
전통문화산업 진흥 기본계획

[2025 - 2029]

2024. 12. 26.



문화체육관광부

※ 동 기본계획은 재정당국 및 관계부처 협의에 따라 지원규모, 추진시기 등 일부 변동 가능

순 서

I. 추진 배경	1
II. 현황 및 분석	3
III. 추진전략 및 중점과제	6
IV. 추진내용	7
1. [공급] 전통문화기업의 신성장동력화	7
2. [수요] 일상에서 즐기는 전통문화	12
3. [매개] 전통문화산업의 선순환 구조 창출	17
4. [기반] 기초가 튼튼한 전통문화산업	22
V. 향후 추진일정	26

I. 추진 배경

□ 전통문화의 현대적 활용을 통한 **고부가가치 창출**

- 전통문화는 보존·계승해야 할 중요한 문화자원이기도 하지만, 이를 전략적으로 활용할 경우 산업화·고부가가치화도 가능
 - 이탈리아(가죽공예), 프랑스(전통패션, 도자기) 등 주요 국가는 전통문화의 현대화 및 타 산업과의 연계를 통해 고부가가치 창출
- ※ (사례) 이탈리아 피렌체의 가죽공예 기술은 세대를 통한 전승·현대화를 통해 경쟁력 있는 산업적 영역을 구축하는 동시에 세계의 많은 관광객을 유인하는 관광 소재가 됨
- 지역과 장인 중심의 전통문화 '보존과 계승'을 넘어 전통문화에 창의성, 디자인 및 첨단기술을 접목하여 '활용' 측면에서 '전통문화산업 육성' 필요

□ 전통문화 확산을 통한 **한류의 외연 확장**

- 전통문화는 K-POP, 드라마, 영화, 게임, 웹툰 등 현대 대중문화와 함께 대한민국의 국가이미지와 브랜드 가치를 높이는 핵심 분야
 - 전통문화에 대한 매력도 제고는 한류를 지속시키는 동시에 한국문화 전반에 대한 관심과 선호를 유발, 사회적·산업적으로 긍정적 효과* 파생
- * 외국인인 한국 여행에 관심을 갖는 계기: 1위 한류콘텐츠를 접하고 나서(31.9%), 2위 한국 전통문화를 접하고 나서(28.7%)('23년 4분기 외래관광객 조사(한국문화관광연구원))
- 전통문화를 전략적으로 활용하여 한류 3.0 시대 선도 필요
- ※ 한류1.0(드라마, 영화, 게임 등 K-콘텐츠) ⇒ 한류2.0(순수예술, K-POP 등 K-컬처) ⇒ 한류3.0(전통생활문화 등 K-라이프스타일)

□ 전통문화산업 전략적 육성을 위한 **국가적 노력 경주**

- 중국, 일본 등 주요 국가들은 전통문화의 산업적 중요성을 인식, 새로운 가치 창출을 위한 국가 차원의 집중 육성전략 추진
- ※ (일본) 국가 주도의 문화산업 육성 '쿨 재팬(Cool JAPAN)' 계획 추진(2010년), 일본문화 해외홍보 기구인 재팬하우스(Japan House) 운영 등 자국 문화 수출 지속 강조
- (중국) 전통문화 계승 발전을 주요 전략과제로 인식하고 '우수 전통문화 홍보사업' 등 추진

→ 「전통문화산업 진흥법」 시행('24.9월)을 통해 법적·제도적 기반이 마련됨에 따라, 정부의 전통문화산업 육성 정책 추진을 위한 전략 마련이 필요

< 정책 추진 경과 >

□ 전통문화 관련 주요 종합계획 추진('05년~)

- 「한(韓) 브랜드화 지원 전략」을 수립하여 창조적 고부가가치 창출을 목표로 하는 전통문화 진흥 전략계획을 발표('05년)
- 「한스타일 육성 종합계획」을 수립하여 기존 전략을 수정·보완하고 생활화·산업화·세계화를 통해 전통문화를 콘텐츠화 추진('07년)
- 「전통문화 창조적 발전전략」은 '전통문화를 통한 고품격 문화한국 구현'이라는 추진전략 하에 전통문화를 통한 국가브랜드 상승 목표('12년)
- 「전통문화의 세계화 방안」은 전통문화를 현대 기술 및 생활양식과 접목·확산하여 세계 속 한국문화 브랜드화 추진('15년)

□ 전통문화 분야 주요 입법 현황

- 「김치산업진흥법」('11년), 「한옥 등 건축자산의 진흥에 관한 법률」('14년), 「공예산업진흥법」('15년), 「한식진흥법」('19년), 「국악진흥법」('23년) 등
- ☞ 「전통문화산업진흥법」('23년) 제정을 통해 전통문화의 산업적 확산을 위한 법적 근거가 마련되어 기본계획 수립, 실태조사 추진 등 기반 마련

□ 전통문화산업 진흥 기본계획 관련 연구용역('24.3~12월)

- 전통문화산업진흥 기본계획 수립 연구용역(한국문화관광연구원)
 - (전문가 자문) 전통문화 관련 기관 종사자 및 학계 대상(약 40명), 전통문화산업 정책 인식, 역할과 범위, 정책 체계 및 운영방향 등 의견수렴
 - (사례분석) 일본, 중국, 영국, 프랑스 등 주요 국가 전통문화 정책사례 조사
- 전통문화 산업 실태조사를 위한 기초연구(한국문화관광연구원)
 - (전문가 자문) 전통문화 및 통계 관련 기관 종사자 등(20회, 42명), 전통문화 분류 체계 수립을 위한 분야별 범위 정립, 시범조사 대상 등 의견수렴

□ 전통문화산업 종사자 및 일반 국민, 유관 부처 의견수렴('24.5~10월)

- 각 지역 거점에서 전통문화 전문가, 산업종사자, 사업 담당자, 일반 국민 등을 대상으로 다양한 전통문화 분야를 망라하는 논의의 장 마련
 - 전라권(5.31.), 경상권(6.4.), 강원권(6.13.), 충청권(6.28.), 경상권(7.9.), 서울(7.17., 8.5.)
- 농식품부(9.12.), 국가유산청(8.29.), 국토부 등 유관 부처 의견수렴 및 협의

II. 현황 및 분석

1 현황

□ 전통문화에 대한 대내외 인식 현황

- (높은 호감도) 국민들은 우리 전통문화에 대해 대체로 긍정적으로 인식
(가치있다 60.6%, 친숙하다 41.8%, 특별하다 34.5%, / 2022년 전통문화산업실태조사)
 - 전 세계적 한류 열풍이 한국의 문화 전반에 대한 관심으로 연결되며, 전통문화 자체가 대한민국 호감도를 제고시키는 요소
 - ※ 한류 등의 영향으로 외국인들이 대한민국에 대한 호감도는 높은 수준이며(긍정 응답비율 75%), 전통문화 체험 의향 비율도 매우 높은 수준(81.1%)을 보임(2023년, 국가이미지조사)
 - 높은 호감도에 기반, ‘한국적인 것’을 기업의 브랜딩, 마케팅 전략으로 활용
 - * (예) 뉴욕의 ‘원조 기사식당’은 한글 메뉴, 80년대 인테리어, 커피자판기 등으로 화제
- (낮은 경험률) 전통문화에 대한 긍정적 인식에 비해 실제 경험률은 전반적으로 낮은 수준(전통문화 취미 활동 평생 경험한 적 없다. 45.2%)
 - 외국인 인식 측면에서도 관심과 선호도에 비해 실제 인지도는 상대적 저조
(“한국하면 떠오르는 자유연상 이미지” 질문에 전통문화 8%, 대중문화 65%)
 - 전통문화는 문화적 영향력을 결정하는 중요한 요인으로 낮은 인지도는 한류 외연 확장을 위한 과제(중국, 일본 등 국가와의 인지적 모호성)

□ 전통문화 관련 업체 현황

- (업체 현황) 전통문화산업을 영위하는 사업체의 전체 평균 매출액은 약 8.7억원이며, 종사자수는 평균 5.6명으로 일반 제조업* 대비 영세

* 2022년 제조업 중소기업 평균 매출액은 42.9억 원, 평균 고용인원은 14.1명
(2024, 중소기업실태조사, 중소벤처기업부)

<전통문화산업 분야별 평균 매출액 및 종사자수>

분야	평균 매출액(억원)	평균 종사자 수(명)	출처
전통건축	16.2	9.6	(2022, 전통문화산업 실태조사, 한국공예디자인문화진흥원) * 전통건축·식품·공예·복식 4개 세부 산업 분야 조사
전통식품	15.6	7.6	
전통공예	2.4	3.3	
전통복식	1.2	1.2	
전체	8.7	5.6	

- (산업 규모) 공예, 한식 등 연관산업은 별도 실태조사로 매출액, 종사자 등 파악은 가능하나, 종합적 산업 규모를 파악할 수 있는 기초 조사 미흡

<전통문화 연관산업 개별 실태조사 주요 결과>

분야	매출액(억원)	종사자 수(명)	사업체 수(개)	출처
공예	52,697	64,219	7,843	2022 공예산업 실태조사
한식	1,426,787	1,290,106	512,979	2023 한식산업 실태조사
한복	1,420	4,844	3,608	2022 한복산업 실태조사
한옥(체험업)	334	3,530	1,552	2021 관광산업조사

- (성장 가능성) 전통 도제식, 수공업 등 생산방식은 산업화의 기본인 대량 생산, 표준화에 미흡, 독립산업으로 성장하기 위해 약점 요인 보완 필요
 - 다만, 타 산업 제품 및 서비스에 전통적인 디자인 요소와 가치를 연계*하는 융합 산업은 현대 소비자 수요(유행트렌드*)와 부합하며 높은 성장 가능성

* (다이소) 한글, 전통문양 활용 상품에 대한 소비자의 높은 관심과 판매 실적

** 전통문화를 현대적으로 재해석해 즐기고 소비하는 트렌드

□ 정책 현황과 한계

- (진흥정책 지속) 기능별·분야별로 농식품부(한식), 국토부(한옥), 지자체에서 지속적 정책 추진으로 분야별 진흥법 제정, 전문기관 설립 등 성과

* [전문기관] 한복진흥센터(문체부), 국가한옥센터(국토부), 한식진흥원(농식품부) 등

※ (참고) 전통문화 관련 소관부처 및 담당 분야

소관	분야	근거 법률
문화체육관광부	○전통생활문화(한복, 한지, 한식문화 등)	○전통문화산업진흥법
	○전통공연예술(음악 무용 연희 등)	○국악진흥법
	○전통공예, 미술 등	○공예문화산업진흥법
	○전통무예	○전통무예진흥법
국가유산청	○국가유산(문화유산, 자연유산, 무형유산)	○국가유산기본법 등
농림축산식품부	○한식	○한식진흥법 등
국토교통부	○한옥	○한옥 등 건축자산의 진흥에 관한 법

- (정책 추진기반 미흡) 전통문화 개념* 자체가 매우 광범위하여 실태조사, 인력양성, 유통체계 등 산업 성장의 토대가 되는 정책 기반 미흡

* 「전통문화산업진흥법」 제2조(정의) 상 음악·무용·미술 등의 ‘전통예술’과 의식주 등 실생활과 관련된 ‘전통생활양식’으로 크게 분류되며 적용 범위가 매우 광범위

2

환경 분석과 과제

□ 정책환경 SWOT 분석

- 전통문화산업 SWOT 분석을 통해 강점, 기회 활용 및 약점, 위협 극복을 위한 정책 방향 도출

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
○ 한복, 한지, 한식 등 분야별로 독특하고 풍부한 전통문화 자산 보유 ○ 재외문화원, 세종학당 등 다양한 해외 네트워크 보유 ○ 전통문화에 대한 국민들의 높은 호감도 ○ 「전통문화산업 진흥법」 제정을 통해 법적 근거에 기반한 정부의 지원 근거 마련	○ 전통문화 산업생태계 기초 통계자료 부족 ○ 전통문화 상품 생산·제작 구조 영세성 ○ 전통문화산업 분야와 타 산업 분야 간의 융합 인력 및 매개 인력 부족 ○ 기존 종합계획은 공급 위주의 정책으로, 수요가 부족한 전통문화 시장 특성 미반영 ○ 전통문화 종합 정책의 추진체계 미흡
기회(Opportunities)	위협 Threats
○ K-culture의 인기로 인한 한국 전통문화에 대한 세계적인 관심 증대 ○ 글로벌 콘텐츠 플랫폼으로 인해 전통문화 콘텐츠 유통 용이 및 전 세계 접근성 제고 ○ 청년들의 관심과 창업 사례 증가 ○ 3D 데이터, AI 등 첨단기술 접목 확대	○ 일본, 중국 등 다른 아시아 국가들도 전통문화 산업을 적극 추진하여 경쟁 심화 ○ 인구 감소 및 지역 소멸로 인한 지역 전통문화자원의 소멸 가속화 ○ 장인 등 전통문화 전문인력의 고령화 및 후계자 양성 미흡 ○ 전통문화상품에 대한 수요 부족

□ 정책 기본방향

- ◇ (공급) 기술 융합, 창업 활성화 등 '**기업지원을 확대**' 하여 약점 요인 보완 ⇒ **기업의 영세성 극복 및 산업 고도화 촉진**
- ◇ (수요) 전통문화에 대한 **관심 증대** 등 기회요인을 활용하여 전통문화 잠재 수요 발굴 ⇒ **전통문화 신시장 창출**
- ◇ (매개) 전통문화 창업기업 유통지원 및 해외 판로개척 등 국내외 전통문화 홍보 강화 ⇒ **전통문화산업의 선순환 구조 창출**
- ◇ (기반) 정책 추진체계 확립으로 강점 요인 극대화하고, 체계성 부족 등 약점 보완 ⇒ **전통문화산업 육성 기반 조성**

Ⅲ. 추진전략 및 중점과제

비전	전통문화를 고부가가치 新 한류 산업으로 육성	
목표	현대화·융합으로 전통문화산업 생태계 조성	전통문화를 K-컬처의 대표 브랜드로 육성
핵심 전략 및 중점 과제	전략 1. (공급) “전통문화기업의 신성장동력화”	
	(과제 1) 전통장인에서 전통문화기업으로 육성	
	(과제 2) 전통문화산업 분야 R&D · 금융지원 확대	
	전략 2. (수요) “일상에서 즐기는 전통문화”	
	(과제 3) 일상 속 전통문화 향유 기회 확대	
	(과제 4) 전통문화 공공수요 발굴 및 활용 확대	
	전략 3. (매개) “전통문화산업의 선순환 구조 창출”	
	(과제 5) 전통문화기업 국내 유통 지원	
	(과제 6) 전통문화의 해외진출 및 홍보 강화	
	전략 4. (기반) “기초가 튼튼한 전통문화산업”	
	(과제 7) 전통문화산업 인력 양성	
	(과제 8) 전통문화 정책 추진체계 정비	

IV. 추진내용

1 [공급] 전통문화기업의 신성장동력화

과제 1 전통장인에서 전통문화기업으로 육성

◇ 전통장인 중심으로 디자인, 제작, 판매가 이루어지는 **공방·소기업 형태로 인해 전문기업으로 성장하기에 한계** → 산업적 성장을 위한 **기업 육성이 필요**

- * 전통문화산업 5인 미만 사업체 비율 약 75%(2022 전통문화산업실태조사)
- * 전통문화는 발전 가능성이 높은 분야로 산업 성장의 성공 가능성을 높이기 위해 혁신적인 모델이 많이 만들어지는 것이 중요('24.8.5. 전통문화기업 간담회)

👉 **청년 창업지원**(250개 창업기업, 10대 선도기업), **대(중)견기업-장인 협업, 인프라 조성**

□ 현대적 감성과 디자인 기반의 전통문화기업 육성

○ (**청년 창업기업 육성 250개**) 성장단계별 '예비(창업 전)-초기(창업 3년 이내, 3년간 1억 원)-도약기(창업 4~7년 이내, 2년간 1억 원)' 기업 지원 확대

- 소비 트렌드('힙 트레디션')에 맞는 **현대화된 전통문화상품 개발 지원**

※ '25년 초기 창업기 30개 기업, 도약기 10개 기업 지원 예정

→ 기업 수를 점진적으로 확대하여 '29년까지 누적 250개 기업 육성 목표

- 기업이 필요한 **맞춤형 서비스***를 구매할 수 있는 **이용권(바우처)** 지원

* 포장, 디자인 개발, 재무·회계, 플랫폼 구축, 홍보·마케팅 등의 서비스 이용권

※ 전통문화 분야 창업기업 성공사례



(무자기) 스타벅스, 미쉐린, 국립 중앙박물관 등 굿즈 제작, 신세계 스타필드 무자기 쇼룸 오픈



(더바른컴퍼니) 굳지 않는 떡(100% 국산 쌀) 개발, HACCP 인증, '24년 문화체육관광부 장관상



(오르디자인하우스) ELLE 수지 화보 한복, 인천공항 홍보영상 한복, 마블 영화 한복, 블랙핑크 한복 등 제작

- (선도기업 발굴 10개) 전통문화 분야의 글로벌 진출을 선도하는 기업 모델 발굴을 위해 집중지원 방식으로 선도기업(명품기업) 육성 추진('26년~)
- 전통문화기업의 영세성(매출액 100억 미만 기업 비율 약 98%) 및 글로벌 진출 취약성(수출 실적 있는 기업 비율 약 5%) 극복을 위한 성장모델 발굴·확산

<전통문화산업 선도기업 지원 계획(안)>

- (지원목적) 전통문화 성장 유망 중소기업을 집중 지원하여 중견기업으로의 도약 발판 마련
 - * 중소기업(창업·도약기업 지원, 1억 원) → 선도기업(선도기업 지원, 3억원) → 중견기업
- (지원대상) 업력 4년 이상, 3개년 평균 매출액 20억 원~300억 원에 해당하는 중소기업
- (지원내용) 제품 개선, 지식재산권 취득, 현지 판로개척 등 기업 선택 맞춤형 지원
 - * (사례) 전통주 업체 '국순당'은 문헌에서 전해지는 옛 술을 복원하여(백세주 등) 60여개 국가에 수출
 - 일본 기후현 세키시(市) 제조 칼은 전통 제철기술을 계승·발전시켜 세계 고급 주방 칼 시장 선도

□ 기업 협업으로 전통문화 상품 경쟁력 강화

- (기업-장인 협업 대표모델 50개) 대(중견)기업 상품과 장인의 기술을 접목하는 협업 사업모델로 50개 전통문화상품 발굴*('25년~)
- * '25년 5개사 내외(10개 제품) 우선 추진 후, 성장 유망 분야 집중 개발
- IT·의류·식품 등 대(중견)기업의 상품 고급화·사회공헌 전략과 전통 장인의 인지도 제고·판로개척 목적의 결합으로 상호 시너지 창출

※ [추진 과정] 인지도 높은 협업기업 발굴 ⇒ 전통문화 기술(기업, 장인) 선발
⇒ 협업상품(서비스) 개발 컨설팅 및 양산 지원 등

분야	프로젝트 예시	
화장품	전통양식을 모티브로 한 화장품 라인 출시 * (해외) 중국 화장품 회사 마오거핑은 황실 건축스타일, 전통예술 작품 등과 어우러진 화장품 라인(기온공방) 시리즈 출시 * (국내) 설화수 화장품 케이스에 옥공예 등 활용한 컬렉션 출시	
의류	유명 의류 브랜드 제품라인에 전통 스타일의 현대적 디자인 * (해외) 유니클로와 상하이 박물관이 협업, 전통문양이 디자인된 제품 출시 * (국내) 의류브랜드 스파오 한복업체(리슬)와 협업 한복가운 등 개발	
식품	전통문양을 포장재로 활용한 특별 에디션 등 출시 * (해외) 맥도널드와 중국 삼성퇴박물관이 협업, 특별 메뉴 출시 * (국내) 스타벅스 자개공예 전문가와 협업한 굿즈 출시 등	

□ 창업기업 육성을 위한 진흥센터 조성

- (가칭 **전통문화산업 진흥센터 조성**) 전통문화산업 종사자(청년 창업가, 장인 등) 간 정보교류를 위한 사무공간, 교육, 홍보·마케팅, 전시·유통 등 종합 지원하는 인프라 조성 검토

- * 전통문화로 창업한 젊은 기업인들을 위한 유통, 보육공간 등 필요('24.8.5, 전통문화기업 간담회)
- * 「전통문화산업진흥법」 제16조(전통문화산업 기반시설의 확보)

<전통문화산업 진흥센터 기능(안)>

기업 보육	교육·컨설팅	전시·유통
• 사무실·회의실 • 공용장비 활용, 시제품 제작	• 장인 기술 전수 교육 • 창업, 마케팅, 인사, 재무 기초 교육	• 시제품 전시, 체험존 • 전통문화상품 판로지원

※ 콘텐츠 분야 CKL 기업지원센터(서울 중구), 스포츠산업종합지원센터(서울 송파구) 등 산업 분야별 진흥 거점기관과 같은 기능으로 기존시설·유희시설 리모델링

- (**지역별 진흥센터 기능 강화**) 지역 장인, 축제, 행사 등과 연계하여 지역별 특성에 부합하는 정책 지원을 위한 **지역별 거점 조성 검토**(권역별 1개 목표)
- 지역 인프라, 보유 자원을 연계·활용하여 '지역 장인발굴·연구 → 제품개발 → 전시·판매'가 가능한 공간으로 운영(광역문화재단 또는 지역기관*과 협력 운영)
- * [지역별 특화 기관] 한국한복진흥원(상주), 한지산업지원센터(전주), 한국국학진흥원(안동) 등

<지역 전통문화산업 진흥센터 기능(안)>

장인발굴·연결	연구·제품 개발	전시·판매
• 지역 장인과 연결 • 지역 전통문화의 해석·연구	• 지역 전통문화 가치를 담은 현대화된 제품 연구·개발	• 시제품 개발, 체험존 구성 • 지역 축제, 마켓 연계 팝업

※ 지역콘텐츠산업 육성을 위해 지역거점형 콘텐츠기업지원센터(10개소), 콘텐츠 코리아랩(15개소)(콘텐츠진흥원)이 운영 중

<일본 우나기노 네도코 사례>

- (개요) 지역 장인을 발굴하고 컨설팅, 다양한 상품 개발 및 전시, 판매
- (의미) 메인 스토어를 거점으로 지역 내 장인공방, 전통 공예품 전시공간 등 다양한 전통문화자원을 이어주는 역할 수행



과제 2

전통문화 분야 R&D · 금융지원 확대

◇ **전통소재와 공정의 한계**(원재료 생산 감소, 소량생산 구조 등) 극복을 위해 첨단기술을 활용한 현대화 필요 및 **기업의 유지·성장을 위한 자금 확보 지원 필요**

* 전통직물 소재를 과학기술과 결합하여 한복을 일상화할 수 있는 편리한 신소재 개발 필요('24.6.4, 경상권 한복 토론회)

☞ R&D(신소재·제품 개발 등) 확대, 전통자원 데이터화 및 활용, 금융·투자 지원

□ 전통문화상품 소 주기 혁신형 기술 개발

- **(R&D 선도프로젝트 추진)** 전통문화상품 소재(재료)-생산-판매까지 이르는 가치사슬 소주기 혁신형 선도프로젝트 추진 검토(과기부 협업)
 - **(소재 혁신형 R&D)** 수입 재료 대체 소재(옷칠 소재 등) 기술개발, 친환경 소재 개발, 쉽게 깨지지 않거나 잘 녹슬지 않는 품질 혁신 기술개발 등 생산 소재 혁신
 - **(공정 혁신형 R&D)** 소량생산 구조의 한계를 극복하고 대량 생산 체제 구축이 가능하도록 자동·분업화가 가능한 공정 혁신 기술개발
 - **(시장 창출형 R&D)** 첨단기술 융합으로 새로운 상품개발 및 서비스 개척이 가능한 시장 창출 과제 연구개발

<분야별 R&D 선도프로젝트 예시>

분야	소재 혁신	공정 혁신	시장 창출
한복	비단섬유 대체 기술개발	직물 제조 자동화 기술개발	신체맞춤형 한복 디자인
한지	불순물 제거 정제 기술개발	한지 대량 생산 공정 기술	품질 인증과 표준화 기술
목재도료	충격에 강한 목재 기술	다색상 생산 공정 기술	옷칠 활용 기술 개발
도자	가볍고 강한 도자 기술	다형태 제조 공정 기술	전통문양 패턴 적용 기술
염료	천연 염료 정제 기술	바이오 염료 양산 기술	전통 염료 색상 표준화



□ 데이터 개방 및 응용 콘텐츠 개발

- (국·공립 박물관 유물 데이터 개방) 국립박물관 소장 유물의 데이터화* 및 데이터 기반 실감 콘텐츠 서비스** 개발·제공(국립박물관재단 협력)

* 국립중앙박물관 3D 데이터 124건(금동 반가사유상, 철제여래좌상 등) 개방('24.11월 기준)
국립민속박물관(파주) 온라인 수장고(6,112건), 민속 아카이브(약 20만건) 자료 개방 및 활용

** 디지털 실감 영상관(VR 체험) 운영 및 온라인 실감콘텐츠 제공(국립중앙박물관)

- (현대적 상품개발) 공모전, 워크숍 등을 통해 유물 데이터를 활용한 협업상품 개발 및 뮤지엄숍, 온라인 채널(네이버 쇼핑, 카카오 선물하기 등) 유통

- (실감 콘텐츠 제작) 고품질 디지털 데이터를 활용한 미디어아트*, 가상·증강현실 등 콘텐츠 제작 및 국내외 거점에서의 홍보 확대

* (예시) 금동미륵보살반가사유상 미디어아트(27m, 8K 화질)인천국제공항 상영('22.3월),
몰입형 미디어아트 전시관 '아르떼 뮤지엄'(제주, 강릉, 부산, 여수 등)('20년~)

※ 활용 사례 그림(의류, 실감 콘텐츠)



□ 전통문화기업 특화 금융·투자 지원 제도 신설

- (펀드·투자 활성화) 전통문화 유망성장 기업의 자금 조달을 돕도록 「모태펀드 문화계정」 중 '문화일반펀드' 분야를 활용한 투자 촉진('25년~)

* 전통문화 분야 낮은 수익성 인식을 개선하기 위해 문화일반펀드 운용사 대상 투자상담회 개최 및 투자 유도로 성공사례 창출 추진

- (클라우드 펀딩 지원) 사업 컨설팅, 클라우드 펀딩 방법론 교육, 펀딩 소요 비용(수수료, 홍보자료 제작)까지 지원하는 클라우드 펀딩 종합지원 도입

- (이차 보전 지원) 협약금융기관을 통해 전통문화기업이 필요 자금을 대출할 때 일반 금리보다 낮은 금리로 이용할 수 있도록 이차보전 도입 검토

- 민간은행과 전통문화산업 특화 금융상품 개발 협의

* 전통문화분야 기업 78.8%가 대출이자로 어려움, 가장 필요한 정부 지원정책으로 1순위 '운영자금(금융)지원(45.3%)'(2022년 전통문화산업 코로나19 피해현황조사)

2

(수요) 일상에서 즐기는 전통문화**과제 3****일상 속 전통문화 향유 기회 확대**

◇ 향유·체험 기회 확대 → 인지도·호감도 제고 → 상품·서비스 구매 촉진

* 소비자 구매 촉진을 위한 방안 설문결과, "일상생활의 현대적 기능성을 높인 상품 보급(74.8점)", "품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리(72.1점)", "다양한 전시·행사를 통해 소비자 체험 활성화(71.4점)" 순 (2024 전통문화산업활성화를 위한 기반조성 연구)

☞ 한복, 한지, 한식, 한옥, 전통공예, 전통공연 등 분야별 향유 기회 확대

□ **[한복] 한복 입는 문화 확산**

○ (한복 문화행사 개최) '한복의 날(10.21.)' 및 '한복문화주간'(10월 3주)에 국내외 주요 도시와 연계하여 한복 전시·체험 행사 개최("25년~)

- 고궁 내 국내외 관광객 대상 전통한복 곱게 입기 행사 및 성년례 재현행사, 홍보영상* 등을 통한 가치 확산("25년~)

* ('24년) 한복의 생애주기별 의례 문화를 중심으로 한 한복 소개 영상 "전통한복, 일상의례" 등

○ (일상 속 한복 입기 확대) '한복입기' SNS 캠페인 및 '한복패스*' 시범 도입하여 박물관, 미술관 등 문화시설 입장 시 혜택 제공

* 주요 관광지(종로, 전주, 경주 등)에서 한복패스를 배부, 한복을 입고 한복패스를 소지한 경우 문화시설 입장 할인, 상품 할인 등 혜택 제공(사례 : 교토 '기모노 패스포트')

○ (지역별 '한복문화창작소' 조성) 지역의 전통자원과 연계하여 한복 창작 지원, 한복 체험, 교육 등을 지원하는 공간 조성 확대 검토

* [지역별 특화 ▲(전주) 한옥마을 연계 한복 체험행사 특화, ▲(강릉) 지역규방공예 기반 한복 교육 및 연구 특화 ▲(부산) 지역 패션산업과 융합 한복디자이너 발굴·창업 특화 등

□ **[한지] 한지 인지도 및 가치 제고**

○ (한지상품 공모전) 상품군*(실용성 중심), 작품군(심미성 중심) 한지문화 상품 개발 공모를 통한 신규 한지 수요 창출 및 소비 기회 확대("25년~)

* 인테리어 벽지, 선물용 포장지, 주류 포장지(전통주 라벨) 등 한지 접목 확대

○ (홍보콘텐츠 제작·확산) '한지의 가치(친환경·보존력) 재조명' 콘텐츠를 제작하고 미디어 및 국내 전광판 등에 송출("25년~)

□ [한식] 한식 문화 대국민 체험 확산

- (한식문화공간 '이음' 운영) 배움터, 갤러리, 도서관 등 한식 관련 전시·체험·교육공간으로 한식문화 홍보 강화(농식품부) ('25년~)

* '23년 한식문화공간 '이음' 방문객 163,520명(전년대비 22.6%↑), 체험객 3,742명(전년대비 15.4%↑)

- (음식관광 콘텐츠 발굴) 지역성, 고유성, 외국인 수용성, 확장성 등을 고려하여 선정된 음식관광 콘텐츠 33선* 활용, 스토리텔링 콘텐츠(자료집, 영상) 제작·홍보 등 관광산업 연계(한국관광공사 협업 '25년~)

* (K-로컬 미식여행 33선) ▲지역 대표 음식, ▲지역 대표 제철 식재료, ▲지역 대표 전통주 등 3가지 주제로 구분해 선정(수원 왕갈비, 통영 굴, 안동소주 등) (경인 5, 강원 5, 충청 4, 경상 7, 전라 11, 제주 1)

- 지역별 특색 있는 음식 콘텐츠(종가음식, 사찰음식, 전통디저트 등)를 발굴하여, 브랜딩·유통·홍보 등 지원 확대

□ [전통공예] 전통공예 가치 확산

- (공예문화 확산) 공예주간*(매년 5월 셋째주) 연계 전통공예 전시, 체험, 장터 운영 등을 통한 홍보 및 인식 제고('25년~)

* '24년 공예주간 거점도시 4개소(전주, 고성, 부안, 진주) 및 기획프로그램 14개소 운영

- (전통공예 체험공간 조성) 전시, 체험 공간 조성* 및 교육 프로그램 운영으로 전통공예의 우수성 및 미적 가치 확산 기반 마련('25년~)

* 옷칠목공예전시관(남원, 전시실·수장고·교육실 구축, '26년~), 국립광주박물관 도자문화관('25년~), 국립대구박물관 복식문화관('27년~) 등

- (지역별 '공예창작지원센터' 조성) 지역별 특화된 공예 상품개발, 제작, 판매, 교육 등을 위한 공간 조성('24년 8개소 운영)

* 경기 여주(한국도자재단), 전남 나주(나주시천연염색문화재단), 경남 진주(진주공예인협회), 충남 아산(온양민속박물관), 전북 정읍(전라북도 공예협동조합) 등

□ [전통공연] 전통공연 체험 기회 확대

- ('국악주간' 운영) 「국악진흥법」 시행('24.7.26.~) 계기로 법정기념일 '국악의 날(6.5.)' 지정, 국악 공연, 체험·교육 등 다양한 행사 개최('25년~)

- (향유 기회 확대) ▲국립기관 공연(국립국악원, 국립중앙극장) 축제, ▲4대 궁궐 등 대표 문화공간 활용 상설공연* 체험 제공('25년~)

* 궁궐에서의 국립국악원 정악단 및 무용단 공연을 확대하여 궁중음악 확산

- '전통연희축제', '한국민속예술제' 개최 등을 통한 전통연희의 현대적 계승 및 지역별 민속예술의 보존·전승·활용 계기 마련('25년~)

- (타 산업 융합) 게임의 주제곡·배경음악을 국악으로 재창조*하거나 영화음악·대중음악에 국악기 사용 확대 유도(국립국악원)

* '국립국악원 게임 사운드 시리즈'를 발매하여 '메이플스토리', '리니지 등 13개 유명 게임의 주제곡과 배경음악을 국악으로 재창조한 곡들을 수록('24년)

□ [전통놀이 개발 및 보급] 전통놀이를 오늘에 맞게 재확산

- (VR·AR 기술 활용) 어린이·성인 누구나 재미있게 접근이 가능하도록 전통문화(전통놀이 등)를 활용한 융합 콘텐츠* 제작·보급(10개 내외)

* (게임형 콘텐츠) 널뛰기, 줄다리기, 차전놀이 등 VR 기술 등을 활용 제작, 전통놀이 체험 공간 조성이 가능한 공공기관이나 온라인 보급

- (전통놀이 콘텐츠 제작) 전통놀이 현대화 콘텐츠*를 추가 개발하고 유관기관 행사 연계* 및 초등학교 보급('24년 20여종→'29년 40여종)

* 윷놀이, 공기, 산가지 등 기 개발 23종을 활용하여 오늘전통 축제, 공예 행사 등 연계

□ [전통이야기] 이야기 콘텐츠 활용 및 확산

- ('이야기할머니' 사업 확대) 한국적 정서를 담은 선현미담의 이야기를 유아·초등학생에게 구연하는 '이야기할머니' 사업 확대 검토

※ '23년부터 파견 기관을 기존 유아기관에서 초등학교(늘봄학교)까지 확대('24년 185개교) → '29년까지 전국 초등학교 수의 20% 수준까지 확대 목표(약 1,200개교)

- ('전통나눔 할아버지' 양성) 남성 노년층 대상, 전통나눔 할아버지를 양성하여 유아·초등생 대상 전통놀이 등 프로그램 제공*

※ '25년 35명(시범사업) → '29년, 이야기할머니의 10% 수준(320명)까지 확대 검토

* 전통이야기를 구연하는 이야기할머니 사업의 활동 주체 및 분야를 확대하여 할아버지의 경험을 바탕으로 인성 함양을 위한 전통문화 교육 추진

과제 4

전통문화의 공공수요 발굴 및 활용 확대

◇ 정부와 공공 영역이 앞장서서 전통문화를 알리고 **전통문화상품 소비 증진**을 통해 **판매 확대, 인식 개선**을 위한 역할 필요

☞ **한복 착용 확대, 전통문화상품 공공 구매 확대, 한지 공공수요 창출** 등

□ [한복] 정부 · 지자체 · 공공기관 중심으로 한복 착용 확대

- **(기념일 드레스 코드)** 국경일(3·1절, 제헌절, 광복절, 개천절, 한글날), 기념일(57개) 등 정부 각종 행사의 기념식 개최시 행사 성격에 따라 ‘**옷차림 약속(dress code)**’을 한복으로 지정, 한복입는 문화 확산
 - 재외 공관장, 해외 문화원장, 교육원장 등 해외에서 국경일, 전통 명절 관련 행사시 한복 착용 권장(가이드라인 개발 및 제공)
 - 문체부부터 선도적으로 **신년음악회, 연말 정부포상 수여식, 문화의 날** 등 각종 행사에서 우선적으로 도입 검토
- **(한복입는 날)** ‘매달 마지막주 수요일은 한복입는 날’로 정하여 정부·지자체·공공기관에서 정기적으로 한복을 입는 계기 확보
 - * (사례) 문체부는 매달 마지막주 수요일은 한복입는 날로 정해 자율적 참여를 유도
- **(한복근무복 도입)** 현대화·실용적 한복디자인 개발 지원으로 **한복 일상복, 한복근무복** 등의 보급 확대(‘25년~)
 - 박물관, 미술관, 해외문화원, 공공시설 대상으로 **안내 직원** 등 대민 접점이 많은 직무 분야부터 한복근무복 우선 도입
 - * (도입사례) 독립기념관, 한국의집, 종묘관리소, 광주관광공사, 인천공항 여행자센터 등

□ [공간] 한국의 전통문화에 기반한 한국적 공간 디자인 개발 · 보급

- **(한국적 생활공간 디자인 개발)** 한국적 색채를 담은 생활공간에 대한 디자인 가이드라인 개발 및 보급(‘26년~)
 - 해외문화원, 세종학당, 재외공관 접견실 등 한국의 문화적 품격을 보여줄 수 있는 디자인으로 인테리어 적용(리모델링 혹은 신설시)
 - * (사례) 동경문화원 마루, 안채, 등 한옥의 요소를 활용한 공간구성을 통해 한국적 이미지 연출



□ [전통공예품] 전통문화상품의 공공 구매 기회 확대

- (기념품 활용) 우수 전통문화상품을 외빈 접견, 국제교류 행사시 준비하는 기념품으로 사용할 수 있도록 안내*

* (예시) 국립박물관문화상품(뿔즈), 나라장터(정부조달 문화상품), 우수문화상품(K-RIBBON), 오늘전통창업 상품 등 우수한 전통문화상품에 대한 온·오프라인 구매처 정보 제공

- (접견공간 물품) 기관별 외빈을 맞이하기 위한 공간(접견실, 대기실, 기관장실 등)의 물품 구매시 전통공예품을 이용하도록 가이드라인 개발·제공

* (예시) 명패 디자인, 자개 무늬 테이블, 한지조명, 전통찻잔, 조각보 컵받침 등

- ('정부조달 문화상품' 제도 활용) 우수 전통문화상품을 '정부조달 문화상품'으로 선정하여 종합쇼핑몰 등록, 상설전시관 운영 등을 통해 공공기관 구매 촉진(조달청)

※ 나라장터 종합쇼핑몰(온라인) 테마몰에서 별도 카테고리를 통해 전통문화상품 판매·보급
(규모) 2,353백만원/20년 ⇨ 3,614백만원/21년 ⇨ 5,331백만원/22년 ⇨ 3,347백만원/23년

□ [한지] 공공수요 창출을 통한 발전 기반 구축

- (공공수요 창출) 전통한지 산업이 자생력을 가질 수 있도록 일정 기간 공공수요를 확보하여 한지의 고유한 가치 확산

- (포상증서) 정부포상증서(행안부) 및 공무원 임명장(인사처·지자체) 제작 시 전통한지 활용*을 확대하여 영예성 제고

- (명함) 대외 교류가 많은 기관장의 명함은 한지로 제작 권고

- (교육 기관 연계) 전통한지를 사용한 태극기 제작, 고서·고문서 (훈민정음해례본 등) 복간하여 초·중·고교 및 세종학당 등 보급

3 (매개) 전통문화산업 선순환 구조 창출

과제 5 전통문화기업 국내 유통지원

◇ 전통문화상품이 실질적 소비로 이어지도록 박람회 등 대규모 행사, 지역축제 등 연계한 전시·판로 확대 및 온·오프라인 유통·판로 지원

* 주요 온라인 채널 입점 애로 등 사업체 운영 어려움으로 '판매부진 및 판로개척'이 절반 이상(51.1%) 차지(전통산업활성화를 위한 기반 조성연구, 2024, 한국문화관광연구원)

☞ 전통문화산업 박람회, 지역 관광 축제 연계, 유통플랫폼 다각화

□ 대규모 행사 연계 전시·홍보·상담 기회 확대

○ (한류축제 연계) 한류 분야 대규모 축제인 (가칭)'Beyond-K Festa'와 연계, 전통문화 비즈매칭(B2B), 전통문화 체험 행사(B2C) 개최('25년~)

- 한류에 대한 높은 관심이 전통문화로 확산되며 상호 시너지 창출

- 전통문화기업 부스를 운영하여, 수출상담회, 네트워킹 진행 및 전통 놀이, 한복체험, 한지공예 등 전통문화 체험행사 연계

○ (대규모 전시·박람회 연계) '공예트렌드페어', 'کم업*(창업 페스티벌)', '동행 축제**' 등 타 판로지원 사업과 연계하여 전통문화상품 홍보 확대(중기부)

* 국내 공공 창업 페스티벌로, 오늘전통창업기업의 참가 지원을 통한 투자 유치 기회 확대

** 동행축제 계기 온·오프라인 유통채널에 오늘전통창업기업 전통문화상품 입점 추진

○ (전통문화산업 박람회 개최) B2C(일반소비자 체험 이벤트), B2B(기업 네트워킹 등) 행사를 결합한 형태의 '전통문화산업 박람회' 개최('26년~)

* 산업관(기업관, 창업관 등), 초청관(해외박람회, 해외기관 등), 주제관 외 전시, 포럼/워크숍, 체험, 공연 등 프로그램 등 다채롭게 구성

□ 지역 관광축제와 연계한 전시·판로 확대

○ ('오늘전통' 축제* 확대) 추석 명절 계기 '전통문화주간'을 운영, '(가칭)전통문화 축제 - 오늘전통 한마당' 개최('25년~)

* 전통문화 전시, 체험, 교육 및 전통문화상품 판로지원 등 B2C, B2B가 어우러진 종합 축제

- 지역별 개최되는 명절계기 행사를 연계하여 '오늘전통' 브랜드로 종합·홍보하며 전국단위 행사로 추진((가칭)"오늘전통 한마당 in 지역명")
- (축제·행사 연계 팝업스토어 조성) 지역 대표 축제와 연계하여 전통 문화상품 판매를 위한 팝업스토어 조성 지원('26년~)
- '문화관광축제*'('25개, '24~'25년)와 연계하여 우수문화상품, 오늘전통창업 상품 등 선별된 전통문화상품의 지역 판로지원 확대
 - * 축제 참여 부스 선정 시, 지자체와 우수문화상품·오늘전통창업 상품 등 입점 협의
 - ※ (사례) 안성맞춤남사당바우덕이축제 內 '안성 문화장 페스타: 조선 3대 장인 '안성장'을 재해석하여 전국 문화예술장인을 한자리에 모아, 체험·공연·판매까지 운영하는 행사

□ 전통문화상품 유통플랫폼 다각화

- (온라인 채널 입점 지원) 온라인 상품 판매를 위한 플랫폼(29cm, 네이버, 쿠팡, 아마존) 입점 지원(1:1 입점 컨설팅, 입점 시 비용지원 등)('26년~)
- 국립박물관 뮤지엄숍(온·오프라인), 공진원(공예정원) 등 유관기관 온라인 상품 판매 경로를 활용, 오늘전통창업 등 전통문화상품 입점 추진
 - ※ 국립박물관문화상품(뭇즈)(museumshop.or.kr), 공예정원(우수공예품 등)(kcdshop.kr) 등
- (오프라인 판매 공간 확대) 한복, 한지, 공예 등 분야별 판매 점점 확대
 - (한복상점) '한복상점*(한복박람회)을 통한 한복 전시·판매('24년 112개 업체 참여) 확대 및 한복 종사자 간 교류 기회 마련
 - * ('24년) 참여업체 112개, 매출액 19.7억원(전년대비 60%↑), 관람객 수 43,965명(전년대비 10.5%↑)
 - (한지가헌) '한지가헌'(舊한지문화산업센터)을 통해 전통 한지공방(19개소) 수록지 및 한지문화상품 전시·판매를 확대하여 검증된 상품에 대한 대국민 체험·홍보 기회 마련
 - (타 부처 협업) 정책면세점*, 판판대로** 등 타 부처 판로지원 사업과 연계하여 전통문화 관련 기업 입점 지원(중기부 협업)
 - * 전통창업기업 상품을 중소기업제품 전용면세점(인천국제공항, '25년 6개소) 입점 추진
 - ** 중소기업 유통지원 통합플랫폼으로, 온·오프라인 판로지원 사업에 전통창업기업 연계 추진

과제 6

전통문화 해외 진출 및 홍보 강화

- ◇ 대중문화에 비해 우리 전통문화에 대한 해외 인지도는 낮은 편이므로
주요 계기별·분야별 전통문화 해외홍보를 통한 인지도 제고 및 수요 발굴
☞ 재외문화원 등 거점 활용 전방위 홍보, 한복·한지 등 분야별 교류 확대

□ 주요 계기 전통문화 상품·브랜드 노출 확대

- (국제행사 계기 활용 홍보) 주요 계기*(수교기념, 국제행사, 광복80주년 등)에 따라 해외에서 한복·한지·한식 등 전통문화 전시·체험 행사 개최(25년~)
 - * (예시) 2024년 파리올림픽 계기, 코리아하우스 내에서 전통문화 전시 행사를 개최
2025년 한-일 수교 정상화 60주년 계기, 도쿄·오사카에서 전통문화 홍보 행사(예정)
- (현지 행사 연계 판로지원) 해외 박람회* 등 현지 주요 행사와 연계하여 전통문화 창업기업 상품 직접 노출 등 해외홍보 확대(25년~)
 - * (예시) 독일 「크리에이티브월드」(국제수공예박람회), 일본 「문구·사무용품 전시회」, 미국 「Shopee Object」, 프랑스 「Revelations(헤벨라시옹)」 등
- ▲ 연관산업 해외박람회 등 개최 계기 청년 창업기업 참가 지원,
▲ B2B 네트워킹 이벤트 개최, ▲ 전통문화 체험 부스 운영 등

□ 전통문화 분야별 해외 진출 확대

- (한지 전시·수출지원) 해외 주요 박람회* 연계 '한지관' 구성을 통해 전통한지와 한지문화상품 전시, 수출 지원(25년~)
 - * (예시) 독일 「페이퍼 월드」, 프랑스 「메종&오브제」 등 해외 박람회 연계 수출지원
 - ▲ 한지(한국), 화지(일본), 선지(중국) 간 네트워크 구축 및 세미나 개최,
▲ 국·공립 박물관 및 해외박물관 협업, 문화재 복원 소재로 한지 활용*(26년~)
 - * (사례) 바티칸 박물관, 루브르 박물관 등에서 문화재 복원용지로 전통한지 활용
- (공예 판로개척) 공방, 갤러리 등 공예사업체 대상 해외 마켓, 아트 페어 및 박람회 참가 지원*을 통해 해외 판로개척
 - * 독일 「국제수공예박람회(IHM)」, 영국 「런던 공예주간」, 프랑스 「메종&오브제」 등
- (한복전시·패션쇼) 해외 주요 전시회를 중심으로 한복 전시, 한복 패션쇼* 등 한복 홍보 및 한복디자이너 해외진출 지원(매년 2개 국가 내외)
 - * (24년) 유럽(이탈리아 밀라노 전시회) 동남아(인도네시아 자카르타 패션쇼)

○ **(한식문화 홍보)** 현지인 대상 전시·체험* 및 **한식문화 클래스**** 진행(‘25년~)

* 한상차림·소반 주제로 팝업스토어를 조성하여 식기류 전시, 시식, 체험 프로그램 운영

** 현지 유명 셰프가 일반인, 인플루언서 등 대상으로 전통 한식 요리 시연 및 소개

- **우수한식당**(농식품부) 활용, **한식문화 클래스** 및 **한식 전시** 등 진행
- **국제미식행사**(‘50 Best Restaurants’) 국내 유치, 전 세계 미식 전문가 대상 **한국의 미식자원 홍보** 및 **국제 네트워킹*** 강화(농식품부)

* 스타셰프, 미식평론가, 글로벌 F&B 기업 등이 참여하는 **컨퍼런스 정례 추진**

□ **재외문화원 등 주요 거점을 활용한 전통문화 확산**

○ **(재외문화원, 세종학당 연계 홍보)** 재외문화원, 세종학당 등을 활용해 전시, 교육, 세미나 등 개최, **전통문화에 대한 경험 기회 확대**(‘25년~)

* 공진원(한복·한지·공예), 한식진흥원, 전통공연예술진흥재단 등과 연계하여 **한복 패션쇼**, **한지 전시·세미나**, **한식문화 클래스**, **전통공연**, **전통놀이 체험** 등

- **한식문화상자***, **한국문화상자**** 등 한국 전통문화를 특색있게 소개하는 홍보물 등 제작, **재외문화원 인프라 활용 해외홍보 확대**(‘25년~)

* 상호교감형 한식 전시 상자로(잔치시리즈 3종, 한식도락 1종), 문화원 15개소 배포(‘24년 기준)

** 사릉방, 안방, 한복, 안경 4개 주제의 전시 상자로 문화원 24개소 배포(‘24년 기준, 국립민속박물관)



○ **(현지 문화시설 등 연계 홍보)** 도서관, 박물관, 미술관 등 해외 기관과 연계*하여 전시·체험·교육 및 **세미나·업무협약** 등 추진(‘25년~)

* (‘23년) 이탈리아 마르차나 국립도서관(베니스)에서 한지 전시 및 복원 전문가 대상 **전통한지 세미나** 개최, 복원·연구용 한지 수출 관련 MOU 체결

- 국학기관과 연계하여 **해외문화원** 등을 대상으로 우리의 **전통문화** 및 **정신문화를 확산**할 수 있는 **고급 인문학 강연 프로그램*** 제작·보급(‘26년~)

* (강연 소재 예시) 세계기록유산, 퇴계 이황·충무공·세종대왕 등 애민 정신, 선비의 리더십, 유·불교 사상(종가문화, 사찰문화 등), 민간신앙(예: 영화 파묘 등), 암각화 등

□ 한류와 연계 전통문화에 대한 관심도 제고

- (한류예술인 활용 홍보) 세계적 인지도가 있는 문화예술인과 디자인 공동 개발 등 협업*하여, 전통문화상품(한복, 한지 등) 관심도 제고

* 김연아('22년), 수지('23년), 김태리('24년) 참여 한복 디자인 공동 개발 및 홍보

- 국내외 주요 거점 홍보 확대(뉴욕, 파리 등 국내외 전광판 영상송출 등)('25년~)
- 전통문화 관련 TV 프로그램('21년 풍류대장 등), 한류 가수 뮤직비디오 제작 시 전통문화상품 물품 협찬 등 상품 노출 기회 확대

* 블랙핑크 'How you like that' MV에서 한복 착용(공개 8일만에 유튜브 조회수 2억 뷰를 돌파)

- ('한국의 멋' 영상 콘텐츠 제작) 국내·외 관심도가 높은 전통문화 선정, 영상 콘텐츠 제작을 통해 한국의 전통문화 해외 홍보('25년~)

- 매년 1개 주제를 선정하여 다큐멘터리 형식의 영상 시리즈 제작 및 보급

* (예시) 한식문화(2025년)/ 전통놀이(2026년)/ 공예(2027년)/ 한복(2028년)/ 한지(2029년)

- 유튜브 인플루언서*와 협업 콘텐츠 제작 등 다매체(유튜브, 인스타그램 등) 활용 노출 확대 및 방송·OTT(넷플릭스 등) 송출을 통한 해외 확산

* 한국과 한국 전통문화에 대한 이해도가 높고 콘텐츠 파급력이 높은 유튜브 크리에이터와의 협업 콘텐츠 제작 등

□ 유네스코 인류무형문화유산 등재를 위한 연구 및 홍보 확대

- (등재 분야 발굴) 우리 전통문화에 대한 대내외 인지도 제고와 중국 문화공정 대응을 위해 등재 분야 적극 발굴 및 홍보 강화(국가유산청 협업)

- (한복) 등재 요건 검토 등 전략 수립 → 등재 필요성 대내외 확산 (대내: 한복의 고유성 / 대외:한복의 창의성, 역사성 등) → 등재 절차 진행 등

* '한복생활'이 국가무형유산으로 지정('22.7월)되어 유네스코 등재 신청 요건 충족

- (한지) 홍보영상 제작, 세미나 등 유네스코 등재를 위한 한지 문화 홍보 및 가치 확산 → 유네스코 인류무형문화유산 등재 신청 ('한지 제작의 전통지식과 기술 및 문화적 실천', '24.3월)

- (한식) '장 담그기 문화'('24.12월 등재 결정) 등 등재분야 발굴 및 가치 홍보

4 (기반) 기초가 튼튼한 전통문화산업

과제 7 전통문화산업 인력양성

◇ 다수의 전통문화 관련 학과가 운영되면서 관련 인력을 배출하고 있으나 **전통과 현대를 접목하는 융합형 인재 양성은 미흡**

* "전통문화를 현대적으로 활용하기 위해서는 그에 수반하여 융합형 인력 양성이 중요", "전통문화산업 활성화를 위해서는 마케팅 등 경영 교육이 필수적" (전통문화산업 활성화를 위한 기반조성 연구(2024))

☞ 전통문화 특화 교육 프로그램 신설, 대학연계 교육 프로그램 운영 확대, 한복·한식 등 분야별 전문인력 양성

□ 전통문화산업 실무 인재 양성

○ (장인-청년 멘토링 프로그램 운영) 전통문화 장인과 전통문화에 관심을 가진 청년층을 연계한 멘토링 프로그램 신설 및 시제품 개발 지원 검토

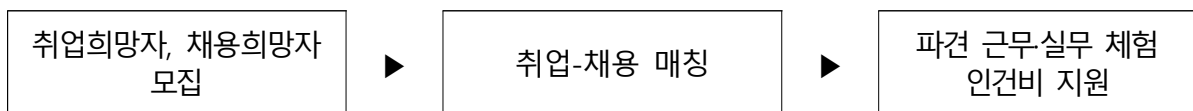
※ 장인-청년 모집 → 기초교육(창업 이론 등) 및 장인 멘토링(해당분야 기술 및 산업 특성 등) → 사업기획 → 사업평가 및 초기창업기업 지원사업과 연계 사업화 지원

○ (청년 인턴십 도입) 전통문화산업 분야 취업 희망자 대상 현장 실무 기회 제공을 위한 전통문화 청년 인턴십 지원 신규 추진 검토

- 연 50명 내외, 최대 6개월, 인건비의 60% 지원(40% 기업 부담)

※ 전통예술, 전통건축, 한복, 한식 등 전통문화 관련 대학학과 졸업예정자 대상으로 전통문화 관련 공방, 업체, 기업, 스튜디오 혹은 재단, 단체, 갤러리 등 매칭

<전통문화분야 청년인턴십 지원 과정>



□ 전통문화 융복합 교육 강화

○ (전통문화 융복합 교육과정 신설) 일반·전문 대학을 대상으로 '공예·마케팅', '전통예술·첨단기술' 등 교육 프로그램 설계 및 교육 운영 위탁(26년~)

- 전통문화 장인 또는 기업이 제작한 제품에 현대적인 디자인·마케팅 등 접목하여 상품화하는 매개 전문 인력 양성

※ (예시) 서울과학기술대학교 ‘전통문화 기술융합 창작자 양성과정’ - 전통문화에 최신의 트렌디한 기술을 접목하여 상품을 개발하는 교육 특화 프로그램 운영

- (종사자 대상 융복합 재교육) 전통기업 종사자 대상 전통문화 융합 분야(3D 스캐닝 등) 습득을 위한 재교육 과정 운영(‘26년~)

※ (운영방향) 지역별 전통문화산업 진흥센터를 활용하여 공예(3D 스캐닝 기술, 브랜딩 전략), 국학(콘텐츠 창작 이론·실무) 등 시장 활용성이 큰 교육과정 운영

□ 전통문화 분야별 전문인력 양성

- (한복) 한복 분야 종사자 및 창업 희망자 대상 교육 운영 다양화
 - 한복 종사자 교육프로그램인 ‘한복마름방*’의 교육 접근성 제고를 위해 한복운영 업체 밀집 지역(종로 광장시장 등)으로 단계적 확대
 - * 한국복식사(이론), 한복제작(저고리, 당의, 도포 등), 한복디자인 정규교육
 - 고등교육법 상 일반·전문대학 대상으로 한복디자인, 생활한복 제작, 한복 유래·역사 등 한복 관련 교과목*의 대학 개설 지원
 - * (예시) ’22년 한국복식문화세미나(배화여대), 한복융합제품 설계(안동대) 등 운영
- (한식) 한식 경쟁력 제고를 뒷받침할 전문인력 육성을 위해 대상별 맞춤형 교육과정 신설·확대 및 산업 연계 강화(농식품부)
 - 국내 우수한식당·외식기업 인턴십 제공 및 청년 한식 창업 컨설팅 지원
 - 재외공관 및 해외 교육기관 등과 연계한 한식 요리 경연대회 개최 및 해외 요리학교 연계 한식 특강 등을 추진하여 국내외 한식 인력 육성
- (공예) 공예 분야 전시기획, 유통, 교육분야 매개인력 양성을 위해 대학, 기관 등과 협력하여 전문 교육과정(기획/비평, 유통기획, 공예교육) 운영
 - 전문가 멘토링과 관련 기관 협력을 통한 실습 프로젝트 운영*
 - * (공예 큐레이터) 미술관, 박물관 협력 전시, (공예 머천다이저) 공방 및 기업 협력 유통 판매, (공예 에듀케이터) 문화예술교육 기관 협력 공예 교육 키트 개발 및 보급
- (한옥) 한옥 분야 전문가 양성(한옥설계/한옥시공관리자)을 위해 전문 교육 환경을 갖춘 교육기관 지정 및 운영비 지원(국토부)

과제 8

전통문화산업 정책 추진체계 정비

- ◇ 정부와 전담(지역)기관 간 역할 분담*, 전통문화산업 특성을 반영한 산업 분류 및 실태조사, 전통문화상품 품질 향상 및 소비자 신뢰도 확보 필요
 - * [정부(비전수립, 정책설계)] - [전담기관(한국공예·디자인문화진흥원, 종합지원, 총괄 조정)]
 - [지역기관(지역기업(장인) 연계하여 한복한식 등 분야별 특화 진흥)]
- ☞ 중앙부처-지자체 간 정책협의체 구축, 실태조사 실시, 품질인증제도 운영

□ 정책협의체 운영 및 전담기관 지정

- (부처간 정책협의체 운영) 부처간 협업 및 정책 추진력 제고를 위해 문체부 차관 주재 전통문화산업 정책협의체* 운영

* (기능) 기본계획의 수립·추진에 관한 사항, 전통문화산업 진흥 정책의 총괄·조정, 전통문화산업의 지역별 특성화에 관한 사항 등 논의

- (중앙-지방-공공기관 실무협의체) 정부와 지자체, 공공기관 간 유기적 협력을 위한 [중앙정부]-[지자체]-[공공기관] 실무협의체 구축*

* (기능) 지역별 특화분야 발굴·육성을 위한 광역지자체별·기관별 시행계획 수립·시행 권고

<전통문화산업 정책 참여주체>

분야	중앙정부		공공기관		지자체/유관기관
한지, 한복, 공예, 놀이	문체부	⇔	한국공예디자인진흥원 (전담기관)	⇔	국·공립 박물관 광역문화재단 한국전통문화전당(전주) 한국한복진흥원(상주) 한국국학진흥원(안동) ⋮
전통예술			전통공연예술진흥재단		
한식	농림부		한식진흥원		
한옥	국토부		국가한옥센터		
국가유산 등	국가유산청		국가유산진흥원		

* 기재부, 중기부, 교육부, 과기부, 조달청, 국가유산청 등 필요 분야에서 협력

- (전담기관 지정) 한국공예·디자인문화진흥원을 「전통문화산업진흥법」 상의 전담기관으로 지정, 전통문화 종합지원기관으로 확대 검토

※ 전통문화 기업지원, 인력양성, 해외교류, 유통 등 공진원의 기능, 인원, 역량 확대를 위해 법에 근거를 둔 (가칭)‘전통문화산업진흥원’으로 확대·개편 검토(법 개정 필요)

□ 과학적 분류체계에 기반한 통계자료 확보

- (특수분류체계 개발) 전통문화산업 특성을 반영한 특수분류체계 수립 및 산업 시장을 분류체계 기반으로 체계적* 관리

* 기존 분류체계 내에서 전통문화산업 특성에 맞는 산업 분류 포괄 한계. 정책 대상 명료화 및 합리적인 진흥정책 수행을 위해 체계적인 분류체계 확립 선행 필요

※ 전통문화 분류 체계(안) : 대분류(전통예술산업, 전통생활양식산업) / 중분류(무용, 음악, 연희, 미술, 공예, 의생활, 식생활, 주생활, 한지·기타 전통생활 등

- (실태조사 정례 실시) 전통문화산업 전반에 관한 조사를 2년마다 실시(시행령에 규정), 산업 동향 파악 및 정책 자료로 활용

* '25년 전통문화산업 실태조사 시범조사 실시 → '26년 정식 조사 실시

※ (예시) 문화재산업조사(2022): <대분류> 문화재 관련 제품 제조업, 문화재 보존·관리업, 문화재 관련 서비스업, 문화재 교육업

□ 품질 인증제도 운영을 통한 신뢰도 제고

- (품질표시제도 실시) 전통문화상품 품질 향상 및 소비자 권익 증진을 위하여 전통문화상품의 품질표시제도 실시('26년~)

- 표준 설정의 가능성·필요성 인정되는 분야(예: 한지, 천연염색 등) 대상, 품질표시 제도 마련 및 우수업체에 대한 인센티브 지원

※ (예시) 한지 품질의 신뢰성 확보를 위해 '한지품질표시제도'를 실시하고 있으나('13년~)
①제재 장치 부재 ②기준의 구체성 미흡 ③추진체계 미비 등으로 인해 유명무실

- (인증제도 개편·운영) 전통문화 프리미엄 창출을 위해 전통문화 대표 분야(한복, 공예(한지))의 상품, 서비스에 대한 품질 인증제도 운영('25년~)

- 기존 우수문화상품 지정제*를 개편하여 분야별 지정요건, 혜택 등 개선
→ 우수 제품에 대해 인증마크 부여 및 브랜드 구축

* 한복, 공예, 한식, 식품, 문화콘텐츠, 디자인상품 6개 분야에 대해 지정 및 홍보('16년~)

※ 소비자 구매를 촉진하기 위한 방안으로 '품질신뢰도를 위한 상품의 인증관리' (평균 72.1점) 중요 (2024 문광연 연구 설문조사)

- (인센티브 강화) 인증마크 제품에 대한 혜택 부여(온·오프라인 홍보 행사 우선 입점 지원 등) 및 다매체(온라인, 오프라인 행사 등) 활용 통합 홍보 강화

V. 향후 추진일정

추진과제	일정	소관부처
① (공급) “전통문화기업의 신성장동력화”		
과제① 전통장인에서 전통문화기업으로 육성		
▶ 현대적 감성과 디자인 기반의 전통문화기업 육성	'25년~	문체부
▶ 기업 협업으로 전통문화 상품 경쟁력 강화	'25년~	문체부
▶ 창업기업 육성을 위한 진흥센터 조성	'26년~	문체부
과제② 전통문화 분야 R&D·금융지원 확대		
▶ 전통문화상품 소주기 혁신형 기술 개발	'26년~	문체부, 과기부
▶ 데이터 개방 및 응용 콘텐츠 개발	'25년~	문체부
▶ 전통문화기업 특화 금융·투자 지원 제도 신설	'26년~	문체부
② (수요) “일상에서 즐기는 전통문화”		
과제③ 일상 속 전통문화 향유 기회 확대		
▶ (한복) 한복 입는 문화 확산	'25년~	문체부
▶ (한지) 한지 인지도 및 가치 제고	'25년~	문체부
▶ (한식) 한식 문화 대국민 체험 확산	'25년~	문체부, 농식품부
▶ (전통공예) 전통공예 가치 확산	'25년~	문체부
▶ (전통공연) 전통공연 체험 기회 확대	'25년~	문체부
▶ (전통놀이 개발 및 보급) 전통놀이를 오늘에 맞게 재확산	'25년~	문체부
▶ (전통이야기) 이야기 콘텐츠 활용 및 확산	'25년~	문체부
과제④ 전통문화의 공공수요 발굴 및 활용 확대		
▶ (한복) 정부·지자체·공공기관 중심으로 한복 착용 확대	'25년~	문체부, 외교부 등
▶ (공간) 전통문화에 기반한 한국적 공간 디자인 개발·보급	'26년~	문체부
▶ (전통공예품) 전통문화상품의 공공 구매 기회 확대	'25년~	문체부, 조달청, 행안부
▶ (한지) 공공수요 창출을 통한 발전 기반 구축	'25년~	문체부

추진과제	일정	소관부처
㉓ (매개) “전통문화산업 선순환 구조 창출”		
과제⑤ 전통문화기업 국내 유통지원		
▶ 대규모 행사 연계 전시·홍보·상담 기회 확대	'25년~	문체부
▶ 지역 관광축제와 연계한 전시·판로 확대	'25년~	문체부
▶ 전통문화상품 유통플랫폼 다각화	'25년~	문체부, 중기부
과제⑥ 전통문화 해외 진출 및 홍보 강화		
▶ 주요 계기 전통문화 상품·브랜드 노출 확대	'25년~	문체부, 중기부
▶ 전통문화 분야별 해외 진출 확대	'25년~	문체부
▶ 재외문화원 등 주요 거점을 활용한 전통문화 확산	'25년~	문체부
▶ 한류와 연계 전통문화에 대한 관심도 제고	'25년~	문체부
▶ 유네스코 인류무형문화유산 등재를 위한 연구 및 홍보 확대	'25년~	문체부, 국가유산청
㉔ (기반) “기초가 튼튼한 전통문화산업”		
과제⑦ 전통문화산업 인력 양성		
▶ 전통문화산업 실무 인재 양성	'27년~	문체부
▶ 전통문화 융복합 교육 강화	'26년~	문체부, 교육부
▶ 전통문화 분야별 전문인력 양성	'25년~	문체부, 농식품부, 국토부
과제⑧ 전통문화산업 정책 추진체계 정비		
▶ 정책협의체 운영 및 전담기관 지정	'25년~	문체부
▶ 과학적 분류체계에 기반한 통계자료 확보	'25년~	문체부
▶ 품질 인증제도 운영을 통한 신뢰도 제고	'25년~	문체부