



전통문화의 산업화·세계화, 표준화가 먼저다

전통문화산업 표준화의 의미와 필요성, 추진방향과 활용방안



전북발전연구원

연구진

장세길 (문화관광연구부 부연구위원)

김시백 (산업경제연구부 부연구위원)

변혜진 (문화관광연구부 연구원)



Jeonbuk Development Institute Issue Briefing

C O N T E N T S

전통문화의 산업화·세계화, 표준화가 먼저다

전통문화산업 표준화의 의미와 필요성,
추진방향과 활용방안

- I. 표준화란 무엇인가?
- II. 전통문화산업 표준화, 왜 필요한가?
- III. 전통문화산업 표준화, 얼마만큼 이뤄졌는가?
- IV. 전통문화산업 표준화, 어떻게 할 것인가?
- V. 전통문화산업 표준화, 어떻게 활용할 것인가?



전북발전연구원 이슈브리핑 2013년 7월 5일 vol.110 발행처 : 전북발전연구원 발행인 : 김경섭 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696(효자동3가 1052-1)
 TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206
 ※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
 ※지난 호 이슈브리핑을 홈페이지 (www.jthink.kr)에서도 볼 수 있습니다.

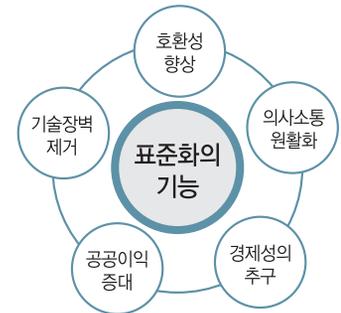
1. 표준화란 무엇인가?¹⁾

1) 표준화의 개념

- ‘표준화(Standardization)’란 일반적으로 사물, 개념, 방법 등 절차 등에 대하여 합리적인 기준(Standard)을 설정하고, 다수의 사람들이 어떤 사물을 그 기준에 맞추는 것임
- ‘표준(standards)’은 이러한 활동에 필요한 합리적 기준. 여러 정의를 종합해보면, 표준은 “합의(consensus)에 의해 작성되고, 인정된 기관에 의해 승인되며, 공통적이고 반복적인 사용을 위해 제공되는 규칙·가이드 또는 특성을 제공하는 문서”임
 - 표준의 대표적인 예가 한국산업표준(KS: Korean Industrial Standards)으로, ‘제품표준(제품의 향상·치수·품질 등을 규정)’, ‘방법표준(시험·분석·검사 및 측정방법, 작업표준 등을 규정)’, ‘전달표준(용어·기술·단위·수열 등을 규정)’으로 분류함

2) 표준화의 기능

- 표준화는 생산, 유통, 소비 과정에 있어서 능률증진 및 경제성 향상을 통해, 제품의 품질 개선과 생산 능력의 향상, 상거래의 단순화 및 공정화의 효과 창출이 목적임
- 표준의 기능은 크게 세 가지로, 첫째, 사회경제적 효율을 향상시키는 중요한 수단이며, 둘째, 산업발전의 기반이 되며, 셋째, 교역증대와 무역 자유화의 기반이 됨
 - 생산자 입장에서 보면, 표준화는 생산공정 혁신과 시장확대를 통해 규모의 경제(Economy of scale)를 가능하게 하고, 이를 통해 신기술 개발 등을 촉진해 매출이 증대되는 효과 불러옴
 - 소비자 입장에서 보면, 제품·서비스·생산과정에 대한 정보를 통일된 방법으로 제공받을 수 있어 탐색비용과 측정비용이 감소되며, 특히 정확한 정보를 제공받음으로써 권익을 보호 받음
 - 공공적 측면에서 보면, 표준화는 국민의 편익을 증진시키고 삶을 윤택하게 하기 위한 가이드라인의 역할을 담당함. 예를 들어, 수질에 대한 측정방법이 다양하나 하나의 공인된 시험방법(국가표준)을 통해 국민의 건강과 안전을 지켜주고, 다른 시험방법으로 인한 혼란을 예방함
 - 국제적 측면에서 보면, 표준화를 통해 기술적 무역장벽(TBT, Technical Barriers to Trade)이 제거됨으로써 무역을 촉진하고 제품, 서비스의 자유로운 이동을 통해 세계 경제발전에 기여함



〈표1〉 표준에 대한 오해와 설명

표준에 대한 오해	설명
“표준은 규격이다”	표준은 규격만을 의미하는 것이 아니라, 규정, 매뉴얼, 세척, 규칙, 분류체계 등을 통틀어 표준이라 함
“표준은 획일화하는 것이다”	표준화는 오히려 획일화와 상반된 개념으로, 다양성과 전문성을 유도함
“표준은 많을 수록 좋다”	표준이 없어도 표준대로 이루어지는 것이 이상적이나, 같은 결과라면 오히려 표준이 적을수록 좋음

1) ISO/IEC 가이드, 기술표준원, KSA한국표준협회의 자료를 참조해 정리

2. 전통문화산업, 표준화가 왜 필요한가?

1) 김치(Kimchi)와 온돌(Ondol), 국제표준 승인의 의미

■ 김치, 국제표준화로 기무치를 누르다

- '2001년 7월 5일 국제식품규격위원회(CODEX)²⁾는 '김치(Kimchi)'의 국제표준을 승인함(CODEX STAN 223-2001). 1994년 CODEX 한국사무소를 설치하고, 1996년 김치의 규격초안을 제안한지 6년만의 성과임
- 이것은 일본의 음식세계화의 선점으로 '기무치(Kimuchi)'로 통용되던 세계김치산업시장에서 우리 전통 식품인 김치의 차별성 확보 및 인지도 상승, 더불어 품질·위생기준 및 수출활로 확보 등을 의미함
- 한 조사³⁾에 따르면 2013년 현재, 세계시장에서 '기무치(Kimuchi)'라는 말은 거의 사라졌으며, 김치(Gimchi)의 세계적 인지도가 상승하고 있음. 산업적 효과도 커지고 있는데, 대미 김치수출규모(2010년 기준)가 270만불, 국내 김치시장 규모(2012년 기준)가 2조 4천 254억 원에 달할 정도로 국내외에서 꾸준한 증가추세를 보임
- 김치에 이어 고추장, 된장, 인삼(2009), 김(2012) 등도 국제표준에 등록됨으로써 한국전통식품의 세계화가 힘을 받고 있음

■ 35°C 한류 열풍, 온돌의 국제표준화

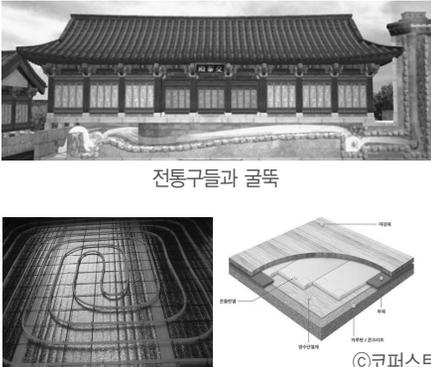
- 전통기술 국제표준화의 또 다른 사례가 '온돌'임. 한 외국인교수의 제안으로 2006년부터 추진됐으며, 현재 온돌분야 국제표준은 총 6종으로, 복사냉난방시스템(온돌)의 정의, 기호, 쾌적 기준, 냉난방용량, 설계 및 치수화, 동적해석방법 등이 있음
- 온돌의 국제규격이 제안되기 전 국제사회에서는 건축물의 바닥온도에 대한 논란이 있었는데, 바닥 난방을 하지 않는 유럽인 입장에서 바닥온도 29°C는 안전사고가 발생하는 수준으로, 화상 등을 우려해 29°C의 최고온도 규제를 주장하고 나섬. 이와 달리 우리나라 온돌은 최적 온도를 30~35°C로 보고 있어, 유럽의 제안이 국제표준으로 채택될 경우 우리나라 전기난방업체들이 수출하는 온돌 및 난방시스템은 큰 타격을 볼 수 있었음
- 이에 한국은 "바닥 난방온도는 각국 문화의 소산으로 일률적으로 최고치를 정하는 것은 불합리하다"고 주장하면서, 2005년 IEC/TC 64 회의를 제주로 유치해 관계자에게 호텔 온돌방을 체험시키는 등의 노력의 결과로 한국 온돌문화가 국제표준에 반영됨
- 온돌은 에너지 절감성능이 뛰어난 장점이 있어 미국 및 유럽에서 복사냉·난방 산업으로 꾸준히 성장하고 있으며, 관련 산업의 확대가능성이 매우 높은 기술임. 특히 복사냉·난방과 관련한 다양한 부품(배관, 패널, 온수분배기 등)에 대한 국제규격화를 통해 복사냉·난방시장의 선점이 가능함

2) 국제식품규격위원회(Codex Alimentarius International Food Standards)는 식량농업기구(FAO)와 세계보건기구(WHO) 공동으로 국제식품 규격을 정하기 위해 1962년에 설립된 국제기구이며, Codex규격은 국제적으로 통용될 수 있는 식품법전으로서 식품으로 인한 소비자의 위해방지 및 국제간 식품의 원활한 교역을 목적으로 각국에서 식품의 관리지침으로 수락하여 적용하는 국제 권장 규격기준

3) 구글트렌드(2013)에 따르면, 'Gimchi'로 검색된 수가 2008년 이후 급격히 증가하여 평균 60(관심도 최대=100)으로 나타나는데 비해, 'Gimuchi'는 검색량 측정조차 되지 않을 정도로 소수로 나타남(미국대상). 기타 특이사항으로는 우리음식 중 'Gimchi'의 경우, 2013년 현재 다소 관심이 하락한 반면, Bibimbab'이 2007년 이후부터 현재까지 꾸준한 상승세로 나타나고 있고, '한복(Hanbok)'은 인도네시아에서 '한옥(hanok)'은 대한민국에서, 관심이 높은 것으로 나타남

- 최근 국제표준화 추진 중에 있는 복사난방을 활용한 전기침대 기술의 경우, 국제규격이 등록되면, 현재 흠침대, 돌침대를 생산·제작·판매하는 국내업체(약 300개로 추정, 국내외 시장규모는 약 2,500억 원)의 세계진출 활로를 개척하는 계기가 될 것임

〈표2〉 김치와 온돌의 국제표준화 개요

구 분	김치(Gimchi)	온돌(Ondol)		
이미지	 <p>김장담는 모습 ©(주)누리미디어</p> <p>GRANNY CHOE 'S KIMCHI CO.에서 현재 판매중인 김치</p>	 <p>전통구들과 굴뚝</p> <p>온돌(복사난방방식)기술을 이용한 온수파이브난방(좌)과 전기온돌판넬방식(우) ©큐퍼스트</p>		
국제규격 인증 요인 분석 타 문화와의 차별성과 탁월한 과학성				
전통문화	김장문화 (뚜렷한 사계절 - 겨울 식문화)	온돌문화, 좌식생활문화 (뚜렷한 사계절-겨울 난방문화)		
전통기술	발효	복사난방방식		
유사기술과의 차별성 확보	일본식 기무치	채소+양념+버무림	서양전통 난방방식 (페치카, 라디에이터)	대류에 의한 난방방식
	한국의 김치	채소+양념+버무림+발효	한국의 온돌	열의 전도에 의한 복사난방방식
	제조과정에서의 차별성 확보		기술차별성 및 장점 확보	
탁월성	<ul style="list-style-type: none"> • 발효음식(젓산)의 항암효과 • 다이어트 효과(채소섭취, 캡사이신) • 비타민 A, B, C 모두 함유 • 동식물성이 혼합된 양념에 다양한 영양소 포함되어 영양가치 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 열의 전도방식을 활용, 균등한 실온 유지 • 쾌적감 상승 • 혈액순환 촉진(두한족열(頭寒足熱)) • 열효율성 높고, 경제적(에너지비용 절감) • 열기구가 보이지 않아, 미적효과 탁월 		
국제표준	CODEX STAN 223-2001	ISO 11855-1~6:2012		
효과	<ul style="list-style-type: none"> • 세계시장에서 '기무치' 용어 소멸 • 'Gimchi' 의 세계적 인지도 상승 • 김치수출 상승, 김치산업 성장 • 한국전통식품의 국제규격화 추진 (김치(2001)를 시작으로, 현재 총 5개, 고추장, 된장, 인삼(2009), 김(2012)의 국제규격 등록완료) • 교역증대와 무역자유화 기반 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 복사난방 분야 세계시장 선점 (서유럽 신축건물 중 50% 온돌난방 채택, 미국 온돌시장도 매년 20% 상승, 중국 대도시 신축아파트 30%이상 복사난방 채택 기술표준원 보도자료) • 온돌관련 기업(부품, 제조) 세계진출기회 확대 • 관련기술 활용 국제규격화 추진 (현재 복사난방방식을 이용한 돌침대, 흠침대의 국제규격 및 온수분배시스템 등 국제규격화 추진중) • 교역증대와 무역자유화 기반 마련 		

■ 김치, 온돌 사례로 본 국제표준화의 의의

- 김치와 온돌 사례로 살펴본 전통문화산업 표준화의 의의는 첫째, 우리의 전통기술로 차별화하여 관련 산업시장을 선점했다는 점임. 김치의 발효기술과 온돌의 복사난방 방식은 우리 전통문화에서 찾아낸 고유의 기술로서 국제규격으로 승인될 만큼 현대적이고, 과학적인 면모를 지님
- 두 번째로 이러한 전통기술의 세계화는 곧 한국문화를 알릴 수 있는 기회요소로서, 기술 중주국으로서의 위상확보와 한국문화의 확산을 유도할 수 있음. 김치에는 우리 전통 저장기술(발효)이 있고, 이는 간장과 된장, 효소를 비롯한 관련 식품과 식사예절, 식기 등 전통 식생활문화에 대한 관심으로 이어질 수 있으며, 온돌 역시 전통 주(住)생활문화와 관련된 우리문화의 우수성과 실용성을 알리는 기회로 삼을 수 있음
- 세 번째로, 전통기술의 국제표준화로 관련 산업의 규모가 확장되고, 기술수출국으로서 국가적 수익증대 효과 및 새로운 시장으로의 확대 가능성을 가짐. 실제로 세계적인 웰빙 열풍, 에너지에 대한 높은 관심, 한류 확산 등으로 김치산업은 꾸준히 성장하고 있으며, 온돌시장 규모 역시 성장세를 이어가고 있음
- 또한 전통문화산업 분야별 전통기술요소는 다양한 분야와의 접목과 현대기술과의 결합이 가능하여 이를 활용하면 미래 기술시장뿐만 아니라 문화산업에 있어서도 큰 발전과 수익을 가져올 것으로 예상됨
- 그밖에 국제표준화는 산업에서의 공정별 표준가격의 산정을 가능하게 해 가격 공정성을 확보해 주고, 유사문화권 내 무역분쟁 발생 시 국제표준 여부에 따라 상당한 이익과 피해를 초래할 수 있다는 점도 전통문화산업의 표준화가 시급한 이유임

2) 우리나라 전통문화산업의 실태

■ 표준화 미흡에 따른 악순환 지속, 산업화를 위한 표준화 시급

- 현재 우리나라 전통문화산업은 어떠한가? 문화체육관광부(2011)는 2008~2010년 3년 간의 전통문화산업별 매출액 기준으로 2015년까지 전통문화산업의 시장규모를 26조8천억 원~33조4천억 원 수준으로 추정함. 이는 IT산업(약 344조원), 식품산업(약 40조원) 등과 비교하면 아직 미비한 수준임
- 전통문화산업의 가장 큰 난관은 시장규모가 협소하다는 점임. 전근대적 유통구조와 열악한 환경(저임금)으로 인력단절 및 기술침체가 지속되고, 이에 따라 소비시장은 점차 감소하여 시장은 작아질 수밖에 없는 악순환의 구조임
- 또한, 전통문화산업 업체는 대부분 10명 남짓 소규모 업체(75.8%)로 산업적 기반이 취약하고(문화체육관광부 2011), 오래전부터 전승되어온 제작방식과 환경으로 인해 현대화되지 못한 채 낮은 효율성을 보임. 특히 표준화가 미흡해 전통문화상품의 신뢰도 하락→소비감소→시장축소→산업화 실패라는 악순환이 이어지고 있는 실정임
 - 예를 들어, 값싼 중국산 한지가 국산 한지로 둔갑해 국내 시장에 다량 유통되고 있으나 관련 표준이 없어 한스타일 원형을 유지하려는 업체는 기술경쟁력과 수익기회를 상실하고 있음
- 소비자가 전통문화상품을 구매할 때 비싸다고 인식하고 있다는 점도 전통문화산업이 활성화되지 못하는 중요한 이유임. 전통문화산업 대부분이 기술의 호환성 부재로 규모의 경제를 창출하지 못해 제조원가를 절감시키지 못하기 때문임
- 즉, 전통문화를 산업화하기 위해서는 전통문화상품의 부재, 부품, 기술, 규격, 서비스 등 종합적인 표준화 전략을 마련하고, 세부 기술별 표준화가 이뤄져야 함

〈표3〉 문화체육관광부(2011), 「전통문화산업 육성진흥방안-실태조사 요약」참조

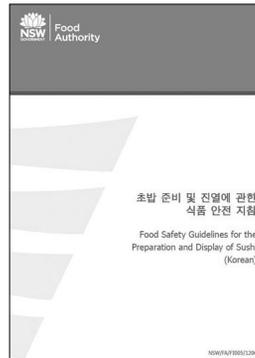
구분	전통의류	전통식품	전통공예	전통건축
구매형태	연평균 1.4명 구매	김치(두부)과자류	구매경험 41%, 반복구매	한옥거주 비율 3.5%
주소비중	50대 여성 기혼자	30~50대 고소득층	40~50대 고소득층	한옥 실수요 5% 내외
불만족 사항	사회생활 부적합 복(70%), 착용 시 행동불편(67%)	가격 비싸다(59%), 규격 등 표준화 곤란(54%)	가격이 비싸다(66%) 상품 구색 부족(47%)	건축 어렵고, 비싼 시공비(61%), 유지보수, 관리 어렵다(59%)
시장확대 저해요인	사회적 요구와 개인 욕구의 간극, 가격 중심의 소비형태 양극화, 특정계층 의존형 소비구조, 가수요와 실수요 간의 큰 간극			

■ 표준화 없는 세계화로 성과 미흡, 세계 진출에 앞서 표준화 필요

- 김치와 온돌 사례에서 확인되듯이, 전통문화의 세계화를 위해서는 표준화가 우선되어야 함. 하지만, 2006년 한스타일 종합계획이 수립된 이후 본격화되고 있는 전통문화의 세계화는 대부분 체계적인 표준화 과정 없이 무리하게 해외 진출을 추진하거나, 이벤트성 행사에 치중하는 경우가 많았음
 - 감사원이 국회에 제출(2013.6.21)한 결과에 따르면, 2009~2012년 동안 한식세계화 사업에 931억 1,700만원이 투입됐지만, 집행율이 68.7%에 불과하는 등 총체적 부실을 드러냈다고 평가함
- 전통문화의 세계화에서 누차 인용되는 일본음식의 세계화 과정을 다시 점검할 필요가 있음. 일본 스시가 세계화에 성공한 것은 생선회의 신선한 맛을 유지하는 표준화 시스템 구축이 선행됐고, 체계적인 교육이 이뤄졌기 때문에 가능했다는 사실에 주목해야 함

▶ 일본 '스시(Sushi)'의 세계화 전략과 표준화

- 전문가들은 스시 세계화의 성공요인으로, 첫째, 생선회의 신선한 맛을 유지하는 표준화 시스템의 선행, 둘째, 스시를 파는 식당을 작은 일본으로 만들어 음식과 함께 일본문화를 판매, 셋째, 일본정부와 기업이 함께 손잡고 외식산업실과 외식산업 관련 연구재단을 설립하여 세계시장조사 및 소비자반응을 통한 메뉴개발, 인력양성, 식자재 유통조달시스템 개발 등에 지원, 넷째, 세계화 위한 단계별 전략수립(세계시장진입→정착→확산→유지) 등을 꼽음
- 일본은 스시의 일정한 맛을 내기 위해 스시 5cm의 쌀알개수, 쌀의 세척횟수, 수분함량, 부피까지도 표준화를 시도함
- 또한, 스시의 지속적인 세계화 정착을 위해, 꾸준한 인적·물적 관리를 하고 있음. 일본초밥종사자 협회는 전 세계 외국인을 대상으로 스시에 대한 교육을 실시하고 있으며, 각 국 실정에 맞게 스시의 표준조리법, 제조 및 식품안전기준을 제정하도록 하고 있음
- 그밖에, 회전스시, 스시벤도, 캘리포니아 롤 등 다양한 메뉴개발을 통해 대중화에 힘쓰고 있으며, 스타 요리사 및 스타를 내세워 적극적으로 홍보에 주력함



■ 판매중인 스시벤도(도시락) (상)
■ [New South Wales 정부의 식품관련규정] 중 「초밥준비 및 진열에 관한 식품안전지침-한글버전」(좌)

3) 전통문화산업 표준화의 목적

■ 국제적 측면 : 국제표준화를 통한 한국문화 정체성의 세계적 인정

- 김치와 기무치의 국제표준화 경쟁 사례가 잘 보여주듯이, 전통문화의 세계화를 추진하는 세계 각국은 자국 전통문화의 독창성을 세계적으로 인정받기 위해 과학적 분석을 토대로 타 전통문화와 차별화되는 핵심요소를 분석해 국제표준화에 주력함
- 즉, 대중문화 중심의 한류를 한국문화, 특히 전통문화 전반으로 확산하는 신(新)한류정책이 성공하기 위해서는 전통문화의 핵심요소(예, 김치의 발효, 온돌의 복사난방방식)를 도출해 국제규격화 함으로써 한국 전통문화의 정체성을 국제적으로 인정받아야 함

■ 생산자 측면 : 생산의 효율성 제고로 비용 절감 및 산업의 경쟁력 제고

- 전통문화상품의 비싼 가격은 전통문화산업의 성장을 가로막는 핵심 요인. 생산, 유통, 소비, 서비스 등 가치사슬의 프로세스별 표준화를 통해 호환성을 높이고, 이를 통해 규모의 경제를 실현함으로써 제작비용을 절감시켜 소비를 확산시켜야 함
- 또한, 표준화는 전통문화와 관련한 전통지식⁴⁾을 체계화함으로써 전통지식의 해적행위를 방지할 뿐 아니라, ⁵⁾ 궁극적으로 전통지식을 활용한 창조산업 활성화를 꾀할 수 있음

■ 창조적 측면 : 획일화가 아닌, 다양성과 확장성을 유도하는 플랫폼

- 전통문화산업의 표준화는 고정화된 '규격의 통일'을 통한 상품의 획일화가 아니라, 전통문화상품의 창조성을 보다 활성화시킬 수 있는 플랫폼(platform)의 역할을 수행함
- 전통문화산업 분야별 정수를 보여주는 'Type(型)' 형태의 표준화된 기반을 마련하고, 이 기반 위에 'Style(形)' 형태의 다양한 제품들이 끊임없이 창조되도록 유도하는 것임. '발효'라는 김치의 정수를 보여주는 Type을 국제규격화 하는 것이 표준화이며, 이 기반 위에서 다양한 종류의 김치를 창조적으로 만들어 세계화시키는 것이 표준화의 효과임⁶⁾

■ 소비자 측면 : 소비자의 신뢰도 향상 및 권익 보호

- 표준화 핵심요소가 이해당사자 간의 '합의'라고 했을 때, 소비자가 중요한 한축을 담당. 전통문화산업은 특히 '전통문화로서' 상품을 구매하기 때문에 소비자가 전통문화상품으로서 신뢰를 갖도록 하는 것이 소비 수요 확산에서 중요함
- 전통문화상품 제작자나 서비스 제공자를 평가할 수 있는 기준 또는 우수사례를 제시함으로써 상품과 서비스에 대한 소비자의 신뢰도를 제고함과 동시에 권익을 보호함

4) 특정한 사람 또는 지역사회를 배경으로 전승되어오면서 생성된 전통기술이나 창조물에 내재하는 지식체계(WIPO, 세계지식재산권기구). △생업기술(농업, 임업, 축산, 잡업/양봉, 어업), △생활기술(식생활, 의생활, 주생활, 환경보전, 민간요법), △창조적 기술(문화적 창조기술, 제도적 창조기술)로 분류

5) 인도의 TKDL(Traditional Knowledge Digital Library) T/F가 USPTO DB를 대상으로 TK관련 특허를 분석한 결과, 90개 약용식물과 관련된 미국의 4,896개 특허 중 80%가 7개 인도 특산식물과 관련된 특허로, 미국과 유럽 등 선진국에 의한 제3세계의 전통지식의 침해사례가 심각한 수준임

6) 문화체육관광부(2011), 「도자공예 해외진출을 한식기 표준화 필요성 연구」 참조

3. 전통문화산업의 표준화, 얼마만큼 이뤄졌는가?

- 문화체육관광부(2012)가 수립한 전통문화산업 육성방안에 따르면, 전통문화산업을 전통건축산업, 전통식품산업, 전통의류산업, 전통공예산업으로 분류함
- 표준화의 목적에 부합(국제적, 생산적, 창조적, 소비적 측면)하면서 효과를 극대화할 수 있는 대상을 우선 추진할 경우 한스타일(Han-Style) 사업과 연계가 필요. 한스타일은 전통문화를 세계화하기 위한 최초의 종합계획으로, 6개 분야 중 한옥, 한식, 한복, 한지가 전통문화산업의 각 분야를 대표하기 때문임
 - 한국음악과 한글은 창조성 및 원형유지가 중요하기 때문에 표준화의 대상으로 부적합함
- 전통문화산업은 전통적 요소(소재, 기법, 이미지) 원형 활용이 중요함. 이 중에서 전통적 소재와 기법은 한옥, 한식, 한복, 한지 등 제 분야의 표준화에서 직접적으로 다루어져야 할 부분. 이에 반해 이미지는 모든 분야에 공통적으로 적용되는 전통적 요소로서 별도의 표준화가 필요하며, 전통색, 전통문양, 전통기술 등이 해당됨
- 전통문화산업의 표준화와 한스타일 사업을 연계할 경우, 표준화 우선 추진분야는 △한옥, △한식, △한복, △한지 등 산업적 측면이 강조되는 분야와 전통적 요소 중 공통 적용분야로서 △전통기술, △전통색 등이 가능할 것임

- 현재 전통성 유지 및 시장 확대를 위해 정부차원에서 진행하고 있는 분야별 규격화 현황을 살펴보면 아래와 같음

〈표4〉 한스타일 분야 표준화 추진현황

구분	한지	한식	한옥	한복	
규격	국제	ISO	CODEX	ISO/IEC	ISO
	국내	KS (기술표준원)	KS (기술표준원)	KS (기술표준원)	KS (기술표준원)
관련법 (제조분야)	한지품질표시제 (문화체육관광부, 한지산업지원센터)	식품공전 (식품의약품안전처)	문화재수리표준품셈 (문화재청)	건전가정의례준칙 (여성가족부)	
	<ul style="list-style-type: none"> • 산림보호법 • 산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률 시행령 • 문화산업진흥기본법 • 산업표준화법 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 식품산업진흥법 • 식품안전기본법 • 농수산물품질관리법 • 문화산업진흥기본법 • 김치산업진흥법 • 산업표준화법 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 국도의 계획 및 이용에 관한 법률 • 건축기본법, 건축법 • 목재의 지속가능한 이용에 관한 법률 • 관광진흥법 • 산업표준화법 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 산업표준화법 • 문화산업진흥기본법 • 폐기물관리법 등 	
관련 정부부처	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 • 산업통상자원부 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 • 농림축산식품부 • 산업통상자원부 	<ul style="list-style-type: none"> • 국토교통부 • 문화체육관광부 • 산업통상자원부 • 산림청 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 • 산업통상자원부 	

- 한스타일 분야 중 한국산업규격은 한지 분야 3개, 한옥분야(온돌관련 2개, 기와관련 2개) 4개, 한복분야(섬유포함) 2개, 전통문양 2개로 총 11개의 관련 KS가 존재함

〈표5〉 한스타일 분야 한국산업표준(KS) 제정현황

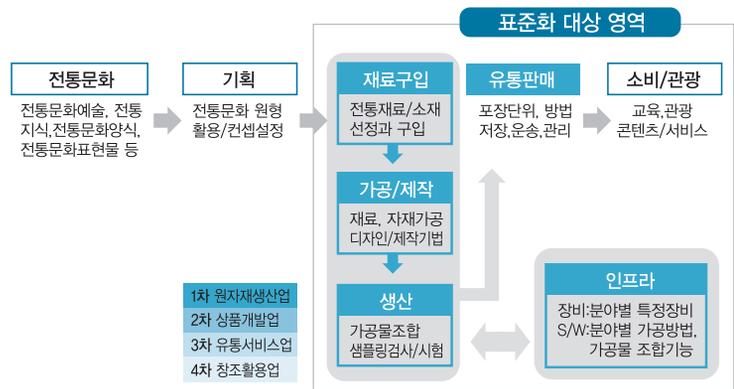
분야	한국산업규격(KS)명	구분	표준번호	제정년도	개정년도
한지	창호지	제품규격	KS M 7301	1975	2012
	서화용지	제품규격	KS M 7707	2006	2011
	장판지	제품규격	KS M 7302	1975	2012
한옥	온돌식 전기침대	제품규격	KS C 9322	2008	2008
	건식 온수온돌판 방열량 계산 및 시험방법	방법규격	KS F 2912	2008	2008
	점토기와	제품규격	KS F 3510	1979	2009
	가압 시멘트판 기와	제품규격	KS F 4029	1977	2012
한복	여성 한복(치마, 저고리)	제품규격	KS K 7805	1977	2010
	전통 실 번수를 텍스 시스템으로 전환하기 위한 통합환산표	전달규격	KS K ISO 2947	2004	2009
전통기술 (문양)	전통문양 분류체계	전달규격	KS A 6200	2006	2011
	전통기와 문양분류체계	전달규격	KS A 6201	2006	2011

- 정책적으로 전통문화산업 육성을 위하여 인증제 등 다양한 활동을 진행 중에 있으나, 정부부처별로 중복된 정책을 추진하거나, 대부분 단순한 기준에 그치고 있음. 산업에서의 활용과 업계 및 소비자의 신뢰성 역시 확보하지 못한 상태임
- 한스타일 분야 중 인증제가 있는 경우, 한국산업규격, 안전규정 등과 같이 관련 규격이 많아 사용자에게 혼돈을 주거나, 반대로 인증제 및 관련 산업규격 등 아무런 기준이 없는 상태에서도 예산을 투입하여 정책적으로 산업화를 추진하는 분야도 있음
 - 현재 한옥 설계·시공 시에는 크게 ①국토교통부의 건축법 및 관련기준, ②기술표준원의 건축일반 및 목재에 대한 KS기준, ③문화재청의 문화재수리 표준품셈의 기준 등 일반건축물(서양식목조건물포함) 혹은 문화재건축물의 기준을 따르고 있어, 한옥의 고유성 저해 및 비효율적 생산활동으로 인한 불편함과 비용손실이 발생하므로 한옥(신한옥)에 대한 별도 규격 및 기준마련이 시급함
 - 한복의 경우 한복제작에 사용되는 용어, 제작법, 제작공정에 대한 표준화가 이루어지지 않고 있는 실정이며, 기성한복의 경우 브랜드마다 치수가 상이함. 규격화된 사이즈가 부재하고 한복지에 대한 품질규정도 마련되어 있지 않아 저가 중국한복이 무분별하게 보급되어 한복제품의 품질 및 이미지를 저하시키고 있음
- 전통문화산업과 관련하여 기 제정된 한국산업규격조차 대부분 제품규격으로, 융복합 등 다양한 활용에는 한계가 있고, 개정작업이 이루어졌음에도 현시대에 맞지 않는 측정방법 및 기준을 제시하고 있어 관련 산업에서의 활용도가 낮음
 - 한지의 경우, 품질 등을 측정하는 시험방법에 대한 부분에서 한지 고유의 성질이 드러날 수 있도록 하는 측정방법이 아닌, 기존 거의 모든 일반종이에 적용되고 있는 「종이 및 판지에 대한 KS규격」에서 제시하는 시험방법을 그대로 따르고 있는데, 시험방법이라는 분석틀은 한지와 일반종이의 차이에 대한 명확한 근거가 될 수 있는 부분으로 한지의 고유성을 지켜낼 수 있는 중요한 요소임에도 이를 간과하고 있으며, 업계관계자의 말에 따르면 이 규격조차도 현 실정에 맞지 않아 활용되지 못하고 있는 실정임

4. 전통문화산업의 표준화, 어떻게 할 것인가?

1) 표준화의 대상

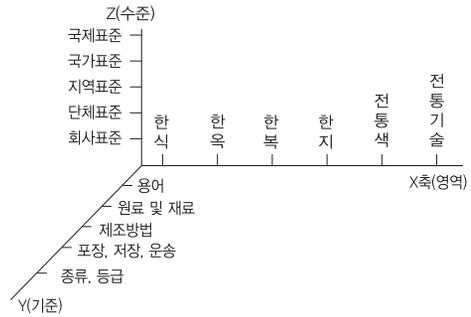
- 표준화는 생산, 유통의 호환성, 효율성을 높일 수 있다고 판단되는 사물, 개념, 방법 및 절차 등 모든 것이 대상이 될 수 있으며, 기대효과는 '소비자의 수요 확산 제고', '생산의 효율성 제고로 비용 절감', '산업의 경쟁력 제고', '소비자 권익 보호' 등임
- 전통문화의 표준화 대상은 위와 같은 기대효과를 얻을 수 있는 대상이어야 하며, 이를 세 가지 측면에서 다음과 같이 분류할 수 있음
 - ① 전통적 요소로서 원형 보존 가치가 분명한 자산을 전문화 및 세분화하여 생산성을 높여 전통문화 산업의 경쟁력을 높일 수 있는 분야
 - ② 한국적 가치가 분명한 자산으로, 글로벌 시장에서 경쟁력 갖춘 상품을 생산할 수 있도록 국내 및 국제 표준화를 꾀할 수 있는 분야
 - ③ 전통문화 가치사슬상의 인프라 등의 규격화로 상품의 품질을 인증을 통해 보장하여 소비자의 수요를 확대할 수 있는 분야



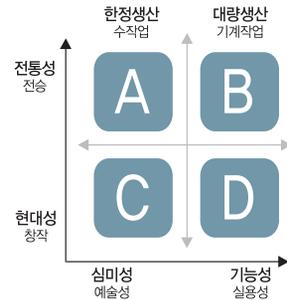
2) 표준화의 방식

- 표준화는 생산-유통-소비 과정의 합리화를 목적으로 하기 때문에 이해당사자의 이해관계에 따라 어려운 작업임. 특히 전통문화의 경우 창작과 전통을 중시하기 때문에 표준화를 규제로 바라보게 된다면 오히려 전통산업의 위축을 가져올 수 있음. 따라서 표준화를 하기 위해서는 다음과 같은 원칙에서 진행되어야 함
- 첫째, 표준화는 규격화만을 의미하는 것이 아니라, 매뉴얼, 규칙, 분류체계 등을 통틀어 말하는 것으로 전통문화를 세분화하고 산업 전반적인 특징을 파악하는 종합적인 분석 과정을 거치고자 함
- 둘째, 표준화는 획일화와는 상반된 개념으로 표준화의 영향을 받는 사람들이 모두 수용할 수 있도록 하기 위해 지속적인 포럼을 운영하고 다양성, 전문성이 반영되도록 함
- 셋째, 표준화는 표준 규격대로 실행할 경우 그 결과를 평가하여 반영될 수 있는 평가시스템을 구축하고 지속적인 피드백을 통해 개선할 수 있는 방향으로 접근함
- 넷째, 표준은 많을수록 규제로 받아들이기 때문에 최소한의 표준으로 최대의 효과를 얻을 수 있도록 함
- 표준화 구축에 앞서 표준화 관련 이론에 입각하여 표준화의 구조를 정립하고자 함

- 1950년 랄 베르만(L.C.Verman)에 의해 처음 고안된 표준화의 기본구조인 주제(Subject), 국면(Aspect), 수준(Level)별 3개 축을 표준화 개념의 3요소에 맞게 적용하여 구조를 만들
- X축(영역) : 표준화의 주제영역으로 분야(한식, 한옥, 한복, 한지, 전통기술, 전통색)별로 나뉨
- Y축(기준) : 표준화의 요구조건인 기준으로 규정
- Z축(수준) : 표준화의 수준으로 국가표준을 정하면 지역 표준 등 하위 표준은 자동적으로 적용됨



- X축 영역은 전통문화의 전 분야가 대상이 될 수 있지만, 표준화가 필요하거나 기대효과가 높을 것으로 예상되는 분야에 한정하여 연구를 진행할 필요가 있음
 - 표준화의 목적은 산업적 효과를 높이는 것이 궁극적인 목적으로 산업과 연관관계가 높은 분야에 국한하여 추진해야 함
 - 제조업과의 융합 기술 등을 발굴하기 위해서는 전통 요소 원형의 표준화가 필요하기 때문에 전통기술과 전통색도 표준화가 필요함
 - 전통문화 영역 중 표준화의 대상은 아래 그림에서 B,D영역이 되어야 함
- 표준화 대상으로 선정된 분야는 다시 유형별 세부 분야로 나뉘질 수 있으며 각 세부 분야별로 각기 다른 기준과 수준을 설정하여 표준화를 진행해야 함



〈표6〉 표준화 예시 : 한옥분야 표준화 요소 추출 과정(안)에 따른 활용방안 도출

구성요소		배치	문	마당	기단	목구조	벽	창호	마루	온돌	지붕	담장	실내	주거문화
건축 공정	공정	설계	대문 제작	조경	기초다지기, 기단과계단쌓기, 주춧돌 놓기, 기둥세우기, 도리와 공포 구성, 기구세우기	수장, 담쌓기	창호 제작	마루 제작	구들 제작	지붕 제작	담장 제작	가구 제작		
	담당	도면수	소목장	조경수	대목장	미장이	소목장	소목장	구들장	외공, 제와장	장인, 화문장	가구장		
전통기술 및 연관분야		자연환경	결구법		결구법		결구법, 자연환경	결구법			결구법		결구법	
기술활용요소 추출			결구법 등	조경 기술 등	결구법 등	미장 기술	결구법 등	결구법 등	복사 난방법 등	기와 제작기술 등		결구법 등		
규격화	전달	용어, 기술, 단위 등의 규격화(공통적용 요소)												
	방법	목재(각종재료)품질검사 및 측정방법, 작업표준(시공방법-결구법 등)의 규격화												
	제품	부재(각종재료) 및 구성요소의 형상, 치수, 품질의 규격화												
타 분야 활용		한식당 인테리어 적용, 전통기구 제작 시 활용, 현대기술과 접목하여 관련 산업에 활용												

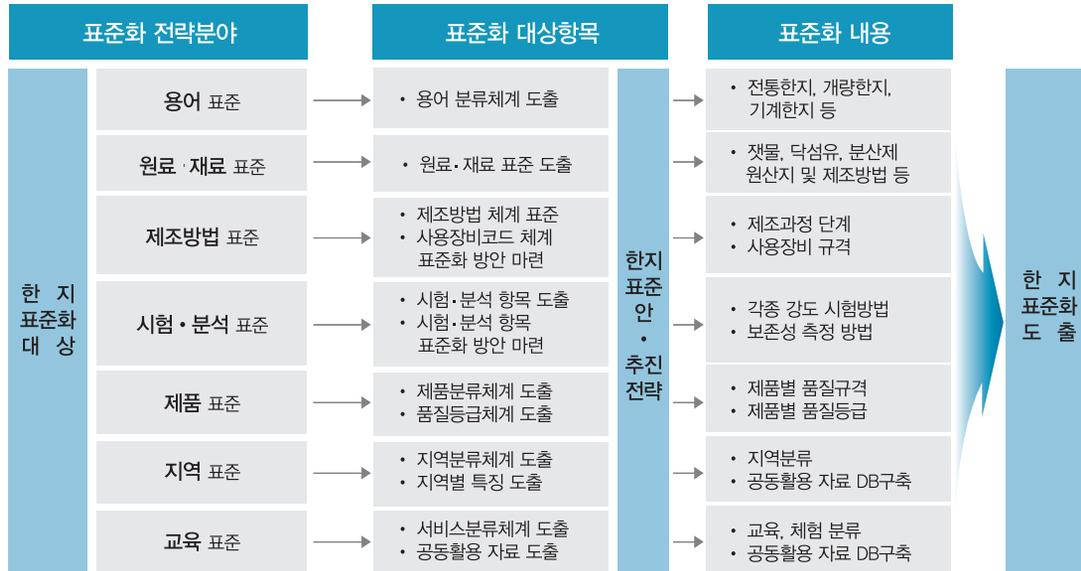
3) 표준화의 기준

- 표준화의 가장 큰 핵심 작업은 기준을 설정하는 것으로 표준화의 기준은 표준이 없다고 말할 만큼 다양함. 일반적으로 시장 메카니즘에 의해 자율적으로 제정되고 준수하는 '사실상의 표준' 과 정부 및 표준화 기관의 권위에 의해 결정되어 어느 정도 강제성이 수반되는 '공적표준' 으로 구분됨
- 전통문화의 경우 두 가지 이유에서 강제성이 수반되는 '공적표준' 이 필요함
 - 시장의 규모가 작고 영세하여 산업적 기반이 취약하여 시장 메카니즘이 원활하게 작동하지 못함
 - 전통문화의 특성상 창작 및 예술성을 중시하는 장인 위주의 생산체계를 가지고 있기 때문에 생산자들이 표준화의 필요성을 절실하게 느끼지 못하고 있으나 소비자들은 품질에 대한 신뢰가 낮아 소비로 이어지지 못하고 있음
- 표준화의 기준은 생산자와 소비자가 모두 수용할 수 있는 내용을 설정해야 하며, 설정 방향은 크게 세 가지 기준에서 작성되어야 함
 - ① 표준화 수요 : 생산과정에서 비표준화로 인해 발생하는 문제점을 해소할 수 있는 분야로 관련 전문가들 대상 수요 조사를 통해 기준에 대한 우선 순위를 정함
 - ② 타 산업 연계 가능성 : 표준화를 통해 다른 산업과의 호환성이 높은 분야로 국내외 유사사례 등을 조사하여 기술 접목 가능성 등을 검토 후 우선 순위를 정함
 - ③ 파급효과 : 표준화로 생산 비용 및 거래 비용 절감으로 상품 경쟁력을 확보할 수 있는 분야로 대량생산 혹은 산업화 가능성에 따른 우선순위를 정함

4) 표준화의 추진체계

- 표준화는 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하는 과정이 필요하며, 모두 다 만족하는 기준을 제시해야 하기 때문에 장기적인 계획을 담고 있는 로드맵을 수립해야 함
 - 특정 분야의 표준화를 진행할 때, 이해관계자들이 표준화의 당위성에 대해 공감하지 않는다면 표준화를 해도 산업계에서 통용되지 않을 가능성이 높음
 - 따라서 표준화가 시급한 분야를 먼저 진행할 수 있도록 표준화 우선순위를 매겨 단계별로 표준화를 진행하고 그에 따른 파급효과가 가시적으로 나타날 때 다른 분야에서도 자발적으로 표준화에 동참하도록 유도할 수 있어야 함
 - 또한, 각 분야별 표준화 과정에 대한 매뉴얼 및 지침을 작성하여 시행착오를 최소화해야 함
- 로드맵은 다음의 4단계에 거쳐 수립해야 함
 - 1단계 : 전문가 포럼을 통해 기술 백서의 분류 항목의 적절성 검토 후, 분야별 기술요소에 따라 재분류, 기술 현황 및 표준화 기대효과 제시
 - 2단계 : 전문가 포럼을 통해 평가 항목 및 평가 가중치의 적절성 검토 후, 시급성, 경제성, 시장성 등을 종합적으로 고려한 평가 기준 제시
 - 3단계 : 표준화 우선순위 설정 기준과 전문가 의견을 반영해 표준화 대상 기술 우선순위 기술 리스트 작성
 - 4단계 : 후속과제 및 기술산업화 모델 적용가능성 검토 후, 중장기 세부기술 표준화 로드맵 작성

〈표7〉 표준화 로드맵 예시 : 한지분야



5. 전통문화산업 표준화, 어떻게 활용할 것인가?

1) 관련 종사자의 표준화 교육프로그램 운영 및 체험프로그램 개발

- 표준화가 효과를 거두기 위해서는 관련 종사자와 소비자들이 합리적인 기준을 준수해야 함. 표준화 교육 및 체험을 통해 생산자는 표준화에 맞는 상품을 생산하고, 소비자는 표준화에 부합하는 상품을 선택하는 선순환이 구축되어야 함
- 따라서 관련 종사자와 소비자가 새롭게 구축되고 있는 표준화를 적용할 수 있도록 다양한 교육프로그램과 체험프로그램이 개발·운영되어야 함. 특히 전통문화상품의 세계화를 위해서는 국외 관광객 대상의 체험프로그램이 적극적으로 개발되어야 함

2) 표준 기반 상품 개발을 위한 R&D, 유통, 융합디자인 필요

- 표준화가 다양한 상품개발의 활성화를 위한 플랫폼이 되기 위해서는 표준에 부합하는 창조상품을 개발할 수 있도록 연구개발 및 창조상품 생산을 위한 지원이 뒤따라야 함
- 전주비빔밥연구센터가 전주비빔밥의 특성을 도출해 이에 부합하는 테이크아웃형 비빔밥을 개발한 것처럼, 표준에 맞춘 다양한 창의적 상품이 개발될 수 있도록 연구개발이 우선되어야 함. 특히 전통문화산업의 취약요소로 꼽히는 디자인을 지원하되, 전통문화산업의 타 분야가 융합하여 새로운 상품을 개발하는 융합디자인이 중요함

▶ 전주비빔밥연구센터의 테이크아웃 비빔밥 개발

- 전주비빔밥연구센터는 전주비빔밥 재료로 들어가는 특산물을 그대로 반영하고 주요 특성을 분석해 이에 근거한 ‘테이크아웃’ 비빔밥 15종을 개발, 상용화를 추진 중
- 컵비빔밥, 비빔볼, 냉비빔밥, 샐러드비빔밥, 바게트비빔밥, 꼬치형비빔밥, 봉어빵비빔밥, 꽃비빔 롤, 피자비빔밥, 비빔버거, 브리또형비빔밥, 오곡만두비빔밥, 오징어먹물비빔밥 등



- 전통문화상품 개발지원에 대한 사례로, 일본의 교토시는 전통적 ‘교토상품 지정공예품’과 ‘교토상품 기술활용품’으로 나뉘, 전자는 전통문화상품의 원형보존에, 후자는 산업활용에 중점을 두고 맞춤형 지원정책을 추진함

3) 표준화 기반 전통문화상품 전문 플래그쉽(Flagship) 스토어 조성

- 표준화에 부합하면서 동시에 한국 전통문화의 가치를 담고 있는 전통문화상품에 대한 체험마케팅 공간으로서 전통문화상품 전문 플래그쉽 스토어를 조성
- 지자체는 공간을 제공하고, 민간이 투자해 설립하는 방식이 타당하며, 전문 경영회사를 통해 운영해야 함. 또한, 수도권 외의 유통거점을 위해 ‘안테나 샵’을 운영할 필요가 있음

▶ 플래그쉽 스토어(Flagship store)

- 플래그쉽 스토어에서는 제품이 아니라 브랜드의 이미지를 판매. 소비자들의 라이프스타일과 가치를 브랜드로 연결시켜 브랜드를 체험하도록 하는 공간으로서, 체험마케팅을 위한 브랜드의 대표 매장
- 애플컴퓨터는 ‘Apple Store’를 만들어 디지털 카메라, 캠코더, 컴퓨터 등 자사가 생산하는 다양한 제품들을 전시함. 소비자들은 자유롭게 제품들을 사용해 볼 수 있으며, 전문가들로부터 설명이나 교육을 받을 수 있도록 구성
- 미국 뉴욕과 일본 도쿄에 있는 프라다의 플래그쉽 스토어는 기존의 단순한 쇼핑장소라는 개념을 초월하여 공공의 공간과 문화 프로그래밍이라는 개념을 접목



4) 전통문화산업 표준화의 국제화를 위한 문화ODA 사업 추진

- 문화ODA⁷⁾는 새 정부의 국정과제에 포함될 정도로, 한국문화의 세계화 측면에서 중요한 사업임. 문화체육관광부는 문화동반자 사업을 실시 중이나, 대부분 다문화가족, 또는 예술 중심으로 제3세계 관계자를 초청하고 있어, 전통문화 분야로의 확대가 필요함
- 전통문화산업 표준화의 세계화를 위해서는 타 국가의 관련 종사자 및 관계자들이 대한민국 표준에 익숙해져야 하며, 이에 기초해 자국 내에서 활동해야 가능함
- 문화ODA가 확산될 수 있는 대표적인 분야가 한식임. 한식은 세계인의 관심을 높을 뿐 아니라, 특히 문화ODA사업의 주 대상국가인 동남아시아 국가에서 주목받고 있음
- 전통문화의 산업적 활용을 대표적 시설인 ‘전통문화창조센터’와 연계해 중국, 일본 및 동남아시아 지역 등을 대상으로 한식 분야 종사희망자 및 관련 상품개발을 희망하는 전문가를 초청해 한식 표준화에 기반한 조리 교육을 실시함

7) OECD/DAC에 따르면, 문화 ODA(공적개발원조 : Official Development Assistance)는 원조대상을 물질위주의 경제분야로 한정하지 않고 사회, 문화, 학술교류 등도 포함하는 것으로, 이를 통해 개도국 주민의 문화권 향유 등의 문화복지 증진, 창조산업 기반 조성, 고유문화자원의 발굴·보호·활용 등을 통해 문화자원의 유통과 교류채널 형성을 지원하여 세계의 문화다양성을 증진함

5) 대한민국 표준 기반 전통문화상품 박람회 개최

- 한스타일 종합계획(2007~2012)을 추진하면서 정부는 한스타일박람회를 개최했으나 2010년 이후 개최되지 못하고 있음. 하지만 산업박람회는 전통문화상품의 판로개척과 산업적 파급효과 측면에서 필요한 사업으로 재추진이 필요함
- 기존의 한스타일박람회는 일반인의 관심을 위해 모든 분야의 상품과 이벤트를 집결시킨 종합박람회 성격으로, 산업적 유발효과가 미흡했음. 새롭게 추진되는 박람회는 기존의 종합박람회 성격에 비즈니스 매칭(상담과 판매 위주 박람회) 기능을 강조해야 함
- 특히 전통문화상품의 세계화를 위해서는 국제적 네트워크 형성이 중요하므로 해외바이어 유치를 위한 노력과 전문인력 배치 등이 필요하며, 박람회를 통한 지역 관광유발 효과를 높이기 위해 체험관광 프로그램 등을 적극적으로 도입해야 함

▶ 전주국제발효식품 엑스포

- 기존의 한국음식 관련 축제나 박람회와 달리 비즈니스 매칭을 강조함으로써 해외바이어 업체로부터 호응 얻음
- 2012년, 502억원의 B2B 상담실적과 33억원의 현장매출, 275억원의 생산유발효과, 733명의 고용 창출효과 등을 낳은 것으로 분석됐으며, 2년 연속 대한민국 유망전시회로 선정됨



▶ 산타페 국제 민속예술시장(Santa Fe International Folk Art Market)

- 유네스코 공예 창의도시 산타페는 국제민속예술시장을 개최해 직접 상담거래액 175만 달러와 지역 관광유발 효과 등을 동시에 달성
- 마켓 기간 동안 디자인페어 등 산업적 활용을 위한 관련 행사 등을 적극적으로 유치, 국제네트워크를 형성



6) 전통문화 지식의 창조적 활용 위한 기반 구축

- 생물다양성협약 체결 이후 세계적으로 전통지식을 경제자원으로 활용하고 있음. 우리나라 전통문화 지식·기술을 체계화함으로써 지적 재산을 보호함과 동시에 산업적 활용을 위한 기반을 구축함으로써 창조경제를 실현해야 함
- 전라북도는 전통지식의 구전·전승이 가장 잘 보존된 지역이면서, 전통지식 기반구축사업을 선도하고 있는 농촌진흥청이 이주하는 지역임. 또한, 신법이 제정되면 전통지식이 무형문화유산 범주에 포함되기 때문에 국립무형유산원이 조성돼 있는 전라북도가 전통지식에 대한 보존 및 활용의 거점이 될 것임
- 따라서 농촌진흥청, 국립무형유산원 등과 협력관계를 형성하고 전통지식의 창조적 활용의 거점으로 성장하기 위한 종합적인 전략마련과 실천이 필요함
- 전통지식의 조사를 통한 아카이브 구축이 우선돼야 함. 이를 토대로 제2의 김치냉장고 등을 개발할 수 있도록 전통지식을 체계화하고 진흥하는 중장기 전략을 마련해야 함. 특히, 이를 실행한 거점기관으로서 정부 차원의 문화유산지식개발원이 한문화수도 전북에 조성되도록 노력해야 함
 - 문화체육관광부 2013년 주요업무계획에 따르면, 2013년 하반기부터 '문화유산지식개발원' 설립을 추진하는 것으로 계획되어 있음