

# 가구산업 발전의 정책적 모형에 대한 제언

- 경기북부지역을 중심으로 -

A Study to Invigorate the Furniture Industry

- Based on the Area of the Northern Kyonggi-Do -

김 환 철 (경민대학 자치행정과 교수)

## *Abstract*

Hwan-Chul Kim

There have been suggesting new regional development strategies in the ear of localization in order to vitalize the industries of all locals and regions. Rapid international boom and bust cycle and economic restructuring have had deep impacts on regional and local economies. Regional and local authorities get paid important attentions to invigorate their industries. Region and local units have put top priority to maintain or enhance their economic vitality or competitiveness. They have examined their external economic environments and internal conditions for their selected and strategic industrial sectors.

In this context, this paper examines the industrial structure of the northern Kyonggi-Do and pays attention to the furniture sector which has been clustered in the region. The furniture sector has been losing its competitiveness due to fierce price competition, copy-cat practice, and small scale. This paper suggests some structural and institutional ideas to energize the furniture sector. Specifically, this paper asks the Kyonggi-Do regional government to introduce a so-called "furniture industry support center" to develop new designs and manage network among furniture firms. This paper also suggests to build a joint furniture brand for effective marketing for the furniture sector in the northern Kyonggi-Do.

**주제어:** 가구산업, 경기북부지역, 가구클러스터, 가구단지, 정책

**Key Words:** Furniture Industry, Northern Kyonggi-Do, Furniture Cluster, Furniture Industrial Park, Policy

## I. 서론

### 1. 연구의 배경과 목적

지방화시대의 본격화로 인하여 각 지역마다의 무한 경쟁이 가속화되고 있다. '1995년 주민의 직접선거로 지방자치단체장을 선출하게 된 것을 계기로 출발한 지방자치시대가 벌써 15년을 넘기면서, 본격적인 지방화시대로 접어들고 있다. 이러한 지방행정의 새로운 패러다임은 중앙권한의 지방이양이라는 새로운 역학구조와 더불어, 각 지역마다 고유 산업과 신규산업을 통한 지역개발이 중요한 과제로 등장하고 있다.

즉, 지역의 경제력 차이에 사회적 격차가 벌어지고 있는 지금의 시점에서 각 지역별, 도시별로 각자 차별화된 산업단지나 공업지역을 지정하여, 지역의 제조업은 물론이거니와 특화산업 개발에 많은 노력을 하고 있는 것이 지방자치단체의 현실이자 과제인 것이다.

이런 배경 하에 본 연구는 당면한 경기북부의 경제 활성화에 관련하여 경기북부에 밀집되어 있는 가구산업의 문제점 도출과 이의 활성화 방안을 위한 정책적 제안에 연구목적 을 지니고 있다.

세부적으로는, 경기북부에 밀집되어 있는 가구산업의 전반적인 상황인식과 더불어 현재의 문제점에 대한 기초적인 자료를 제공함은 물론, 이러한 자료를 체계적으로 분석함으로써 경기북부의 가구단지의 차별성에 대해 광역자치단체에 정책제안을 함으로써, 지역의 발전을 도모하고자 함이 연구의 구체적인 목적이라 할 수 있다.

따라서 본 연구는 보다 실증적이며 구체적인 자료가 요구되지만, 이러한 연구는 아직 까지 선행연구가 거의 없는 실정이지만, 기존의 연구결과와 자료를 중심으로 경기북부 가구산업단지의 중·장기적 정책제안을 하였다.

### 2. 연구의 접근과 한계

이상의 연구배경 하에 본 연구는 실증적 자료보다는 이론적 접근을 시도하였다. 이런 이론적 접근에서 실제의 연구기관의 통계자료를 일부 활용하였으며, 가구단지의 경우 케이스스터디가 일부 포함되었다. 본 연구의 공간적 배경으로는 경기북부라는 공간에 초점을 맞추고 있다. 이는 기존의 고양가구단지, 마석가구단지, 포천가구단지 등 경기북부에 상당히 많은 공장과 영업장이 밀집되어 있기 때문이기도 하지만, 실제로 경기북부라는 공간은 기존의 지역개발 등에서 소외된 지역으로 경기도의 정책제안을 목적으로 하는 본 연구의 특성상 경기북부라는 한정성을 지니고 있다. 이러한 연구의 접근으로 정확한 통계자료가 뒷받침되지 않는 한계점이 있지만, 지속적으로 실증적 자료를 보완하고 검증한다는 차원에서 향후 연구과제로 남겨 두었다.

## II. 가구산업의 현황과 특징

### 1. 가구의 개념

가구의 의미는 그 기능과 밀접한 관계가 있으며 일반적으로 지각적 의미(Perceptual meaning)와 연상적 의미(assicuatinal meaning)로 구분할 수 있다. 1차적으로 표현기능으로서의 지각적 의미와 2차적으로 가구가 함축하는 소유주의 사회적·경제적 지위를 생각 할 수 있는 바, 이처럼 가구와 인간 사이에는 무언의 의미전달이 이루어지고 있는데, 이를 기호학(semiotics)적 접근을 통하여 의자를 설명하면 다리는 땅에 버틴다는 고정적 의미로서 “地”를, 팔걸이와 등받이는 몸을 개텐다는 지탱의 의미로 “人”을, 머리 부위는 장식을 나타내는 상징적 의미로서 공간전체와의 조화 또는 역사적 의미도 포괄적으로 나타내고 있다.<sup>1)</sup>

가구를 다른 측면에서 살펴보면, 인간공학적인 측면에서 인체는 서 있을 때 하체는 피로해지지만 상체는 자연스러우며, 반대로 앉자있을 때 하체는 편해지나 상체에 무리가 생긴다. 즉 앉은 자세에서도 부자연스럽고 무리가 생긴다면 어떤 보조기구가 필요하게 되는데 그것이 바로 가구의 발생 원인이라 할 수 있다.

이러한 가구의 종류는 인간의 생활공간이나 환경이 다양화됨에 따라 그 종류는 무수히 많아졌으며 현재도 새로운 가구가 계속 개발되고 있으며, 가구는 그 소재와 용도, 기능에 따라 여러 가지로 분류되는 바, 한국표준산업분류에 의한 우리나라의 가구제조업 분류는 대체로 소재별 분류를 따르고 있는데 소재별 분류를 살펴보면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 가구의 소재별 분류

구 분		주 재료
목재가구	일반목재가구	목재
	등나무 가구	등나무
	대나무 가구	대나무
금속제가구		금속(철제)
기타	플라스틱가구	플라스틱
	석재가구	석재
	기타	복합재(Composite), 기타 신소재

1) 동·서양에 있어서 가구의 발달은 각기 다른 특징을 보여주는데, 서양의 가구는 고대 이집트에서 현대에 이르기까지 시대별로 문화·종교·정치적의 변천과정을 따라 각기 다른 시대·장소에서 형성되고 발달하였다.

## 2. 가구산업의 현황

가구산업의 국내시장규모는 약9조원대로 국내 제조업에서 차지하는 가구산업의 비중은 업체 수에서는 2008년 기준 2.8%를 차지하고 있으며, 종사자수는 1.65%, 출하액과 주요생산비는 0.72~ 0.70%, 부가가치는 0.75%를 차지하고 있다.

<표 2> 국내 가구산업의 현황

구분	사업체수 (개)	월평균 종사자수 (명)	출하액 (백만원)	주요생산비 (백만원)	부가가치 (백만원)
제조업	116,285	2,857,106	1,113,308,983	755,355,740	367,630,271
가구제조업	3,275	47,243	8,003,917	5,297,603	2,742,394
점유율(%)	2.82	1.65	0.72	0.70	0.75

자료: 통계청(2008).

가구산업의 국내시장규모는 약9조원대로 국내 제조업에서 차지하는 가구산업의 비중은 업체 수에서는 2008년 기준 2.8%를 차지하고 있으며, 종사자수는 1.65%, 출하액과 주요생산비는 0.72~ 0.70%, 부가가치는 0.75%를 차지하고 있다. 가구산업은 내수중심의 경영 및 소기업 형태의 기업운동을 하고 있으며, 수출규모는 출하액 대비 6.4%를 나타내고 있다. 전체 제조업의 수출규모는 약 343조원, 출하액은 990조원으로 34.6%인데 반해, 가구제조업은 수출규모가 5,757억, 출하액은 9조원으로서 6.4%로 나타났다. 기업 규모에서 가구업종의 소기업비중을 살펴보면 전체 제조업의 경우 81.6%로 나타난 반면, 가구제조업은 86.9%로 나타나 제조업 중에서도 소기업 형태의 기업운동을 하고 있다. 세계 가구시장 규모가 2,100억 달러(약 195조 원)인 상황에서 국내 가구업의 수출액을 약 620백만 달러(약 5,760억 원)로 추산할 경우 세계시장에서의 국내 가구산업의 비중은 0.3%로 미미한 상태이다. 반면, 향후 해외시장 진출의 잠재력은 상당히 높음을 알 수 있다.

<표 3> 가구업종의 소기업(종사자 10인 미만) 비중

구분		업체 수		
		전체(a)	10인 미만(b)	비율(b/a)
제조업 전체	전국	320,053	261,194	81.6%
가구제조업	전국	10,059	8,742	86.9%

자료: 전국사업체조사보고서(2008).

### 3. 가구산업의 특징

가구는 인간의 거주생활에 중요한 보조도구로 사용되어 왔으며, 인간의 생활공간이나 환경이 다양화됨에 따라 가구의 종류는 무수히 많아졌으며 현재도 새로운 가구가 계속 개발되고 있다. 이와 같이 인간생활에서 중요한 위치를 차지하고 있는 가구산업은 다른 제조업분야에 비해 비교적 노동집약적인 산업으로 인식되고 있다. 제품상 가구의 일반적인 특징은 전형적인 내구소비재로서 디자인 등 패션성 시장수요에 적합한가의 여부가 결정적으로 작용하는 패션상품이라 할 수 있다. 또한 종류와 용도가 다양하고 품질과 가격이 천차만별이어서 그 수요가 상당히 세분화되어 있다. 이처럼 가구제조업은 다른 제조업과 비교하여 여러 가지 특징을 갖고 있으며, 이러한 가구산업의 특성분석은 향후 경기북부 가구단지의 발전방향 연구의 기초가 될 수 있기에 다음과 같이 정리하여 본다.

첫째, 가구산업은 노동집약적 산업으로 정의할 수 있다. 가구산업은 여타 제조업 분야에 비하여 노동집약적인 산업으로서, 목재가구산업이나 금속가구산업 모두 노동장 비율, 기계장 비율, 자본집약도 등이 제조업의 절반 내지 1/10 수준에 머무르고 있어 대단히 높은 노동 의존구조를 보이고 있는 산업으로 개념정의 할 수 있다.

둘째, 가구산업은 고부가가치 산업의 특징을 지니고 있다. 목재가구산업은 목재로 가공하는 제조업 중에 부가가치가 가장 높은 고부가가치 산업이다.

셋째, 가구산업은 중소 기업형 산업의 특징을 지니고 있다. 즉, 전형적인 중소 기업형 산업이며, 상품으로서의 가구는 실용성과 예술성을 갖춘 패션 상품으로서 다양한 생활공간이나 환경의 차이, 소비자의 연령, 라이프스타일, 소득수준에 따른 욕구의 다양화에 부응하면서도 품목별로 전문화한 중소기업에 적합한 산업이다.

넷째, 가구산업은 수출증대에 지대한 영향을 미치는 산업으로서 특징을 지니고 있다. 노동집약적 산업으로 선진국의 사양화 추세에 비추어 수출시장의 개척의 노력여하에 따라 획기적인 수출증대가 가능한 산업이다.

다섯째, 가구산업은 수요와 계절에 탄력적인 패션산업으로서, 다양하고 감성적인 상품이며 문화 활동과 연관이 깊고 내구성이 있는 소비재인 특징을 지닌다. 생활용품으로 인구수와 세대수의 증가, 혼인건수, 건설경기 등에 그 수요가 영향을 크게 받으며, 내구성 소비재로서 생활수준과 소득수준 등에 따라 시장이 차별화되어 있으며, 제품의 주기도 일반가구는 10년, 의포류 가구는 5년 등 주기가 다르게 나타나고 있다.<sup>2)</sup>

여섯째, 가구산업은 생활필수품 산업으로서 특징을 지니고 있다. 가구는 국민생활을 담당하는 생활필수품산업으로서 가구수요는 인구증가와 소득증대, 생활공간, 사무공간의 질적 수준 향상에 따라 지속적으로 증가하고 있는 산업이다.

2) 무역위원회 한국생활환경시험연구원(2004).

일곱째, 가구산업은 자금회수가 늦고 재고는 많은 산업으로서 가구는 자금 투입 후 완제품화 하는데 소요되는 시간이 장기간이고 아울러 판매되어 자금이 회수되는 기간은 전체산업 중 최장기간으로서 원자재, 중간제품 등의 재고자산 비중이 높은 업종으로서 특징을 지니고 있다.

### Ⅲ. 경기북부 가구산업의 현황

가구산업의 문제점을 논함에 있어 먼저 경기북부의 현황을 고찰한 후, 가구산업의 문제점을 기술한다.

#### 1. 경기북부의 현황

경기도는 인구정체지역에서 인구증가의 지역사회로 전환되고 있는 추세이며, 북부·접경지역은 그간 인구정체지역이었으나 인구증가지역으로 성격이 변화되고, 최근 수도권 광역화와 남북교류의 움직임으로 지역 내 개발활동이 증대되고 있다. 또한 경제지역의 양극화현상으로 경기북부와 경기남부의 격차가 더욱 벌어지고 있으며, 성장지역으로서의 도시화지역과 정체지역으로서의 농촌지역·접경지역으로 이분화 되는 지역구조 형성. 양극화로 인한 지역 격차 및 생활수준 격차가 현실적으로 발생하고 있다.

##### 1) 공간적 범위와 인구

경기북부지역은 접경지역과 일반 북부지역으로 구분되며, 접경지역으로는 파주, 김포, 연천 등 3개 시·군이 포함되고, 일반 북부지역으로는 의정부, 동두천, 고양, 구리, 남양주, 양주, 포천, 가평군 등 8개 시·군이 포함된다. 2008년 12월 31일 통계에 의하면 총면적 4,285.05km<sup>2</sup>와 총인구 2,916,467명으로 구성되어 있다.<sup>3)</sup> 공간적으로 경기북부·접경지역은 북쪽에서부터 비무장지대(DMZ), 민통선북방지역, 민통선남방지역으로 구분되고, 남쪽으로는 한수 이북과 김포시 지역까지 속하며, 비무장지대는 휴전선 남북방향 2km 후방지역으로 유엔군사정전위원회가 관리한다. 군사시설보호구역은 군사분계선 남방 25km 이내에 지정된 지역으로 통제보호구역과 제한보호구역으로 구분되며, 25km 이남 지역은 군사시설 주변에 지정되어 있다.

3) 경기도, 「경기통계연보」, 2009

2) 산업현황

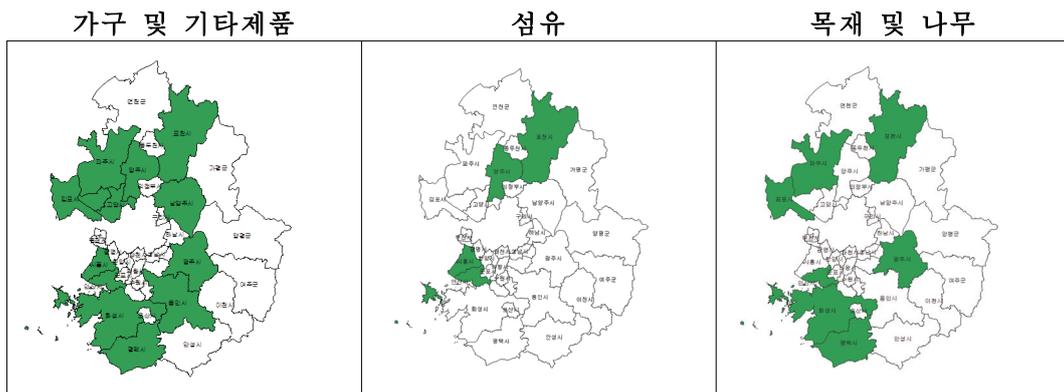
각종 규제에 기업의 입지가 제한되고, 그 결과 소규모 공장의 입지가 증가하여 경기도 대비 북부지역의 기업체비중은 대기업의 4.4%, 중소기업이 36.8%를 차지하고 있어 규모의 영세성을 면치 못하고 있으며, 첨단산업은 경기북부·접경지역에 4,051개가 있으며, 경기도 전체의 21.7%수준이다.

주요 산업으로는 전통적인 섬유산업과 가구산업 및 최근에는 LCD등 첨단산업이 입점하고 있다. 이중 가구산업의 경우 영세성과 낙후성이 타 산업에 비하여 심한 편이라 할 수 있다.

3) 경기북부 발전전략의 기본방향4)

기본방향으로는 개발규제완화를 통한 지역개발 활성화, 기업유치와 관광개발을 통한 지역경제 활성화, 인프라 및 공공시설 확보를 통한 정주환경 개선, 자연생태 보존 및 환경오염 저감을 통한 환경보전, 남북교류협력공간의 개발을 통한 통일기반의 조성, 남북교류 및 통일대비 계획수립의 기본방향 설정 등을 들 수 있다.

지역별 발전전략으로 고양일산-파주교하·문산 도시개발축권은 남북교류 및 통일 후를 대비한 신규 기능유치 및 국제교류기능, 교육학술연구, 물류유통, 정보화, 북한 난민 수용 위한 유보지 등으로 개발할 계획이며, 의정부-양주-동두천-연천 도시개발축권은 남북교류 및 통일 후를 대비한 도시기반 구축: 고속도로 및 경원선 전철화사업의 본격화, 거점도시의 개발 및 친환경적 개발로서 전원형 주거단지, 구릉지 및 산지형 개발사업 추진하고 있다.



자료: 이상훈 외(2010), 산업입지 공급정책 발전방안 연구, 경기개발연구원.

<그림 1> 경기도 가구관련 산업별 집적지

4) 경기도, 「경기비전 2020」, 1998, pp. 11-32 참조.

## 2. 경기북부의 가구산업 현황

경기도 전체적 조망에서 가구산업의 비중은 매우 큰 편이라 할 수 있다. 최근 경기개발연구원의 기초자료 <표 4>와 <표 5>를 분석하여 보면 더욱 이를 강조할 수 있다. 가구산업의 국내시장규모는 약 9조원으로 이중 경기도는 3조 7천억으로서 출하액·업체 수·종사자 수·매출규모에서 전국대비 큰 비중차지를 차지하고 있다.

사업체수는 전국의 42%를 차지하고 있으며, 전국은 10,059개, 경기도는 4,259개이다. 10인 이상 사업체수는 경기도 전체는 1,282개, 경기남부는 680개, 경기북부는 602개이다. 경기도의 가구산업 주요 집적지역은 광주, 포천, 남양주, 김포, 파주이다. 세부 제조업종별로는 매트리스 및 침대와 소파 및 기타내장가구 등에서 높은 비중을 나타내고 있다.

경기북부의 산업 구조적 측면을 전반적으로 분석하여 보면 전체적으로 남부에 비하여 업체 수나 업체종사자면에서 대등한 위치에 있는 것을 알 수 있다.

<표 4> 경기북부지역 가구제조업체 현황(2010)

시군	업체수 (10명 ↑)	사업구분		입지구분		공장등록		고용 인원	매출액 (백만원)	수출액 (백만원)
		개인	법인	개별	산업 단지	등록	무 등록			
경기도	1,282 (485)	869	413	1,189	93	1,153	129	12,710	1,334,148	46,687
남부	680(281)	412	268	592	88	671	9	7,445	946,907	34,524
북부	602(204)	457	145	597	5	482	120	5,265	387,241	12,163
고양	7(3)	1	6	7	-	7	-	84	9,870	136
남양주	230(51)	225	5	230	-	230	-	1,756	98,360	
의정부	4	4	-	4	-	1	3	5	1,233	
파주	162(84)	73	89	157	5	162	-	1,780	209,828	12,027
구리	0	-	-	-	-	-	-	-	-	
양주	10(4)	2	8	10	-	10	-	81	11,198	
포천	185(60)	149	36	185	-	68	117	1,525	53,672	
동두천	1	1	-	1	-	1	-	0	-	
가평	2(1)	2	-	2	-	2	-	15	3,080	
연천	1(1)	-	1	1	-	1	-	19	0	

자료: 경기도청 경제농정국(2010).

<표 5> 가구 세부업종별 사업체·종사자수 현황

(단위: 개, 명)

세부제조업종별		사업체수			종사자수		
		전국	경기도	비중	전국	경기도	비중
320	가구 제조업	10,059	4,259	42%	62,672	30,367	48%
3201	침대 및 내장가구 제조업	1,228	636	52%	13,525	4,169	31%
32011	운송장비용 의자 제조업	331	53	16%	9,297	1,202	13%
32012	매트리스 및 침대 제조업	137	106	77%	1,155	858	74%
32019	소파 및 기타 내장가구 제조업	760	477	63%	3,073	2,109	69%
3202	목재가구 제조업	7,749	3,053	39%	39,600	20,602	52%
32021	주방용 및 음식점용 목재가구 제조업	3,953	930	24%	12,501	4,365	35%
32022	나전칠기가구 제조업	34	6	18%	127	18	14%
32029	기타 목재가구 제조업	3,762	2,117	56%	26,972	16,219	60%
3209	기타 가구 제조업	1,082	570	53%	9,547	5,596	59%
32091	금속 가구 제조업	884	474	54%	7,978	4,776	60%
32099	그외 기타 가구 제조업	198	96	48%	1,569	820	52%

자료: 사업체조사(2008).

#### IV. 경기북부 가구산업의 문제점과 정책적 대응방안

##### 1. 경기북부 가구산업의 문제점

가구산업의 문제점이면서 경기북부 가구업체의 전반적인 문제점을 기능적으로 분석하여 보면 다음과 같다.

첫째, 지나친 영세성을 들 수 있다. 단지에 입점하기보다는 산발적인 무허가공장 형태를 많이 띠고 있어 이에 대한 체계적인 접근이 필요하다. 물론 현재 일부 가구단지를 중심으로 현대화를 추진하고 있으나, 그 세력이 미약하다 할 수 있다.

둘째, 디자인 모방이 심하다는 점이다. 가구산업의 특성이 패션성에 의존한다고 하였지만, 전반적인 디자인 관련 이론적 지식이 부족한 것이 현실이다.

셋째, 단지화를 이룬 곳과 이루지 못한 곳의 경쟁력 차이가 발생하고 있어 장기적으로

는 단지화를 추진해야 하는 과제를 안고 있다. 현재 남양주 마석가구단지와 파주 운정가구 단지, 포천 송우가구 단지 등이 특징적이며 특히 운정가구 단지는 향후 집중적인 조명이 필요하다고 판단된다.<sup>5)</sup>

넷째, 가격경쟁력 쇠퇴에 따른 악순환의 반복과정을 하고 있다. 우리나라 가구산업의 이윤마진은 제조업 평균에 비해 목재가구는 다소 높은 반면, 금속제 가구는 다소 낮은 편으로서 이익이 감소하거나, 손실이 증대될 때 기업들은 적당한 포인트를 적절한 방법으로 압축하지 못하고 있으며, 스스로 경쟁력 쇠퇴의 악순환적인 과정에 빠져 이를 되풀이할 수 있다.

마지막으로, 유통의 문제이다. 일반적으로 우리나라 가구업체의 유통경로는 다음의 세 가지로 구분 되어지는 바 제조업체에서 직접 운영하는 대리점을 거쳐서 소비자에게로 전달되는 과정과 중소기업체의 유통경로로서 제조업체에서 몇 개의 제조업체의 제품을 동시에 취급하는 특약점형태의 중간상을 통해 소비자에게 전달되는 경로 및 백화점, 농협, 수협, 공무원 연금 매장 등을 통해 소비자에게 전달되는 경로이다. 이러한 유통구조상 경기북부지역의 경우 편리한 교통을 강점으로 이를 활용해야 하나, 이를 활용하지 못하는 문제점이 있다.

## 2. 경기북부 가구산업의 발전방향

문제점에서 지적된 바, 이러한 문제점은 거의 다 구조적이고 기능적인 문제점인 바, 이를 해결하기 위한 실천적 대안을 제시하여 보면 다음과 같다.

첫째, 구조적인 측면에서 가구단지를 총괄하여 디자인을 공급하거나, 교육을 시킬 센터가 없다는 점이다. 산발적인 가구단지에 원스톱(One-Stop)행정기능을 수행할 수 있는 (가칭)가구센터의 설립이 어느 때보다 필요하다. 얼마 전 섬유디자인센터의 경우가 이미 경기북부에 들어와서 섬유산업을 선도한 사례를 보듯이 광역자치단체차원에서 이러한 기능 수행의 센터가 필요하다.

둘째, 기능적으로 가구단지의 활성화가 필요할 것으로 판단된다. 즉, 공동구매의 활성화 및 가구전문 생산단지와 마케팅이 겸비된 가구단지의 조성이 필요하다, 가구산업도 최근 유통업체에서 일어나고 있는 공동구매의 경향을 받아들여서 공동구매 사업을 확충해야 할 것으로 판단되며, 대한가구공업협동조합 등이 원자재 구매의 추진주체가 되어 공동구매의 대상을 먼저 단순화시켜서 파티클 보드, 합판, 패각, 도료 등으로 점차 확대

5) 파주 운정가구 타운은 파주시 황룡산 자락에 인접해 약 5만㎡ 규모로 조성된 가구전문 단지이다. 운정 가구 타운은 대리점을 거치지 않고 생산자와 소비자가 직접 만나 쇼핑을 할 수 있는 가구단지이다. 서울에서 20분 거리로 접근성이 뛰어나고, 쇼핑 편의성, 주차 편리성, 생산자와 직접 거래할 수 있는 직거래 등 철저하게 소비자의 입장에서 설계된 가구단지이다.

해야 할 것이다. 이를 위해서는 기 언급한 바와 같이 파주 운정가구단지 등의 사례를 모아 시범적 가구단지의 조성이 필요할 것이다.

마지막으로, 기술적인 측면에서 공동브랜드개발이 필요할 것으로 보인다. 공동브랜드 사업의 경우 이미 많은 자치단체에서 시행하고 있는 바, 특히 가구산업의 경우 공동브랜드사업이 어느 때보다 필요하며, 이미 일부 시행되고 있는 가구공동브랜드 사업에 보다 체계성과 정책적지원이 가미된다면, 가구산업의 중요한 마케팅부분의 문제가 해결될 수 있을 것으로 판단된다.

### V. 결 론 : 논의의 종합

이상에서 경기북부에 있는 가구산업에 대한 전반적인 현황과 문제점 및 정책적 제안을 하였다. 논의를 종합하여 보면 경기북부의 기존산업의 다양성 중 가구산업과 섬유산업의 경우 정책적인 대응에 따라 산업의 활성화가 달려있다 할 수 있다는 잠정적 결론하에 다음의 세 가지를 정책적으로 제안하면 다음 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 경기북부 가구산업의 정책제안 모형도

이를 세부적으로 정리하면 다음과 같다. 첫째, 구조적으로 경기북부가구센터(가칭 안)를 제안하였다. 가구센터의 경우 가장 핵심은 네트워크의 구축과 가구센터의 향후 기능에 대한 모델개발이 필요하며, 이는 경기개발연구원의 자체결과가 있는 것으로 분석되어진다. 또한, 가구지원센터는 가구 디자인 개발의 의의 및 중요성을 부각시키고 신제품 개발의 성과를 좌우하는 주요 단계로서 아이디어 평가 모델의 선정 및 그 응용 방안

을 객관적으로 제시함으로써 국내가구업체로 하여금 효율적이고 성공적인 신제품 디자인 개발 업무 추진을 가능하게 하고 나아가 기업경쟁력 제고를 꾀할 수 있도록 역할을 수행해야 할 것이다.

둘째, 기능적으로 가구단지의 시범적 조성 안을 제안하였다. 가구단지의 건립의 가장 핵심은 위치의 문제와 운정가구 단지를 비교할 경우 참여자를 어떻게 모집할 것인가의 유인책개발이 필요하다고 판단된다.

마지막으로 기술적인 측면에서의 공동브랜드사업의 활성화를 제안하였다. 경기북부 가구 공동브랜드 개발 시 가구산업 경쟁 대상국과의 경쟁력 향상과 현재의 저가의 이미지를 탈피하고, 환경 친화적이고 고급스러운 이미지와 경기북부의 지리적 위치를 고려하여 평화와 통일을 지향하는 브랜드 이미지를 형성하는데 주력해야 할 것이다. 하지만, 공동브랜드 구축사례가 경기북부 가구사업 활성화에 무엇을 의미하는지에 대한 정확한 파악과 어떻게 나아갈 것인가에 대한 명확한 아이덴티티를 구축하는 것이 선행되어야 할 것이다.

끝으로 경기도에서도 경기북부지역에 폭넓게 기반을 두고 있는 가구산업을 방관하기 보다는 경기북부에 연계된 산업육성을 위한 방안마련과 적극적인 지원, 체계적인 정책마련 등의 방안 모색을 통해 미래지향적이며 총체적인 개발육성 방안이 필요한 시기가 왔다고 판단되어 지며 경기도는 물론이거니와 주체라 할 수 있는 가구업체와 지역의 대학의 관련학과 전문가들의 해안을 모아야 한다는 말로 결론을 대신한다.

### <참고문헌>

경기개발연구원. (2005), 「경기북부 주요계획 현황에 대한 분석」.  
경기개발연구원. (2006), 「경기도 가구산업육성 마스터플랜」.  
경기개발연구원. (2010), 「경기북부지역 산업단지 분양률 제고 방안」.  
경민대학 가구산업개발원. (2004), 「경기북부 가구산업 현황분석 및 육성방안 개발」,  
경기중소기업종합지원센터.  
김연태. (2007), 경기북부 지역발전 수준에 대한 실증 분석과 정책적 대안.  
김환철. (2005), 경기북부 가구산업센터의 활성화방안에 관한 연구, 한국토지행정학회  
한국생활환경시험연구원. (2004), 「가구산업경쟁력조사」. 한국생활환경시험연구원.

접수일(2010년 03월 25일)

수정일자(2010년 04월 15일)

게재확정일(2010년 04월 30일)