

글로벌 산업구조 재편과 우리의 대응전략

# VIP REPORT

## ■ 문화와 제조의 융합산업 육성

- 도자산업의 르네상스를 통한 고부가가치 산업화

발행인 : 김 주 현  
편집주간 : 한 상 완  
편집위원 : 주원, 이장균, 이철선  
발행처 : 현대경제연구원  
서울시 종로구 연지동 1-7  
Tel (02)2072-6239 Fax (02)2072-6249  
Homepage. <http://www.hri.co.kr>  
인쇄 : 서울컴퓨터인쇄사 Tel (02)2636-0555

- 본 자료는 기업의 최고 경영진 및 실무진을 위한 업무 참고 자료입니다.
- 본 자료에 나타난 견해는 현대경제연구원의 공식 견해가 아니며 작성자 개인의 견해임을 밝혀 둡니다.
- 본 자료의 내용에 관한 문의 또는 인용이 필요한 경우, 현대경제연구원 산업전략본부(02-2072-6239)로 연락해 주시기 바랍니다.

# 목 차

---

## ■ 문화와 제조의 융합산업 육성

- 도자산업의 르네상스를 통한 고부가가치 산업화

Executive Summary .....	i
1. 발전 가능성이 큰 도자산업 .....	1
2. 규모가 위축되는 도자산업 .....	4
3. 도자산업 위축의 원인 .....	7
4. 도자산업 육성 과제 .....	12

■ HRI 경제 지표 .....	18
-------------------	----

### ■ 발전 가능성이 큰 도자산업

최근 들어 제조와 문화의 융합에 대한 관심이 고조되고 있다. 이는 제조업에서 생산된 제품보다 문화를 융합시킨 제품이 더 많은 고부가가치를 창출할 수 있기 때문이다. 이와 같은 제조와 문화의 융합 산업 중 대표적인 것이 도자산업이다. 도자산업은 전통 세라믹스 중 도자기 산업에 해당되며, 건축용 도자기, 생활도자기, 산업자기, 전송자기를 포함하며, 다음과 같은 이유에서 중요한 산업으로 분류된다.

**첫째, 도자산업은 종합융합산업으로서 발전 가능성이 큰 산업이다.** 도자산업은 문화 및 여가 등과 관련된 서비스산업임과 동시에 제조업의 성격을 지니고 있어 기술 및 산업 간 융합을 통한 발전 가능성이 크다.

**둘째, 국민 실생활과 밀접해 수요 창출 기회가 많은 산업이다.** 의식주 중 식(食)과 주(住)와 밀접한 산업이며, 전통문화를 계승한다는 측면에서도 중요한 산업이다.

**셋째, 도자산업은 부가가치유발효과가 큰 산업이다.** 도자산업의 가정용도자기와 건설용점토제품의 부가가치유발계수는 각각 0.785와 0.73으로 조선(0.621), 자동차(0.687), I제조업(0.528) 등 주력 기간산업보다 크다.

**넷째, 도자산업은 취업유발효과가 큰 산업이다.** 도자산업의 가정용도자기의 취업유발계수는 10억원당 12.8명으로 조선(10.8명), 자동차(10.4명), I제조업(10.6명) 등 주력 기간산업보다 크다.

### ■ 도자산업 위축 및 원인

도자산업의 산출액은 1995년 2조 원에서 2009년 2.6조 원으로 증가했으나, 경제 전체에서 차지하는 비중은 0.24%에서 0.1%로 하락했다. 또한 국내 도자산업 시장에서 수입 제품의 점유율은 1995년 7.2%에 불과했으나, 2007년에는 35.2%로 급등했다. 도자산업의 취업자 수 역시 1995년 2.8만 명에서 1만 명으로 급감했다. 이처럼 국내 도자산업이 크게 위축되고 있는 것은 다음과 같은 이유에서이다.

**첫째, 정부 지원이 거의 없는 실정이다.** 정부는 2005년 이전 도자산업특구를 지역 특구로 선정했고 경기도는 도자진흥재단을 통해 세계도자비엔날레를 개최하고 있지만, 도자산업발전을 위한 세금감면이나 R&D 지원 등과 같은 직접적인 지원은 없는 실정이다.

**둘째, 도자산업 종사 기업은 영세하다.** 2008년 기준 도자 산업의 사업체당 취업자수는 7.4명으로 제조업 10.2명보다 낮은 수준이다. 또한 1~4인 규모의 사업체수가 총사업체수에서 차지하는 비중 역시 도자산업이 76.7%로 제조업의 63.7%보다 높은 수준이다.

**셋째, 도자산업의 생산성은 낮다.** 도자산업의 노동생산성은 1995년 1995년 3,333만 원에서 2008년 5,851만 원으로 1.8배 증가한데 반해 제조업은 3,098만 원에서 7,783만 원으로 2.5배 증가했다.

**넷째, 규모가 작은 내수 시장에서 의존도가 크다.** 도자제품의 내수 판매비중은 93.1%로 제조업 내수판매 비중 68.9%에 비해 상당히 높은 수치를 보이고 있다.

**다섯째, 국내 도자제품의 브랜드 인지도가 낮다.** '도자제품하면 떠오르는 한국기업이 있는가'에 대한 응답으로 '없다'가 98%(국가 브랜드 맵 2007.12)를 기록했다. 도자 센서스(2009)에 따르면 도자제품에 대한 고유 브랜드를 가진 기업은 52.7%에 불과했다.

### ■ 도자산업 육성 과제

도자산업 종사 기업 및 관련 단체는 수출 경쟁력 제고, 고부가가치 창출, 브랜드 가치 제고를 위해 노력해야 한다. 마케팅 강화 및 수출시장 다변화를 통해 내수 의존의 문제를 극복하고, 전후방 산업의 연계 강화, 비용절감 기술 개발 및 품질 경쟁력 제고를 통해 저생산성의 문제를 극복하며, 한국 도자 제품에 대한 홍보 강화와 영세 기업 간 M&A 및 협력 강화를 통해 영세성 및 낮은 브랜드 이미지의 문제를 극복해야 한다. 정부는 수출 경쟁력 제고, 고부가가치 창출, 브랜드 가치 제고를 위한 도자산업에 대한 지원책을 마련해야 한다. 도자 제품에 대한 수출이 급증하고 있는 중국과 디자인 경쟁력을 바탕으로 브랜드 가치를 제고시킨 이탈리아는 정부의 적극적인 지원책이 있었음을 기억해야 할 것이다.

## 1. 발전 가능성이 큰 도자산업<sup>1)</sup>

### ○ 도자산업은 제조업과 서비스업의 종합 융합 산업으로서 발전 가능성이 큼

- 도자산업은 문화 및 여가 등과 관련된 서비스산업임과 동시에 기술 개발을 요구하는 제조업의 성격을 지니고 있어 기술 및 산업 간 융합을 통한 발전 가능성이 큰 산업임
  - 도자산업은 조형 예술에 해당하여 문화산업으로 분류할 수 있음
  - 또한 최근 들어 중시하고 있는 여가 생활의 일부분으로 도자를 제작함에 따라 여가 서비스산업으로 분류할 수도 있음
  - 이와 함께 도자산업은 도자 제품을 제조하는 제조업의 성격을 지니고 있어, 기술 개발 등을 통해 고부가가치를 창출할 수 있음
- 국가 브랜드 맵(2007.12)에 따르면 도자제품은 부가가치를 극대화하여 국가 브랜드와의 시너지 효과를 일으킬 가능성이 높은 산업으로 선정됨
  - 수출 규모, 미래 유망산업 등을 고려해 7개 산업을 선정했고, 여기에 부가가치를 극대화할 수 있는 산업으로 5개 산업을 선정함
  - 국가브랜드 주력 산업 : 가전, 의류, 자동차, IT/반도체, 문화, 휴대폰, 철강
  - 추가산업 : 음식, 액세서리, 화장품, 도자제품, 패션소품

### ○ 도자산업은 국민 실생활과 밀접한 관계에 있으며, 전통 문화를 계승한다는 점에서도 중요함

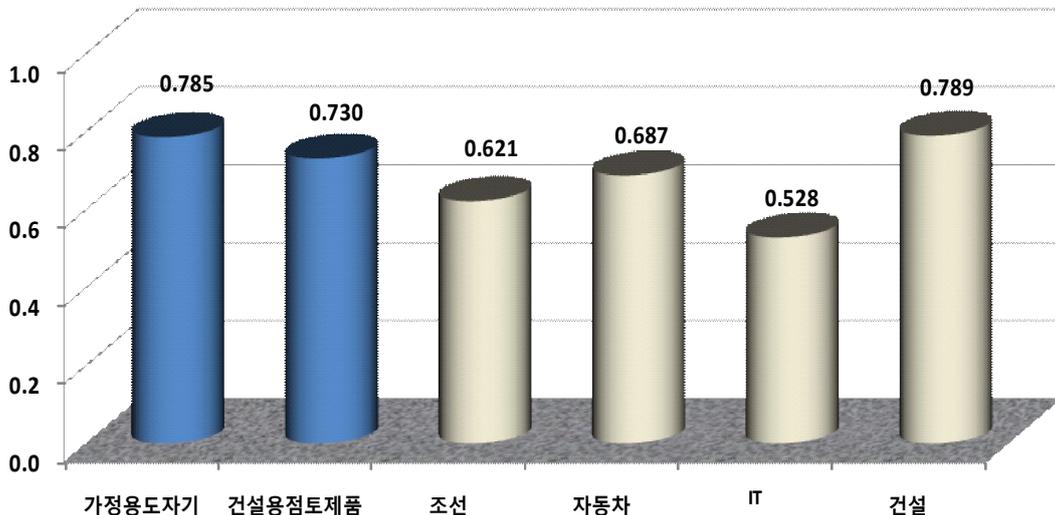
- 도자산업은 의식주 중에 전통 음식을 그릇에 담는다는 점에서 식(食) 그리고 세면기, 변기, 타일 등을 생산한다는 점에서 주(住)와 밀접한 관계에 있음
- 고려청자, 이조백자 등 전 세계적으로 뛰어난 도자기를 전승해오고 있어 전승도자에 대한 기술력과 노하우를 축적한 상황임

1) 본 보고서의 연구대상인 도자산업은 상할자기, 위생도기, 점토벽돌, 타일을 포함하며, 자세한 내용은 별첨1 을 참조.

○ 도자산업은 부가가치유발효과가 크기 때문에 경제 성장에 대한 기여도 역시 크다고 할 수 있음

- 도자 산업의 부가가치유발계수는 제조업 평균(0.626) 및 주력 기간 산업보다 크게 높고 건설업과 비슷한 수준으로 나타남
  - 동일한 최종수요액을 발생시킬 경우 도자 산업이 다른 산업에 비해 경제에 직간접적으로 미치는 부가가치 즉 경제 성장 기여 효과가 그 만큼 더 크다는 것을 의미함
- 2007년 기준 가정용도자기의 부가가치유발계수는 산출액 한 단위 당 0.785, 건설용점토제품은 0.730임
  - 가정용도자기의 부가가치유발계수는 제조업 평균치와 조선(0.621), 자동차(0.687), IT제조업(0.528)보다 크게 높은 수준이며 건설(0.789)와 비슷함
  - 또한 생산유발효과가 상대적으로 취약했던 건설용점토제품의 경우에도 부가가치유발계수 값은 0.730으로 제조업 및 주력 제조업보다 높게 나타남

< 부가가치유발계수 (2007년) >



자료 : 2007년 산업연관표를 이용한 자체 계산.

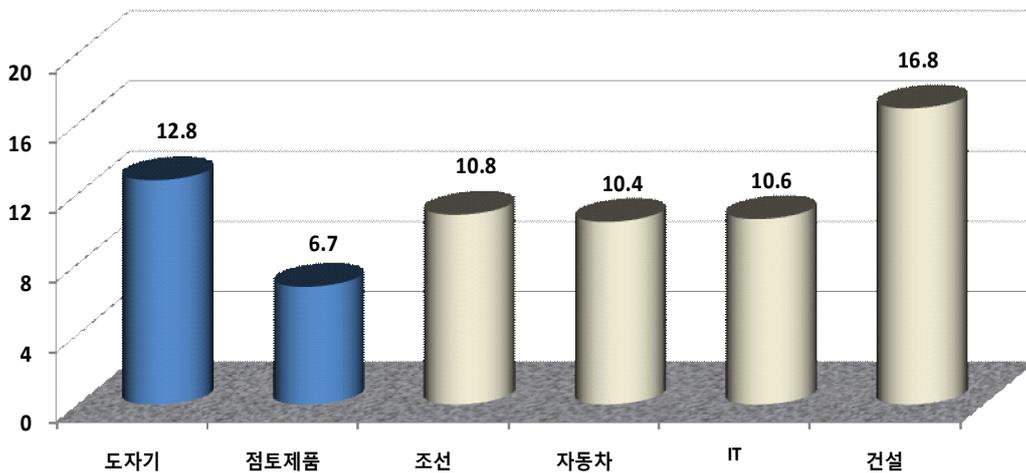
주 : IT 산업은 통합소분류 098 전자표시장치, 099 반도체, 100 기타전자부분품, 101. 영상 및 음향기기, 102. 통신 및 방송기기, 103. 컴퓨터 및 주변기기, 104. 사무용기기, 106, 의료 및 측정기기의 CT 기준평균치임.

○ 도자산업은 취업유발효과가 큰 산업임

- 가정용도자기 산업의 취업유발계수는 제조업 평균(산출액 10억원당 9.2명)보다 높고 주력 제조업보다 높은 것으로 나타남
  - 동일한 최종수요액을 발생시킬 경우 가정용도자기 산업이 다른 산업에 비해 경제에 직간접적으로 미치는 고용유발효과가 그 만큼 더 높다는 것을 의미함
- 2007년 기준 가정용도자기의 취업유발계수는 산출액 10억원 당 12.8명, 건설용 점토제품은 6.7명임
  - 가정용도자기의 취업유발계수는 조선(10.8명), 자동차(10.4명), IT제조업(10.6명)보다는 높은 수준임
  - 그러나 건설용점토제품의 경우 대부분의 제조업종의 취업유발계수보다 낮은 수준을 기록하고 있어 경제에 미치는 취업유발효과가 크지 않은 것으로 분석됨

< 취업유발계수 (2007년) >

(단위: 명/10억 원)



자료 : 2007년 산업연관표를 이용한 자체 계산.

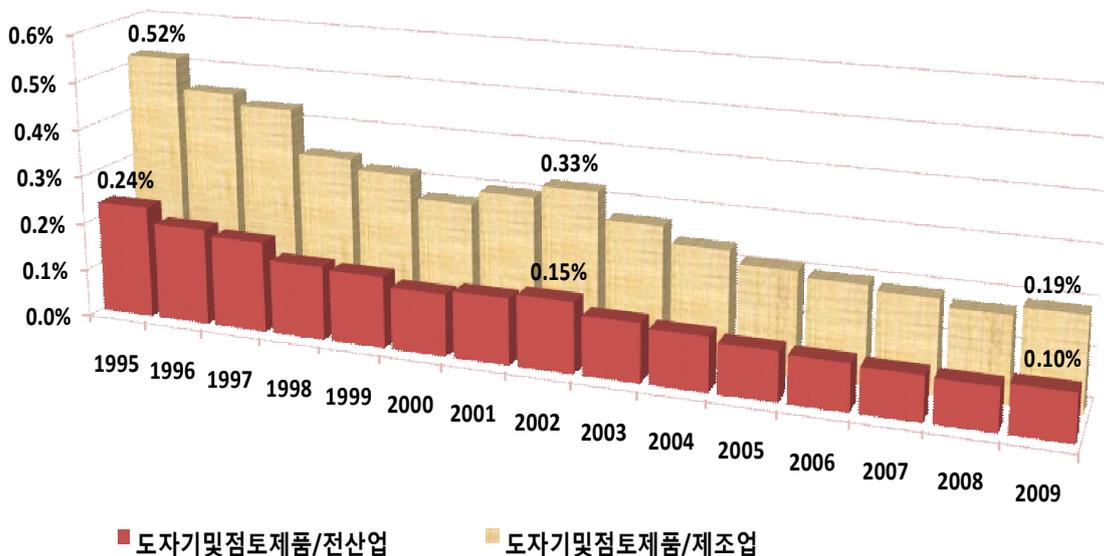
주 : IT 산업은 통합소분류 098 전자표시장치, 099 반도체, 100 기타전자부분품, 101. 영상 및 음향기기, 102. 통신 및 방송기기, 103. 컴퓨터 및 주변기기, 104. 사무용기기, 106, 의료 및 측정기기의 CT 기중평균치임.

## 2. 규모가 위축되는 도자산업

### ○ (규모 축소) 전산업 산출액 중 도자산업의 비중이 축소되고 있음

- 2009년 현재 도자산업의 산출액<sup>2)</sup>이 경제 전체에서 차지하는 비중은 명목 기준으로 0.1%에 불과함
  - 국민계정 81부문 상 도자기 및 점토제품의 명목 산출액은 1995년 약 2조 112억 원에서 2009년 2조 5,818억 원으로 증가
  - 그러나 도자산업의 명목 산출액이 경제 전체에서 차지하는 비중은 1995년 0.24%에서 2009년 현재 0.10%로 하락함
  
- 한편 도자산업의 명목 산출액이 제조업에서 차지하는 비중도 1995년 0.52%에서 2009년 현재 0.19%로 축소됨

< 도자산업의 對 전산업 및 제조업 명목 산출액 비중 >



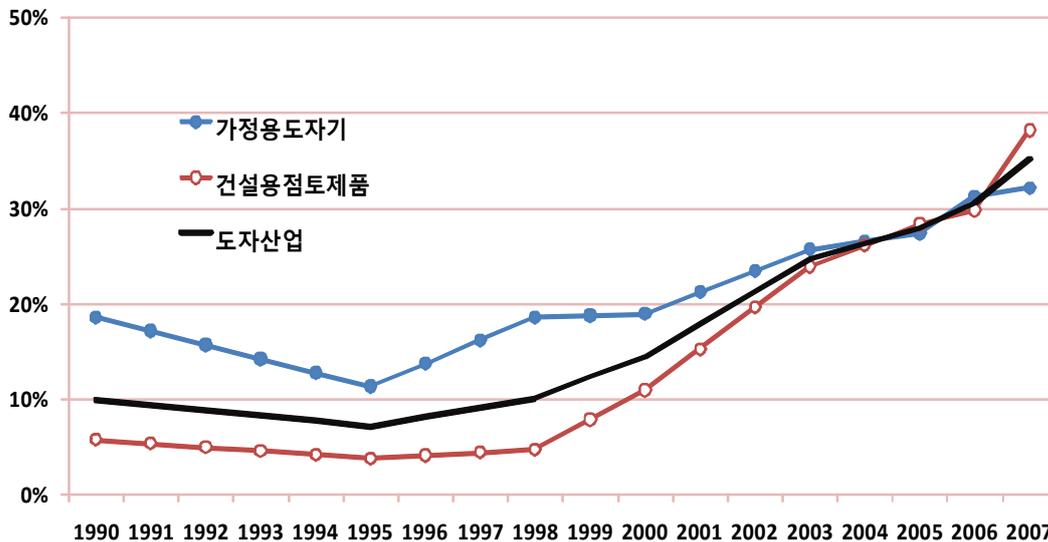
자료 : 국민계정 81부문을 이용한 자체 추정.

2) 산출액은 중간재와 최종재를 모두 더한 것으로 생산 측면에서 부가가치보다 광의의 개념.

○ (수입 대체 현상 심화) 국내 도자 시장에서 외국산 제품의 점유율(수입 침투율)이 증가하고 있음

- 국내 도자 산업 시장에서 수입 제품의 점유율은 1995년 7.2%에 불과하였으나 이후 지속적으로 증가하여 2007년에는 35.2%에 달하고 있음
- 부문별로는 가정용도자기 제품의 수입 침투율이 1995년 11.3%에서 2007년 32.2%로 증가하였으며,
  - 특히 건설용점토제품의 경우 1995년 3.8%에서 2007년 38.2%로 급증하는 모습을 나타내고 있음
- 도자센서스(2009)에 따르면 도자산업 수입 규모는 2004년 5,169만 달러에서 2008년 1억 577만 달러로 급증함

< 국내 도자시장의 수입 침투율 추이 >



자료 : 산업연관표를 이용한 자체 추정.

주1. 수입침투율 = 수입 ÷ (총산출 - 수출 + 수입)

주2. 산업연관표가 존재하는 연도는 1990, 1993, 1995, 1998, 2000, 2003, 2005, 2006, 2007년이며, 나머지 연도에 대해서는 직선보간의 방법을 이용하여 예시.

○ (고용 축소) 도자산업에 종사하는 취업자 수 역시 감소하고 있음

- 경제의 전반적인 탈공업화, 도자 산업의 규모 축소 등의 영향으로 도자 산업 취업자 수는 1995년 약 2만 7,800여명에서 2008년 현재 1만 800여명으로 1만 7,000명이 감소함
- 한편 제조업 취업자수도 경제의 탈공업화 현상으로 1995년 약 371만 명에서 2009년 328만 명으로 감소하였으나,
  - 반면 전산업 취업자수는 제조업 취업자수 감소에도 불구하고 서비스업의 고용 확대에 같은 기간 약 1,363만 명에서 1,629만 명으로 증가함
- 2008년 현재 도자 산업 내 가장 많은 취업자수를 기록하고 있는 부문은 가정용 및 장식용 도자기 제조업임
  - 2008년 현재 가정용 및 장식용 도자기 제조업 부문의 취업자수는 1만 787명 (도자 산업 취업자수의 47.8%)이고, 위생용 도자기 제조업 부문의 취업자수는 5,154명(20.7%)임
  - 점토벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업 취업자수는 2,228명(18.1%), 타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업 취업자수는 1,448명(13.4%)임

< 도자산업의 취업자수 추이 >

(단위: 명)

	1995	2000	2005	2008
전산업	13,634,273	13,604,274	14,813,669	16,288,280
제조업	3,708,876	3,333,018	3,420,821	3,277,271
도자산업	27,847	15,599	12,588	10,787
가정용 및 장식용 도자기 제조업	12,621	7,499	5,690	5,154
위생용 도자기 제조업	3,608	3,708	2,768	2,228
점토벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업	7,108	3,091	2,166	1,957
타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업	4,510	1,301	1,964	1,448

자료: 통계청 전국사업체조사.

### 3. 도자산업 위축의 원인

- (정부 지원 부재) 중앙정부의 지원 없이 지방정부의 지원만으로 도자산업을 발전시키기에는 한계가 있고, 특히 산업 관점에서의 지원책이 없었음
  - 중앙정부 : 정부(지식경제부)는 2005년 이전 도자산업특구를 지역 특구로 선정하였으나, 산업 관점에서의 지원책은 없음
    - 지역특구는 지역 특성에 맞게 규제 특례를 적용함으로써 지역 경제를 활성화 하고 경제발전을 도모하기 위한 것임
    - 그러나 세금 감면이나 R&D 지원 등과 같은 산업 측면에서의 지원책이 없이 규제 완화가 주 지원책이라는 문제가 있음
  - 지방정부 : 경기도는 도자산업 육성을 위해 도자진흥재단을 설립하고, 2년마다 세계도자비엔날레를 개최하고 있지만 산업 발전을 위한 지원책은 부재함
    - 도자진흥재단은 테마파크 조성, 비엔날레 개최, 도자 뉴딜사업의 3대 정책 사업을 추진하고 있음
  - 최근 한국 수출의 중추적인 역할을 하고 있는 IT나 자동차는 과거 영세한 산업이었으며, 정부의 적극적인 지원책으로 산업이 크게 발전하였고 이로 인해 삼성전자와 현대자동차와 같은 글로벌 기업을 배출할 수 있었음
  - 또한 중국은 도자산업에 대한 중앙 정부 및 지방 정부의 적극적인 지원을 통해 크게 발전했으며, 이탈리아는 클러스터 지원책을 통해 도자산업이 발전함<sup>3)</sup>
    - 중국은 중앙정부 차원에서 외자유치, 수출확대, 판로 개척을 위한 지원책을 마련했으며, 지방정부는 인프라 투자 및 기업들의 설비투자, 기술혁신, 브랜드 가치 제고 등의 활동에 대한 자금 지원과 세제 혜택을 부여함
    - 이탈리아는 중앙 및 지방 정부가 클러스터 내 중소기업에 대한 세제 지원과 함께 영세 기업들의 대형화를 유도하고 경쟁력을 제고시키기 위한 노력을 통해 도자산업을 발전시킴

3) 도자 선진국의 정책 사례는 별첨 2에 첨부함.

○ (영세성) 도자 산업의 영세성으로 인해 내수 의존적이고, 이로 인해 규모가 축소되고 수입 대체 현상이 심화됨

- 2008년 기준 도자 산업의 사업체당 취업자수(종사자수)는 7.4명으로 제조업 평균인 10.2명보다 크게 낮은 수준
  - 도자 산업 내 세 부문인 위생용 도자기 제조업(24.8명), 점토벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업(14.9명), 타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업(26.8명)은 제조업보다 높은 수준을 기록하고 있어 상대적으로 사업체 규모가 큰 것으로 분석됨
  - 그러나 나머지 도자 산업인 가정용 및 장식용 도자기 제조업 부문이 4.3명으로 가장 낮은 수준을 기록
  
- 2008년 기준으로 산업별로 1~4인 규모의 사업체수가 총 사업체수에서 차지하는 비중은 도자산업이 76.7%로 제조업의 63.7%보다 높은 수준을 기록함
  - 도자산업 내로는 가정용 및 장식용 도자기 제조업 부문이 83.0%로 가장 높은 수준을 기록
  - 나머지 도자산업 내 세 부문인 위생용 도자기 제조업(56.7%), 점토벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업(49.6%), 타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업(38.9%)은 제조업보다 오히려 낮은 비중을 기록하고 있음

< 각 산업내 취업자수 / 사업체수 비중 (2008년) >

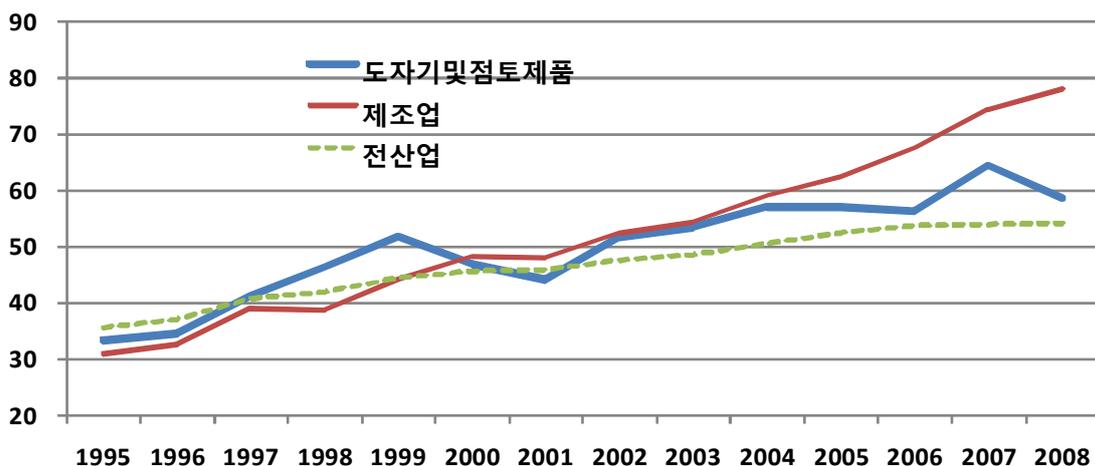
	취업자수(A)	사업체수(B)	A/B
제조업	3,277,271	320,053	10.2
도자산업	10,787	1,460	7.4
가정용 및 장식용 도자기	5,154	1,185	4.3
위생용 도자기	2,228	90	24.8
점토 벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품	1,957	131	14.9
타일 및 유사 비내화 요업제품	1,448	54	26.8

○ (저 생산성) 도자산업의 저 생산성으로 인해 산업 규모가 축소되고 있고, 이로 인해 고용 역시 감소함

- 도자 산업의 생산성은 전산업보다는 다소 높은 수준이나 제조업 전체와 비교할 경우 약 75% 수준에 불과함
  - 취업자 1인당 실질부가가치 생산액으로 정의된 도자 산업의 노동생산성은 1995년 3,337만 원에서 2008년에 5,851만원으로 1.8배가 증가
  - 그러나 제조업은 같은 기간 3,098만 원에서 7,787만 원으로 2.5배가 증가
  - 반면 노동의존적 산업들이 다수 포함되어 있는 서비스업의 낮은 노동 생산성의 영향을 받아 전산업의 노동 생산성은 1995년 3,558만 원에서 2008년 5,411만 원에 그침
  
- 제조업 및 전산업 생산성은 지속적으로 증가한 반면, 도자산업의 생산성은 최근 들어 감소함
  - 도자산업의 생산성은 2007년 6,435만 원에서 2008년 5,851만 원으로 감소한 반면, 제조업의 생산성은 2007년 7,423만 원에서 7,787만 원으로 증가함

< 1인당 실질 부가가치 >

(단위 : 백만원)



자료 : 한국은행 국민계정 81부문 및 통계청 전국사업체조사.

○ (높은 내수 시장 의존도) 내수 중심의 산업 구조는 도자산업의 경쟁력을 약화시키고 이로 인해 수입대체 현상의 심화를 야기함

- 도자 산업에서 생산되는 제품의 판매 시장을 국내 시장과 해외 시장으로 구분할 경우 도자 산업은 과도하게 높은 내수 시장 의존성을 보이고 있음
- 2007년 산업연관표를 기준으로 할 때 도자 제품의 수출 시장 판매 비중은 6.9%에 불과한 반면, 내수 판매 비중은 93.1%에 달하고 있음
  - 반면 제조업 전체의 내수 시장 의존도는 68.9%이며 수출 시장 의존도는 31.1%를 기록하고 있음
- 특히 도자 제품을 다시 가정용도자기제품과 건설용점토제품으로 구분해 보면 건설용점토제품의 내수 의존도가 상대적으로 더 높은 수준을 기록하고 있음
  - 가정용도자기 제품의 내수 의존도는 88.7%로 역시 제조업 평균보다는 높은 수준을 기록중이나, 수출 의존도도 11.3%를 기록하고 있음
  - 그러나 건설용점토제품의 내수 의존도는 98.5%, 즉 수출 의존도가 1.5%에 불과한 것으로 나타나고 있음

< 도자산업의 내수 의존도 (2007년 산업연관표 기준) >

(단위: 억 원)

	총산출액(A)	수출액	내수액(B)	내수 의존도(B/A)
도자산업	10,181	704	9,477	93.1%
가정용도자기	5,596	635	4,961	88.7%
건설용점토제품	4,585	69	4,516	98.5%
제조업	11,154,664	3,467,018	7,687,645	68.9%

자료 : 2007년 산업연관표 상 총거래표를 이용한 자체 계산.

○ (낮은 브랜드 인지도 및 품질 경쟁력) 이탈리아 등이 디자인 경쟁력을 바탕으로 브랜드 가치를 제고시킨 것과 달리 국내 도자산업은 브랜드 인지도 및 품질 경쟁력이 낮은 상황임

- 국가 브랜드 맵(2007.12)에 따르면 ‘도자제품 하면 떠오르는 국가’에 대한 응답으로 중국(45.3%), 일본(8.5%), 영국(4.7%), 독일(3.5%), 한국(3.4%), 이탈리아(3.0%) 순을 기록함<sup>4)</sup>
  - 반면 ‘도자제품 하면 떠오르는 한국기업이 있는가’에 대한 응답으로 ‘없다’가 98%를 기록함
- 도자 센서스(2009)에 따르면 도자 제품에 대한 고유 브랜드를 가지고 있는 기업은 1,806개사 중 52.7%에 불과함
  - 도자산업은 주로 영세 기업으로 구성되어 있어 전 세계적으로 유명한 브랜드를 갖추고 있지 못한 것이 현실임
  - 특히 수입산 대비 경쟁력 있는 브랜드로 행남자기(52%)와 한국도자기(24%)로 나타났으며, 이는 브랜드 보유 기업이 턱 없이 부족함을 여실히 보여줌
- 중국에 비해서는 비가격 경쟁력이 우수하지만, 일본, 미국, 독일, 영국, 프랑스에 비해서는 품질 및 디자인 등 비가격 경쟁력이 낮은 수준을 기록함

< 주요 선진국의 동일 품목과의 경쟁력 비교 >

국가명	생산비용	가격 경쟁력	비가격 경쟁력	
			품질	디자인
중국	127	117	84	83
일본	86	92	106	105
미국	86	97	102	100
독일	86	98	101	99
영국	88	95	104	105
프랑스	83	94	103	102

자료 : “생활도자기 산업경쟁력 조사”, 무역위원회 2009년.

주 : 한국(100), 최대 130, 수치가 높을수록 경쟁력이 높음.

4) “국가 브랜드 맵 - 국가 및 주요 산업 이미지 동향을 중심으로”, 지식경제부, KOTRA, 산업정책연구원 (2007.12).

#### 4. 도자산업 육성 과제

- 도자 종사 기업 및 관련 단체는 수출 경쟁력 제고, 고부가가치 창출, 브랜드 가치 제고를 위해 노력해야 함
  
- 마케팅 강화 및 수출 시장 다변화를 통한 내수 의존의 문제를 극복하기 위해 수출 경쟁력을 제고시켜야 할 것임
  - 체계적인 글로벌 마케팅 수립을 통해 해외 시장을 적극 공격해야 함
  - 해외의 도자 시장의 틈새시장과 직거래 시장을 개척함으로써 수출 시장을 다변화해야 함
  
- 전후방 산업과의 연계 강화, 비용절감 기술 개발 및 품질 경쟁력 제고를 통한 저생산성의 문제를 극복하기 위해 고부가가치 전략을 마련해야 할 것임
  - 도자와 관광을 연계한 상품 개발 및 여가의 도자 산업 활용을 통한 도자 수요 확대 등의 전후방 산업과의 연계를 강화한 생산 다양화로 생산성을 향상시켜야 함
  - 노후화된 생산 설비 개선 및 시설 자동화, 친환경 제품 생산에 대한 기술 혁신을 통해 생산 비용을 최소화해야 함
  
- 한국 도자에 대한 홍보 강화, M&A 및 협력 강화를 통한 브랜드의 대형화를 통한 영세성 및 낮은 브랜드 인지도의 문제를 극복하기 위해 브랜드 가치를 제고시켜야 할 것임
  - 국내 도자 제품의 우수성을 적극적으로 홍보하기 위해 외국인 관광객이 많은 서울과 공항에서 한국 도자 제품에 대한 홍보를 강화함
  - 한류 및 한식, 막걸리, 차 등 외국인의 관심이 많은 한국 문화와 생활도자기를 융합하고, 이를 통한 브랜드를 육성해야 함
  - 영세 업체들 간 M&A를 통해 브랜드의 대형화를 유도하고, 기업 간 공동 브랜드 개발을 통한 제품 생산으로 국내 도자 브랜드의 대형화를 달성해야 함

- 정부는 수출 경쟁력 제고, 고부가가치 창출, 브랜드 가치 제고를 위한 도자 산업에 대한 지원책을 마련해야 함
  - 수출 경쟁력 강화를 위해 수출 촉진을 위한 세제 및 홍보 지원책, 수출 실적이 우수한 도자 기업에 대한 포상 제도 등을 마련해야 함
    - 수출 세제 환급 제도 및 수출 촉진을 위한 해외 전시용 자금 지원 및 홍보 지원책을 마련해야 함
    - 도자 제품 수출 실적이 우수한 기업들에 대한 포상 제도를 마련하고 해외 시장에서의 경험을 메뉴얼화하여 클러스터 내에 보급해야 함
  - 고부가가치 창출을 위해 생산 비용 절감 및 기술 개발에 대한 지원책을 마련해야 함
    - 분진, 먼지 제거를 위한 집진기 및 연료 소모가 많은 가마 및 요 도구 교체비 지원책을 마련해야 함
    - 도자 관련 업체들의 설비 개선에 대한 금융 및 세제 지원을 확대해야 함
    - 도자 산업 연구기관인 세라믹기술원의 이천분원과 도자업체들 간 협력 체제를 통해 신 수요 및 유망 품목을 모니터링하고, 이에 대해 기술 개발과 융합형 고부가가치 제품을 개발할 수 있도록 R&D에 대한 자금 지원책을 마련해야 할 것임<sup>5)</sup>
    - 기술 개발을 위한 R&D 투자 및 디자인 개발 자금 지원책을 마련하고, 병역 특례 인원을 활용할 수 있도록 정책적으로 지원해야 함
    - 도자 기술 인재의 대량 육성을 위해 전문 교육 기관을 설립하거나 세라믹기술원의 이천분원을 활용하여, 기존의 도자 관련 전문가들에 대한 인증을 강화하고 이들에게 자문료를 지급함으로써 기술 기록, 개량, 전수가 활발히 이루어질 수 있도록 유도해야 함
  - 브랜드 가치 제고를 위해 도자 산업에 대한 홍보 강화 및 산학연 협의체 구성, 도자 산업 단지 설립 등에 대한 지원책을 마련해야 함

5) 별첨 6에 유망 품목 및 기술을 정리함.

- 공항 면세점, 국내 주요 컨벤션센터, 주요 관광 시설 및 쇼핑 시설에 도자 업체들이 직영점을 개설할 수 있도록 정책적으로 지원해야 함
- 디자인 도용에 대한 단속을 강화하고, 도자 업체의 해외 지식 재산권의 해외 출원을 지원하는 제도를 마련해야 함
- 세계도자비엔날레 확대 개최를 통해 외국 관광객의 국내 유도 및 국내 도자 제품의 해외 전시회 및 유명 백화점 출시를 적극 지원해야 함
- 정부 출연 연구기관과 교육 기관 간의 협력 강화를 통해 도자 관련 신기술 동향 정보를 기업과 공유할 수 있도록 도자산업 산학연 협의체(가칭)를 구성해야 함
- 도자클러스터 특구의 장점을 보다 잘 살리기 위해 도자 산업 단지를 설립하고, 공동 마케팅에 대한 필요 예산을 지원해야 함

임상수 연구위원 (happylims@hri.co.kr, 02-2072-6239)

주 원 연구위원 (juwon@hri.co.kr, 02-2072-6235)

이만용 연구위원 (danieli@hri.co.kr, 02-2072-6237)

김필수 연구원 (phil7941@hri.co.kr, 02-2072-6238)

## 별첨 1. 도자산업의 정의 및 범위

### ○ 도자산업의 정의

- 도자산업은 전통 세라믹스 중 도자기 산업에 해당되며, 건축용 도자기, 생활도자기, 산업자기, 전승자기를 포함함
- 본 연구는 도자산업을 전통 세라믹의 도자기 중 최종재로서의 성격과 함께 산업으로서 의미가 있는 생활도자기와 건축용 도자기로 정의함
  - 전승요업, 산업용 도자기, 완구는 도자산업에 포함되지 않으며, 건축용 도자기 중 도자산업에 해당되는 것은 타일, 위생도기, 점토 벽돌임
  - 본 연구에서는 도자산업을 이처럼 생활자기, 위생도기, 타일, 점토 벽돌이라 정의함

### ○ KSIC 산업분류에 따른 도자산업

- KSIC(한국표준산업분류) 5 Digit상 「23211. 가정용 및 장식용 도자기 제조업」, 「23212. 위생용 도자기 제조업」, 「23231. 점토 벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업」, 「23232. 타일 및 유사 비내화 요업제품」에 해당
- **23211. 가정용 및 장식용 도자기 제조업**
  - 가정 및 음식점의 주방용, 식탁용, 화장실용 및 장식용 도기, 자기 및 토기를 제조하는 산업활동을 말한다. 도자기 장식처리 활동도 여기에 포함된다.
  - 예시) 가정용 토기제품 제조, 도자기제 조상 제조, 도자기 화병 제조, 장식용 도자기제품 제조
- **23212. 위생용 도자기 제조업**
  - 상하수도 조직과 통상적으로 연결되어 건물 내에 고정 설치되는 도자기 배관 장치물 및 기타 위생용품을 제조하는 산업활동을 말함
  - 예) 개수대 제조, 설치용물탱크 제조, 위생용기 제조, 목욕통 및 변기 제조

**- 23231. 점토 벽돌, 블록 및 유사 비내화 요업제품 제조업**

- 점토를 성형하고 구워서 건물 및 구조물의 축조에 통상 사용되는 벽돌, 포장용 블록, 기와 등 비내화 요업제품 및 관련제품을 제조하는 산업활동을 말한다.
- 예시) 지지 타일제조(조적용), 충전용 타일제조(조적용), 건축용 요업제품 제조, 굴뚝용 제품 제조

**- 23232. 타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업**

- 흙을 구워서 벽, 벽난로 또는 도로포장용 등에 사용되는 타일, 판석 및 유사 비내화 요업제품을 제조하는 산업활동을 말한다.
- 예시) 벽 타일 제조, 포장용 타일 제조, 모자이크 큐브 제조, 포석 제조

**< KSIC상 도자산업의 위치 >**

C. 제조업
23. 비금속 광물제품 제조업
231. 유리 및 유리제품 제조업
232. 도자기 및 기타 요업제품 제조업
2321. 일반도자기 제조업
23211. 가정용 및 장식용 도자기 제조업 (식기 및 생활자기)
23212. 위생용 도자기 제조업 (위생도기)
23213. 산업용 도자기 제조업
23219. 기타 일반 도자기 제조업
2322. 내화 요업제품 제조업
23221. 구조용 정형내화제품 제조업
23229. 기타 내화요업제품 제조업
2323. 구조용 비내화 요업제품 제조업
23231. 점토벽돌, 블록, 유사비내화요업제품 제조업 (점토벽돌)
23232. 타일 및 유사 비내화 요업제품 제조업 (타일)
23239. 기타 구조용 비내화 요업제품 제조업
233. 시멘트, 석회, 플라스터 및 그 제품 제조업
239. 기타 비금속 광물제품 제조업

## 별첨 2. 도자 선진국의 정책 사례

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 산업육성을 위한 자금제공 및 지역개발 프로그램 운영                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 인력양성 및 기술전수, 수출장려, 컨설팅 제공</li> </ul> </li> <li>- 국가적인 차원에서 도자제품에 대한 브랜드 육성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 영국, 이태리, 스페인, 독일, 프랑스산 브랜드 품질 인증제</li> </ul> </li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화와 결합한 기술연구 프로젝트 지원</li> <li>- 인재육성 사업 지원                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· DB를 지역별·소재별로 분류하여 관리하며, 리서치와 교육 목적으로 활용</li> </ul> </li> <li>- 지역경제 활성화를 위한 수단으로 도자 산업 지원</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기술 선도 및 기술 지원의 요업 기술센터 운영                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 기술혁신, 정보화·정보제공, 새로운 기술 상용화 및 국제 교류</li> </ul> </li> <li>- 정부·지자체·비영리단체 등이 출자한 기관을 통한 시장 개척</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문화된 연구지원의 요업기술센터 운영                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 품목별 전문연구, 신기술 응용연구</li> </ul> </li> <li>- 표준센터, 정보센터, 품질 감독 검사소 운영</li> </ul>

자료 : “도자산업 발전전략 및 요업기술원 이천분원 사업 방향 설정”, 와이즈포스트 파트너즈 (2006).

## HRI 經濟 指標

---

### ▶ 主要 經濟 指標 推移와 展望

---

主要 經濟 指標 推移와 展望

구 분		2008 <sup>P</sup>	2009 <sup>P</sup>					2010 <sup>E</sup>			
			1/4	2/4	3/4	4/4	연간	1/4	2/4	연간	
국민계정	경제성장률 (%)	2.3	-4.3	-2.2	1.0	6.0	0.2	8.1	7.2	5.3	
	민간소비 (%)	1.3	-4.4	-1.0	0.7	5.8	0.2	6.3	3.7	4.1	
	건설투자 (%)	-2.8	2.8	5.1	4.4	5.0	4.4	2.3	-2.7	2.2	
	설비투자 (%)	-1.0	-23.1	-17.3	-7.0	13.3	-9.1	29.9	29.0	13.0	
대외거래	통관기준	경상수지 (억 \$)	-58	86	131	104	106	427	13	103	130
		무역수지 (억 \$)	-133	30	170	102	124	426	34	156	230
	수출 (억 \$)	4,220	744	904	948	1,040	3,635	1,013	1,211	4,390	
		증감률 (%)	(13.6)	(-25.2)	(-21.1)	(-17.6)	(11.7)	(-13.9)	(36.2)	(34.0)	(20.8)
	수입 (억 \$)	4,353	714	740	848	929	3,231	980	1,055	4,160	
		증감률 (%)	(22.0)	(-32.7)	(-35.6)	(-31.0)	(1.4)	(-25.8)	(37.2)	(42.7)	(28.8)
소비자물가 상승률 (%)		4.7	3.9	2.8	2.0	2.4	2.8	2.7	2.6	3.1	
실업률 (%)		3.2	3.8	3.8	3.6	3.3	3.6	4.7	3.5	3.6	
국제유가 (평균, Dubai, \$/배럴)		94	44	59	68	75	62	76	79	81	
원/달러 환율 (평균, 원)		1,103	1,418	1,286	1,239	1,168	1,276	1,143	1,166	1,110	

주: P(Preliminary)는 잠정실적치, E(Expectation)는 전망치.