

생활산업 활성화 방안 및 KIDP 역할체계 연구

2019. 12월

산업연구원

※ 한국디자인진흥원의 승인 없이 본 보고서의 무단전재나 복제를 금하며, 인용하실 때는 반드시 한국디자인진흥원, 「생활산업 활성화 방안 및 KIDP 역할체계 연구 보고서」라고 밝혀주시기 바랍니다. 또한 본 보고서는 한국디자인진흥원에서 추진한 “디자인정책연구 사업”의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구책임자의 견해이며, 한국디자인진흥원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제출문

한국디자인진흥원장 귀하

본 보고서를 「생활산업 활성화 방안 및 KIDP 역할체계 연구」의 최종 보고서로 제출합니다.

2019. 12. 26.

■ 연구주관기관 : 한국디자인진흥원

■ 연구수행기관 : 산업연구원

■ 연구참여자

사업총괄 장 지 상 산업연구원 원장

연구책임자 최 동 원 부연구위원

이 임 자 연구위원

조 용 원 부연구위원

경 희 권 부연구위원

이 경 숙 前산업연구원 연구위원

최종보고서

생활산업 활성화 방안 및 KIDP 역할체계 연구



2019. 12.

제 출 문

한국디자인진흥원장 귀하

본 보고서를 「생활산업 활성화 방안 및 KIDP 역할체계 연구」의
최종보고서로 제출합니다.

2019. 12.

산업연구원 원장 장 지 상

연 구 진

< 산업연구원 >

연구책임자	최 동 원	부 연 구 위 원
	이 임 자	연 구 위 원
	조 용 원	부 연 구 위 원
	경 희 권	부 연 구 위 원
	이 경 속	前산업연구원 연구위원

■ 목 차

I. 사업의 개요

① 사업의 배경 및 목적	1
② 사업의 범위	3
1. 시간적 범위	3
2. 규모적 범위	3
3. 내용적 범위	3
③ 사업수행체계	5
1. 추진 개요	5
2. 추진 체계 및 전략	6
3. 조사수행 방법	8

II. 생활산업 현황 및 구조분석

① 시장규모 분석	12
② 노동/고용구조 분석	13
③ 생산구조 분석	17
④ 투자구조 분석	23
⑤ 무역구조 분석	27

III. 생활산업 진흥 정책분석

① 국내 생활산업 관련 제도 및 사업 분석	35
1. 생활산업 관련 지원제도 개요	35
2. 정부 차원의 생활산업 관련 제도 및 사업현황	39
3. 업종 차원의 지원 제도 및 사업현황	67
4. 한국디자인진흥원의 생활산업 관련 지원사업 현황	88

② 국내 생활산업 지원제도 분석	93
1. 정부 차원의 생활산업 관련 제도 분석	93
2. 업종 차원의 지원제도 및 사업 분석	94
3. 한국디자인진흥원의 생활산업 관련 지원제도 분석	97
4. 생활산업 관련 법령 분석	98

IV. 국내 생활산업 활성화 방안

① 국내 생활산업의 애로사항 및 문제점	102
1. 국내 생활산업의 애로사항	102
2. 국내 생활산업의 문제점	104
② 국내 생활산업의 발전 방향	106
1. 국내 생활산업 발전방향의 기본 원칙	106
2. 국내 생활산업의 발전전략 및 세부 방안	107
3. 국내 생활산업 지원 추진체계	121

< 부 록 >

① 산업기술혁신촉진법	126
② 산업디자인진흥법	130
③ 산업융합촉진법	132
④ 뿌리산업진흥과 첨단화에 관한 법률	134

■ 표 목 차

〈표 I-1〉 생활산업 관련 외부 전문기관	7
〈표 I-2〉 사업추진 일정	8
〈표 II-1〉 생활소비재산업의 출하액 변동 추이	12
〈표 II-2〉 생활소비재산업의 사업체수 변동 추이	14
〈표 II-3〉 생활소비재산업의 종사자수 변동 추이	12
〈표 II-4〉 생활소비재산업의 사업체당 종사자수 변동 추이	16
〈표 II-5〉 생활소비재산업의 생산액 변동 추이	17
〈표 II-6〉 생활소비재산업의 부가가치액 변동 추이	18
〈표 II-7〉 생활소비재산업의 부가가치율 변동 추이	19
〈표 II-8〉 생활소비재산업의 인건비 변동 추이	20
〈표 II-9〉 생활소비재산업의 인건비 비중 변화 추이	21
〈표 II-10〉 생활소비재산업의 주요생산비 변동 추이	22
〈표 II-11〉 생활소비재산업의 유형자산 연말잔액 변동 추이	23
〈표 II-12〉 생활소비재산업 품목별 해외투자 추이	25
〈표 II-13〉 생활소비재산업의 품목별 해외투자비중 추이	26
〈표 II-14〉 생활소비재산업 품목별 수출 추이	28
〈표 II-15〉 생활소비재산업 품목별 수출 구조 추이	29
〈표 II-16〉 생활소비재산업 품목별 수입 추이	30
〈표 II-17〉 생활소비재산업 품목별 수입 구조 추이	31
〈표 II-18〉 생활소비재산업 품목별 무역수지 추이	32
〈표 II-19〉 생활소비재산업 품목별 무역특화지수	33
〈표 III-1〉 2016년 생활산업고도화 기술개발사업 지원 내용	40
〈표 III-2〉 2017년 소비재산업 고도화기술개발 투자 분야	41
〈표 III-3〉 2017년 전문기술개발사업별 예산 규모 비교	41
〈표 III-4〉 2017년 프리미엄 생활용품 기술개발 품목 지정 분야	43
〈표 III-5〉 2017년 융합얼라이언스 기술품목 지정 분야	45
〈표 III-6〉 글로벌 생활명품 지원 내용	47

<표 III-7> 생활용품산업 7대 업종별 프리미엄화 방향(예시)	49
<표 III-8> 2016년 가구·가방 융합 프로젝트 지원과제	50
<표 III-9> 2016년도 기획(품목지정) 과제	51
<표 III-10> 2017년 융합얼라이언스 신규 지원과제	51
<표 III-11> 2017년 글로벌 디자인전문기업 육성사업 품목지정 기술	53
<표 III-12> 부처별 수출바우처 대상사업 (2018년)	56
<표 III-13> 수출바우처 통합형 사업 내용 (2018년)	56
<표 III-14> 수출바우처 사업 지원내용 예시	57
<표 III-15> 주요국별 핵심 온·오프라인 유통망	60
<표 III-16> 소비재산업고도화기술개발 중 가방산업 관련 부문	70
<표 III-17> 대구 평리 의류제조 소공인특화지원센터의 세부 지원 사업 내용	83
<표 III-18> 정부 차원 지원제도의 지원대상 분야별 비교	93
<표 III-19> 정부 차원 지원제도의 지원대상 업종별 비교	95
<표 III-20> 지자체 차원 및 업종 특유 지원제도의 지원대상 업종별 비교	96
<표 III-21> 한국디자인진흥원 지원제도의 지원 분야 비교	98
<표 IV-1> 주요 생활산업 업종별 애로사항	103
<표 IV-2> 생활산업 발전전략 및 세부 실천방안	107

■ 그림 목 차

<그림 I-1> 인력 운영계획	6
<그림 II-1> 생활소비재산업의 해외투자 추이	24
<그림 II-2> 생활소비재산업의 수출입 추이	32
<그림 III-1> 우리나라 총수출 대비 의류와 신발 비중 추이	36
<그림 III-2> 선진기업 맞춤형 생산시스템 예시	63

I. 사업의 개요

- ① 사업의 배경 및 목적
- ② 사업의 범위
- ③ 사업의 수행체계

① 사업의 배경 및 목적

□ 생활산업* 고도화 대책(' 14.10월)** 이후 정부의 정책성과를 검토하고 향후 정책방향 및 진흥체계 구축 등의 근거자료 마련

○ 생활산업의 범위 : 가구, 시계·보석(주얼리), 가방, 문구, 완구, 주방용품, 운동레저용품, 악기, 뷰티케어용품, 위생용품, 소형생활가전, 신발 등

○ 정부는 생활산업 고도화 대책을 계기로 창업, 성장, 글로벌화로 이어지는 협업·성장 생태계 구축을 통해 세계적인 생활명품을 육성을 위한 제도적 기반 마련을 추진 중

□ 국내 생활산업의 활성화 및 정부의 진흥정책 수립에 활용 기대

○ 국내 유망 생활산업의 비전, 목표, 전략을 제시하고 이에 필요한 정부의 지원방향을 제시하여 생활산업 육성 정책 추진의 논리 마련

○ 국내 생활산업의 스냅샷을 도출하고 경쟁력을 평가함으로써 진흥정책이 필요한 분야를 식별하고 맞춤형 정책 수립에 활용

○ 향후 성장잠재력이 높은 국내 생활 유망산업을 도출함으로써 민간 투자를 유치할 수 있는 시장신호로(market signal) 사용 가능

○ 정부, 산업계, 학계 등의 정책 및 전략 수립 시 기초자료로 활용

- 생활산업의 생산, 투자, 교역, 혁신 등을 활용한 체계적인 산업구조 분석 및 현황 점검을 통해 생활산업의 육성 전략 마련의 객관적 근거 자료로 활용

□ 국내 생활산업의 경쟁력 향상을 위한 체계적인 대응전략 도출

- 생활산업 발전을 위한 경쟁력 강화방안 및 정책방향을 제시함으로써 생활산업에 대한 정부지원의 확대를 견인하고 지원정책에 대한 실효성 확보
- 경쟁력 강화방안 도출 등 업계 내 공동 노력을 위한 공감대 확산과 산업구조 고도화 등 경쟁력 강화방안에 대한 실효성 확보
- 정부의 정책 및 사업 분석의 중점적 수행을 통해 생활산업의 제도 약에 대한 정부지원 확대의 타당성 제공

□ 생활산업 지원기관의 효율적 운영체계 구축

- 본 연구에서 도출된 생활산업 중점 육성분야 및 정책을 바탕으로 관련 각 부처 산하 지원기관의 체계 및 역할을 정립함으로써 정부 정책수행의 효율성 확보 가능
- 특히 생활산업 지원 특별법 제정으로 신규 설립될 지원기관(가칭 생활산업진흥원)과 한국디자인진흥원을 중심으로 하는 기존 기관과의 효율적 분업 및 협력체계 구축의 근거 자료로 활용

□ 국내 생활산업 현실에 맞는 진흥 체계의 매커니즘을 도출하고 관련 제품 및 서비스의 투자 및 수출을 활성화할 수 있는 방안 모색

② 사업의 범위

1. 시간적 범위

사업 수행기간 : 2019.11.14 ~ 2019.12.31

2. 규모적 범위

사업예산 : 44,890,000원 (부가세 제외)

3. 내용적 범위

생활산업 현황 분석

- 생활산업의 산업분석을 통해 각 품목별 활성화 방안마련을 위한 기초 및 근거 자료로 활용

생활산업 활성화 방안 제시

- 생활산업 활성화를 위한 비전 및 발전방향 제시
- 산학연 협력, 대·중소기업간 협력 등 세부 전략과제 도출
- 생활산업 활성화를 위한 사업 발굴 및 사업 수행체계 마련
 - 국내 생활산업 기업 활성화 과제 및 민간-정부의 정책적인 추진과제
 - 지원대상 및 추진체계(진흥원 조직, 기능재편 등), 생활산업 활성화 사업, 추진정책 등

생활산업 진흥 관련 정부정책 현황분석

- 생활산업 지원사업의 실태조사, 타 부처 및 관련 유관기관 등에서 실시하고 있는 생활산업 지원사업 비교 분석
- 생활산업 중소기업 활성화를 위한 각종 지원 사례 조사
- 생활산업 지원사업 문헌조사, 국내외 사례조사, 전문가그룹 자문을 통한 시사점 도출
- 우수 생활산업 중소·중견기업 사례 조사
 - 국내 우수 생활사업 관련 기업의 성공사례 조사 및 시사점 도출
- 한국디자인진흥원의 기능 조정 및 역할 검토

③ 사업 수행 체계

1. 추진 개요

국내 생활산업의 기초분석

- 국내 생활 세부산업의 생산, 무역, 투자, R&D, 경쟁력 등에 대한 기초분석을 통해 중점 분석 분야를 도출

생활산업 관련 정책 분석

- 주요 부처 및 유관기관의 지원정책 및 사업을 기술개발, 인프라, 인력, 자금, 판로개척, 제도 및 정책 등의 기준으로 구분하여 분석의 차별성 및 활용성을 추구
- 해외 주요 국가와의 정책 비교를 통해 도입 가능한 우수 정책을 발굴

생활산업 활성화 방안 마련

- 국내 생활산업의 SWOT분석을 통해 발전 비전 및 목표를 설정하고 세부 추진전략을 수립
- 세부 추진전략의 경우 산업 기초분석 및 정책분석의 결과와 연계하여 정합성을 확보

생활산업 지원기관의 체계 및 역할 수립

- 생활산업의 기본 구상(기초분석, 정책분석, 활성화 방안)을 바탕으로 기존 및 신규 지원기관의 기능 및 역할을 정립
- 향후 생활산업 지원 특별법 제정을 가정한 한국디자인진흥원의 역할

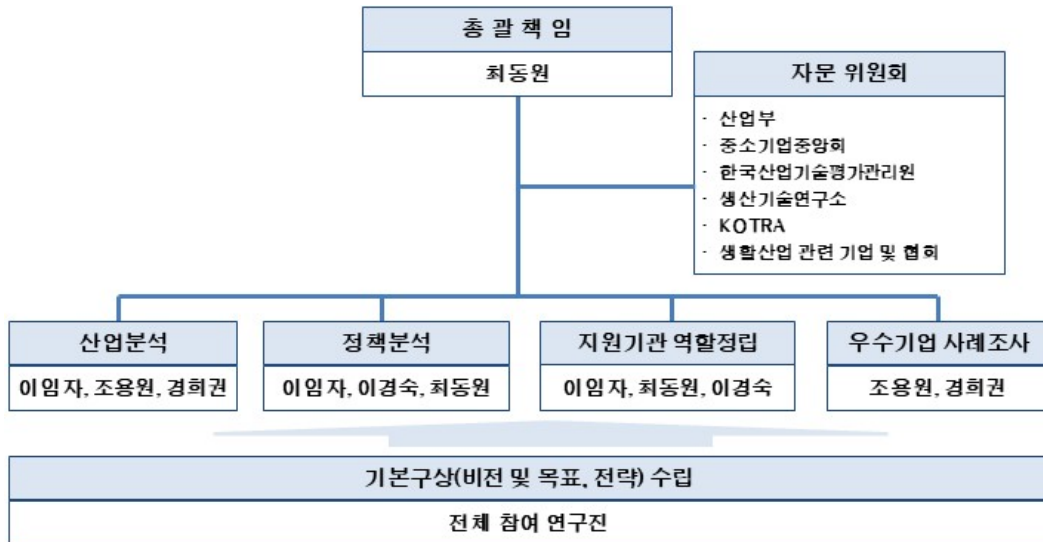
체계를 심층 분석

2. 추진체계 및 전략

□ 인력 운영체계

- 산업연구원 전문가로 구성하되 원내외 전문가 활용을 통한 연구성과의 질적 제고, 정책 제안의 실효성 향상 도모

<그림 I -1> 인력 운영계획



□ 주요 자문기관

- 지원기관의 체계 및 역할 정립을 위해 산업부, 중소기업중앙회 한국산업기술평가관리원, 생산기술연구소, KOTRA 등을 주요 자문기관으로 활용

□ 세부업종별 자문기관

- 세부 업종별 생활산업 활성화 방안 수립을 위해 전문성과 실무역량

을 갖춘 업계 전문가 및 주요 단체를 포함하여 자문단을 운영

- 주요 생활산업에 대한 정성적 분석, 경쟁력 강화 방안과 관련하여 원내·외 전문가 의견 수렴하여 보고서에 반영

<표 1-1> 생활산업 관련 외부 전문기관

구분	지원기관	관련 업무
가구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국가구산업협회 ○ 대한가구산업협동조합연합회 ○ 한국금속가구공업협동조합 ○ 한국생활가구협회 ○ 한국주택가구협동조합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가구산업 정책 건의 ○ 공동구매 및 전시개최 ○ 전문인력 양성지원 등
시계·주얼리	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국시계산업협동조합 ○ 한국주얼리산업연합회 ○ 월곡주얼리산업연구소 ○ 한국귀금속보석디자인협회 ○ 서울주얼리산업협동조합 ○ 한국주얼리산학연구협회 ○ 한국귀금속보석기술협회 ○ 한국주얼리평가협회 ○ 한국귀금속판매업중앙회 ○ 한국보석협회 ○ 한국진주협회 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시계·주얼리산업 정책개발 ○ 시계·주얼리산업 조사·연구 ○ 시계·주얼리산업 정보수집 ○ 시계·주얼리산업 수출지원 ○ 시계·주얼리산업 전시·세미나 개최 등
안경	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국안광학산업진흥원 ○ 한국광학공업협동조합 ○ 한국안경판매업협동조합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 안광학 관련 기업지원 ○ 안광학 관련 연구개발 ○ 안광학 관련 마케팅 지원
가방	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국가방공업협동조합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가방관련 기업 지원 등
문구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국문구공업협동조합 ○ 한국문구유통업협동조합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문구산업 정책 건의 ○ 문구산업 정보수집 ○ 문구산업 교육, 유통 지원 ○ 한국문구 발간 등
완구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국완구공업협동조합 ○ 한국완구협회 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 완구관련 마케팅/유통 지원 등 ○ 완구안전검사 ○ 토이매거진 발간 등
주방용품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국주방생활용품진흥협회 ○ 한국조리기계공업협동조합 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주방용품 관련 기업 지원 등
운동레저용품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국레저산업연구소 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 레저산업 연구조사, 레저백서 발간 등
악기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국피아노조율사 협회 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 피아노 제작 및 조율에 관한 기술 연구 ○ 국제교류, 국가자격증 관리 등
뷰티케어용품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국뷰티총연합회 ○ 한국뷰티산업진흥원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 뷰티관련 전시(뷰티EXPO)개최 ○ 교육 및 관련 민간자격증 관리 등
위생용품	-	-
소형생활가전	-	-

□ 사업 추진일정

〈표 1 -2〉 사업추진 일정

응역연구내용	연구응역기간					
	1주	2주	3주	4주	5주	6주
1. 국내·외 동향						
(1) 현황 및 전망	■	■				
(2) 경쟁력 분석	■	■				
2. 정책 분석						
(1) 국내외 정책 비교	■	■	■			
(2) 국내 정책 개선방안 도출		■	■	■		
3. 기본 구상						
(1) 비전, 목표, 추진전략		■	■			
(2) 활성화 방안			■	■	■	
(3) 우수 중소·중견기업 사례조사			■	■	■	
4. 지원기관 체계 및 역할 정립				■	■	■
보고 일정			착수		중간	최종

3. 조사수행 방법

□ 기존의 연구결과 및 문헌 조사

- 문헌조사를 통해 생활산업을 둘러싼 현황분석 및 정책 변화 등을 검토
- 기존 연구결과의 경우, 생활산업 글로벌 경쟁력(가격 경쟁력 및 비가격경쟁력) 및 생태계경쟁력 등에 관한 조사결과를 활용
 - * 생활용품산업 경쟁력 강화방안연구 (2011, 산업연구원)
 - * 디자인 등을 활용한 생활산업고부가가치화 방안연구(2013, 산업연구원)
 - * 중소기업형 생활소비재산업 육성전략및 법제화 연구 (2015, 산업연구원)

- * 생활산업글로벌 경쟁력 및 지원정책 수요조사 (2018, 중소기업중앙회)
- * 중소기업중앙회(2018), “ 생활산업 글로벌 경쟁력 및 지원정책 수요조사” 등

□ 정량적 분석

- “2019 생활소비재산업 통계 구축” 사업의 분류체계 활용을 통한 산업분석의 명확성 및 타당성 확보
 - “2019 생활소비재산업 통계 구축” 사업의 정의 및 범위를 바탕으로 해당산업의 현황 및 이슈 분석의 논리성 확보가 가능
- 생활산업 기초 분석을 위해 통계청(광공업통계, 전국사업체조사), 한국은행(기업경영분석, 산업연관표), 한국수출입은행(해외직접투자), 무역협회(무역통계), UN COMTRADE(세계무역통계) 등을 활용
 - 통계분석의 시간적 범위는 2000년 이후로 상정
 - * 1997년 KSIC 분류체계가 9차 버전으로 개선되고, 통계청의 제조업 통계가 10인 이상 사업체로 재조정되면서 2000년부터 산업분류체계가 소급 적용되어 제공됨.

□ 정성적 분석

- 생활산업 관련 정책의 시간적, 범위적, 규모적, 추진체계 및 주체별 차이 등을 비교 분석
 - 전반적 생활산업에 대한 정책방향과 더불어 생활산업 세부분야의 정책을 심층 분석
 - * 산업기술촉진법을 중심으로 산업발전법, 중소기업진흥법, 중소기업특별법, 산업융합촉진법, 산업디자인진흥법 등 관련 제도와 지원사업을 조사 분석
 - 정성적 분석의 경우, 정량적 분석과의 논리적 연계를 통해 정책의 타당성 및 효과성을 검토

○ 우수 생활산업 중소기업 사례조사

- 중소기업부의 기준 및 자체 문헌조사를 통해 우수 생활산업 중소기업·중견기업을 선정

- * 중소기업부와 산업통상자원부는 한국형 ‘히든챔피언’을 육성하겠다는 목표로 2011년부터 ‘글로벌 강소기업’과 ‘월드클래스 기업’을 선정
- * 글로벌 강소기업: 연 매출 100억~1,000억원, 수출액 500만 달러 이상
- * 월드클래스 기업: 연 매출 400억원~1조원, 수출비중 20% 이상, 3년 평균 연구개발(R&D) 투자율 2% 이상

- 이와 더불어 생활산업을 전통산업, 신산업, 융합산업 등의 기준에 따라 분류하고 각 분류에 해당되는 우수 생활산업 중소기업·중견기업의 사례 조사를 실시하여 분석의 차별성 및 의미성을 도출

- 외부적 요인과 내부적 요인으로 성공요인을 구분하여 분석하고 실사 조사를 통해 해당 우수기업의 독자적인 경쟁요인을 도출하여 제시

II. 국내 생활산업 현황 및 구조분석

- ① 시장규모 분석
- ② 노동/고용구조 분석
- ③ 생산구조 분석
- ④ 투자구조 분석
- ⑤ 무역구조 분석

1 시장규모 분석

- 국내 생활소비재산업의 출하 규모는 2008년 이후 최근까지 연평균 3.3% 성장하여 2017년 55조원 규모를 상회하였으나, 제조업 전체 출하액이 동기간 연평균 3.5% 성장한 것보다 0.2%p 낮은 수준
- 생활소비재산업의 출하액이 제조업 전체 출하액에서 차지하는 비중은 2010년도 초반 3.2~3.3%로 다소 낮아졌으나 2014년 이후 다소 상승하여 2017년 3.5~3.9% 수준을 유지

〈표 II-1〉 생활소비재산업의 출하액 변동 추이

단위: 10억원

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	14,466	16,239	17,922	17,610	17,494	17,429	16,844	16,285	1.3
신발	1,983	1,871	2,214	2,128	1,995	2,236	2,478	2,458	2.4
가방	755	837	1,046	1,290	1,637	1,444	1,524	1,255	5.8
안경	432	500	666	604	694	669	708	681	5.2
주얼리	639	625	848	798	905	1,042	1,020	920	4.1
시계	123	87	76	70	52	37	58	56	-8.4
미용기기	452	466	530	524	548	627	918	1,054	9.9
가구	4,843	4,392	4,926	4,622	4,785	5,619	6,509	7,575	5.1
위생용품	3,741	3,857	4,226	4,732	4,811	5,268	6,479	6,082	5.5
주방용품	3,222	3,599	3,902	3,714	4,051	4,117	3,980	3,876	2.1
소형가전	5,970	6,482	6,705	6,573	6,762	7,102	8,508	8,706	4.3
문구	3,684	3,728	4,884	4,766	4,626	4,646	4,832	4,806	3.0
완구	195	269	355	378	285	294	372	431	9.2
운동레저용품	530	614	687	742	642	670	768	869	5.7
악기	211	195	188	159	167	160	132	148	-3.8
생활소비재	41,247	43,761	49,176	48,709	49,455	51,359	55,131	55,203	3.3
제조업	3.7	3.9	3.3	3.2	3.3	3.5	3.9	3.7	
제조업	1,113,309	1,122,987	1,491,351	1,507,834	1,491,736	1,486,574	1,413,485	1,511,760	3.5

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

- 세부 산업별로는 미용기기(연평균 9.9%)와 완구(9.2%)의 출하액이 2008~2017년간 연평균 9% 이상의 높은 성장세를 보였고, 가방, 안경, 가구, 위생용품, 운동레저용품 등도 동기간 5% 대의 고성장
- 반면 시계(-8.4%)와 악기(-3.8%)는 국내 생산기반의 악화에 따른 제품출하 부진으로 출하액이 지속 감소

② 노동/고용구조 분석

- 생활소비재산업의 10인 이상 사업체수는 2008년 이후 7,000~7,400 여개사 수준을 유지하는 가운데, 2008~2017년간 연평균 -0.5%로 추세적으로 감소하여 사업체의 영세화가 진전
- 특히 2017년 생활소비재산업의 사업체수가 급격하게 줄어 7,067개로 최근 9년간 가장 낮은 수준을 보임.
- 전체 제조업내 비중은 2008년 12.6%에서 2017년 10.2%로 위상이 다소 낮아지기는 하였으나 여전히 높은 비중을 차지
- 반면 제조업내 10인 이상 사업체수는 2008~2017년간 1.9% 증가하여 상대적으로 활발한 창업이 활발한 것으로 나타남.
- 품목별로는 최근 9년간 의류, 신발, 시계, 악기, 주방용품, 소형가전업체의 수가 감소하는 가운데, 특히 생활소비재 업체의 1/3을 차지하는 의류업체수 감소가 두드러짐.
- 10인 이상 사업체 기준으로 악기 및 시계업체수도 급격히 감소하여 2017년 현재 각각 33개사(악기) 및 17개사(시계)에 불과
- 반면 가방, 미용기기, 위생용품, 완구, 운동레저용품의 사업체수는

증가

<표 II-2> 생활소비재산업의 사업체수 변동 추이

단위: 개

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR 08~17
의류	2,878	2,787	2,838	2,734	2,542	2,689	2,421	2,295	-2.5
신발	520	516	524	531	537	517	493	467	-1.2
가방	82	84	117	139	144	153	148	144	6.5
안경	111	112	130	130	136	127	118	118	0.7
주얼리	139	127	139	131	128	134	143	142	0.2
시계	24	23	21	23	22	16	19	17	-3.8
미용기기	109	106	107	102	118	126	128	131	2.1
가구	1,163	1,109	1,058	1,049	1,060	1,133	1,191	1,248	0.8
위생용품	399	411	426	426	445	492	526	557	3.8
주방용품	558	560	597	599	581	598	568	549	-0.2
소형가전	520	492	512	514	490	508	479	485	-0.8
문구	621	604	629	636	632	642	622	628	0.1
완구	68	67	71	80	77	76	83	80	1.8
운동레저용품	152	160	161	168	156	168	175	173	1.4
악기	49	44	47	44	39	39	31	33	-4.3
생활소비재	7,393	7,202	7,377	7,306	7,107	7,418	7,145	7,067	-0.5
제조업	58,459	57,996	63,047	63,907	65,389	68,640	68,790	69,458	1.9

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

- 2008년 이후 추세적으로 감소세를 보이던 생활소비재업체수와 더불어 종사하는 수도 연평균 0.7% 감소한 반면, 제조업체의 종사자 수는 동기간 2.1% 증가하여 생활소비재산업의 일자리 창출력이 점차 약화
- 제조업 전체 종사자수 대비 생활소비재산업의 비중은 2008년 20만 여명으로 8.4%에 달했으나 2017년 6.5%로 낮아져 약 19만여명이 종사하고 있음.

- 품목별로는 2000년대 초반 사업체수가 급감한 시계 및 악기의 종사자수가 지속적으로 급감하였고, 규모별로는 의류산업의 종사자수가 2만명 이상 줄면서 인력 감소를 견인
- 악기와 신발의 종사자수도 소폭 감소한 반면, 가방, 안경, 주얼리, 미용기기, 가구, 위생용품, 완구, 운동레저용품 등은 인력수요가 상승

〈표 II -3〉 생활소비재산업의 종사자수 변동 추이

단위: 천명

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	79.3	79.0	76.4	73.7	69.7	70.5	63.4	58.7	-3.3
신발	13.3	12.5	12.4	12.2	12.0	11.7	11.5	10.9	-2.2
가방	2.2	2.2	2.5	3.0	3.5	3.5	3.5	3.3	4.4
안경	3.9	4.3	5.0	5.0	5.2	5.1	5.1	5.0	2.8
주얼리	3.0	3.2	3.5	3.0	3.1	3.1	3.7	4.0	3.1
시계	0.8	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.3	-9.4
미용기기	2.7	2.6	2.7	2.8	3.3	3.4	3.8	3.8	3.8
가구	25.7	24.0	23.3	22.5	23.2	25.3	27.8	28.7	1.2
위생용품	12.5	12.5	13.1	13.3	13.8	14.9	17.1	17.7	4.0
주방용품	16.1	16.4	17.1	16.8	16.7	17.3	16.1	15.4	-0.5
소형가전	20.5	19.2	18.5	18.2	18.1	18.7	20.2	20.5	0.0
문구	18.1	17.2	18.7	18.4	18.3	18.5	17.8	17.5	-0.4
완구	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	2.0	1.9	2.0
운동레저용품	3.7	4.0	4.0	4.0	3.7	3.9	4.2	4.2	1.4
악기	1.6	1.5	1.6	1.5	1.4	1.4	1.0	1.1	-4.5
생활소비재	205.0	201.1	201.1	196.9	194.3	199.2	197.6	192.9	-0.7
제조업	2,454.3	2,452.9	2,694.8	2,753.7	2,813.6	2,904.9	2,957.9	2,954.8	2.1

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

- 2000~2014년간 생활소비재산업의 연평균 사업체수는 0.5% 감소한 반면, 종사자수는 -0.7%로 더 빠르게 감소하여 생활소비재업체당

평균 종사자수는 점진적으로 감소하면서 영세화가 진전

- 생활소비재산업의 업체당 종사자수는 2008년 27명 정도를 유지하는 가운데, 제조업 평균 42명보다 크게 낮아 영세업체 중심의 산업구조를 엿볼 수 있음.
- 업체당 종사자수가 제조업 평균보다 높은 생활소비재는 단 하나도 없는 것으로 나타나는 가운데, 특히 시계, 가방, 의류, 신발 등 패션 관련 품목의 영세화가 상대적으로 더 빠르게 진전

<표 II-4> 생활소비재산업의 사업체당 종사자수 변동 추이

단위: 천명

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	차이 (17-08)
의류	27.5	28.3	26.9	27.0	27.4	26.2	26.2	25.6	-2.0
신발	25.6	24.3	23.7	22.9	22.3	22.6	23.4	23.3	-2.3
가방	27.0	25.8	20.9	21.4	24.5	22.6	23.7	22.6	-4.4
안경	34.9	38.8	38.7	38.8	38.5	39.8	42.9	42.3	7.3
주얼리	21.8	24.9	24.9	23.0	23.9	23.2	25.7	28.1	6.3
시계	34.8	27.2	22.8	23.3	21.6	23.3	24.7	20.2	-14.5
미용기기	24.9	24.9	25.2	27.5	28.0	27.1	29.8	28.8	3.9
가구	22.1	21.6	22.0	21.5	21.9	22.3	23.3	23.0	0.9
위생용품	31.3	30.5	30.7	31.3	31.1	30.3	32.5	31.9	0.6
주방용품	28.8	29.2	28.6	28.0	28.7	28.9	28.4	28.0	-0.8
소형가전	39.4	39.1	36.2	35.4	36.9	36.8	42.1	42.3	2.9
문구	29.1	28.6	29.8	29.0	28.9	28.8	28.6	27.8	-1.3
완구	23.8	25.6	25.9	22.7	24.0	23.3	24.5	24.1	0.3
운동레저용품	24.3	24.7	24.6	24.0	23.7	23.4	23.8	24.2	-0.1
악기	33.6	34.9	33.8	34.4	36.7	36.0	31.2	32.8	-0.8
생활소비재	27.7	27.9	27.3	26.9	27.3	26.9	27.7	27.3	-0.4
제조업	42.0	42.3	42.7	43.1	43.0	42.3	43.0	42.5	0.6

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

③ 생산구조 분석

○ 생활소비재산업의 생산규모는 2008년 41조원에서 2017년 55조원으로 증가

- 연평균 성장률은 3.2%로 제조업 평균 3.4%에 다소 미달하였으며 전체 제조업에서 차지하는 비중은 2017년 3.7%에 해당

- 그러나 최근 2014~2017년간 제조업 전체 생산액이 0.6% 성장에 그친 반면, 생활소비재의 생산액은 동기간 2.3%로 빠르게 증가하여 산업 활성화에 대한 기대감 상승

○ 품목별로는 미용기기(9.8%), 위생용품(5.5%), 가구(5.1%), 소형가전(4.3%) 등 생활편의 관련 제품과 완구(9.2%), 운동레저용품(5.8%) 등 레저/문화관련 제품에서 5% 이상의 높은 성장을 시현

- 반면 시계(-8.0%), 악기(-3.8%)의 생산액은 크게 감소

〈표 II -5〉 생활소비재산업의 생산액 변동 추이

단위: 10억원

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	14,723	16,254	18,444	17,996	17,799	17,698	16,853	16,365	1.2
신발	1,999	1,881	2,277	2,157	2,034	2,280	2,518	2,456	2.3
가방	756	857	1,056	1,297	1,656	1,467	1,547	1,219	5.4
안경	435	501	666	618	708	671	716	691	5.3
주얼리	633	632	855	803	907	1,041	1,028	925	4.3
시계	128	84	78	70	53	38	59	60	-8.0
미용기기	459	469	536	525	549	631	922	1,060	9.8
가구	4,881	4,419	4,960	4,643	4,788	5,649	6,545	7,610	5.1
위생용품	3,755	3,861	4,256	4,733	4,827	5,295	6,471	6,106	5.5
주방용품	3,236	3,609	3,940	3,739	4,102	4,158	3,999	3,887	2.1
소형가전	5,995	6,483	6,743	6,577	6,776	7,102	8,514	8,719	4.3
문구	3,715	3,744	4,914	4,788	4,641	4,652	4,817	4,846	3.0
완구	198	267	361	379	290	298	375	438	9.2
운동레저용품	531	617	702	754	649	675	778	880	5.8
악기	208	192	189	159	168	161	133	147	-3.8
생활소비재	41,654	43,868	49,977	49,237	49,949	51,817	55,275	55,408	3.2
제조업	1,122,986	1,121,973	1,502,353	1,511,495	1,495,730	1,489,213	1,415,083	1,517,683	3.4

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

- 생활소비재산업이 창출하는 부가가치액은 제품의 고부가가치화와 더불어 증가폭이 확대되고 있으며, 2008년 이후 생활소비재산업의 부가가치액은 연평균 3.2% 성장하였으나, 부가가치액 역시 제조업 평균 성장률(4.4%)보다 낮은 증가세 기록
- 품목별로는 최근 미용기기(9.6%), 완구(9.0%)의 부가가치가 빠르게 성장하였고, 주얼리, 안경, 소형가전, 운동레저용품 등도 5% 이상의 고성장 기록한 반면 시계와 악기의 부가가치액은 역성장 기록

〈표 II -6〉 생활소비재산업의 부가가치액 변동 추이

단위: 10억원

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	7,028	7,783	8,730	8,106	8,074	7,929	7,730	7,628	0.9
신발	972	885	1,000	919	862	986	1,078	1,064	1.0
가방	352	405	484	552	711	665	688	542	4.9
안경	210	261	319	295	360	358	416	376	6.7
주얼리	171	190	332	281	357	393	364	330	7.6
시계	47	29	36	35	23	18	29	30	-4.9
미용기기	184	197	215	205	219	249	376	422	9.6
가구	2,016	1,716	1,859	1,815	1,791	2,165	2,621	3,105	4.9
위생용품	1,693	1,599	1,612	2,024	1,928	2,153	2,827	2,537	4.6
주방용품	1,208	1,337	1,506	1,381	1,572	1,634	1,615	1,544	2.8
소형가전	1,805	2,010	2,159	1,979	2,097	2,148	2,733	2,904	5.4
문구	1,401	1,442	1,877	1,759	1,722	1,736	2,001	2,045	4.3
완구	89	120	163	178	140	141	153	193	9.0
운동레저용품	213	276	319	350	283	294	390	415	7.7
악기	86	83	73	68	73	73	58	66	-2.9
생활소비재	17,475	18,332	20,684	19,947	20,212	20,942	23,079	23,202	3.2
제조업	367,630	374,501	480,203	480,713	479,281	484,485	504,295	543,341	4.4

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

○ 생활소비재산업의 부가가치율은 2008년 이후 40~42% 수준을 유지하는 가운데, 제조업의 평균 부가가치율보다는 6~10%p 높은 특징

- 이는 제품의 혁신에 따른 고부가가치화의 결과라기 보다는 부가가치 항목을 구성하는 인건비의 비중이 높은 결과에 기인
- 품목별로는 안경, 미용기기, 주방용품, 소형가전, 문구, 운동레저용품 등의 부가가치율은 상승하는 반면, 의류, 신발, 가방, 미용기기, 가구, 위생용품은 하락

<표 II -7> 생활소비재산업의 부가가치율 변동 추이

단위: %, %p

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	변동폭 (17-08)
의류	47.7	47.9	47.3	45.0	45.4	44.8	45.9	46.6	-1.1
신발	48.6	47.0	43.9	42.6	42.4	43.2	42.8	43.3	-5.3
가방	46.5	47.3	45.8	42.6	42.9	45.3	44.5	44.5	-2.1
안경	48.3	52.0	47.9	47.7	50.7	53.3	58.2	54.4	6.1
주얼리	26.9	30.1	38.9	35.0	39.4	37.7	35.4	35.7	8.8
시계	36.9	34.6	46.1	50.1	43.3	49.1	48.5	49.8	12.9
미용기기	40.2	42.1	40.1	39.1	39.9	39.5	40.9	39.8	-0.4
가구	41.3	38.8	37.5	39.1	37.4	38.3	40.0	40.8	-0.5
위생용품	45.1	41.4	37.9	42.8	39.9	40.7	43.7	41.6	-3.5
주방용품	37.3	37.0	38.2	36.9	38.3	39.3	40.4	39.7	2.4
소형가전	30.1	31.0	32.0	30.1	31.0	30.2	32.1	33.3	3.2
문구	37.7	38.5	38.2	36.7	37.1	37.3	41.5	42.2	4.5
완구	44.9	45.0	45.2	46.9	48.2	47.5	40.9	44.1	-0.8
운동레저용품	40.1	44.7	45.4	46.4	43.5	43.5	50.1	47.2	7.2
악기	41.2	43.4	38.7	42.4	43.4	45.2	43.8	45.1	3.8
생활소비재	42.0	41.8	41.4	40.5	40.5	40.4	41.8	41.9	-0.1
제조업	32.7	33.4	32.0	31.8	32.0	32.5	35.6	35.8	3.1

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

○ 생활소비재산업의 평균 일인당 인건비는 2017년 기준 3,130만원으로 제조업 평균 인건비 4,350만원의 72%에 불과하여 매우 낮은 수준

- 특히 의류, 신발, 가방, 주얼리, 완구, 악기 등의 인당 급여는 2017년 기준 2,400~3,000만원 정도로 매우 낮게 나타남.

- 반면 인건비 상승률은 2008~2017년간 연평균 4.2%로 제조업 평균 4.0%보다 소폭 높은 것으로 나타남.

<표 II-8> 생활소비재산업의 인건비 변동 추이

단위: 천명

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	19.6	20.5	21.5	22.2	23.0	23.9	25.7	26.9	3.6
신발	17.6	19.2	20.2	20.1	20.4	21.8	23.6	24.7	3.8
가방	50.4	49.8	26.5	26.2	27.0	27.3	28.4	29.4	-5.8
안경	18.5	20.2	22.6	22.8	24.7	25.4	27.6	30.6	5.8
주얼리	21.3	21.6	23.5	24.9	26.2	27.4	27.1	24.2	1.4
시계	25.7	22.4	20.7	23.0	24.5	25.0	31.1	29.4	1.5
미용기기	20.0	21.0	21.9	23.0	25.0	25.2	29.2	31.9	5.4
가구	21.4	22.1	23.8	24.6	25.7	26.6	30.1	31.9	4.5
위생용품	26.5	28.4	29.7	30.5	31.1	32.8	34.8	35.2	3.2
주방용품	21.9	22.8	25.2	26.1	28.3	28.4	31.3	33.3	4.8
소형가전	25.7	26.5	29.2	30.2	31.3	32.8	39.2	40.8	5.3
문구	23.8	23.6	26.3	26.9	28.1	29.3	33.6	34.6	4.2
완구	19.7	20.2	24.4	24.7	23.6	26.3	25.8	28.9	4.3
운동레저용품	20.1	22.1	25.2	26.3	26.7	28.4	31.7	32.5	5.5
악기	21.9	22.0	22.7	22.0	23.9	25.4	24.7	28.5	2.9
생활소비재	21.7	22.5	23.9	24.7	25.7	26.8	29.8	31.3	4.2
제조업	30.6	31.0	34.9	35.8	37.0	38.2	41.8	43.5	4.0

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

주: 인당 급여액 기준

○ 생산액에서 인건비가 차지하는 비중은 생활소비재산업이 2017년

10.9%로 제조업 평균 8.5% 보다 높은 수준을 보여 인건비 비중은 높으나, 인건비 비중의 상승세는 상대적으로 느린 편

- 품목별 인건비 비중은 안경, 약기가 20% 이상으로 매우 높은 편
- 인건비가 차지하는 비중이 추세적으로 낮아지는 업종으로는 의류, 신발, 가방, 완구 등이 해당하는데, 신발과 의류는 종사자수가 빠르게 감소하고, 가방 및 완구는 생산액이 빠르게 증가한 것에 기인

<표 II-9> 생활소비재산업의 인건비 비중 변화 추이

단위: %, %p

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	변동폭 (17-08)
의류	10.6	9.9	8.9	9.1	9.0	9.5	9.7	9.6	-0.9
신발	11.7	12.8	11.0	11.4	12.0	11.2	10.8	10.9	-0.7
가방	14.7	12.6	6.1	6.0	5.7	6.4	6.4	7.8	-6.9
안경	16.5	17.6	17.1	18.6	18.2	19.1	19.5	22.1	5.6
주얼리	10.2	10.8	9.5	9.3	8.8	8.2	9.7	10.4	0.2
시계	16.8	16.8	12.7	17.7	21.9	24.7	24.7	16.9	0.1
미용기기	11.8	11.9	11.1	12.2	15.0	13.6	12.1	11.4	-0.4
가구	11.3	12.0	11.2	11.9	12.5	11.9	12.8	12.0	0.8
위생용품	8.8	9.2	9.1	8.6	8.9	9.2	9.2	10.2	1.4
주방용품	10.9	10.4	10.9	11.7	11.5	11.8	12.6	13.2	2.3
소형가전	8.8	7.9	8.0	8.4	8.3	8.6	9.3	9.6	0.8
문구	11.6	10.9	10.0	10.3	11.1	11.6	12.4	12.5	0.9
완구	16.1	13.0	12.4	11.9	15.0	15.6	14.0	12.7	-3.4
운동레저용품	14.0	14.1	14.2	14.1	15.2	16.6	17.0	15.5	1.5
약기	17.3	17.6	19.1	20.9	20.4	22.1	18.0	21.0	3.7
생활소비재	10.7	10.3	9.6	9.9	10.0	10.3	10.7	10.9	0.2
제조업	6.7	6.8	6.3	6.5	7.0	7.4	8.7	8.5	1.8

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

주: 급여액/생산액 기준

<표 II-10> 생활소비재산업의 주요생산비 변동 추이

단위: 10억원

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	7,696	8,471	9,715	9,890	9,725	9,770	9,124	8,737	1.4
신발	1,027	997	1,277	1,238	1,172	1,294	1,440	1,391	3.4
가방	404	452	572	745	946	802	859	677	5.9
안경	225	240	346	323	349	314	299	315	3.8
주얼리	463	442	522	522	550	649	664	594	2.8
시계	80	55	42	35	30	19	31	30	-10.3
미용기기	274	271	321	320	330	382	545	638	9.8
가구	2,865	2,703	3,101	2,828	2,997	3,484	3,924	4,505	5.2
위생용품	2,062	2,262	2,644	2,709	2,899	3,142	3,643	3,569	6.3
주방용품	2,028	2,272	2,435	2,357	2,530	2,524	2,385	2,343	1.6
소형가전	4,189	4,473	4,584	4,598	4,679	4,954	5,781	5,815	3.7
문구	2,314	2,302	3,036	3,028	2,919	2,916	2,817	2,801	2.1
완구	109	147	198	201	150	156	222	245	9.4
운동레저용품	318	341	383	404	366	381	388	464	4.3
악기	122	109	116	92	95	88	75	81	-4.5
생활소비재	24,179	25,536	29,293	29,291	29,737	30,875	32,196	32,206	3.2
제조업	755,356	747,472	1,022,149	1,030,782	1,016,449	1,004,728	910,788	974,342	2.9

자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

4 투자구조 분석

○ 생활소비재산업의 연말잔액 기준 유형자산은 설비 및 건물 등 투자확대에 힘입어 2008~2017년간 연평균 4.8% 증가

- 하지만 제조업 평균 성장세 5.9%보다 낮은 성장을 보여 상대적으로 소극적인 투자 성향을 보임.

- 특히 신발, 주얼리, 시계, 악기 등은 유형자산의 가치가 감소하여 생산 기반의 약화 또는 경제적 효익 및 미래의 수익창출 잠재력이 상대적으로 낮은 것으로 평가

<표 II-11> 생활소비재산업의 유형자산 연말잔액 변동 추이

단위: 10억원

	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2016	2017	CAGR (08~17)
의류	2,659	2,926	3,548	3,786	3,690	3,486	3,746	3,722	3.8
신발	555	547	429	343	328	399	458	463	-2.0
가방	81	111	181	195	196	201	209	214	11.4
안경	146	204	192	210	235	273	254	281	7.5
주얼리	247	439	242	226	214	194	166	179	-3.5
시계	30	25	20	22	20	16	21	19	-4.6
미용기기	147	168	184	165	176	199	287	285	7.6
가구	1,467	1,529	1,719	1,631	1,648	1,862	2,302	2,564	6.4
위생용품	1,255	1,312	1,543	1,538	1,574	1,789	2,352	2,605	8.4
주방용품	1,194	1,302	1,402	1,497	1,583	1,600	1,759	1,759	4.4
소형가전	1,340	1,425	1,850	1,770	1,907	2,087	2,010	2,115	5.2
문구	1,378	1,406	1,647	1,690	1,677	1,759	1,882	1,916	3.7
완구	101	141	143	147	106	132	178	210	8.4
운동레저용품	188	196	215	258	218	258	315	316	5.9
악기	122	108	76	89	72	64	51	52	-9.1
생활소비재	10,912	11,840	13,391	13,568	13,644	14,321	15,990	16,700	4.8
제조업	350,978	379,260	477,758	483,023	507,828	530,693	562,727	585,801	5.9

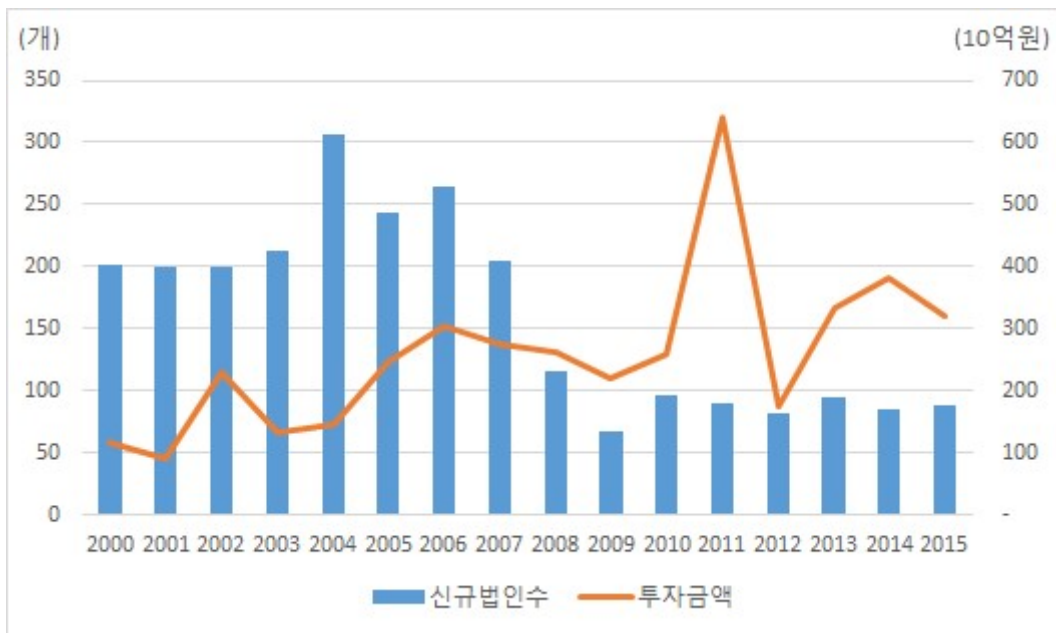
자료: 통계청, 광업·제조업조사, 10인 이상 사업체 대상

○ 생활소비재산업의 해외직접투자 신규법인수는 2004년 이후 다소 감소하다가 2008년부터 소폭의 증감 추이를 반복하며 정체 현상을 보이는 가운데, 투자금액은 추세적으로 높아지고 있음.

- 이는 해외 법인당 투자규모가 대형화하는 추세로 국내 설비투자 및 해외직접투자 모두 동시에 확대되는 추이를 보여 국내외 분업 생산을 위한 글로벌 생산 투자가 지속 확대

- 생활소비재산업의 해외직접투자가 제조업의 해외직접투자에서 차지하는 비중은 2002년 12.1%로 가장 높았으나, 이후 지속 하락하여 2012년 2.1%로 하락한 후, 2015년 6.0%로 다시 급상승

<그림 II -1> 생활소비재산업의 해외투자 추이



자료: 수출입은행, 해외직접투자

○ 2000년~2015년간 생활소비재산업의 누적 해외직접투자 금액은 38억 달러로 제조업 전체 대비 4.4%를 차지

- 품목별로는 2000년 이후 누계 기준 신발(20.0%), 소형가전(15.2%), 가방(10.2%), 운동레저용품(9.5%), 악기(9.3%), 귀금속(7.6%) 등의 해

외직접투자 규모가 높은 것으로 나타남.

○ 또한 2000년 이후 5년 구간으로 나누어 생활소비재산업의 해외직접투자 규모를 비교해 보면 2000~2005년 9.6억 달러, 2006~2010년 13.2억 달러, 2011~2015년 18.5억달러로 증가폭은 다소 둔화하고 있으나 규모는 지속 확대되고 있음.

- 제조업의 전체 해외직접투자 규모도 동기간 176억 달러→329억 달러
→424억 달러로 지속 증가

<표 II-12> 생활소비재산업 품목별 해외투자 추이

단위: 10억 달러

	2000	2006	2008	2011	2012	2015	누적
가구	1.6	20.1	15.3	19.1	8.8	25.2	215.4
시계	0.6	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9
귀금속	63.1	24.7	10.8	5.8	5.4	7.8	312.9
안경	0.0	2.2	0.2	3.8	2.1	2.6	29.7
가방	1.5	23.1	35.7	85.8	16.6	62.9	421.3
문구	2.1	10.8	22.6	6.0	1.8	8.1	183.0
완구	5.6	13.6	11.6	11.1	5.7	5.0	114.1
주방용품	0.0	1.4	9.2	36.3	36.2	37.8	220.0
운동레저용품	3.4	6.4	8.3	268.5	7.3	5.1	390.8
약기	2.5	21.6	50.9	54.0	21.7	0.0	382.7
뷰티케어용품	2.9	23.2	24.6	6.2	12.6	35.9	276.4
위생용품	3.3	4.8	21.3	26.2	3.6	2.6	125.9
소형가전	4.4	110.5	13.0	10.8	8.2	47.8	625.7
신발	25.1	41.2	38.9	105.6	45.9	77.8	826.6
생활소비재계	115.9	303.8	262.7	639.2	176.0	318.6	4,126.3
제조업	1,637.7	5,740.7	6,799.8	9,712.0	8,618.1	7,466.1	92,959.5

자료: 수출입은행, 해외직접투자

- 특히 최근 5년간 제조업 전체 해외직접투자가가 전기비 28.9% 증가한 반면, 생활소비재산업은 전기비 39.7% 증가하여 해외투자가 더욱 활발히 전개

- 품목별로는 2010년 이후 안경, 가방, 주방용품, 운동레저용품, 신발 등은 해외직접투자가 지속 확대된 반면 시계, 귀금속, 문구, 완구, 악기, 위생용품, 소형가전 등은 2000년대 후반 대비 다소 해외투자가 위축

〈표 II -13〉 생활소비재산업의 품목별 해외투자비중 추이

단위: %

	2000	2006	2008	2011	2012	2015	누적
가구	1.4	6.6	5.8	3.0	5.0	6.7	5.2
시계	0.5	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
귀금속	54.4	8.1	4.1	0.9	3.1	2.0	7.6
안경	0.0	0.7	0.1	0.6	1.2	0.4	0.7
가방	1.3	7.6	13.6	13.4	9.4	12.7	10.2
문구	1.8	3.5	8.6	0.9	1.0	2.1	4.4
완구	4.9	4.5	4.4	1.7	3.3	1.1	2.8
주방용품	0.0	0.5	3.5	5.7	20.6	16.1	5.3
운동레저용품	2.9	2.1	3.2	42.0	4.2	3.8	9.5
악기	2.1	7.1	19.4	8.4	12.3	3.3	9.3
뷰티케어용품	2.5	7.7	9.4	1.0	7.2	9.3	6.7
위생용품	2.8	1.6	8.1	4.1	2.0	0.5	3.1
소형가전	3.8	36.4	5.0	1.7	4.7	13.7	15.2
신발	21.6	13.5	14.8	16.5	26.1	28.4	20.0
생활소비재계	100.0 (7.1)	100.0 (5.3)	100.0 (3.9)	100.0 (6.6)	100.0 (2.0)	100.0 (5.2)	100.0 (4.4)

자료: 수출입은행, 해외직접투자

주: () 안은 제조업 전체 해외직접투자 대비 비중임.

⑤ 무역구조 분석

□ 수출

- 생활소비재산업 수출은 2000~2005년간 글로벌 경쟁 심화 및 가격경쟁력 저하로 70억 달러 내외에서 등락을 거듭하다 글로벌 금융위기를 겪으며 2009년 56억 달러로 최저를 기록한 후 큰 폭으로 증가하는 추세
 - 2005~2015년간 생활소비재산업의 수출은 연평균 4.0% 확대되었으며, 특히 2010~2015년간 연평균 7.8% 확대되어 총수출 증가율 2.5%보다 높은 실적 기록
 - 이는 화장품 등 가방, 뷰티케어용품, 위생용품, 가구 등의 수출 증대에 기인
 - 특히 가방 수출은 2010년 이후 5년간 연평균 35.3% 성장하였고,化妆품을 포함한 뷰티케어용품은 27.7% 성장
 - 생활소비재의 수출 증가세에도 불구하고 총수출에서 차지하는 비중은 2000년 4.2%에서 2009년 및 2010년 1.5%로 낮아졌다가 2014년 1.9%로 소폭 상승
- 최종소비재인 생활소비재의 수출증가세는 그간 중국, 베트남 대상 가공무역 목적의 중간재 수출이 주를 이루어왔음.
 - 하지만 최근 중국 등 경쟁국의 생산능력 확대 및 경쟁력 제고를 통한 자급률 확대로 중간재 수출 확대가 제한적인 상황
 - 한편 동남아 등 한류국가의 한국산 소비재에 대한 선호도 및 수요증가는 신규 수출 증가 요인으로 작용

〈표 II-14〉 생활소비재산업 품목별 수출 추이

단위: 백만달러, %

	2000	2005	2009	2010	2015	연평균 증감률		
						00~05	05~15	10~15
가구	180	397	492	636	920	17.2	8.8	7.7
시계	189	104	65	71	76	-11.3	-3.1	1.5
귀금속	347	336	191	249	292	-0.7	-1.4	3.2
안경	272	232	233	350	233	-3.1	0.0	-7.8
가방	163	63	43	47	215	-17.3	13.0	35.3
문구	400	324	253	300	320	-4.2	-0.1	1.3
완구	206	129	60	67	87	-9.0	-3.8	5.6
주방용품	464	177	112	124	154	-17.5	-1.4	4.4
운동레저용품	375	287	278	307	296	-5.2	0.3	-0.7
악기	290	226	124	154	127	-4.9	-5.6	-3.8
뷰티케어용품	156	307	480	822	2,793	14.5	24.7	27.7
위생용품	626	957	917	1,121	1,811	8.8	6.6	10.1
소형가전	2,732	2,759	1,940	2,195	2,199	0.2	-2.2	0.0
신발	799	482	375	436	476	-9.6	-0.1	1.8
생활소비재계	7,198 (4.2)	6,779 (2.4)	5,564 (1.5)	6,878 (1.5)	10,000 (1.9)	-1.2	4.0	7.8
총수출	172,268	284,419	363,534	466,384	526,757	10.5	6.4	2.5

자료: 한국무역협회, MTI 기준

주: () 안은 총수출 대비 비중임.

○ 품목별 수출비중은 2000년에는 소형가전(37.9%), 신발(11.1%)이 전체 수출의 49%로 절반을 차지했으나, 2015년에는 뷰티케어용품 27.9%, 소형가전 22.0%, 위생용품 18.1%, 가구 9.2% 등으로 높아지면서 수출품목의 다변화 진전

- 시계, 귀금속, 가구, 문구, 완구, 주방용품, 신발 등은 과거 수출 감소세에서 2010년 이후 증가세로 전환되면서 수출 확대에 대한 기대감 상승

〈표 II -15〉 생활소비재산업 품목별 수출 구조 추이

단위: %

	2000	2005	2009	2010	2015
가구	2.5	5.9	8.8	9.2	9.2
시계	2.6	1.5	1.2	1.0	0.8
귀금속	4.8	5.0	3.4	3.6	2.9
안경	3.8	3.4	4.2	5.1	2.3
가방	2.3	0.9	0.8	0.7	2.2
문구	5.6	4.8	4.6	4.4	3.2
완구	2.9	1.9	1.1	1.0	0.9
주방용품	6.4	2.6	2.0	1.8	1.5
운동레저용품	5.2	4.2	5.0	4.5	3.0
악기	4.0	3.3	2.2	2.2	1.3
뷰티케어용품	2.2	4.5	8.6	11.9	27.9
위생용품	8.7	14.1	16.5	16.3	18.1
소형가전	37.9	40.7	34.9	31.9	22.0
신발	11.1	7.1	6.7	6.3	4.8
생활소비재계	100.0 (4.2)	100.0 (2.4)	100.0 (1.5)	100.0 (1.5)	100.0 (1.9)

자료: 한국무역협회, MTI 기준

주: () 안은 총수출 대비 비중임.

- 생활소비재산업의 수입은 수출보다 빠른 속도로 증가하여 2000년 33억에 불과하던 수입규모가 2014년 150억 달러로 늘어나 5배로 확대
- 하지만 2015년에는 국내경기 위축 및 소비 부진으로 99.8억 달러로 다소 감소
- 2015년 수입은 글로벌 경기 부진에 따른 수요 위축 및 유가 하락에 의한 단가 하락 등으로 수입금액은 급격히 감소하였고, 특히 생활소비재 수입 감소폭은 총수입의 2배 정도로 빠르게 급감

〈표 II-16〉 생활소비재산업 품목별 수입 추이

단위: 백만달러, %

	2000	2005	2009	2010	2015	연평균 증감률		
						00~05	05~15	10~15
가구	209	738	870	1,090	1,082	28.7	3.9	-0.1
시계	156	194	279	392	426	4.4	8.2	1.7
귀금속	129	209	222	341	313	10.0	4.1	-1.7
안경	91	151	195	308	291	10.6	6.8	-1.1
가방	99	250	514	728	908	20.4	13.7	4.5
문구	104	143	159	201	167	6.6	1.5	-3.7
완구	180	228	305	379	496	4.9	8.1	5.6
주방용품	189	292	345	443	491	9.1	5.3	2.1
운동레저용품	330	543	619	725	579	10.5	0.6	-4.4
악기	83	137	146	171	132	10.7	-0.4	-5.2
뷰티케어용품	344	598	858	1,046	921	11.7	4.4	-2.5
위생용품	819	1,198	1,307	1,633	1,349	7.9	1.2	-3.7
소형가전	308	665	687	821	1,176	16.7	5.9	7.5
신발	274	671	923	1,261	1,652	19.6	9.4	5.6
생활소비재계	3,316 (2.1)	6,019 (2.3)	7,429 (2.3)	9,538 (2.2)	9,984 (2.3)	12.7	5.2	0.9
총수입	160,481	261,238	323,085	425,212	436,499	10.2	5.3	0.5

자료: 한국무역협회, MTI 기준

주: () 안은 총수입 대비 비중임.

- 따라서 생활소비재산업 수입이 제조업 수입에서 차지하는 비중은 2000년 2.1%에서 계속 높아져 2014년 2.8%로 상승하였으나, 2015년 2.3%를 차지
- 생활소비재산업의 수입은 소비차별화 및 고급화에 따른 고가 브랜드제품 선호 상승, FTA에 의한 미국, EU 등 대선진권 수입가격 인하, 중국, 베트남 등 중저가 생산품의 역수입 증가, 온라인 거래 등 대안적 유통 발달에 따른 거래 편의성 증대 및 상품 선택권 확대 등 다양한 요인에 기인

〈표 II -17〉 생활소비재산업 품목별 수입 구조 추이

단위: %

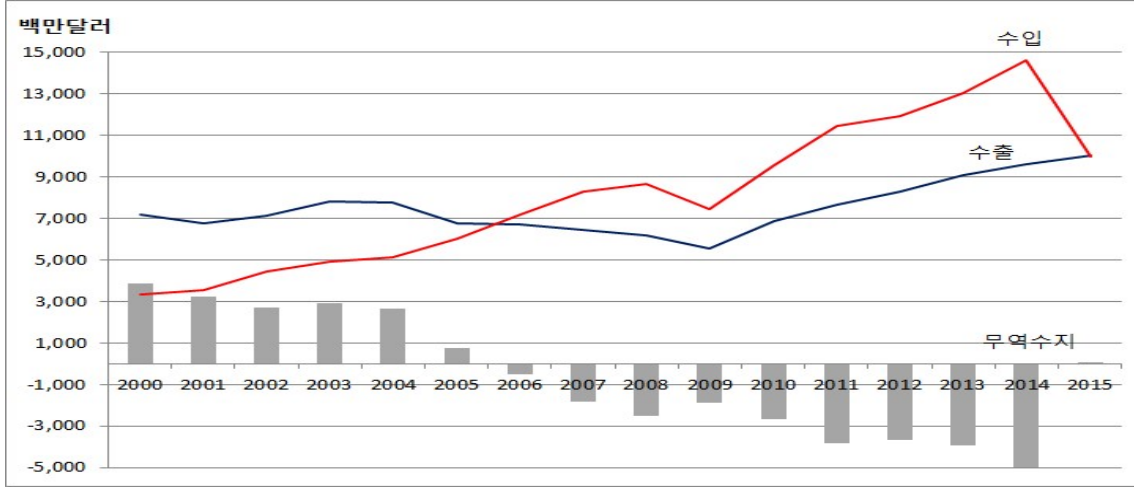
	2000	2005	2009	2010	2015
가구	6.3	12.3	11.7	11.4	10.8
시계	4.7	3.2	3.8	4.1	4.3
귀금속	3.9	3.5	3.0	3.6	3.1
안경	2.8	2.5	2.6	3.2	2.9
가방	3.0	4.2	6.9	7.6	9.1
문구	3.1	2.4	2.1	2.1	1.7
완구	5.4	3.8	4.1	4.0	5.0
주방용품	5.7	4.9	4.6	4.6	4.9
운동레저용품	10.0	9.0	8.3	7.6	5.8
악기	2.5	2.3	2.0	1.8	1.3
뷰티케어용품	10.4	9.9	11.5	11.0	9.2
위생용품	24.7	19.9	17.6	17.1	13.5
소형가전	9.3	11.1	9.2	8.6	11.8
신발	8.3	11.1	12.4	13.2	16.5
생활소비재계	100.0 (2.1)	100.0 (2.3)	100.0 (2.3)	100.0 (2.2)	100.0 (2.3)

자료: 한국무역협회, MTI 기준

주: () 안은 총수입 대비 비중임.

- 국내 생활소비재산업의 무역수지를 살펴보면, 2000~2009년간 수출이 다소 감소 및 정체 현상을 보이다 2009년 이후 증가세로 전환
 - 2009년 이후의 수출 증가세 전환에도 불구하고, 수입의 지속적인 급증으로 2006년 수출특화에서 수입특화로 바뀐 이후 무역수지 적자폭이 2014년까지 지속 확대
 - 무역수지는 2000년 39억 달러 흑자에서 2006년 5억 달러 적자를 기록한 후 2010년 27억 달러, 2014년 50억 달러 적자로 지속 확대
 - 품목별 무역수지 적자규모는 신발이 18억 달러, 가방이 10억 달러로 전체 무역수지 적자의 절반 이상을 차지
 - 그러나 2015년에는 내수부진에 따른 수입 급감으로 1500만 달러의 불활형 흑자 전환

〈그림 II-2〉 생활소비재산업의 수출입 추이



자료: 한국무역협회, MTI 기준

〈표 II-18〉 생활소비재산업 품목별 무역수지 추이

단위: 백만 달러

	2000	2005	2006	2009	2010	2014
가구	-29.8	-341.0	-485.3	-377.6	-454.4	-161.9
시계	32.6	-89.9	-113.3	-213.4	-321.5	-350.0
귀금속	217.6	127.1	59.3	-31.6	-91.9	-21.1
안경	180.5	81.2	32.1	37.6	42.2	-58.6
가방	64.4	-187.2	-275.1	-470.9	-680.6	-692.8
문구	296.1	180.4	133.2	93.7	99.2	153.2
완구	26.6	-99.4	-179.2	-244.6	-312.2	-409.0
주방용품	274.8	-115.5	-214.1	-232.9	-318.5	-337.8
운동레저용품	44.5	-256.7	-314.1	-341.0	-418.5	-283.7
악기	206.9	88.5	33.3	-22.4	-17.3	-4.3
뷰티케어용품	-188.3	-291.4	-382.2	-377.9	-224.1	1,872.2
위생용품	-192.1	-241.0	-342.1	-390.2	-512.1	462.1
소형가전	2,423.8	2,093.6	1,914.9	1,253.7	1,374.7	1,022.5
신발	524.1	-188.8	-369.1	-548.0	-824.6	-1,175.7
생활소비재계	3,881.8	759.9	-501.7	-1,865.5	-2,659.8	15.1

자료: 한국무역협회, MTI 기준

- 앞서 살펴본 바와 같이 2006년부터 국내 생활소비재산업의 무역수지가 적자로 전환되면서 무역특화지수 역시 마이너스를 나타내어 무역경쟁력이 약화되었고, 2014년까지 무역경쟁력 열위 정도가 더

육 심화

- 품목별로는 문구와 소형가전이 수출특화로 양의 무역특화지수를 나타내고 있으며, 안경이 2014년부터 수입특화로 전환된 반면, 뷰티케어용품은 화장품 수출 증대로 2014년부터 수출특화 기록
- 그 외에 가구, 시계, 귀금속, 안경, 가방, 완구, 주방용품, 운동레저용품, 악기, 신발 등은 2010년 이후 무역경쟁력 열위 양상

<표 II -19> 생활소비재산업 품목별 무역특화지수

	2000	2005	2006	2009	2010	2015
가구	-0.077	-0.300	-0.305	-0.277	-0.263	-0.081
시계	0.094	-0.302	-0.370	-0.620	-0.695	-0.697
귀금속	0.457	0.234	0.108	-0.077	-0.156	-0.035
안경	0.497	0.212	0.076	0.088	0.064	-0.112
가방	0.246	-0.596	-0.734	-0.846	-0.878	-0.617
문구	0.587	0.386	0.278	0.227	0.198	0.315
완구	0.069	-0.278	-0.491	-0.671	-0.701	-0.701
주방용품	0.421	-0.246	-0.420	-0.509	-0.562	-0.523
운동레저용품	0.063	-0.309	-0.345	-0.380	-0.406	-0.324
악기	0.556	0.244	0.093	-0.083	-0.053	-0.017
뷰티케어용품	-0.376	-0.322	-0.372	-0.283	-0.120	0.504
위생용품	-0.133	-0.112	-0.148	-0.175	-0.186	0.146
소형가전	0.797	0.611	0.566	0.477	0.456	0.303
신발	0.489	-0.164	-0.283	-0.422	-0.486	-0.552
생활소비재계	0.369	0.059	-0.036	-0.144	-0.162	0.001
전산업	0.035	0.042	0.025	0.059	0.046	-0.093

자료: 한국무역협회, kita.net

주: MTI 기준.

Ⅲ. 생활산업 진흥 정책분석

- ① 국내 생활산업 관련 제도 및 사업 분석
- ② 국내 생활산업 지원제도 분석

㉠ 국내 생활산업 관련 제도 및 사업 분석

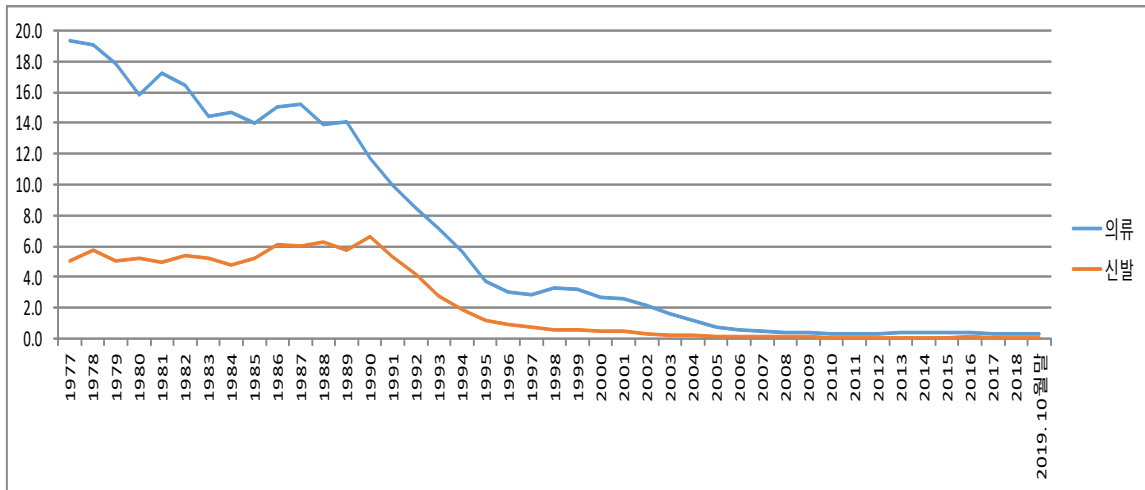
1. 생활산업 관련 지원제도 개요

- 의류와 신발 등은 1960~80년대 우리나라 주력 수출품목으로서 한국 경제발전을 견인하였으나, 1990년대 이후 해외이전 증가와 국제 경쟁력 약화 등으로 국내 경제에서의 위상이 크게 축소
- 의류는 1977년 19억 달러 수출로 우리나라 총수출에서 19.3%의 비중을 차지한 매우 주요 수출 품목이었으며, 1989년까지 지속적으로 큰 폭의 증가세를 유지하며 88억 달러를 기록
- 그러나, 의류 수출액은 1990년부터는 감소세로 반전되기 시작하여 1995년 47억 달러, 2004년 29억 달러, 2006년 18억 달러로 감소하였고, 이후 20억 달러 안팎의 범위에서 등락을 거듭
- 의류 수출이 우리나라 총수출에서 차지하는 비중은 계속 하락하는 추세
 - 이는 의류 수출 증가 폭보다 총수출 증가 폭이 더욱 크기 때문
 - 의류 비중은 1977년 19.3%에서 1991년 9.9%로 한 자릿 수로 낮아진 후 2005년에는 0.8%로 1%미만에 그쳤고, 2019년 10월말 현재 0.3%를 기록
- 신발도 의류와 비슷한 추이를 나타내고 있음. 신발 수출은 1977년 5억 달러에서 꾸준히 증가하여 1990년 43억 달러로 정점을 기록한 후 1991년부터 감소하기 시작하여 최근에는 5억 달러 내외에서 움직이고 있음.
 - 이에 따라 신발이 총수출에서 차지하는 비중은 1977년 5%에서

1990년 6.6%로 상승한 후 1991년 5.3%로 하락했고, 1996년 1% 미만으로 낮아졌으며, 2019년 10월 현재 0.09%를 기록

<그림 III-1> 우리나라 총수출 대비 의류와 신발 비중 추이

단위 : %



자료 : 한국무역협회, 한국무역 DB

- 이러한 경공업 품목의 수출 감소와 아울러, 1970년대 이후 중공업 중심으로 산업정책이 전환되고, 최근까지 이러한 정책 기조가 지속되면서 경공업인 소비재 산업 육성에 대한 정책적 지원이 거의 없었음.
- 정부는 산업구조의 질적 고도화를 추구하면서 자동차, 조선, 석유화학, 전자 등 중화학공업에 집중적으로 자원을 투입하고 세계 등 다양한 방식의 지원을 추진
- 그러다가 2012년부터 발효된 한-중 FTA를 계기로 2014년 생활소비재 고도화 대책이 발표되면서 생활산업에 대한 지원을 추진하기 시작
- 2012년 5월부터 한-중 FTA가 개시되면서 이에 따른 피해가 예상되는 국내 산업 중에 가구, 가방, 주얼리 등의 경공업 소비재 업종들에 대한 정책 지원 필요성이 대두

- 그러나, 산업부에 이들 업종을 관할하는 소관 부서가 없어서 이러한 업종을 '생활산업'으로 범주화하고 정책 지원 대상에 포함
- 2016년부터 소비재 산업에 대한 다양한 지원 시책들이 발표되었고, 일부 생활산업 업종들도 이에 포함되어 본격적인 지원사업들이 추진
- 산업통상자원부는 2016년 5월 소비재·생활용품 등 신규 유망품목의 수출 촉진 업무를 총괄하는 부서로서 무역협력과를 신설
 - 소비재 융합형 R&D, 한류와 융합한 간접광고(PPL) 상품 수출 촉진 특별팀 운영 등을 추진
- 또한, 2016년에 소비재 수출 활성화 대책과 5대 소비재 프리미엄화 대책 등의 수출진흥 정책을 발표하고 그 후속 조치로 생활용품과 패션·의류 최고급화 대책을 발표
 - 제10차 무역투자 진흥회의(2016년 7월)에서 화장품, 의약품, 의료기기, 농산물, 수산물의 5대 소비재를 신규 유망 수출품목으로 정하고 프리미엄화를 통한 수출 창출방안을 발표
- 2016년 8월부터는 가구·가방 등 7대 생활용품 융합 얼라이언스를 출범·운영하면서 민간의 자발적인 네트워크 형성 및 수출 융합 프로젝트 발굴에 집중
 - 7대 생활용품 : 가구, 가방, 레저용품, 문구, 시계, 안경, 주방용품
- 2016년 12월 산업통상자원부는 기업 및 관련 기관들과의 합동 작업을 통해 12대 유망 신산업을 선정하고 신산업발전 전략을 제시한 '4차 산업혁명 시대, 신산업 창출을 위한 정책과제를 발표

- 여기에는 IoT 가전, 가구, 가방, 주방용품, 레저용품, 문구, 안경, 시계, 패션의류 등의 생활산업 업종이 포함
- 2018년 이후에는 생활산업만을 대상으로 한 지원 시책이 아니고, 제조업을 대상으로 한 발전전략에 유망 생활산업 업종을 포함하여 지원 프로그램을 추진 중
- 2018년 12월에는 생활산업의 일부 업종을 포함한 제조업 활력 회복 및 혁신전략을 발표하고 주요 업종별 현안 대응과 발전 전략을 제시
- 2019년 6월에는 제조업 르네상스 비전 및 전략을 발표
 - 2018년 12월 발표한 제조업 활력회복 및 혁신전략에 더하여 중장기적인 관점에서 큰 방향성과 전략을 보완한 내용임.
 - 융합 얼라이언스 운영, 글로벌 생활명품 발굴 및 맞춤형 지원, 주얼리클러스터·가구물류센터 건립 등 지역과 연계한 생활소비재 성장기반 마련 등의 내용이 포함
- 한편, 지자체에서는 지역 내에 전통적으로 집적지가 조성된 특정 업종에 대해 진흥기관을 통해 지자체 별도의 예산을 투입하여 지원 중
 - 서울의 패션의류와 주얼리 산업 지원, 경기도의 가구산업 지원, 대구의 의류산업 지원, 부산의 신발산업 지원, 익산의 귀금속 산업 지원, 광주의 생활가전산업 지원 등
- 이하에서는 생활산업에 대한 주요 지원사업을 정부 차원과 업종별 차원으로 살펴보고자 함.

2. 정부 차원의 생활산업 관련 제도 및 사업 현황

1) 소비재산업 고도화 기술개발 사업

□ 개요

- 생활소비재 분야의 창의적 아이디어를 보유한 중소·중견기업을 글로벌 기업으로 육성하기 위한 제품과 비즈니스 모델 등에 대한 기술개발 투자 사업
 - 2014년부터 창의산업전문기술개발사업에 포함하여 소비재산업 고도화 기술개발 사업으로 추진
 - 근거법령 : 산업기술혁신촉진법 및 동법 시행령
 - 수행 기관 : 한국산업기술평가관리원
- 2016년에는 생활산업 고도화 기술개발사업으로 명칭을 바꾸었으나, 2017년에 다시 소비재산업 고도화 기술개발 사업으로 이름을 바꾸고 현재까지 이어지고 있음.
- 현재 소비재산업 고도화 기술개발 사업은 프리미엄 생활용품 개발 지원과 글로벌 생활명품선정기업 지원, 융합 얼라이언스 지원 등 3개 분야로 구성되어 시행 중
- 소비재산업 고도화 기술개발 사업의 예산은 2016년 32억원에서 2017년 71.67억원으로 거의 2배 가까이 급증하여 대폭적인 지원이 이루어 짐.
- 그러나, 2018년에는 7.68억원으로 전년의 1/10 수준으로 급락하였고, 2019년에는 4.26억원으로 더욱 감소

- 소비재산업 고도화 기술개발 사업은 2016년까지 1개의 사업으로 지원이 이루어졌으나, 2017년부터 사업이 세분화되고, 지원 분야도 품목지정과 자유공모로 나뉘어 예산 배정이 이루어지고 있음.

□ 2016년 지원 개요

- (지원대상) 생활산업분야 제품개발
 - * 생활산업 주요품목은 가구, 문구, 완구, 안경, 시계·주얼리, 운동레저용품, 가방, 주방용품, 뷰티·케어용품 등 9개 분야
- 생활소비재산업을 새로운 수출동력으로 육성하기 위해, 문화·콘텐츠·기술 등 이(異)업종과의 융합을 통한 제품 및 수출 비즈니스 모델 개발로서, 제품의 가치 및 시장성 제고를 통한 사업화 목적의 연구개발을 지원
- 생활·소비재기업의 신성장동력 발굴을 위해 문화·콘텐츠·기술 등을 융합하여 글로벌 경쟁력 고도화를 위한 연구개발을 지원
- 사업기간 종료 후 1년 이내의 사업화 실시 제품개발 과제 대상

〈표 III-1〉 2016년 생활산업고도화 기술개발사업 지원 내용

구분	1차	2차
예산	20.5억원 규모	11.5억원 규모
공모방식	자유공모	자유공모
지원규모	과제당 정부출연금 연간 3억원 이내	과제당 정부출연금 연간 3억원 이내
지원기간	3년 이내	3년 이내

□ 2017년 지원 개요

- 2017년에는 명칭을 생활산업고도화 기술개발사업에서 기존의 소비재산업고도화 기술로 다시 바꾸고, 2016년 3월에 발표한 ‘소비재 수출활성화 대책’ 후속 조치인 소비재 산업 융합 얼라이언스 운

영 및 지원사업을 추가하여 3개 분야로 추진

<표 III-2> 2017년 소비재산업 고도화기술개발 투자 분야

분야	과제	내용
융합 얼라이언스 과제 지원	6	가구가방 융합 얼라이언스를 통해 도출된 아이디어 기 반, 소비재와 異업종(IoT 등)을 융합한 과제 지원
프리미엄 생활용품 개발 지원	20	생활용품 주요 업종 7개 분야를 중심으로 기획 + 자유공 모를 통해 융합형 과제 도출·지원
글로벌생활명품 선정기업 지원	2	글로벌생활명품(디자인진흥원) 선정기업을 대상으로 제한 공모를 통해 과제 도출·지원

- 2017년 소비재산업 고도화기술개발 사업 예산 규모는 2014년도에
사업이 시작된 이래 최대 규모인 72억원으로서, 전문기술개발사업
의 총 예산액(340.22억원)의 21.1% 비중을 차지
- 신규과제 기준으로 전년 대비 80% 증가하였으며 규모가 큰 융합
형 과제들에 투자할 수 있는 기반을 마련

<표 III-3> 2017년 전문기술개발사업별 예산 규모 비교

전문기술개발사업	품목 지정분야	자유공모 분야
소재부품산업사업	· 섬유생활스트림간헐력 (92.25억원)	· 섬유생활스트림간헐력 (섬유패션스트림) (69.6억원)
생산시스템산업	· 청정생산기반전문기술 (15.7억원) · 튜닝부품기술개발 (5.17억원) · 그린자동차 부품실용화 및 실증 기술 개발 (16.2억원)	· 청정생산기반전문기술 (15.7억원)
전자시스템	· 레이저핵심부품국제공동개발 (5억원) · 장비연계형3D프린팅소재기술개발 (15.23억원) · 차세대 조선에너지 부품 3D프린팅 제조공정연구개발 (6억원)	-
창의산업	· 소비재산업고도화기술개발 (36억원)	· 두뇌역량우수전문기업기술 (22.75억원) · 소비재산업고도화기술개발 (35.67억원)
센서산업고도화	센서산업고도화전문기술개발 (4.95억원)	-
총계 (340.22억원)	196.5억원	143.72억원

□ 2018년 지원 개요

- 2018년에는 창의산업전문기술개발사업은 2차에 걸쳐서 진행되었는데 예산 규모가 대폭 축소되면서 소비재산업고도화에 배정된 예산도 크게 감소
- 창의산업전문기술개발사업의 1차 신규지원 규모는 총 4.68억원, 2차 3억원으로서 총 7.68억원
 - 창의산업전문기술개발사업은 1차로, 두뇌역량우수전문기업기술(1차 1.84억원), 소비재산업고도화기술개발(1차 1.8억원), 산업융합촉진사업(1차 1.04억원), 2차로 사업 지정 없이 3억원으로 나누어 진행
- 2018년도 글로벌전문기술개발사업 총 예산은 254.54억원인데, 예산 대비 창의산업전문기술개발사업은 2.8%, 소비재산업고도화기술개발은 0.7%에 불과
- 참고로 글로벌전문기술개발사업에 포함되어 있는 여타 전문기술개발사업들의 예산을 보면 다음과 같음.
 - 생산시스템산업전문기술개발사업 : 23.67억원
 - 전자시스템전문기술개발사업 : 118.66억원
 - 디자인혁신역량강화사업 ; 124.13억원

□ 2019년 지원 개요

- 2019년에는 소비재산업고도화기술개발 예산은 1개 품목지정 분야에 4.26억원이 배정
 - 지정 품목은 사용자 니즈를 반영한 융복합 기능성 가방 개발
- 이하에서는 2017년부터 세분화된 프리미엄 생활용품 개발 지원,

글로벌 생활명품선정기업 지원, 융합 얼라이언스 지원의 내용을 살펴보기로 함.

① 프리미엄 생활용품 개발 지원

□ 2017년 지원 내용

- 지원 대상은 생활산업 주요품목을 대상으로 제품 가치 및 시장성 제고를 위한 융합형 제품, 수출 비즈니스모델 창출 등 연구개발 지원
- 지원 대상 생활산업 분야 : 가구, 문구, 안경, 시계, 주얼리, 레저용품, 가방, 주방용품, 뷰티·케어용품
- 지원 예산 ; 총 38.5억원으로서 품목지정 분야 21억원, 자유공모 분야 17.5억원
- 지원 기간 및 지원 금액
 - * 지원 기간 : 1차년도 9개월, 총 수행기간 33개월 이내
 - * 지원 금액 : 1차년도 3.8억원 이내, 총 수행기간 13.8억원 이내

<표 III-4> 2017년 프리미엄 생활용품 기술개발 품목 지정 분야

분야	품목
프리미엄 생활용품	전통 도자기기술이 융합된 스마트 주방용품 개발
	체격조건과 사용환경을 고려한 운동·레저용품 개발
	공간 맞춤형 복합·가변형 가구
	필기입력 수단 고도화를 위한 스마트 문구 개발
	신소재 및 다양한 라이프스타일 맞춤형 안경 디바이스 개발
	한류 콘텐츠를 활용한 가방 / 패션잡화 상품 개발
	신개념 위치 디바이스 개발

자료 : 산업통상자원부 공고 제2016-660호, '2017년도 제1차 글로벌전문기술개발사업 신규지원 대상과제 공고', 2016.12.27.

□ 2018년 지원 내용

- 1차에는 자유공모방식으로 프리미엄 생활용품 개발과 융합얼라이언스에 1.8억원의 예산을 배정
- 2차에는 소비재산업고도화사업에 대한 별도의 예산 배정 없이 창의산업전문기술개발사업 전체로 3억원이 배정

□ 2019년에는 세부사업 구분 없이 소비재산업고도화사업으로 추진

② 글로벌 생활명품선정기업 지원

□ 2017년 지원 내용

- 지원 대상은 글로벌 생활명품 선정기업을 대상으로 제한공모를 통해 제품 고도화 기술개발 과제를 지원
- 지원 예산 ; 자유공모 분야에서 18.17억원
- 지원 기간 및 지원 금액
 - * 지원 기간 : 1차년도 9개월, 총 수행기간 33개월 이내
 - * 지원 금액 : 1차년도 3.8억원 이내, 총 수행기간 13.8억원 이내

□ 2018년 지원 내용

- 2차 신규모집에서 소비재산업고도화사업에 대한 별도의 예산 배정 없이 창의산업전문기술개발사업 전체로 3억원이 배정

□ 2019년에는 세부사업 구분 없이 소비재산업고도화사업으로 추진

③ 융합 얼라이언스 지원

□ 2017년 지원 내용

- 지원 대상은 생활산업 융합 얼라이언스 분과 운영을 통해 발굴한 융합형 기술개발 과제
- 지원 예산 ; 품목지정 분야에서 15억원
- 지원 기간 및 지원 금액
 - * 지원 기간 : 1차년도 9개월, 총 수행기간 33개월 이내
 - * 지원 금액 : 1차년도 3.8억원 이내, 총 수행기간 13.8억원 이내

〈표 III-5〉 2017년 융합얼라이언스 기술품목 지정 분야

분야	품목
융합 얼라이언스	센서 등 IT기술을 활용한 복합형 가구 개발
	가구와 가전제품 복합형 가구 개발
	사용자 니즈를 반영한 융복합 기능성 가방 개발
	클라우드 소싱을 통한 소비자맞춤 사업모델 개발 및 적용기업 발굴지원

자료 : 산업통상자원부 공고 제2016-660호, ‘2017년도 제1차 글로벌전문기술개발사업 신규지원 대상과제 공고’, 2016.12.27.

□ 2018년 지원 내용

- 1차에는 자유공모방식으로 프리미엄 생활용품 개발과 융합얼라이언스에 1.8억원의 예산을 배정
- 2차에는 소비재산업고도화사업에 대한 별도의 예산 배정 없이 창의 산업전문기술개발사업 전체로 3억원이 배정

□ 2019년에는 세부사업 구분 없이 소비재산업고도화사업으로 추진

2) 글로벌 생활명품 기업 선정 및 지원사업

□ 개요

- 세계 시장에서 통할 가능성이 있는 기본 경쟁력을 갖춘 우수한 중소기업의 생활 소비재 제품을 발굴·선정하고, 디자인·연구개발(R&D)·판로 개척 등의 맞춤형 지원을 실시하여 글로벌 생활명품기업으로 육성하는 사업
- 2014년부터 시행하였으며, 수행기관은 디자인진흥원임.
 - 선정 기업 수 : 2014년 10개, 2015년 30개, 2016년 30개, 2017년 30개, 2018년 12개로서 총 112개 기업을 선정함.
 - 글로벌 생활명품 기업은 중소기업중앙회, 유통기업, 전문가 등을 활용하여 발굴
 - 지역 RDC, 중기중앙회, 중견기업연합회, 이노비즈협회, 한국무역협회 등 유관기관과 협력하여 지원사업을 전개 :
- 지원 방향은 글로벌 소비 트렌드의 변화(실용중시, 맞춤형, 친환경·웰빙)에 부응해 정보기술(IT)-기술, 디자인(감성), 한류 열풍(문화)과 융합하여, 7대 생활용품을 최고급(프리미엄)화 (케이리빙(K-Living) 프로젝트)하는 것임.
 - 7대 생활 용품 : 가구, 가방, 주방용품, 문구, 운동여가, 안경, 시계
 - 최고급(프리미엄)화 : 전통의 명품과 저가 범용제품 사이에서 혁신적인 아이디어를 바탕으로 한 차별화된 제품으로 새로운 수요를 창출하는 고부가가치 제품으로 전환

- 선정된 기업에 대해서는 기본 맞춤형 지원과 수요 맞춤형 지원을 제공
 - 기본 맞춤형 지원은 글로벌 명품화를 위해 기본적으로 요구되는 교육, 홍보, 컨설팅 등 시장 경쟁력 개선을 위한 기본사항 지원
 - 수요 맞춤형 지원은 상품특성 및 기업 수요에 따라 수출, 마케팅, 유통 등을 연계하여 지원

〈표 III-6〉 글로벌 생활명품 지원 내용

구분	지원내용
수출 마케팅 지원	수출용 홍보물 제작, 국내외 유통지원, 지적권 등록 등 유망소비재 수출 마케팅 지원
B2C	대기업 유통 전용매장, 온라인쇼핑몰, 팝업스토어 등
B2B	해외 유명 전시박람회 참가, 글로벌 바이어매칭 등
기타	디자인인력지원, GD 선정, KIDP 지원 사업, 교육 참가자 선발 시 가점

- 단기적 목표 : 제품 기획 → 제품 개발 → 수출마케팅에 이르는 모든 과정 지원을 통해 최고급 생활용품을 육성
- (연구개발(R&D) : 기술) ‘16년 8월부터 가구를 시작으로 생활용품 7대 품목별 연구개발(R&D) 기획 등 정책과제 발굴을 위한 소비재 융합 얼라이언스*를 순차적으로 출범
 - * 아울러 ‘17년에는 ‘16년(130억원) 보다 대폭 확대된 약 300억 원 규모의 연구개발(R&D) 자금을 생활용품 최고급 연구개발(R&D)에 투입.
- (시제품 제작: 기술) 사물인터넷(IoT) 협업 센터(상암동)를 통해, 정보기술(IT) 융합 시제품 제작 및 관련 기술 지도상담(컨설팅)을 신규로 실시*하고, 시제품 제작터** 활용을 촉진
 - * 사물인터넷(IoT) 협업센터(삼성·엘지(LG) 구축, 전자진흥회 운영)에 디자인진흥원이 운영주체로 참여
 - ** 지방중기청 시제품 제작터(5개), 민간 시제품 지원센터(2개) 운영(’17년 72.5억 원)

○ (인력: 감성) 국내 유명 아티스트와의 매칭을 2배 이상 확대('16년, 18개사 → '17년, 50개사)하고, 중소·중견기업에 6개월 이상 장기로 디자이너를 파견하는 사업을 확대('16년, 10개사 → '17년, 16개사)

○ (브랜드·마케팅: 문화) 공동 브랜드 개발 지원*과 함께 체험형 전시회('16년 하반기, 3회), 팝업 스토어('17년, 5개소) 등 체험형 융합 마케팅을 '16.9월 이후에 동남아 지역 등으로 새롭게 시작하고, 간접광고(PPL) 등 한류 활용 홍보를 확대**

* 중소기업 브랜드 지원사업(중기청) 활용, 생활용품 5개 이상 지원 ('17년)

** 간접광고(PPL) 매칭상담회 개최(분기별) 및 사후 마케팅 지원(온라인 전용관 신설. '16년 .4분기) 등

□ 중장기적 목표 : 생활용품 산업의 근원적 경쟁력 제고를 위해, 디자인의 미래(DoF)*, 인프라 확충**, 대·중소 협력, 시니어 디자이너 자문단 운영 등을 추진

○ * 디자인의 미래(DoF: Design of Future): 생활용품 미래제품 활용 시나리오, 선행 디자인 개발 등

○ ** 안경 산업 공동활용 장비 구축('16년), 가구 공동 물류센터 구축 ('17년) 등

○ *** 제2롯데월드몰, 한샘플래그숍, 알리바바 티몰(T-Mall)(완료), 두타면세점, 신세계 스타필드, 아마존닷컴(신규) 등 입점지원

⇒ 단기, 중·장기 대책을 바탕으로 다음과 같이 7대 생활용품의 최고급화 전략을 추진할 계획

〈표 III-7〉 생활용품산업 7대 업종별 프리미엄화 방향(예시)

업종	프리미엄화 목표(예시)	추진 방향(예시)
가구	◆ 1인 가구 중심의 가변형 친환경 가구시장 진출 확대 * 생애주기 및 계층별 차별화	○ 협소한 공간에서 활용 가능한 작고 간편한 컨셉 가구 개발 ○ 원목 대체할 친환경 신소재 개발 (친환경 대체소재, 무독성 접착제 등)
가방	◆ 정보기술(IT) 기술을 연계한 스마트 가방군 신시장 트렌드 선도	○ 위치추적, 이동보조 등이 가능한 스마트 가방군(여행용 캐리어 등) 개발 지원 ○ 맞춤형 소재 개발·가공기술 지원
주방용품	◆ 신소재, 고급 디자인 제품 개발 및 한류·식문화 콜라보 프리미엄 마케팅 지원	○ 디자이너 매칭, 아트 콜라보 통한 프리미엄 디자인제품 개발 지원 ○ 한국형 디자인(전통+한류)과 쿡방 등 식문화 연계 프리미엄 마케팅
문구	◆ 케이(K)-스토리텔링(콘텐츠, 디자인, 소재) 기반의 스마트 문구 개발	○ 콘텐츠, 디자인, 소재는 한국형 컨셉으로 독창성을 추구하면서, 스마트 기능을 추가하여 편의성 동시 공략
레저용품	◆ 정보기술·가상현실(IT·VR)기술 등과 연동하는 증강현실 실내 운동기구 개발	○ 가상현실(VR) 증강현실 등 다양한 기술* 융합 * 평소 재미없게 느끼는 행동을 유도하기 위해 게임 형태의 보상 매커니즘 접목
안경	◆ 초경량 신소재와 정보기술(IT) 등 신기술을 활용한 패션안경 개발 및 한류스타 마케팅	○ 초경량 신소재의 국내 가공기술 개발 지원 ○ 기획→수출마케팅 전주기 한류 마케팅
시계	◆ 디자인+감성 융합 인테리어 시계시장 개척	○ 디자인·감성·5감(예 : 아로마 향 기능) 융합 제품 개발 지원 ○ 실내 인테리어 고려한 프리미엄 디자인 컨설팅·인력 지원

3) 생활용품 융합얼라이언스 운영 및 지원 사업

- 대상 산업 : 가구, 가방, 레저용품, 문구, 시계, 안경, 주방용품의 7개 업종
- 2016년 전문가 평가 등을 거쳐 최종적으로 선정된 총 4개 과제에 대해서는 최대 55억원의 예산을 투입하여 기술개발을 지원
 - 지원기간은 33개월 이내, 지원금액은 연간 5억원 이내

〈표 III-8〉 2016년 가구·가방 융합 프로젝트 지원과제

품목과제명	개념 및 범위
센서 등 IT기술을 활용한 복합형 가구	<가구 + IT + 건강 + 엔터테인먼트 > • 새로운 라이프스타일 맞춤형 ICT 기술을 적용한 복합형 가구(침대 등) 개발
가구와 가전제품 복합형 가구	<가구 + ICT + 가전 + 유통기업> • 유명가전제품 + ICT 인프라가 복합된 스마트 가구제품 개발
클라우드 소싱을 통한 소비자맞춤 사업모델 개발	<소비자 공모+제조기업+유통기업 연계 플랫폼 > • 글로벌 디자인공모, 제조 및 판매로 이어지는플랫폼 구축으로 신사업모델 정립
융복합 기능성 가방 개발	<가방 + IoT + 소재 + 유통 > • 비즈니스, 여행, 스포츠 등 매니아층을 대상 스마트 캐리어·백팩 등 다용도/다가능 가방 개발

- 생활용품 7대 유망 분야별 융합형 기술개발 과제를 기획, 2017년에는 총 21억원을 투입하여 과제 수행을 지원할 계획
- 생활소비재 분야 기술개발(R&D) 과제의 기존 지원한도가 연 3억원 이내였던 것과 달리, 올해는 과제당 연 5억원까지 지원 가능범위를 확대하여 보다 혁신적이고 중장기적인 과제도 지원할 수 있는 기반을 마련

〈표 III-9〉 2016년도 기획(품목지정) 과제

분야	품목명	지원기간	지원금액
가구	공간 맞춤형 복합·가변형 가구	33개월 이내	5억/년 이내
가방	한류 콘텐츠를 활용한 가방 / 패션잡화 상품 개발	33개월 이내	5억/년 이내
레저용품	체격조건과 사용환경을 고려한 운동·레저용품 개발	33개월 이내	5억/년 이내
문구	필기입력 수단 고도화를 위한 스마트 문구 개발	33개월 이내	5억/년 이내
시계	신개념 위치 디바이스 개발	33개월 이내	5억/년 이내
안경	신소재 및 다양한 라이프스타일 맞춤형 안경 등 개발	33개월 이내	5억/년 이내
주방용품	전통 도자기술이 융합된 스마트 주방용품 개발	33개월 이내	5억/년 이내

〈표 III-10〉 2017년 융합 얼라이언스 신규 지원과제

	과제명	주관기관
1	ICT기술을 접목한 모듈형 침대 플랫폼 개발	(주)에몬스가구
2	글로벌 침대시장 공략을 위한 VR 및 IoT 기술 기반의 생활혁신4.0(숙면, 건강증진, 문화향유) 기능 융복합형 침대 개발	(주)장수산업
3	ICT 앱 기반의 자동화 어깨끈 조절장치가 구비된 자세교정용 백팩	주식회사웃향
4	클라우드 소싱을 통한 소비자맞춤 사업모델 개발 및 적용기업 발굴지원	한국디자인진흥원
5	앞은 자세 모니터링을 위한 필름형 압력분포 센서 및 딥러닝 기반 스마트 의자 개발	주식회사디비케이
6	5%이상의 에너지 절감 효율과 사용자 편의 기능을 갖는 스마트 가방 개발	(주)핀크래프트 엔지니어링

4) 글로벌디자인 전문기업 육성사업

□ 개요

- 디자인혁신역량 강화사업 중 글로벌디자인 전문기업 육성사업은 지원 대상에 소비재 산업들이 포함되어 있어서 간접적으로나마 소비재 산업을 지원하는 형태임.

- 소비재 산업은 디자인이 매우 중요한 차별적 경쟁 우위 요소이므로 글로벌디자인 전문기업 육성사업의 적극 활용이 필요
- 디자인혁신역량 강화사업의 목적은 디자인전문기업이 중소중견기업의 디자인 혁신을 견인할 수 있도록 디자인전문기업의 역량 및 글로벌경쟁력 강화를 위한 디자인기술개발을 지원하는 것임.
- 근거법령 : 산업기술혁신촉진법 및 동법 시행령
- 수행기관 : 한국산업기술평가관리원

□ 지원 대상

- 산업디자인진흥법 제9조에 의한 디자인전문회사를 주관기관으로 하여, 유망 소비재산업에 특성화하여 소비재 분야의 디자인 역량 고도화에 요구되는 기술개발과제
- 소비재와 디자인의 융합을 통한 제품의 가치(디자인, 기술, 패키지, 시제품, 마케팅) 및 시장성 제고를 통한 사업화 목적의 연구개발을 지원
- (유망 소비재산업) 고부가 제품화 및 해외시장 확보가 기대되는 소비재 분야로서, 화장품, 식료품, 유아용품, 패션의류, 생활용품 등이 대상

□ 지원 규모

- 지원 규모를 보면, 신규지원 기준으로 2016년 10억원, 2017년 58.14억원, 2018년 46.13억원, 2019년 6.69억원임.
- 품목지정기술들을 보면 생활산업, 특히 소형가전에 응용할 수 있는 기술들이 많음.
- 2018년 글로벌 디자인전문기업 육성사업 품목지정 기술은 3개

- 사용자 라이프스타일에 따른 스마트 가전 제품 디자인 개발, 특수 목적 전기 모빌리티 디자인 개발, 시니어 활동 보조용 스마트 홈 제품 및 서비스 디자인 개발

<표 III-11> 2017년 글로벌 디자인전문기업 육성사업 품목지정 기술

세부 구분	품목
글로벌 디자인 전문기업 육성	ICT기술 특화 디자인역량 강화 및 어린이를 위한 스마트 안전제품 디자인 개발
	ICT기술 특화 디자인역량 강화 및 에너지 절약형 스마트 홈디바이스 디자인 개발
	헬스케어 특화 디자인역량 강화 및 생체 및 건강정보 모니터링 웨어러블 디바이스 디자인 개발
	ICT기술 특화 디자인역량 강화 및 스마트홈 기반 보안·방범제품 감성디자인 개발
	ICT기술 특화 디자인역량 강화 및 글로벌시장 지향 스마트정수기 디자인 개발
	생활산업 특화 디자인역량 강화 및 한국 고유의 색채, 소재, 마감처리 등의 기법 활용 제품 디자인 개발
글로벌 디자인 전문기업 육성	ICT기술 특화 디자인역량강화 및 스마트 소형가전 제품 디자인 개발
	유니버설 특화 디자인역량강화 및 실버세대를 위한 헬스케어 용품 디자인 개발
	ICT기술/운송기기 특화 디자인역량강화 및 스마트 유모차 디자인 개발
	ICT기술 특화 디자인역량강화 및 어린이 발달을 위한 AR콘텐츠 기반 제품 디자인 개발
BI연계형	운송기기 특화 디자인역량강화 및 실버세대 퍼스널 모빌리티 디자인 개발
	생활산업 특화 디자인역량강화 및 레저·스포츠용 안전보호용구 디자인 개발

자료 : 산업통상자원부 공고 제 2016-675호, ‘2017년도 디자인혁신역량강화사업 신규 지원 대상과제 공고’, 2016년 12월 28일

5) 대한민국 소비재 수출 대전

개요

- 2015년부터 시행된 소비재 수출대전은 소비재 산업 육성 및 수출 확대를 위하여 해외 유력 바이어를 대거 초청해 우리 우수 소비재 기업 수출상담 등을 지원하는 대표적인 소비재 수출 전시회 행사

주최 부처

- 산업통상자원부, 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 문화체육관광부, 보건복지부, 농림축산식품부, 관세청

□ 주관 기관

- KOTRA, 한국무역협회, 한국건설생활환경시험연구원, 중소벤처기업진흥공단, 한국공예디자인문화진흥원, 대한화장품산업연구원, 한국할랄수출협회, 관세청 서울세관본부

□ 2019년 행사 개요

- 2019년 6월 3일~6월 4일, 코엑스
- (참여규모) 해외 바이어 63개국 580개사, 국내 소비재·e커머스 기업 1,000여개사

□ 주요 행사 내용

- 전시관 및 수출 상담회
 - * 전시회에는 7개 테마관(192개사)을 구성하여 우리 소비재기업의 제품을 전시함으로써 수출마케팅과 상담을 지원
 - * 7개 테마관 : 뷰티&헬스(50), 생활유아용품(48), 패션(38), 이(e)커머스(22), 식품(18), 아트콜라보(10), 공예(6)
 - * 1:1 수출상담회에서는 사전 매칭을 통해 우리 1,000여개 기업들과 세계 63개국 580여 바이어의 다각적인 상담
- 컨퍼런스 개최
 - * 4개 세션으로 이루어진 컨퍼런스에서는 국내외 유명 인사 강연과 세미나를 통해 우리 기업들에게 소비재 유통 산업의 미래 흐름 정보를 제공
 - * 세션명: Beyond Beauty Beyond China, 화장품 수출 활성화 지원, e커머스 및 디지털 마케팅 활용전략, 글로벌 유통망 입점 설명회
 - * 동 컨퍼런스는 기존의 단순 수출 상담 중심의 전시회를 넘어서, 급변

하는 대외환경에 대한 생생한 정보 제공을 통한 기업들의 혁신성장 촉진 및 대응 지원을 위하여 마련

○ 수출컨설팅

- * 수출 유관기관 합동으로 우리 소비재 기업이 애로를 겪는 분야별 컨설팅을 제공
- * 유관기관별 컨설팅 분야: (서울세관) 온라인 역직구 수출신고 (KOTRA) 지식재산권, 해외진출 상담, (중진공) 수출지원 사업, (무역협회) Kmall 24 입점 절차 등
- * 해외 바이어를 지방으로 초청(6.5), 수출상담회를 개최하여 지방 소재 소비재 기업의 1:1 수출 상담 기회 마련
- * 강원, 경기, 대전충남, 부산, 전북, 충북 등 6개 지역

○ 사전 비즈니스 매칭 활동을 통해 성사시킨 총 25건*(900만불 규모)의 양해각서(MOU) 체결식을 개최

- * 주요 업종: 화장품, 식품, 생활·유아용품 등

6) 수출바우처 (통합형) 사업

□ 개요

○ 2017년부터 산업부와 중소기업청 수출지원사업을 바우처로 통합 운영

- 산업부의 월드 챔프, 해외전시회 등과 중기청의 수출기업화, 고성장기업 수출역량 강화 등

- 바우처를 가진 기업의 선택을 받지 못한 사업은 예산 축소 또는 폐지

○ 수출 유망 중소·중견기업을 선정하여 바우처를 부여, 기업이 자유롭게 수출지원서비스*를 이용 후, 소요비용 정산

- 수출바우처 통합 메뉴판 (산업부, 중기부, 특허청 공동)에서 선택

〈표 III-12〉 부처별 수출바우처 대상 사업 (2018년)

소관부처 및 기관	대상사업 (2018년 모집 예정 규모)
산업통상자원부 (KOTRA)	①수출 첫걸음 지원(150개사) ②소비재 선도기업육성(50개사), ③서비스 선도기업 육성(27개사) ④월드챔프육성(200개사), ⑤수출도약중견기업육성(100개사) ⑥해외전시회 개별참가 지원(1,800개사)
중소벤처기업부 (중소기업진흥공단)	①수출성공패키지 (2,100개사) ②고성장기업 수출역량강화 (580개사) ③아시아하이웨이(300개사)
중소벤처기업부 (KIAT)	① 글로벌강소기업 해외마케팅지원(200개사)
특허청	①해외지재권분쟁예방수출바우처(35개사)

〈표 III-13〉 수출바우처 통합형 사업 내용 (2018년)

세부사업명 (기업수)	지원 대상(2018)	기업별 국고 지원한도	국고 보조율
수출첫걸음 지원 (150개사)	· 전년도 수출 전무 내수기업 · 수출중단기업	1,400만원	70%
소비재선도기업육성 (50개사)	· 5대 소비재 분야 유망 중소·중견기업 · 소비재 연관 E커머스 기업	2,880만원	70%
서비스선도기업육성 (27개사)	· 서비스 분야 유망 중소·중견기업	2,100만원	70%
월드챔프육성 (200개사)	· (Pre 월드챔프) 수출 초보 중소·중견기업 · (월드챔프) 한국형 히트챔피언 선정기업 · (Post 월드챔프) 월드챔프 육성사업 졸업기업	5,600만원 7,500만원 4,500만원	70% 50% 30%
수출도약 중견기업 육성사업 (100개사)	· (Pre 수출중견) 수출중견 후보기업(수출도약) · (수출중견) 수출 중견기업 · (Post 수출중견) 수출중견 졸업기업	6,000~ 7,500만원	30~60%
해외전시회 개별참가 지원 (1,800개사)	· 해외전시회 개별참가 희망 중소·중견기업	500만원/회 (연간 최대 2회)	장액보조
수출성공패키지 (2,100개사 내외)	· (수출기업화) 내수기업 및 수출 10만불 미만 · (수출고도화) 수출 100만불 미만	· (수출기업화) 최대 2,000만원 · (수출고도화) 최대 3,000만원	50~70%
고성장기업 수출역량강화 (580개사)	· 상시근로자 수가 5인 이상인 수출 중소기업으로 최근 4개년간 ① 상시근로자 수 또는 매출액이 20%이상 성장하거나(수도권 외 지방기업은 15%이상) ② 수출액이 연평균 10%이상 성장한 수출 액 100만불 이상인 중소기업 · 2년차 지원 기업은 상기 요건과 관계없이 수출성과가 우수한 기업(16년 대비 17년 수 출증가율 9.6% 이상)에 한해 신청가능	1억원	50~70%
아시아하이웨이 (300개사)	· 중국 또는 아세안 지역에 既 진출하였거나 신규진출을 추진 중인 중소기업	1억원	50~70%
글로벌강소기업 해외마케팅 지원 (200개사)	· '16년 이후 지정된 글로벌강소기업 중 유 효한 기업(246개 업체) · 2년~4년차 지원 기업은 수출성과가 우 수한 기업(16년 대비 17년 수출증가율 9.6% 이상)에 한해 신청가능	4년간 최대 2억원 (연간 1억원이내)	50~70%
해외지재권 분쟁예방 수출바우처 (35개사)	· 수출(예정) 중소·중견기업으로서, 해외 기업과의 지식재산권 분쟁이 예상되거나 분쟁 중인 기업	최대 3,000만원	50~70%

□ 수출바우처사업(통합형) 지원 내용

- “수출준비에서 해외진출까지” 수출 중소기업이 글로벌 진출시 필요한 수출의 전 과정*을 모두 포함한 마케팅 프로그램을 지원
- 수출준비→거래선발굴(수출마케팅)→계약체결 前後 → 해외진출
- 대상 사업 중 소비재 선도기업 육성에서 생활용품 해당

〈표 III-14〉 수출바우처 사업 지원내용 예시

지원영역	지원항목
수출준비 인프라	수출브랜드개발, 디자인개발(카달로그, 제품 및 포장디자인, 모바일 웹·앱, 홈페이지, 외국어 상품페이지 제작 등), 제품매뉴얼 제작, 상품페이지 제작, 외국어자료 통번역, 정품인증, 해외규격인증획득지원, 신용인증서비스 등
전략 컨설팅	경영멘토링, 목표시장 수출전략(로드맵) 수립 및 지원항목 코칭, 투자 유치 컨설팅, 특허·인증·시험·수출 IP 전략 컨설팅, 해외진출전략컨설팅, 기업 중장기 성장전략 컨설팅, 관세환급 컨설팅, 해외투자유치 관련 세무·회계 관련 컨설팅, 영문제안서 분석 컨설팅 등
수출역량 강화 교육	무역교육(무역실무, 글로벌마케터 양성, 전략시장 진출, 중국시장 e-러닝, 비즈니스회화 등), 해외마케팅역량강화 교육, 지식재산권 역량 강화교육 등
홍보/광고 마케팅	TV·신문·잡지·PPL 홍보, 홍보동영상 제작, SNS·검색엔진마케팅, 홈쇼핑/온·오프라인 쇼핑몰 마케팅 (입점대행, 판촉전, 해외독립몰 구축) 등
조사·정보	해외시장조사, 소비자리서치, 바이어발굴조사, 바이어DB 타깃 마케팅, 경쟁제품 동향 조사, 국외기업(바이어) 신용조사, 원부자재 공급선 조사, 해외시장산업설명회 등
전시(상담회) 바이어매칭	해외전시회 참가(개별), 국내개최 국제전시회 참가, 현지 바이어매칭 상담회/세미나/제품시연회, 외국바이어 국내초청 연결/설명회/세미나, 해외전시회 사전·사후 마케팅, 세일즈랩, 공공조달 시장 진출지원 등
수출관련 서류 대행	계약서 작성(지불조건 포함), 통관/선적필요 서류, 결제관련 서류, 수출물류, 무역자동화(전자무역서비스), 사후관리(관세환급신청서 등) 대행, FTA 원산지 관련 서류 등
해외진출 지원	해외투자진출자문, 해외투자환경조사 출장지원, 현지법인 설립, 지식재산권 등록, 현지 시험·인허가, 해외현지 클레임 및 지적권 분쟁지원, 해외프로젝트 수주지원 등

지원목적

- 5대 소비재 분야별 선도기업의 해외 시장개척, 소비재 관련 e커머스기업의 글로벌화 통한 우리기업 해외판로 확대

지원대상 :

- 소비재* 제조·유통 및 e커머스 기업으로 다음의 조건 중 1개 이상 충족 기업
 - 연간 매출액 500억 이상 또는 수출 50만불 이상 실적 보유 기업
 - 정부(유관기관) 선정 소비재 우수기업 및 주요 디자인·품질상 수상기업**
 - e커머스 플랫폼 운영 또는 디지털 마케팅 분야 핵심역량 보유기업
- * 농수산물, 화장품, 패션의류, 생활용품 및 유아용품, 건강 제품(의약품·의료기기 제외)
- ** 화장품(식약처 우수화장품 제조 및 품질관리 인증취득기업), 패션의류(한국패션협회 정회원, 코리아패션대상), 생활용품(글로벌 생활명품 선정기업), 농수산물(가공식품산업표준 KS인증업체, 우수건강기능식품제조기준 GMP 적용업소), 최근 3년 이내 품질 디자인상 수상기업(우수디자인(GD), Red dot, iF, IDEA 어워드, 세계일류상품), 중소기업수출지원센터 선정 수출유망중소기업, 특허청 주관 대한민국발명특허대전, 대한민국 퍼스트 브랜드 대상

지원규모 및 한도

- 지원규모 : 지원기업 50개사
- 바우처한도 : 기업 당 4,110만원

7) 5대 유망 소비재 수출 활성화 방안(2019년 6월 발표)

개요

- 新수출성장동력 육성 대책의 일환으로서 5대 유망 소비재의 수출을 확대하기 위한 조치

- 최근 소비재 수출의 긍정적 모멘텀이 지속 확대될 수 있도록 소비재 특화 무역금융과 수출 마케팅 지원 등을 적극 강화
- 5대 유망 소비재 : 화장품, 패션의류, 생활유아용품, 의약품, 농수 산식품

□ 주요 내용

○ 첫째, 소비재 특화 무역금융 지원 확대

- 기업들이 적극적으로 소비재 수출에 도전할 수 있도록 5대 유망소비재를 대상으로 올해 무역보험 지원규모를 전년대비 3.2조원 증가한 총 8조원 규모로 확대하고, 수출보험 할인율을 기존 25%에서 35%로 확대

* (현행) 수출보험 한도 2배, 보험료 中企 25%, 大企 10% 할인

(확대) 中企 35%할인 + 수출채권 현금화 보증한도 2배 추가 우대

** 지원규모: ('16) 2.2조 (405개) → ('17) 3.2조 (388개) → ('18) 4.8조 (418개)

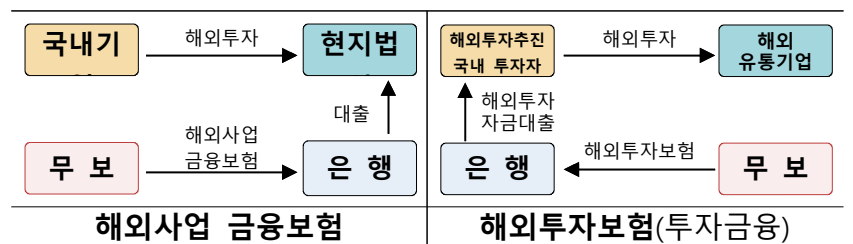
- 또한, 해외 대형 유통사 등 잠재 소비재 수입자를 대상으로 현지 윈스톱 무역금융 지원 서비스를 제공하고, 신속한 여신 제공을 통해 신규 수출기회가 창출될 수 있도록 지원

* 수입국 대형 유통사 등을 선정, 금융사절단(정책·민간 금융기관 등) 로 드쇼 실시

- 아울러 우리 기업들이 현지 소비재 유통·판매망 확충에 필요한 자금도 해외사업 금융보험, 해외투자 보험 등 정책 금융을 통해 지원

* (현행) 현지 공장, 플랜트 등 위주로 지원

(확장) 현지 판매망 설립, 인수 등에도 지원



○ 둘째, 브랜드 이미지 제고가 가능한 해외 유통망 진출 지원 강화

- 佛 라파예트(Lafayette) 백화점 등 글로벌 시장 진출로 이어질 수 있는 주요국별 10여개의 프리미엄 오프라인 유통망 기업을 선정하여 신규 수요를 집중 발굴

- 국내 소비재 기업과의 매칭을 지원하여, 우리 기업들의 백화점, 고급 신선마트 등 해외 유통망 진입을 통한 브랜드 파워 제고를 적극 지원

* 고급백화점: (英) 해롯백화점 (佛) 라파예트백화점 (美) 바니스뉴욕 등

- 코트라 해외 무역관을 활용해 온라인 플랫폼 판촉전·입점 설명회 및 네트워킹 등 전자상거래에 기반한 현지 판로개척 지원도 병행할 예정임(연 20회)

* (북미) 글로벌몰(Amazon, eBay) △ (유럽) 패션 프리미엄몰(Far Fetch, Net-a-Porter)

(중국) 비디오커머스(모구지에) △ (일본) 패션몰(ZozoTown) △ (동남아) 모바일 중심(Shopee) 등

<표 III-15> 주요국별 핵심 온·오프라인 유통망

미국	유럽	홍콩	중국	일본	동남아
					

○ 셋째, 아시아 최고 수준의 국내 소비재 전시회 육성

- 국가를 대표할 만한 소비재 전시회가 부족하다는 점을 고려해, 「소비재 수출대전」을 중심으로 국제 식품산업 대전 등 기존 국내 소비재 수출전시회를 통합 및 연계* 개최

* 「소비재 수출 대전('19.6.3~4)」 중심으로 「서울 국제식품산업대전

(‘19.5.21.~24)」 등 통합 추진

(구성) 소비재 전시·상담, 5G·IoT·VR·AR 체험형 공간, 소비재·신유통 스타트업, 컨퍼런스, 한류 공연, 왕홍 등 인플루언서 생중계 등

** 중국 칸톤페어(Canton Fair, 연 2회, 각 2만5천개 기업 참가) 벤치마킹

- ‘19년 기준 1,500여개 기업이 참여하는 전시회 규모를 ‘22년까지 1만개 기업 이상으로 대형화할 계획

- 이를 통해 中 최대 소비재 전시회인 칸톤페어(Canton Fair)와 같은 아시아 최고 수준의 종합 소비재 전시회를 육성하고, 국가·제품 브랜드 제고를 적극 도모

○ 넷째, 유망 소비재 브랜드 육성

- 2020년 매출액 1천억원 이상의 성장 유망한 중견 소비재 브랜드 15여개를 「K-프리미엄 브랜드」로 선정하고, 관계부처 R&D, 수출 마케팅, 금융 지원 등을 집중하여 글로벌 브랜드로의 성장을 적극 지원할 예정

* 기준(안): 매출액 1,000억원 이상, 품목별 2개 브랜드(단, 생활용품 7개)

- 또한, ‘무역의 날’ 포상시 수출 우수기업을 대상으로 포상하는 기존 방식과 달리, 「K-프리미엄 브랜드」 등 주요 소비재 브랜드 중 수출 1억불 달성 등 수출실적이 우수한 우수 브랜드를 대상으로 정부 포상을 신설하고, 금년에는 3개 브랜드에 대해 포상할 계획

* 예) (LG생건) ‘후’, (아모레) ‘설화수’ (셀트리온) ‘램시마’ (패션) 휠라 등

○ 다섯째, 도심 소비재 제조·수출 거점 구축

- 동대문(패션), 성수동(수제화) 등 도심에 대표적인 제조·수출거점을 구축하여 소상공인 중심의 주요 소비재를 ‘지역 대표 브랜드’로 육성

- 주변 ‘관광·문화’ 명소와 ‘수출지원’ 이 연계된 「도심 제조 소비재 수출모델」을 만들어 전국적으로 확산할 계획
 - * 지역 브랜드 평판·인지도 제고 → 관광 명소화 → 수출산업화 전략
 - * (‘20) 성수동(수제화), 동대문(패션), 종로·남대문(주얼리) 등 조성 검토
- 이를 위해 ‘19.9월 시범사업 추진을 위한 T/F를 가동하여 주요 거점을 선정
- 부처별·지자체별로 분산된 도심 제조업 육성사업*을 연계해 선정된 도심 제조·수출 거점을 집중 지원하여 소비재의 “기획 → 제조 → 유통 → 수출”을 일괄 지원할 계획
 - * (예) 소공인복합지원센터(중기부), 스타일테크혁신거점(산업부), 메이커스페이스(중기부) 등

○ 여섯째, 소비재 R&D 지원 강화

- 화장품, 패션·의류, 의약품 등 5대 유망 소비재의 제품경쟁력 향상을 위해 금년에만 1,950억원 규모의 R&D 예산을 투입하여 소비재 첨단소재 및 신제품 개발 등을 적극 지원할 계획
 - * (산업부) 기능성 화장품소재, 고급 의류소재, 생활산업 고도화 기술(총 1,100억원), (농식품부) 반려견 간식 등 가공식품 개발(총 160억원), (복지부) 국가신약 개발 등(총 690억원)
 - ** (복지부) 화장품 원료개발 등 R&D 사업 신규 추진
- 또한, 개인 취향별 맞춤형 생산이 중요한 소비재의 특성을 감안하여, 화장품, 신발과 같은 주요 소비재를 대상으로 3D 스캐너 등을 활용한 맞춤형 생산 시스템 등 전용 스마트공장 모델을 개발 (~‘22)*하고, 소비재 수출기업에게 스마트공장 보급을 우선 지원키로 함**('19~)
 - * (예) 3D 스캐너 등을 활용한 개인 맞춤형 생산 시스템 등 스피드팩토리 개발(신발, '18~'22)
 - ** 업종별 협단체, 지자체 등을 통한 선제적 수요발굴 및 스마트 공장

지원대상 선정평가시 가점 부여

<그림 III-2> 선진기업 맞춤형 생산시스템 예시



○ 일곱째, 해외인증 지원 데스크 설치

- 우리 기업들의 해외인증·통관·기술규제 등 비관세장벽 관련 애로 해소를 일괄 지원하기 위해 '19년 하반기에 「해외 인증지원 데스크」를 무역협회에 설치
 - * 국내 기업들의 비관세장벽 애로를 일괄 접수 및 관리할 계획
- 또한, 중국, 신남방 등 주요국의 경우 중앙정부 뿐만 아니라, 지방 정부 수준까지 현지 인증·규제 정보 등을 제공
- 해외진출 기업·에이전트 등도 인증정보를 등록, 민·관이 함께 검증하는 '참여형' 시스템을 도입하여 지식마일리지 제도 등 인센티브도 부여할 계획
- 아울러, 국내 인증·시험 지원 기관들이 주요국 인증·시험기관들과 협약을 통해 해외 인증·시험서비스를 국내에서 제공하는 인증위탁 시험 서비스를 신흥국 중심으로 보다 확대
 - * 우리기업들이 샘플물류비용 등을 최소화하면서 신속한 해외인증 취득이 가능하게 할 방침
 - * '19년 37개국 140여개 기관과 협약 등을 통해 인증·위탁심사·시험서비스 제공 중
 - : (예) '19.4월부터 KTR은 美 안전에너지효율 인증기관인 UL(Underwriters

Laboratories)과 협약을 통해 조명제품 미국수출에 필수적인 UL인증시험 서비스를 국내에서 제공

8) 해외 전시회 개별 참가 지원사업(산업부)

사업목적

- 해외전시회 참가비용 및 해외시장조사 서비스 비용지원을 통한 중소기업의 해외전시회 참가 촉진 및 수출 증대

사업 운영

- 사업규모 : 100개사 내외
- 주무부처 : 산업통상자원부
- 운영기관 : 대한무역투자진흥공사(KOTRA)

사업내용

- 참가사당 연간 2회, 회당 500만원 한도 자금(출장 항공임 및 현지 체제비, 통역비, 전시회 참가 취소수수료 등 일부항목 제외한 전시회 직접경비 일반) 및 해외시장조사 서비스 비용지원

지원 대상 및 내용

- 지원대상 : 대한민국 국적의 중소기업으로 해외전시회에 독자(개별)적으로 참가하는 기업

○ 지원 내용

- * 자금지원 : 기업 당 연간 2회, 회당 최대 500만원 한도 내 실비지원

- * 지원 항목 : 항공임, 현지 체제비, 통역비, 전시회 참가최소 수수료 등 일부항목 제외한 전시회 참가 직접경비 일반
- * 온/오프라인 전시마케팅 지원

9) 기타 지원사업

- 단발적으로 시행되거나 직접적인 지원제도는 아니지만, 측면 지원 성격을 가지고 있는 정책들을 살펴보면 다음과 같음.

① 제 1회 4차 산업혁명 선도 소비재 융합제품 공모전

- 2017년 개최한 공모전으로서, 소비재 융합을 주제로 융합 아이디어와 융합제품을 공모
 - 공모 주제 : 소비재 융합(소비재 + 소비재, 다른 업종, 한류, 서비스 등)
 - 응모 분야
 - 융합 아이디어(혁신적 아이디어) : 아이디어 제시만으로도 가능,
 - 융합제품(시장성 있는 완제품) ; 수출 가능 단계로 양산 가능한 완제품 제시
- 주최는 산업통상자원부이고, 주관은 대한무역투자진흥공사(KOTRA, 수행기관)와 디자인진흥원임.
- 대상 품목 : 생활유아용품, 패션의류, 화장품, 의약품, 농수산식품 등 5대 소비재 + 내구성 소비재(가전·자동차 등)
- 아이디어 분야는 서류심사를 통해 혁신성 중심으로 3개 수상작을 최종 선정
- 제품 분야는 서류심사를 통해 10개 작품을 1차 선발한 후 대한민

국 소비재 수출대전 현장에서 피칭대회를 개최하여 6개 수상작을 최종 선정

- 피칭 대회는 해외 약 10개국의 바이어 20개사가 심사위원으로 참여하여 현장투표

○ 분야별 특성에 맞는 특전을 부여

- 해외 창업 컨퍼런스 참가 기회 제공 : SLUSH(11월, 핀란드 헬싱키), TechCrunch Disrupt London(12월, 영국 런던) 등
- 해외 클라우드펀딩을 통한 수출마케팅 기회 제공
- 해외 개별·단체참가 전시회 가점 부여
- 공시증명 제도 지원 등
 - * 공시증명 제도는 창작 관련 사실(창작자-시기)을 특허청에 디자인 출원 전 증명해 주는 제도

○ 이러한 공모전은 지속성을 가지고 계속 추진하는 것이 필요함.

② 산업융합촉진사업

- 산업융합촉진사업에서도 지원대상인 12대 신산업에 IoT가전과 프리미엄 소비재가 포함되어 있어서 지원을 받을 기회를 제공 중

3. 업종 차원의 지원 제도 및 사업 현황

- 생활산업에 포함되는 업종의 범위는 지원제도나 연구 주체에 따라 다르게 나타나고 있음.
- 글로벌 생활명품 선정 대상의 생활소비재는 연도별로 조금씩 상이하게 표시
 - 2018년에는 가구, 문구, 주방, 레저, 가방, 시계, 안경, 주얼리, 완구, 뷰티케어(미용기기), 위생용품, 소형가전 등의 12개 업종
 - 2019년에는 가구, 문구, 완구, 주방용품, 위생용품, 시계·주얼리, 안경, 가방, 운동레저, 뷰티케어, 기타 악기 등 11개 업종(시계·주얼리를 1개 업종으로 간주)
- 2018년 산업통상자원부의 ‘생활소비재 산업경쟁력 강화 및 해외 진출을 위한 정책방향성 수립’에서는 13개 업종임.
 - 신발, 안경, 가방, 운동·레저, 시계·주얼리, 주방, 위생, 가구, 가전(이미용기기 포함), 유아용품, 야외용품, 악기, 문구
- 현재 산업연구원에서 수행하고 있는 통계구축사업에서는 15개 업종을 포함
 - 가구, 가방, 주얼리, 문구, 미용기기, 소형가전, 시계, 신발, 악기, 안경, 완구, 운동레저, 위생용품, 의류, 주방용품
- 본 보고서는 연구 수행기관의 일관성을 유지하기 위해서 생활산업을 15개 업종으로 분류하여 업종별로 지원제도와 사업현황을 살펴보고자 함.

1) 가구

□ 산업 범위

- 집안 살림에 쓰이는 각종 기구 제조, 기능과 사용 목적에 따라 수납용, 작업용, 휴식용으로 구분

□ 지원제도 및 사업

- 경기도에서는 도내 가구 산업을 중심으로 다양한 지원정책을 추진하고 있으며, 2018년 현재 7개의 지원사업을 시행하고 있음.

- (첫째) 2015년 9월 가구인증센터 설립, 이를 통해 친환경 가구제품 제조, 인증비용 절감

- (둘째) 가구 대중소 상생협력사업으로 가구 디자인 공모전, 공급자간 박람회 추진

- 가구 대기업의 해외소싱을 공급자 박람회를 통해 국내 조달로 전환

- 가구 디자인 공모전을 통한 청년 일자리 창출(공모전 수상작)

- (셋째) 가구 디자인 창작공간 설립

- 가구 창업 육성 및 자체 경쟁력 확보

- (넷째) 가구 공동물류센터 건립

- 가구업체의 자체 유통 기반을 확충하고 마케팅 역량 강화

- (다섯째) 유망 영세가구기업 지원 위해 시제품 개발, 마케팅 등 지원
- (여섯째) 가구밀집지역(고양, 광명, 포천 등) 지원
- (일곱째) 국내외 전시회 참가 지원하여 판로 확대 지원

2) 가방

□ 산업 범위

- 개인 휴대품용 또는 기구 및 용품의 보호용 케이스 등 제조

□ 지원제도 및 사업

- 가방산업은 기술개발, R&D, 마케팅 등 산업역량 제고를 위한 지원 주체가 부재한 실정임.
- 대체로 패션산업과 관련한 지원 프로그램이나 유사 업종(신발, 가죽 등)의 지원 프로그램에서 지원 대상에 포함되어 지원을 받을 기회를 확보하는 형태
 - 서울시에서 수행하는 패션산업 융복합 기술사업화 지원제도
 - 부산경제진흥원에서 수행하는 부산 범천 신발·가죽·가방 소공인 특화지원사업
- 2019년 글로벌전문기술개발 사업 중 소비재산업 고도화에 선정

〈표 III-16〉 소비재산업고도화기술개발 중 가방산업 관련 부문

번호	1	소비재산업고도화기술개발
품목명	사용자 니즈를 반영한 융복합 기능성 가방 개발	
개념	<ul style="list-style-type: none"> ○ 개념 - 가방에 새로운 스마트기술/아이디어/소재·가공/융합용도 등을 적용하여 새로운 가방제품군 창출이 가능한 분야 * IT 융복합형 스마트가방(스마트환경 적용, IT연동, 이동편의성 등) <ul style="list-style-type: none"> → 스마트 여행자의 획기적 편의 개선 * 레저/스포츠/애완용 등 전용 프리미엄가방(매니아 백) <ul style="list-style-type: none"> → 특정 분야 매니아층의 욕구 해소(프리미엄화) * 다기능 활용이 가능한 소형·컴팩트 가방 <ul style="list-style-type: none"> → 멀티유즈 고객층의 욕구 해소 	
지원범위	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지원범위 - 가방 + 스마트 융합기술 <ul style="list-style-type: none"> * 스마트 기기 환경 적용기술(배터리, 자가발전, 충전, 조명 등) * IT연동기술(GPS, 무선통신, 앱 등), 이동 편의성(기술) * 스마트관리기술(원격 잠금/해제, 위치추적, 분실/도난 등) - 가방 + 매니아층 협업 모델 및 제품 디자인/생산 <ul style="list-style-type: none"> * 레저/스포츠 단체, 전문가/동호회 그룹 등 - 용도 가변형, 모듈형 탈부착 가능, 다기능 가방 제품화 	
지원기간/ 예산/ 추진체계	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지원기간 : 12개월 이내 ○ 정부출연금 : 4.26억원 이내 ○ 주관기관 : 중소·중견기업 	

3) 주얼리

산업 범위

- 보석 등과 금, 은 등 귀금속 재료를 활용하여 신변 장신구, 장식품 및 부품 제조 또는 세공활동

지원제도 및 사업

- 주얼리 밀집 지역인 서울에 설립된 서울 주얼리 지원센터의 다양

한 지원프로그램과 서울시의 패션산업 융복합 기술사업화 지원 등이 대표적인 지원제도임.

□ 서울 주얼리 지원센터의 주얼리 지원제도

○ 산업고부가가치화 지원

- 경영컨설팅단 운영, 멘토링 프로그램, 디자인권·상표권 권리보호를 위한 출원신청 지원, 주얼리 룩북 제작지원을 통한 홍보 및 브랜드
- 판로지원 : 국내외 박람회 참가 지원, 공동프로모션주간 개최
- 주얼리 시제품 제작지원

○ 협업화 및 인재양성 통한 자립기반 강화 지원: 주얼리키움

- 주얼리 일감연결 프로젝트 : 제조 및 디자이너 DB고도화 및 활용을 통한 일감연계 서비스, 주얼리 전문 취업사이트 운영
- 서울형 뉴딜일자리 주얼리 숙련인력 양성 : 교육형 청년 주얼리 제조기술이전 취업 프로그램
- 청년 주얼리 인력양성 및 고용지원사업
- 주얼리 협업지원

○ 주얼리 품질 향상 및 경쟁력 강화 지원 : 감정지원 연구

- 첨단장비 운영을 통해 보석 분석 지원
- 주얼리제품 및 소재 관련 품질 업그레이드를 위한 협업시스템 지원

○ 데이터베이스 구축 및 네트워크 공간 지원 : 운영공간

- 주얼리 라이브러리 운영

- 주얼리 포토스튜디오 운영

□ 패션산업 융복합 기술사업화 지원 : 서울형 R&D 지원사업

- 자세한 내용은 의류 항목 참고

4) 문구

□ 산업 범위

○ 필기용, 또는 회화용구, 봉인기, 수동식 스탬프, 사무용 기기 등을 제조

□ 지원제도 및 사업

○ 문구산업에 대한 지원 정책은 없음.

5) 미용기기

□ 산업 범위

○ 순수 미용목적으로 신체를 아름답게 꾸미거나 그 상태를 유지 및 보호하기 위해 사용하는 기계·기구 장치 제조, 이미용 목적의 전 기기기 포함

□ 지원제도 및 사업

- 미용기기에 대한 지원정책은 없음.

6) 소형가전

산업 범위

- 가정에서 사용하는 중소형·중소용량의 전자기기, TV·냉장고·세탁기·에어컨 등은 제외, 단, 전기식 위생용품 및 이미용기기는 제외

지원제도 및 사업

- 소형가전은 IoT가전 중심으로 다양한 지원프로그램이 시행되고 있음.

- 전자 IoT협업센터 개소, IoT 가전산업 발전 전략 수립, IoT가전 및 스마트홈 융합 얼라이언스 발족, IoT가전 빅데이터 센터 신설 등

전자 IoT협업센터 개소

- 동 협업센터는 한국전자정보통신산업진흥회가 운영주체가 되어 IoT 등 미래 정보기술(IT) 기술과 융합된 제품 개발을 위한 대중소 협업 거점으로서 다음과 같은 역할을 담당함.

○ 대중소 협업 인프라 지원

- 삼성·LG 등 선도기업과 중소가전기업이 공동으로 IoT 기반의 협력 프로젝트를 발굴하고 이를 사업화하도록 지원
- 사업은 대기업이 주도하고 중소기업이 참여하는 ‘협업형 기술개발’, 중소가전의 IoT 융합에 필요한 ‘공동 애로 기술개발’, 개발자 기술경연을 통한 ‘공동체사업(커뮤니티형 프로젝트)’로 다

양하게 추진

- 정부는 ‘제조-IoT 투자펀드’를 조성해, IoT 시장 성장성이 높은 기기와 플랫폼, 부품 등 분야 유망기업을 발굴해 IoT 전문기업으로의 성장을 지원할 계획

○ 기업현장 전문인력양성

- IoT 플랫폼을 보유한 대기업(공급)의 기술지원을 통해 중소기업(수요) 대상으로 IoT 융합제품 개발자를 양성
- 주요 프로그램은 IoT 플랫폼 활용 등 기본과정부터 삼성, LG 등 선도기업의 프로그램과 직접 연계한 개발자 학술대회(콘퍼런스), 상용화 사례 실무과정 등 활용분야까지 다양하게 구성

○ 국제표준논의 공동 참여

- 대중소기업이 참여하는 ‘표준대응위원회’를 구성하여, 대기업의 국제표준화 활동과 연계함으로써 우리 업계에 실효성을 높이는 방향으로 국제표준 논의에 참여

○ 제조 유희설비·장비 활용 지원

- 중소기업이 IoT 융합 제품 등 고부가가치 제품 생산 시, 대기업과 협력사 등이 보유한 유희설비를 공동으로 활용
- 수요가 많이 발생하는 시험·검사장비를 중심으로 데이터베이스를 구축하여 협업센터 참여기업에게 정보를 제공

□ IoT 가전산업 발전 전략 수립

- 산업통상자원부는 유망 신산업에 IoT가전을 포함하고 2016년 말 IoT 가전산업 발전 전략을 발표함.
- 첫째, 초기시장 창출
 - 신규 공공아파트 건설시 IoT 가전 도입 확대
 - 케이(K)-스마트시티 등과 연계하여 해외시장 진출
 - 글로벌 수요기업과 국내 반도체기업과 매칭
- 둘째, IoT관련 기술개발 집중 지원
 - IoT 유망 시스템 반도체 및 첨단센서 기술개발
 - 중소기업의 IoT 가전제품 개발지원
 - 세액공제대상 확대, 반도체펀드(2천억원 규모) 투자
- 셋째, 플랫폼 비즈니스 지원
 - IoT 가전제품간 연계를 위한 융합얼라이언스 구축
 - 팹리스 - 파운드리 등 시스템반도체 생태계 조성
 - IoT 가전제품 및 시스템반도체 전문인력 양성
 - 빅데이터 연구소 개소 등 지능형 홈서비스 개발지원
- IoT가전 및 스마트홈 융합 얼라이언스 발족

- 2017년 4월 가전사, 통신사, 반도체·센서·소프트웨어업체, 건설사 서비스사등 스마트 홈 관련 기업들이 참석하여 발족식을 개최
- 동 융합 얼라이언스는 IoT가전이 통신과 연결하고 인공지능과 결합해 새로운 서비스 시장 창출을 위해서는 다양한 이업종 기업간 협력이 필수적이므로, 기업간 협업의 장을 마련하기 위해 결성
- 동 융합 얼라이언스는 스마트 홈 구현기술 협력 및 중소기업 기술 지원을 위한 기술협력 분야, 빅데이터 기반의 스마트 홈 서비스 개발을 위한 비즈니스모델 분야, 규제·표준화 문제 등을 논의하는 제도개선 분야, 스마트 홈 시장 확대를 위한 보급·확산 분야 등 4개 분야로 운영

IoT가전 빅데이터 센터 신설

- 2017년 전자부품연구원에 IoT가전 빅데이터 센터를 신설하고, 빅데이터 기반의 IoT 신기능 가전 및 스마트 홈 서비스 개발을 지원
- IoT가전 빅데이터 센터는 가전 사용과 관련한 다양한 데이터를 수집하고 기술적으로 가공·분석하여 업계에 제공

7) 시계

산업 범위

- 전지·수동·전기 등을 동력원으로 작동되는 시계, 시각기록, 시간 측정 장치 등

지원제도 및 사업

○ 시계산업에 대한 지원정책은 없음.

8) 신발

산업 범위

○ 발에 착용하는 것

지원제도 및 사업

○ 부산을 중심으로 신발산업 육성을 위한 정책 및 사업이 추진 중

부산경제진흥원의 신발산업 육성 정책

○ 부산브랜드 신발육성사업

- 9개 내외의 부산 소재 신발브랜드에 대해 제품개발, 디자인, 마케팅 역량 제고 및 환경구축 지원 등 신제품 개발 및 사업화 지원

- 신발 제품개발 서비스 및 컨설팅 서비스 지원, 신발 디자인 활성화 지원, 신발기업 판로확보 홍보지원, 부산국제신발 전시회, 신발기업 해외마케팅 지원, 신발산업 글로벌 바이어 네트워크 구축사업, 신발산업 인력양성 지원, 신발산업 정보화 지원

신발 중심의 소공인특화지원센터

○ 동의대의 슈플레이스 공동전시홍보관, 공동 Biz 지원관 운영

○ 부산 범천 신발·가죽·가방 소공인특화지원센터

패션산업 융복합 기술사업화 지원 : 서울형 R&D 지원사업

- 자세한 내용은 의류 항목 참고

□ 섬유패션산업 활력 제고 방안

○ 2019년 6월 산업통상자원부는 「제조업 르네상스 비전 및 전략」에서 제시한 ‘주력산업의 혁신을 통한 탈바꿈’의 일환으로 마련된 후속 대책으로 섬유패션산업 활력 제고 방안을 발표

○ 신발산업에 해당하는 내용으로는 2018부터 2022년까지 산업통상자원부와 중기부가 신발 스피드팩토어를 추진하는 것임.

- 스피드팩토어는 팩토리+스토어로서 기존 스마트팩토리의 생산공정 자동화 기반 위에 B2C 특성을 살려 매장(스토어)에서 소비자 주문을 받아 ‘수요자 맞춤형 제품’ 생산을 지향

○ 주문 ~ 생산 ~ 배송까지 전(全)공정 자동화 및 ICT융합을 통해 인력난 해소 및 생산성 증대로 해외 이전 기업 유턴 촉진

○ 이를 위해서 아디다스 수준의 신발 스피드팩토어 기술개발 및 연구센터 구축 확산

- 신발 스피드팩토어 사업에 ‘18~ ‘22, 총 230억원 (‘19년 67억원)

○ 조립 자동화 등 핵심기술개발(‘19~22)

- 신발 갑피,창 제조 및 조립 자동화, 고객 맞춤형 주문 및 설계정보 생성, 생산 최적화 등

○ 봉제·염색·신발 스피드팩토어 핵심기술개발 지원

- 2018~22년 동안 총 390억원을 투입, 2019년에는 122억원 투입

9) 악기

산업 범위

- 음악을 연주하기 위해 만들어낸 음악용 발음기구

지원제도 및 사업

- 악기산업에 대한 지원정책은 없음.

10) 안경

산업 범위

- 안경테, 안경알, 안경부분품

지원제도 및 사업

- 대구지역에 ‘한국안경산업지원센터’ 건립(2004년 5월)과 대구안경산업특구 지정(2006년 9월) 등을 통해 안경산업을 지원하기 시작

- 이후 한국안경산업지원센터는 한국안광학산업진흥원으로 전환

한국안광학산업진흥원 중심으로 지원책 시행

- 기업지원사업

- 안광학정보시스템지원사업 : 안경 관련 정보시스템 운영 및 관리

- 기업지원사업 : 기업의 홍보물, 포스터 제작 지원

○ 마케팅지원사업

- 안경디자인 공모전사업
- 해외전시회 공동관참가 지원사업
- 한국 안경산업고도화 육성사업 :
 - * 글로벌안경 브랜드 육성 : 브랜드 컨설팅 지원, 기업 마케팅 실무자 교육, 브랜드 마케팅 지원
 - * 수출역량 강화 : 해외유통거점 지원, 국내외 전시 지원
 - * 온라인 수출플랫폼 구축 및 운영지원
- 글로벌 안경브랜드 홍보사업 등
 - * 대구업체 중 글로벌 안경브랜드 홍보사업에 선정된 업체의 브랜드를 대상으로 홍보/마케팅 지원, 글로벌 안경브랜드 수주회 지원 등

○ 연구개발사업 :

- 창의산업거점기관 지원사업(안경렌즈 소재, 가공기술, 신뢰성 기반 구축사업)
 - * 추진 기간 : 2015.7.1.~2020.6.30
 - * 안경렌즈산업 육성을 위한 전문 안광학연구시설 구축
- 스포츠산업기술개발사업(스마트 기능이 내장된 라이딩용 스포츠글라스 개발)
 - * 추진 기간 : 2017.3.1.~ 2018.10.31.
 - * 라이딩용 스포츠글라스 프로토타입 제작, 평가용 지그개발, 규격 검토 등

○ 아이빌 운영사업

- 대구 안경산업 토털 비즈니스센터로서 40개 업체가 입주할 수 있는 아파트형 공장

- 안경제조와 유통 전문인력 양성 지원

11) 완구

산업 범위

- 13세 미만의 어린이가 놀이를 목적으로 하는 제품, 성인용 완구, 영상 게임기, 기타 오락용품 등도 포함

지원제도 및 사업

- 정부의 지원정책은 완구조합을 통해 해외 완구 박람회 참가 지원과 콘텐츠진흥원을 통해 캐릭터완구 개발을 지원하는 것에 그치고 있음.
- 최근에는 산업부가 디자인진흥원을 통해 추진하고 있는 ‘글로벌 생활명품 발굴 육성사업’의 대상에 완구가 포함되어 있어서 지원 받을 수 있음.
- 서울산업진흥원에서 완구산업에 대해 지원 중
 - 완구협회가 실시하는 대한민국 토이어워드 후원
 - 국산 캐릭터를 활용한 신제품 개발에 대해 5,000만원 한도 내에서 개발비용 지원

12) 운동·레저

산업 범위

- 운동 및 경기용품 관련 장비 및 용품, 낚시 및 등산 등 여가 활동용 장비 및 용품

지원제도 및 사업

- 운동용품/레저용품 산업에 대한 정부의 지원은 해외 전시회 참가 등 수출마케팅 지원이 대부분을 차지

13) 위생용품

산업 범위

- 일상생활에서 보건 및 위생과 관련된 제품, 세제류, 세척관련 기구·장치, 욕실용품, 주방용 설거지통 및 싱크, 위생용 종이제품, 기타 위생용품으로서 비전기식 품목만 해당

지원제도 및 사업

- 위생용품 산업에 대한 지원정책은 없음.

14) 의류

산업 범위

- 사람의 몸에 걸치는 여러 가지 옷의 총칭, 모자, 장갑, 양말 등도 포함

지원제도 및 사업

- 의류는 대구의 한국패션산업연구원, 서울산업진흥원, 서울디자인재

단 등에서 수행하는 의류지원사업과 아울러 연관산업인 패션산업 지원프로그램에서 지원대상에 포함

□ 한국패션산업연구원의 대구 평리 의류제조 소공인특화지원센터

- 의류 제조업체 역량강화 지원을 통한 산업 활성화를 위해서 대구 서구 평리동 의류봉제업 약 178개사를 대상으로 지원제도를 운영

<표 III-17> 대구 평리 의류제조 소공인특화지원센터의 세부 지원사업 내용

세부사업	내용	지원내용
소공인 기술연계센터 운영	고부가가치 차별화 제품개발 및 제품생산 개선	상시 애로기술 지원 공동 봉제장비 활용지원
소공인 특화교육	고부가가치 제품개발을 위한 정보지원 확대, 의류제품 하자발생 기술지도 교육	의류제품 하자유형별 원인 분석 및 제품제조기술교육
생산관리혁신 컨설팅 지원	기업 특성에 맞는 맞춤형 컨설팅 지원으로 지속성장을 위한 소공인 근본체질 강화	소공인 생산성 향상 등을 위한 생산구조개선 컨설팅
봉제현장 방문형 기술지도	현장 애로기술 지도 및 제품 공정개선으로 품질향상 및 기술력 강화	봉제장비 활용기술 교육 및 현장애로기술 해소
작업환경개선 지원	낙후된 시설 개선 지원 및 작업 환경 위험요소 제거	노후 생산설비 및 전기설비 등의 개선지원

자료 : 한국패션산업연구원, 홈페이지

□ 서울 디자인재단의 패션의류산업 지원

- 서울의 패션의류 제조산업의 인프라 강화 및 활성화를 위해 권역별 4개 패션지원센터 운영, 청년 일자리 창출 및 창업지원사업, 소상공인 판로개척 및 동대문 패션상권 활성화 사업 등을 추진

- 권역별 패션지원센터 운영 : 도심권, 동북권, 서북권, 남부권

- 청년일자리 창출 및 창업지원사업 : 서울패션창작스튜디오, 서울모델리스트 콘테스트, 봉제교육

- 소상공인 판로개척 및 동대문 패션상권 활성화사업 : 국내외 마케팅 활성화 사업, 동대문 패션상권 안내시스템, 동대문 패션인프라 활성화

○ 주요 사업

- 서울패션창작스튜디오
- 동대문 패션상권 국내외 마케팅 활성화
- 패션 라이브러리 운영
- 동북권 패션지원센터 운영
- 서북권 패션지원센터 운영
- 남부권 패션지원센터 운영
- 도심권 패션지원센터 운영

□ 서울산업진흥원의 패션산업 융복합 기술사업화 지원 :

- 서울형 R&D 지원사업으로서 서울지역의 패션산업·상권에 혁신기술을 접목하는 사업이며 서울산업진흥원을 통해 추진하고 있음.

○ 사업목적

- 기존 ‘패션 산업·상권’에 혁신기술을 접목하는 ‘융·복합 사업화 기술개발’ 지원을 통해 ‘패션산업 경쟁력 제고’ 및 ‘동대문 패션상권 활성화’ 촉진

- 지원 분야 : 패션+혁신기술 적용된 패션산업 분야의 사업화를 앞두고 있는 제품(서비스)의 기술개발 과제

- 기술융복합분야: 패션+혁신기술 적용된 전 분야

- 패션분야: 의류(소재, 완제품), 가방, 신발, (의류)액세서리

- 기술분야: 인공지능, 가상현실, 증강현실, 사물인터넷, 3D 프린팅 등 혁신기술
- 상권활성화분야: 동대문 등 패션상권을 활성화 하기 위한 시스템·플랫폼 구축

○ 지원규모

- 총 10억원이며, 과제 당 최대 2억원(5개 과제 내외 선정, 1년 과제)

○ 지원 자격

- 기업·대학·연구소 컨소시엄(주관기관+협력기관)
- 주관기관: 서울 소재 기업 또는 대학 또는 연구소
- 협력기관: 주관기관이 기업일 경우 협력기관 지역 제한 없으나, 주관기관이 대학·연구소 경우, 서울소재 기업 협력기관 참여 필수

○ 지원내용

- 시작품·시제품 제작, 성능·신뢰성 시험, 소비자 평가 및 인증 등 사업화(상용화) 관련 직접 소요되는 기술 개발비

□ 섬유패션산업 활력 제고 방안

- 2019년 6월 산업통상자원부는 「제조업 르네상스 비전 및 전략」에서 제시한 ‘주력산업의 혁신을 통한 탈바꿈’의 일환으로 마련된 후속 대책으로 섬유패션산업 활력 제고 방안을 발표
- 의류산업에 해당하는 내용으로는 2019년부터 2021년까지 산업통상

자원부와 중기부가 봉제, 염색·가공 스피드팩토어를 추진

- 스피드팩토어는 팩토리+스토어로서 기존 스마트팩토리의 생산공정 자동화 기반 위에 B2C 특성을 살려 매장(스토어)에서 소비자 주문을 받아 ‘수요자 맞춤형 제품’ 생산을 지향
- 봉제의 경우 봉제 로봇을 활용한 공정자동화 및 ICT를 활용한 기획 - 생산 - 납품에 이르는 통합관리시스템 구축
- 국내·외 프리미엄 중소량 주문을 자동화 로봇 기반으로 생산할 수 있는 봉제·의류 스피드제조 시스템 기술개발 및 확산 추진
 - 자동화 로봇 : 봉제 작업용 생산 로봇 기술 개발, 의류 제조용 물류이송 로봇 등
 - 자동화 봉제 기반 스피드팩토어 사업에 2019~21년 동안 총 85억원 투입, 2019년에는 32억원 투입
 - 2019년부터 동대문 봉제공장에 협동로봇을 활용하여 봉제, 의류, 재단 등 ‘작업환경 개선모델’ 지원
- 쏠밸류체인의 통합 스피드팩토어 시스템 구축 추진
 - 개인 맞춤 의류 등 다양한 소량 개별 주문을 효율적으로 생산하기 위한 스마트공장 데이터 플랫폼 기반 협업 시스템 구현(‘21~)
 - 주문 : 빅데이터 트렌드 분석, 개인별 디자인 추천, 증강(AR)/가상 현실(VR) 주문 시스템 등
 - 생산 : 작업지시서 자동생성, 공정(제/편직, 염색·가공 - 봉제) 협업관리, 원부자재 관리 등 연계

- 배송 : 개인별 물류 배송 수행 및 DB 관리 등
- 고급의류 제작 인력양성 확대
 - 고급 의류제작기술 교육, 우수업체 연계 현장실습을 통한 고급 의류제작 기술자 양성 확대로 신규인력 유입 지원
 - 2018년 1억 3,000만원 투입, 교육생 24명(수료생 12명 중 창업 9명, 취업 2명)
 - 2019년 계획 : 예산 1억 8,300만원, 30명 교육 목표
- 패션제작 마이크로팩토리 청년창업 지원
 - 고급의류 제작 인력양성 과정 우수 수료자를 대상으로 창업공간 및 장비 무상지원, 지속적인 일감제공 등을 통한 창업 지원
 - 2019년 패션 제작 창업 인큐베이팅 및 Micro-Factory 창업지원 : 3팀, 3억 1,700만원

15) 주방용품

- 산업 범위
 - 요리 기구, 조리도구, 테이블용 그릇, 식품용기, 난방기구 등, 비전기식 또는 수동식 제품만 해당
- 지원제도 및 사업
 - 주방용품 산업에 대한 지원정책은 없음.

4. 한국디자인진흥원의 생활산업 관련 지원사업 현황

개요

- 디자인진흥원에서는 연구사업과 기업지원사업을 수행하고 있음.

연구사업

- 연구사업 중 생활산업 관련 기술개발지원 사업은 차세대디자인핵심기술개발사업의 하나인 '3D 디자인 프로토타이핑 및 IoT 활용 제품개발 지원기술 개발'임.
 - 미래 신기술로 주목 받고 있는 IoT 기술을 생활산업 분야 제품에 적용하는 상용화 지원 기반 기술 개발이 있음.
 - * IoT 기술의 분류 및 모듈화를 통해 디자인 컨셉 개발 시 쉽게 접목이 가능하도록 DB라이브러리 구축
 - * IoT 기술 적용 시제품의 적용기술 성능에 대한 테스트베드 구축

기업지원사업

- 기업지원 사업 중에서는 디자인혁신유망기업 지원 사업, Design Innovation Lab, 소상공인협업활성화공동사업, 스타일산업 신생태계 구축 등이 있음.
- 디자인혁신유망기업 지원 사업
 - (사업목적) 성장 유망 중소·중견기업을 발굴하여 디자인을 경영 혁신전략으로 활용할 수 있도록 집중지원 함으로써 글로벌 경쟁력 강화
 - (지원분야) 최종 소비자(end user)를 타겟으로 하는 제조·서비스 산업

* IoT 가전, 헬스케어, 고급소비재, 로봇, 모빌리티 등 디자인 관여도가 높고 미래 성장 가능성이 기대되는 산업 우대

- 지원 내용

- (전용시책) 수혜기업들이 디자인 주도의 경영을 내재화할 수 있도록 상품 개발 단계별 전주기에 걸쳐 맞춤형 지원 서비스 제공
- (전략 컨설팅) 경쟁기업·기술·시장 및 사용자를 분석하여 상품 컨셉 기획 및 개발 전략 도출(15개사, 3개월)
- (상품화 지원) 제품 디자인·설계, 시제품 제작 등 지원(8개사, 6개월)
- (R&D) 중장기 신상품 개발 R&D(8개사, 과제당 총 3년간 11억원) 및 디자인 개발 바우처(23개사, 과제당 6개월간 0.5억원) 지원
- (혁신문화) 디자인 씽킹 교육 및 조직 혁신 컨설팅(4개사, 4개월)
- (인력지원) 신규 디자이너 채용을 위한 인건비 보조(최대 10개사, 약 8개월간 인건비의 50% 이내 지원)

○ Design Innovation Lab

- 지원 대상 : 생활소비재산업 분야 제조기반 스타트업 기업

- 지원 내용 :

- 시제품개발 및 제작, 사업화, 투자연계, 판로지원 등 전주기에 걸쳐 멘토링, 교육 등 지원
- 기업당 최대 3,000만원 상당의 교육·멘토링, 상품 양산 등 지원

○ 소상공인협업활성화공동사업 브랜드개발 지원

- 사업목적 : 성장역량을 보유한 소상공인협동조합의 맞춤형 디자인 개발을 통한 개척 지원판로 확보 및 매출성장 기여

- 총괄기관 : 소상공인진흥공단
- 관리기관 : 한국디자인진흥원 / 협업기관 : (사)한국디자인산업연합회
- 분야 : B.I / C.I, 캐릭터, 네이밍, 포장 디자인, 제품(상품) 디자인

○ 스타일산업 신생태계 구축

- 2019년부터 스타일테크 유망기업 지원 프로그램 시작
 - 스타일 산업 분야에 4차 산업혁명 기술을 융합해 새로운 비즈니스를 창출하고자 하는 유망기업이 대·중·소기업과 함께 협업할 수 있는 공간
 - 성장을 돕는 액셀러레이팅 프로그램

* 스타일테크

- 패션, 뷰티 등 스타일 분야에 4차 산업혁명 테크(Big Data, AI, Sensor, IoT, Cloud, AR, VR) 등을 융합해 새로운 가치를 창출하는 신사업 분야
 - 패션 : 의류, 신발, 가방, 안경, 주얼리, 시계
 - 뷰티 : 화장품, 미용기기

- 지원대상·분야 : 스타일산업 분야 유망 기업(중견·중소기업), 예비창업자(팀)
- 주관기관 : 한국디자인진흥원
- 액셀러레이팅 협력기업 : 스파크랩·스파크플러스, 바이널익스피리언스·벤처스퀘어
- 오픈이노베이션 협력기업 : 두산그룹

- 지원규모 : 2019년 30개사 이내 (공유오피스 20개사, 액셀러레이팅 프로그램 10개사 - 중복지원 가능)
 - 공유오피스 : StyleTech_DK Works, 스타일테크_디케이웍스
 - 액셀러레이팅(AC) 프로그램 : StyleTech_Lab, 스타일테크_랩
- 지원내용 : 기업 당 최대 5천만원 상당의 지원 프로그램 제공

○ 우수 디자인(Good Design) 사업

- 개요 :
 - 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관
 - 산업디자인진흥법에 의거하여 1985년부터 매년 시행
 - 디자인이 우수한 상품과 서비스에 정부인증 마크인 GD(Good Design)마크를 부여하는 제도
- GD마크 선정제
 - 우수한 디자인 상품 개발 장려 : 우수한 디자인 상품 개발을 장려하여 국가경쟁력 확보 및 국민의 삶의 질 향상
 - 세계적인 인증가치 구축 : 창의 디자인강국 구현을 위한 세계적 인증가치 구축
 - 디자인 고도화(우수디자인 선정 및 장려) : 유니버설디자인, 서비스디자인, 전통시장, 산업단지 디자인을 고도화(우수디자인 선정, 장려 등)함으로써 사회적 문제해결과 지속가능한 창조경제 실현
- 생활산업 관련 출품부문
 - 제품디자인(Product Design) 부문에서 가전, 완구, 스포츠·레저용품, 위생용품, 문구, 악기, 주방용품, 안경, 시계, 신발, 가방, 가구
 - 패션/텍스타일 디자인(Fashion/Textile Design) 부문에서 의류
 - 귀금속·보석 디자인 부문에서 주얼리

- 선정상품 지원

- 중소기업의 공공조달 시장 내 진출 지원 : 중소기업 기술개발제품 우선구매 제도에 GD상품 포함, 우수제품지정 신인도심사 시가점, 우수조달공동상표 물품 지정대상, 특허청 디자인우선 심사대상 지정
- 정부지원사업 신청 시 가점
- 판로 지원 : 소비재전시회 참여 등을 통한 비즈니스매칭, 백화점 입점지원 등
- 호주 굿디자인 (GDA) 연계 : 호주 굿디자인과 상호연계로 마크 사용을 희망할 시 추가 절차 없이 수수료 부담 후 사용 가능
- 온·오프라인 전시 및 홍보 등 : 인터뷰를 요청하는 등 국내외적으로 지속적인 미디어 노출을 제공, 그 해의 모든 선정작은 온라인으로 전시, 디자인코리아, KDC 상설전시, 국회 전시 등에 전시

② 국내 생활산업 지원제도 분석

1. 정부 차원의 생활산업 관련 제도 분석

○ 정부 차원의 지원제도를 지원 분야별로 분석해보면, R&D와 판로(수출)에 집중되어 있는 것으로 나타남.

- 11개의 지원제도 중 R&D 지원은 7개, 판로(수출)지원은 6개인 반면, 시제품 지원, 디자인 지원은 각각 1개에 불과하고, 무역금융 형태의 자금지원은 2개에 그치고 있음.

〈표 III-18〉 정부 차원 지원제도의 지원대상 분야별 비교

지원제도	R&D	시제품 지원	디자인	판로(수출)	자금
프리미엄 생활용품 개발	○				
글로벌 생활명품선정기업	○			○	
융합 얼라이언스	○				
글로벌 생활명품 기업 선정 및 지원	○	○	○	○	
생활용품 융합얼라이언스 운영 및 지원	○				
글로벌디자인 전문기업 육성사업	○				
대한민국 소비재 수출대전				○	
수출바우처 사업				○	
5대 유망소비재 수출 활성화 방안				○	○ (무역금융)
해외 전시회 개별참가 지원				○	○ (무역금융)
산업융합촉진사업	○				

○ 즉, 산업통상자원부는 기술개발과 수출 중심의 지원정책을 추진하고 있다고 평가할 수 있음.

○ 그러나, 생활산업에서는 핵심/원천 기술개발보다는 디자인과 결합된 응용 기술개발이 필요

- 일례로, 가구 등에서는 디자인 + IT 등과 결합된 융복합 제품 개발 필요
- 문구나 완구 등에서는 디자인 + 캐릭터(문화)를 결합한 제품개발 필요
- 그런데, 산업부의 기술개발은 핵심/원천 기술 중심으로 추진하기 때문에 생활산업은 응모해도 경쟁력이 없어서 지원받을 기회를 확보하기 어려운 구조임.
- 예로서 2016년부터 추진된 소비재 기술개발의 경우 예산이 여타 사업부문(디자인 혁신역량 등)은 40억 내외이나 소비재는 불과 4 억원으로 1/10 수준에 그치고 있음.
- 그러므로 기존 사업 예산을 확장하거나 또는 새로운 사업을 신설 하는 방식을 통해 생활산업에 적합한 기술개발사업이 필요함.

2. 업종 차원의 지원 제도 및 사업 분석

- 업종 차원의 지원제도는 중앙정부 차원과 지자체 차원, 업종 특유 차원의 지원으로 나누어 비교함.
- 위에서 살펴본 중앙정부 차원의 지원제도 중에서 생활산업 또는 소비재산업을 지원대상 업종으로 명시한 지원제도는 5개임.
- 지원대상에 포함되어 있는 업종의 빈도를 보면, 가구, 가방, 문구, 시계, 안경, 운동·레저용품, 주방용품의 7개 산업이 4개의 지원제도 대상에 포함되어 있어서 지원을 받을 기회가 여타 업종보다 더 많은 것으로 나타남.

- 이에 비해, 주얼리, 미용기기, 소형가전은 2개의 지원제도에서만 대상 업종에 포함되어 있고, 신발, 악기, 완구, 위생용품, 의류는 단지 특정 업종을 명시하지 않은 글로벌 디자인 전문기업 육성사업에만 해당되고 있음.

〈표 III-19〉 정부 차원 지원제도의 지원대상 업종별 비교

지원제도	가구	가방	주얼리	문구	미용기기	소형가전	시계	신발	악기	안경	완구	운동레저용품	위생용품	의류	주방용품
프리미엄 생활용품 개발	○	○	○	○	○		○			○		○			○
글로벌 생활명품 기업 선정 및 지원	○	○		○			○			○		○			○
생활용품 융합얼라이언스 운영 및 지원	○	○		○			○			○		○			○
글로벌디자인 전문기업 육성사업	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
산업융합촉진사업						○									

주 : 글로벌디자인 전문기업 육성사업은 지원대상에 소비재 산업을 포함하고 있어서 생활산업 전체를 대상으로 하는 것으로 간주함.

- 이와 같이 생활산업 중에서도 업종별로 지원을 받을 수 있는 기회의 격차가 큰 것으로 나타남.
- 그런데, 생활산업 중에서는 국내에 생산기반이 없거나, 경쟁력이 너무 취약하여 지원대상이 될 수 없는 업종들도 존재
- 지자체 차원 및 업종 특유 차원에서 이루어지고 있는 업종별 지원제도를 보면, 업종별로 지원제도의 편차가 매우 크게 나타나고 있음.
- 집적지를 이루고 있는 가구(경기도), 패션의류(서울, 대구), 주얼리(서울, 익산), 안경(대구), 신발(부산) 등은 해당 지역의 지자체에서 지자체 예산으로 도내에 있는 기업들을 지원

- 그러나, 지원조건이 대부분 해당 지역내에 있는 기업으로 제한하고 있어서 타지역 기업들은 지원에서 배제
- 그러므로 이러한 지원하에 개발된 제품기술을 타지역 업체들도 누릴 수 있는 시스템이 필요

<표 III-20> 지자체 차원 및 업종 특유 지원제도의 지원대상 업종별 비교

업종	지원 제도
가구	- 경기도 가구산업 지원(7개 지원사업)
가방	- 서울산업진흥원의 패션산업 융복합기술사업화 - 부산의 신발·가죽·가방 소공인특화지원사업
주얼리	- 서울 주얼리 지원센터 지원사업 - 서울 패션산업 융복합기술사업화
문구	
미용기기	
소형가전	- 전자IoT협업센터 - IoT 가전 및 스마트홈 융합 얼라이언스 지원 - IoT 가전 빅데이터 센터 - IoT 가전산업 발전 전략
시계	-
신발	- 부산경제진흥원의 신발산업 육성 지원 - 서울산업진흥원의 패션산업 융복합기술사업화 - 부산의 신발·가죽·가방 소공인특화지원사업 - 섬유패션산업 활력 제고 지원(신발 스피트팩토어 추진)
악기	-
안경	- 대구 한국안광학산업진흥원의 지원정책
완구	- 콘텐츠진흥원의 캐릭터완구 개발 지원
운동레저용품	-
위생용품	-
의류	- 대구 한국패션산업연구원의 지원사업 - 서울 디자인재단의 패션의류산업 지원사업 - 서울산업진흥원의 패션산업 융복합기술사업화 - 섬유패션산업 활력 제고 지원(봉제-염색·가공 스피트팩토어 추진)
주방용품	-

- 한편, 산업내에서 차지하는 위상이 중요하거나, 유망산업 등에 대해서는 정부 차원에서 당해 업종만을 대상으로 하는 특정 지원제도를 추진하고 있음.
 - IoT 가전산업 발전전략 수립(소형 가전 해당), 섬유패션산업 활력제고 방안(신발, 의류 해당)
- 반면, 문구, 미용기기, 시계, 운동·레저용품, 위생용품, 주방용품의 경우 집적지가 형성되어 있지도 않고, 산업내 위상도 약하기 때문에 지원제도도 없는 실정

3. 한국디자인진흥원의 생활산업 관련 지원제도 분석

- 디자인진흥원의 생활산업 관련 지원제도 5개는 각 지원제도가 추구하는 정책 목적이 다른 만큼 지원 분야가 겹치는 경우도 있으나 비교적 다양하게 분포
 - R&D, 디자인·설계, 시제품 지원, 상품화, 투자연계, 판로(수출), 인력(디자인 인건비 지원), DB라이브러리 구축, 테스트베드 구축, 컨설팅
- 정부의 지원제도와 비교해보면, 디자인진흥원의 지원제도에서 지원하는 분야는 기업이 현장에서 필요로 하는 실무적인 분야 중심인 것으로 평가
 - 시제품 지원, 상품화 지원, 투자연계, 인력(디자인 인건비) 지원, DB라이브러리 구축, 테스트베드 구축, 컨설팅 제공 등
 - 지원제도 5개 중 시제품 지원 3개, 투자연계와 디자인·설계 각각 2개가 포함

〈표 III-21〉 한국디자인진흥원 지원제도의 지원 분야 비교

지원제도	R&D	디자인 ·설계	시제품 지원	상품화	투자 연계	판로 (수출)	인력	DB 라이브 러리	테스트 베드	컨설팅
3D 디자인 프로토타이핑 · IoT활용 제품개발 지원기술 개발								○	○	
디자인혁신 유망기업 지원 사업	○	○	○				○			○
Design Innovation Lab			○	○	○	○				
소상공인 협업활성화 공동사업 브랜드개발 지원		○								
스타일산업 신생태계 구축 우수 디자인 사업			○		○					
						○				

4. 생활산업 관련 법령 분석

□ 분석 개요

- 생활산업 업체들이 거의 중소기업 또는 소공인에 해당되므로 중소기업진흥에 관한 법률과 도시형 소공인 지원에 관한 특별법도 생활산업과 관련이 있다고 할 수 있음.
- 그러나, 동 법들은 다른 업종들과 경합을 통해 지원을 받기 때문에 경쟁력이 취약한 생활산업 업체들이 지원을 받을 기회가 매우 제한적
- 생활산업과 직접 연관성이 높은 법령은 산업기술혁신촉진법, 산업디자인진흥법, 산업융합촉진법이 있음.

- 동 법들은 지원대상에 생활산업의 범위를 지정하여 포함하고 있기 때문에 생활산업 업체들이 직접적인 지원을 받을 기회를 확보하게 됨.

○ 여기에서는 산업기술혁신촉진법, 산업디자인진흥법, 산업융합촉진법이 생활산업에 대해 어떠한 규정하에 지원하고 있는지 살펴보고자 함.

□ 산업기술혁신촉진법과의 연관성

○ 산업기술혁신촉진법에서 제11조 산업기술개발사업, 제15조 개발기술사업화촉진사업, 제19조 산업기술기반조성사업, 제25조 디자인·브랜드의 선진화 등의 조항이 생활산업을 지원하는데 활용되고 있음.

□ 산업디자인진흥법과의 연관성

○ 산업디자인진흥법에서는 제5조 산업디자인의 육성·개발사업, 제11조 한국디자인진흥원의 설립 등의 조항이 생활산업을 지원할 수 있는 근거로 활용되고 있음.

○ 한국디자인의 기능 중 특히 산업디자인 개발지원사업, 전시사업, 교육·연수사업, 정부의 위촉사업 등이 생활산업과 관련이 큼.

□ 산업융합촉진법과의 연관성

○ 산업융합촉진법에서는 제17조 융합 신산업의 지원, 제18조 산업융합형 연구개발의 활성화 등, 제24조 중소기업자등의 산업융합사업 지원 등에서 일부 생활산업들이 지원 대상에 포함될 여지가 큼.

- 소형가전의 경우 IoT가전품목에서는 동 법의 기술개발 지원 대상에 포함됨.

- 향후에는 생활산업이 4차 산업혁명 기술들과 융합하는 방향으로 발전이 필요하며, 이에 따라 산업융합촉진법 지원 대상에 포함될 가능성이 더욱 커질 것으로 전망

□ 소결

- 현재 이러한 법령에 근거하여 생활산업에 대한 지원이 이루어지고 있으나, 생활산업 업종들의 기술력과 유망성 면에서 전반적으로 다른 업종들보다 취약하므로 지원을 받을 기회를 놓고 경쟁하는 구조하에서는 매우 불리한 상황
- 정부는 한정된 자원으로 선택과 집중을 할 수 밖에 없으므로 유망성이 크고 기술력을 확보한 업종, 산업에 미치는 영향이 큰 핵심 기술에 대한 투자 중심으로 지원하고 있음.

IV. 국내 생활산업 활성화 방안

- ① 국내 생활산업의 애로사항 및 문제점
- ② 국내 생활산업의 발전 방향
- ③ 추진체계

㉑ 국내 생활산업의 애로사항 및 문제점

1. 국내 생활산업의 애로사항

- 생활산업은 다양한 업종으로 구성되어 있어서 업종별로 직면하는 애로사항이 상이
 - 가구와 시계는 인력 부족을 겪고 있는 반면, 여타 업종은 이러한 애로사항이 없음.
 - 가구, 완구, 가방, 소형가전은 융합이 주요 이슈인 반면, 완구는 인증문제, 시계는 수입으로 인한 애로사항이 큼.
- 분야별로 보면, 생산과 제도면에서 상대적으로 많은 업종이 애로를 겪고 있는 것으로 나타남.
 - 생산의 경우, 가구, 시계, 주얼리, 완구, 가방, 소형가전, 문구 등이 경쟁력 약화, 국내 생산기반 약화 등의 애로를 겪고 있음.
 - 제도에서는 가구, 미용기기, 주얼리, 완구, 가방 등이 미비한 규정, 부적절한 규제 등으로 인한 애로가 큰 것으로 조사

〈표 IV-1〉 주요 생활산업 업종별 애로사항

분야	애로사항
생산	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : 소재의 수입의존도 -> 원가부담 (MDF 50%, 표면재 핵심원지 100%) ●시계 : 국내 생산기반 미흡, 대부분 중국에 생산기지, 핵심부품 100% 수입 의존 ●주얼리 : 기업들의 고가장비 활용 애로 ●완구 : 국내 생산기반 약화, 수입 증가, 국내 생산인력 부족 ●가방 : 업체의 영세성으로 디자인 역량 부족, 저부가가치화 ●소형가전 : 3D 프린팅 이후 금형지원사업 제외로 금형 비용 증가, 국내 부품산업 공동화로 생산 애로, 생산자금 확보를 위한 투자 연계 애로 ●문구 : 출산율 저하와 스마트기기 보급 확대로 문구 수요 대체, 생산기지 해외이전 및 수입 급증으로 국내 생산기반 축소
인력	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : 생산인력 부족 ●시계 : 전문 생산인력 양성 미흡
융합	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : IT 등 기술 융복합 제품 개발 부진 ●완구 : 콘텐츠 연계 미흡 ●가방 : 공방과 판로 연계 부족으로 시장 활성화 미흡 ●소형가전 : IoT 등 융합상품 기획 기술 접근성 애로 및 관련 인력 수급 애로
판로 유통	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : 대형업체의 골목 상권 위협 ●주얼리 : 생산·유통 전문성 부족 및 유통질서 개선 필요 ●소형가전 : 시장 소통 채널 부족으로 신제품 시장 상실 ●문구 : 유통 경쟁력 저하
수출	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : 전시회 참가 지원규모 미흡, 국내 가구전시회 유명무실 ●주얼리 : 원자재 비중이 80~90%로 높고, 자금력 부족으로 수출 물량 대응 못함 ●소형가전 : 수출향 상품기획 애로: 시장조사, 시장 타게팅 및 니즈 파악 애로 등
수입	<ul style="list-style-type: none"> ●시계 : 미국, EU FTA로 고가 브랜드시계 수입 급증
제도	<ul style="list-style-type: none"> ●가구 : 부자재 수입관세로 가격경쟁력 약화, 업소용 관리규정 미흡, 저가수입 급증 ●미용기기 : 규정 미비, 현행 의료기기로 분류되어 활성화 제한 ●주얼리 : 귀금속 원자재 관세 부과(EU, 일본은 무관세), 귀금속 품질감독시스템 부재, KS 표준관리감독시스템 부재, 개별소비세 부과로 내수 위축, 고금 의제매입공제제도 폐지로 음성거래 확대 ●완구 : 플라스틱부담금 업체에 부담, 6대 화학물질에 대해 산업부와 환경부의 기준 상이로 제품 인증에 애로 ●가방 : 조달청에서 5000만원 이하 수의계약 가능하나, 행정편의주의를 위한 공개입찰로 원가 이하의 과당경쟁 발생
인증	<ul style="list-style-type: none"> ●완구 : 플라스틱완구가 스마트완구로 진화하면서 전자과 검사 요구로 영세 완구업체의 고액 검사비 부담 가중, 검사제도가 현재 모델별 검사로 변경되어 검사비 대폭 상승 및 부담 가중,
협업	<ul style="list-style-type: none"> ●가방 : 융복합화 진전 불구 이업종간 협업 미흡
기획	<ul style="list-style-type: none"> ●소형가전 : 중소형가전 정의, 품목분류 미비 및 통계 자료 부족으로 시장통계기반 전략 수립 및 신상품 기획 애로
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> ●소형가전 : 담당자의 유통망 이해 부족으로 마케팅 준비 미흡 및 론칭 기간 길어짐

자료 : 산업연구원(2015), 「중소기업형 생활소비재산업 육성전략 및 법제화 연구」, 2015.12

2. 국내 생활산업의 문제점

1) 생활산업 자체적 문제점

- 생활산업 환경과 경쟁원천이 변화하고 있음에도 불구하고, 가격 위주의 경쟁구조가 고착화
 - 기존 경쟁원천은 가격이었으나, 최근에는 디자인, 성능, 품질, 브랜드 등으로 변화
- 생산기지의 해외이전 증가, 해외기업으로 OEM 발주 확대 등으로 국내 생산기반은 약화되고 설비투자도 축소
 - 제조업 대비 생활산업 생산액 비중 축소 : ('03) 4.5% → ('12) 3% → ('13) 3.4%
- 뚜렷한 경쟁력을 보유하지 못한 우리 기업들은 글로벌 벨류체인상에서의 역할이 모호하고 위상도 약화되면서 샌드위치 현상이 심화
 - 글로벌 선도기업은 기획·디자인·서비스 등 벨류체인상 고부가가치 창출 분야에서 활동 중이며, 중국·동남아 등은 생산기지로서의 역할 수행
- 생산, R&D, 디자인 등 영역별 전문기업 형성이 미흡하여 산업생태계가 형성되어 있지 않고 고성장기업이 부재하여 산업 전반의 성장 활력 부족
- 과거에 도입되어 현재 상황에 맞지 않는 세제 및 규제가 지속 시행되어 생활산업 종사 기업의 시장 진출 등에 걸림돌로 작용
 - (가구 관련 세제) 가구 부품·원자재에는 8% 관세 부과, 가구 완제

품은 무관세 → 중국산, 베트남산 등 가구류 수입이 급증하여, 국내 업체에 역차별 발생

- (주얼리 관련 세제) 보석·귀금속은 200만원 초과 금액에 26% 세금 부과 → 음성적 시장 형성, 정상적 생산·유통경로 차단 등의 문제 발생

2) 생활산업 지원체계에 대한 문제점

- 위에서 살펴본 바와 같이 업종별로 애로사항이 상이하기 때문에 이러한 애로를 해소하는데 필요한 정책 수요와 전략 방향도 다르게 전개되어야 함.
- 그러나, 현재 생활산업에 대해서 이러한 다양한 정책 수요를 파악하고 대응할 수 있는 체제가 부재한 상황
- 역량있는 전문지원기관이 부재하여 기능별·업종별로 특화된 지원 제공이 불가능하고 영세기업의 접근성도 낮은 편
- 따라서 생활산업의 활성화를 위해서는 생활산업이 직면한 문제들을 파악하고, 각 업종들의 의사결정을 주도하고 결정하는 거버넌스 체계 확립이 뒷받침되어야 함.

② 국내 생활산업의 발전 방향

1. 국내 생활산업 발전 방향의 기본 원칙

- 생활산업의 고부가가치화 및 활성화를 통한 재도약 기반을 강화하고 안정적 성장세를 이어가기 위한 산업 정책적 발전전략을 마련이 필요
- 생활산업의 지속성장 기반을 확보하기 위해서는 산업구조를 이루는 다양한 주체들과 대내외 환경변화 등 여건들이 얽혀있기 때문에 생활산업이 직면한 문제들을 동시에 또는 순차적으로 해결하고 장기적 발전을 도모하기 위해서 광의의 관점에서 발전전략을 검토
 - 생활산업의 현안 이슈 및 시급성, 정책지원의 생활산업에의 파급 효과 등을 고려하여 주요 중점 추진전략을 선정
- 현재까지 생활산업에 대해 정책적 관심이 낮고 서로 다른 특성을 지닌 다양한 품목들이 포함되다 보니 정책대상으로 생활산업에 대한 통일된 기준이 부재
 - 품목의 다양성은 정책 수립의 복잡다기성과 불확실성을 높일 뿐만 아니라 정책 조정과 이해 관계의 차이, 정책추진의 혼선을 야기할 수 있음.
 - 따라서 생활산업 발전전략은 생활산업 각 품목별로 상호인과성과 정책효율성을 높이고 공동의 목표(경쟁력 강화)를 추구하는 총체주의적 관점에서의 접근이 필요
 - 다양한 품목과 산업들로 확장되어 있기 때문에 각 품목들의 의사결정을 주도하고 결정하는 거버넌스 체계의 확립도 필수적

2. 국내 생활산업의 발전 전략 및 세부 방안

- 생활산업의 발전 방향은 최종적으로 마이클 포터의 경쟁요인 분석틀인 다이아몬드 모델(경쟁자, 소비자, 대체품, 생산요소, 정부)과, 전략성, 인프라 확충 등 7개 부문으로 구성하여 도출

〈표 IV-2〉 생활산업 발전전략 및 세부 실천방안

대상	발전전략	세부 실천방안
경쟁자 대응	브랜드/디자인력 제고	- 품목별 디자인 교류 활성화(디자인 진흥원, 서울디자인센터, 기업, 학교 등) - 생활산업 디자인 지원 - 생활디자인스튜디오 운영
	우수 생활제품 발굴	- 미래 유망품목 발굴 - 컨셉 상품 개발 및 확장
소비자 대응	가격 경쟁력 강화	- 생산비 절감 등 생산 효율성 제고
	마케팅 강화	- 홍보지원 - 마케팅력 강화
	시장 정보력 강화	- 컬러, 패션, 트렌드, 시장, 소재 등 정보 제공 강화
	수입 대응	- 수입 모니터링시스템 구축
전략성	일자리 창출	- 여성인력 교육 및 활용시스템 구축 - 창업 활성화
	수출 확대	- 수출 품목/시장 다변화 - 해외전시회 참가 지원 확대 - 수출시장 정보 제공 - FTA활용 수출 확대 - 온라인 수출기반 강화 - 국내 생활용품 연계 관광코스 개발
대체품 대응	산업협력	- 생활산업내 대중소 협력 강화 - 전후방산업 간 협력 강화
	융합촉진	- 기술융합 플랫폼 구축 및 활성화 - 기술융합 네트워크 구축
생산요소 대응	수요 맞춤형 인력양성	- 현장 중심의 실무교육 강화 - 숙련 생산기술인력, 기획, 디자인, R&D, 융합 등 전문인력 양성 체계 구축
	투자 활성화	- 설비투자 저리용자 지원 - 공동 첨단 생산설비 구축
인프라 확충	연구개발 인프라 확충	- 기술개발 기획능력 제고, R&D과제 발굴, 연구장비 구축 등 - 신뢰성 평가기반 구축
	통계정보 제공기반 구축	- 생활산업 특수목적분류 마련 및 승인 통계화 - 생활산업 통계 작성 및 업체 실태조사 수행 - 생활산업통계정보시스템 구축

대상	발전전략	세부 실천방안
	입지 경쟁력 제고	- 품목별 스마트 혁신연계 클러스터 조성 - 공동물류센터 건립
정부	시장 활성화를 위한 법/제도개선	- 개소세 개선 - 고금 의제매입공제제도 부활 - KS표준 관리감독 강화 - 인허가도 개선 및 미련 - 이미용기기 규정 마련 - 환경규제 일원화 - 원부자재 수입관세 철폐 - 원자재 리스제도 도입 - 소액수의계약제도 실효성 제고
	정부의 생활산업 지원 강화	- R&D 지원 확대(글로벌전문기술개발사업 내 생활부문 지원 강화) - 지적권 보호

1) 디자인 및 브랜드 역량 강화

필요성

○ 성숙기에 진입한 생활산업은 대량 판매시장, 제품차별화 축소, 표준화 확대, 가격경쟁 심화 등 특성으로 인해 기술적 차별화 보다는 디자인을 통한 경쟁력 제고 유인이 높은 편임.

- 소비자의 소득 증대에 따른 소비의 고급화차별화 및 반복구매에 의한 학습효과 증대로 생활용품 구매 결정시 성능보다는 디자인 및 브랜드를 더 중시하는 추세임.

○ 3D 프린팅, IT·NT 등 기술혁신 급진전, 신소재 개발 등 기술진보에 의한 산업과 기술의 융복합화 활성화에 따른 디자인의 역할이 더욱 증대하고 있음.

- 신소재 및 제품 개발, R&D 등 기획단계에서부터 디자인을 접목하여 전 밸류체인에 걸쳐 일관된 디자인 비즈니스 전개 필요성 증대

사업내용

○ 생활산업 디자인/브랜드 개발 및 확산 지원

- 생활용품의 디자인 및 브랜드 관련 정보 수집·제공 및 상담
- 생활기업의 디자인 및 브랜드 컨설팅
- 생활용품 디자인/브랜드 관련 연구개발 지원
- 생활용품의 디자인 및 브랜드 개발 및 국내외 브랜드 마케팅 등 지원
- 생활기업의 수요지향적 디자인 및 브랜드 관련 교육
- 생활용품 전문 디자이너 양성 프로그램 마련 및 지원
- 생활용품디자인스튜디오 입주 생활용품 디자이너와 연계

○ 생활용품디자인스튜디오 운영

- 생활용품관련 창의적인 신예 디자이너 발굴 또는 인하우스 디자이너 등 실무경험이 많은 독립 디자이너를 발굴하여 창작 지원
- 창작공간 제공 및 디자인 인프라 구축
- 실무·경영·관리 등 업무 지원
- 우수 기술 및 디자인의 제품화 지원
- 생활용품 제조기업과의 연계 및 마케팅 지원

□ 기대효과

- 생활기업의 디자인/브랜드력 제고를 위한 종합적인 지원 강화로 생활산업의 고부가가치화에 기여
- 생활산업 중소·중견기업의 디자인 연계 제고 및 디자인경영 확산

2) 우수 생활제품 발굴 지정 및 지원

□ 필요성

- 생활산업은 글로벌 저성장기 및 생활산업의 성숙기 진입에 따라

향후 지속 성장을 위한 시장 확대의 한계에 직면

- 내수시장의 포화 및 수입제품 시장점유율 점증에 따라 내수시장에서의 입지도 점차 약화 추세
- 글로벌 시장에서의 저성장 및 경쟁 심화로 현재의 생산 및 수출 구조로는 지속 성장을 기대하기 어려운 상황
- 또한 중국 등 신흥개도국의 추격과 경쟁력 제고, 국내 생활산업의 새로운 성장엔진의 부재 등으로 성장세 둔화가 우려
- 따라서 국내 생활산업의 저성장을 극복하고 경쟁력을 제고하기 위한 미래 성장동력 발굴 또는 스핀 오프형 시장 확대 유망 품목의 발굴이 절실한 상황
- 첨단기술간 융복합화의 진전으로 산업구조 변화 및 새로운 산업발전 기회의 확대가 예상되며, 이를 활용한 새로운 성장유망 품목 발굴 필요

□ 사업내용

- 대상 : 미래유망품목과 컨셉상품으로 구분하여 지원
 - 미래유망품목 : 첨단기술 융합 신제품 및 소재, 내수시장 또는 수출 유망품목
 - 컨셉 상품 : 소비자 및 시장 트렌드를 반영한 상품 컨셉을 개발하고 이를 반영하여 새롭게 개발된 제품
 - * 하나의 컨셉하에 다양한 상품을 개발하되, 지나친 경쟁 지양 및 일관된 품질 관리를 위해 하나의 아이템당 1개 업체 참여 원칙
- 지원내용

- 우수생활제품의 기획 및 디자인, 제조, 마케팅 등의 통합 지원
- 기술개발 자금 및 시제품 상용화 지원
- 기술지도 및 관계법령에 의한 품질인증의 획득지원
- 연구시설 및 장비의 이용지원
- 미래유망품목 및 컨셉상품 위주의 편집매장 신설·운영 지원
- 우수 생활용품 비즈니스 전개에 필요한 행정적·재정적 지원

○ 민간 중심의 추진체계 구성

- 미래유망품목발굴단 구성 및 운영
- 컨셉 기획 전문가, 소비자 연구 전문가, 생활용품 디자이너, 빅데이터 분석가, 생활용품 제조업체 등 관련 전문가들로 컨셉발굴단 구성 및 운영

□ 기대효과

- 시장 및 소비자 지향적 제품 개발과 차별화를 통한 시장 확대 및 지속성장 기반 마련

3) 수요 맞춤형 인력양성 및 확보 사업

□ 필요성

- 중소기업 중심의 생활산업은 사업장의 영세성에 따른 임금 및 복지 수준이 낮고, 작업환경의 열악함 등으로 생산 기능인력뿐만 아니라 전문기술직, 디자이너 등 전반적인 직종에서 수급 불균형 문제가 상존
- 따라서 인력 부족 및 미스매칭 직종에서 인력의 안정적 확보와 더불어 현장의 수요를 반영한 재직자의 현장 직무수행능력 향상을 위한 맞춤형 교육 훈련이 필요

□ 사업내용

○ 품목별·지역별 특화된 수요맞춤형 인력양성 체계 및 기반 구축

- 생활기업 중심의 품목별·지역별 생활산업인력개발위원회 구성: 위원회의 기능 및 역할 정립
- 생활산업의 인력수요조사 및 분석
- 수요지향 인력양성 장기 계획 수립
- 맞춤형 교육프로그램 개발 및 교육훈련 실시
- 품목별·지역별 생활산업관련 인력양성 기관 선정 및 협약

○ 외국인근로자의 안정적인 확보

- 생활산업의 인력난을 해소하고 생산기능인력의 안정적 확보를 위해 외국인근로자의 우선 배정 또는 뿌리산업의 예와 같이 생활산업기업*에 대한 외국인고용이 20% 상향되어 인정받도록 고용노동부와 협의 필요
* 생활산업 영위 사업체 판별 및 증명서 발급 사업 추진 필요

- 당해연도의 외국인력 도입규모는 「외국인근로자의 고용 등에 관한 법률」 제5조에 따라 외국인력정책위원회에서 결정하며, 2016년에는 일반외국인근로자의 경우 도입규모가 58,000명으로 결정

- 제조업은 44,200명+탄력적 배분인력(2000명중 신청수요 반영 탄력적 운용)으로 결정

- 외국인고용 허용인원 20% 상향 업종: 상대적으로 인력난이 심각하고 성장가능성이 높은 일부 업종 중 선정기준에 해당하는 경우 외국인고용 허용인원의 20%를 추가적으로 고용 가능

* 선정기준: 최근 3년간 직종별 사업체노동력조사 결과 300인 미만 제조업의 인력 부족률, 인력부족인원, 지역별 고용조사 결과 업종별 임금증가율, 중위임금 증가율, 임금근로자 증가율, 임시일용직 비중 변화, 1년미만

근속자 비중 변화 등 8개 지표 고려

* 2015년의 경우 선정된 12개 업종 중 생활산업 일부에 해당하는 업종은 32.가구제조업, 33.기타 제품 제조업이 있음.

- 다만, 뿌리산업에 해당하는 사업장은 국가뿌리산업진흥센터에서 발급한 ‘뿌리산업증명서’를 제출할 경우 아래 선정된 12개 업종에 해당되는지 여부와 관계없이 20% 상향 인정

기대효과

- 업계의 인력수요를 반영한 지역별·품목별 맞춤형 인력양성 체계 구축
- 생활산업의 인력의 기술력 및 숙련도 향상과 필요인력의 안정적 공급으로 생활기업의 인력난 해소에 도움

4) 생활산업의 수출 확대 지원

필요성

- 가격경쟁력을 앞세운 중저가 외산 제품이 국내외시장에서 국산제품 시장잠식이 가속화되고, 더불어 고가 제품의 마케팅 강화 및 수요 확대로 생활용품의 글로벌 경쟁 가속화
- 수출 역량이 부족한 국내 중소 생활용품 업체의 해외시장 진출 역량 강화 및 수출선 확대 지원 필요
- k-pop, 드라마 등 아시아의 한류 확산 국가의 한국산 제품 선호 및 수요 확대로 수출 확대 기회 점증
- 따라서 중소·중견 생활기업의 중국 및 한류 확산국가의 시장진출

확대 지원 필요

사업내용

○ 중국 산아제한 완화로 수요 확대가 예상되는 엔젤상품 개발 및 수출 지원

- 유아용 가구, 신발, 완구, 화장품 등 영유아관련 생활용품 및 스킨 케어 제품 등 상품 개발 지원
- (마케팅 지원) Hong Kong Baby Products Fair 등 전시회 참관 지원 및 바이어 연계

○ 중국진출 확대를 위한 중국사무소 설치·운영

- 중국내 생활산업 동향 및 시장정보 제공
- 중국 생활용품 유관기관과 네트워크 교류
- 중국 바이어 연계
- 중소기업의 중국내 경제활동 지원
- 이동 쇼룸 운영 등

○ 한류와 연계한 생활용품 수출 지원 강화

- 중국, 대만, 베트남 등 아시아 진출 드라마, 공연 등의 한류 콘텐츠 연계 마케팅 추진
- 드라마, 공연 등의 기획 단계에서부터 잡화, 가구 등 생활용품 부문과 연계

기대효과

○ 국내 생활용품의 중국, 대만 등 신흥시장 수출 확대 및 내수시장 진출

활성화

- 부품소재 등 중간재 수출구조의 국내 수출이 성장의 한계에 직면하면서 완제품 수출구조로 다변화 및 해외시장 수출 구조가 절실한 상황에서 소비재인 생활용품의 수출시장 확대라는 정책적 요구에 부응

5) 생활산업 품목별 혁신연계 클러스터 구축

□ 필요성

- 급격한 기술혁신으로 설비의 효율화 및 생산 공정의 첨단화가 진행되고 있음에도 국내 생활산업은 노후 설비의 개체 및 신규 생산 공정 도입 등에 대한 투자여력이 부족
- 반면 제조기술의 표준화 및 가격경쟁의 심화 등은 대외 여건은 공정개선, 전사적 생산과정 관리, 물류 효율화 등의 혁신적 개선을 통한 생산성 향상 필요성을 더욱 부각

□ 사업내용

- 생활산업 혁신연계 클러스터 조성 및 지원
 - 혁신클러스터 참여 기업 및 기관들의 역량 강화
 - 혁신클러스터 참여 기업 및 기관들의 상호 연계 활동의 지원
 - 클러스터 지원기관의 설립 및 운영
 - 국내외 다른 지역 및 다른 산업집적들과의 연계 강화
 - 혁신클러스터 활성화를 위한 산업기반시설 및 물류센터 등 공동 인프라의 설치 및 운영
 - 그 밖에 혁신클러스터가 위치한 지역의 발전을 위하여 필요한 사업
- 스마트공장 구축 활성화 지원

- 1차적으로 주얼리, 가구, 신발, 안경 등 물리적으로 생산기업이 집적한 지역을 중심으로 스마트공장 추진 지원하되 점진적으로 다른 품목으로 확대
 - * 혁신연계클러스터 조성, 스마트공장 구축 지원, 물류센터 등 연계 추진
- (참고) 산업통상자원부에서 추진하고 있는 “ICT융합 스마트공장 보급·확산 지원사업”은 기업별 지원
 - * ICT융합 스마트공장 보급·확산 지원사업(2016년 예산 150억원, 기업당 총 사업비의 50%, 최대 5천만원 지원)
 - 생산공정 개선, 에너지 절감을 위한 스마트공장 솔루션 구축 및 제조 자동화 관련 장비 구입 자원 등

□ 기대효과

- 생활기업의 물리적 집적외에 교육훈련, 공동연구 또는 공동시설 활용 등을 통한 생산성 제고 및 집적 이익 제고

6) 생활산업의 연구개발 역량 강화

- 생활산업의 연구개발 역량 강화를 위한 사업
 - 시험·평가·장비 및 공정기술 등의 개발 및 상담·교육 지원
 - 소속 연구원의 파견 등 인력지원 및 기술교육
 - 생활산업의 발전에 필요한 기술 및 제품 표준화 연구
 - 생활산업의 경쟁력 강화를 위한 신기술 개발 및 기술개발 성과의 기술이전 및 기술지도
 - 생활산업의 전문 연구인력 확보 및 양성 등에 관한 사업
 - 생활산업 연구개발 활성화를 위한 공동 연구개발 및 전문기술정보 인프라의 설치·운영
 - 그 밖에 생활산업의 연구개발 활성화에 필요한 사업

7) 생활산업의 신성장동력화 지원

- 생활산업의 신성장동력화 지원에 필요한 사업
 - 생활산업기업의 스마트공장 등 첨단화 및 자동화 사업
 - 생활산업기업의 환경친화적 기업으로 전환 사업
 - 생활산업과 관련된 부품소재, 신기술, 콘텐츠 등 전후방 산업과의 융합 촉진 및 활성화 사업
 - 생활산업의 정보 및 기술교류 활성화에 의한 생산산업기업의 동방 성장 융합 네트워크 강화 사업
 - 생활산업의 디자인, 브랜드 및 관련 창작활동, 기술, 특허 등 지식 재산권 보호 사업

8) 생활산업 통계기반 구축

필요성

- 생활산업의 분류는 독립된 산업분류코드로 존재하는 것이 아니라 다양한 산업에 걸쳐 분포
 - 생활산업은 연구기관 및 행정부처 등의 활용 목적에 따라 선택품 목이 달라지는 등 표준화된 분류체계가 존재하지 않음.
- 소비재를 포함한 생활산업에 대한 산업정책적 관심이 높아지고, 이와 더불어 생활산업에 대한 현황과 구조분석, 일자리 창출, 산업 성과 분석 등에 요구가 증대
- 따라서 생활산업관련 표준화된 표준분류체계를 마련하여 일반 산업통계와의 정합성을 확보하고 전체 산업경제와의 비교 분석이 가능하도록 구축할 필요가 있음.

- 장기적으로 생활산업분류체계를 특수목적분류체계로 승인을 받고, 관련 통계를 작성하는데 목적

□ 사업내용

- 생활산업의 산업분류체계 표준안 마련 및 특수목적분류 승인
 - 업체, 협회, 업종별 전문가등을 활용하여 생활산업의 산업·기술적 정의·분류체계 표준안 제시
 - 생활산업의 산업분류체계에 대한 수요자 의견 수렴
 - 통계청에 특수목적분류 지정신청 및 승인
- 생활산업 실물통계 생산
 - (조사표 설계) 국내 생활산업의 현황 및 구조, 성과, 현안 이슈 등을 파악하기 위한 조사표 마련
 - (통계 생산) 생활산업 분류체계에 따른 통계 생산
- 생활산업통계정보시스템 구축
 - 생활산업관련 종합 통계정보시스템 구축 및 대민 서비스 기반 구축
- 생활산업 관련 심층적 산업분석보고서 작성
 - 통계자료를 이용한 생활산업의 기초분석, 경쟁력 평가, 정책 입안 및 기업 의사결정 지원 정책자료 제공 등

□ 기대효과

- 생활산업 관련 통계의 표준화 및 승인통계 기반 마련으로 관련통계의 신뢰성 제고

- 표준화된 기준에 따라 생활산업의 현황, 구조, 경쟁력, 산업역량 분석을 수행하여 일관된 전략수립 기초통계 제공 가능

9) 생활산업 생산요소 강화

- 생활산업 인력 확보 사업

- 직업 훈련, 직업 능력의 개발 및 향상에 관한 사업
- 신규 인력유입의 활성화 등 고용 안정에 관한 사업
- 퇴직근로자 등 생활기술 숙련 인력이 소유한 기능·지식의 활용, 데이터베이스 구축 및 기술계승에 관한 사업
- 작업장 환경의 개선, 근로자의 처우개선 등 복지 증진에 관한 사업

- 생활산업 전문인력 양성 사업

- 생활산업의 인력수요조사 및 분석
- 수요지향 인력양성 장기 계획 수립
- 맞춤형 교육프로그램 개발 및 교육훈련 실시
- 그 밖에 생활산업의 전문인력 양성을 위하여 필요한 사업

10) 생활산업 동반성장 융합 네트워크 구축

필요성

- 산업이 성숙하면서 저성장 및 고용창출 여력 저하 등 성장의 한계에 봉착하면서 지속성장을 위한 새로운 패러다임으로의 전환이 요구
- 기존의 산업내 기술혁신, 융합, 서비스화 등 진화를 통해 생산성 및 성장성을 높이고 고부가가치화를 달성할 수 있는 새로운 성장

동력발굴이 필요

- 더욱이 과거의 개별 업종별 성과에서 특정 산업의 성과에 영향을 미치는 전후방산업, 기술, 혁신설비, 원자재, 서비스 등 생태계적 관점의 산업공동체의 역량 및 성과가 중요해지면서 이업종 또는 연관분야간 협력 네트워크가 활성화 필요

□ 사업내용

- 분야별 협력 네트워크 구축

- 생활산업과 밀접한 분야를 선별: 콘텐츠, IT기술, 소재, 유통, 디자인 등
- 아이디어 창출 및 정보 교류 지원 : 포럼 개최 및 정기 협력회의 개최

- 협력 네트워크의 성과 창출 활성화를 위해 미래유망품목, 컨셉상품 사업, 수출확대 사업과 연계

- 미래유망품목 발굴 및 컨셉상품 개발에 참여

□ 기대효과

- 창의력 기반 비즈니스 활동 활성화 및 유망품목 발굴 지원의 선순환 시스템 구축으로 생활산업의 고부가가치화 기반 강화

3. 국내 생활산업 지원 추진 체계

- 생활산업에 관한 정책개발과 지원사업을 총괄하는 기관을 신설하는 것이 최선의 방안임.
- 그러나, 생활산업이 우리나라 산업에서 차지하는 위상이나 경쟁력 수준, 향후 성장 잠재력 등을 감안해 볼 때, 별도의 기관을 설립하는 것은 현실적으로 가능성이 높지 않음.
 - 정부는 한정된 투자재원으로 지원 대상에 대해 선택과 집중이 불가피한 전략으로서 생활산업보다 우선 순위인 업종들이 많은 상황임.
- 그러므로 대안으로서 유사한 기능을 수행하는 기존 지원기관들을 활용하여 생활산업 지원사업을 분담하도록 하는 것이 더 효과적일 수 있음.
- 생활산업 지원사업을 분담하는 체계는 현재 진행되고 있는 생활산업진흥법의 통과여부를 가정하여 다음과 같은 3가지 시나리오별 방안을 고려해볼 수 있음.

1) 시나리오 1 : 생활산업진흥법 통과

- 첫째, 현재 국회에 계류 중인 ‘생활산업 고부가가치화 및 경쟁력 강화 지원법’이 통과되는 경우
- 동법 제9조에 따라 필요한 전문인력과 시설을 갖춘 기관 또는 단체를 ‘생활소비재산업지원센터’로 지정하여 생활산업의 진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하도록 함.
- 생활산업의 주된 경쟁력 원천이 디자인이라는 점, 그 동안 생활산업에 대한 다양한 사업을 수행해온 점 등을 고려할 때 한국디자인

진흥원이 이러한 취지에 적합한 기관으로 평가됨.

- 유사 사례를 보면, 하드웨어적 기술개발이 핵심인 뿌리산업과 산업융합의 경우 기업지원기술 역량을 보유한 한국생산기술연구원이 국가뿌리산업진흥센터와 산업융합지원센터로 지정되어 해당 사업을 추진하고 있음.
- 생활소비재산업지원센터가 수행하는 사업은 다음과 같음(제9조 2항)
 - 생활소비재산업 지원정책 및 제도 수립 지원
 - 생활소비재산업 동향조사·통계조사 및 실태조사
 - 생활소비재기업의 창업 및 경영지원과 그에 관한 정보의 수집·관리
 - 생활소비재기업 제조시설의 환경개선 등 인프라 지원
 - 생활소비재산업 유통 활성화와 국제협력 지원
 - 생활소비재산업 전문인력의 양성 및 지원
 - 그 밖에 생활소비재산업의 진흥을 위하여 필요한 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업

<참고> 한국생산기술연구원의 국가뿌리산업진흥센터와 산업융합지원센터 사례

□ 국가뿌리산업진흥센터

- 특정 산업분야를 지원하기 위한 법령의 하나로 ‘뿌리산업 진흥과 첨단화에 관한 법률’ (약칭 뿌리산업법) 있음.
- 동 법령에서는 뿌리산업지원을 총괄하는 기관을 신규로 설립하는 것이 아니고, 기존 기술지원 조직인 한국생산기술연구원을 ‘국가뿌리산업진흥센터’로 지정하고 있음.

- 제22조(국가뿌리산업진흥센터의 지정) ① 산업통상자원부장관은 뿌리산업 발전에 필요한 연구개발 및 지원사업 등을 효과적으로 추진하기 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관을 국가뿌리산업진흥센터(이하 “진흥센터“라 한다)로 지정할 수 있다. <개정 2013. 3. 23., 2014. 1. 21.>

1. 「과학기술분야 정부출연연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률」 제8조제1항에 따른 한국생산기술연구원

○ 이는 기존의 조직 운영 노하우와 설비 등을 활용할 수 있다는 면에서 경제적이고 효율적이라고 볼 수 있음.

□ 산업융합지원센터

○ 산업융합촉진법에서도 이와 유사한 체계를 운영하고 있으며, 현재 한국생산기술연구원이 산업융합지원센터로 지정받아 관련 사업을 추진하고 있음.

- 제26조(산업융합지원센터의 지정 등) ① 산업통상자원부장관은 산업융합의 촉진과 융합 신산업의 발전을 효율적으로 지원하기 위하여 전문인력과 시설 등 대통령령으로 정하는 요건을 갖춘 기관 또는 법인을 산업융합지원센터(이하 이 조에서 “센터“라 한다)로 지정할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

2) 시나리오 2 : 생활산업진흥법 미통과

○ ‘생활산업 고부가가치화 및 경쟁력 강화 지원법’ 이 통과되지 못할 경우 다음과 같은 두 가지 방식의 추진체계를 고려해볼 수 있음.

○ 첫째, 한국디자인진흥원의 설립 근거 법령인 ‘산업디자인진흥

법'을 일부 개정하여 한국디자인진흥원의 사업 영역에 '생활산업진흥을 위한 사업'을 추가

- 제11조 한국디자인진흥원의 설립 조항을 보면 한국디자인진흥원의 사업 영역은 총 9개로 구성
 - 개발 지원사업
 - 전시사업
 - 출판 및 홍보사업
 - 정보화사업
 - 교육·연수사업
 - 지방의 산업디자인 진흥을 위한 사업
 - 국제교류·협력사업
 - 정부의 위촉사업
 - 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업

- 여기에 1개 항목 '생활산업진흥을 위한 사업'을 추가하여 생활산업진흥을 위한 주관기관으로서의 역할을 수행

- 둘째, 생활산업과 관련된 지원기관별로 기존의 기능에 생활산업 지원을 추가하여 사업의 영역을 확장
 - (한국디자인진흥원) 생활산업만을 지원 대상으로 하는 디자인·설계, 이와 연계된 시제품, 컨설팅 등의 사업을 별도로 추가하여 추진
 - (한국생산기술연구원) 생활산업만을 지원 대상으로 하는 기술개발 사업을 별도로 추가하여 추진
 - (KOTRA) 생활산업만을 지원 대상으로 하는 별도의 수출 지원프로그램 추진

< 부 록 >

- ① 산업기술혁신촉진법
- ② 산업디자인진흥법
- ③ 산업융합촉진법
- ④ 뿌리산업진흥과 첨단화에 관한 법률

① 산업기술혁신 촉진법

산업기술혁신 촉진법

산업기술혁신사업" 이란 제11조에 따른 산업기술개발사업, 제15조제2항에 따른 개발기술사업
화촉진사업, 제19조에 따른 산업기술기반조성사업, 제27조에 따른 국제산업기술협력사업,

제11조(산업기술개발사업) ① 산업통상자원부장관은 혁신계획 및 시행계획을 효율적으로 수행
하기 위하여 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 다음 각 호의 산업기술분야에서 기술개발
사업(산업기술개발을 위하여 필요한 기획 및 조사를 포함한다. 이하 "산업기술개발사업"이라
한다)을 추진할 수 있다. <개정 2009. 5. 22., 2011. 5. 24., 2013. 3. 23., 2013. 8. 6.>

1. 산업의 공통적인 기반이 되는 생산기반 기술, 부품·소재 및 장비·설비(플랜트를 포함하
다) 기술
2. 산업기술 분야의 미래 유망 기술
3. 산업의 고부가가치화를 위한 공정혁신, 청정생산 및 환경설비 등에 관련된 기술
4. 산업의 핵심기술의 집약에 필요한 엔지니어링·시스템 기술
5. 에너지 절약 및 신·재생에너지 개발 등 에너지·자원기술
6. 항공우주산업기술 및 「민·군기술협력사업 촉진법」 제2조제1호의 군사 부문과 비군사
부문에서 공통으로 활용되는 기술
7. 디자인·브랜드·표준 관련 기술, 유통·전자거래 및 마케팅·비즈니스모델 등 지식기반
서비스 산업 관련 기술
8. 지역특화산업의 육성 및 지역산업의 혁신에 필요한 기술
9. 「산업발전법」 제5조에 따른 첨단기술·첨단제품의 개발 및 자본재의 시제품 개발
10. 삭제 <2013. 3. 23.>
11. 개발된 산업기술의 사업화에 필요한 연계기술
12. 제1호부터 제10호까지의 기술 간 결합을 통한 시장지향형 융합기술
13. 그 밖에 산업기술혁신을 위하여 우선적으로 개발이 필요한 기술로서 산업통상자원부장
관이 정하는 기술

② 산업통상자원부장관은 연구기관, 대학, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체 또는 기
업 등으로 하여금 산업기술개발사업을 수행하게 할 수 있다. 이 경우 산업통상자원부장관은
다음 각 호의 자와 산업기술개발사업에 관한 협약을 체결하고 해당 사업의 수행에 드는 비
용의 전부 또는 일부를 출연 또는 보조할 수 있다. <개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.,
2014. 12. 23.>

1. 산업기술개발사업을 주관하여 수행하는 자(이하 "주관연구기관"이라 한다)
2. 산업기술개발사업을 효과적으로 수행하기 위하여 필요한 경우로서 주관연구기관 외에 해
당 산업기술개발사업에 참여하는 자(이하 "참여기관"이라 한다)
- ③ 주관연구기관은 산업기술개발사업을 효과적으로 수행하기 위하여 필요한 경우 제2항 전
단에 따른 기관·단체 또는 기업 등과 협약을 체결하여 주관연구기관이 수행하는 산업기술
개발사업의 일부를 위탁하여 수행하게 할 수 있다. <개정 2014. 12. 23.>
- ④ 산업통상자원부장관은 산업기술개발사업을 효율적으로 추진하기 위하여 필요하다고 인정
하는 경우에는 제39조에 따른 한국산업기술평가관리원, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관

· 단체로 하여금 산업기술개발사업의 과제기획·관리 및 평가(이하 이 조에서 "기획등"이라 한다)에 관한 업무를 대행하게 할 수 있다. 이 경우 산업통상자원부장관은 기획등을 대행하는 자(이하 "전담기관"이라 한다)에 대하여 기획등의 수행에 드는 비용의 전부 또는 일부를 출연 또는 보조할 수 있다. <개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.>

⑤ 제2항에 따른 산업기술개발사업의 수행과 제2항 및 제4항에 따른 출연금 또는 보조금의 지급·사용 및 관리를 위하여 다음 각 호의 사항을 대통령령으로 정한다. <개정 2011. 5. 24.>

1. 산업기술개발사업에 관한 협약의 체결, 변경 및 해약에 관한 사항
2. 제4항에 따라 전담기관이 대행하는 기획등에 대한 업무의 범위에 관한 사항
3. 그 밖에 산업기술개발사업과 출연금 또는 보조금의 관리에 필요한 사항

[전문개정 2009. 1. 30.]

제15조제2항에 따른 개발기술사업화촉진사업,

제15조(개발기술사업화촉진사업) ① 정부는 개발된 기술을 사업화하거나 이에 대한 출자를 주된 사업으로 하는 자의 지원·육성에 필요한 시책을 마련하여야 한다.

② 산업통상자원부장관은 개발된 기술의 사업화를 촉진하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 사업(이하 "개발기술사업화촉진사업"이라 한다)을 실시할 수 있다.

<개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.>

1. 신기술의 사업화 및 보육
2. 사업화를 지원하는 전문기관 및 전문인력의 양성
3. 사업화에 의하여 생산되는 제품의 판매 촉진
4. 산업기술개발사업의 후속개발 및 기술금융의 활성화
5. 기술력평가에 따른 기술담보대출의 활성화

6. 그 밖에 개발된 기술의 사업화를 촉진하기 위한 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업

③ 산업통상자원부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 제2항제5호에 따른 기술력평가를 전담하는 기관을 지정하여 운영할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

④ 개발기술사업화촉진사업에 관하여는 제11조(제1항은 제외한다)·제11조의2 및 제11조의3을 준용한다. 이 경우 "산업기술개발사업"은 "개발기술사업화촉진사업"으로 본다. <신설 2011. 5. 24., 2014. 5. 20.>

[전문개정 2009. 1. 30.]

[제목개정 2011. 5. 24.]

제15조의2(신기술 인증 및 신기술적용제품 확인) ① 산업통상자원부장관은 국내에서 최초로 개발된 기술 또는 기존 기술을 혁신적으로 개선·개량한 우수한 기술을 신기술로 인증할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

② 제1항에 따른 신기술 인증은 유효기간을 정하여 하되, 필요한 경우에는 연장할 수 있다.

③ 산업통상자원부장관은 제1항에 따라 인증된 신기술(이하 "인증신기술"이라 한다)을 실증적으로 구현 가능하게 적용한 제품을 신기술적용제품(이하 "신기술적용제품"이라 한다)으로 확인할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따라 신기술의 인증 및 인증 유효기간의 연장 또는 신기술적용제품의 확인을 받으려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 산업통상자원부장관에

게 신청하여야 한다. <개정 2013. 3. 23.>

⑤ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 인증·확인 기준·대상·절차 및 인증의 유효기간 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2011. 5. 24.]

제19조에 따른 산업기술기반조성사업,

제19조(산업기술기반조성사업) ① 산업통상자원부장관은 산업기술혁신의 기반 및 환경조성에 관한 다음 각 호의 사업(이하 "산업기술기반조성사업"이라 한다)을 추진할 수 있다. <개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.>

1. 산업기술인력의 활용 및 공급
2. 산업기술 연구장비·시설 등의 확충 및 활용촉진
3. 연구장비·시설·연구인력 및 정보 등 산업기술혁신 요소의 집적화(集積化) 촉진
4. 산업기술혁신을 위하여 필요한 기술·산업 등에 관한 각종 정보의 생산·관리 및 활용의 촉진
5. 산업기술의 표준화, 디자인·브랜드 선진화 등을 위한 기반구축
6. 산업기술문화공간의 설치·운영 등 산업기술저변의 확충
7. 그 밖에 산업기술혁신 기반 조성을 위하여 대통령령으로 정하는 사업

② 산업통상자원부장관은 연구기관, 대학, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체로 하여금 산업기술기반조성사업을 실시하게 할 수 있으며, 산업기술기반조성사업을 주관하여 실시하는 자(이하 "주관기관"이라 한다)와 산업기술기반조성사업에 관한 협약을 체결하고, 주관기관에 해당 사업의 수행에 드는 비용의 전부 또는 일부를 출연 또는 보조할 수 있다. <개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.>

③ 산업기술기반조성사업에 관하여는 제11조(제1항은 제외한다)·제11조의2 및 제11조의3을 준용한다. 이 경우 "주관연구기관"은 "주관기관"으로, "산업기술개발사업"은 "산업기술기반조성사업"으로 본다. <개정 2011. 5. 24., 2014. 5. 20.>

[전문개정 2009. 1. 30.]

제25조(디자인·브랜드의 선진화) 산업통상자원부장관은 기술의 가치를 극대화하고 제품의 고부가가치 창출을 위하여 디자인·브랜드의 선진화를 위한 다음 각 호의 시책을 수립·추진할 수 있다. <개정 2011. 5. 24., 2013. 3. 23.>

1. 디자인·브랜드 분야에 대한 연구장비등의 지원
2. 디자인·브랜드 분야의 전문인력 양성 및 활용촉진
3. 디자인·브랜드 분야의 정보화 지원
4. 그 밖에 디자인·브랜드 분야의 선진화에 관하여 대통령령으로 정하는 사항

[전문개정 2009. 1. 30.]

제27조에 따른 국제산업기술협력사업,

제27조(국제산업기술협력사업) ① 산업통상자원부장관은 대한민국의 정부·기업·대학·연구기관 및 단체와 국제기구 또는 외국의 정부·기업·대학·연구기관 및 단체와의 기술협력을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업(이하 "국제산업기술협력사업"이라 한다)을 추진할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

1. 국제기술협력을 위한 조사
 2. 기술인력 및 기술정보의 국제교류
 3. 국제기술시장의 설치 및 운영
 4. 국내외 기술의 활용 또는 도입의 촉진
 5. 국제기술협력을 촉진하기 위한 재단의 설립 및 지원
 6. 국내 기업연구소의 해외진출 또는 외국연구소의 국내 유치
 7. 그 밖에 국제기술협력을 촉진하기 위하여 필요한 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업
- ② 국제산업기술협력사업에 관하여는 제11조(제1항은 제외한다)·제11조의2 및 제11조의3을 준용한다. 이 경우 "산업기술개발사업"은 "국제산업기술협력사업"으로 본다. <개정 2011. 5. 24., 2014. 5. 20.>
- ③ 삭제 <2011. 5. 24.>
- [전문개정 2009. 1. 30.]

② 산업디자인진흥법

산업디자인진흥법

제5조(산업디자인의 육성·개발사업) ① 정부는 산업디자인에 관한 국가경쟁력 향상을 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 산업디자인 개발 등을 통하여 산업경쟁력을 높인 기업 및 개인에 대한 시상 및 지원
2. 산업디자인 개발을 통한 우수브랜드의 육성·지원
3. 그 밖에 산업디자인 개발 등을 통한 산업경쟁력의 향상을 위한 지원

② 산업통상자원부장관은 우수한 산업디자인을 개발하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다. <개정 2013. 3. 23., 2014. 12. 30.>

1. 산업디자인전람회의 개최 및 지원
2. 산업디자인 분야의 벤처기업이나 그 밖에 기술성이 우수한 기업의 선정 및 지원
3. 산업디자인 정보시스템의 구축 및 지원
4. 산업디자인 거래의 지원 및 활성화를 위한 사업
5. 개발된 산업디자인의 사업화 및 창업보육 지원 사업
6. 그 밖에 산업디자인을 육성 및 개발하기 위하여 필요한 사업으로서 대통령령으로 정하는 사업

③ 제1항 및 제2항에 따른 사업의 세부 내용과 지원의 범위, 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[전문개정 2009. 5. 21.]

제11조(한국디자인진흥원의 설립 등) ① 산업디자인의 개발촉진 및 진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하기 위하여 한국디자인진흥원(이하 "진흥원"이라 한다)을 설립한다.

② 진흥원은 법인으로 한다.

③ 진흥원은 정관으로 정하는 바에 따라 국내외의 필요한 곳에 분원(分院) 또는 사무소를 둘 수 있다.

④ 진흥원은 산업디자인에 관한 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 개발 지원사업
2. 전시사업
3. 출판 및 홍보사업
4. 정보화사업
5. 교육·연수사업
6. 지방의 산업디자인 진흥을 위한 사업
7. 국제교류·협력사업
8. 정부의 위촉사업
9. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사업

⑤ 진흥원은 제1항에 따른 목적을 달성하는 데 필요한 경비를 조달하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 수익사업을 할 수 있다.

⑥ 진흥원에 관하여 이 법과 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 규정된 것을 제외하고는

「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.

[전문개정 2009. 5. 21.]

제11조의2(지역디자인센터의 설치 등) ① 시·도지사는 지역 디자인 특화사업·진흥사업·기반구축사업 등(이하 이 조에서 "지역 디자인 사업"이라 한다)을 수행하기 위하여 산업통상자원부장관과의 협의를 거쳐 인근 시·도지사와의 공동 또는 단독으로 지역디자인센터를 설치할 수 있다.

② 지역디자인센터는 법인으로 하고, 주된 사무소의 소재지에 설립등기를 함으로써 성립한다.

③ 국가, 지방자치단체 및 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관의 장은 필요한 경우 공동 또는 단독으로 지역 디자인 사업을 지역디자인센터에게 위탁하거나 대행하게 할 수 있다.

④ 지역디자인센터의 설립 및 운영과 관련한 그 밖의 사항은 산업통상자원부령으로 정한다.

[본조신설 2015. 12. 22.]

③ 산업융합 촉진법

산업융합 촉진법

제17조(융합 신산업의 지원) ① 정부는 융합 신산업을 활성화하고 그 발전을 지원하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

1. 융합 신산업을 위한 전문인력 양성과 연구 활성화 지원
2. 융합 신산업 사업모델의 개발과 확산
3. 융합 신산업 관련 정보시스템의 구축과 활용 지원
4. 융합 신산업의 표준화와 보급에 관한 지원
5. 융합 신산업의 발전을 촉진하기 위한 국제협력
6. 융합 신산업 분야를 발굴하기 위한 이종(異種) 분야 간 교류의 촉진
7. 융합 신산업 분야를 발굴하고 그 업무를 수행하는 자에 대한 출연 또는 보조 및 용자
8. 그 밖에 융합 신산업의 발전을 촉진하기 위하여 필요한 지원

② 제1항 각 호에 따른 융합 신산업의 범위와 그 지원 사업의 대상·절차·방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제18조(산업융합형 연구개발의 활성화 등) ① 관계 중앙행정기관의 장은 소관 연구개발사업이 산업융합과 관련이 있는 경우에는 그 과제(이하 이 조에서 "산업융합형 과제"라 한다)를 중점적으로 추진할 수 있다.

② 관계 중앙행정기관의 장은 예산의 범위에서 산업융합형 과제의 추진에 드는 비용을 출연금 또는 보조금으로 지급할 수 있다.

③ 제2항에 따른 출연금 또는 보조금의 지급 등 산업융합형 과제의 추진에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다

제24조(중소기업자등의 산업융합사업 지원 등) ① 관계 중앙행정기관의 장은 다음 각 호의 자(이하 "중소기업자등"이라 한다)가 산업융합을 통한 연구개발이나 그에 따른 연구 성과의 사업화(이하 "산업융합사업"이라 한다)를 추진하는 때에는 그에 드는 비용을 출연 또는 보조하거나 그 밖에 필요한 지원을 할 수 있다.

1. 「중소기업창업 지원법」 제2조제1호에 따른 창업을 준비 중인 자
2. 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업자
3. 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업자가 아닌 자로서 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제14조제1항에 따른 상호출자제한기업집단에도 속하지 아니하는 기업 중에서 대통령령으로 정하는 자

② 제1항에 따른 출연·보조 또는 지원을 받으려는 중소기업자등은 산업융합사업의 내용 등 대통령령으로 정하는 사항이 포함된 산업융합사업계획서를 관계 중앙행정기관의 장에게 제출하여야 한다.

③ 관계 중앙행정기관의 장은 제2항에 따라 제출받은 산업융합사업계획서를 평가하여 산업융합사업으로 적합하고 그 사업의 효과성과 효율성이 있다고 인정하는 때에는 그 사업에 필요한 경비를 출연 또는 보조하거나 그 밖에 필요한 지원을 할 수 있다.

④ 제1항과 제3항에 따른 출연·보조 또는 지원의 기준 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제35조(금융지원 등) 국가와 지방자치단체는 산업융합의 촉진을 통하여 산업경쟁력을 강화하고 융합 신산업을 발전시키기 위한 사업을 원활하게 시행할 수 있도록 제조자등에게 재정 및 금융 등 필요한 지원을 할 수 있다.

4] 뿌리산업 진흥과 첨단화에 관한 법률

뿌리산업 진흥과 첨단화에 관한 법률 (약칭: 뿌리산업법)

[시행 2018. 4. 17] [법률 제15344호, 2018. 1. 16, 타법개정]

산업통상자원부(소재부품총괄과)

제22조(국가뿌리산업진흥센터의 지정) ① 산업통상자원부장관은 뿌리산업 발전에 필요한 연구 개발 및 지원사업 등을 효과적으로 추진하기 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관을 국가뿌리산업진흥센터(이하 "진흥센터"라 한다)로 지정할 수 있다. <개정 2013. 3. 23., 2014. 1. 21.>

1. 「과학기술분야 정부출연연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률」 제8조제1항에 따른 한국생산기술연구원
 2. 그 밖에 전문인력과 시설 등 대통령령으로 정하는 요건을 갖춘 기관
- ② 진흥센터는 다음 각 호의 사업을 수행한다. <개정 2013. 3. 23.>
1. 뿌리산업 시장 및 뿌리기술의 조사·분석과 수집정보의 이용
 2. 뿌리산업 진흥을 위한 산업통상자원부 소관 연구개발사업에 대한 지원업무
 3. 뿌리산업과 관련된 창업 및 경영 지원과 그에 관한 정보의 수집·관리
 4. 기업의 뿌리산업을 통한 경쟁력 강화 및 신산업 발굴의 지원에 관한 사업
 5. 뿌리산업 관련 시설의 환경개선, 인력 확보 및 양성 등에 관한 사업
 6. 뿌리산업 진흥에 관하여 정부로부터 위탁받은 사업
 7. 그 밖에 뿌리산업 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사업
- ③ 산업통상자원부장관은 진흥센터에 대하여 예산의 범위에서 제2항 각 호의 사업을 수행하는 데 필요한 비용의 전부 또는 일부를 보조할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>
- ④ 진흥센터의 지정 기준·절차, 지정기간과 운영, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[제목개정 2014. 1. 21.]