

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

생생리포트

생생리포트

■ 국내 가구산업의 이해와 발전

이용원(한국가구산업협회 사무국장)

국내 가구산업의 이해와 발전과제

이용원
한국가구산업협회 사무국장
kofa@kofanet.or.kr

I. 가구산업의 이해와 발전과정

1. 국내가구산업의 이해
2. 국내가구산업의 발전과정

II. 가구산업의 현황

1. 세계 주요국 가구산업 현황
2. 국내 가구산업의 현황

III. 가구산업의 문제점

1. 가구산업의 내부 구조적 문제점
2. 가구산업의 대외 경쟁력 측면의 문제점

IV. 국내 가구산업의 미래와 발전방향

1. 국내 가구산업의 발전과제
2. 미래 가구산업의 전망

부록. 이용원 사무국장님과의 인터뷰

I. 가구산업의 이해와 발전과정

1. 가구산업의 이해

국내 가구산업은 그 동안 전형적인 내수산업으로서 한국인의 장인 정신과 손기술에 의한 나름대로의 발전을 이어 오고, 고용창출에 크게 기여해 왔으나 영세업체의 위주와 내수산업 중심으로 인해 해외 진출 판로개척에 어려움을 겪으면서 정체기를 걷고 있다. 또한 2004년 수입관세철폐로 인한 무차별한 중국, 동남아 저가 가구의 수입급증과 가구 원부자재에 관세가 붙는 역관세 구조로 가격경쟁력의 어려움과 장기간의 주택건설 침체로 국내제조기반이 흔들리고 있다.

더불어, 글로벌 가구회사인 이케아(IKEA)의 2014년도 한국시장 진출로 국내가구산업은 지각변동이 일어날 것으로 예상되며 영세중소업체의 도산이 우려됨과 동시에 국내가구시장에 큰 변화가 있을 것으로 생각된다.

가구산업의 일반적 분류에 의하면 가구제조업은 가구의 기능, 용도, 구조, 재료, 형태, 생산방법 등을 기준으로 보통 분류하는데 그 중 사용하는 원자재에 따라 금속가구 제조업, 목재가구 제조업, 나전칠기 가구제조업, 매트리스 및 내장가구 제조업, 등기구 제조업, 플라스틱가구 제조업 등으로 분류하지만 디자인 방법론적인 측면에서 공간적인 개념으로 주거용, 사무용, 공공용, 상업용 등으로도 분류하며, 한국표준산업에 따른 분류로는 국내 가구산업은 가구제조업과 가구판매업으로 분류할 수 있고, 가구제조업은 한국표준산업분류의 대 분류상 가구제조업(32), 가구판매업은 자동차를 제외한 소매업(47)으로 분류될 수 있다.

〈표 1〉 한국 표준 산업분류에 의한 가구산업분류

32 가구 제조업		47 가구 제조업 / 46 도매업	
320	가구 제조업	47	소매업, 자동차 제외
3201	침대 및 내장가구 제조업	475	기타가정용품 소매업
32011	운송장비용 의자 제조업	47520	가구 소매업
32012	매트리스 및 침대 제조업		
32019	소파 및 기타 내장가구 제조업	4786	중고상품소매업
3202	목재가구 제조업	47861	중고가구소매업
32021	주방용 및 음식점용 목재가구 제조업		
32022	나전칠기가구 제조업	46	도매 및 상품 중개업
32029	기타 목재가구 제조업	46431	가정용 가구 도매업
3209	기타 가구 제조업	465	기계장비 및 관련물품 도매업
32091	금속 가구 제조업	46591	사무용 가구 및 기기도매업
32099	그 외 기타가구 제조업		

2. 국내 가구산업의 발전과정

국내 가구산업의 발전과정을 살펴보면 가구산업은 그 시대의 시대적 특성을 잘 반영하고 있다. 이에 시대적 가구산업의 발전과정을 요약해 본다.

□ 1950년대 : 단순 수공예 의한 주문형식의 근대적 가구생산 단계

40년대에는 모든 공정이 기술 장인의 손에 의한 재래식 수공구에 의한 전통가구의 생산 단계(소규모 주문생산)로 볼 수 있으며 2차 대전 이후 서구식 가구제조업이 태동하기 시작하였다.

1950년대 들어와서 가구산업은 한국전 직후 건설수요, 관공서의 대량건설 등으로 내수가 급증하였으나 영세성을 벗어나지 못하였고 영세한 소규모 주문생산 체제의 가내수공업 형태가 주를 이루었다. 그러나 서양의 가구생산 방식에 의해 급속도로 발전하는 시대를 맞이하였으며 좌식에서 입식형태의 서구식 양식 변화의 태동기라 할 수 있다.

□ 1960년대 : 기계생산에 의한 가구산업의 본격화 단계

1960년대 하반기 새로운 소재의 합판관련 산업 발전으로 서구적 현대가구를 생산하기 시작하였으며, 기업단위의 가구생산이 본격적으로 시작되어, 공공건물, 교육기관, 사무실, 가정용가구 등의 생산을 위한 다양한 생산체계가 확립되기 시작하였다. 60년대 경제

개발 계획으로 국민소득이 점진적으로 증가하고, 인구증가, 가족구조의 변화, 인구 도시 집중화에 따라 주택 신축 증가 등과 더불어 목재, 합판, 기계설비 등의 관련 산업의 발전에 힘입어 가구산업은 내수산업으로서 발전기반을 형성하였다.

□ 1970년대 : 대형 기업화 및 가구산업의 수출 시작 단계

인구집중으로 인한 건설수요의 증가, 소득의 전반적인 향상, 핵가족화 등의 영향으로 내수 시장이 확대됨에 따라 현재방식의 제조기술 등이 도입되고, 비록 미국과 일본 등의 한정적인 지역이었지만 국내건설업체의 해외 진출로 인해 가구류의 수출이 시작되었다.

1970년대 건설시장과 함께 현대식 양산체제를 갖춘 대기업이 가구업종에 다수 참여하는 등 내수시장을 주도하는 체제로 전환되었다. 서구적 인테리어 도입 등 실내 장식적 가구 도입과 맞춤형가구 유행하였으며 아파트형 가구디자인 등장으로 주방가구 및 거실 가구 수요 증대와 서구식 생활양식이 유행하였다.

□ 1980년대 : 다각적 활동으로 기업경쟁과 수출 산업단계

1980년대 세계 가구시장과의 교류가 본격적으로 시작되었으나 1970년대 말 제 2차 석유파동영향으로 소비절약 풍조에 따른 가구 수요가 격감하였다. 그러나 전반적인 경기침체와 공급과잉에 대응한 수출증대 노력으로 1988년 수출실적이 2억 달러에 달하기도 하였으며 이때 상당수의 중소기업들이 대기업으로 성장하여 80년대 들어와서는 경쟁이 심화되었다.

제품의 질적 향상, 신제품 개발, 제품이 다양화, 새로운 시장개척 등 다각적인 활로 모색과 국내에서 정기적인 국제가구전시회 개최로 국제적인 인지도가 제고 되었으며 유럽 선진가구회사와의 기술제휴 등으로 도시형 주거 공간으로 아파트 문화에 따른 우수한 기능을 겸비한 가구들이 등장하였다.

□ 1990년대 : 침체기 및 경쟁력 약화로 국제적 경쟁 단계

국제시장 개방으로 국내가구산업의 시장은 경쟁이 심화되면서 다양한 측면에 있어서의 전문화가 가속화 되었으나 가구산업 성장률이 둔화 되면서 많은 영세업체들의 폐업이 속출하였으며, 특히 IMF이후 가구업체는 전반적으로 쇠퇴기에 있다는 인식이 확산되었다. 이에 인건비가 저렴한 중국, 동남아등으로 이전하는 현상으로 전개되었으며 고가품의 유

립산 가구 및 저가품의 동남아 가구 등의 수입증가로 국내 가구업체는 샌드위치로 어려움에 처하게 되었다. 한편, 1990년대 중반 이후 가구디자인의 다양한 소재, 기술 발전 가속화로 가구 브랜드 설립이 증가 되었으며 유행에 민감한 시장에 대응하기 위하여 선진기술 도입으로 디자인 분야에 지원이 증점적으로 강화되었다. 1990년부터 2000년대 들어 서울의 가구제조업은 급격히 둔화되고 상대적으로 경기지역은 급성장하는 경향을 보이며 꾸준한 성장이 이루어졌다.

□ 2000년대 : 신 디자인 시대로 새로운 활로의 모색

가구시장의 새로운 국면전환과 더불어 다품종 소량생산체제, 전문화, 국제화, 디자인 우위 경쟁 등으로 새로운 활로 모색을 하였으며 디자인에 대한 새로운 마케팅의 개척시대로 신규시장의 분석과 대응, 정확한 고객욕구의 분석 등으로 업체별 브랜드 개발이 증가 되었다.

2000년대 상반기 SOHO 개념의 확산으로 미래형 오피스시대 시작으로 해외 조립식 가구로서의 사무용 가구판매 급증하였으며, 2000년대 중반에는 로하스(웰빙 & 친환경) 확산에 따른 가구트렌드 변화로 목재의 표면처리와 가공방법이 다양해지고 실용적 디자인과 nature한 수공 제품이 증가하였다.

□ 2010년대 : 글로벌 국제주의 양식의 다양화

가구산업도 인터넷의 확산으로 사이버를 통한 상품정보가 풍부해지고 쇼핑문화가 발전하게 되었으며 가구의 온라인 쇼핑몰 이용이 급증하였다.

FTA 협정 등에 따른 글로벌 시장의 확대로 거대한 중국시장과 이태리, 미국 등 시장의 변화에 따른 디자인 트렌드는 소재 본연의 가치와 편안하고 단순한 자연주의적 느낌의 소재를 제시하며 특히 디테일에 대한 고도의 첨단기술 발달을 접목하기 시작하였다. 형태는 중세 유럽의 스타일을 표방한 가구 디자인에 부는 북고 바람과 디자인과 융합하려는 예술·패션·기업 등이 등장하였으며 예술과 디자인이 융합되는 추세로 예술성이 가미된 ‘아트 퍼니처’ 시장이 등장하기 시작하였다.

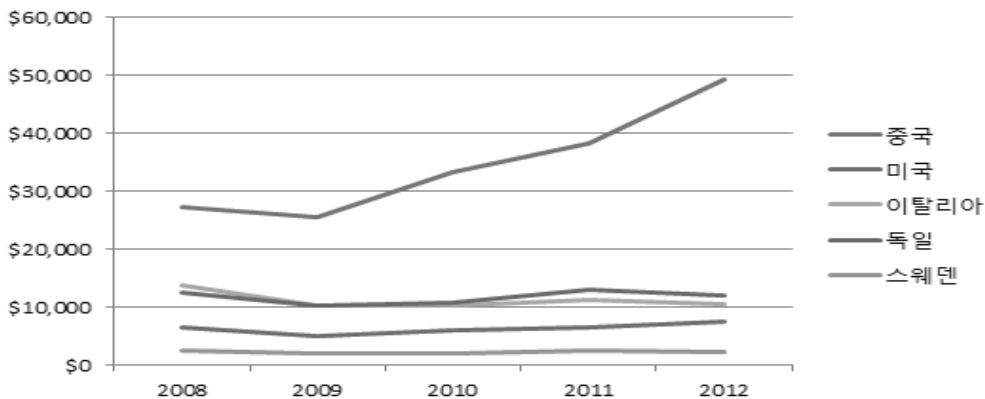
II. 가구산업의 현황

1. 세계 주요국 가구산업 현황

세계 가구시장은 2012년 약 2,200억 달러(약 240조원)로 추산되며, 세계 가구교역도 지속적으로 증가하여 2012년 수출총액 2,105억 달러 기록하였고 중국 등 주요국의 가구수출이 가파른 상승 추세에 있다. 그 중심에는 중국이 세계가구시장을 장악하고 있다고 해도 과언이 아니다. 지난해(2012년) 중국의 가구수출이 500억불에 육박해 전 세계 가구수출에 23.4%를 차지하고 있으며, 그 다음이 독일(5.7%), 이탈리아(5.0%)를 차지하고 있다.

〈표 2〉 세계 주요국 가구수출 현황

국가	2008	2009	2010	2011	2012
중국	27,237 (15.3)	25,609 (17.5)	33,322 (19.9)	38,352 (20.1)	49,363 (23.4)
미국	6,489 (3.6)	4,981 (3.4)	6,081 (3.6)	6,643 (3.5)	7,432 (3.5)
이탈리아	13,791 (7.8)	10,264 (7.0)	10,363 (6.2)	11,297 (5.9)	10,562 (5.0)
독일	12,449 (7.0)	10,352 (7.1)	10,792 (6.4)	13,009 (6.8)	12,104 (5.7)
스웨덴	2,472 (1.4)	1,961 (1.3)	2,111 (1.3)	2,420 (1.3)	2,270 (1.1)
세계가구교역 (수출)	177,863 (100)	146,309 (100)	167,410 (100)	191,137 (100)	210,554 (100)



※출처: WTO「International Trade Statistics(2013). 금액단위: 백만불」

〈그림 1〉 세계 주요국 가구수출 현황

2008년 1,778억 달러에서 2012년 2,015억 달러로 세계 가구시장은 2000년 이후 연평균 11.0% 증가율을 기록하고 있는 가운데 중국의 성장세는 꾸준하며 독일, 이탈리아 등은 점유율이 줄어들고 있다.

2. 국내 가구산업의 현황

국내 가구산업은 전통적인 내수중심의 노동집약적 산업으로 고용창출에는 크게 기여하였고 국내 가구시장의 규모도 매년 증가하나 국내 기업의 기술경쟁력 약화로 중국, 베트남 등의 저가 품목과 이탈리아, 독일 등 고가품목의 수입의존도가 높아지는 샌드위치 신세로 전락되었다.

이는 가구제조업이 소규모 기업형태로 구성이 되어 있고[10인 미만 업체 비중 86.9%], 마케팅이나 제품 개발력에 있어서 중소기업의 경쟁력이 약해지면서 우리나라 가구산업이 한계산업으로 불리어지는 이유가 되기도 한 것이다.

〈표3〉 가구제조업 업체 수 현황, 2010년

구분		업체수		
		전체(a)	10인미만(b)	비율(b/a)
제조업 전체	전국	320,053	261,194	81.6%
가구 제조업		10,059	8,742	86.9%

가구산업은 제품의 설계, 디자인, 제조, 판매에 이르기까지 소비자의 감성에 호소하는 패션지향적이며 다품종, 소량생산체제의 중소기업형 산업으로 다양한 디자인과 숙련기술이 필요하고 목재업에 비해 6배 이상의 고부가가치형 생산구조를 지닌 산업이다. 또한 그동안 고용 창출에 크게 기여해 온 노동집약적 산업으로 부가가치 10억 원 당 고용유발 인원이 제조업평균 11명보다 1.4배 높은 15명으로 나타나고 있다. 가구산업 종사자수는 2012년 전국사업체 조사에 의하면 사업체수는 26,561개, 종사자수는 116,770명으로 조사되었다.

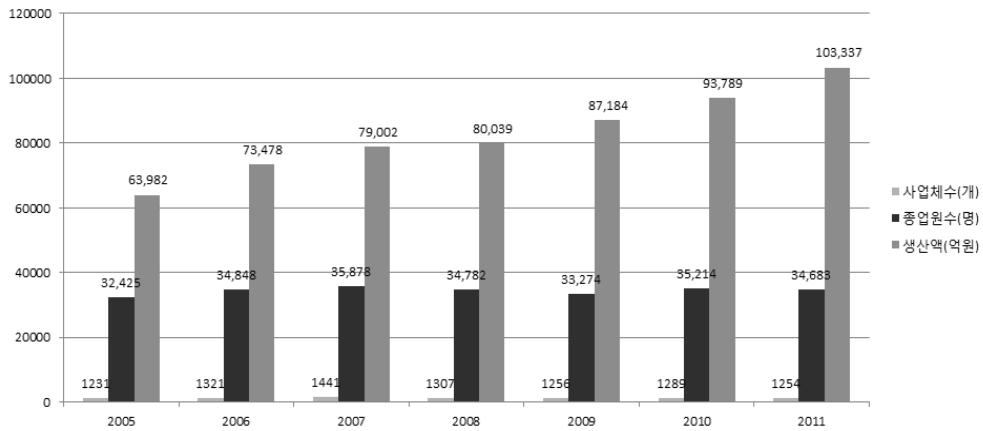
〈 가구산업의 개요〉

- 생산업체수 : 1만여 개 (10인 이상 1,289개)
- 종업원수 : 6만여 명 (10인 이상 기업 35,214명)
- 판매업체수 : 1만6천여 개
- 종사자수 : 5만여 명
- 시장규모 : 약 10조원 (2011년 기준, 순수 가구제조업 4조 9260억)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	연평균증가율 (‘05~’11)
사업체수(개)	1,231	1,321	1,441	1,307	1,256	1,289	1,254	0.2%
종업원수(명)	32,425	34,848	35,878	34,782	33,274	35,214	34,683	0.7%
생산액(10억원)	6,398.2	7,347.8	7,900.2	8,003.9	8,718.4	9,378.9	10,333.7	6.2%
부가가치(10억원)	2,256.4	2,541.5	2,679.7	2,742.4	2,974.3	2,955.1	3,109.8	3.8%
수출액(백만 달러)	424.7	587.3	619.7	577.7	517.6	676.0	885.2	10.8%

※출처 : 광공업통계조사보고서(2012), KOTIS

<그림 2> 국내가구산업 현황

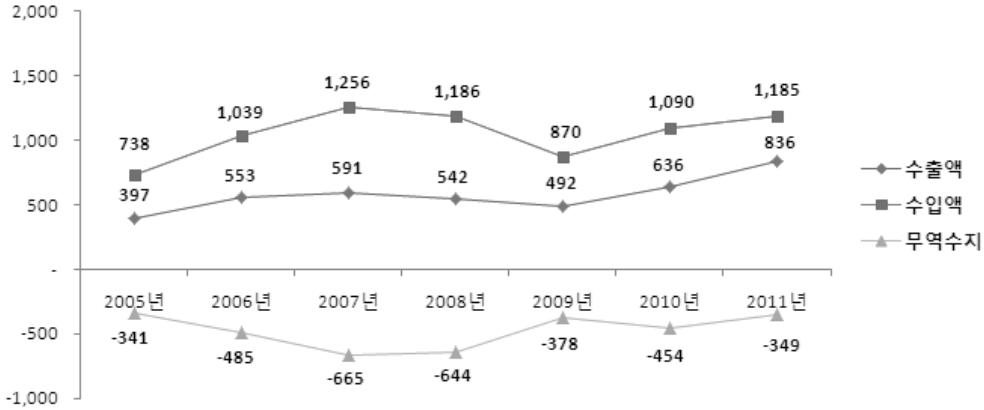


※출처: 통계청, 광업·제조업 통계(2010년, 10인 이상)

<그림 3> 국내가구산업 추이

국내가구산업의 수출입구조를 살펴보면 ‘11년 기준 수출 8억 3600만 불, 수입 11억 8500만 불로 약 3억 5천불의 무역수지적자를 보이고 있으며 지역별 수입구조를 살펴보면 중국으로부터 수입이 2/3이상을 차지한 가운데 베트남, 이탈리아, 미국 등으로부터의 수입비중이 높다.

가구제품 해외 수출입은 중국 및 동남아의 중저가 수입과 이탈리아 등 유럽의 고가품 수입으로 무역수지는 적자이나, 2009년 이후 의자 및 사무용 가구의 수출 증가로 수출액은 다소 증가하는 추세를 보이고 있다.



※ 자료 출처 : 한국무역협회 무역통계(품목별 수출입, 단위: 백만불)

<그림 4> 국내 가구산업 수출입 현황

Ⅲ. 가구산업의 문제점

1. 가구산업의 내부 구조적 문제점

국내 가구산업의 구조적 문제점은 전체 가구제조업에서 86.9%가 10인 이하의 기업으로 영세 업체 위주의 임가공 구조되어 있다는데서 기인한다고 볼 수 있다. 이에 중국, 베트남 등지에서 무관세로 저가 제품이 무차별적으로 수입되고, 고급가구는 유럽에서 수입되어 수입가구로 인한 국내 가구제조 생산기반은 점점 악화되고 있다.

목재가구의 원·부자재에 대한 높은 관세 부과로 인한 제조원가는 상승하고 고임금에 이 중고를 겪으면서 가구 제조를 포기하고 유통회사로 전환하는 사례는 가구업계에서 쉽게 찾아 볼 수 있는 현실이다.

가구 원부자재중 주요한 비중으로 사용되는 파티클보드(PB), 중밀도 섬유판(MDF)등은 원·부자재 수입 시 8% 관세 부과되고, 특히 파티클보드는 국내생산이 국내사용량의 50% 정도만 생산되어 50% 이상은 무조건 수입해서 사용해야하는 실정으로 가구 제조의 경쟁력을 잃어가고 있는 실정이다.

국내가구산업의 또 한 가지의 문제점이라고 생각되는 것은 국내 가구산업의 여러 단체들이 있지만 가구산업 마스터플랜과 단체의 재원들의 부족으로 각각 독자행보 노선을 가고 있어 가구산업 발전을 위한 노력보다는 생존을 위해서만 활동 한다는 것이다. 중소기업

업으로 구성된 지역조합, 전국조합이 있고 중견기업을 포함한 가구협회가 있지만 각각의 목적이 달라 이중 노선을 겪고 있고, 국내 가구선도기업이 단체에 무관심한 것도 이러한 문제점을 뒷받침 한다. 그나마 가구협회가 만들어 지고 가구단체의 통합 필요, 국내 가구산업의 발전방향을 제시하면서 조금씩 나아지고 있지만 가구업계 대·중·소 상생의 길을 찾는 것이 어렵고 각각의 의견차이가 분분해 아직 가야할 길이 멀다고 생각된다.

2. 가구산업의 대외 경쟁력 측면에 문제점

현재 국내가구산업은 고임금과 관세로 인한 가구 원부자재 가격인상 등에 의한 가격경쟁력 약화와 OEM 생산으로 자체 브랜드 및 마케팅력이 부족한 실정이다. 업계 전반이 영세성 및 임가공 위주로 새로운 디자인 개발 등에 대한 R&D 투자가 미흡하기 때문에 디자인 등 전문 인력 양성 시스템이 미비하여 선진국에 비해 디자인 경쟁력 취약하다.

국내 가구 제조 기술은 이탈리아 등 선진국보다는 다소 뒤지고 있으나 중국 등 개도국에 비해서는 매우 우수하다. 그러나 최근에는 중국의 엄청난 기술 발전을 볼 수가 있다. 이는 이탈리아, 독일 등 선진국이 인건비가 싸고 가구 원자재가 풍부한 중국에서 가구를 생산하면서 중국이 자체적으로 기술 습득 및 생산노하우를 접목하여 자체적으로 엄청난 발전을 하고 있어 한국은 더욱 어려운 현실을 맞이하고 있다. 또한 이탈리아 등 유럽의 고급가구시장의 선진국에 비하면 노동비용 등 가격 면에서는 유리하지만 디자인, 품질, 마케팅, 기술수준, 숙련도 등에서 불리하여 고급가구 시장에서도 경쟁력이 밀리고 있는 실정이다.

이탈리아 등 선진국의 경우는 고급 브랜드 이미지를 바탕으로 고가 시장의 위치를 확고히 하는 동시에 중가(中價)대 제품까지 생산 라인을 다양화함으로써 국제경쟁력을 강화하고 있어 한국의 가구산업 경쟁력은 점차 힘을 잃어 가고 있다.

반면, 중국, 베트남 등 동남아의 개도국에 비하여 기술수준, 디자인 및 품질 등은 다소 유리하나 임금 등 생산비용, 가격 등에서 매우 불리한 상황이다.

글로벌 가구업체 IKEA(이케아)가 2014년 광명을 시작으로 향후 고양시, 서울 고덕, 이후 광역시 등 5곳 이상을 추가로 매장을 개설하며 한국에 진출함에 따라 국내중소가구업체는 구조조정이 불가피하며 붕괴가 우려된다. IKEA는 2004년 국내 진입 시도이후 철수

한 이후 철저히 한국시장을 분석하고 재진출하는 것이기 때문에 일정부분 국내 진출의 성공을 예견하고 있으며, 국내 중소기업뿐만 아니라 브랜드 업체에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 사무용 가구시장보다는 국내 혼수 시장 및 저가의 온라인 시장에 큰 타격을 줄 것으로 예상되며, 특히 소품류(소파, 식탁, 장식장, 책장, 티테이블류) 품목에 진출 확대 할 것으로 예상된다.

또한, 가구산업의 문제점 이라 함은 국내 가구산업에 대한 정부지원책이 그동안 거의 미미한 실정으로 이루어져 왔다는 것이다. 그러나 경기도에서 섬유산업과 함께 특화산업으로 지정하고, 가구산업발전 조례를 제정(2013년)하여 가구산업에 많은 지원책을 준비 중에 있다는 것은 다행스러운 일이다.

현재 경기도 지자체 차원에서 가구업체의 디자인개발, 부품 및 신소재개발, 시제품생산, 전문 인력 육성 등을 위한 가구산업 육성종합계획안을 발표하고 ‘가구산업기술지원센터(가칭)’ 건립을 계획 중에 있다.

IV. 국내 가구산업의 미래 (발전방향)

1. 국내 가구산업의 발전과제

국내 가구산업의 발전을 위해선 우선 가구산업의 경쟁력 강화와 인프라 구축이 선행되어야 하고, 브랜드 등 고부가가치를 창출하여 글로벌 경쟁력을 키워야 하며, 가구산업의 협업 및 네트워크를 강화할 필요성이 있다고 본다. 또한 가구산업관련 법·제도 개선이 되어야 하고 정부에 필요한 가구산업의 정책 제안이 꾸준히 이루어져 할 것이다.

또한 IKEA 같은 세계적 가구회사와 경쟁하기 위해서 생산 및 유통환경의 개선과 동시에 끊임없는 제품 및 기술개발, 특히 시장 상황에 맞는 제품개발이 이루어져야 하고 디자인이나 소재의 차별화가 있어야 하며 디자인에 대한 저작권의 보호 및 관리체계가 구축되어야 할 것으로 생각된다. 중견기업의 브랜드 및 중소기업의 경쟁력 있는 품목을 발굴하여 전략적 수출 상품으로 선정하고 적극 지원하여 가구의 수출시장을 개척해 나갈 필요성이 있으며 이와 함께 중국 등 저가제품과 이태리 등 고가제품과의 차별성 확보 등이 필요하다.

먼저 가구산업의 산업경쟁력 강화 및 인프라 구축면에서는 가구산업 전용 산업단지의 조성이 추진되어야 한다. 이는 가구산업의 집적화 및 선도기업 육성을 통해 단순 OEM 생산에서 탈피하여 기획·디자인-생산-판매로 이어지는 원스톱 협업 체제가 구축되어야 한다.

또한 여기에 ‘가구기술지원센터(가칭)’가 건립되어 가구산업의 연구개발(R&D)이 이루어지게 하고, 이에 대한 지원이 강화되어야 한다(목재용 대체 신소재 개발 및 친환경 무독성 접착제 개발, 디자인분야의 혁신과 연구개발을 중심으로 R&D 사업지원).

가구디자인관련 전문인력은 국내 45개 대학(교)에서 매년 3,000여명이 배출되고 있으나 전문기능인을 양성할 수 있는 실업계고등학교나 직업훈련 학교는 없는 실정으로 가구업체 인력양성 교육을 위한 가구전문학교가 신설되어야 한다.

국내 가구산업을 그 동안의 내수 위주 산업에서 고부가가치 수출 주도산업으로 도약하기 위해서는 국내외시장에서의 인지도확보 및 고부가가치화를 위해 글로벌 브랜드 개발이 필요하다. 그 동안 가구산업은 열악함과 더불어 사양산업으로의 인식으로 정부의 규제가 많을 뿐더러 지원책도 미비하여 고부가가치 창출의 어려움을 겪었다. 이에 2013년 ‘한샘’이 매출 1조 시대를 개척하였지만 제2의, 제3의 매출 1조 클럽에 가입할 수 있는 브랜드가 탄생할 수 있는 토대가 마련되어야 할 것이다.

다시 말해 가구 분야별 글로벌 브랜드·마케팅을 선도할 수 있는 핵심역량을 가진 스타 기업을 발굴하여 이를 집중 육성 및 지원하여 글로벌 브랜드(가구 KOREA)를 만들어 고부가가치 수출 주도산업 전환해야 할 것이다.

가구산업의 발전과제로 다른 면에서는 가구산업의 협업 및 네트워크가 강화되어야 한다. 예를 들어 가구산업 대-중견-중소기업 상생 협력 체계를 구축하여 상호간 공정거래 및 공정 하도급거래를 통한 공정거래 정착 및 생산 협업 시스템을 구축해야한다.

ex) 이탈리아 가구 디자인 시스템 : 하도급업체(중소기업)를 통해 가구부위별로 디자인을 특화 전문화한 후 모기업(대기업)이 최종적으로 조립, 생산

그 밖의 가구관련 부품소재산업 육성 사업 추진, e-비즈니스 및 유통구조 선진화 사업 추진, 가구류의 국내 및 해외 온라인(B2B) 판매에 대한 공동지원등이 필요할 것이다.

또한 가구산업의 발전을 위해선 한국 가구 산업을 이끌고 있는 협회, 연합회, 조합 등 가구 단체들의 모임을 정례화 하여 통합 및 상생 방안을 논의하고, 친목 도모 뿐 아니라 상호협력체계 구축, 가구산업 발전을 위한 전반적인 현안에 대해 지속적인 논의를 하고 향후 강력한 통합단체가 만들어져서 한국가구산업의 마스터플랜을 제시하며 산업을 이끌어 갈 필요성이 절실하다.

마지막으로 국내가구산업의 발전과제로는 가구산업과 관련 법·제도가 개선되어야 한다. 국내 가구산업의 가장 큰 문제점인 역관세 구조는 하루 빨리 개선되어야 한다. 특히 가구의 핵심 원·부자재인 파티클보드(PB), 중밀도 섬유판(MDF) 등의 수입관세는 즉시 인하되거나 없애야 한다. 가구제조기반이 흔들리면 국내 가구산업은 초토화 될 것이며 IKEA와 같은 글로벌 기업이 들어오는 상황해서 그들과 공정하게 경쟁하기 위해서는 가구 산업의 역관세 문제를 조기에 해결 되어야 한다. 이를 통해 가구제조의 경쟁력을 키우는 한편, 급증하는 수입 가구에 대한 경쟁력도 키울 수 있다.

한편, 국내 고급가구시장 확대를 위해서 현실에 맞지 않는 고급가구에 대한 개별소비세(특소세) 문제도 없어져야 할 것이다.

또한, 가구산업에 대한 환경 규제 관련 법이나 제도도 개선되어 져야 한다. 가구산업은 타 산업과 달리 각종 인증, 환경규제가 심한 산업으로 중복규제의 문제점이 있는바 이를 가구산업의 현실에 맞게 순차적 적용토록 개선하고 통합되어야 한다.

2. 미래 가구산업의 전망

미래의 산업체제는 생산자 중심에서 소비자 중심으로 패러다임이 급속히 전환 될 것이며 가구산업역시 마찬가지 일 것이다.

특히 가구산업은 IT산업을 통한 미래 주거공간과 문화의 변화에 민감하게 작용할 것으로 보여진다.

보다 나은 삶을 추구하는 웰빙시대와 글로벌화된 국제시장은 소비자 욕구와 가족의 소규모화로 인한 작은 공간을 활용할 수 있는 기능성가구와 친환경 가구가 각광을 받을 것으로 예상된다.

<표 4> 가구산업의 새로운 생산구조와 변화

구분	20세기 패러다임	21세기 패러다임
경쟁	Win/Loss(단순경쟁)	Win/Win(경쟁과 협력)
상호관계	일방적 관계	쌍방적 관계
시장변화	생산자 중심 규모의 경제(Economy of scale)	소비자 중심(Market-pull) 범위의 경제(Economy of Scope)
시장제도	표준화 제품의 평면적 시장 (국내외 시장간의 차별화)	입체적 시장구조 (지역별·소득별·성별·연령별 시장)
규제 및 조정	정부의 일방적 규제	정부와 업계 그리고 업체간의 협조
제품특성	레귤러(표준화)제품 모방제품	고감성, 고기능의 차별적 제품 전문화, 특성화 제품
경영	경직/경영 및 가격경영	유연/시간경영 및 품질경영
생산요소	기계, 자본, 토지	지식과 정보를 활용할수 있는 인재
기업조직	피라미드형 관료 조직	모듈형 오케스트라형 조직
생산조직	기계중심의 소품종 대량생산 체제	정보중심, 사람중심의 다품종 소 량생산체제
생산과정	공정의 분단화(분업화)	스트립(공정)간 네트워크(아웃소 싱)

※ 자료 출처 : 경기북부 가구산업 현황분석 및 육성개발, 경민대학교 가구산업개발원

IT산업의 발달은 모든 산업에 영향을 미치고 있으며 특히 주거환경과 접목되어 실내가 구에도 첨단화된 가구들이 등장할 것으로 예상되며 고령화에 따른 웰빙가구, 병원용가구가 발전할 것으로 예상된다. 최근 소비자들에게 자신만의 개성과 획일화되지 않은 나만의 개성이 있는 가구에 대한 욕구가 증가되고, 개인 선호도에 의한 DIY(Do It Yourself) 가구도 발달 할 것으로 예상된다.

가정용가구는 유통 중심으로 변화할 것이며 다양한 소비자 욕구에 맞춰진 제품개발 필요성이 대두될 것이며 변화하는 국제시장에 맞추어 라이프스타일에 맞춘 가구로서 디자인 경쟁력 확보가 필요 할 것이다. IT시대에 새로운 유통구조는 인터넷 뿐 만아니라 홈쇼핑 등 다양한 유통채널로 진화 할 것이며 더욱 발전할 것이다.

특히 온라인 마케팅으로서 블로그 마케팅과 같은 바이럴 마케팅, 트위터 마케팅, 페이스북 마케팅 등 소셜 네트워크서비스(SNS) 마케팅이 활발하게 이루어짐에 따라 기업의 마케팅 부분에서도 온라인 커뮤니티에 대한 관심이 늘어나고 있으며 기업의 마케팅 활동

에서 수동적이었던 소비자들은 시장흐름에 영향을 줄 수 있는 능동적인 소비자 커뮤니티의 형태로 진화시켰고, 단순한 정보교류나 친목도모의 차원을 넘어, 기업의 마케팅 활동에 능동적인 영향력을 발휘하고 있어 이에 대한 기업의 마케팅 대응은 보다 다양해 질 것으로 예상되며, 국내 가구산업은 생존을 위해 더욱 치열해 질 것이다.

참고문헌

- 경기개발연구원, 「경기도 가구산업 종합발전계획 연구」
- 한국은행 경기본부, 「경기 북부지역의 가구산업 현황 및 과제」
- 한국가구산업협회, 「IKEA의 성공전략 및 한국시장 진출 영향 분석」
- 한국무역협회, 「<http://www.kita.net>」
- 국가통계포털, 「<http://kosis.kr>」
- WTO 「International Trade Statistics(2013)」
- 경민대학교 가구산업개발원, 「경기북부 가구산업 현황분석 및 육성개발」
- 통계청 통계분류, 「한국표준산업분류」
- 통계청, 「광업·제조업통계(2010)」
- 이케아, 미래의 창, 루디거 용블루트, 2006년

부록. 한국가구산업협회 이용원 사무국장님과의 대화

최근 해외의 유명 가구브랜드 'IKEA'가 경기도에 입점하면서 가구 산업에 대한 관심이 재조명 되고 있는 가운데 서울의 가구산업의 현실에 대한 이해를 돕고자 동대문구 장안동에 위치한 한국가구산업협회의 이용원 사무국장님을 찾아뵙고 인터뷰를 요청하였다.

1. 서울의 가구산업의 현황

Q1. 현재 우리나라 뿐 아니라 서울시에서의 가구산업 현황이 어떤지 궁금합니다.

▶ **이용원사무국장님(이하, 국장님):** 현재 우리나라에서의 가구산업은 특히 제조업을 중심으로 경쟁력이 약화되고 있습니다. 보통 가구 원자재는 수입 관세가 붙는데 완제품은 무관세로 들여오다 보니 국내에서 가구 제조는 거의 포기하고 유통 중심으로 살아남아 있는 상태입니다. 특히 'PB'라고 불리는 'Partly Board'는 가구 만들 때 가장 많이 쓰이는데, 위 글에서 언급했다시피 50%는 수입을 해야 하는 실정이다. 마찬가지로 이 자재에도 관세가 붙을 수밖에 없어 현재 우리는 'Made in Korea'가 아닌 중국이나 베트남 등지에서 만든 가구를 수입해서 판매하고 있는 실정이며 많은 제조업 등 관련 가구업체가 부도를 맞고 쇠퇴하였다. 서울 및 수도권은 국내 최대의 유통의 메카이긴 하지만 산업 자체는 전국 순위의 9, 10등 정도에 위치해 있다.

2. 서울 및 국내 가구산업 관련 단체

Q2. 현재 우리나라 뿐 아니라 서울시의 가구산업 관련 단체는 어떤 것들이 있으며 협회는 어떻게 생겼는지 궁금합니다.

▶ **이용원사무국장님(이하, 국장님):** 원래 가구조합 등의 전국에 11개의 연합회가 먼저 있었다. 수 십 년 전에 가구산업이 활성화 되었을 때에는 자금도 충분했고 이러한 단체가 활발하게 움직일 수 있었으나 현재에는 자본 부족 등으로 인해 어떤 정책적 제안이나

시도도 하지 못하고 있는 실정이다. 그러다가 2009년 쯤 관세 문제에 대해서 몇 개 큰 가구회사들이 가구산업을 일으켜보자고 모인 곳이 현재 가구산업협회이고, 지금 가구조합은 중소기업이 더 많이 모여 있다. 제조 뿐 아니라 유통조합 등 가구산업에 관련한 단체들이 많아 이를 통합하려는 시도를 하고 있으나 중소기업과 중견기업과의 상호 입장 문제 등으로 인해서 한 방향으로 가는 것이 힘든 상황이다. 게다가 가구 유통의 메카인 서울은 심지어 유통조합이 활성화 되어 있지 않은 상황이다.

3. 서울시나 정부의 지원 방향

Q3. 가구산업의 발전을 위해 서울시나 정부가 어떤 지원을 할 수 있으며 향후 가구산업의 방향성이 궁금합니다.

▶ **이용원사무국장님(이하, 국장님):** 지금 가구 제조업들은 경기도 쪽으로 많이 이전되어 있어 경기도 쪽에 이케아 매장 근처로 국내 가구를 팔 수 있는 깔끔한 공동 판매장과 물류센터, 가구기술지원센터를 요청하고 있는 상태이다. ‘가구발전조례법’ 경기도에서 2년 전에 만들어졌는데 서울시에는 이러한 법이 없다. 서울시에서는 10여 년 전에 가구기술지원센터를 건립하려는 계획이 수립되었다가 내부 문제로 무산되었었다. 따라서 다른 산업에 비해 4~5배 고용인력을 창출할 수 있는 가구 산업에 지원을 해 줄 수 있다면, 가구기술지원센터를 지원해주었으면 좋겠다. 또한 가구조합 주최로 가구박람회 등을 하는데 사실상 큰 기업들이 없고 잘 준비되지 못하다 보니 외국 바이어들이 많이 오지 않고, 큰 기업들도 이것을 잘 하려고 하지 않는다. 따라서 이런 전시회나 박람회 등을 잘 준비될 수 있게 기획 및 홍보에 도움을 주었으면 한다. 가구산업은 다른 의류나 봉제 등의 산업과는 다르게 정부의 지원을 거의 받지 못했다. 이제는 가구산업을 공공과 사업체 및 공동 단체가 함께 연합하여 일으켜 나갔으면 한다. 또한 국민들이 가구가 비싸게 될 수밖에 없는 구조에 대해서 관심을 가져주었으면 한다.



<그림 4> 한국가구산업협회 건물 외부 및 내부 모습과 이용원 사무국장님



<그림 5> 서울 최대 규모이기는 하나 정비가 필요해 보이는 아현동 가구거리