)를 3D 홀로그램 및 증강현실 기술을 이용해 복원한 것을 전시한 것으로, 과학 기술이 접목된 고대 복식의 재현이라는 새로운 시도가 반영됐다.

셋째, 현대 한복전시는 한복의 현대적 감각을 살린 작품뿐 아니라 한복을 세계화하기 위해 해외디자이너와 협업한 작품을 선보이거나 업사이클링 기법 등이 적용됐다는 점이 이전과 달랐다. 예를 들면, 샌프란시스코 아시아미술관과 협업하여 디자이너 칼라거펠트, 진태옥, 임선옥, 정미선이 전통복식을 현대적으로 해석한 의복 등이 소개되었고, 이와 유사하게 <아세안과 한국의 옷, 빛과 색으로 지은 시>展에서도 디자이너 이진윤은 한국 전통의 선, 질감, 색감과 같은 기본 요소들을 바탕으로, 전통의 현대적 재현과 동시대 오피

꾸뛰르 패션이 지향하는 국제적 감각이 결합된 작품을 발표했다.

넷째, 전시의 목적이 한복 문화의 가치를 확산하는 것을 넘어서서 한복 문화상품의 활성화를 도모하고 있다는 점이 특징적이다. 한복 관련 우수문화상품 전시회는 2016년 한복을 포함한 다양한 우수 상품들이 선정하여 국내뿐만 아니라 해외 전시를 통해 한국의 우수한 전통문화를 홍보하는 계기를 마련하고 있다. 한복분야 우수 상품으로 선정된 작품은 대면 전시회 뿐 아니라 K-RIBBON selection KOREA 홈페이지를 통해 판매로 이어질 수 있도록 체계적인 관리와 마케팅을 통해 ‘코리아 프리미엄’ 효과를 창출하고 있다.

## 2. 2016년부터 2021년 개최된 행사의 분석과 전망

2016년부터 2021년까지 개최된 행사의 목적, 내용, 방법 등을 분석해보면 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 행사의 높은 비중을 차지하는 문화예술이벤트(39.8%), 축제(15.1%), 교육·강연(14.6%), 세미나(7.5%), 지원사업(4.5%), 홍보(4.0%) 등 대부분 행사(약 85%정도)의 공통된 목적이 한복문화확산이라는 점이다. 대표적인 정기적 축제 행사로 자리를 잡은 한복문화주간, 국내외에서 진행된 한복의 날 행사, 다양한 패션쇼와 한복 국제교류 행사, 한복을 입어보거나 체험할 수 있는 다양한 문화홍보사업, 지역에 특화된 한복문화프로그램을 지원하는 지역거점지원사업, 한류연계 협업콘텐츠 기획개발 사업, 한복 교육 보급사업, 지역 한복 문화창작소 조성 사업, 한복 디지털 아카이브 구축 사업 등처럼 한복문화확산을 위하여 공공기관을 중심으로 국내외에서 다각적인 노력이 진행되고 있다.

둘째는 한복 행사 중 박람회(8%)나 공모전(7%), 교육·강연(14.6% 중 한복 마름방, 한복전문교육지원, 비즈니스 교육지원 행사), 지원사업(4.5% 중 교복보급사업, 근무복 개발 사업), 홍보(4% 중 한복웨이브 공식누리집 오픈 등)가 한복 산업 활성화에 기여했다는 점이다. 대표적인 박람회인 한복상점은 2018년부터 매년 정기적으로 개최하여 침체된 한복 활성화와 한복문화 소비층 확대하는 데 이바지했다. 또한 한복 트렌드를 제안하고 차세대 디자이너와 중견 디자이너 및 기업의 한복, 장신구, 패션소품 등을 유통채널에 전시하고 판매할 수 있도록 지원했다.

셋째, 정례적으로 진행된 한복 행사들이 연차별보다 체계화되고 전문화됐다. 예를 들면, 정례적으로 진행되어온 한복의 날 행사는 2016년 ‘한복의 날’ 선포 20주년을 맞이해 ‘한복 르네상스 - 일상이 되고 문화가 되다’라는 주제로 한복 패션쇼와 전시회, 체험 행사가 다양하고 풍성한 볼거리를 제공했다. 또한 ‘케이-리본 셀렉션(K-Ribbon Selection)’으로 선정된 우수 한복을 직접 입어보고, 기념사진도 남길 수 있는 체험관과 첨단테크놀로지 지테이너(G-Tainer)를 활용한 야외 전시장 ‘한복 트렌드관’을 운영했다. 더불어 2018년 시작된 한복문화주간 행사는 전국적으로 진행된 한복문화축제인데, 문체부가 주최하고 한국공예·디자인문화진흥원이 주관하였으나, 행사 운영기관으로 민간단체가 함께 참여할 수 있도록 지원하여 해당 개최 지역의 특성을 살린 특화 프로그램이 개발·운영됐다. 2021년 한복문화주간 행사는 한복전시 및 판매, 한복 문화 체험 등의 사전행사를 통해

한복에 관한 관심을 높이는 것 뿐만 아니라 한복 분야 종사자들에게 판매 및 유통에 참여하는 기회를 제공하여 한복산업 활성화에도 실질적인 도움이 되도록 기획·운영했다. ‘찾아가는 한복문화교육’은 2014년부터 시작된 행사로서 2021년에는 찾아가는 한복문화교육이 ‘한복교육보급’이라는 사업으로 발전되어 초등학교 저·고학년 교원대상 교안, 영상콘텐츠 개발·제작하고, 대학생을 위해서는 한복 교과목 및 학과 활성화 지원사업을 추진하며 ‘교육보급 사업 성과 및 중장기 발전방안 연구’ 등 전문화된 교육과 체험을 확대했다.

넷째, 한복 행사에 다양한 첨단 기술이 도입되거나 온라인 형태의 행사가 시도됐다. 2016년 한복의 날 행사 중 하나로 첨단테크놀로지 지테이너가 야외전시장에 사용되었는데, G-Tainer는 조립과 설치가 용이한 컨테이너에 미디어 기능을 가미하여 내부에서는 전시, 공연 등이 이루어지고, 외벽 엘이디(LED)를 통해 다양한 홍보가 가능하도록 했다. 2018 한복문화주간에는 한복문화 행사에서 자주 보여줬던 형식을 넘어서 세계적인 고품격 문화행사에서 애용되는 현대예술 미디어아트 기술을 바탕으로 한복의 화려하고 강렬한 색감과 디자인 패턴을 활용한 감각적인 영상이 결합된 융·복합 콘텐츠를 서울 코엑스에 위치한 초대형 LED 스크린에 상영했다. 2020년에는 코로나19의 여파로 한복문화주간 행사가 온라인 방식을 도입되어 비대면 및 온라인 행사를 위한 다양한 온라인 채널이 오픈됐다. 한국공예·디자인문화진흥원의 유튜브 채널, 네이버TV 채널, 블로그, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등의 다양한 SNS 채널 등이 그 예다. 또한, 코로나19로 대면 행사가 축소되면서 메타버스 방식이 새롭게 시도되기도 하였고, 전통(한복)분야 온라인몰인 ‘HANBOK WAVE’가 구축됐다.

다섯째, 한복행사 장소가 고궁, 박물관, 대형행사장뿐 아니라 공항, 대형쇼핑몰, 영화관, 유명관광지, 지하철 등으로 확장돼가며 대중적이면서 상징적인 장소에서 다양한 문화요소와 결합하여 대중과 소통하는 장을 만들고 있다. 그 예로, 2017년 한복의 날 행사는 사전 홍보 이벤트로 댕기체험을 ‘종로한복축제’ 연계하여 진행하거나 동대문과 강남역 일대에서 게릴라 거리 한복퍼포먼스를 진행했다. 2018 한복문화주간에는 한복 여행, 한복 클럽파티, 토크콘서트, 지하철 한복 패션쇼 등 다양한 주제와 색다른 공간에서 오감 체험 행사를 전개함으로써 한복문화의 저변을 넓혔다는 평가를 받았다. 2019 한복문화주간에는 부산 지역 유명한 거리공연(버스킹) 허밍버드, 소년민 팀의 ‘한복 낭만 버스킹’ 공연과 부산 동래에서 전승되는 동래학춤 공연을 시작으로 ‘한복패션쇼’가 진행됐다. 2021년 한복상점은 문화역 서울 284에서 개최하였고, 2020년 한복문화주간에는 K-드라마, K-pop 속의 한복, 2021년 한복문화주간에는 케이팝X한복’ 전시회를 통해 한류 연예인이 뮤직비디오, 무대, 광고 등에서 실제 입었던 한복을 만나볼 수 있도록 했다. 이러한 노력은 일반인들이 한복문화와 가치를 좀 더 쉽게 이해하고 즐기는 데 도움이 되었을 뿐 아니라 국내외 대중들에게 한복을 알리는 단계를 넘어, 직접 입고 즐기는 단계로의 홍보/마케팅 활동으로 확장되어 한복의 현대적 아름다움과 신한류 산업으로서의 성장 가능성을 확인할 수 있는 계기가 됐다.

여섯째, 국제교류 행사가 많지는 않았지만, 2016년에는 한복을 포함한 한국을 상징하는 문화 체험 행사가 한국 및 세계 각국에서 진행되었다. 이들 중 가장 주목해야 할 의미

있는 행사는 2021년에는 미국 뉴저지 주 테너플라이시가에서 최초로 진행된 ‘한복의 날’ 공식 선포식이다. 행사장에는 테너플라이시 시장이 한국의 전통 갓과 전통복식을 입고 참석하여 눈길을 끌었을 뿐 아니라 뉴저지 뉴하원 의원 등 지역 정치인과 테너플라이 시민, 청소년 단체 AAYC 회원 등 100명이 행사에 참석하여 한복에 대한 국외적 관심과 성장 가능성을 시사했다. 또한 선언문에서는 한복이 한국 문화라는 점을 강조하기 위해 ‘Hanbok’이란 영문 표기가 명시됐다.

### 3. 코로나19 이후 전시와 행사 특징과 전망

2020년 초에 발생한 코로나 펜데믹 현상으로 인하여 한복전시와 행사는 비대면으로 진행 방식을 변경하며 큰 변화를 선보였다.

전시는 사전예약제 관람 또는 VR 전시, 온라인 VR투어 등의 방식으로 진행됐다. 석주선 기념박물관에서는 매년 개최하던 방법과 달리, 2021년 <순학옹(馴鶴翁)을 염(殮)하다>展을 전화 예약제 관람과 VR 전시를 동시 진행하였고, 담인복식미술관의 <조선시대 帶>展도 오프라인으로 행해지는 기간 전시 외에 온라인으로 VR 투어를 동시에 시행했다.

행사는 코로나19로 인하여 비대면, 온라인 행사로 전환되거나 병행하는 형태로 진행되어 2021년에는 행사 개최 건수가 오히려 증가했다. 예를 들어 대면 체험 행사가 어려워짐에 따라 체험키트를 제작하여 배부하고 설명은 온라인으로 진행하는 등의 형태로 진행된 사례도 있었으며, 온라인으로 진행된 한복 행사에 사용된 온라인 채널은 문화재청 유튜브, 문화유산채널 유튜브, 궁중문화축전 유튜브, 한국문화재단 유튜브 및 네이버TV 등이 있었다. 또한 한복 웨이브(Hanbok Wave) 패션쇼가 온라인으로 처음 개최되었고, 한복웨이브 연계된 온라인 오픈 마켓을 통해 새로운 판매경로가 구축됐다. 한복상점은 직접 참가하지 못하는 소비자를 위한 특별행사로 네이버쇼핑 라이브방송과 유튜브 연계 랜선투어 방송을 하기도 하였으며, 이밖에 2020년에 이어 온라인 한복상점을 1월~12월 동안 상설운영하여 2021년 한복상점은 온라인, 오프라인에서 병행적으로 진행됐다. 해당 행사는 오프라인 21개, 온라인 77개 업체가 참여하며 오히려 온라인 상점이 활성화되는 모습을 볼 수 있었다. 이처럼 코로나19로 인한 새로운 방식의 전시와 행사는 긍정적인 측면으로 활용되었고, 앞으로도 계속될 것으로 기대한다.

# CHAPTER

# 5

## 연구와 교육

### 제1절 개관

1. 개요
2. 구성

### 제2절 현황

1. 연구
  - 1) 연구활동
  - 2) 연구성과물
2. 교육
  - 1) 정규교육
  - 2) 비정규교육

### 제3절 분석과 전망

1. 연구
2. 교육





## 제5장 연구와 교육

### 제1절 개관

#### 1. 개요

한복에 관한 연구와 교육은 한복 문화를 알리고 한복 산업을 발전시키는 토대이다. 한복 연구는 한복의 다양한 가능성을 발굴하고 지식의 깊이를 더해 나가며, 한복 교육은 그러한 연구를 바탕으로 한복에 대한 이해를 돕고 한복 관련 지식을 전수한다는 측면에서 한복 산업의 반석으로 자리매김해 있다. 본 백서에서는 2016년부터 2021년까지의 한복 연구와 교육 현황을 파악하고 분석하고자 했다.

국내에서 진행된 연구의 경우 한복 혹은 복식과 관련된 연구재단에 등록된 학술단체를 조사하고 현황을 파악하여 한복과 관련된 연구 및 학술 활동 동향을 파악했다. 해외의 경우 SSCI, AHCI, SCOPUS 등재 학술지를 중심으로 한복 관련 연구의 현황을 조사, 분석하여 한복 연구 및 정책 정립과 연구과제 개발의 기초자료로 구축하고자 했다. 한복 교육의 경우는 초·중·고·대학 등의 정규교육과 비정규교육을 통틀어 한복 관련 교육 전반에 관한 자료 수집을 진행했다.

수집된 자료의 연구 동향을 파악하기 위하여 본 백서는 8가지로 연구의 주제를 구분했다. 2016년 백서의 연구분류 중 콘텐츠와 산업 및 기타 영역을 세분화였고, 2016년 백서의 분류를 재배열하여 배치했다.

#### 2. 구성

본 백서는 한복 관련 연구와 일선 교육의 동향을 파악하고자 했다. 연구 측면에서는 한복 관련 연구 활동을 조사하고, 2016년부터 2021년까지 게재된 연구성과물을 조사했다. 교육 측면에서는 정규교육과 비정규교육의 교육과정을 분석한 뒤 교육의 추이를 살펴보았다.

연구 활동의 제도적 기반이 되는 한복 관련 연구기관의 현황을 파악했는데, 이때 연구기관은 공공연구기관과 대학 내 연구기관을 포함하고, 조사 기간 내에 한복 관련 학술 논문을 1건 이상 게재한 기관을 모두 연구기관으로 보았다.

학술 활동은 연구기관 중에서 한복 관련 논문을 5개 이상 게재한 학회가 진행한 학술 행사를 국내 행사와 국제 행사로 구분하여 학술대회, 심포지엄, 세미나 등을 포함했다.

연구성과물은 논문, 출판물로 나누어 분석했다. 논문은 석·박사 학위논문과 국·내외 학술논문을 포함했으며, 출판물은 전문 도서와 일반 도서로 구분했다. 전문 도서는 학술 도

서로 논문집, 연구보고서 등을 포함하고 한복 전문가의 교육적 교재를 포함했으며, 일반 도서는 일반인의 교양 도서와 한복을 이용한 창작 도서를 포함했다.

교육 동향의 조사는 정규교육에서 이루어지는 한복 교육을 조사했다. 정규교육은 초·중·고등교육과 대학 교육을 모두 포함했다. 초·중·고등교육에서는 실과, 기술·가정 교과서 내 한복 관련 교육과정과 한복 관련 특성화 고등학교 학과 개설현황을 조사했다. 대학 교육에서는 대학교(2·4년제)와 대학원(석·박 사)의 한복 관련 전공 교과과정을 살펴보고, 한복 관련 학과의 학생 현황을 파악했다.

비정규교육에서 이루어지는 한복 교육도 조사했다. 특히 교육의 목적에 따라 취미교육과 직업교육으로 나눈 뒤 각 교육의 자격증을 조사했다. 취미 교육은 평생 교육기관을 조사하여 관련 프로그램을 파악했다. 직업교육은 직업훈련기관을 조사하여 현황을 파악했다. 자격증은 국가 기술 자격증의 취득자 현황을 파악했다.

## 제2절 현황

2016 한복 백서에서는 연구와 교육을 각기 다른 장에서 분석하였으나, 본 백서는 연구와 교육이 깊은 상관성을 가진다고 판단하여 같은 장에서 2016년부터 2021년의 연구 및 교육 동향을 파악했다.

### 1. 연구

연구 동향을 파악하기 위해 연구 활동과 연구성과물로 살펴보았다. 연구 활동은 연구 기관과 학술 활동으로 한복에 관련한 연구 동향을 분석했고, 연구성과물은 논문과 출판물로 연구의 동향을 파악했다.

#### 1) 연구 활동

한복 연구를 진행하기 위한 제도적 기반으로 연구기관의 현황과 그 기관 중에서 한복 관련 전문학회에서 진행한 학술 활동을 대상으로 연구 동향을 파악했다.

##### (1) 연구기관

연구기관은 한복과 관련한 연구 및 학술 활동을 진행하는 기관과 단체를 말한다. 본 백서에서는 조사 기간 내에 한복 관련 학술 논문을 게재한 학회를 모두 연구기관에 포함했다. 연구기관을 소속에 따라 국·공립기관, 대학연구소, 학술단체, 민간단체로 분류했으며, 국공립 기관은 중앙정부와 지자체 소속의 한복 관련 연구소를 포함했다. 대학연구소는 대학 내에서 설립된 한복 관련 연구소를 말하고, 학술단체는 한복 관련 논문을 게재한 학회를 말한다. 민간단체 연구기관은 문화체육관광부와 연구재단 및 한국 직업능력연구원 자격센터에 등록이 되어 있는 단체로 영리, 비영리 법인을 포함한다.

한복과 관련된 연구기관은 <표 5-1>과 같이 총 270개소로 집계됐다. 가장 많은 수를 차지하고 있는 단체는 학술단체로 101개이고, 다음으로 민간단체가 83개, 대학연구소가 73개이고 국공립 연구기관들은 13개로 조사됐다. 국공립 기관에는 ‘국립문화재연구소’, ‘한국문화재단’, ‘한국 한복진흥원’ 등이 포함됐다. 대학연구소는 ‘문화재 보존과학연구소’, ‘석주선기념박물관’, ‘한국전통복식연구소’ 등이 포함됐다. 학술단체는 ‘한복문화학회’, ‘한국복식학회’, ‘한국의상디자인학회’ 등이 포함됐다. 민간단체는 주제 분류로 살펴보면 학술 분야는 ‘한국궁중복식연구원’ 등을 포함한 30개, 교육 분야는 ‘한국예절문화원’ 등을 포함한 17개, 규방공예 분야는 ‘(주)한복문화연구소 한 땀’ 등을 포함한 16개, 천연염색 분야는 ‘한국 자연 염색공예 디자인협회’ 등을 포함한 20개로 집계됐다.

〈표 5-1〉 2016~2021년도 한복 관련 연구기관 현황

주최유형	국공립 기관	대학연구소	학술단체	민간단체	합계
개수	13개	73개	101개	83개	270개

학술단체의 연구자 동향을 살펴보았다. 2016~2021년 동안 논문과 연구보고서를 2개 이상 진행한 연구자의 전공을 수집했다. 〈표 5-2〉와 같이 한복 관련 연구자는 총 207명으로 집계됐다. 집계에는 공동 저자까지 포함했다. 연구자의 전공은 연구재단에 등록된 분류를 참고했다. 연구자의 전공으로 분류를 살펴보면 한국 복식 관련 연구자가 68명으로 가장 많고, 다음으로 패션디자인 전공 연구자가 60명, 소재가 27명이고 마케팅이 13명, 구성과 문화재연구원이 각 9명, 기타가 21명이 조사됐다.

한국 복식 분야에는 한국 복식, 비교사, 민속학 등의 전공을 포함했다. 구성 분야에는 의복 구성, 소재 분야에는 직물과 염색 및 보존과학 등의 전공을 포함했다. 패션디자인 분야는 의상디자인, 의류학 등의 전공을 포함했고, 마케팅에는 상품학과 패션 제품분석 등을 포함, 문화재연구원 분야는 연구원 소속으로 분류했다. 기타에는 역사학, 유학, 음운론, 컴퓨터보안, 인공지능시스템 및 응용, 섬유고분자 물리 등과 가정교육, 관광 경영, 피부미용 등의 다양한 전공이 포함됐다.

〈표 5-2〉 2016~2021년 한복 관련 연구자 현황

전공	한국 복식	구성	소재	패션 디자인	마케팅	문화재 연구원	기타	합계
연구자 수 (명)	68	9	27	60	13	9	21	207

연구자 전공에 따른 논문발표 건수 현황은 〈표 5-3〉과 같이 총 207편이 집계됐다. 한국 복식 분야는 6편 이상의 논문을 발표한 연구자가 24명 (약 35%), 5편은 5명(약 7%), 4편은 9명(약 13%), 3편은 6명(약 9%), 2편은 24명(약 35%)으로 조사됐다. 조사 기간 내에 한국 복식 분야에서 가장 많은 논문발표 연구자는 ‘춘앵전 여령 복식에 관한 연구’ 등의 논문으로 총 28편을 발표했다. 구성 분야에서는 ‘신한복 저고리 원형 개발’ 등의 논문으로 11편, 소재 분야에서는 ‘국립중앙박물관 소장 이항복 종가 기증 운보 문단 보자기 무늬의 특징과 연대 추정’ 등의 논문으로 7편, 패션디자인 분야에서는 ‘QFD 기법을 활용한 매스 커스터마이제이션 한복 디자인 온라인 플랫폼 설계 연구 (II)’ 등의 논문으로 10편, 문화재연구원 분야에서는 ‘광화당 원삼의 금사 분석과 원형복원 사례’ 등과 같은 논문으로 8편이 분야별 연구자의 최다 논문발표 건수이다. 마케팅 분야는 3편을 발표한 연구자가 3명이라 제외했다. 기타의 비전공자 중에서는 섬유고분자 재료 전공자가 ‘만병초 추출물에 의한 견직물의 염색성 및 기능성’과 같은 천연염색 논문을 6편 발표했다.

〈표 5-3〉 2016~2021년 연구자 전공에 따른 논문발표 건수 현황

(단위: 건)

논문 발표 수	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	15	19	22	26	28	합계
한국 복식	24	6	9	5	3	2	4	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	68
구성	3	4		1						1								9
소재	18	5	3			1												27
패션 디자인	40	13	4	2					1									60
마케팅	10	3																13
문화재 연구원	4	2	2				1											9
기타	19	1			1													21
합계	118	34	18	8	4	3	5	2	3	2	1	2	3	1	1	1	1	207

2016-2021년도에 한복 관련 논문을 발간한 학회 KCI 등재 현황은 다음 〈표 5-4〉와 같이 집계됐다. 2016년부터 2020년까지 한복 관련 논문을 발표한 KCI 등재 학술지는 36~39개로 비슷하게 유지되었으나 2021년 이후 7개가 증가하여 46개로 조사됐다. 등재 후보 학술지가 감소한 것도 이러한 영향으로 판단된다. 미등재 학술지는 2016년에 5개에서 점차 줄어서 2021년에는 1개로 발표되었고, 우수 등재 학술지는 2017년과 2018년에 각각 2개씩 발표됐다. 우수 등재 학술지 4개는 각각 ‘한국고고학회’, ‘한국조경학회’, ‘역사학회’, ‘한국사연구회’로 복식 전문학술지가 아니다. 이는 한국 복식을 주로 연구하는 학회 외의 다른 분야 학회에서도 한복에 관심을 표출하고 있음을 시사한다.

〈표 5-4〉 2016~2021년 한복 관련 논문 발간 학회 KCI 등재 현황

(단위: 개)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021
우수 등재 학술지	0	2	2	0	0	0
등재 학술지	38	36	36	37	39	46
등재 후보 학술지	3	3	2	4	3	1
미등재 학술지	5	2	3	3	4	1
합계	46	43	43	44	46	48

## (2) 학술 활동

학술 활동은 연구기관의 학술행사와 학회에서 주최하는 학술대회를 말한다. 학회는 한복 관련 논문을 6년 동안에 5편 이상 게재한 학회<sup>130)</sup>를 중심으로 수집했다. 학술대회를

비롯하여 세미나, 심포지엄, 컨퍼런스, 포럼, 워크숍 등으로 조사했다. <표 5-5>와 같이 한복 관련 학술 활동은 총 282건으로 집계됐다. 2018년은 국제 학술 활동이 2017년에 비해 8건 이상 증가했다. 2020년은 국내외 활동이 24건으로 코로나 거리두기로 인하여 많은 활동이 감소하였음을 알 수 있었다. 2021년도 국내 학술 활동은 39건으로 증가하였고 국제 학술 활동은 7건으로 감소했다.

<표 5-5> 2016-2021년 한복 관련 학술 활동 현황

(단위: 건)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
국내	39	32	40	41	16	39	207
국제	15	13	21	11	8	7	75
합계	54	45	61	52	24	46	282

국내 학술 활동은 <표 5-6>과 같이 2016~2021년에 총 207건이 집계됐다. 학술 활동의 유형별로 살펴보면 학회에서 정기적으로 주최하는 학술대회가 112건으로 전체의 54%를 차지하며 가장 많고, 다음으로 세미나 35건(17%), 워크숍이 33건(16%)을 차지하고 있다. Congress, 연수, 컨퍼런스는 국내 학술 활동에서는 진행되지 않았다. 연도별로 국내 학술 활동을 살펴보면 2019년에 41건(20%)의 비중을 차지하며 가장 많은 활동을 보였다. 2020년은 16건(7%)으로 코로나 거리두기 상황에 따라 많은 활동이 취소되었음을 알 수 있다.

<표 5-6> 2016~2021년도 연도별, 행사 유형별 국내 학술행사 현황



(단위: 건)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
Congress	0	0	0	0	0	0	0
강연	1	0	1	3	0	3	8
멘토멘티강좌	1	0	1	0	0	0	2
심포지엄	1	0	1	1	0	0	3
세미나	6	7	7	7	1	7	35
워크숍	9	4	8	6	2	4	33
연수	0	0	0	0	0	0	0
컨퍼런스	0	0	0	0	0	0	0
토론회	0	0	1	1	0	1	3
토크쇼	0	0	0	1	0	4	5
포럼	3	0	0	1	0	2	6
학술대회	18	21	21	21	13	18	112
합계	39	32	40	41	16	39	207

130) 대한가정학회, 복식문화학회, 석주선기념박물관, 한국기초조형학회, 한국동양예술학회, 한국디자인문화학회, 한국복식학회, 한국생활과학회, 한국의류산업학회, 한국의류학회, 한국의상디자인학회, 한국 패션디자인학회, 한국 패션비즈니스학회, 한복문화학회, 한국디자인트렌드학회

유형별 학술행사 내용은 <표 5-7>를 참고하여 살펴본다. 강연 및 토론은 ‘여성 한복, 근대를 만나다’와 전시 연계 특별강연 ‘모던 걸과 못된 걸 사이의 한복’, ‘한복, 입어서 자세가 자태가 되는 옷’, ‘우리 옷 제대로 입기 한복 大 토론회’, ‘Fashion Futures 2019 패션 청춘 문답 토크쇼’ 등의 특별강연 행사이다. 젊은 세대들이 고민하던 한복에 대한 정체성을 풀어주는 학술행사들이었다. 멘토멘티 강좌는 이야기와 함께 실습을 병행하여 전통을 친숙하게 접할 기회를 주었고, ‘남북 한복의 어제와 오늘’ 같은 심포지엄은 남북한의 옷차림을 이해하는 자리가 됐다. 세미나는 한복문화학회에서 주관하는 ‘고신라 복식 고증’과 한국공예·디자인문화진흥원에서 주관하는 ‘한복 문화 바로 알기 세미나’, ‘전통 한복 포럼’ 등이 개최되어 한복에 관한 관심을 증대시켰다. 워크숍은 감물염색, 전통공예 소품 제작과 3D printing 활용 등 한복에 대한 다양한 시각을 마련한 장이 됐다.

<표 5-7> 2016~2021년도 유형별 국내 학술행사 사례

유형	주제	일정	포스터
강연	<p>제목 : 한복, 입어서 자세가 자태가 되는 옷</p> <p>우리 옷 한복의 전통적인 선과 형태를 현대적이고 예술적인 시각으로 디자인하며, 문화유산이 정체성을 잃지 않고 시대를 반영하며 전승될 수 있도록 그 방향을 고민하는 이야기로 진행</p>	<p>강사 : 이혜순 한복 디자이너</p> <p>일시 : 2021.6.5.</p> <p>장소 : 국립무형유산원 열쑈 마루 소공연장</p>	
멘토멘티 강좌	<p>제목 : 귀주머니 그리고 땡기</p> <p>출토유물을 중심으로 주머니와 땡기에 대한 민속 이야기와 함께 귀주머니, 땡기 만들기와 금박 찍기를 실습함</p>	<p>강사 : 정미숙, 이민정, 오세심, 김순복</p> <p>일시 : 2016 9.11</p> <p>장소 : 무계원</p>	
심포지엄	<p>제목 : 남북 한복의 어제와 오늘</p> <p>북한 통과례와 전통 복식, 그리고 조선 옷의 지난 70년의 이야기를 전하고, 2000년 이후 북한의 '조선옷'정책과 한복 문화에 관한 연구를 발표함. 직접 듣는 '조선옷' 이야기 좌담도 진행</p>	<p>발표자 : 김여경, 박민주 김형관</p> <p>일시 : 2019.10.25.</p> <p>장소 : 국립중앙박물관 대강당</p>	
세미나	<p>제목 : 한복 문화 바로 알기 학술 세미나</p> <p>고대에서 '고려양까지 한복의 원류 분석, 문화현상으로 본 한복, 조선 왕실의 시대별 복식 변화와 그 의미, 입자장이 지켜온 것의 전통을 발표</p>	<p>발표자 : 김문자, 윤양노, 이민주, 최은수</p> <p>일시 : 2021.2.19.</p> <p>장소 : 한복진흥센터 8층 마름방</p> <p>주최 : (산)한복문화학회</p>	

<p><b>워크숍</b></p>	<p>제목 : 감물 염색공예                  '감물을 활용한 문양 표현'이라는 워크숍으로 진행하여 감물 염색에 대해 다양한 시각에서 접근할 기회의 장이 됨</p>	<p>강사 : 이즈하라 슈우코(出塚修子)                  일시 : 2019.                  장소 : 부산디자인센터                  주관 : 한국전통복식연구</p>	
<p><b>토론회</b></p>	<p>제목 : 우리 옷 제대로 입기 한복 大토론회                  문화재청, 문화체육관광부, 한복 전문가, 한복 제작(대여)업체 관계자, 지역주민 등 200여 명이 참석한 가운데 왜곡되고 변형된 국적 불명의 한복 문화 확산에 대한 개선 방향을 도모하는 자리</p>	<p>일시 : 2018.9.11.                  장소 : 종로구청 한우리홀</p>	
<p><b>토크쇼</b></p>	<p>제목 : Fashion Futures 2019_패션 청춘 문답 토크쇼                  영화, 뮤지컬, 뷰타-언론계 등에서 활약하고 있는 인사를 모시고 강연과 토크로 미래 트렌드에서 패션의 변화와 Job으로서 패션의 미래를 전망</p>	<p>강사 : 황준원, 이정금, 오유경, 김유선                  일시 : 2019.11.1.                  장소 : 경북대학교 글로벌프라자 경하홀</p>	
<p><b>포럼</b></p>	<p>제목 : 전통 한복 포럼                  K-한복 프리미엄 창출 방안으로 한국 문화유산 한복-현재와 미래, 한복 산업의 기반 조성을 위한 지원 방안, 한복 소재의 고급화 및 대중화, k 패션의 미래와 한국 복식사 교육의 중요성, 메타버스를 활용한 한복 마케팅을 발표</p>	<p>발표자 : 금기숙, 홍경태, 조효숙, 지수현, 윤소정.                  일시 : 2021.11.26.                  장소 : 국립민속박물관 강당</p>	
<p><b>학술대회</b></p>	<p>제목 : 고금동서 패션 벨트</p>	<p>일시 : 2016. 5.7.                  장소 : 한성백제박물관                  주최 : 한국복식학회</p>	

국제 학술 활동은 <표 5-8>과 같이 2016~2021년에 총 75건이 집계됐다. 2018년에는 21건으로 전체의 28%를 차지하며 가장 많은 활동을 나타내고, 2020년과 2021년에는 각각 8건, 7건으로 감소한 경향을 보이는데, 이는 코로나19의 거리두기 상황에서 나타난 결과로 보인다. 유형별로는 학술대회가 35건으로 전체 학술 활동의 47%를 차지하며 가장 많은 활동을 나타냈고, 다음으로 컨퍼런스가 17건(23%), 심포지엄이 11건(15%)을 차지하고 있다.



〈표 5-8〉 2016~2021년도 연도별, 행사 유형별 국제 학술행사 현황

(단위: 건)


구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
Congress	1	1	1	0	0	0	3
강연	0	0	0	0	0	0	0
멘토멘티강좌	0	0	0	0	0	0	0
심포지엄	3	3	3	1	0	1	11
세미나	1	0	2	2	0	0	5
워크숍	0	0	0	1	0	0	1
연수	1	0	0	0	0	0	1
컨퍼런스	5	3	4	1	2	2	17
토론회	0	0	0	0	0	0	0
토크쇼	0	0	0	0	0	0	0
포럼	0	1	1	0	0	0	2
학술대회	4	5	10	6	6	4	35
합계	15	13	21	11	8	7	75

유형별 학술행사의 내용은 〈표 5-9〉를 참고하여 살펴본다. 대한가정학회 주관으로 진행된 Congress에서는 발표자들이 한복을 입고 발표하여 한복의 아름다움을 빛나게 하는 행사가 진행됐으며, 컨퍼런스에서는 디자인 분야의 ‘3D printing 관련 디지털 분야’와 섬유 소재인 ‘동아시아 모시의 역사와 전승 현황’ 등이 개최됐으며, ‘아시아 디자인 교육 보고’와 ‘실크로드 직물의 무형, 유형 문화유산’ 등의 심포지엄으로 실크로드 상의 직물 연구가 집대성됐다. ‘해외 패션산업 연수’, ‘족자카르타 패션산업과 전통 인식’ 등의 워크숍과 ‘금관가야 복식과 대외 교류’ 등의 세미나, ‘2018년 국제 디자인 트렌드 초대전 & 한일 디자인 포럼’ 등은 동아시아의 주변국과의 비교를 통하여 우리 문화에 대한 심도 있는 논의가 전개되어 한복 문화유산의 보존과 활용 분야에 대한 좋은 방안이 될 것으로 기대하게 하는 자리가 됐다.

〈표 5-9〉 2016~2021년도 유형별 국제 학술행사 예시

구분	주제	일정	그림
Congress	제목 : Tradition and Innovation 19th ARAHE Biennial Interwvn Home Economics challenges for Sustainable Living	일시 : 2017.8.7. 장소 : Tokyo 주관 : 대한가정학회	

<p><b>심포지엄</b></p>	<p>제목 : Silk Road Textiles: Tangible and Intangible Cultural Heritage</p> <p>고대 한반도 섬유공예 문화가 실크로드 주변 국가에 미친 영향력을 재확인하고, 섬유 문화유산의 보존과 활용 분야에 대한 좋은 방안을 기대</p>	<p>일시 : 2018.11.6.~7. 장소 : Korea National University of Cultural Heritage Grand Lecture Hall 주관 : 한국전통문화대학교</p>	
<p><b>세미나</b></p>	<p>제목 : 금관가야 복식과 대외 교류</p> <p>가야와 중국의 교류사, 문헌 사료로부터 본 금관가야와 왜와의 관계, 판갑으로 살펴본 금관가야와 왜, 일한(日韓) 화살통의 장식 기법과 양국의 복식 비교, 구슬 및 유리 장신구에서의 대외 교류, 금속제 복식품에서 본 4·5세기 김해-부산 지역과 왜, 금관가야 유물에 표현된 문양의 특징과 변화 등에 대하여 발표</p>	<p>발표자 : 백승옥, 타나카 토시아키, 박준현, 사와다 무츠요, 김규호, 니카타 칸타, 홍보식</p> <p>일시 : 2018.8.31. 장소 : 김해시청 소회의실 주관 : 부산대학교 한국전통복식연구소</p>	
<p><b>워크숍</b></p>	<p>제목 : 족자카르타 패션산업과 전통 인식</p> <p>1. 바틱 체험 실습(FULL DAY COURSE 과정) 2. 은세공 체험 실습 3. 산업시찰 및 디자인 대학 방문</p>	<p>일시 : 2019.2.11. ~ 2.16. 장소 : 인도네시아 족자카르타 주관 : 한복문화학회</p>	
<p><b>연수</b></p>	<p>제목 : 2016 해외 패션산업 연수 - Milano, Como, Veneto Italy</p>	<p>일시 : 2016. 장소 : Milano, Como, Veneto Italy 주관 : 복식문화학회</p>	
<p><b>컨퍼런스</b></p>	<p>제목 : 동아시아 모시의 역사와 전승 현황</p> <p>아시아 모시의 역사, 모시 직조 기술, 현재의 모시 전승 현황에 대한 국내외 전문가들의 발표와 더불어 한/일 전승자들의 모시 직조 과정을 현장에서 참관</p>	<p>일시 : 2017.8.2. 장소 : 국립무형유산원 어울마루 국제회의장 주관 : 한국의류학회</p>	
<p><b>포럼</b></p>	<p>제목 : 2018년 국제 디자인 트렌드</p> <p>초대전&amp;한일 디자인 포럼, 총 네 분의 토론자가 '디자인과 문화'라는 주제로 학술 토론 진행</p>	<p>패널 : 이운형, 전우정, Akio Itou, Ryohji Katoh</p> <p>일시 : 2018.10.18.~21. 장소 : 일본 교토시 국제교류후관 주최 : (사)한국제디자인트렌드학회 일본 디자인 교류 Art Meeting</p>	

<p>학술대회</p>	<p>제목 : Cultural Heritage &amp; Fashion :Looking for a New Concept of Costume Culture according to Era Changes of Hallyu, Korea Saekdong Meey's Digital Period에 대하여 발표</p>	<p>발표자 : 최인순, 양지나 일시 : 2016.9.30.~10.1. 장소 : 연세대학교 삼성홀</p>	
-------------	--	--	---

## 2) 연구성과물

연구성과물은 연구기관의 연구 활동물의 결과이다. 연구성과물은 논문과 출판물로 분류하여 살펴보았다. 논문은 석·박사 학위논문과 국내외 학술지의 게재논문으로 조사했다. 출판물은 단행본과 연구보고서, 정기간행물을 포함하여 전문 도서와 일반 도서로 구분하여 조사했다.

### (1) 논문

논문은 석·박사 학위논문과 학술지의 게재논문을 말한다. 논문 수집은 한국 연구정보서비스와 RISS 및 국회 전자도서관을 이용하여 키워드를 선정하여 검색했다. 본 백서는 ‘한, 한복’으로 키워드를 선정한 2016 한복 백서를 참조하여 ‘한복, 한국 복식, 출토 복식, 궁중 복식, 민속 복식, 우리 옷, 전통 복식, 전통문양, 전통 직물, 전통 염색’과 시대를 나타내는 ‘고조선, 발해, 고구려, 백제, 가야, 신라, 고려, 조선, 근대’의 단어에 복식과 직물을 재검색하였고, 의복의 단일 명칭인 저고리, 두루마기, 철릭, 단령, 당의, 원삼, 활옷, 배자, 사복 바지, 조각보 등의 단어를 키워드로 선정하여 검색했다. 조사 기간은 2021년 7월부터 12월까지로 지정하였으며, 해당 기간 동안 키워드를 조사하고 수집했다.

검색된 자료의 분석을 위해 <표 5-10>과 같이 논문의 주제를 2016 한복 백서를 참조하여 분류했으며, 2016년과 2021년의 한복 백서의 연구분류 내용을 비교 분석하여 정리했다.

① 복식사 분야는 한복 복식사에 관한 연구로 한국 복식의 시대적 변천, 복식의 고증, 사회 문화적 제도와 규범 등에 관한 연구를 포함한다. ② 구성 분야는 한복 구성에 관한 연구로 한복의 패턴, 구성, 형태, 치수와 봉제 등에 관한 연구를 포함한다. ③ 디자인 분야는 한복 디자인에 관한 연구로 한복을 이용한 디자인 개발 및 한복 디자이너의 작품 분석과 한국적 이미지를 응용한 한복 디자인 및 무대의상 등을 포함한다. ④ 소재 분야는 한국 복식의 소재가 되는 직물과 기법에 관한 연구로 전통 직물 및 염색, 출토 직물의 보수와 보존, 염색과 바느질 기법, 색상, 자수, 누비, 문양 등에 관한 연구를 포함한다. ⑤ 마케팅 분야는 한복의 생산과 구매에 관한 연구로 한복에 대한 인식도, 감성 평가, 한복의 선호도, 한복의 산업화, 한복 체험, 관광 및 대여점 등에 관한 연구가 포함된다. ⑥ 소

품 분야는 한복의 장신구에 관한 연구로 전통 장신구류와 전통 모자 및 신발 등 한복에 어울리는 장신구에 관한 연구를 포함한다. ⑦ 뷰티 분야는 화장과 머리에 관한 연구로 한국 전통 머리와 화장법 등에 관한 연구를 포함한다. ⑧ 기타 분야는 한복 교육에 관한 연구와 주제가 명확하게 구분이 어려운 연구로 한복 전반의 총체적 연구를 포함한다. 2016 한복 백서와 다른 점은 소재 분야에서 직물 및 염색뿐만 아니라 문양과 장식기법까지 포함했다는 것이며, 콘텐츠 산업 및 기타 분야를 마케팅, 소품, 뷰티, 기타의 4가지 범주로 세분화 한 점이다.

〈표 5-10〉 2016~2021년 연구분류

2016 한복 백서		2021 한복 백서	
복식사	·복식 고증 및 고찰 연구 ·고문서에 제시된 의생활 문화 연구 ·한복 종류와 장신구 및 장식, 출토 복식의 복원, 벽화 의복 연구	복식사	·복식의 역사적 변천 및 문화사 분석 연구 ·시대적 복식의 고증 및 복원 연구 ·고문서에 따른 복식 문화 연구
구성	·실물 제작을 통해 제도법에 따른 구성상의 특징을 이해하는 연구	구성	·한복 제작의 구성, 패턴, 치수, 봉제 연구
디자인	·디자인 제안 및 개발 연구 ·조형미와 미의식 탐구 연구 ·과거 한복의 고증-재현을 통한 패션 콘셉트 개발 ·색상 및 자수 무늬에 관한 연구	디자인	·한복 디자인 개발, 분석 연구 ·한국적 이미지 및 작품 분석 연구,
소재	·직물, 염색, 자수, 색상, 사(絲)에 관한 연구	소재	·전통 직물 연구 ·전통 염색 및 문양 연구 ·문화재 직물의 보수와 보존 연구 ·한복 바느질 기법 및 색동 누비 자수 등 장식 기법 연구
콘텐츠	·한복을 하나의 문화콘텐츠로 인식하는 연구	마케팅	·감성 평가, 디자인 선호도, 체험, 문화콘텐츠 개발, 산업, 인식 및 구매 의도, 관광 연구
		소품	·전통 장신구, 복식 소품(신 모자, 주머니 등) 분석 및 개발 연구
산업 및 기타	·한복 산업과 관련한 서비스 방법 제안 연구 ·한복 생산 분야의 국가 직무 능력 표준 개발 등에 관한 연구 ·해의 결혼 이민 여성의 한복 수용 태도와 의생활 강습회에 관한 연구	뷰티	·전통 머리와 화장 연구
		기타	·한복 관련 교육 및 동향 연구 ·기타 총체적 연구

### ① 학위논문

학위논문은 대학원의 석사학위논문과 박사학위논문을 포함한다. 본 백서에서는 2016~2021년에 전공과 학과의 구분 없이 학위를 받은 한복 관련 논문을 대상으로 했다. 그 결과는 〈표 5-11〉과 같다. 2016~2021년에 발표된 석·박사 학위논문은 총 399 편이다.

〈표 5-11〉 2016~2021년도 석·박사 학위 논문 현황

구분/연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
석사	59	52	44	59	53	41	308
박사	17	12	6	16	19	21	91
합계	76	64	50	75	72	62	399

### ①-1 석사학위논문

석사학위논문은 2016~2021년에 총 308편을 발표했다. 2021년은 41편으로 조사기간 중 발표 논문 수가 가장 적고, 2016년과 2019년은 59편으로 상대적으로 많은 논문을 발표했다. 석사학위논문을 연구 주제별로 분류하여 살펴보면 <표 5-12>와 같다.

<표 5-12> 2016~2021년도 연구 주제별 석사학위논문 현황

연도	복식사	구성	디자인	소재	소품	마케팅	뷰티	기타	합계
2016	20	2	4	15	5	4	4	5	59
2017	11	0	10	12	5	7	0	7	52
2018	10	1	6	13	6	5	1	2	44
2019	15	0	4	21	8	7	0	4	59
2020	10	4	9	14	5	5	1	5	53
2021	11	0	5	10	10	2	1	2	41
합계	77	7	38	85	39	30	7	25	308

2016년과 2021년에는 복식사가 20편(약 33%)과 11편(약 27%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 2017년부터 2020년까지는 소재가 12편(약 23%), 13편(약 30%), 21편(약 36%), 14편(약 28%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 복식사는 2016년에 가장 많은 논문 수를 보이고, 매년 10편 이상의 논문을 발표해 총 77편으로 집계됐다. 구성은 2020년에 4편으로 가장 많은 편수를 보이며 총 7편으로 집계됐다. 디자인은 2017년에 10편으로 가장 많은 편수를 나타내고 2016년과 2019년에 각 4편으로 가장 적은 편수를 보이며 총 38편의 논문 수로 집계됐다. 소재는 2019년에 가장 많은 21편이고 2021년에 10편으로 가장 적었고, 총 85편이 집계됐다. 소품은 꾸준히 증가하여 2021년에 10편으로 가장 많은 편수를 보이며 총 39편으로 집계됐다. 마케팅은 2017년과 2019년에 각 7편으로 가장 많고 2021년에 2편으로 총 30편으로 집계됐다. 뷰티는 2016년에 4편으로 가장 많은 편수가 보이고 2018년 2020년 2021년에 각 1편씩으로 총 7편이 집계됐다. 기타는 2017년에 7편으로 가장 많은 편수를 보이고 꾸준히 2편 이상을 유지하여 총 25편의 논문 수로 집계됐다 <그림 5-1>.

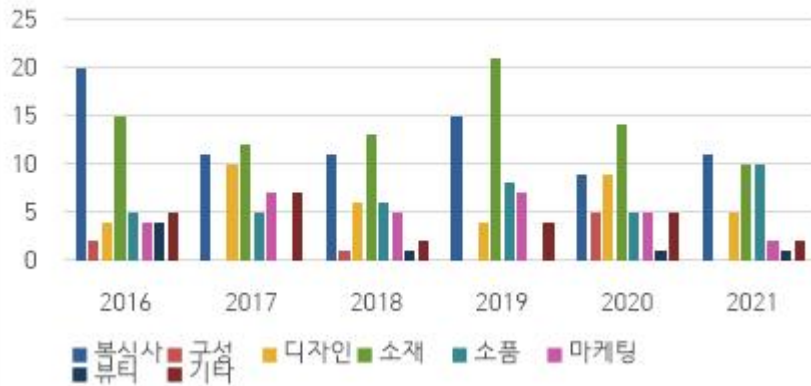
전체적으로 소재 논문이 가장 많은 편수를 나타내고 있다. 전체의 약 28%로 가장 많은 85편 수를 보인다. 소재 중에서 문양에 대한 논문은 ‘한복에 사용된 출무늬와 격자무늬에 관한 연구’, ‘홍배·보에 표현된 전통 문양의 상징성 연구’ 등 한복에 사용된 문양을 연구한 논문이 28편으로 조사되었고, 직물 관련은 ‘기산 풍속화의 향라 직기 복원에 관한 연구’, ‘대전 서구 갈마동 출토 단양우씨 출토 복식의 보수에 관한 실증적 연구’ 등의 직물 직기 복원과 직조 제작의 연구를 포함한다. 다음으로는 복식사 논문이다. ‘김이교(1764~1832) 조복 재현 연구’, ‘18C 유생 복식의 변천에 관한 연구’ 등과 같이 복식의 고증 재현과 사회적 변천에 관한 연구로 전체 논문 수의 약 25% 비율인 77편의 논문이 조사됐다.

소품 분야는 ‘백제 무령왕릉 유물을 활용한 보석 장신구 디자인 연구’, ‘전통 아암과 자개 장식을 활용한 패션 모자 디자인 연구’ 등과 같이 한복에 어울리는 장신구 연구와 한복 소품 디자인을 연구를 포함한다.

디자인 분야는 ‘단청의 꽃문양을 활용한 신한복 디자인 연구’, ‘조선시대 남성 복식 포(袍)를 활용한 아이돌 무대의상 디자인’ 등과 같이 한복의 디자인 개발과 한복을 응용한 디자인 연구를 포함하고 있다. 마케팅 분야는 ‘전주한옥마을 전통문화 체험 관광에 관한 연구 : 한복 체험을 중심으로’, ‘중고 한복 시장 및 한복 리폼 시장의 활성화 방안 연구’ 등과 같이 한복 체험의 인식도와 한복 산업에 관한 연구를 포함한다.

구성 분야는 ‘본(pattern) 없는 한복 구성법에 관한 연구’, ‘15~16세기 전단후장형(前短後長形) 치마의 유형과 구성에 관한 연구’ 등과 같이 한복 구성법에 관한 연구를 포함한다. 가장 적은 논문 편수를 보이는 부분은 뷰티 분야로 ‘조선 후기 풍속화에 나타난 기녀 머리 재현’, ‘특수 분장 기법을 활용한 구전설화의 도깨비 캐릭터 제작’ 등과 같이 머리 모양과 분장 논문을 포함하는 7편(약 2.3%)이 조사됐다.

기타 분야는 ‘외국인을 위한 한국어 복식 어휘 선정 및 교육 방안 연구 : 빅 데이터 분석을 중심으로’, ‘기술·가정 교과 의생활 영역에 대한 인식, 만족도, 학습 필요도 연구 : 서울·경기 지역을 중심으로’ 등과 같이 한복 교육을 위한 방안 연구가 25편으로 조사됐다.



〈그림 5-1〉 2016~2021년도 연구 주제별 석사학위논문 현황

### ①-2 박사학위논문

박사학위 논문은 2016~2021년에 총 91편의 논문을 발표했다. 2018년에 6편으로 가장 적은 논문 편수를 보이고 2021년에 21편으로 가장 많은 논문 편수를 발표했다.

박사학위논문을 연구 주제별로 분류하여 살펴보면 <표 5-13>과 같다. 연도별로 연구주제별 특징을 살펴보면 2016년은 복식사 분야가 6편, 소품 분야가 5편, 소재 분야가 4편이고 구성과 마케팅이 각 1편씩 발표됐다. 2017년에는 디자인 분야가 4편으로 전체의 약 33%를 차지한다. 2018년에는 구성, 소재, 소품 분야에서 각각 2편씩의 논문 수가 나타나고, 다른 분야는 나타나지 않았다. 2019년부터는 복식사 분야가 9편(약 56%), 2020년에는 8편(약 42%), 2021년에는 7편(약 33%)으로 가장 비중이 높게 나타났다 <그림 5-2>.

〈표 5-13〉 2016~2021년도 연구 주제별 박사학위논문 현황

연도	복식사	구성	디자인	소재	소품	마케팅	뷰티	기타	합계
2016	6	1	0	4	5	1	0	0	17
2017	2	1	4	3	0	2	0	0	12
2018	0	2	0	2	2	0	0	0	6
2019	9	0	0	4	1	1	0	1	16
2020	8	0	1	4	1	3	2	0	19
2021	7	1	3	6	2	1	1	0	21
합계	32	5	8	23	11	8	3	1	91

연구주제별로 나누어 살펴보면 복식사 분야가 총 32편으로 전체 논문 수의 약 35%를 차지하며 비중이 가장 높게 나타났고, 다음으로는 소재 분야가 23편으로 전체 논문 수의 약 25%를 차지하고, 그다음으로는 소품 분야가 11편으로 약 12%를 나타내고, 마케팅과 디자인 분야가 각각 8편, 구성 분야가 5편, 뷰티 분야가 3편, 기타가 1편으로 집계됐다.

논문 내용을 살펴보면 복식사 분야는 ‘16세기~18세기 출토(出土) 장의(長衣)의 사회문화적 변천 연구’, ‘조선시대 공신초상을 통한 관복제도 연구’ 등과 같이 복식의 사회문화적 변천과 제도에 관한 연구를 포함한다. 구성 분야는 ‘여자 한복 구성요소 변화 연구’, ‘철릭의 패턴 분석과 착의 평가를 통한 신모델 패턴 개발’ 등과 같이 한복 패턴의 관련 연구를 포함한다. 디자인 분야는 ‘남아 전통 돌복에 관한 고찰과 디자인 연구’, ‘조선왕조와 명왕조 궁중복식 분석을 통한 현대 디자인 활용 연구’ 등과 같이 전통 복식을 활용한 디자인 연구를 포함한다. 소재 분야는 ‘조선시대 검은색의 염색법 재현 : 임원경제지의 포두 청색·청조색·현색을 중심으로’, ‘조선시대 섬 마(纖麻) 기술의 변천과 근대적 개량’ 등과 같이 전통 염색법과 직물의 변천 연구를 포함한다. 소품 분야는 ‘조선시대 왕실 흉배 연구’, ‘조선시대 장신구를 테마로 한 현대 주얼리 디자인 개발에 관한 연구’ 등과 같이 복식의 소품과 장신구에 관한 연구를 포함한다. 마케팅 분야는 ‘고궁 관광객의 경험 품질이 지각된 가치, 태도 및 행동 의도에 미치는 영향 연구 : 복식 체험의 조절 효과를 중심으로’, ‘처용무의 시대적 변화와 콘텐츠 활용양상 연구’ 등과 같이 인식도와 콘텐츠 활용방안 연구를 포함한다. 뷰티 분야는 ‘전통 화장(化粧) 문화와 미의식 연구’, ‘폐 모발을 활용한 회화적 헤어아트 : 신윤복의 작품을 중심으로’ 등과 같이 전통 화장과 머리모양에 관한 연구를 포함한다. 기타 분야는 ‘고등학교 가정과 메이커 교육프로그램 개발과 평가 : 한복과 창의적인 의생활 내용 요소를 중심으로’ 등과 같이 교육의 교과에 관한 연구를 포함한다.



〈그림 5-2〉 2016~2021년도 연구 주제별 박사학위논문 현황

## ② 학술 논문

학술 논문은 국내외 학술지에 게재와 발표한 논문을 말하며, 국내 학술 논문과 해외 학술 논문을 각각 집계했다.

### ②-1 국내 학술 논문

2016~2021년 국내 학술지에 게재된 한복 관련 논문은 2016년은 127편, 2017년은 123편, 2018년은 118편, 2019년은 137편, 2020년은 123편, 2021년은 107편으로 전체가 총 735편이다 <표 5-14>. 2019년에 가장 많은 논문이 발표되었고, 2021년에 가장 적게 발표됐다. 한국연구재단의 등재 학술지 구분에 따르면 우수 등재 학술지에 게재된 논문의 수는 4편(약 0.5%), 등재 학술지에는 647편(약 88%), 등재 후보 학술지에는 53편(약 7%), KCI 등재에 등재되지 않은 기타자료집에 31편(약 4%)이 집계됐다.

〈표 5-14〉 2016~2021년 한복 관련 학술 논문 게재 현황

구분/연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
KCI 우수 등재 학술지 게재논문	0	2	2	0	0	0	4
KCI 등재 학술지 게재논문	116	111	105	100	109	105	647
KCI 등재 후보 학술지 게재논문	3	3	3	34	10	1	53
기타자료집 게재논문	8	7	8	3	4	1	31
합계	127	123	118	137	123	107	735

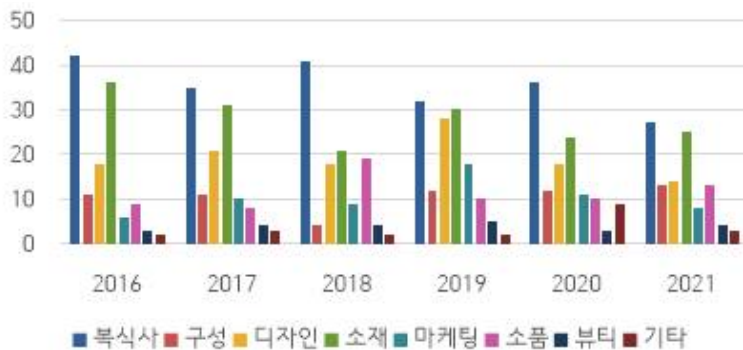
주제별로 발표된 학술 논문의 현황은 <표 5-15>와 같다. 주제를 연도별로 나누어 특징을 살펴보면 매년 복식사 분야가 약 23% 이상의 가장 높은 비중을 보이고, 소재가 약 20% 내외로 두 번째 높은 비중을 보인다. 디자인은 20편 내외로 꾸준히 발표하였고, 마케팅은 2019년에 18편으로 소품은 2018년에 19편으로 가장 많이 발표했다. 구성은 매년 10편 이상의 논문 수가 수집되었는데 2018년에는 4편만 집계됐다. 교육 및 기타 분야와 뷰티가 가장 낮은 비중을 보였으며, 소품 분야는 2018년에 전년도에 비해 2배 정



도의 늘어난 편수를 보였다. 또한 뷰티는 매년 3~5편의 논문을 발표했다. 이어 교육 및 기타 분야는 2020년에 3배 이상의 논문 편수를 보였다 <그림 5-3>.

<표 5-15> 2016~2021년도 연구 주제별 국내 학술 논문 현황

연도	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	뷰티	교육 및 기타	합계
2016	42	11	18	36	6	9	3	2	127
2017	35	11	21	31	10	8	4	3	123
2018	41	4	18	21	9	19	4	2	118
2019	32	12	28	30	18	10	5	2	137
2020	36	12	18	24	11	10	3	9	123
2021	27	13	14	25	8	13	4	3	107
합계	213	63	117	167	62	69	23	21	735



<그림 5-3> 2016~2021년도 연구 주제별 국내 학술 논문 현황

## ②-2 국외 학술 논문

2016~2021년 국외 학술지에 게재된 한복 관련 논문은 <표 5-16>과 같이 총 23편으로 집계됐다. 국외 학술지의 키워드는 2016 한복 백서의 ‘Traditional costume, Traditional clothe, Traditional garments’를 참조하여 본 백서에서는 ‘Hanhok, Korean clothes, Ethnic dress, Folk costumes, Traditional costume, Traditional clothe, Traditional garments’를 키워드로 선정하여 검색했다. 국외의 한복 관련 논문의 동향을 살펴보기 위하여 SSCI, AHCI, SCOPUS 등재 학술지를 중심으로 살펴보았다.

<표 5-16> 2016~2021년 한복 관련 학술 논문 게재 현황

연도	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
논문 수	1	7	3	6	3	3	23

2016~2021년 연도별 국외 학회지 게재 연구 분야 현황은 <표 5-17>와 같다. 디자인 분야가 총 8편으로 전체 논문 수의 약 35%를 차지하며 가장 높은 비중을 보인다. 다음으로 복식사 분야의 논문이 6편(약 26%), 마케팅 분야의 논문이 5편(약 22%)이다. 다음으로 소재 분야가 2편, 구성과 소품 분야가 각각 1편씩 집계됐다. 2017년 International Conference on Innovations in Economic Management and Social Science의 발표 논문인 ‘Analysis on Traditional Beauty of Korean Folk Costumes’는 국적이 중국인 저자의 논문이다.

<표 5-17> 2016~2021년 연구 주제별 국외 학술 논문 현황

연도	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	뷰티	교육 및 기타	합계
2016	1	0	0	0	0	0	0	0	1
2017	2	0	2	0	2	1	0	0	7
2018	2	1	0	0	0	0	0	0	3
2019	0	0	4	1	1	0	0	0	6
2020	1	0	1	0	1	0	0	0	3
2021	0	0	1	1	1	0	0	0	3
합계	6	1	8	2	5	1	0	0	23

## (2) 출판물

출판물은 출판사와 연구기관에서 발행한 단행본을 말한다. 단행본에는 출판사에서 발행한 창작 도서를 비롯하여 연구기관의 학술 전문 논문집과 보고서 및 정기간행물을 포함한다. 본 백서의 연구성과물인 출판물의 주제 분류 기준은 <표 5-18>과 같다.

한복 관련 전문 도서는 학술 도서와 교육 도서로, 일반 도서는 교양 도서와 창작 도서로 분류했다. 학술 도서는 전문 학술 도서로서 각 연구기관의 보고서 및 논문집과 각종 자료집을 포함한다. 교육 도서는 한복 관련 전문인들의 교육을 위한 교재 및 기능사 문제집 등을 포함한다. 교양 도서는 일반인들이 한복에 관련하여 입문하는 각종 만들기와 한복에 대한 일반교양 출판물을 포함한다. 창작 도서는 한복을 이용한 모든 창작 출판물을 포함한다.

〈표 5-18〉 출판물 분류 기준

2016 한복백서		2021 한복백서		
주제 분류	소설	전문 도서	학술	한복의 전문 학술도서 (보고서, 논문집, 자료집 등)
	어린이 도서			
	유아 도서			
	예술/대중문화			
	취업/수험서			
	역사/문화/풍속/신화	교육	전문인의 교육을 위한 도서 (대학 교재, 한복 기능사 문제집 등)	
	자기 계발/취미/실용	일반 도서	교양	일반인의 한복 관련 입문 도서 (만들기, 한복 일반 교양서 등)
인문/정치/사회	창작		한복을 이용한 창작 도서 (만화, 동화, 예술 등)	

2016~2021년 연구성과물인 출판물은 총 1,357권 집계됐다 〈표 5-19〉. 전문 도서는 총 955권으로 학술 도서가 922권과 교육 도서가 33권이고, 일반 도서는 총 388권으로 교양 도서가 331권, 창작 도서는 57권이고, 기타로 잡지가 14권이 조사됐다. 기타 잡지인 정기간행물은 발행주기(계간, 주간, 월간)에 상관없이 1회로 집계했다. 연도별 특징을 살펴보면 전문 도서 중 학술 도서는 2017년에 189권으로 전체 학술 도서의 약 20%가 발행되었고, 2020년에 129권(약 14%)으로 가장 적게 발행되었다. 학술 도서에는 학회에서 발행하는 논문집과 발표 논문집이 포함됐다.

〈표 5-19〉 2016-2021 출판물 현황

(단위: 권)

구분	전문 도서		일반 도서		기타 잡지	합계
	학술 도서	교육 도서	교양 도서	창작 도서		
2016	159	2	55	10		226
2017	189	5	86	17		297
2018	146	5	55	10		216
2019	143	7	55	9		214
2020	129	11	36	2		178
2021	156	3	44	9		212
소계	922	33	331	57		14
합계	955		388		14	

출판물을 연구 주제별로 분류한 전문 도서는 총 366권이 집계됐다 〈표 5-20〉. 학술 논문집과 발표 논문집은 다양한 주제의 논문을 집합하고 있는 복합적인 분류로 주제 소분류에서는 제외한다.

〈표 5-20〉 2016~2021년도 연구 주제별, 연도별 전문 도서 현황

(단위: 권)

	구분	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	뷰티	기타	합계
2016	학술 도서	30	0	5	12	7	1	0	3	58
	교육 도서	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	합계	30	2	5	12	7	1	0	3	60
2017	학술 도서	33	1	5	32	10	6	0	0	87
	교육 도서	0	1	0	2	1	0	1	0	5
	합계	33	2	5	34	11	6	1	0	92
2018	학술 도서	22	1	0	21	1	0	0	0	45
	교육 도서	2	1	0	2	0	0	0	0	5
	합계	24	2	0	23	1	0	0	0	50
2019	학술 도서	14	2	3	14	4	3	1	2	43
	교육 도서	5	1	0	1	0	0	0	0	7
	합계	19	3	3	15	4	3	1	2	50
2020	학술 도서	13	0	1	20	1	4	0	2	41
	교육 도서	7	2	1	1	0	0	0	0	11
	합계	20	2	2	21	1	4	0	2	52
2021	학술 도서	18	2	5	20	3	4	0	7	59
	교육 도서	0	2	1	0	0	0	0	0	3
	합계	18	4	6	20	3	4	0	7	62
총계		144	15	21	125	27	18	2	14	366

학술 도서의 연도별 특징을 살펴보면 2016년 학술 도서의 복식사 분야는 30권으로 총 학술 도서의 약 52%를 차지한다. 다음으로는 소재 분야가 12권(약 21%), 마케팅 분야는 7권(약 12%), 디자인 분야는 5권(약 9%), 기타 분야는 3권(약 3%), 소품 분야는 1권(약 2%) 발행됐다. 2017년에는 복식사 분야가 33권(약 38%), 소재 분야는 32권(약 37%), 마케팅은 10권, 소품은 6권, 디자인은 5권, 구성은 1권 발행됐다. 2018년에는 복식사 분야가 22권(약 49%), 소재 분야가 21권(약 47%), 구성과 마케팅이 각 1권씩 발행됐다. 2019년에는 복식사와 소재 분야가 각각 14권(약 33%)을 차지하였고, 마케팅이 4권, 디자인과 소품이 각 3권씩, 구성과 기타가 각 2권씩, 뷰티가 1권 발행됐다. 2020년에는 복식사 분야가 13권(약 32%), 소재 분야는 20권(약 49%), 소품이 4권, 기타가 2권, 디자인과 마케팅이 각 1권씩 발행됐다. 2021년에는 복식사 분야가 18권(약 31%), 소재 분야가 20권(약 34%), 기타가 7권, 디자인이 5권, 소품이 4권, 마케팅이 3권, 구성이 2권 발행됐다.

학술 도서에서 복식사 분야는 2017년에 33권으로 가장 많은 발행을 보이고, 2020년에 13권으로 가장 낮은 발행을 보였다. 소재 분야는 2016년에 12권으로 가장 적은 발행을 보이고, 2017년에 31권으로 가장 많은 발행을 하며 2021년에 20권으로 꾸준한 발행을 보였다. 소재 분야의 내용 중에는 전통 문양집이 총 소재 분야의 약 70%를 차지했다. 마케팅 분야는 2017년에 가장 많은 발행을 보이고, 한복 디자인 개발을 위한 e- 상업 기반 플랫폼 구축과 문화상품 콘텐츠 개발 및 한복 선호도와 한복 구매 행동에 대한

내용을 포함한다. 소품 분야는 신발과 안경을 비롯한 규방 및 복식 공예를 포함한다. 뷰티 분야는 전통 머리에 관한 내용이다. 다음 <표 5-21>은 출판물 중 학술 도서 사례이다.

<표 5-21> 2016~2021년 출판물 중 학술 도서 사례

구분	발행 학술 도서		
2016			
	<전통복식> 전북대학교 박물관	<의문의 조선> 경기도 박물관	<조선시대에도 유행과 패션이 있었다> 김영재
2017			
	<옷이야기가 들려주는 한국복식사> 임경화	<한 올 한 올 자연과 함께 짓다> 배순화	<전통한복> 김흥문
2018			
	<한복 인문학 사전> (사)한국지역인문자원연구소	<고구려 복식 문양의 도안 연구> 김동실	<아름다운 우리 저고리> 김혜순
2019			
	<시대와 공존하는 우리 옷> 김민지	<한눈에 보는 금박> 심연옥	<교복을 짓다> 한국공예디자인문화진흥원 한복진흥센터

2020			
	〈동아시아 복식의 역사〉 홍나영	〈가야 직물〉 박승원 등 6인	〈한국 전통쓰개와 복식공예〉 이미석 등 2인
2021			
	〈조선복식고〉 이여성	〈고전 한국 전통 문양〉 탐이미지 편집부	〈세계화를 위한 전통한복과 한스타일〉 채금석

교육 도서의 연도별 특징을 살펴보면, 2016년 교육 도서는 구성 분야가 2권 발행됐고, 2017년은 소재 분야가 2권, 구성과 마케팅 및 뷰티 분야에서 각각 1권씩 발행됐다. 2018년은 소재가 2권, 복식사가 2권, 구성이 1권 발행됐고, 2019년은 복식사 분야가 5권(약 71%), 소재와 구성 분야가 각각 1권씩 발행됐다. 2020년은 복식사 분야가 7권(약 64%), 구성이 2권, 디자인과 소재가 각 1권씩 발행됐고, 2021년은 구성이 2권, 디자인이 1권 발행됐다. 기타 분야는 7권(약 12%)이며, 내용은 한복 진흥을 위한 정책 부분과 한복 전문교육 지원 사업 자료의 발행이다.

교육 도서는 구성 분야가 매년 2권 이하지만 꾸준한 발행을 보였고, 전통 복식의 구성 제작, 한복 패턴 개발, 한복 기능사 문제집 등을 포함했다. 복식사는 2018년부터, 디자인은 2020년부터, 소재는 2017년부터 발행됐고, 마케팅과 뷰티는 2017년에만 발행됐다.

〈표 5-22〉 2016~2021년 출판물 중 교육 도서의 사례

구분	발행 교육 도서	
2016		
	〈한복만들기〉 구혜자	〈한복구성〉 홍선옥

2017			
	〈우리옷 한복만들기〉 이미식	〈알기 쉬운 패션 소재〉 공석봉	〈쉽게 따라할 수 있는 우리머리이야기〉 박유경 등 4인
2018			
	〈조선 1637-1897〉 왕의 옷을 짓다 이봉이	〈우리전통문양예술과 문양에 관한 사례집〉 워크디자인북 편집부	〈한복기능사 산업기사 문제집〉 광명숙 등 2인
2019			
	〈한국의복구성〉 박현경 등 3인	〈인간과 생명체의 경이로운 문양 조화〉 화인 편집부	〈궁중 복식을 보존하고 전승하는 것이 내 책무〉 구혜자
2020			
	〈전통 복식 따라 짓다 1 : 남성복식〉 이봉이	〈한산모시짜기〉 심연옥 등 3인	〈한복전문교육지원 '한복대학교' 프로그램 자료집〉 한국공예디자인문화진흥원 한복진흥센터

2021			
	〈한복만들기 : 속옷편〉 안애영 등 2인	〈한복기능사·산업기사 문제집 : 필기 및 실기〉 곽명숙	〈한복 입고 일하다〉 한복진흥센터

출판물을 연구 주제별로 분류하여 일반 도서를 살펴보면 <표 5-23>와 같이 총 388권이 집계됐다. 교양 도서를 주제로 분류하여 연도별 추이를 살펴보면 2016년 교양 도서는 복식사가 18권, 디자인이 12권, 마케팅이 8권, 구성과 소재가 각 6권, 소품이 4권, 기타(인문학)가 1권 발행됐다. 2017년에는 복식사가 25권, 디자인과 마케팅이 각 18권, 소재가 12권, 구성이 7권, 소품이 4권, 기타(역사와 문화)가 2권이다. 2018년에는 디자인이 17권, 소재가 13권, 복식사가 10권, 소품이 5권, 구성과 마케팅이 각 3권씩, 기타(인문학)가 4권 발행됐으며, 2019년에는 디자인이 17권, 복식사가 12권, 소품이 8권, 소재가 7권, 구성이 6권, 마케팅이 5권이 발행됐다. 2020년에는 디자인이 11권, 복식사가 7권, 구성이 5권, 소재가 4권, 마케팅과 소품이 각 3권씩, 기타가 2권, 뷰티가 1권 발행됐으며, 2021년에는 복식사와 디자인이 각 14권씩, 소재가 7권, 마케팅이 3권, 구성과 기타(문화)가 각 2권씩, 소품과 뷰티가 각 1권씩 발행됐다.










<표 5-23> 2016~2021년도 연구 주제별, 연도별 일반 도서 현황

		(단위: 권)								
구분		복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	뷰티	기타	합계
2016	교양 도서	18	6	12	6	8	4	0	1	55
	창작 도서	4	0	1	3	0	0	0	2	10
	합계	22	6	13	9	8	4	0	3	65
2017	교양 도서	25	7	18	12	18	4	0	2	86
	창작 도서	2	0	7	4	0	0	0	4	17
	합계	27	7	25	16	18	4	0	6	103
2018	교양 도서	10	3	17	13	3	5	0	4	55
	창작 도서	3	0	2	0	0	0	0	5	10
	합계	13	3	19	13	3	5	0	9	65
2019	교양 도서	12	6	17	7	5	8	0	0	55
	창작 도서	3	0	1	3	0	0	0	2	9
	합계	15	6	18	10	5	8	0	2	64
2020	교양 도서	7	5	11	4	3	3	1	2	36
	창작 도서	1	0	1	0	0	0	0	0	2
	합계	8	5	12	4	3	3	1	2	38
2021	교양 도서	14	2	14	7	3	1	1	2	44
	창작 도서	3	0	1	3	0	0	0	2	9
	합계	17	2	15	10	3	1	1	4	53
총계		102	29	102	62	40	25	2	26	388



주제별로 살펴보면 디자인 분야가 89권으로 총 교양 도서의 약 27%를 차지하고, 복식사 분야가 86권(약 26%), 소재가 49권(약 15%), 마케팅이 40권(약 12%), 구성이 29권(약 9%), 소품이 25권(약 8%), 기타가 11권(약 3%), 부티가 2권(약 1%)을 차지했다. 소재 분야는 문양의 의미와 색 및 바느질 관련 내용을 포함하고, 구성 분야는 아이 옷과 인형 옷 만들기를 많이 포함하며, 기타 분야는 어린이의 인성교육과 여행기, 인문학 등을 포함한다. 이들은 구성 내용을 생활 문화에 접목하여 친숙한 접근이 가능하도록 표현하고 있다.

〈표 5-24〉 2016~2021년 출판물 중 교양 도서 사례

구분	발행 교양 도서		
2016			
	〈한 권으로 읽는 교과서 우리 옷〉 김복희	〈색의 인문학 (색으로 엮는 문화와 심리탐색)〉 성기혁	〈내 손으로 만드는 사랑스러운 우리아이 한복〉 코하스아이디 소잉스토리
2017			
	〈한국인의 생활문화 1: 관혼상제 의례와 복식문화〉 최준식	〈장인의 길〉 서주희	〈손 끝에 한복〉 이다빈
2018			
	〈조선 이전 우리옷 한복 이야기〉 글림자	〈꽃꽃 물레옷〉 임명수 등 2인	〈옷으로 세상 여행〉 송명견

2019			
	<p>&lt;한성백제 시간 여행을 위한 친절한 안내서&gt; 김진호</p>	<p>&lt;우리 옷감에 깃든 철학과 정신&gt; 천진기</p>	<p>&lt;한복 인형옷 만들기&gt; 김경민</p>
2020			
	<p>&lt;한국문화콘텐츠와 스토리텔링&gt; 서순복</p>	<p>&lt;충보다 강한 실&gt; 카시아 세인트</p>	<p>&lt;이춘희의 모던한복 만들기&gt; 이춘희</p>
2021			
	<p>&lt;70여 년 만에 고국으로 돌아온 대한제국 황실의 복식, 즉&gt; 이정민</p>	<p>&lt;궁궐로 떠나는 문양여행&gt; 이향우</p>	<p>&lt;한복이 좋아서 인형이 예뻐서&gt; 조영남</p>

창작 도서를 주제로 분류하여 연도별 추이를 살펴보면, 2016년에 창작 도서는 총 10권 발행되었는데, 그 중 복식사가 4권, 소재가 3권, 기타가 2권(인성교육, 인문학), 디자인이 1권이고, 2017년에는 디자인이 7권, 소재가 4권, 기타(여행기와 인문학)가 4권, 복식사가 2권 발행됐다. 2018년에는 기타(인성교육과 여행기)가 5권, 복식사가 3권, 디자인이 2권, 2019년에는 복식사와 소재가 각 3권, 기타(경제와 역사) 2권, 디자인이 1권 발행됐다. 2020년에는 복식사와 디자인이 각각 1권씩 발행됐고, 2021년에는 복식사와 소재가 각각 3권씩, 기타(문화)가 2권, 디자인이 1권 발행됐다.

출판물 중에 도록은 2016년에는 12권, 2017년에는 13권, 2018년에는 13권, 2019년은 7권, 2020년은 7권, 2021년은 10권으로 집계됐다.









〈표 5-25〉 2016~2021년 출판물 중 창작 도서 사례

구분	발행 창작 도서		
2016	 <p>〈구르미 그린 달빛 photo essay〉 KBS 구르미 그린 달빛 제작팀</p>	 <p>〈어여쁜 한복〉 최성수 등 2인</p>	
2017	 <p>〈Hanbok, My Fairy Friends, My Child〉 Shin Sunmi</p>	 <p>〈신선미의 한복유희〉 신선미</p>	 <p>〈물들이다〉 흑요석</p>
2018	 <p>〈한복이 너무해〉 김아영</p>	 <p>〈나는 박물관에 간다〉 오동석</p>	 <p>〈유아 인성 함양을 위한 전통문화 교육〉 엄세나</p>
2019	 <p>〈모던한복은 어떤 디자인일까?〉 이춘희</p>	 <p>〈아주 작은 디테일의 기적 II〉 변명식</p>	 <p>〈기록 따라 떠나는 한국고전기행〉 박의서</p>

2020		
	<I Like Hanbok More> 황은경	
2021		
	<내가 걸은 한국문화, 한국교회> 안준배	<한복 교복이 되다> 한국공예·디자인문화진흥원 한복진흥센터

연도별 특징을 살펴보면 2016년은 ‘그리움을 입고 연정을 짓다’와 ‘석주선 박사의 우리 옷 나라’ 등과 같은 복식사 분야의 도록이 7권(약 58%)이고, ‘보존과학, 우리 문화재를 지키다’와 ‘자연의 빛으로 지은 우리 옷’ 등과 같은 소재 분야가 5권이다. 2017년은 ‘대한 제국, 복식에 깃든 위엄’ 등과 같은 복식사 분야가 6권, ‘모시 짜기’와 같은 소재 분야가 3권, ‘모자, 품격의 완성’과 같은 소품 분야가 4권이다. 2018년은 ‘여성 한복, 근대를 만나다’와 ‘마음을 담아 지은 사랑, 아이 옷’, ‘오색 美麗 기품’ 등 복식사 분야가 11권이고, 소재와 구성이 각 1권씩이다. 2019년은 ‘이현충과 안동김씨 묘 출토 복식’과 ‘제주 복식’ 등과 같은 복식사가 4권이고, ‘새바람 이영희 기증 복식’ 같은 디자인이 1권, 소재와 소품이 각 1권씩이다. 2020년은 ‘조선 왕실 군사력의 상징, 군사 의례’와 같은 복식사가 5권이고 ‘선비의 멋, 갓’과 같은 소품이 2권, 2020 한복 전문 교육지원 사업 프로그램 자료집의 한복 대교는 디자인 분야로 1권이다. 2021년은 ‘창녕성씨 성급 부부 합장묘 출토 복식’ 등과 같은 복식사 분야가 4권, ‘실로 짠 그림 조선의 카펫, 모담’과 같은 소재가 2권, ‘전통 신의 모양새와 짜임새’와 같은 소품이 3권이고 디자인이 1권이다. 2019년과 2020년을 제외하면 매년 10권 이상의 도록이 발행됐다. 2018년은 복식사 도록의 비중이 높게 나타났고, 2021년에는 소재와 소품 분야에서 다양한 도록이 발행됐다.

<표 5-26> 2016~2021년 출판물 중 도록 사례

구분	발행 도록		
2016			
2017			
2018			
2019			
2020			
2021			

## 2. 교육

본 백서는 교육 동향을 파악하기 위해 교육하는 기관과 교육 활동 및 결과물로 조사했다. 교육기관은 교육 주체에 따라 정규교육과 비정규교육으로 나누고, 한복에 관한 교육을 정규교육의 교과과정과 비정규교육의 교육 활동으로 그 현황을 살펴보았다.

### 1) 정규교육

정규교육은 교육부가 주관하는 교육과정을 말한다. 교육과정은 초·중·고등학교의 중등 교육과정과 대학의 교육과정을 포함하며, 정규교육의 교과과정에서 한복에 관련한 교육을 조사했다.

#### (1) 초·중·고등교육

초·중·고등교육의 교과서 내용 중에서 한복 관련 부분은 <표 5-27>과 같다. 초등학교의 교과과정은 3~4학년 사회 교과서와 5~6학년 실과 교과서에 한복 내용을 포함한다. 3~4학년 사회 교과서 ‘우리 고장 옛이야기’ 중단원에서 고장의 생활 모습과 고장의 인물로 한복 착용을 보여주고 있고, ‘우리 고장의 문화유산’ 중단원에서 한산모시짜기를 소개하고 있다<sup>131)</sup>. 또 ‘시대마다 다른 삶의 모습’에서 직조와 바느질을 알려주고, 가락바퀴 모형으로 실을 만드는 활동을 하고, 세시풍속에 옷차림으로 한복 착용을 보여준다<sup>132)</sup>. ‘사회 변화와 문화 다양성’의 교실 밖 이야기에서는 한복을 입은 외국 관광객을 소개하고 있다<sup>133)</sup>. 5~6학년 실과 교과서 의생활 부분은 셋째 마당과 다섯째 마당으로 2개의 단원을 할당하고 있지만 한복 관련 내용은 다섯째 마당에서만 나타났다. 소단원 ‘둘. 때와 장소, 상황에 맞게 입어요.’에서는 옷의 여러 가지 기능을 알아보는 학습 목표로 사람들과의 관계를 맺을 때 옷의 중요한 역할을 표현하고 있다. 장소와 목적, 만나는 사람에 따라 적절한 옷차림을 하여 예의를 나타내고, 우리 문화의 예의범절과 인성교육 내용으로 명절에 한복 입기를 권유하고 있다<sup>134)</sup>.

중등학교 교과 내용을 살펴보면 소단원의 ‘3) 타인을 배려하는 의생활’에서는 우리 전통 의상인 한복의 아름다움을 되새기며 특별한 상황에서의 옷차림으로 결혼식, 장례식 등 상황에 어울리고 격식에 맞는 옷차림을 하여 예의를 표현해야 함을 담고 있다<sup>135)</sup>. 소단원 ‘2) 의복 재료의 특성’에서는 의복 재료의 특성에 알맞은 관리를 알려준다.

고등학교 교과 내용을 살펴보면 소단원 ‘1) 한복의 특징과 우수성’에서는 한복의 미적 특성으로 형태의 미, 색채의 미, 소재의 미로 표현하고, 기능적 우수성은 실용성과 활동

131) 김정인 외. 사회. (주)천재교육. pp. 50-58, 73.

132) 김정인 외. 사회. (주)천재교육. pp. 68-69, 78-81, 104.

133) 김정인 외. 사회. (주)천재교육. p.112.

134) 이춘식 외. 실과. (주)천재교육. pp. 96-97.

135) 이춘식 외. 기술 가정. (주)천재교육. p.65.

성 그리고 건강과 환경으로 나타났다. 한복의 변천은 삼국시대, 고려시대, 조선시대, 개화기 이후로 분류하였고 한복의 바른 옷 입기와 옷고름 매기를 설명하고 있다. 소단원 '3) 창의적인 의생활의 실천'에서는 의생활의 변화로 한복의 예복화를 설명하면서 한복의 기능적 장점을 잘 활용하여 전통문화를 계승하자는 내용을 보인다.

초등학교에서는 한복을 입고 체험하는 문화에 중점을 두고 있고, 중학교에서는 한복 자체의 아름다움과 우수성에 높은 평가를 주어 문화콘텐츠 활용방안에 중점을 두고 있다.

〈표 5-27〉 초·중·고등학교 실과 가정에 한복 관련 현황

구분	대단원	중단원	소단원	내용
초등학교	1. 우리가 알아보는 고장 이야기	1. 우리 고장의 옛이야기	둘. 옛이야기로 우리 고장에 관해 무엇을 알 수 있을까요?	옛이야기로 알 수 있는 고장 사람들의 생활 모습 옛이야기로 알 수 있는 고장의 인물
		2. 우리 고장의 문화유산	하나, 문화유산이란 무엇일까요?	한산모시짜기
	2. 시대마다 다른 삶의 모습	1. 옛날과 오늘날의 생활 모습	넷, 옷을 만드는 도구가 변화하면서 생활 모습은 어떻게 달라졌을까요?	직조와 바느질을 소개. 가락바퀴 모형으로 실을 만들기.
		2. 옛날과 오늘날의 세시풍속	하나, 세시풍속이 무엇일까요?	세시풍속에 어울리는 옷으로 한복을 착용한다.
	3. 가족의 모습과 역할변화	1. 가족의 구성과 역할변화에	하나, 옛날과 오늘날의 혼인 풍습을 비교해 볼까요?	전통 혼례식에서 한복 착용.
	3. 사회 변화와 문화 다양성	1. 사회 변화로 나타난 일상생활의 모습	넷, 세계화는 우리의 일상생활에 어떤 영향을 미쳤을까요? 교실 밖 이야기	세계로 나가는 한류-우리 전통문화를 체험하는 외국 관광객
다섯째 마당	나는야 생활 속 건강과 안전 지킴이	2. 나의 생활과 옷차림	둘. 때와 장소, 상황에 맞게 입어요.	
중등학교	II. 청소년의 생활과 안전	2. 가정생활과 안전	2. 옷차림과 의복 마련	3) 타인을 배려하는 의생활
	III. 청소년의 자원 관리	3. 자원 관리와 자립	2. 의복 관리와 재활용	2) 의복 재료의 특성
고등학교	II. 가정생활 문화와 안전	1. 가정생활 문화의 창조와 실천	2. 한복과 창의적인 의생활	1) 한복의 특징과 우수성
				3) 창의적인 의생활의 실천 탐구활동

한국공예·디자인 문화진흥원 주관으로 한복 교육 보급 프로그램 교육콘텐츠 교안은 〈표 5-28〉과 같다. 2014년부터 한국공예·디자인문화진흥원에서 진행한 '찾아가는 한복 문화 교육'의 교재로 사용할 목적으로 개발했다. 유아와 초등저학년부터 고등학교까지가 교육 대상이다. <짚이가 들려주는 우리 옷 '한복' 이야기>는 한복 문화와 우리 옷 '한복'을 바르게 이해하는 놀이형 활동 학습 교안이다. <한복 퀴즈대회 우승자는 누구?>는 퀴즈를 통해 한복을 알아가는 교육 영상 활동지이다. <무지갯빛 색동저고리>는 한복 입는 법 등의 이론 수업 활동지이다. <풍당, 매력적인 한복의 세계로>는 초등 고학년을 위한 이론 수업 활동지이다. <한복을 입고 세계를 날다>는 중고등학교를 위한 이론 수업 활동지이다.

다. <찾아가는 한복 문화 교육프로그램>은 예절, 복식, 의례 등의 콘텐츠를 선택하여 유아부터 고등학생까지 대상으로 수업을 진행하는 교육프로그램이다.

<표 5-28> 유아부터 고등학생까지 한복 교육 교안

대상	초등저학년		
교재			
내용	초등 저학년 어린이들이 학교에서 선생님과 함께 놀면서 배울 수 있도록 기획했다.	초등 저학년을 위한 교육 영상 활동지이다.	초등 저학년을 위한 이론 수업 활동지이다.
대상	초등 고학년	중고등학년	유아부터 고등학생까지
교재			
내용	초등 고학년을 위한 이론 수업 활동지이다.	찾아가는 한복 문화교육 중고등학년 활동지이다.	우리 옷 한복을 재미있게 배우고 직접 입어보며 한복을 가까이 느낄 수 있도록 고안한 한복 문화교육 프로그램이다.

전국의 특성화 고등학교에서 의상 관련 학과를 운영하는 학교는 총 11개 학교로 <표 5-29>와 같이 집계됐다. 교육부 통계 서비스에서 제공한 '2017년 특성화고 마이스터고 고등학교 유형별 학교별 현황' 자료에 기재된 총 516개 특성화 고등학교 홈페이지를 방문하여 집계했다. 의상 관련 학교는 서울지역이 4학교, 인천지역은 3학교, 경기, 춘천, 충주, 부산 지역은 각 1학교씩 운영하고 있다. 학교의 교과과정 중에서 한복 관련 수업을 진행하는 학교는 서울지역의 서울디자인학교, 인천지역의 인천생활과학고등학교, 춘천 지역의 춘천한샘고등학교로 조사됐다. 교과과정은 2022년을 중심으로 살펴보면, 한복 관련 교과명은 한복 명장 기술 전수(기초반, 심화반), 한국 의복 구성, 염색 수업으로 3개 교과 과정을 운영했다.

서울디자인고등학교는 명장 기술 전수 프로그램을 진행하고 있다. 한복 명장 기술 전수 기초/심화 수업을 정규수업으로 교과과정에 편성하고 있다. 또한 학과동아리 활동으로 한복 명장 공방인 전통 한복 제작동아리가 박춘화 명장을 중심으로 하여 활동 중이다.



〈표 5-29〉 의상 관련 특성화 고등학교 목록 및 한복 교과과목 수업 현황

지역	학교	학과	과목명	입학생 (명)	학급 (반)
서울	서울디자인고등학교	패션디자인과	한복명장기술전수 기초/심화 수업	40	2
	예림디자인고등학교	패션스타일리스트과	수업 없음	20	1
	세그루패션디자인고등학교	의상패션디자인과 패션제품디자인과	수업 없음	36	2
	성동글로벌경영고등학교	패션디자인과	수업 없음	36	2
인천	인천생활과학고등학교	패션스타일과	한국 의복 구성/염색	40	2
	인천 미래 생활 고등학교	패션코디네이터과	수업 없음	40	2
	인천디자인고등학교	패션디자인과	수업 없음		
경기	안산디자인문화고등학교	패션디자인과	수업 없음	48	2
춘천	춘천한샘고등학교	패션디자인과	한복 의복 구성	22	1
충주	한림디자인고등학교	패션디자인과	수업 없음	20	1
부산	부산문화여자고등학교	패션디자인과	수업 없음	총 174 (8개 반)	2

## (2) 대학 교육

대학 교육은 2~3년제 대학과 4년제 대학의 교과과정을 나누어 살펴보았다. 본 백서의 전국 2~3년제 대학은 총 137개교이고, 4년제 대학은 총 204개교로 집계됐다. 각 학교의 한복 전공 학과와 학과 명칭에 한복과 관련된 전공이 포함된 경우를 포함하여 조사했다. 한복 관련 교과과정은 2021학년도를 중심으로 살펴보았다. 조사 방법은 각 대학의 홈페이지에서 교과과정을 검색했다.

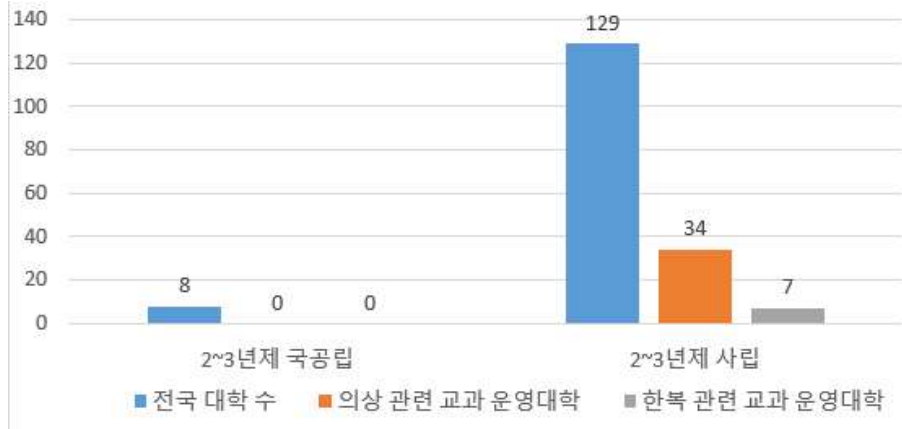
### ① 2~3년제 대학

한국전문대학교육협의회<sup>136)</sup>에 등록된 2~3년제 대학은 총 137개교이다. 다음 〈표 5-30〉과 같이 대학 설립 주체로 나뉘면 국·공립대학이 8개교이고, 사립대학은 129개교이다. 의상 관련 교과 운영대학은 34개교이고 한복 관련 교과를 운영하는 대학은 7개교로 조사 됐다 〈그림 5-4〉. 의상과 관련한 교과를 운영하는 국·공립대학은 없으며 사립대학에서 34개교가 운영 중이다.

〈표 5-30〉 전국 2~3년제 대학교 현황

구분	전국 대학 수	의상 관련 교과 운영대학	한복 관련 교과 운영대학
2~3년제 국공립	8	0	0
2~3년제 사립	129	34	7
합계	137	34	7

136) www.kcce.or.kr



<그림 5-4> 전국 2~3년제 대학교 현황

학과 34개교 중에서 한복과 관련된 교과과정을 운영하는 학교는 7개교로 조사됐다. 다음 <표 5-31>은 한복 관련 교과 운영을 진행하는 대학 목록이다. 배화여자대학교는 패션산업학과와 한복 문화콘텐츠과를, 장안대학교는 패션디자인과/스타일리스트과를, 청강문화산업대학교는 패션스타일리스트과정과 브랜드창업과정을 각각 2개씩 운영하며 한복 관련 교과를 모두 진행하고 있다.

<표 5-31> 한복 관련 교과 운영을 진행하는 2~3년제 대학 목록

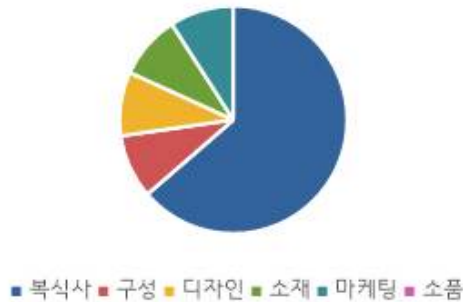
대학	단과대	학과
배화여자대학교	자연과학 문화 융복합 학부	패션 산업학과/한복문화콘텐츠과
서일대학교	예체능계열	패션산업학과
송의여자대학교	영상&디자인학부	패션디자인과
신구대학교	산업디자인학부	패션디자인과
용인예술과학대학교	예체능계열	스타일리스트과
장안대학교	디자인학부	패션디자인과/ 스타일리스트과
청강문화산업대학교	패션뷰티스타일스쿨	패션스타일리스트과정/브랜드창업과정

교과과정을 주제로 나누어 살펴보면 <표 5-32>와 같다. 총 11개의 교과과정 중에 복식사 분야가 7개, 구성 분야가 1개, 디자인 분야가 1개, 소재 분야가 1개, 마케팅 분야가 1개, 소품 분야가 1개로 집계됐다. 복식사 분야가 총 교과 영역의 각 64%를 차지하며 높은 비중을 보였다 <그림 5-5>. 교과명은 한국 복식사, 한복 제작, 한복기획과 생산, 염색 디자인 등이다. 배화여자대학교는 3개의 교과과정을 운영하고 있으며, 다른 학교는 학과별로 1개의 교과과정을 운영하고 있다. 배화여자대학교의 한복문화콘텐츠과의 교과과정은 제외했다.

〈표 5-32〉 전국 2~3년제 대학교 한복 관련 교과과정 현황

구분	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	합계
2~3년제 국공립	0	0	0	0	0	0	0
2~3년제 사립	7	1	1	1	1	0	11
합계	7	1	1	1	1	0	11

2~3년제 한복관련 교과과정



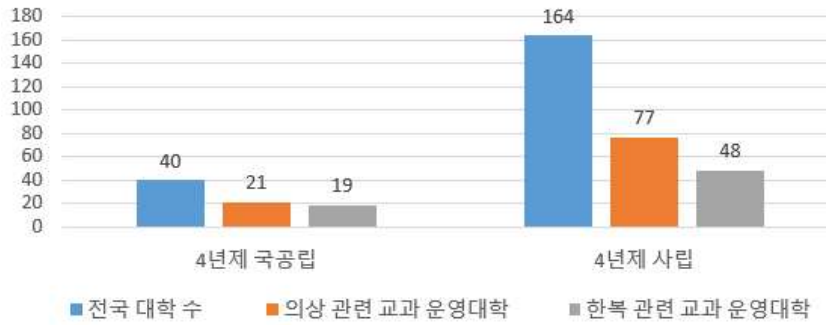
〈그림 5-5〉 2~3년제 대학 한복 관련 교과과정 현황

## ② 4년제 대학

교육부에서 출간한 2021학년도 4년제 대학 모집 단위별 입학정원에 등록된 대학교는 총 204개교이다. 이중 의상 관련 교과 운영을 진행하는 대학은 98개교이고, 그중 한복 관련 교과 운영을 진행하는 대학은 67개교로 집계됐다. 〈표 5-33〉과 같이 대학의 설립 주체로 분류하면 4년제 국·공립대학은 전국의 40개교이고, 사립대는 164개교이다. 의상 관련 교과를 운영하는 대학은 총 98개교로 조사되었고 이중 국·공립대학은 21개교이고 사립대학은 77개교이다. 한복 관련 교과를 운영하는 대학은 총 67개교이고, 이중 국·공립대학은 19개교이고 사립대학은 48개교로 조사됐다 〈그림 5-6〉.

〈표 5-33〉 전국 4년제 대학교 현황

구분	전국 대학 수	의상 관련 교과 운영대학	한복 관련 교과 운영대학
4년제 국공립	40	21	19
4년제 사립	164	77	48
합계	204	98	67



〈그림 5-6〉 전국 4년제 대학교 현황

4년제 대학의 한복 관련 교과과정을 주제로 나누어 살펴보면 <표 5-34>와 같다. 교과과정은 4년제 전체의 대학에서 총 167개가 운영되고 있는 것으로 조사됐다. 국·공립대학은 67개의 교과과정을 운영하고, 사립대학은 100개의 교과과정을 운영했다. 국·공립대학의 교과과정 총 67개 중에서 구성 분야가 21개(약 31%)로 높은 비중을 보이고, 다음으로 복식사 분야가 16개(약 24%), 디자인 분야가 14개(약 21%)를 보였다. 소재와 마케팅 분야는 각 7개(약 10%), 소품 분야가 2개(약 3%)로 나타났다.

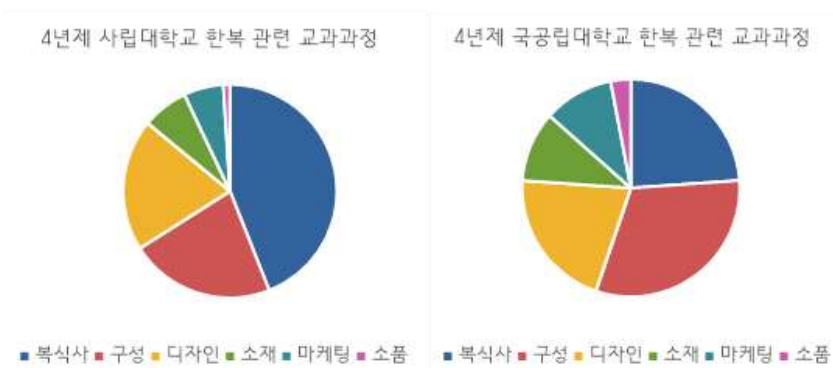
사립대학에서는 총 100개의 교과과정 중에서 복식사 분야가 44개(44%)를 차지하는 높은 비중을 보이고, 다음으로 구성과 디자인 분야가 각 22개(22%)와 20개(20%), 소재와 마케팅 분야는 각 7개(7%)와 6개(6%), 소품은 1개의 교과과정을 보였다. 복식사, 구성, 디자인 분야가 총 137개의 교과과정으로 전체 167개의 약 82%를 차지했다 <그림 5-7>.

4년제 대학은 한복 관련 교과과정을 평균 2개 이상 운영하고 있다. 단 국·공립대학의 3개교와 사립대학은 24개교가 1개의 교과과정을 운영하는 것으로 조사됐다. 1개의 교과과정을 운영하는 국·공립대학의 교과명은 ‘한국 복식과 글로벌 패션디자인’, ‘천연염색’, ‘전통문화와 K 디자인’ 이다. 1개의 교과과정을 운영하는 사립대학은 복식사 분야가 14개교, 구성이 6개교, 소재, 디자인, 소품, 마케팅 관련이 1개씩 운영하는 4개교가 있다. 이들은 구성보다는 복식사 교과를 2배 이상 운영하여 이론 중심의 교과에 편중되는 것으로 조사됐다. 국립공주대학교 문화재 보존과학과의 소재 분야 ‘유기질문화재보존과학’ 전공 심화 과목과, 국립안동대학교 소재 분야 ‘대마생산문화’, ‘안동포 전통문화의 이해’ 과목이 지역 특성을 반영한 교육운명을 하고 있다. 염색 분야는 국립경북대학교와 국립군산대학교 2개교에서 교과를 운영 중이다.

국·공립대학은 한복 구성 분야, 사립대학은 복식사 분야를 다른 교과보다 중점으로 운영하는 특색을 보였다.

〈표 5-34〉 전국 4년제 대학교 한복 관련 교과과정 현황

구분	4년제 국공립	4년제 사립	합계
복식사	16	44	60
구성	21	22	43
디자인	14	20	34
소재	7	7	14
마케팅	7	6	13
소품	2	1	3
합계	67	100	167



〈그림 5-7〉 4년제 한복 관련 교과과정 현황

### ③ 일반 대학원

한복 관련 교과과정을 운영하는 대학원 수는 국·공립대학교 대학원이 17개교, 사립대학교 대학원이 31개교로 총 48개교 대학원이 집계됐다 〈표 5-35〉. 한복 관련 교과과정은 총 215개로 집계됐다. 국·공립대학교 대학원의 교과과정은 77개, 사립대학교 대학원의 교과과정은 138개로 나타났다.

〈표 5-35〉 한복 관련 대학원 수 및 교과과정 수

구분	한복 관련 교과과정 운영 대학원 수	한복 관련 교과과정 수
국·공립대학교 대학원	17	77
사립대학교 대학원	31	138
합계	48	215

대학원의 한복 관련 교과과정의 현황은 〈표 5-36〉과 같이 집계됐다. 주제별로 살펴보면 국·공립대학교 대학원은 복식사 분야가 34개(약 44%)를 차지하고 있고, 다음으로 소

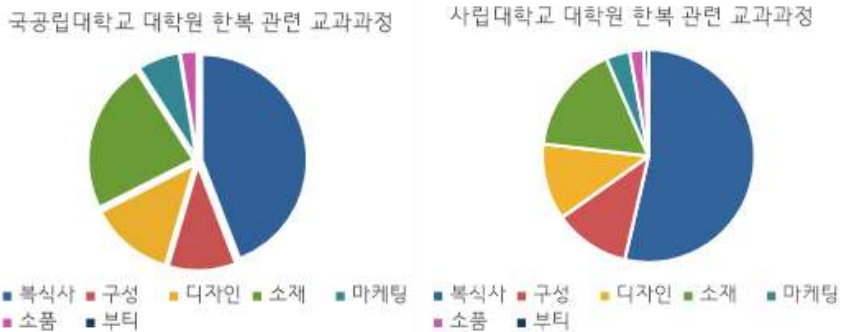
재 분야가 18개(약 23%), 디자인 분야가 10개(약 13%), 구성 분야가 8개(약 10%), 마케팅 분야가 5개(약 6%), 소품 분야가 2개(약 3%)의 비중을 보였다.

사립대학교 대학원은 복식사 분야가 74개(약 55%)를 차지하고 있고, 다음으로 소재 분야가 23개(약 17%), 구성과 디자인 분야가 각 16개(약 12%), 마케팅 분야가 5개(약 4%), 소품 분야가 3개(약 2%), 뷰티 분야가 1개(약 1%)의 비중을 보였다.

국·공립대학교와 사립대학 대학원 교과과정은 복식사 분야가 50% 내외로 가장 높은 비중을 나타내고 있으며, 이어 소재 분야가 20% 내외, 디자인과 구성이 10% 내외, 마케팅이 5% 내외, 소품이 2% 내외로 두 기관이 비슷한 교과 비중을 보였다 <그림 5-8>.

<표 5-36> 대학원의 한복 관련 교과과정 현황

구분	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	뷰티	합계
국공립	34	8	10	18	5	2		77
사립	74	16	16	23	5	3	1	138
합계	108	24	26	41	10	5	1	215



<그림 5-8> 대학원 한복 관련 교과과정 현황

<표 5-37>은 한복 전문 교육기관의 변화에 대하여 2016 한복 백서와 비교한 현황이다. 2016년 한복 백서의 건국대학교 디자인대학원의 전통 복식 디자인전공이 패션디자인전공에 한복 의상 워크숍으로 교과과정이 변경됐다. 단국대학교 대학원의 전통의상학과와 한남대학교 사회문화·행정복지대학원의 한국 전통 복식학과는 그대로 유지됐다. 국립 한국전통문화대학교 전통미술 공예학과는 대학원으로 새롭게 개원했으며, 대학교로는 배화여자대학교의 자연과학 문화 융복합 학부 한복문화콘텐츠과가 한복 전문 교육기관으로 개설됐다.

〈표 5-37〉 한복 관련 전문 교육기관의 비교 현황

유형	2016 한복백서	2021 한복백서
대학원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건국대학교 디자인대학원 전통복식디자인 전공</li> <li>- 단국대학교 대학원 전통의상학과</li> <li>- 한남대학교 사회문화 행정복지대학원 한국전통복식과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건국대학교 디자인대학원 패션인더스트리학과 패션디자인전공 / 한복의상워크숍 (변경)</li> <li>- 단국대학교 대학원 전통의상학과</li> <li>- 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 한국전통복식과</li> <li>- 한국전통문화대학교 대학원 전통미술공예학과 (개원)</li> </ul>
대학	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국전통문화대학교 전통미술공예학과</li> <li>- 원광디지털대학교 한국복식과학학과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국전통문화대학교 전통미술공예학과</li> <li>- 원광디지털대학교 한국복식과학학과</li> <li>- 배화여자대학교 자연과학 문화 융복합 학부 한복문화콘텐츠과</li> </ul>

한복 전문 교육기관의 교과과정 현황은 다음 〈표 5-38〉과 같이 총 142개가 집계됐다. 한국전통문화대학교 대학원은 총 30개, 단국대학교 대학원은 45개, 한남대학교 대학원은 28개, 원광디지털대학교 한복복식과학학과는 29개, 배화여자대학교 한복문화콘텐츠과는 10개가 집계됐다. 주제별로 나누어 살펴보면 소재 분야가 52개(약 37%)를 차지하고, 다음으로 복식사 분야가 35개(약 28%), 구성 분야가 15개(약 12%), 소품 분야가 14개(약 10%), 디자인 분야가 13개(약 9%), 마케팅 분야가 2개(약 1%)의 비중을 보였다. 비교는 11개(약 8%)로 미술사, 박물관학 졸업 평가, 교육프로그램을 포함하고 있다.

학교별 특징을 살펴보면 한국전통문화대학교 대학원은 소재 분야가 가장 높은 비중을 보이고, 단국대학교 대학원은 복식사와 소재 분야에 가장 높은 비중을 보인다. 한남대학교 대학원은 소재와 소품 분야에 비중이 많이 나타나고, 원광디지털대학교 한국복식과학학과는 소재 분야에 가장 높은 비중을 보이고, 배화여자대학교 한복문화콘텐츠과는 디자인 분야에 가장 높은 비중을 보인다.

〈표 5-38〉 한복 전문 교육기관의 교과과정 현황

구분	복식사	구성	디자인	소재	마케팅	소품	비교	합계
(국립)한국전통문화대학교 대학원	5	4	0	15	2	1	3	30
(사립) 단국대학교 대학원	17	5	2	15	0	4	2	45
(사립)한남대학교 대학원	4	6	4	7	0	6	1	28
(사립) 원광디지털대학교 한국복식과학학과	8	0	2	12	0	2	5	29
(사립) 배화여자대학교 한복문화콘텐츠과	1	0	5	3	0	1	0	10
합계	35	15	13	52	2	14	11	142

## 2) 비정규교육

비정규교육은 교육부에서 주관하는 정규교육을 제외한 기타의 교육 활동 전반을 통칭하여 이른다. 본 백서는 교육의 목적에 따라서 취미교육과 직업교육으로 나누고 교육의 활동과 기관의 현황을 파악했다. 취미 교육은 정부의 평생교육 진흥법에 따른 평생교육기관 분류를 참조하여 그 범위를 선정했다. 직업교육은 정부 기관에 소속되어 있는 직업훈련기관을 대상으로 했다. 교육의 결과물인 자격증은 국가 기술 자격증에 대하여 특성과 현황을 조사했다.

### (1) 취미 교육

취미 교육은 직업이나 생계의 목적이 아닌 형태로 일반교양 교육이다. 본 백서에서는 국가평생교육진흥원 평생교육 백서<sup>137)</sup> 자료에 따라 평생교육기관의 현황 및 프로그램 현황과 세부 주제별 현황을 파악하여 교육 동향을 분석했다. 조사 대상은 현재 평생교육기관에서 분류하는 비형식과 준형식 중에서 본 백서의 교육목적에 부합하는 비형식 평생교육기관만을 대상으로 선정했다. 2021년 비형식 평생교육기관 현황에 기재된 평생교육기관은 총 3,034개이다. 각 기관의 홈페이지에서 평생교육 프로그램 현황을 검색했다. 2022년 강좌를 중심으로 집계했다. 한복 관련 교육을 시행하는 기관은 <표 5-39>와 같이 총 123개이다.

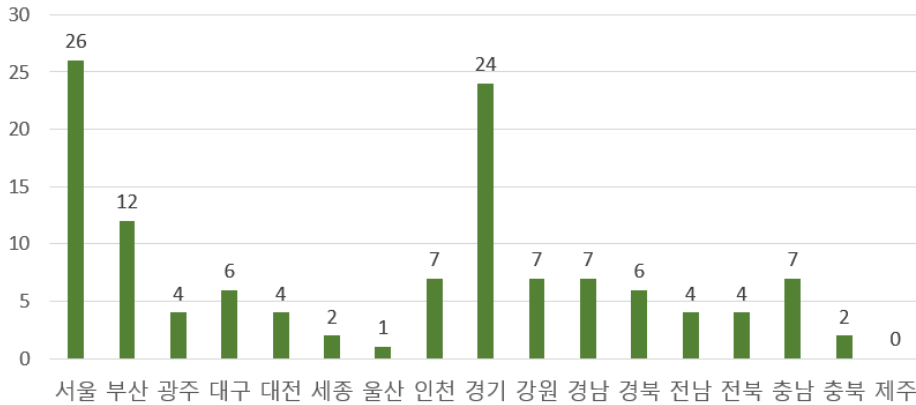
<표 5-39> 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수

지역	서울	부산	광주	대구	대전	세종	울산	인천	경기	강원	경남	경북	전남	전북	충남	충북	제주	합계
기관 수	26	12	4	6	4	2	1	7	24	7	7	6	4	4	7	2	0	123

지역적으로는 서울이 26개(약 21%)로 가장 높은 비중을 보이고, 다음은 경기도가 24개(약 20%)의 비중을 보였다. 세종시와 충청북도가 각 2개(약 2%)로 낮은 비중이 나타났고 제주에는 시행하는 기관이 없는 것으로 조사됐다 <그림 5-9>.

137) 국가평생교육진흥원 www.nile.or.kr





〈그림 5-9〉 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수

지역별 평생교육기관 대분류별 한복 관련 강좌 진행 기관 수를 살펴보면 다음 〈표 5-40〉과 같다. 대분류로 살펴보니 평생학습관이 76개로 총 123개의 약 62%를 차지하는 높은 비중을 보였다. 다음으로 대학(원) 부설이 27개(약 22%), 사업장 부설이 11개, 시민사회 단체부설이 5개, 지식·인력 개발 형태와 언론기관 부설이 각 2개가 집계됐다. 평생학습관은 국공립 기관의 박물관, 도서관이나 지자체에서 운영하는 학습관을 이르며 여성문화회관, 여성 인력개발센터, 여성회관, 여성복지회관 등을 포함한다. 대학(원) 부설은 전문대학과 4년제 일반 대학 내의 부설 기관인 평생교육원을 이른다. 비정규 부분인 지식·인력 개발 형태, 시민사회 단체부설, 언론기관 부설은 개인적인 자격증을 소지한 중소규모의 사업자이고, 사업장 부설은 유통업체의 문화센터를 이른다.

〈표 5-40〉 지역별, 대분류별 한복 관련 강좌 진행하는 평생교육기관 수

(단위: 개)

지역	평생학습관	대학(원) 부설	지식·인력 개발 형태	시민사회단체 부설	사업장 부설	언론기관 부설	합계
서울	14	6	1	1	4	0	26
부산	9	2	0	1	0	0	12
광주	2	2	0	0	0	0	4
대구	1	2	0	0	3	0	6
대전	2	1	0	0	1	0	4
세종	0	2	0	0	0	0	2
울산	1	0	0	0	0	0	1
인천	5	2	0	0	0	0	7
경기	15	3	1	0	3	2	24
강원	5	1	0	1	0	0	7
경남	5	2	0	0	0	0	7
경북	4	2	0	0	0	0	6
전남	3	0	0	1	0	0	4
전북	4	0	0	0	0	0	4
충남	5	2	0	0	0	0	7
충북	1	0	0	1	0	0	2
제주	0	0	0	0	0	0	0
합계	76	27	2	5	11	2	123

평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수는 〈표 5-41〉과 같이 총 309개 집계되었다. 같은 이름의 강좌지만 다른 교육 장소에서 하는 강좌는 각각의 강좌로 수를 기록하였고, 반복 되는 강좌는 1번으로 강좌 수를 기록했다. 서울이 76개로 총 309개의 강좌 수에 약 24%를 차지하는 높은 비중을 보이고, 다음은 경기 지역이 64개(약 21%), 부산 지역이 41개(약 13%)이고, 대구, 인천, 경남, 경북, 전북, 충남 지역이 15개 내외의 강좌 수를 나타냈고, 그 외의 지역인 광주, 대전, 세종, 울산, 강원, 전남, 충북이 10개 미만의 강좌 수로 집계됐다.

〈표 5-41〉 평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수

지역	서울	부산	광주	대구	대전	세종	울산	인천	경기	강원	경남	경북	전남	전북	충남	충북	제주	합계
기관 수	76	41	5	15	9	2	2	15	64	9	15	16	6	10	15	9	0	309

평생교육기관 내의 한복 관련 강좌의 경우 서울·경기 지역으로 편중된 현상을 보이고 있으며, 이는 관련 기관의 수와도 비례하는 결과이다 〈그림 5-10〉.



〈그림 5-10〉 평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수

지역별, 주제별로 한복 관련 강좌 수를 살펴보면 <표 5-42>와 같다. 한복 관련 강좌는 전통한복, 생활한복과 신한복을 합쳐서 총 109개로, 전체 총 309개 강좌의 약 35%를 차지하는 높은 비중을 보인다. 다음으로는 규방공예가 76개로 약 25%의 비중을 보인다. 나머지 강좌 수는 매듭 47개, 염색 22개, 자수 17개, 인형 옷 14개, 비고 24개이다.

내용을 살펴보면 전통 한복은 궁중복식과 응용 예복 과정, 돌쟁이 한복, 한복 산업기사, 전통 한복 전문가 과정 등 예복을 제작하는 강좌를 포함한다. 생활한복은 매일 입을 수 있는 한복을 추구하며 아이들의 생활한복, 실용적인 한복을 제작하는 강좌를 포함한다. 신한복은 퓨전 한복, 신한복 만들기, 패션 한복 디자인 강좌를 포함한다. 규방은 침선 공예로 조각보 만들기가 가장 많고, 누비, 땃기, 배씨 만들기 등과 규방공예 지도자 과정을 포함한다. 매듭은 전통매듭을 이용하여 팔찌나 장신구를 만드는 강좌를 포함한다. 염색은 천연 염색을 이용하여 소품을 만드는 강좌가 가장 많고 천연 염색 지도자 과정도 포함한다. 비고에는 한복 전문모델, 예절교육, 방향제 및 쿠기 만들기, 머리와 신(생활사), 인문학 등의 강좌를 포함한다. 경희대학교 평생교육원의 경희시니어 한복 전문모델은 일반 대학의 평생 교육과정이 아닌 최고위 과정이다. 한복 관련 강좌가 많을수록 강좌의 내용 또한 다양해짐을 알 수 있다. 서울·경기 지역이 다른 지역에 비하여 다양한 강좌를 개설하고 있다.

〈표 5-42〉 지역별, 주제별 한복 관련 강좌 수

(단위: 개)

지역	전통한복	생활한복	신한복	규방	매듭	자수	염색	인형 옷	비고	합계
서울	7	3	6	29	14	5	1	2	9	76
부산	4	10	2	6	6	1	1	4	7	41
광주	0	0	0	2	1	2	0	0	0	5
대구	0	1	0	3	7	1	1	0	2	15
대전	3	1	0	1	0	1	3	0	0	9
세종	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2
울산	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
인천	3	4	3	1	2	1	1	0	0	15
경기	7	18	3	18	5	1	3	7	2	64
강원	1	5	0	2	0	0	0	0	1	9
경남	5	1	0	2	6	1	0	0	0	15
경북	3	5	0	3	0	1	3	1	0	16
전남	0	2	0	0	0	1	2	0	1	6
전북	1	2	0	0	2	1	4	0	0	10
충남	0	1	3	6	3	0	1	0	1	15
충북	0	4	0	2	1	0	2	0	0	9
제주	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
합계	35	57	17	76	47	17	22	14	24	309

## (2) 직업교육

직업교육은 교육의 목적이 취업을 준비하는 교육을 이른다. 정규교육과정이 아닌 비정규 교육기관의 교육기관과 현황을 살펴보았다. 한국 직업능력연구원에 등록된 비정규 교육기관과 문화체육관광부 소속의 비정규 교육기관을 조사했는데 총 113개의 교육기관이 집계됐다 〈표 5-43〉. 설립 주체에 따라 국공립이 2개이고 민간단체가 111개로 조사됐다.

〈표 5-43〉 직업교육의 현황

구분	국공립	민간	합계
기관 수	2개	111개	113개

직업 교육기관의 주제별 지역의 현황을 살펴보면 〈표 5-44〉와 같다. 주제별로 나누어 보면 한복 분야는 29개로 총 113개의 약 26%에 해당하고, 규방은 31개(약 27%), 염색은 47개(약 42%), 비고가 6개(약 5%)로 가장 낮은 비중을 보였다. 지역적으로는 서

울지역이 44개(약 39%)에 해당하는 비중을 보이고, 다음은 경기 지역이 24개(약 21%)의 비중을 보였다. 그 외의 지역은 모두 10개 미만의 기관을 나타내고, 세종과 강원은 교육기관이 없었다.

주제의 내용을 살펴보면 한복 분야는 한복 지도사, 침선 지도사, 인형 옷 지도사나 전문가 등을 교육하는 기관과 한복 기술과 전통 한복의 제작으로 한복 기능사 교육을 담당하는 교육기관이 포함됐다. 규방 분야는 전통 규방 공예사와 공예지도사, 조각보 지도사 등 공예전문가 양성의 교육기관이 포함됐다. 염색 분야는 천연염색 지도사와 천연 염색사를 양성하는 교육기관이 포함됐다. 비교에는 교육 정책과 교재 개발 등의 복합적인 교육기관인 한국공예·디자인문화진흥원과 한국 한복진흥원이 포함됐으며, 또한 한복 전문모델을 양성하는 교육기관과 금박 교육, 그리고 복식 큐레이터를 양성하는 교육기관이 포함됐다.

〈표 5-44〉 직업교육기관의 주제별 지역 현황

(단위: 개)

지역	한복	규방	염색	비고	합계
서울	17	12	10	5	44
부산	0	0	2	0	2
광주	2	4	1	0	7
대구	0	0	2	0	2
대전	3	2	1	0	6
세종	0	0	0	0	0
울산	0	0	1	0	1
인천	0	1	4	0	5
경기	5	6	13	0	24
강원	0	0	0	0	0
경남	1	1	3	0	5
경북	0	1	2	1	4
전남	1	1	3	0	5
전북	0	1	0	0	1
충남	0	2	2	0	4
충북	0	0	2	0	2
제주	0	0	1	0	1
합계	29	31	47	6	113

### (3) 자격증

자격증은 발행하는 주체에 따라 국가자격증과 민간자격증으로 구분할 수 있다. 국가자격증은 국가 기술 자격증과 국가전문자격으로 구분된다. 본 백서에서는 국가직무 능력표준(NCS)에서 따라 HRDK 한국산업인력공단<sup>138)</sup>의 자격정보망에서 국가자격증의 현황을 참조했다. 의상 관련 자격증은 <표 5-45>와 같다. 기술사는 섬유 기술사와 의류기술사로 분류하고, 기능장은 한복 기능장으로 분류한다. 기사는 섬유 기사와 의류기사로 분류한다. 산업기사는 섬유디자인산업기사, 섬유 산업기사, 한복 산업기사로 분류하고, 기능사는 염색기능사(날염), 염색기능사(침염), 양장기능사, 양복기능사, 한복 기능사, 세탁기능사, 신발류제조기능사로 세분한다.

<표 5-45> 의상 관련 국가자격증 목록

등급	종목
기술사	섬유기술사, 의류기술사
기능장	한복기능장
기사	섬유기사, 의류기사
산업기사	섬유디자인산업기사, 섬유 산업기사, 한복 산업기사
기능사	염색기능사(날염), 염색기능사(침염), 양장기능사, 양복기능사, 한복기능사, 세탁기능사, 신발류제조기능사

한복 관련 국가기술자격의 개요 및 수행 직무는 <표 5-46>과 같다. 아래 표는 한복 산업기사, 섬유 기사, 한복 기능사, 염색기능사(날염), 염색기능사(침염)에 대한 기술자격의 개요와 수행하는 직무의 요약이다. 한복 기능장에 대해서는 한국산업인력공단에서 기본 자료를 찾아볼 수 없었다.

<표 5-46> 한복 관련 국가기술자격 개요 및 직무

종류	기술자격 개요	직무
한복 산업기사	치수의 규격화, 패턴의 다양화, 소재 개발 등의 문제점을 해결하고 전통문화를 계승, 실용성 있는 한복을 많이 보급하기 위해서 기능인력을 양성하고자 자격제도 제정.	각종 한복지로 고객의 체형에 맞추어 치수 재기, 본뜨기, 재단하기의 공정을 거친 후 재봉틀로 박거나 손바느질하여 저고리, 치마, 바지, 두루마기, 마고자, 조끼, 버선 등을 만드는 작업 수행.
섬유기사	염색 및 가공의 기초개념을 확립하고 이들의 생산공정에 대한 이론과 기구를 이해하고서 실제 염색 및 가공에 대한 공학적 기술 이론 지식을 가지고 설계, 분석, 공정과 기계조작에 관한 기술 업무를 수행할 수 있는 능력을 평가하고, 기술자의 양성을 위해 자격제도 제정.	각종 섬유 재료의 특성을 파악하고 방적, 제직, 정련, 표백, 염색 및 가공의 이해와 각종 섬유의 물리적, 화학적 성능의 실험 등에 관한 직무 수행
한복 기능사	치수의 규격화, 패턴의 다양화, 소재 개발 등의 문제점을 해결하고 전통문화를 계승, 실용성 있는	전통 복식의 시대적 변화와 그 시대에 따른 복식의 종류 및 섬유의 특성을 이해하여 한복을

138) 한국산업인력공단 누리집 : www.q-net.or.kr

	는 한복을 많이 보급하기 위해서 기능인력을 양성하고자 자격제도 제정.	디자인하고 제작하는 직무.
염색기능사 (날염)	염색에 필요한 섬유에 관한 지식, 염색원료에 대한 화학적 지식을 갖추고 있어야 하며, 약제의 사용에 따른 주의가 필요하다. 이에 따라 염색업무를 수행할 숙련기능공을 양성하고자 자격제도 제정.	섬유 원료에 관한 기초지식과 각종 섬유의 물성을 파악하고, 염료와 안료 및 각종 조제와 염료의 성질 등에 관한 전반적인 이론 지식을 습득하여 날염 작업의 직무를 수행.
염색기능사 (침염)	염색에 필요한 섬유에 관한 지식, 염색원료에 대한 화학적 지식을 갖추고 있어야 하며, 약제의 사용에 따른 주의가 필요하다. 이에 따라 염색업무를 수행할 숙련기능공을 양성하고자 자격제도 제정.	섬유 원료에 관한 기초지식과 각종 섬유의 물성을 파악하고, 염료와 안료 및 각종 조제와 염료의 성질 등에 관한 전반적인 이론 지식을 습득하여 침염 작업의 직무를 수행.

한복 관련 국가자격증의 종류와 취득자 현황은 <표 5-47>과 같다. 한복 산업기사는 꾸준한 인원이 자격을 취득하다가 2021년은 2배가 넘는 자격증이 발부됐다. 한복 기능사는 2018년에 129명으로 가장 높은 취득자 수를 보이고 2020년에 55명으로 가장 낮은 취득자 수를 나타냈다. 한복 산업기사와 한복 기능사 분야는 여성의 취득자 수가 월등히 많았다. 섬유 기사는 여자 취득자 수보다 남자 취득자 수가 높게 나타났다. 염색기능사는 남녀의 비율이 비슷한 취득자 수를 보였다.

<표 5-47> 국가자격증 종류와 취득자 현황

구분		자격 취득자 수(명)					
		~2016	2017	2018	2019	2020	2021
한복 산업기사	남자	4	0	1	0	0	1
	여자	595	12	16	18	19	42
한복 기능사	남자	71	3	2	0	2	1
	여자	5,426	95	129	96	55	92
섬유 기사	남자	75	5	3	3	0	1
	여자	11	2	0	0	0	1
염색기능사 (날염)	남자	6,873	18	11	10	17	10
	여자	4,359	7	12	13	5	15
염색기능사 (침염)	남자	9,679	121	154	145	104	82
	여자	2,860	75	67	42	40	60

## 제3절 분석과 전망

### 1. 연구

2016년~2021년간 한복 관련 연구는 국·공립기관과 대학연구소보다는 관련 학회를 비롯한 학술단체와 한복협회 등 민간단체에서 진행한 연구가 더 많은 것으로 나타났다.

한복 관련 학술행사는 2019년에 국내에서 개최된 경우가 가장 많았고, 국외의 행사는 2018년에 가장 많이 개최됐다. 이후 2020년은 점차 감소하여 국내 행사 16건, 국제 행사 8건으로 개최 수가 매우 저조하였는데, 이는 코로나19의 영향으로 대면 행사가 전면 취소되는 일이 많았던 결과로 생각된다. 이후 팬데믹이 어느 정도 진정되는 2021년의 경우에는 국내 학술 활동만 증가하여 총 39건이 개최되었으나 국제활동은 7건만 개최되어 여전히 국외적 활동은 제한적인 것으로 나타났다. 행사의 내용 또한 국내 행사는 2018년을 분기점으로 한복에 관련된 소재나 소품들의 연구와 관련된 내용이 주로 진행됐다면 이후에는 문화 행사로 한복의 복원이나 한복의 정체성을 논하는 내용으로 전환되는 현상이 나타났다. 이는 한복 문화의 정체성 확립이 주요 주제로 나타나는 국가 기관이 주관하는 학술행사가 많아진 결과로 볼 수 있다. 국제 학술행사의 경우에서도 한복이 관련된 소재와 형태의 복원, 문화유산으로의 보존과 활용을 위한 논의가 많이 이루어졌으며, 이는 동아시아 국가 간의 연대가 필요한 실�크로드를 중심으로 하는 문화 학술행사가 많아진 영향으로 생각할 수 있다.

한복 관련 연구성과물의 분야별 특징을 살펴보면 석사학위 논문은 소재 분야 논문이 전체의 약 28%로 가장 많은 수치인 85편으로 나타나고, 다음이 복식사 분야 논문으로 총 77편이다. 디자인, 소품, 마케팅은 30여 편이며, 구성과 뷰티가 7편으로 가장 적은 수치를 보였다. 소재 중에서 문양이 28편, 직물 관련 논문 27편, 그 외 염색(색) 및 바느질 기법 등이 조사됐다.

박사학위 논문은 복식사 분야 논문이 전체의 약 35%로 가장 많은 32편 수를 보이고, 소재 분야가 23편, 소품 분야가 11편, 마케팅과 디자인 분야가 각각 8편, 구성 분야가 5편, 뷰티 분야가 3편, 기타가 1편으로 집계됐다. 구성 분야는 2019년부터 발표되지 않았고, 뷰티 분야는 2020년 이후에 발표를 보였다. 이 같은 결과는 한복 관련 석사와 박사 연구자의 대부분이 복식사를 전공하는 연구자로 한복 연구가 사적 분야로 치우친 경향을 보이고 있음을 알 수 있으며, 향후 한복의 마케팅이나 디자인 분야의 인력 수요가 있을 경우를 대비한 연구 분야의 확대가 필요함을 시사한다.

2016~2021년까지 국내 학술지에 발표된 한복 관련 학술 논문은 총 735편으로 매년 복식사 관련 논문 분야가 약 23% 이상의 성장으로 가장 높은 비중을 보이고, 소재가 약 20% 내외로 두 번째 높은 비중을 보인다. 매년 디자인은 20여 편, 구성, 소품, 마케팅은 각각 10여 편, 뷰티는 3여 편 발표됐다. 구성은 매년 10편 이상의 논문 수가 수집되었는데 2018년에는 4편만 집계됐다. 연구의 연도별 추이를 살펴보면 복식사와 소재 분야는



감소하는 경향을 나타냈고, 기타 분야는 2020년에 3배 이상의 논문 편수가 증가하는 현상을 보였다. 기타 분야의 주제는 주로 코로나19의 상황과 관련된 연구로 2020년의 코로나 상황에 대처하는 방면으로 그동안의 학계 연구에 주목하여 동향을 정리한 발표한 논문이 많이 보였다. 국외 학술 논문은 총 23편으로 집계됐다. 2017년 이후 한복 디자인 관련 논문의 편수가 늘고 있음이 보인다. 디자인 분야가 총 8편(약 35%), 복식사 분야의 논문이 6편(약 26%), 마케팅 분야의 논문이 5편(약 22%), 소재 분야가 2편, 구성과 소품 분야가 각각 1편씩 집계됐다.

2016~2021년 한복 관련 출판물은 총 1,357권이다. 전문 도서는 총 955권으로 학술 도서가 922권과 교육 도서가 33권이고, 일반 도서는 총 388권으로 교양 도서가 331권, 창작 도서는 57권이고, 기타로 잡지가 14권이 집계됐다. 2017년에 가장 많이 학술 도서가 발행됐고 주로 전통 문양에 대한 도서가 출판됐다. 교육 도서의 경우에는 구성 분야를 중심으로 꾸준히 나타나는데, 주로 구성과 패턴의 개발, 기능사 자격시험을 위한 문제집이었다.

교양 도서는 디자인 분야가 89권, 복식사 분야가 86권으로 매년 10여 권이 발행됐다. 소재 분야는 문양의 의미와 색 및 바느질 관련 내용을 포함하고, 구성 분야는 아이 옷과 인형 옷 만들기가 많았다. 기타 분야는 어린이의 인성교육과 여행기, 인문학 등을 포함한다. 생활 문화에 접목하여 친숙한 접근이 가능하도록 표현했다. 창작 도서는 복식사, 소재, 디자인, 기타 분야가 각각 총 10여 권으로 발행됐으며 다양한 콘텐츠를 시도하고 있다. 구성, 마케팅, 소품, 뷰티 분야는 발행되지 않았다.

위와 같이 한복에 관련된 연구의 진행현황을 통해 본 한복 관련 연구의 동향과 전망은 다음과 같다. 한복 관련 연구는 주로 복식사적 의미의 연구가 많이 진행되고 있었으며, 특히 학교에 관련된 학술연구는 대다수가 전통 복식의 소재와 복식사적 입장에 관한 연구로 진행되었고, 전반적으로 한복의 제작과 구성을 주제로 한 연구는 줄어드는 반면에 이미지를 중심으로 하는 디자인 분야와 한복 문화에 대한 소비자 인식, 정체성에 관한 논문은 증가하는 추세로 나타났다. 하지만 이러한 한복 관련 연구 분야의 확대에 비하여 한복 관련 연구자의 배출을 위한 교육기관은 점차 줄어드는 추세이고, 한복 문화의 확대를 위한 다양한 관련 산업 분야 및 인문 분야와의 융복합적인 연구가 이루어지지 않고 있음은 연구 동향의 조사에서도 나타난 현상이다. 향후 좀 더 확대된 분야에서 한복을 중심으로 하는 융복합적 학문연구와 한복 문화의 정체성을 확고히 하기 위한 연구자의 배출을 위한 교육과정의 지원, 또한 그들이 연구 활동의 결과를 발표할 수 있는 학술적 지원이 필요할 것으로 보인다.

## 2. 교육

2015년 개정된 교육과정에 의해 실행되고 있는 교과과정 중 한복 관련 교육 현황은 초등학교의 3~4학년 사회 교과서와 5~6학년을 위한 실과 교과서에 우리나라 문화유산으로의 한산모시짜기와 한복을 통한 예의범절 교육, 인성교육의 하나로 한복 입기를 교육하고 있으며, 한복 이론 수업으로 직조와 바느질을 교육하는 정도이다.

중등학교는 격식에 맞는 옷차림하여 예의를 표현하는 교육과 의복 재료를 소개하며 모시로 만든 여름 한복과 견으로 만든 우아한 한복을 소개하고 있다.

고등학교는 한복의 변천과 한복의 기능적 장점을 잘 활용하여 전통문화를 계승하자는 내용을 담고 있다. 초등학교에서는 한복을 입고 체험하는 문화에 무게를 두고 있다면, 중·고등학교에서는 한복 자체의 아름다움과 우수성에 높은 평가를 주어 문화콘텐츠 활용방안에 중점을 두고 있다. 하지만 이 모든 교육은 한복이 어떤 옷이며, 우리 문화에서 차지하는 역할에 대한 간략한 소개 정도로만 진행된다.

전문적인 한복에 대한 교육은 고등학교 과정에서 이루어지는데, 직업교육을 위해 한복에 대한 전문과정이 운영되는 특성화 고등학교는 서울이 4개, 인천이 3개, 경기, 춘천, 충주, 부산은 각 1개의 학교가 있다. 이 중에서 한복 관련 수업을 진행하는 학교는 서울 지역의 서울디자인학교, 인천지역의 인천생활과학고등학교, 춘천 지역의 춘천한샘고등학교로 조사됐다. 교과명은 한복 명장 기술 전수(기초반, 심화반), 한국 의복 구성, 염색 수업으로 한복 관련 전문인 교육의 기초라고 할 수 있다.

2~3년제 대학 교육과정은 패션산업과, 패션디자인과 스타일리스트전공 분야의 교육을 운영하는 2~3년제 대학 34개교 중 한복 교육을 전문으로 교과과정이 형성되었거나 교과로 특정한 과목을 가르치는 학교는 사립대학 7개교에서 11개 교과과정으로 운영되고 있었으며, 주로 복식사 교육과정이 대부분인데, 패션디자인 과목 보조과목으로 시행되고 있으며, 제작 관련은 1개 교과과정이 운영되고 있다. 이는 실기 중심의 전문대학에서 한복 제작을 위한 교육이 미진하며, 오히려 패션디자인의 보조과목으로 진행되는 점은 한복 전문 제작자의 양성이 부진한 원인이 되고 있다. 그러므로 2~3년제 전문대학의 한복 실기과정의 확대를 통한 한복 제작 인력의 배출이 요구된다.

4년제 대학은 의류학과 패션디자인학과 의류산업학전공 분야의 교육을 운영하는 98개교 중 국립대학 19개교와 사립대학 48개교에서 한복 교육 교과를 운영하고 있다. 한국복식사, 동양복식사, 동서양 섬유사, 한복구성, 전통복식디자인, 천연염색, 전통패션상품개발 같은 한복 관련 교과과정이 167개 운영되고 있다. 주로 복식사가 가장 많은 교육을 진행하고 다음으로는 구성과 디자인 분야가 많은 교육 시수를 보였다. 특색있는 교과명은 국립안동대학교의 대마 생산문화와 안동포 전통문화의 이해, 이화여자대학교의 한국의 자수와 문양이 있다. 4년제 대학의 한복 교육은 연구 중심의 교육으로 연구 활동을 위한 지식 전달이 주요한 내용이다.

2016년에 시행된 한복 백서에 조사된 내용과 이번 조사와의 차이점을 살펴보면 다음과 같다. 건국대학교 디자인대학원의 전통 복식 디자인전공이 패션디자인전공에 한복 의

상 워크숍으로 교과과정이 변경됐다. 국립 한국전통문화대학교의 전통미술 공예학과가 대학원으로 새롭게 개원했다. 배화여자대학교 자연과학 문화 융복합 학부의 한복 문화콘텐츠 과가 한복 전문 교육기관으로 개설됐다. 학교별로 특징을 살펴보면 한국전통문화대학교 대학원은 소재 분야가 중심이고, 단국대학교 대학원은 복식사와 소재 분야, 한남대학교 대학원은 소재와 소품 분야, 원광디지털대학교는 소재 분야, 배화여자대학교는 디자인 분야에 가장 높은 비중을 보였다. 이처럼 2016년과 비교하여 교과목의 변경 및 한복 관련 전문화된 교육과정의 개설, 전문화된 교육과정의 개설, 한복의 전문적 연구를 위한 대학원의 개설 등 한복 관련 교육에 대한 체계적인 시스템이 형성되는 고무적인 변화가 일어난 것을 알 수 있다.

한복 관련 교육을 시행하는 기관은 총 123개로, 지역적으로 서울과 경기 지역이 가장 많은 기관을 운영하고 세종시와 충청북도 지역이 가장 적은 기관을 운영하며, 제주에 시행하는 기관이 없는 것으로 조사됐다. 기관별로 살펴보면 평생학습관이 가장 많은 강좌를 진행하고 대학(원) 부설이 다음으로 많은 강좌를 시행하고 있었다. 평생교육기관 내 한복 관련 강좌 수는 총 309개로 집계됐다. 서울과 경기, 부산 지역이 40개 이상의 많은 강좌를 진행하고, 대구, 인천, 경남, 경북, 전북, 충남 지역이 15개 내외의 강좌를 진행했다. 그 외의 지역인 광주, 대전, 세종, 울산, 강원, 전남, 충북, 제주가 10개 미만의 강좌를 진행했다. 평생교육기관 내의 한복 관련 강좌의 경우 서울·경기 지역으로 편중된 현상을 보이고 있으며, 이는 관련 기관의 수와도 비례하는 결과이다. 주제별로 살펴보면 한복 제작이 전통 한복, 생활한복, 신한복을 합쳐서 109개(약 35%)로 가장 많은 강좌를 나타내고 다음으로는 규방공예가 76개(약 25%), 매듭이 47개, 염색이 22개, 자수가 17개, 인형 옷이 14개, 비고가 24개의 강좌 수를 보인다. 한복 관련 강좌가 많을수록 강좌의 내용 또한 다양해짐을 알 수 있다. 서울·경기 지역이 다른 지역에 비하여 다양한 강좌를 개설하고 있다.

직업교육은 설립 주체에 따라 국공립이 2개이고 민간단체가 111개로 조사됐다. 주제별로 나누어 보면 기관 중에 염색 분야가 가장 많고, 다음이 규방공예, 한복 제작 분야 순이다. 서울과 경기 지역이 24개 이상의 기관이 편중되어 있고, 그 외의 지역은 모두 10개 미만의 기관이 있다. 세종과 강원은 교육기관이 보이지 않았다. 교육기관의 종류는 다음과 같다. 한복 지도사, 침선 지도사, 인형 옷 지도사나 전문가, 한복 기능사 교육을 담당하는 한복 교육기관과 규방 공예전문가 양성 교육기관, 천연염색 지도사와 천연 염색사를 양성하는 교육기관, 한복 전문모델을 양성하는 교육기관과 금박 교육, 그리고 복식 큐레이터를 양성하는 교육기관과 교육 정책과 교재 개발 등의 복합적인 국공립 교육기관인 한국공예·디자인문화진흥원과 한국 한복진흥원을 포함한다. 한복 관련 국가자격증 현황으로 2021년에 2배가 넘는 한복 산업기사 자격증이 발부됐다. 한복 기능사는 2018년에 129명으로 가장 높은 취득자 수를 나타냈다. 한복 산업기사와 한복 기능사 분야는 여성의 취득자 수가 월등히 많았다. 섬유 기사는 여자 취득자 수보다 남자 취득자 수가 높게 나타났다. 염색기능사는 남녀의 비율이 비슷한 취득자 수를 보였다.

한복의 비정규 교육과정에서는 주로 실습 중심의 교육으로 기능성이 중시되는 제작 교

육과 자격증 취득을 위한 실기 교육이 중심이 되고 있으며, 기능사, 지도사 등 직업을 위한 자격증의 수요가 꾸준히 늘어나고 있는 것을 알 수 있었다. 이렇게 기능을 위한 자격증 취득을 목표로 하는 교육의 수요가 늘어 나는 반면에 정규교육과정에서의 한복 교육은 확대되지 않고 있으며, 비정규 과정으로의 학원 실습 과정은 대도시 중심으로만 꾸준히 확대되고 있는 양상이었다. 한복 관련 전문교육의 기회에도 서울과 경기 지역을 제외한 전국의 분포에서 불평등이 나타나는 점은 미래의 균형적인 교육 기회를 위해서도 개선이 되어야 하는 부분으로 보인다. 다시 말해, 한복 문화 관련 교육과 연구에 있어 시급한 해결점은 한복에 관련된 다양한 교육을 확대하여 전문화된 연구인력 및, 기능인력의 배출이 우선시되어야 하며, 대도시와 지방의 교육 기회의 격차를 줄이기 위한 정책적인 체계성 있는 교육 시스템을 구성하는 지원이 필요하다고 할 수 있다.



## 2021 한복백서

■ 주 최 문화체육관광부

■ 주 관 한국공예·디자인문화진흥원

■ 실 행 가치솔루션

■ 집 필

강 유 림 계명대학교 패션비즈니스학 박사

김 문 영 계명대학교 교수

김 미 진 가치솔루션 위촉연구원, 성균관대학교대학원 한국복식사 전공

김 해 영 인하대학교 의류학 박사

전 현 실 가톨릭대학교 외래교수

유 희 가톨릭대학교 교수

■ 자문위원

김 민 지 Research Associate, Tracing Patterns Foundation

민 은 선 밸류메이커스미디어 대표, (전) 패션비즈 대표

이 경 미 한경국립대학교 교수

이 민 주 한국학중앙연구원 왕실문화연구원 책임연구원

이 상 열 한국문화관광연구원 기획조정실 기획조정실장

이 형 호 한국한복진흥원 원장

조 우 현 (사)한국궁중복식연구원 원장, (전)성균관대학교 교수

■ 발행일 2023년 3월

■ 발행인 김태훈

■ 발행처 한국공예·디자인문화진흥원

(03061) 서울시 종로구 율곡로33, 안국빌딩 7층

02-398-7900

Hanbok-edu@kcdf.kr

---

© 2023 KCDF All Right Reserved.

이 책자의 저작권은 한국공예·디자인문화진흥원에 있습니다.

수록된 모든 내용, 혹은 일부에 대해 저작권자의 허가 없이는 영리적 사용 및 복제, 재배포를 금지합니다.

이 책자의 원문은 한국공예·디자인문화진흥원 홈페이지(www.kcdf.kr)의 발간자료에서 공공누리 제4유형으로 공개되어 자료 열람이 가능합니다.



■ ISBN 979-11-92787-16-9(04630)/ 978-89-97252-79-4(세트)



문화체육관광부

Ministry of Culture, Sports  
and Tourism



한국공예·디자인문화진흥원

Korea Craft & Design Foundation

ISBN 978-0-7334-2609-4



9780733426094