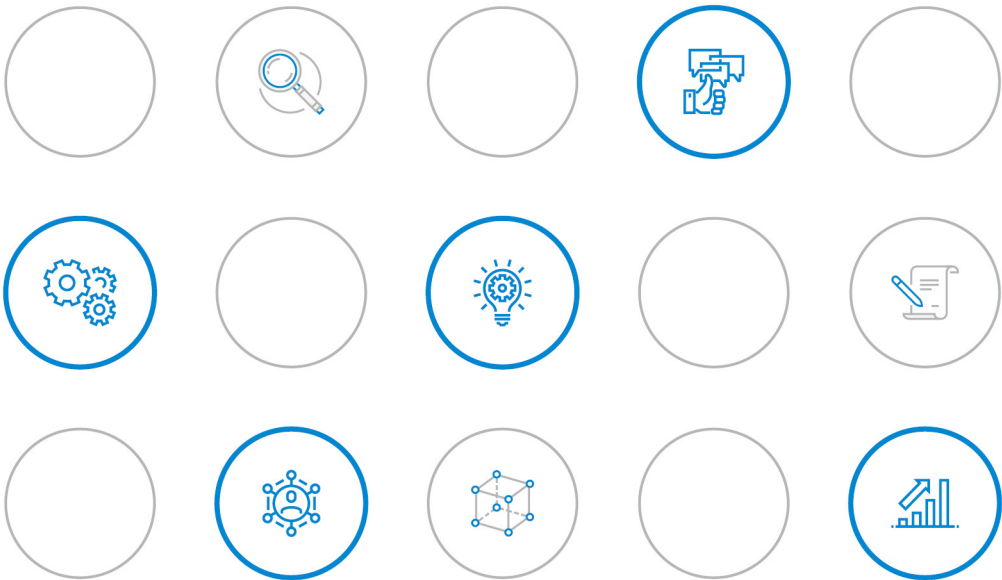


고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구(2024~2028)

Fostering Plan of Furniture Industry in Goyang Special City (2024~2028)

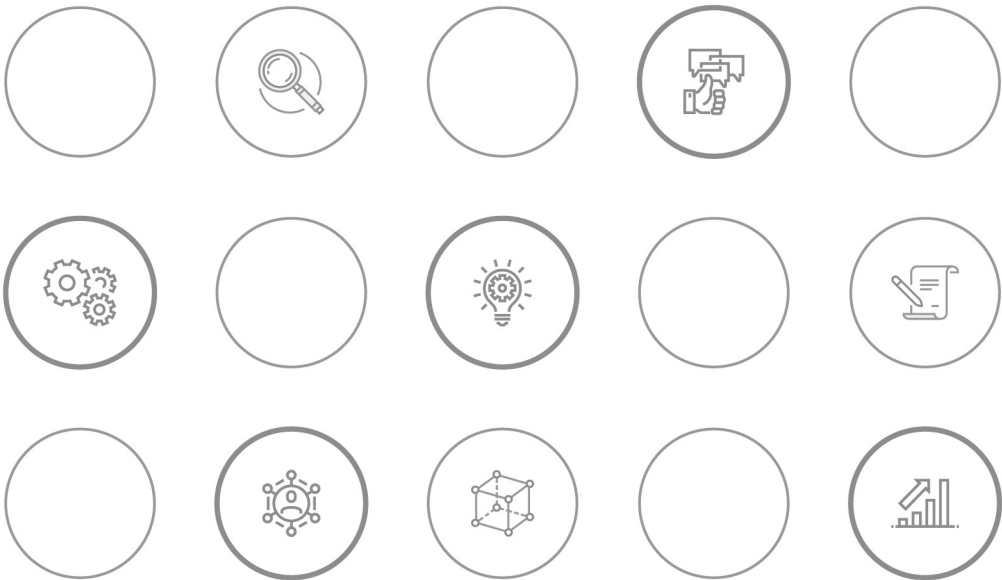
• 이현정, 조상미



고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구(2024~2028)

Fostering Plan of Furniture Industry in Goyang Special City (2024~2028)

• 이현정, 조상미



고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구(2024~2028)

Fostering Plan of Furniture Industry in Goyang Special City (2024~2028)

연구책임자

이현정 고양연구원 자족경제연구실, 선임연구위원

연구진

조상미 고양연구원 자족경제연구실, 연구원

자문위원

김민수 고양산업진흥원, 수석

김성연 고양산업진흥원, 수석

김의신 경희사이버대학교, 교수

김희선 중소벤처기업연구원, 연구위원

박경영 화성시연구원, 연구위원

배윤성 평택시 소상공인지원센터, 주사

주다영 국민대학교, 교수

최연수 한국공예산업연구소, 소장

최정윤 MCI Group Korea Office, 이사

요 약

1. 연구의 개요

□ 연구 배경 및 필요성

- 가구업계 어려움 가중 → 고양시 가구산업의 르네상스를 위한 방안 모색
- 가구산업의 트렌드 및 구조 변화 → 유통·물류·판매 중심의 환경개선 및 경쟁력 강화를 위한 인프라 조성
- 가구산업 육성 기본계획 수립 → 대내·외적 공감대 형성, 체계적인 사업추진 도모

□ 연구 목적

- 고양시 가구산업의 유통선진화로 르네상스 토대 마련
- 가구산업의 인프라 구축으로 경쟁력 확보
- 가구산업 유통·물류·판매 산업의 활성화와 경기북부 가구산업의 중심

□ 연구 범위

- 공간적 범위: 경기도 고양시 일원(가구산업 밀집지역 등)
- 시간적 범위: 계획기간 2024년~2028년
- 내용적 범위: 환경변화, 실태와 전망, 육성 방향, 기술 및 디자인 개발, 인력양성, 마케팅, 기반시설 확충, 박람회 등

□ 기대효과

- 가구산업의 환경 및 구조변화를 반영한 종합발전계획 수립
- 고양시 가구산업의 발전 및 활성화 방안 모색
- 고양시 가구산업의 육성 방향 및 경쟁력 강화 방안 도출(유통산업, 기술&디자인 기반, 전시회 및 홍보 소비촉진 등)

2. 국내·외 가구산업 현황

□ 해외 가구산업 환경

- (국외) 세계 가구산업은 2022년 5천억 달러 수준에서 2030년 8천억 달러 수준으로 성장할 것으로 예측하며 성장세에 있음
 - 품목별: 침대, 홈데코, 홈오피스, 주방 및 다이닝룸, 조명, 거실, 야외용 가구 순임
 - 시장별: 가구렌탈 서비스 시장, 온라인 가구 시장 등이 성장할 것으로 예측

표 1 | 해외 가구산업 시장 특성

| 국가 | 특성 |
|------|--|
| 미국 | <ul style="list-style-type: none"> • 미국 가구시장은 연평균 4% 이상 성장하고 있으며 온라인시장이 확대되고 있음 • 오프라인 유통의 2021년 시장점유율은 월마트, 윌리엄소노마, 타겟 순임 • 온라인시장의 규모가 확대되면서 아마존, 웨이페어, 오버스트, 이케아 등이 경쟁 |
| 일본 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 일본 가구·인테리어 판매 시장 규모(매출액 기준)는 전년대비 6.1% 증가 • 온오프라인에서 사람들에게 보여주기 위한 내추럴 인테리어, 소금계 인테리어가 유행 • 지속가능한 경제체제로 전환이 가속화되면서 ESG 경영으로 친환경 소비 트렌드 가속화 • 일본판 이케아인 니토리는 일본 1위 라이프스타일 브랜드로 가구와 인테리어 소품 등을 판매 |
| 독일 | <ul style="list-style-type: none"> • 전세계 가구 제조 국가 중 3위이며 5%의 시장 점유율을 보유하고 있음 • 2020년부터 2029년까지 연평균 성장률을 3.43%로 예측 • 수입국에서 저가로 생산하여 고가로 수출하는 수익성이 좋은 시장 • 천연 소재에 대한 상당한 수요가 있고 소재가 점점 고가로 고급화되고 있음 • 가구 시장 전체 매출 중 대부분은 50인 이상의 종사자를 보유한 대규모의 제조기업임 |
| 폴란드 | <ul style="list-style-type: none"> • 2010-2019년 사이 폴란드 가구 생산은 연간 7% 성장, 세계 시장 점유율은 약 5.5%임 • 폴란드 가구산업은 수출을 중심으로 성장 • 생산된 가구의 80% 이상을 서유럽 시장에 판매하고 있으며, 특히 30% 이상이 독일로 수출 • 폴란드 가구 제품의 수출 경쟁력은 낮은 가격 대비 좋은 품질임 • 수출품의 대부분이 하청이나 OEM 방식으로 생산되어 자체 브랜드나 디자인 개발에 취약하여 고부가가치 창출에는 한계가 있음 |
| 중국 | <ul style="list-style-type: none"> • 중국 가구 시장은 안정적 성장 단계로 시장 규모가 꾸준히 증가함 • 스마트 홈 제품을 중심으로 인테리어 가구 시장이 빠르게 증가함 • 중국인들의 환경보호 의식이 높아지면서 친환경 가구 시장이 확장되고 있음 • 중국 가구시장에는 파로마, 한센, 퍼시스 등 다양한 한국 가구 제조업체가 진출해 있음 |
| 베트남 | <ul style="list-style-type: none"> • Statista는 2018년부터 2025년까지 연평균 17.34% 성장 전망 • 2020년 베트남 가구 수출 세계 3위, 내수시장보다 수출시장을 염두 • 베트남에서 생산되는 고급 목재가구의 80%는 유럽으로 수출 • 베트남인의 소득수준과 주거형태가 다양한 만큼, 가구 및 인테리어 시장 역시 세분화됨 |
| 이탈리아 | <ul style="list-style-type: none"> • 2024년부터 2029년까지 가구산업 CAGR 4% 이상성장할 것으로 예측함 • 세계 최고의 가구 수출국으로 주요 수출국은 프랑스, 독일, 미국, 캐나다 등임 • 디자인 및 제품 미학 측면에서 세계 선두, 장인 기술과 디자인 중심의 전문인력 양성 • 전자상거래 시장이 꾸준히 증가하고 있음 • 중소기업 중심의 가구산업클러스터 구축 • 이탈리아 가구 주요 기업인 나뚜찌 그룹 국내시장에 진출함 |

□ 가구산업의 특징

- 라이프스타일 기반 생활밀접형 산업
- 고부가가치 산업
- 노동집약적 산업
- 중소기업형 산업
- 친환경산업으로 전환
- 수출산업화 가능산업

□ 경기도 가구지원산업 현황

- 경기도의 가구산업 지원사업은 점차 축소되고 있음
 - 2019년 9개 지원사업, 3,453백만원의 예산으로 추진하던 사업이 점차 감소함
 - 2023년 5개 지원사업, 1,888백만원으로 운영되고 있음
 - 2023년 예산은 2019년과 비교하면 54.8%에 불과한 수준임

표 2 | 경기도 경기연구원 가구산업 육성 방안

| 구분 | 육성 방안 |
|---------------------------|---|
| 경기도 가구 창작공간 운영 및 디자인 개발지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 도내 가구기업의 디자인 전문가와 매칭 및 IT 등 이업종 산업분야와 협업으로 신제품 가구 디자인(R&D) 개발 및 디자인 컨설팅 지원을 통한 경쟁력을 확보하여, 가구산업의 글로벌 경쟁력을 강화 |
| 제품개발 및 마케팅 지원 확대 | <ul style="list-style-type: none"> • 경기도 특화산업인 가구기업의 제품개발 및 마케팅 활동 집중 지원으로 경쟁력 있는 중견·강소 기업으로 육성하며, 기술개발 및 마케팅 집중 지원을 통해 매출액 증대와 고용창출 등으로 지역경제 활성화에 기여 |
| 경기도 가구 공동브랜드 육성 | <ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 가구기업 국내 입점 및 한샘·리바트·일룸 등 대기업의 공격적 마케팅에 의해 가구산업의 양극화가 심화됨에 따라 경기도 가구 공동브랜드(이로체, iroche) 컨소시엄 사업을 통해 도내 가구산업을 육성 |
| 경기도 가구산업 온라인플랫폼 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 융복합 디자인 지원 사업을 통해 구축한 온라인플랫폼을 가구산업과 관련한 각종 정보를 제공하는 경기도 가구산업의 대표 홈페이지로 발전 운영, 가구관련 동향 및 지원사업 등 지속적인 양질의 정보 제공 및 운영으로 홈페이지 활성화 |
| 경기도 가구기업 해외세일즈 네트워크 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 내수 가구시장 포화에 따라 도내 중소가구기업의 해외 시장 진출을 위한 세일즈 네트워크 마련이 필요 |
| 경기도 가구디자인비즈니스센터 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • 접근성이 불편한 도심 외곽에 위치한 다수 가구기업이 겪는 인력수급 부족과 인력양성의 어려움을 해소하고자 도심 인근에 디자인비즈니스센터 구축 |

□ 가구산업 육성정책

- 과제 수행에 있어 관계부처, 유관기관과 경기도의 관리주체별, 업종별, 분야별 정책 활용 방안을 계획하고 이에 따른 국도비 지원사업을 최대한 활용

표 3 | 국내 가구산업 정책동향

| 관계주체 | 사업내용 |
|------------------------|--|
| 산업통상자원부 | <ul style="list-style-type: none"> 생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원) 생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이 언스 운영) 글로벌전문기술개발사업 지원 생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안 등 |
| 중소벤처기업부 (진흥공단, 중앙회) | <ul style="list-style-type: none"> 중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선 구매 제도 한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충 정책자금 첫걸음기업 지원제도 스마트공장 보급·확산 지원사업 지역특화발전특구 지정(2004~) 도시형소공인 집적지구 지정(2016~) |
| 경기도 (테크노파크, 진흥원 등) | <ul style="list-style-type: none"> 국내 가구 전시회 참가 지원 국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원 가구디자인 창작공간 운영 가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업 유망·영세 가구기업 R&D 지원사업 가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최 경기가구인증센터 운영 등 |

〈자료〉 에이치아이정책연구원(2019). 광주시 가구거리(가구산업 인프라) 조성 타당성 및 기본설계 용역

3. 고양시 가구산업 현황

□ 가구산업 현황

- 수도권 규제로 가구제조업은 쇠락, 제조공장 대부분은 파주, 김포, 포천 등으로 이전
- 고양시 가구제조업: 2022년 1인 이상 사업체 수는 1,075개, 종사자 수는 3,113명
 - 경기북부의 종사자 수는 포천시 6,634명, 사업체 수는 남양주시가 1,589개로 가장 많음
- 고양시 가구산업의 판매업은 전국의 3%(경기도의 10%)
 - 경기도, 경기북부에서 가구도매업은 고양시가 1위로 기초자치단체로는 전국 최대 수준임
 - 2022년 고양시 가구 도소매업, 1인 이상 사업체 수는 608개, 종사자 수는 1,787명임

□ 가구단지 현황

- 일산가구단지는 1972년에 개장하였으며 덕이동(경의로 917번길 26)에 위치함
- 고양가구단지는 45년 전통으로 총 3개의 단지로 약 80여 개의 매장이 운영됨

□ 가구조합 현황

- 고양시가구협동조합: 고양시 가구인들이 단일화된 협동조합으로 2013년에 창립함
- 경기고양시일산가구협동조합: 2016년 창립하여 고양 가구물류유통단지 조성 추진

□ 고양가구박람회

- 2011년에 시작하여 경기도와 고양시의 지원을 받아 2024년까지 15회까지 추진함

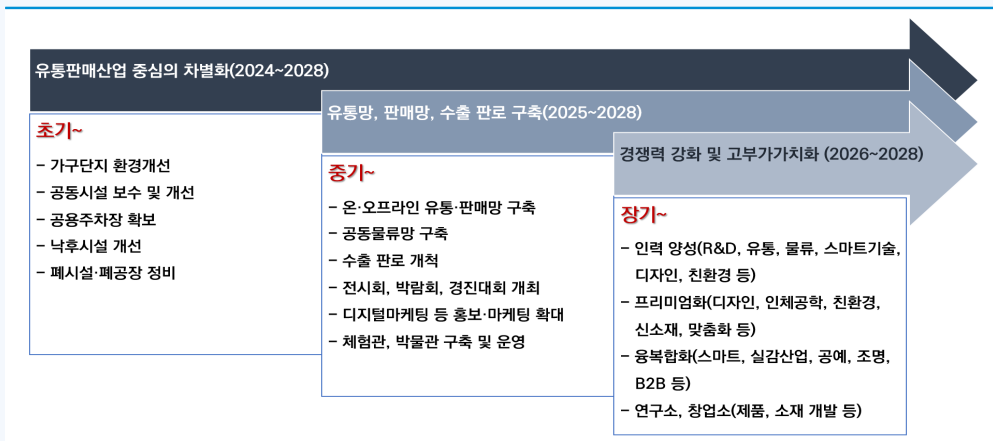
□ 고양시 가구산업 SWOT 분석

표 4 | 고양시 가구산업 SWOT 분석

| 강점(Strength) | 약점(Weakness) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• 가구단지의 오랜 역사와 집적화• 우수한 교통 체계와 접근성• 도시로서의 확장성 높음 | <ul style="list-style-type: none">• 가구산업의 브랜드 파워 취약, 영세 중소기업 중심• 디자인 등의 연구개발을 위한 투자 미흡• 가구 전문가 양성을 위한 교육기관 부족 |
| 기회(Opportunity) | 위협(threat) |
| <ul style="list-style-type: none">• 판매·유통 중심의 가치사슬 구축• 고양시 가구브랜드 확보• 경기북부의 판매·유통 중심축 필요성 증대 | <ul style="list-style-type: none">• 이케아 등 글로벌기업 입점으로 시장경쟁 심화• 인터넷 시장의 확대로 오프라인 판매시장 부진• 경기북부의 인접 지자체의 가구 제조업 성장 |

□ 고양시 가구산업 단계별 수행과제

그림 1 | 고양시 가구산업 단계별 수행과제



4. 고양시 가구산업 종합발전계획

□ **미션: 고양시 가구산업의 르네상스**

□ **비전: 고양시 가구산업 진흥 및 경쟁력 강화**

□ **목표: 가구의 판매·유통 집적화를 통해 경기북부 제1의 판매·유통 시장 조성**

□ **핵심 가치: 집적화(산업), 활성화(소비), 차별화(가치), 연계화(협업)**

□ **추진방향**

- 방향 1: 가구 물류, 유통, 판매의 집적화로 진흥 지역 조성(고양시에서 경기북부로 확대)
- 방향 2: 판매망 확보와 전시회 개최로 물류, 유통 및 소비에 이르는 상권 활성화
- 방향 3: 가구산업의 융·복합산업 육성을 통한 고부가가치산업으로 육성
- 방향 4: 경기북부 가구산업의 육성을 위한 유통·판매망의 중심축 구축

□ **추진전략**

○ **추진전략 1(유통·판매): 환경개선으로 유통, 판매 인프라 조성**

- ① 환경개선 사업
- ② 전시 및 판매 공동 인프라 조성
- ③ 온오프라인 홍보 지원

○ **추진전략 2(물류): 공동 물류망 확보**

- ① 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보
- ② 물류 통합관리 및 운영강화
- ③ 가구 풀필먼트(fulfillment) 구축
- ④ 수출지원

○ **추진전략 3(인력·제품·연구): 가구산업 경쟁력 강화**

- ① 가구인력 양성
- ② 가구디자인 및 제품개발 지원
- ③ 가구연구소 구축지원

○ **추진전략 4(차별화·연계화): 가구산업 파트너십 구축**

- ① 가구 공동브랜드 개발지원

- ② 경기북부 가구산업 협의회 구성 및 운영
- ③ 가구산업 차별화로 경쟁력 확보
- ④ 유기적 산업생태계 구축지원

○ 추진전략 5(트렌드): 국내외 시장 트렌드 반영

- ① 온라인 판매망 및 플랫폼 구축
- ② 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성지원
- ③ 맞춤형 가구산업 육성지원
- ④ 국내외 경진대회 및 가구 전시회 참가 지원

○ 추진전략 6(융복합화·고부가가치화): 가구 융복합산업 육성

- ① 조명 등 가구 고부가가치산업의 육성
- ② 공예 등의 가구 액세서리 등 연관산업의 육성
- ③ 실감미디어 등 가구 체험장 구축지원
- ④ 가구박물관 구축지원

□ 과제 추진을 위한 관련 법규와 정책 활용 방안 및 사례

- 고양시 가구산업 르네상스를 위한 사업추진을 위해서는 정책과 법규를 활용
- 포천의 마홀앤 사례를 참조하여 참여 주체 간의 역할 분담과 주도적 추진이 필요

표 5 | 가구산업 정책동향

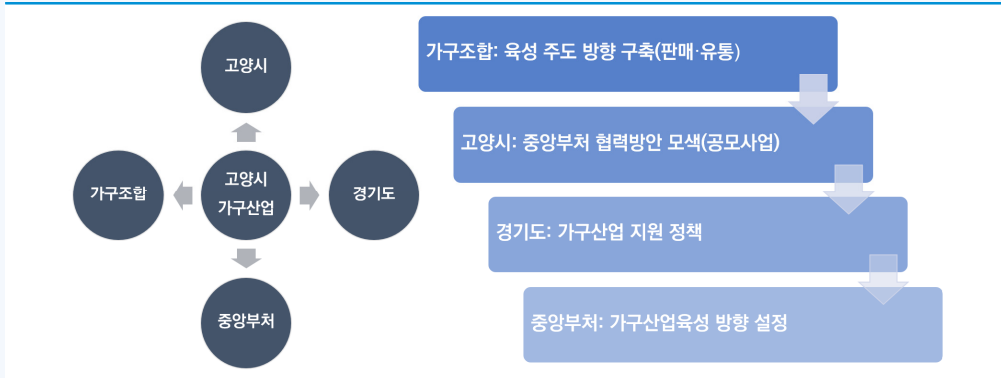
| 관계주체 | 사업내용 |
|-------------------|--|
| 정책동향 및 활용방안 | <ul style="list-style-type: none"> 세부과제 수행에 있어 관계부처, 유관기관과 경기도의 관리주체별, 업종별, 분야별 정책 활용 방안 모색 국도비 지원사업을 최대한 활용 시설지원사업과 사업지원사업을 구분하여 지원방안 모색 |
| 관련법규 검토 | <ul style="list-style-type: none"> 집적지구: 노동집약도가 높고, 숙련기술을 기반으로 도시형 소공인의 발전과 성장을 위한 지구 지역특구: 지역특성에 따라 규제 적용을 차별화하여 도시 전체의 특화산업 육성 및 민자유치 촉진 |
| 마홀앤사례 | <ul style="list-style-type: none"> 가구공동전시장 및 물류센터를 시작으로 가구산업 육성 모멘텀 확보 원자재 공동구입, 공동물류 협동조합이 주도 가구산업 지원을 위한 정부 공모사업 참여 협동조합 주도(경기도, 포천시, 중소벤처기업부, 중소기업중앙회 등) 가구업계 발전을 위한 지원시설 및 지원사업 협동조합이 주도 온라인몰 구축(포천시 지원) 및 운영(협동조합) |

5. 사업추진 체계

□ 사업 주체별 역할분담

- 고양시 가구조합, 고양시, 경기도 등 주체별 역할을 분담하여 협업하여 추진함

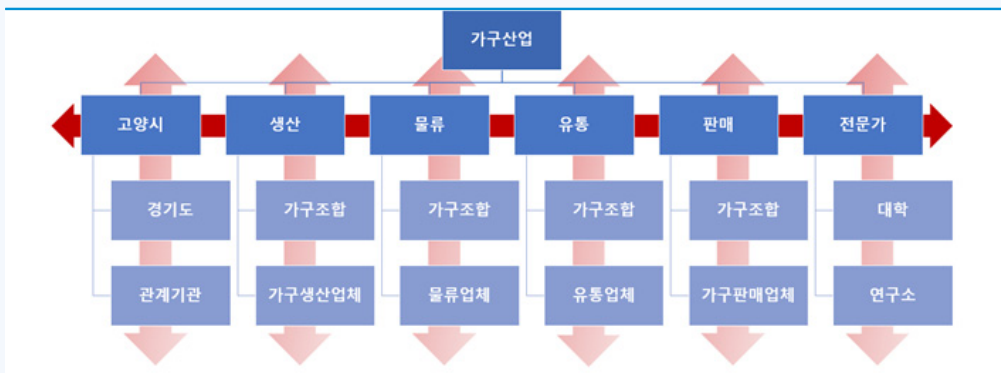
그림 2 | 고양시 가구산업 단계별 수행과제



□ 고양시 가구산업 진흥을 위한 협력체계 구축

- 가구조합, 생산-유통-판매-물류업체, 소비확산, 글로벌기업, 전문가, 관계기관

그림 3 | 고양시 가구산업발전 협력체계 구축



□ 고양시 가구판매를 위한 공동온라인몰 시범운영

- 가구복합단지 조성을 위한 시범사업으로 공동온라인몰 운영으로 판매체계 기반구축

목차

CONTENTS



| | |
|---------------------------------|----------------|
| 제1장 연구의 개요 | 1 |
| 제1절 연구의 배경 및 목적 | 3 |
| 제2절 연구의 내용 및 방법 | 8 |
| 제3절 연구의 기대효과 | 10 |
| 제2장 국내외 가구산업 현황 및 분석 | 11 |
| 제1절 가구산업의 정의 | 13 |
| 제2절 가구산업의 동향 | 21 |
| 제3절 국내외 가구산업 현황 | 32 |
| 제4절 경기도 가구산업 현황 | 52 |
| 제3장 고양시 가구산업 현황 및 분석 | 75 |
| 제1절 고양시 가구산업 현황 | 77 |
| 제2절 고양시 가구산업 실태 | 88 |
| 제3절 고양시 가구산업 SWOT 분석 및 잠재력 | 100 |
| 제4장 고양시 가구산업 종합발전계획 | 105 |
| 제1절 비전 및 목표 | 107 |
| 제2절 육성전략 | 109 |
| 제3절 추진과제 | 115 |
| 제4절 성과관리방안 | 159 |
| 제5절 추진체계 | 165 |
| 참고문헌 | 171 |
| Abstract | 177 |

표 목차

| | |
|---|----|
| [표 1-1] 고양시 가구산업 선행연구 요약 | 6 |
| [표 2-1] 가구의 정의 | 13 |
| [표 2-2] 가구의 분류 기준 | 14 |
| [표 2-3] 가구의 분류 | 15 |
| [표 2-4] 가구산업의 정의 | 16 |
| [표 2-5] 가구산업의 특성 | 17 |
| [표 2-6] 가구산업의 산업, 제품 및 시장별 특성 | 17 |
| [표 2-7] 가구산업의 분류 - 한국표준산업분류(KSIC) 10차 개정 | 19 |
| [표 2-8] 가구산업의 유형별 시장규모 | 23 |
| [표 2-9] 가구 비즈니스 추세 | 27 |
| [표 2-10] 가구산업의 트렌드 변화 | 28 |
| [표 2-11] 국내 가구 홈퍼니싱 업계 | 29 |
| [표 2-12] 해외 가구박람회 | 30 |
| [표 2-13] 국내 가구박람회 | 31 |
| [표 2-14] 해외 가구시장 특성 | 33 |
| [표 2-15] 미국 대표 가구기업 | 35 |
| [표 2-16] 미국 온라인상거래 주요 가구기업 | 35 |
| [표 2-17] 중국 내 대표 가구 기업 | 38 |
| [표 2-18] 세부 업종별 가구산업 현황(2021년 기준) | 41 |
| [표 2-19] 전국 가구단지 현황 | 42 |
| [표 2-20] 스웨덴 이케아 vs. 일본 니토리 vs. 이탈리아 나뚜찌 | 46 |
| [표 2-21] 가구산업 정책동향 | 48 |
| [표 2-22] 관련 계획 법규검토 사례 | 49 |
| [표 2-23] 2024 가구산업 지원정책 | 49 |
| [표 2-24] 가구산업 정책동향 | 50 |
| [표 2-25] 경기도 가구산업 SWOT 분석 | 52 |
| [표 2-26] 2022년 경기도 가구산업 현황(1인 이상) | 53 |
| [표 2-27] 2022년 경기도 가구산업(제조업+도소매업) 현황(1인 이상) | 56 |
| [표 2-28] 2022년 경기북부 가구산업 현황(1인 이상) | 57 |

| | |
|---|----|
| [표 2-29] 2017년 경기북부 가구산업 현황(1인 이상) | 57 |
| [표 2-30] 2017년 vs. 2022년 경기남부 가구제조업 현황(1인 이상) | 58 |
| [표 2-31] 2017년 vs. 2022년 경기남부 가구 도소매업 현황(1인 이상) | 59 |
| [표 2-32] 2022년 경기남부 가구산업 현황(1인 이상) | 60 |
| [표 2-33] 2017년 경기남부 가구산업 현황(1인 이상) | 61 |
| [표 2-34] 경기도 대비 고양시 가구산업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상)62 | |
| [표 2-35] 경기도 가구산업 지원사업(2019년~2023년) 실태조사 세부결과 | 64 |
| [표 2-36] 경기도 경기연구원 가구산업 육성 방안 | 65 |
| [표 2-37] 제2차 경기도 가구산업 육성 종합계획(2019년~2023년) - 세부발전방안(15개 사업) | 66 |
| [표 2-38] 경기도 가구산업 지원사업 현황(2019년~2023년) | 67 |
| [표 2-39] 경기도 가구단지 현황 | 68 |
| [표 2-40] 마홀앤 운영 | 69 |
| [표 2-41] 마홀앤 건립의 참여 주체별 역할 분담 | 71 |
| [표 2-42] 마홀앤 건립 연혁 | 71 |
| [표 2-43] 마홀앤의 특징점 및 벤치마킹 포인트 | 73 |
| [표 3-1] 고양시 가구제조업 현황(1인 이상) | 77 |
| [표 3-2] 고양시 가구제조업 사업체 규모별 현황(1인 이상) | 78 |
| [표 3-3] 고양시 가구제조업 점유율 현황(1인 이상) | 78 |
| [표 3-4] 고양시 가구제조업 점유율 현황(10인 이상) | 79 |
| [표 3-5] 고양시 행정동별 가구제조업 현황(10인 이상) | 80 |
| [표 3-6] 고양시 가구제조업 현황(10인 이상) | 81 |
| [표 3-7] 고양시 가구 도소매업 현황(1인 이상) | 82 |
| [표 3-8] 고양시 가구 도소매업 점유율 현황(1인 이상) | 82 |
| [표 3-9] 고양시와 경기북부의 가구제조업 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상) .. | 83 |
| [표 3-10] 고양시 가구제조업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상) | 84 |
| [표 3-11] 고양시와 경기북부의 가구 도소매업 현황(1인 이상, 2017년 vs. 2022년)86 | |
| [표 3-12] 고양시 가구 도소매업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상) | 87 |
| [표 3-13] 고양시 가구박람회(2016년~2024년) | 91 |

| | |
|---|-----|
| [표 3-14] 고양시 소재 가구기업의 가구산업 발전 추진 이력(2012년~2024년) | 92 |
| [표 3-15] 마홀앤 VS 고양가구복합단지 | 93 |
| [표 3-16] 국내 가구산업의 특성과 비교 | 100 |
| [표 3-17] 고양시 가구산업 SWOT 분석 | 101 |
| [표 3-18] 고양시 가구산업 SWOT 잠재력 | 102 |
| [표 3-19] 고양시 가구산업 현재(AS-IS) vs. 미래(TO-BE) | 103 |
| [표 4-1] 고양시 가구산업 비전 및 목표 | 108 |
| [표 4-2] 고양시 가구산업 육성 추진과제 | 109 |
| [표 4-3] 추진내용: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성 | 115 |
| [표 4-4] 연차별: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성 | 116 |
| [표 4-5] 추진내용: 전시 및 판매 공동 인프라 조성 | 117 |
| [표 4-6] 연차별: 전시 및 판매 공동 인프라 조성 | 117 |
| [표 4-7] 추진내용: 온오프라인 홍보 지원 | 119 |
| [표 4-8] 연차별: 온오프라인 홍보 지원 | 119 |
| [표 4-9] 추진내용: 공동물류망 구축 | 121 |
| [표 4-10] 연차별: 공동물류망 구축 | 122 |
| [표 4-11] 추진내용: 물류 통합관리 및 운영강화 | 123 |
| [표 4-12] 연차별: 물류 통합관리 및 운영강화 | 124 |
| [표 4-13] 추진내용: 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축 | 125 |
| [표 4-14] 연차별: 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축 | 126 |
| [표 4-15] 추진내용: 수출지원 | 127 |
| [표 4-16] 연차별: 수출지원 | 128 |
| [표 4-17] 추진내용: 가구산업 경쟁력 강화 | 129 |
| [표 4-18] 연차별: 가구산업 경쟁력 강화 | 130 |
| [표 4-19] 추진내용: 가구디자인 및 제품개발 지원 | 131 |
| [표 4-20] 연차별: 가구디자인 및 제품개발 지원 | 132 |
| [표 4-21] 추진내용: 가구연구소 구축지원 | 133 |
| [표 4-22] 연차별: 가구연구소 구축지원 | 134 |
| [표 4-23] 추진내용: 가구 공동브랜드 개발지원 | 135 |

| | |
|---|-----|
| [표 4-24] 연차별: 가구 공동브랜드 개발지원 | 136 |
| [표 4-25] 추진내용: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영 | 137 |
| [표 4-26] 연차별: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영 | 138 |
| [표 4-27] 추진내용: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 | 139 |
| [표 4-28] 연차별: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 | 140 |
| [표 4-29] 추진내용: 유기적 산업생태계 구축지원 | 141 |
| [표 4-30] 연차별: 유기적 산업생태계 구축지원 | 142 |
| [표 4-31] 추진내용: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 143 |
| [표 4-32] 연차별: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 144 |
| [표 4-33] 추진내용: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원 | 145 |
| [표 4-34] 연차별: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원 | 146 |
| [표 4-35] 추진내용: 맞춤형 가구산업 육성지원 | 147 |
| [표 4-36] 연차별: 맞춤형 가구산업 육성지원 | 148 |
| [표 4-37] 추진내용: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원 | 149 |
| [표 4-38] 연차별: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원 | 150 |
| [표 4-39] 추진내용: 조명 등 가구산업과 연관된 고부가가치산업의 육성 | 151 |
| [표 4-40] 연차별: 조명 등 가구산업과 연관된 고부가가치산업의 육성 | 152 |
| [표 4-41] 추진내용: 공예 등 가구 연관산업의 육성 | 153 |
| [표 4-42] 연차별: 공예 등 가구 연관산업의 육성 | 154 |
| [표 4-43] 추진내용: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원 | 155 |
| [표 4-44] 연차별: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원 | 156 |
| [표 4-45] 추진내용: 가구박물관 구축 방안 모색 | 157 |
| [표 4-46] 연차별: 가구박물관 구축 방안 모색 | 158 |
| [표 4-47] 전략 1: 과제 - 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성 | 159 |
| [표 4-48] 전략 2: 과제 - 공동물류망 구축 | 160 |
| [표 4-49] 전략 3: 과제 - 가구산업 경쟁력 강화 | 160 |
| [표 4-50] 전략 4: 과제 - 경기북부 가구산업 파트너십 구축 | 161 |
| [표 4-51] 전략 5: 과제 - 국내외 시장 트렌드 반영 | 161 |
| [표 4-52] 전략 6: 과제 - 가구 융복합산업 육성 | 162 |

| | |
|---------------------|-----|
| [표 4-53] 소요예산 | 164 |
|---------------------|-----|

그림 목차

| | |
|--|----|
| [그림 1-1] 고양시 가구산업 발전 추진체계 | 5 |
| [그림 1-2] 연구의 체계 | 9 |
| [그림 2-1] 가구산업의 가치사슬 | 19 |
| [그림 2-2] 가구산업의 프리미엄 시장 | 26 |
| [그림 2-3] 국내 홈퍼니싱 시장 규모 | 29 |
| [그림 2-4] 미국 주요 온·오프라인 가구 판매기업 점유율 | 34 |
| [그림 2-5] 2018년 국가별 설비투자 금액(단위: 백만 유로) | 37 |
| [그림 2-6] 한샘·리바트·이케아 매출(단위: 억원) | 44 |
| [그림 2-7] 다국적 글로벌기업 국내 진출 | 45 |
| [그림 2-8] 경기도 가구산업 분포도 | 53 |
| [그림 2-9] 경기도 가구산업(제조업+도소매업) 총사업체 수와 종사자 수(2022년) | 54 |
| [그림 2-10] 경기도 가구제조업 사업체 수와 종사자 수(2022년) | 55 |
| [그림 2-11] 경기도 가구 도소매업 사업체 수와 종사자 수(2022년) | 55 |
| [그림 2-12] 가구산업 연평균 성장률(2017년~2022년) | 62 |
| [그림 2-13] 경기도 가구산업 실태 설문조사 주요 결과(2023년 10월~11월) | 63 |
| [그림 2-14] 이로채 브랜드 연혁(2018년~2020년) | 67 |
| [그림 2-15] 포천시 가구 공동전시판매장 및 물류센터 마홀앤 | 70 |
| [그림 3-1] 고양시 가구산업 현황(2020년~2022년, 10인 이상) | 81 |
| [그림 3-2] 고양시와 경기북부의 가구제조업 현황(2022년, 1인 이상) | 84 |
| [그림 3-3] 고양시 가구제조업 연평균 성장률(2017년~2022년) | 85 |
| [그림 3-4] 고양시와 경기북부의 가구 도소매업 현황(2022년, 1인 이상) | 86 |
| [그림 3-5] 가구 도소매업 연평균 성장률(2017년~2022년) | 87 |
| [그림 3-6] 일산가구단지 | 88 |
| [그림 3-7] 고양가구단지 | 89 |
| [그림 3-8] 고양시 일산가구협동조합 창립 및 가구단지조성사업 추진과정 | 90 |
| [그림 3-9] 고양가구단지조성사업 - 사업 배경, 목적과 기대효과 | 90 |
| [그림 3-10] 시민대상 설문조사 - 인구통계학적 분포 | 95 |
| [그림 3-11] 시민대상 설문조사 - 고양시 가구유통단지 조성 의견 | 96 |

| | |
|--|-----|
| [그림 3-12] 시민대상 설문조사 - 지역경제 활성화와 부대 시설 의견 | 97 |
| [그림 3-13] 고양시 가구산업 육성방향 | 101 |
| [그림 4-1] 고양시 가구산업 육성 방향 | 108 |
| [그림 4-2] 가치사슬 단계별 전략 | 110 |
| [그림 4-3] 단계별 과제수행 전략 | 111 |
| [그림 4-4] 전략1. 환경개선 및 유통·판매 인프라 조성 | 112 |
| [그림 4-5] 전략2. 공동물류망 확보 | 112 |
| [그림 4-6] 전략3. 가구산업 경쟁력 강화 | 113 |
| [그림 4-7] 전략4. 경기북부 가구산업 파트너십 구축 | 113 |
| [그림 4-8] 전략5. 국내외 시장 트렌드 반영 | 114 |
| [그림 4-9] 전략6. 가구 융복합산업 육성 | 114 |
| [그림 4-10] 과제 1-1: 환경개선 사업 | 116 |
| [그림 4-11] 과제 1-2: 전시 및 판매 공동 인프라 조성 | 118 |
| [그림 4-12] 과제 1-3: 온오프라인 홍보 지원 | 120 |
| [그림 4-13] 과제 2-1: 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 | 122 |
| [그림 4-14] 과제 2-2: 물류 통합관리 및 운영강화 | 124 |
| [그림 4-15] 과제 2-3: 유통 플랫폼 구축 | 126 |
| [그림 4-16] 과제 2-4: 수출지원 | 128 |
| [그림 4-17] 과제 3-1: 가구인력 양성 | 130 |
| [그림 4-18] 과제 3-2: 가구디자인 및 제품개발 지원 | 132 |
| [그림 4-19] 과제 3-3: 가구연구소 구축 지원 | 134 |
| [그림 4-20] 과제 4-1: 가구 공동브랜드 개발 지원 | 136 |
| [그림 4-21] 과제 4-2: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영 | 138 |
| [그림 4-22] 과제 4-3: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 | 140 |
| [그림 4-23] 과제 4-4: 유기적 산업생태계 구축지원 | 142 |
| [그림 4-24] 과제 5-1: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 144 |
| [그림 4-25] 과제 5-2: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원 | 146 |
| [그림 4-26] 과제 5-3: 맞춤형 가구산업 육성지원 | 148 |
| [그림 4-27] 과제 5-4: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원 | 150 |

| | |
|--|-----|
| [그림 4-28] 과제 6-1: 조명 등 홈데코 가구산업과 연계된 고부가가치산업의 육성 | 152 |
| [그림 4-29] 과제 6-2: 공예 등 가구 연관산업의 육성 | 154 |
| [그림 4-30] 과제 6-3: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원 | 156 |
| [그림 4-31] 과제 6-4: 가구박물관 구축 방안 모색 | 158 |
| [그림 4-32] 가구산업 발전을 위한 사업 주체별 역할 분담(안) | 166 |
| [그림 4-33] 가구산업 발전을 위한 사업 주체별 과제(안) | 167 |
| [그림 4-34] 가치사슬 사업 주체 간의 협력체계 구축(안) | 168 |
| [그림 4-35] 산·학·관·연 협업 및 네트워크 체계 구축(안) | 168 |
| [그림 4-36] 고양시 가구산업 산·학·관·연 협력체계 구축 | 169 |
| [그림 4-37] 경기북부 가구산업 네트워크 구축 | 170 |
| [그림 4-38] 경기북부 가구산업 상생협력체계 구축 | 170 |

제1장 연구의 개요

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 내용 및 방법

제3절 연구의 기대효과

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경 및 필요성

□ 고양시 가구산업 현황

- 가구산업은 50년 이상 고양시의 주요 공업산업이었음
 - 신도시와 택지지구가 개발되면서 수도권 규제로 제조업으로서 가구산업은 쇠락함
 - 가구 제조공장의 대부분은 파주, 김포, 포천, 양주, 남양주, 의정부 등으로 이전함
- 고양시 가구산업의 판매업은 전국의 3%(경기도의 10%) 수준임
 - 경기도에서 가구도매업은 고양시가 1위로 기초자치단체로는 전국 최대 수준임

□ 고양시 가구산업 육성 필요성

- 생산 불가로 제조업체가 인근 지자체로 이주하고 소비자의 고급시장에 대한 선호도 증가로 수입시장이 확대되고, 이케아 등의 DIY 가구의 국내 진출과 가구산업의 친환경소비 증가, 프리미엄화 등 트렌드 및 구조 변화로 가구업계 어려움 가중
 - 유통·물류·판매 중심의 환경개선 및 경쟁력 강화를 위한 인프라 조성
 - 가구산업의 르네상스를 위한 방안 모색
- 특화산업인 가구산업의 실태 파악과 산업경쟁력 확보 방안 모색이 필요함
 - 고양시 가구산업 육성을 위한 방향성 모색이 필요함
 - 가구시장의 경쟁력 확보를 위한 방안 모색이 필요함
- 종합적이고 체계적인 계획 수립으로 지역경제 활성화를 기대함
 - 「고양시 가구산업 육성 및 지원 조례」는 2020년 11월 제정되어 시행되었음
 - 단기/중·장기, 분야별 실행계획 수립으로 고양시 가구산업 육성·발전을 도모할 것을 명시
 - 가구산업 육성 종합계획수립으로 대내·외적 공감대 형성 및 체계적인 사업추진 도모

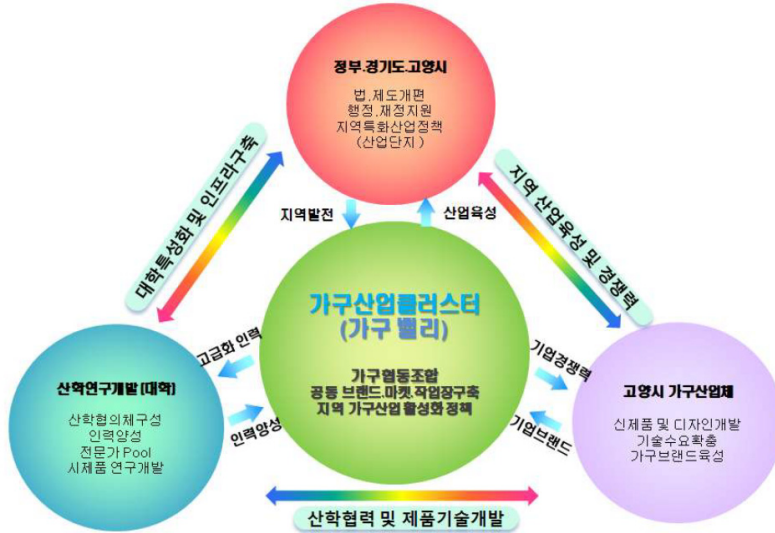
2. 연구의 목적

- 고양시 가구산업의 르네상스 기반 마련
 - 기술 및 디자인 개발 방안
 - 가구단지 등 전시·판매 시설 확보 방안
- 고양시 가구산업의 유통인프라 구축 등 경쟁력 확보 방안 모색
 - 가구산업의 전시·판매·물류 중심의 유통산업 육성 방안 모색
 - 가구산업의 기술, 디자인 인력 및 경영(판매, 마케팅, 유통, 물류 등) 인재 양성
- 고양시 가구산업 전시·유통·판매·물류 산업의 활성화 방안 모색
 - 전시, 축제, 박람회 등 다양한 행사 개최 방안 모색
 - ‘고양가구박람회’는 2024년까지 15회의 박람회를 개최함. 2024년 6월에 개최된 박람회는 '당신의 삶을 디자인하다'라는 주제로 94개 가구업체, 133개의 생활 및 인테리어 용품 업체 등이 참여함
 - 가구유통산업의 산업생태계 구축 방안 모색
- 경기북부 가구산업의 중심축 확보 방안 모색
 - 경기북부 지자체 간 역할 분담 및 협력적 생태계 구축 방안 모색
 - 가구산업을 주요산업으로 육성하는 경기북부 지자체 간의 가구조합들의 협력방안 제안

3. 선행연구

- 고양시 가구산업의 발전계획 수립 및 전시판매장 타당성 연구 추진
 - 이케아 입점 대비 고양시 가구산업 발전계획 수립(2015.8, 고양시 외)
 - 가구산업클러스터(가구밸리), 고양시 가구산업체, 산학연구개발, 정부·경기도·고양시 연계산업 발전 추진체계 구축
 - 고양시 가구산업 발전 추진정책, 단·중장기 전략, 분야별(기술, 인력, 마케팅, 입지) 전략

그림 1-1 | 고양시 가구산업 발전 추진체계



〈자료〉 고양시(2015.8). 「이케아(IKEA) 입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립.」

- 고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사 용역(2015.10, 고양시 가구협동조합, 경민대학교)
 - 고양시 가구산업 현황 및 유통·물류산업을 중심으로 가구밸리 구상
- 고양 덕이·대화 가구복합단지 조성사업(2022.10, 경기고양시일산가구협동조합)
 - 유통·물류를 포함하여 연구, 체험, 놀이시설 등이 포함된 가구복합단지 조성 방안 연구
- 경기도 가구산업의 육성방안 도출 등 연구 추진
 - 경기도 가구산업 경쟁력 강화방안(2018, 경기연구원)
 - 가구산업 환경 및 구조 변화를 분석하고, 경기도 가구산업의 경쟁력 강화를 위한 정책 개선 과제와 방향 제시
 - 경기도 가구산업 육성 방안 연구(2023, 경기도경제과학진흥원)
 - 가구산업의 고부가가치 전환과 산업경쟁력 강화를 위한 중장기 전략 제시

표 1-1 | 고양시 가구산업 선행연구 요약

| 구분 | | 연구개요 및 연구목적 | 연구방법 | 주요 연구내용 |
|------|---|---|--|---|
| | 1 | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 이케아(IKEA) 입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립(2015.8) 연구자: 고양시, 고양시가구협동조합, 경민대학교 가구산업개발원 연구목적: 마케팅강화, 인력양성, 브랜드 육성, 가구밸리구축 및 가구산업 장단기 정책 제시 | 자료분석 설문조사 | <ul style="list-style-type: none"> 국내외 가구산업 현황 고양시 가구산업 현황 이케아 가구산업 현황 고양시 가구산업 의견수렴 고양시 가구산업 장/단기 육성 전략 |
| | 2 | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사 용역(2015.10) 연구자: 고양시·고양시가구협동조합 연구목적: 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립부지 확보를 위한 타당성 조사 | 자료분석 통계분석 법령분석 정책협의 | <ul style="list-style-type: none"> 개요 사업여건분석 및 관련법률 검토 입지타당성 분석 사업추진 방안 경제성 분석 |
| | 3 | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 고양 덕이·대화 가구복합단지 조성사업 (2022.10) 연구자: 고양시 일산가구협동조합 연구목적: 고양가구복합단지 조성으로 산업경쟁력을높이고 성장동력 확보 | 자료분석 관계기관 정책협의 심층인터뷰 | <ul style="list-style-type: none"> 사업의 개요 대상지 현황 기본구상 개발계획 |
| | 4 | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 경기도 가구산업 경쟁력 강화방안 (2018) 연구자: 경기연구원 연구목적: 가구산업 구조변화를 분석하여 경기도의 가구산업 정책의 개선과제와 방향정립을 목표로 함 | 문헌분석 통계분석 심층인터뷰 자문회의 정책협의 | <ul style="list-style-type: none"> 가구산업 여건 변화 경기도 가구산업 정책 현황 및 과제 가구산업 경쟁력 강화 방안 |
| | 5 | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 경기도 가구산업 육성 방안 연구 (2023) 연구자: 경기도경제과학진흥원 연구목적: 가구산업의 고부가가치 전환과 산업 경쟁력 강화를 위한 중장기 전략 제시 | 설문조사 심층인터뷰 문헌조사 자문회의 | <ul style="list-style-type: none"> 가구산업의 개념 및 현황 경기도 가구산업 현황 경기도 가구산업 지원사업 현황 경기도 가구산업 실태조사 중장기 육성 전략 |
| 본 연구 | | <ul style="list-style-type: none"> 과제명: 고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구(2024~2028) 연구목적: 고양시 가구산업 육성 및 활성화 방안 도출 | 문헌분석 자료분석 사례연구 전문가 자문회의 심층인터뷰 | <ul style="list-style-type: none"> 가구산업 일반현황 가구산업 종합계획 기본방향(비전, 목표, 전략) 사업과제(단계별, 연차별, 사업별) 성과관리, 사업추진체계 |
| | | 차별성 | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 고양시 가구산업 육성 및 활성화 방안 도출 고양시 가구산업 육성을 위한 종합계획 수립 단계별, 연차별, 사업별 사업계획 수립 고양시 가구산업 경쟁력 확보 방안 | | |

□ 경기도 가구산업의 육성정책

○ 매년 경기도 가구산업 육성을 위한 추진정책을 제시함

- 가구창작 스튜디오, 가구 인증센터 운영, 맞춤형 디자인 개발, 신제품 디자인 개발, 국내외 마케팅 지원, 가구제작 전문가 교육 등의 정책을 추진함

○ 경기도 가구산업 육성을 위한 종합계획을 수립함

- 2019년~2023년 종합계획에서는 가구인력 양성, 가구디자인 및 제품개발 지원, 가구기업 마케팅 지원, 가구산업 인프라 구축의 4대 분야에서 단기계획 11개와 중장기계획 4개를 제시함
- 2012년~2016년 종합계획에서는 인프라 구축, 디자인 개발 등 기업지원 강화, 마케팅 활동 지원 강화 전략을 추진전략으로 9대 과제를 제시함

□ 제2차 고양특례시 가구산업 종합발전계획 수립에 따른 연구의 차별성

○ 2015년에 이케아 입점에 따른 대응을 위해 수립된 계획 이후 새로운 종합발전계획을 수립하고자 함

- 가구밸리 조성 등 가구산업 육성을 위해 산발적으로 추진된 연구용역에서 제시된 다양한 방안을 종합계획에 반영하여 통합적이고 체계적인 계획을 수립함

○ 산업의 환경변화에 따라 고양시 가구산업의 르네상스를 위한 육성·발전 방향을 제시하고자 함

제2절 연구의 내용 및 방법

1. 연구의 내용

□ 연구의 범위

- 내용적 범위: 고양시 가구산업 육성 방안
- 시간적 범위: 2024년~2028년

□ 주요 내용

- 가구산업의 일반현황
 - 국내외 가구산업의 환경변화
 - 국내외 가구산업의 실태와 전망
 - 고양시 가구산업의 현황
 - 고양시 가구업계의 의견
 - 고양시 및 인근 지자체(서울시, 파주시 등) 시민의 고양시 가구산업의 의견
- 고양시 조례에 따른 가구산업의 종합계획 수립
 - 기본방향: 비전, 목표, 전략 및 사업계획
 - 추진과제: 분야별
 - 기술개발 및 디자인 개발에 관한 사항
 - 가구산업에 필요한 전문 인력 양성 및 컨설팅 등 경영지원에 관한 사항
 - 가구제품의 소비 촉진 및 마케팅 지원에 관한 사항
 - 가구단지 등 가구산업 기반시설 확충에 관한 사항(가구복합단지 조성 포함)
 - 고양가구박람회 육성 및 발전을 위하여 필요한 사항
 - 사업계획: 단계별, 연차별, 사업별
 - 성과관리방안

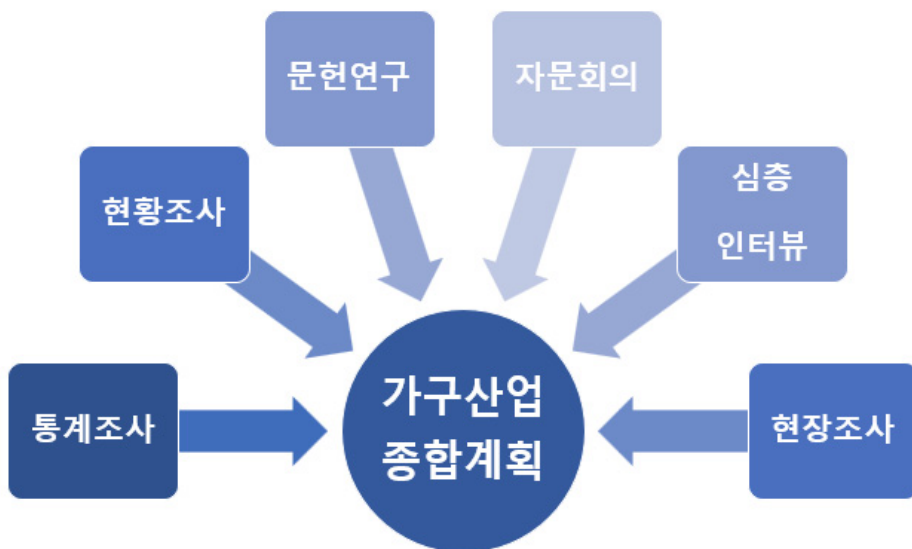
2. 연구의 방법 및 체계

□ 연구의 방법

- 문헌연구
 - 고양시 가구산업 발전을 위해 기진행된 연구

- 경기도 및 타 지자체 가구산업 육성 방안 및 기본계획 수립 연구
- 국내외 가구산업 현황 및 동향 연구
- 국내, 경기도 및 고양시 가구산업 현황 통계조사 및 분석
- 고양시 가구산업 육성을 위한 전문가 자문회의
- 고양시 가구산업 종사자 등 심층인터뷰
- 시민의 가구산업 육성에 대한 의견 설문 조사 및 분석
- 국내외 가구산업 육성 사례조사
- 고양시 가구단지 현장 방문
- 연구의 체계
 - 고양시 가구산업의 종합계획 수립을 위해 심층 인터뷰, 자문회의, 문헌연구, 현황조사 및 통계조사를 수행함

그림 1-2 | 연구의 체계



제3절 연구의 기대효과

1. 연구의 기대효과

- 가구산업의 환경 및 구조 변화를 반영한 종합발전계획 수립
 - 2015년 종합발전계획 수립 이후, 가구산업의 구조 및 환경변화를 반영하여 고양시 가구산업의 발전 및 활성화 방안 모색
- 고양시 가구산업의 육성 방향 및 경쟁력 강화 방안 도출
 - 전시·판매 등 유통을 중심으로 가구산업의 육성 방안을 도출
 - 스마트 기술, 친환경 소재, 기술과 디자인 등 환경변화에 따른 가구산업의 육성 방향 도출
 - 가구산업 전시회, 박람회 등 홍보 행사를 통한 가구산업의 판매 활성화 및 유통산업 체계 구축 방안 도출
- 지역 특화산업 육성
 - 가구산업은 고양시가 전통적으로 육성해온 산업임
 - 고양시는 전략적으로 콘텐츠산업과 바이오산업을 육성중에 있음
 - 실감미디어 디지털콘텐츠 산업과 연계하여 온라인 가구시장에서 마케팅 및 판매를 촉진할 수 있으며, 인체공학적 디자인을 적용한 헬스케어 등의 산업과 연계하여 육성할 수 있음
- 지역경제 활성화
 - 판매 및 유통시장을 중심으로 가구산업을 육성하고, 전시회 및 박람회 개최 등을 통해 국내외 관람객 등의 유입, 가구 소비자의 유입 등을 통해 도소매업 등 지역경제의 활성화를 기대할 수 있음
 - 지역산업인 콘텐츠산업과 바이오산업 등과 협업하여 상생협력으로 동반 성장 방안 모색

2. 연구의 활용

- 고양시 가구산업의 르네상스를 위한 방안 모색
- 가구산업의 유통·물류 육성 방안 모색
- 경기북부 지자체 간 가구산업의 유기적 파트너십 구축 방안 모색
- 경기북부 가구산업의 유기적 산업생태계 조성 방안 모색

제2장 국내외 가구산업 현황 및 분석

제1절 가구산업의 정의

제2절 가구산업의 동향

제3절 국내외 가구산업 현황

제4절 경기도 가구산업 현황

제1절 가구산업의 정의

1. 가구의 정의

□ 가구의 정의¹⁾

- 가구의 협의적 정의는 움직일 수 있는 것, 광의적으로는 건물에 붙어있는 것으로 확장됨
 - 협의는 의자나 책상과 같이 움직일 수 있는 것을 지칭하며 의자, 테이블, 스톨, 소파처럼 인간이 앉아서 편히 쉴 수 있는 것을 의미함
 - 광의는 붙박이장이나 벽난로와 같이 건물에 붙어있는 것도 포함함
- 정부 주요 부처와 고양시, 자치단체의 조례에서 가구를 다음과 같이 정의하고 있음
 - 경기도와 고양시 조례에서 가구란 실내에 설치되는 모든 기구 및 도구류를 총칭함
 - 산업부와 경기연구원은 실내에 설치되는 모든 기구 및 도구류를 총칭하는 것으로 정의함

표 2-1 | 가구의 정의

| 구분 | | 내용 |
|----|--------------------------|------------------------------------|
| 가구 | 경기도 조례 고양시 조례 | 건물 내에 비치하여 생활, 작업 등에 사용되는 여러 가지 물품 |
| | 산업부(2016) 경기연구원(2018) | 실내에 설치되는 모든 기구 및 도구류의 총칭 |

〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

□ 가구의 범주

- 환경의 변화에 따라 가구의 범주가 실외까지 확장되면서 범주도 확장됨
 - 정원용 가구처럼 실외 가구, 가로등, 우체통, 쓰레기통 등 거리 가구도 포함함

1) 한국개발연구원(2017). 「가구산업의 최근 성장과 서비스화에 대한 사례연구.」

- 신규 가구산업의 영역으로 항공기, 선박, 기차나 차량 등의 시트 및 기구류도 다루어지고 있으며 가구산업의 통계 및 HS code로 포함됨
- 병원, 동물병원, 이·미용에 사용되는 의자류, 수술대 및 테이블 등도 가구로 다루어짐
- 아파트 등의 집단주택의 현관/거실/주방/옷방 등의 가구, 실내 인테리어에 의해서 생성되는 기구들, 공원, 경기장, 극장, 공연장 등의 의자, 벤치도 가구로 다루어지고 있음
- 실험실, 연구실용 테이블 등의 기구류도 가구에 포함됨

□ 가구의 분류

○ 가구는 용도, 기능, 구조, 재료, 사용방식, 유형과 생산방식에 따라 분류할 수 있음²⁾

- 용도별로는 가정용, 주방용, 사무용, 공용과 상업용 가구 등으로 구성됨
- 기능별로는 수납용(Storage), 휴식용(Seating), 거치용(Surfaces), 공간용(Spaces) 가구 등으로 구성됨
- 구조별로는 이동식(Modular), 붙박이식(Built-in), 조립식 가구 등으로 구성됨
- 재료별로는 목재가구, 금속재가구, 플라스틱재가구 등으로 구성됨
- 사용 방식별로는 직접적 사용방식(인체계)의 가구, 반직접적 사용방식(준인체계)의 가구, 다른 영역에 위치하여 사용되는 방식(건축계)의 가구 등으로 구성됨
- 유형별로는 의자류, 침상류, 탁자류, 장류, 소품류 가구 등으로 구성됨
- 생산 방식별로는 대량생산 가구, 맞춤(공방) 가구, 일품 가구 등으로 구성됨

표 2-2 | 가구의 분류 기준

| 분류 기준 | 내용 |
|-------|--|
| 용도 | 가정용 가구, 주방용 가구, 사무용 가구, 공용 가구, 상업용 가구 |
| 기능 | 수납용(Storage) 가구, 휴식용(Seating) 가구, 작업용 가구 |
| 구조 | 이동식(Modular) 가구, 붙박이식(Built-in) 가구, 조립식 가구 |
| 재료 | 목재 가구, 금속재 가구, 플라스틱재 가구 |
| 사용방식 | 직접적 사용방식(인체계)의 가구, 반직접적 사용방식(준인체계)의 가구, 다른 영역에 위치하여 사용되는 방식(건축계)의 가구 |
| 유형 | 의자류 가구, 침상류 가구, 탁자류 가구, 장류 가구, 소품류 가구 |
| 생산방식 | 대량생산 가구, 맞춤(공방) 가구, 일품 가구 |

〈자료〉 김양경(2016). 「가구산업의 시장창출(Driving-Markets)을 위한 디자인경영전략 연구.」 조선대학교 대학원; 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

2) 김양경(2016). 「가구산업의 시장창출(Driving-Markets)을 위한 디자인경영전략 연구.」 조선대학교 대학원

표 2-3 | 가구의 분류

| 분류 기준 | 가구의 분류 | 내용 |
|-------|------------------------------|---|
| 용도 | 주거용(가정용) 가구 | 주거 공간에서 일상적으로 사용되는 가구 |
| | 사무용 가구 | 사무공간에서 사용하고 사무활동에 필요한 가구 |
| | 상업용 가구 | 영업을 목적으로 하는 가구 |
| | 공용 가구 | 공용 공간에서 사용하는 가구 |
| 기능 | 휴식용 가구 | 사용자의 몸을 편안하게 지탱해 주고 안정감 제공 |
| | 수납용 가구 | 물건을 정리하고 보존할 수 있는 기능 |
| | 작업용 가구 | 인체공학적 설계를 통해 에너지 소모를 최소화하여 사용자의 작업 능률을 높이는 목적 |
| 구조 | 이동식(이동 가능형) 가구 | 현대 가구의 일반적인 품목을 포함하는데 가구를 사용할 때 이동시켜 공간을 구성 |
| | 붙박이식(고정) 가구 | 인테리어 시공 시 계획 하에 구성되고 고정되어 있는 가구 |
| | 조립식(모듈형) 가구/시스템 가구 | 이동이 가능한 일정한 모양의 유닛(Unit)을 시스템화하여 배치하는 가구 |
| 재료 | 목재 가구 | 목재를 주로 사용한 가구 |
| | 철재 가구 | 금속 재료를 사용한 가구 |
| | 기타 가구 | 합성수지, 석재, 플라스틱, 지속가능성을 고려한 재료 등을 사용한 가구 |
| 사용방식 | 직접적 사용방식(인체계)의 가구 | 인체와 직접적으로 밀접한 관계를 갖고 인체를 지지하는 가구 |
| | 반직접적 사용방식(준인체계)의 가구 | 인체에 간접적인 관계를 갖고 인간 동작에 보조가 되는 가구 |
| | 다른 영역에 위치하여 사용되는 방식(건축계)의 가구 | 정리 수납, 진열 등을 목적으로 하고 수납의 크기, 중량, 수량 등과 관계 |
| 유형 | 의자류 가구 | 인체공학적인 고려가 필요한 의자의 모든 품목 |
| | 침상류 가구 | 신체의 휴식과 관련된 침대, 데이베드 등 |
| | 탁자류 가구 | 콘솔, 식탁, 테이블, 데스크 등 |
| | 장류 가구 | 사물의 정리 및 수납의 기 |
| | 소품류 가구 | 장식적 기증 |
| 생산방식 | 대량생산 가구 | 다수의 소비자를 대상으로 표준화된 제품을 제공 |
| | 맞춤(공방) 가구 | 소수의 소비자를 대상으로 하여 맞춤화 |
| | 일품 가구 | 작품의 개념으로 제작 |

2. 가구산업의 정의

1) 가구산업의 정의 및 특성

□ 가구산업의 정의³⁾

- 경기도와 고양시 조례에서 가구산업이란 목재·금속·가죽·천 등을 가공하여 가구를 설계·생산·유통하는 산업과 가구를 만드는 데 사용되는 원부자재(합판, 파티클보드, 원목, 경첩 등을 말한다)를 제조·공급·유통하는 산업⁴⁾
 - 가구시장은 재료시장, 애플리케이션(사무실, 상업용, 가정용) 시장과 유통채널 시장 등
 - 가구산업의 범주는 가구, 가전, 생활용품(공예, 인테리어), 가정용품 등

표 2-4 | 가구산업의 정의

| 구분 | 내용 |
|------------------|---|
| 경기도조례, 고양시 조례 | 목재·금속·가죽·천 등을 가공하여 가구를 설계·생산·유통하는 산업과 가구를 만드는데 사용되는 원부자재(합판, 파티클보드, 원목, 경첩 등을 말한다)를 제조·공급·유통하는 산업 |

〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

□ 가구산업의 특성

- 가구산업은 생활밀접형, 중소기업형으로 노동집약적인 전통산업으로 부가가치생산성은 낮은 편임
- 일상생활에 필수적이고 보조적인 역할을 하는 실용적 가치, 아름다움을 추구하는 심미적 가치 등의 부가가치성을 높이기 위한 디자인 가치 등이 강조되고 있음
 - 실용적이면서 감각적인 가구디자인은 가구 경쟁력의 결정적인 요소로 작용함
 - 생활밀접형 상품으로 디자인이라는 서비스의 질에 따라 고부가가치화가 가능함
- 친환경산업 및 수출산업화로 고부가가치화를 위한 혁신이 요구됨

3) 위키원(2024.). 가구산업 <http://wiki.hash.kr/index.php/%EA%B0%80%EA%B5%AC%EC%82%B0%EC%97%85>

4) 경기도. “경기도 가구산업 육성 및 지원 조례 [경기도조례 제7466호]”

표 2-5 | 가구산업의 특성

| 구분 | 내용 |
|-------------|---|
| 생활밀접형 산업 | <ul style="list-style-type: none"> 일상생활과 밀접한 관계를 갖고 내구재로서 실용적 가치에 기반을 두며, 경기에 따른 수요 변동폭이 크고 이사 등의 이벤트에 의한 수요가 큰 편임. 주거 공간이나 사무공간 등 사람이 머무는 실내 공간에서 사용되며 홈인테리어에 대한 관심 증가로 소비가 늘면서 생활밀접형 산업으로 역할이 커짐 |
| 노동집약적 산업 | <ul style="list-style-type: none"> 생산 자동화가 어렵고 노동력이 많이 요구되는 산업으로 노동집약적인 경공업에 해당됨 생산과정 이후에도 현장방문, 시공설치 등 노동력이 많이 소요되는 산업 |
| 중소기업형 산업 | <ul style="list-style-type: none"> 가구 제작과 생산방식이 소비자의 기호와 취향에 따라 설계와 디자인을 반영하기 위해서는 중소기업이 적합 기술의 진입장벽이 낮고 생산을 위한 고정투입비용이 높지 않아서 중소기업에 적합. 가내 수공업형, 중간 규모의 업체로 대기업에 납품하는 업체와 특수기술을 가지고 고급 가구를 주문 생산하는 업체 등이 있음 2016년 기준 가구제조업체 중 300명 이상의 종사자를 고용하는 사업체는 하나도 없으며 10인 이하의 사업체 수는 전체의 90%를 넘을 정도로 전반적인 규모가 영세함 |
| 고부가가치 산업 | <ul style="list-style-type: none"> 생활 수준의 향상으로 디자인을 통한 가구 경쟁력 향상이 독일, 이탈리아의 명품가구⁵⁾의 산업 환경을 통해 증명되고 있음 가구는 소재와 디자인, 성능 등으로 소량으로 생산되고 기술 수준에 따라 부가가치가 생성됨. 특히 목재가구는 많은 시간과 인력이 필요한 산업으로 높은 부가가치를 올림 실용적 가치 측면에서도 인체공학적으로 설계된 의자, 높낮이 조절이 가능한 책상, 상·하체 부분 각도 조절 등이 가능한 침대 등으로 고부가가치화됨 |
| 친환경산업으로 전환 | <ul style="list-style-type: none"> 환경친화적 가구에 대한 요구와 규제 등이 강화될 것으로 예상됨 |
| 수출산업화 가능 산업 | <ul style="list-style-type: none"> 디자인, 실용성, 기능성, 친환경적 요소 등을 추가한 고부가가치 산업으로 해외시장 공략이 가능 |

○ 가구산업의 특성을 산업, 제품과 시장의 특성으로 구분해 볼 수 있음

표 2-6 | 가구산업의 산업, 제품 및 시장별 특성

| 산업 특성 | 제품 특성 | 시장 특성 |
|--|--|--|
| 노동집약적 목재산업 중 고부가가치 산업 중소기업형 산업 진입장벽이 낮음 | 디자인/품질/가격이 3대 경쟁요소 주원료가 목재로 자원조달의 중요성 친환경적 특성 강조 심화 패션산업적인 요소를 지님 | 복잡한 유통구조 수요층이 다양한 소비재 산업 경기변동에 민감 시장 진입장벽이 낮음 온라인 구매율 증가 |

〈자료〉 경기도(2019). “제2차 경기도 가구산업 육성 종합계획(2019년~2023년).”

5) 정은미(2007). 「이탈리아 가구산업의 성공요인: 확립기(1945~1970)를 중심으로.」 디자인학연구, 통권 제73호, 20(5), 한국디자인학회, 313~328

2) 가구산업의 분류

□ 한국표준산업분류(KSIC) 10차 개정에 의하면 제조업과 유통업으로 분류됨

○ 가구 제조업(C32)

- 각종 재료(석재, 시멘트 또는 도자기제 제외)로 가구, 캐비닛 및 관련 장치물과 매트리스 등을 제조하는 산업활동으로 정의됨
- 세분류는 침대 및 내장가구 제조업, 목재가구 제조업과 기타 가구제조업으로 구성됨
- 세세분류는 매트리스 및 침대 제조업, 내장가구, 소파 및 기타 내장 가구제조업, 주방용 및 음식점용 목재가구제조업, 주방용목재가구, 기타목재가구제조업, 기타목재가구, 금속 가구제조업, 기타소재가구 및 그 외 기타 가구제조업으로 구성됨

○ 가구 유통업(G46, G47)

- 세세분류는 생활용 가구 도매업(G46431), 사무용 가구 및 기기 도매업(G46591), 가구 소매업(G47520), 중고가구 소매업(G47861)으로 구성됨
- (도매업체) 대형 물류관리센터 확보와 도매업체들의 역할이 상대적으로 더 부각됨
 - 가구는 소비재 중에서는 부피가 크고 무거움. 이에 재고회전율이 낮고 보관에 많은 공간과 비용이 소요되어 유통 마진이 높음
 - 목재가구는 습기나 온도에 따라 변형의 우려가 있어 관리 비용이 더 증가할 수 있음
- (중간유통) 중간 유통업체 활용과 복잡한 다단계 유통구조 형성
 - 제조업체의 직접 판매에 따른 높은 비용과 소매업체의 자체적인 재고관리는 큰 부담임
- (소매업체) 가구거리 및 가구단지 형성으로 소매업체 중심의 시장 형성
 - 부피와 높은 보관 비용은 개별 소매업체의 유통 장악력에 부정적으로 작용하여 소매업체들끼리 일정한 장소에 가구거리나 단지를 형성하고 군집을 이루어 시장을 형성함

○ 가구 판매업

- 가구의 소비 및 판매는 내수의 비중이 높고 경기변동에 영향을 많이 받음
- 국내 가구산업은 수출보다 내수의 비중이 높고, 주요 판매처 중의 하나가 건설업으로 경기변동에 대한 민감도가 타 산업에 비해 상대적으로 높음
- 신규 공급되는 주택의 주방, 화장실, 침실 등 빌트인 가구를 설치하는 것이 보편적으로 건설사에 대한 B2B(Business-to-Business) 판매 비중이 증가하고, 시공과 사후관리로 사업영역을 확장하는 추세임

표 2-7 | 가구산업의 분류 - 한국표준산업분류(KSIC) 10차 개정

| 중분류 | | 세분류 | 세세분류 | |
|-----|-------------|-------------------------------|--------|----------------------|
| 코드 | 산업명 | | | |
| C32 | 가구 제조업 | 침대 및 내장가구 제조업 | C32011 | 매트리스 및 침대 제조업 |
| | | | C32019 | 소파 및 기타 내장 가구 제조업 |
| | | 목재가구 제조업 | C32021 | 주방용 및 음식점용 목재 가구 제조업 |
| | | | C32029 | 기타 목재 가구 제조업 |
| | | 기타 가구 제조업 | C32091 | 금속 가구 제조업 |
| | | | C32099 | 그 외 기타 가구 제조업 |
| G46 | 도매 및 상품 중개업 | 생활용 가구, 조명가구 및 비전기식 생활용기기 도매업 | G46431 | 생활용 가구 도매업 |
| | | 기타 기계 및 장비 도매업 | G46591 | 사무용 가구 및 기기 도매업 |
| G47 | 소매업 | 가구 소매업 | G47520 | 가구 |
| | | | G47862 | 중고가구 소매업 |

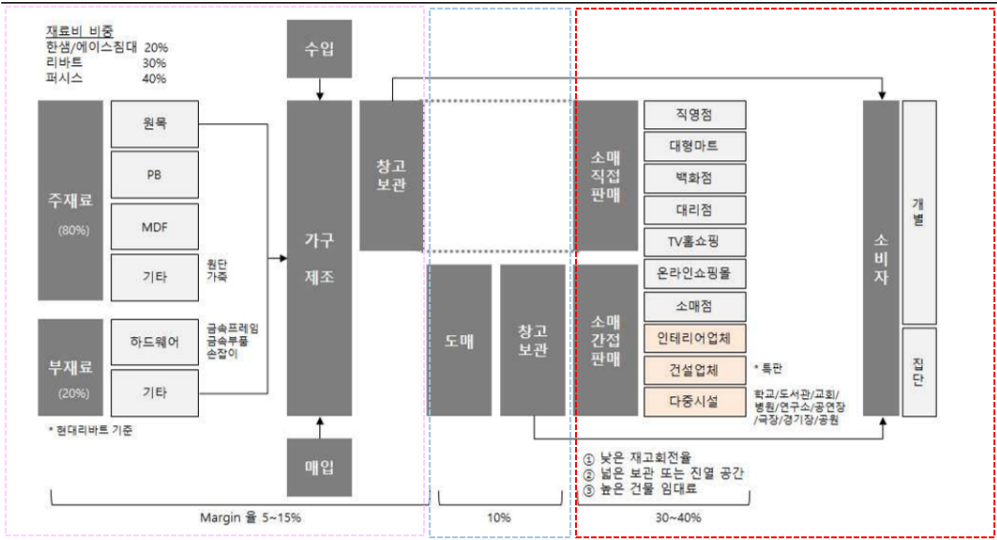
〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

3) 가구산업의 가치사슬

□ 가구산업의 가치사슬

○ 가구산업의 가치사슬은 재료, 생산, 유통으로 구성되면 생산의 영업 이익률은 5~15%, 유통은 10% 내외이며 판매는 30~40%로 가장 큼. 가구 유통과 판매의 이익률이 가장 높음

그림 2-1 | 가구산업의 가치사슬



〈자료〉 산업통상자원부(2016.12). “2016년 가구산업 경쟁력 조사.”

□ 가구제조업의 특성

○ 가구제조업은 노동집약적, 기술집약적 산업임

- 최근 디자인 기반 고급가구, 친환경 소재, 인체공학적 가구 등에 대한 수요가 증가함
- 디자인과 기술 중심의 고부가가치를 창출할 수 있는 인력양성이 요구됨

□ 가구 유통업의 특성

○ 가구는 부피가 크고 창고에 장기간 보관해야 하는 등 물류비용이 높은 특성상 복잡한 유통 구조를 가짐

- 해외 기업이 국내에 진출함에 따라 복잡한 유통구조를 단순화하려는 움직임이 있음
- 국내 중소 규모 및 개인업체들은 높은 물류비용을 감당해야 하는 어려움이 있음

○ (소비) 가구는 내수의 비중이 높은 내구재로써 국내 경기에 영향을 많이 받음

- 국내 가구산업은 수출보다는 내수에 중점 되어 있음
- 가구의 주요 수요처 중의 하나는 건설업으로 경기변동에 대한 민감도가 높음
 - 신규 공급되는 주택들은 주방, 화장실, 침실 등 빌트인으로 가구를 설치함
 - 건설사에 대한 B2B 판매 비중이 증가하는 추세임
 - 시공과 사후관리로 사업영역이 확장되는 추세임

○ (도매업체) 대형 물류관리센터를 확보한 도매업체들의 역할 중요성이 커짐

- 가구는 부피가 크고 무겁기 때문에 재고회전율이 낮음. 따라서 보관에 많은 공간과 비용이 소요되어 유통마진이 높은 특징이 있음
- 목재가구의 경우에는 습기나 온도에 따라 변형 우려 등으로 관리 비용이 더 추가될 수 있음

○ (중간유통) 중간 유통업체와 다단계 유통 구조의 형성

- 제조업체에겐 직접 판매비용이 비싸고 소매업체에겐 자체적인 재고관리가 부담스럽기 때문에 중간 유통업체에 많이 의지하게 되고 복잡한 다단계의 유통구조를 형성함

○ (소매업체) 가구거리 및 가구단지 형성으로 소매업체를 중심으로 군집을 형성함

- 큰 부피와 높은 보관 비용 또한 개별 소매업체의 유통 장악력을 떨어뜨림

□ 가구 판매업의 특성

○ 가구 가치사슬의 판매 부분이 가장 높은 이익률을 보임

○ 최근에는 소비자의 접근 편의성, 가격 비교, 편리한 유통 체계 등으로 인해 온라인시장이 확대되고 있어 온라인시장의 확대가 요구됨

○ 오프라인 시장은 가구 전시와 비교 등이 가능한 소비자의 편의성을 갖춘 판매시설을 갖춘 시장의 조성, 구축이 필요함

제2절 가구산업의 동향

1. 가구시장 규모 및 동향

□ 시장별 규모 및 동향

○ 세계 가구시장

- 시장조사기관인 Vantage Market Research, Fortune Business Insights에 의하면 가구산업은 2022년 약 5천억 달러 수준에서 2030년까지 연평균 성장률(CAGR) 5.5%로 성장하여 2030년 8천억 달러 수준으로 성장할 것으로 예측함⁶⁾
- 주요 품목별로 보면 침대 1,630억 달러, 홈데코 1,580억 달러, 홈오피스 600억 달러, 주방 및 다이닝룸 1,030억 달러, 조명 1,000억 달러, 거실 2,850억 달러, 야외용 가구 630억 달러 등임

○ 온라인 가구 시장

- 온라인 가구시장은 편의성, 비용 절감, 혁신적인 기술로 시장이 급격히 성장하고 있음
- 2021년 1분기를 기점으로 시장점유율 50%를 넘어섰으며 2025년 6억 1,200만 달러 규모로 성장할 것으로 예측됨⁷⁾

○ 가구렌탈 서비스 시장

- Fortune Business Insights는 2023년 778억 1천만 달러에서 연평균 성장률(CAGR) 9.07%로 2030년 1,429억 1천만 달러로 성장할 것으로 예상함⁸⁾

○ 홈퍼니싱 및 인테리어 시장

- 협의의 인테리어 개념으로 가구와 각종 인테리어 소품으로 집을 개성있게 꾸미는 행위를 뜻하며 국내 홈퍼니싱 시장은 2022년 10조 2,350억 원 수준의 규모로 성장함

○ 가구 수출시장

- Statista에 의하면 2003년 76억 달러에서 2021년까지 수출시장은 꾸준히 증가하여 2021년 전 세계 가구 수출액은 2,330억 달러이며, 이는 2020년 1,900억 달러와 비교해서도 크게 증가함

6) VANTAGE Market Research(2023). 가구 시장 - 글로벌 산업 평가 및 예측 <https://www.vantagemarketresearch.com/ko/industry-report/furniture-market-2309>

7) Kotra 해외시장뉴스(2021.20.22). “美, 팬데믹 장기화로 지속 성장하는 가구시장.”

8) Fortune Business Insights(2024.11). 가구 임대 서비스 시장 규모, 점유율 및 코로나19 영향 분석, 재료별, 애플리케이션별 및 지역 예측(2023~2030) <https://www.fortunebusinessinsights.com/ko/furniture-rental-service-market-106643>

□ 유형별 시장 규모 및 동향

○ 상업용 가구

- 상업용 가구는 직장, 호텔, 레스토랑, 기타 공공장소 등 상업적 환경에서 사용되는 가구와 액세서리를 말함
- 좌석용 가구, 책상, 테이블, 수납, 장식품 등 다양한 품목이 있으며, 호텔 산업의 성장, 사무실 공간의 창출, 시각적으로 쾌적하고 인체공학적인 작업 환경의 조성 등이 강조되면서 시장이 확대되고 있음

○ 모듈형 및 플랫 팩 가구⁹⁾

- 모듈형 가구는 고객이 직접 쉽게 조립, 분해, 재구성할 수 있도록 설계된 가구 제품을 제공하는 가구산업으로 2022년 글로벌시장 점유율의 80% 이상을 차지함
- 유형별로는 작업장 가구 및 가정용 가구, 애플리케이션별로는 온라인 판매, 플래그십 스토어, 홈 센터, 디자이너 및 기타 등이며 중국, 일본, 호주, 인도, 한국을 중심으로 아시아 태평양 지역이 모듈식 및 플랫팩 가구 시장의 성장이 기대되고 있음

○ 도서관 가구

- 도서관 가구는 도서관 선반, 도서관 테이블, 도서관 좌석 가구 등으로 학교, 학원, 공공도서관 등의 시장 수요가 있음

○ 스마트 가구¹⁰⁾

- 스마트 가구는 USB 연결, 터치스크린, 스피커, 동작 인식 기능 등의 기술이 포함된 가구를 말함. 스마트 테이블, 스마트 책상, 스마트 스톨 및 벤치, 스마트 소파, 스마트 의자 등이 있음

○ 사무용 가구¹¹⁾

- 사무용 가구는 상업 및 기업환경에서 공간의 미적 가치를 높이고 작업자의 요구를 충족시키기 위해 활용되는 기능성 제품을 의미함
- 책상, 테이블 좌석, 소파, 보관 캐비닛, 칸막이, 분리기, 선반, 파일 캐비닛 등이 있음

9) 올라소파(2021.11.09.). 2021년 미국 가구 시장 전망: 모듈식 소파, 다기능 직물 등이 주목받고 있다! <http://ko.olasofa.com/news/prospects-for-the-american-furniture-market-in-51474045.html>

10) 서울창업신문(2018.02.16.). 美 가구시장의 新변화, 온라인 틈새시장 및 IoT 트렌드 급부상 ↑ <https://scnews.co.kr/m/content/view.html?section=88&category=149&no=4738>

11) 연구개발특구진흥공단(2017.09). 「사무용 가구 시장」

표 2-8 | 가구산업의 유형별 시장규모

| 구분 | 내용 |
|---------------|--|
| 상업용 가구 | • Business Research Insights는 2021년 6억 6,320만 달러에서 연평균 성장률(CAGR) 2.9%로 2031년 8억 8,267만 달러로 성장할 것으로 예상함 ¹²⁾ |
| 모듈형 및 플랫 팩 가구 | • Business Research Insights는 2022년 1,422,336만(142억 2336만) 달러에서 연평균 성장률(CAGR) 6.91%로 성장하여 2031년까지 시장 규모는 2,595,254만(259억 5254만) 달러를 기록할 것으로 예상함 ¹³⁾ |
| 도서관 가구 | • Market Research에 의하면 2022년에 US\$ 3825 Mn로 평가되었으며 11%의 연평균 성장률(CAGR)로 성장하여 2028년까지 US\$ 6446 Mn에 도달할 것으로 예상 ¹⁴⁾ |
| 스마트 가구 | • Business Research Insights에 의하면 세계 시장 규모는 2022년 1억 8,350만 달러로 연평균 성장률(CAGR) 17.4%로 성장하여 2031년에는 7억 7,750만 달러에 이를 것으로 예상함 ¹⁵⁾ |
| 사무용 가구 | • 2023년 546억 달러에서 2036년 1,302억 2천만 달러까지 성장할 것으로 예상됨. 예측기간 동안 연평균 성장률(CAGR) 약 7.2%로 성장할 것으로 보임 ¹⁶⁾ |

2. 가구 시장 트렌드

□ 생활필수품으로 진화¹⁷⁾

- 기능적인 역할을 넘어 생활에 필수적인 부분이 될 수 있도록 진화하고 있음
- 스마트 기술, 친환경 소재를 활용한 지속가능성에 대한 집중, 다용도 및 다기능 가구디자인에 대한 관심이 부상하고 있음
- 실감미디어 기술인 증강현실(AR)과 가상 현실(VR)을 이용한 가구 배치, 온라인시장 확대, 자연의 요소를 건축에 담는 디자인의 통합으로 가구산업은 성장, 발전하고 있음

12) Business Research Insights(2024.11.). 상업용 가구시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/commercial-furniture-market-105977>

13) Business Research Insights(2024.08.). 모듈형 및 플랫 팩 가구 시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/modular-and-flat-pack-furniture-market-109399>

14) Market Research Update(2023.10). 도서관 가구 시장: 규모 및 성장 2023 <https://www.linkedin.com/pulse/%EB%8F%84%EC%84%9C%EA%B4%80-%EA%B0%80%EA%B5%AC-%EC%8B%9C%EC%9E%A5-%EA%B7%9C%EB%AA%A8-%EB%B0%8F-%EC%84%B1%EC%9E%A5-2023-isdailynews/>

15) Business Research Insights(2024.08.). 스마트 가구 시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/smart-furniture-market-106603>

16) Research Nester(2024.06.13.). 사무실 가구 시장 <https://www.researchnester.com/kr/reports/office-furniture-market/78>

17) VANTAGE Market Research(2024). 글로벌 가구 시장 규모 <https://v-mr.biz/kr/furniture-market-1155>

□ 온라인시장 확대¹⁸⁾

- 온라인 판매 채널을 통한 구매 확대로 가구 전자상거래 시장이 확대됨
 - 20~30대 주요 소비층을 중심으로 온라인 거래 증가하고 있으며, 구매 품목은 작은 소품, 가구 관련 용품으로 온라인으로 구매하고 영상을 통해 조립하여 사용하는 가구 등임
- 전 세계 가구 정보를 한 곳에서, 가구 거래 시장의 새로운 패러다임은 (㉠)오픈과 같은 온라인 B2B시장도 확대되고 있음¹⁹⁾

□ 스마트 가구²⁰⁾

- 사물인터넷(IoT) 및 AI 기술의 발전에 따라 지능적이고 혁신적인 기술을 접목한 편의성, 개인 선호도에 따른 맞춤화 등이 강조된 스마트가구에 대한 수요가 증가함
- 휴대폰 충전 등 편의성을 제공하는 단순한 기능에서 심장 모니터 등이 가능한 헬스케어까지 제공할 수 있는 스마트 가구가 선보이고 있음
- 구글, 아마존 등 글로벌기업들의 IoT 기능을 가구에 접목하려는 시도가 꾸준히 이루어짐

□ 맞춤형 가구

- 노년층이 늘어나면서 노인에게 적합한 맞춤형 가구시장도 틈새시장으로 거론되고 있음
- 인테리어 시장이 확대되면서 부분 맞춤시공 등 맞춤형 가구 시장이 성장하고 있음
- 최근 개인 취향에 맞춘 도배, 욕실, 주방 등을 개별적으로 진행하는 맞춤형 부분 시공이 확대됨
- 인공지능의 발전에 따른 가구 맞춤 제안 등의 시장이 형성되고 있음

□ 친환경 가구

- 지속 가능한 친환경적 소재를 사용하고 탄소 배출량이 적은 제조공정에 초점을 맞춘 가구의 수요가 국내외적으로 증가하고 있음
- 자연의 요소를 가구와 통합한 바이오필릭 디자인으로 자연의 형태와 질감을 모방한 가구로 사람들이 편안함을 느끼고 자연과 연결되는 공간을 만드는 시장이 형성되고 있음
- 사무용 가구 친환경 제품, ESG 경영에 따른 수요 증가로 사무용 가구 시장이 성장세임

□ 다기능 및 공간 절약 솔루션

18) 아시아타임즈(2018.02.11.). 美 가구시장 트렌드는 '스마트'...'틈새시장 노려라' https://www.asiatime.co.kr/167587#_enliple#_mobwcvr

19) 인터뷰(2023.04.14.). 전 세계 가구 정보를 한 곳에서, 가구 거래시장의 새로운 패러다임 'All FURN' <http://www.interviewm.com/news/articleView.html?idxno=3018>

20) 더코리아포스트(2018.02.06.). [외교시정] 온라인과 IoT로 달라지는 미국 가구시장 <https://www.koreapost.co.kr/news/articleView.html?idxno=33275>

- 작은 공간을 위한 소형, 공간 절약형, 멀티기능을 가진 저렴한 실속형 가구가 인기로 접이식 및 모듈식 가구에 대한 수요와 선호도가 증가하고 있음
- 인체공학적이고 다용도 가구에 대한 수요가 증가함
- 실감미디어 기반 가상 쇼핑
 - 증강현실(AR)과 가상 현실(VR) 기술을 통해 고객이 구매에 앞서 가구 공간에 대한 고려와 디자인 등의 코드를 통해 가구 쇼핑을 가상으로 경험하는 방식
 - 고객이 부담없이 다양한 스타일의 공간 배치 등의 시도가 가능
- 자연의 요소를 가구와 통합
 - 바이오필릭 디자인으로 자연의 형태와 질감을 모방한 가구
 - 사람들이 편안함을 느끼고 자연과 연결되는 공간을 만드는 것을 목표로 함
 - 생산성 향상, 스트레스 수준 감소, 전반적인 웰빙 개선 등 큰 이점을 제공
- M&A 및 투자 확대
 - 국내 주요 홈퍼니싱 기업에 대한 M&A, 스타트업에 대한 VC의 투자가 확대되고 있음

3. 가구 비즈니스 추세

- 비즈니스 추세
 - 가구가 기능적인 역할을 넘어 생활에 필수적인 부분이 될 수 있도록 진화하고 있음
 - 스마트 기술, 친환경 소재를 활용한 지속가능성에 대한 집중, 다용도 및 다기능 가구디자인에 대한 관심 부상, AR 및 VR을 이용한 가구 배치, 온라인시장 확대, 자연의 요소를 건축에 담는 디자인의 통합으로 가구산업은 성장, 발전하고 있음
 - 증강현실(AR)과 가상 현실(VR) 기술을 통해 가상쇼핑 환경 제공
 - 고객이 구매에 앞서 가구 공간에 대한 고려와 디자인 등의 코드를 통해 가구 쇼핑을 가상으로 경험하도록 하여 다양한 스타일의 공간 배치 등의 시도가 가능하도록 함
- 하이엔드 프리미엄 가구 성장
 - 하이엔드 및 프리미엄 리빙제품에 대한 수요 확대로 국내 가구업계는 디자인의 프리미엄화와 가구에 예술을 입힌 프리미엄 시장을 공략하고 있음
 - 신세계 까사는 위아트와 협업을 통해 까사미아 압구정점에 '위아트 갤러리'를 선보이고, 현대리바트는 '유니버설 에브리밍'(UE)과 협업을 통해 '퍼니처 인 모션' 컬렉션을 선보임
 - 홈퍼니싱 시장도 하이엔드 프리미엄 제품군으로 시장을 확대하고 있음

그림 2-2 | 가구산업의 프리미엄 시장



〈자료〉 아주경제(2022.08.22.). 예술과 손잡는 가구업계... '브랜드 고급화'로 위기 돌파 <https://www.ajunews.com/view/20220822144947066>; The Living(2020.10.19.). 美 가구 판매량 급증 <http://www.theliving.co.kr/news/articleView.html?idxno=21623>

□ 서비스 시장 확대

- 제조업의 영세화에 따른 유통업의 대형화 등 사업 모델을 서비스 분야로 확장 또는 전환함
- 오프라인 시장은 가구 쇼핑과 함께 즐길 수 있는 휴식이 가능한 공간으로 경쟁이 가속화됨
 - 체험형, 테마파크, 놀이형과 레크레이션, 레스토랑, 식음료 판매, 친환경 식품 제공 등의 환경을 제공함
 - 다양한 특색있는 차별화된 쇼룸과 대형 주차장 등으로 재미와 편의성을 제공하고 있음
- 실감미디어 기반의 가상쇼핑을 통한 온라인시장으로 성장
 - 증강현실(AR)과 가상 현실(VR) 기술을 통해 고객이 구매에 앞서 가구 공간에 대한 고려와 디자인 등의 코드를 통해 가구 쇼핑을 가상으로 경험하는 방식이 확대됨
 - 고객이 다양한 스타일의 공간 배치 등의 시도가 가능하여 온라인시장이 확대됨
- 제품을 구매하기보다 코웨이, LG 오브제 등의 구독 경제 서비스가 증가함

□ 풀필먼트 시장 확대

- 홈퍼니싱 서비스 시장 확대
 - 하이엔드, 프리미엄화와 B2B용, 사무용 가구 시장을 중심으로 성장하고 있음
- 가구 풀필먼트 경쟁 가속화
 - 온라인 가구 수요를 확보하기 위해 대형가구를 보관하기 위한 물류센터에 투자를 확대함
 - 익일, 지정일 배송 및 무료 설치 등을 위한 가구 풀필먼트 경쟁이 본격적으로 전개됨
- 한샘, 리바트, 퍼시스, 신세계까사, 현대리바트, 이케아코리아 등의 경쟁이 치열함

□ 글로벌시장 공략

- 국내외 가구제조 및 도매업체, 소매업체를 연결한 B2B 온라인 플랫폼(올펀(All FURN)) 서비스 제공으로 온라인 가구시장 확장 및 글로벌시장으로 진출함
- 규모가 큰 전시회 참가나 전시장 운영처럼 비용이 많이 들지 않으면서 효과적으로 제품을 알리기 위해 유튜브, 인스타 등 소셜 미디어를 적극 활용으로 글로벌시장을 공략함
- IoT 접목과 스마트 가구로 변화로 가구시장의 프리미엄화와 국내 기업에게 글로벌시장을 공략할 수 있는 수출의 기회를 제공함
- 저가 중국산 가구, 장거리 운송 비용 등으로 글로벌 가구 시장으로 국내 기업 진출이 쉽지 않았으나 온라인 가구시장의 확대와 소셜 미디어 등을 통한 홍보 활용 등으로 글로벌시장 진출의 기회가 확대됨

표 2-9 | 가구 비즈니스 추세

| 비즈니스 추세 | 내용 |
|---------|---|
| 디자인화 | <ul style="list-style-type: none"> • 라이프스타일 제안(다양한 컨셉의 가구배치, 인테리어 소품 판매하는 홈퍼니싱 등) • 지속가능성을 고려한 디자인(재활용, 친환경 소재, LED조명 등) • 저렴하고 트렌디한 디자인 • 모양, 기능, 품질, 가격, 지속가능성 등을 고려한 디자인 |
| 프리미엄화 | <ul style="list-style-type: none"> • 예술과 가구의 콜라보레이션 • 유명 디자이너 등 아티스트와 협업하여 독창적 디자인 가구의 고품격화 • 조명, 스마트기술 등과의 콜라보레이션 • 전시·판매 공간 자체를 예술 작품화하고 대표 작품을 전시 및 판매 |
| 서비스화 | <ul style="list-style-type: none"> • 체험형, 테마파크, 놀이형 등 장소 제공 • 레스토랑, 음료 판매, 친환경 식품 제공 등 • 다양한 콘셉트의 쇼룸, 대형 주차장 제공 • 3D 시뮬레이션 프로그램으로 가구실감서비스 제공 • 코웨이, LG 오브제 등의 구독 경제 서비스 증가 |
| 풀필먼트화 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈퍼니싱 플래닝 서비스 • DIY, 시공 및 배달 등 풀필먼트 서비스 |
| 글로벌화 | <ul style="list-style-type: none"> • 국내외 가구제조 및 도매업체, 소매업체를 연결한 B2B 온라인 플랫폼(올펀(All FURN)) • 효과적인 비용으로 글로벌하게 홍보할 수 있는 유튜브, 인스타 등 소셜 미디어 적극 활용 • IoT 접목과 스마트가구로 가구 프리미엄화로 글로벌시장 공략 |

〈자료〉 김양경(2016). 「가구산업의 시장창출(Driving-Markets)을 위한 디자인경영전략 연구.」 조선대학교 대학원; 아주경제(2022.08.22.). 예술과 손잡는 가구업체... '브랜드 고급화'로 위기 돌파 <https://www.ajunews.com/view/20220822144947066>; 한국개발연구원(2017). 「가구산업의 최근 성장과 서비스화에 대한 사례연구.」; 인터뷰(2023.04.14.). 전 세계 가구 정보를 한 곳에서, 가구 거래시장의 새로운 패러다임 'All FURN' <http://www.interviewm.com/news/articleView.html?idxno=3018>

표 2-10 | 가구산업의 트렌드 변화

| 트렌드 | 주요 내용 |
|-----------------|--|
| 온라인 구매 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 오프라인 구매가 보편적이었지만, 코로나19를 계기로 온라인 구매 확대 |
| 풀필먼트 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 온라인 가구 수요를 확보하기 위해 홈퍼니싱 및 유통 기업은 대형가구 보관을 위한 물류센터 투자 확대 익일 및 지정일 배송 및 무료 설치 등 '가구 풀필먼트' 경쟁 확대 |
| 하이엔드 프리미엄 가구 성장 | <ul style="list-style-type: none"> 하이엔드 및 프리미엄 리빙 제품에 대한 수요가 확대 |
| 사무용 가구 경쟁 심화 | <ul style="list-style-type: none"> 코로나19 엔데믹 전환으로 가정용 가구 시장은 다소 감소 추세, 사무용 가구 성장세 유지 |
| 맞춤형 부분 시공 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 최근 개인 니즈에 맞춘 도배, 욕실, 주방 등을 개별적으로 진행하는 맞춤형 부분 시공 확대 |
| M&A 및 투자 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 국내 주요 홈퍼니싱 기업에 대한 M&A, 스타트업에 대한 VC 투자 확대 |

□ 홈퍼니싱 시장 확대

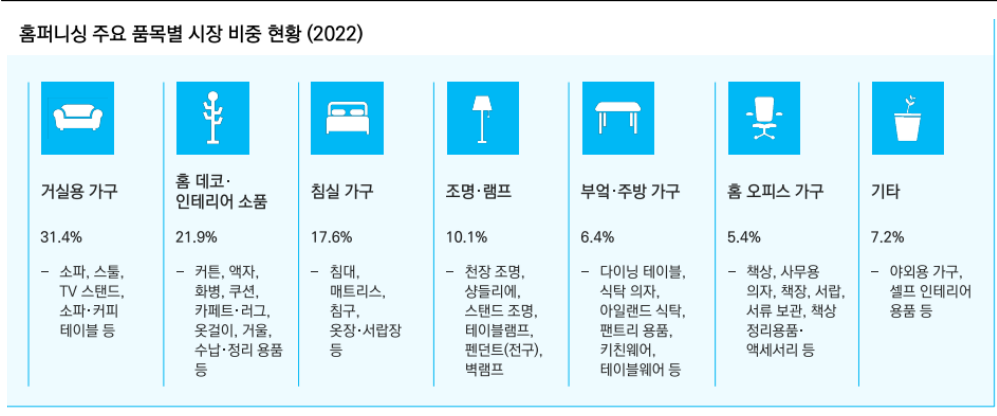
- 개인의 라이프스타일이 세분화되면서 이에 맞춘 가구와 인테리어 소품으로 집을 개성 있게 꾸미는 홈퍼니싱 시장이 확대됨
- 가구 풀필먼트를 중심으로 배송, 하이엔드·프리미엄 리빙 시장에서 활로 모색, 사무용 가구 시장 성장, 새로운 트렌드와 맞춤 시공, 투자 확대 등으로 비즈니스 트렌드가 만들어지고 있음
- 국내 주요 업체로는 한샘 리하우스, 현대리바트 리바트 집테리어, LX하우스 LX Z:IN, 오늘의집 등이 있음
- 홈퍼니싱 주요 품목별 시장 비중 현황(2022)
 - 거실용 가구가 31.4%로 가장 비중이 크며 홈 데코·인테리어 소품, 침실가구, 조명·램프, 부엌·주방가구, 홈 오피스 가구, 기타 순임

표 2-11 | 국내 가구 홈퍼니싱 업계

| 구분 | 매출액('21) | 영업손익('21) | 비고 |
|--------|-------------|-----------|--|
| 한샘 | 2조 2,312억 원 | 693억 원 | <ul style="list-style-type: none">1970년 부엌가구 전문 제조 기업으로 설립유통업과 토털 홈인테리어 패키지 제공업체로 성장디지털 기술 도입으로 리모델링 서비스 제공프리미엄 가구 인테리어 및 고급 주택 리모델링 등으로 사업확장 |
| 현대리바트 | 1조 4,066억 원 | 202억 원 | <ul style="list-style-type: none">1999년 설립, B2C·B2B가구, 자재 유통 등중저가에서 하이엔드까지 다양한 브랜드 보유바스, 창호, 마루 등을 포함 토털 인테리어 제공미국의 유통, 이탈리아 디자인 업체와 협업을 통해 가구 품질 차별화와 프리미엄화를 위한 R&D 투자 확대 |
| 이케아코리아 | 6,223억 원 | 219억 원 | <ul style="list-style-type: none">홈퍼니싱 리테일 기업 스웨덴 이케아의 한국법인2014년 광명점 개점으로 국내 진출판매채널을 강화하고 디지털 전환에 지속 투자온·오프라인을 통한 옴니채널로 비대면 원격 맞춤형 구매 서비스인 '헤이오더', 컨설팅 서비스 '인테리어 디자인 서비스' 등으로 시장공략강화B2B 시장 중소규모 사업체 대상 '이케아포비즈니스' 제공 |
| 퍼시스 | 3,265억 원 | 287억 원 | <ul style="list-style-type: none">1986년 설립된 사무 가구 전문제조업체B2B 시장내 압도적인 시장점유율 기록오피스 가구의 품질 차별화 노력베트남을 중심으로 동남아시아 시장으로 진출 본격화의자 전문브랜드 시디즈를 통해 디자인 측면 강화 |
| 신세계까사 | 2,301억 원 | -89억 원 | <ul style="list-style-type: none">1982년 설립되어 가정용 가구 중심으로 성장2022년 SK매직과 가구 렌탈 서비스 제시까사미아와 해외 유명 작가 콜라보레이션을 통해 공간과 예술이 접목된 콘텐츠를 매개로 특화 쇼핑 매장 구축 |

〈자료〉 삼성 KPMG 경제연구원(2023). 「홈퍼니싱 시장의 현주소는?」

그림 2-3 | 국내 홈퍼니싱 시장 규모



〈자료〉 삼성 KPMG 경제연구원(2023). 「홈퍼니싱 시장의 현주소는?」

4. 가구박람회

□ 해외 가구박람회

- 세계 3대 가구박람회는 독일의 쾰른, 이탈리아의 밀라노 및 미국 시카고 네오콘 가구박람회로 박람회를 꾸준히 개최하고 최신 유행하는 디자인 트렌드와 새로운 가구의 형태를 제시하면서 가구디자인에 있어서 선도적 역할을 하고 있음²¹⁾

표 2-12 | 해외 가구박람회

| 박람회 | 내용 |
|-----------------|--|
| 이탈리아 밀라노 가구 전시회 | <ul style="list-style-type: none"> • 1961년 개최 시작으로 매년 개최됨 • 지속가능성 • 수납장, 소파, 의자, 샤워 및 욕조등 욕실 가구, 전기제품, 헬스장 기구, 조명, 침대 및 침대 관련 제품, 사무가구, 스파 및 기타, 작업 가구, 스파 및 웰빙 제품, 기타 의자류 등 |
| 독일 쾰른 가구 전시회 | <ul style="list-style-type: none"> • 독일 최대 전시장으로 1924년 오픈, 3대 가구박람회 중 하나 71주년 • 독일 최대 인테리어 박람회, 글로벌 가구 인테리어 디자인 산업의 최신 트렌드 소개, 관련 업계 전문가들의 네트워킹을 통한 비즈니스 기회 창출 • 거실, 침실, 욕실 가구, 매트리스 및 수면 시스템의 국제 공급업체, 가정용 섬유, 벽지, 바닥재, 조명, 액세서리 및 욕실 비품 및 부속품, 국제공급업체, 계약 업무용 제품 공급업체 • 주방가구/주방용품, 소형가전/싱크대, 주방 도청 및 피팅, 홈 데코/스마트 홈 기술, 텍스타일 및 페브릭, 완성된 조리대/조명/주방 장비/야외 주방 등 |
| 미국 네오콘 시카고 전시회 | <ul style="list-style-type: none"> • 1969년부터 상업용 인테리어 디자인 산업을 위한 세계 최대 사무용 가구 전시 • 전시규모: 100만 ㎡, 약 400개 이상의 기업 참여 • 매년 시카고 MART에서 열리는 세계 최고 플랫폼, 상업용 인테리어 산업행사 • 가구, 직물, 바닥재, 인테리어 건축 제품, 인테리어 마감재 및 기술 |
| 러시아 국제 가구 박람회 | <ul style="list-style-type: none"> • B2B, 가구시장의 최신 트렌드를 선보임. 제조업체와 유통업체를 한자리에 모음 • 주거용가구, 별장 가구, 특수용도 가구, 다양한 인테리어 아이템 및 장비 등 |

□ 2024년 국내 가구박람회

- 국내 가구박람회는 서울 오피스가구 및 오피스페어, 서울국제가구 및 인테리어산업대전(소편앤라이프쇼), 공간디자인페어 & 호텔 특별전, 한국국제가구 및 인테리어산업대전 & 우드페어(KOFUN), 대구 스마트가구 박람회(2024), 수원가구박람회, 고양가구박람회 등임
- 전시가구는 가정용 가구, 사무용 가구, 인테리어, 홈퍼니싱 가구, 프리미엄 가구, 스마트 가구 등으로 박람회가 열림

21) 한국개발연구원(2017). 「가구산업의 최근 성장과 서비스화에 대한 사례연구」.

표 2-13 | 국내 가구박람회

| 박람회 | 내용 |
|---------------------------------|---|
| 고양가구박람회 | <ul style="list-style-type: none"> • 2011년에 시작하여 2024년까지 15회의 가구박람회를 개최 • 가정용 가구, 사무용 가구, 디자인 가구, 인테리어 소품 등을 중심으로 개최되고 있음 • 주최: 고양시가구협동조합, 경기고양시일산가구협동조합 |
| 수원가구박람회 | <ul style="list-style-type: none"> • 경기남부 최대 규모 가구박람회, 국내외 200여 가구 브랜드 참여 • 가정용가구, 신혼·이사·입주 가구, 키즈가구 등 • 주최: (주) 네모전람 |
| 대구 스마트가구 박람회 | <ul style="list-style-type: none"> • 최신 시장동향 및 기술정보 교류, 제품 비교 전시, 영남지역 신규 수요 창출 및 마케팅 홍보, 가구중소기업의 판로개척 • 스마트가구, 친환경가구, 디자인가구, 원목가구, 금속가구, 사무용가구, 아웃도어가구, 주방용가구, 욕실가구, 가구하드웨어 등 • 주최: 대구 MBC, 한국산업마케팅연구원 |
| 서울 오피스 가구 및 오피스 페어 | <ul style="list-style-type: none"> • 2024년 제5회 박람회 개최 • 오피스 가구, 문구 및 사무용품, 사무기기, 사무실 비품, 가전제품, 식품, 기프트 용품(판촉용품), 오피스 보안, 오피스 인테리어, 스마트 오피스 솔루션, 오피스(건물)관리 및 설비, 환경개선용품, 오피스 분양/임대, 오피스룩, 에너지 절약 및 절전, 오피스 안전 방재, 회계 및 재무관리, 인사/노무/교육/채용/직원편의지원 등 • 주최: 동아전람 |
| 소편&라이프쇼 (서울국제가구 및 인테리어산업대전) | <ul style="list-style-type: none"> • 라이프스타일에 맞추어 변화하는 가구인테리어 트렌드 제시 및 프리미엄 가구 및 라이프스타일 전시회 • 홈라빙&데코, 키친&홈카페, 스마트오피스, 스마트가전, 헬스& 뷰티, 홈가드닝, 아트갤러리 등 • 주최: 대한가구산업협동조합연합회, 조선일보 |
| 공간디자인페어&호텔 특별전 | <ul style="list-style-type: none"> • 인테리어 디자인 솔루션을 선보이는 전시회 • 마감재, 가구&가전, 텍스타일, 키친&바스, 데코, 인테리어솔루션 등 • 주최: (주)메세이상 |
| 한국국제가구 및 인테리어산업대전 & 우드페어(KOFUN) | <ul style="list-style-type: none"> • 1981년 ‘전국우수가구전시회’ 시작, 1982년 ‘국제목공기계전시회’ 개최, 1984년~2002년 격년제로 가구류&목공기계류 통합 개최 후 2003년부터 매년 개최 • 국제가구전시회, 수출증진전시회, 제조산업 전시회, 판로개척 전시회 • 가정용 가구, 사무용 가구, 산업용 가구, 아트퍼니처, 조명&인테리어, 키친&테이블웨어, 가전&홈네트워크, 목공기계&원·부자재 등 • 주최: 대한가구산업협동조합연합회 |

〈자료〉 김양경(2016). 「가구산업의 시장창출(Driving-Markets)을 위한 디자인경영전략 연구.」 조선대학교 대학원

제3절 국내외 가구산업 현황

1. 해외 가구 시장

1) 일반현황

□ 글로벌 가구시장 현황

- 세계 가구산업은 2022년 5천억 달러 수준에서 2030년 8천억 달러 수준으로 성장할 것으로 예측되며 품목별로는 침대(1,630억 달러), 홈데코(1,580억 달러), 홈오피스(600억 달러), 주방 및 다이닝룸(1,030억 달러), 조명(1,000억 달러), 거실(2,850억 달러), 야외용 가구(630억 달러) 등임
- 시장별로는 가구렌탈 서비스 시장, 온라인 가구 시장 등이 성장할 것으로 예측됨
- 세계 가구제조업의 1위는 중국(38%), 2위는 미국(12%), 3위는 독일(5%)임

□ 글로벌 가구 수출시장

- Statista에 의하면 2003년 76억 달러에서 2021년까지 수출시장은 꾸준히 증가함. 2021년 전 세계 가구 수출액은 2,330억 달러로 2020년 1,900억 달러에 비해 크게 증가함
- 세계 수출 규모는 1위가 중국(1,093억9436만4000달러), 2위는 독일(165억649만1000달러)이며 3위는 베트남(154억8420만 1000달러)으로 조사됨

2) 국가별 가구시장 현황

□ 해외 가구시장의 성장과 특성

- 미국 가구 시장은 2020년부터 2029년까지 연평균성장률은 4% 이상으로 성장이 예측됨
- 독일 가구 시장은 2020년부터 2029년까지 연평균성장률 3.43%로 성장이 예측됨
- 폴란드 가구 시장은 2010년부터 2019년까지 가구 생산은 연간 7% 성장함
- 중국 가구 시장은 안정적인 성장 단계로 시장 규모가 꾸준히 증가하고 있으며, 스마트 홈 제품을 중심으로 인테리어 가구 시장과 친환경 가구 시장이 확장되고 있음
- 베트남의 가구·인테리어 시장 규모는 2020년 12억 8,400만 달러였으며, 2018년부터 2025년까지 연평균 17.34%의 성장을 전망함
- 이탈리아의 2024년부터 2029년까지 가구산업의 연평균성장률(CAGR)은 4% 이상으로 예측됨

표 2-14 | 해외 가구시장 특성

| 국가 | 특성 |
|------|---|
| 미국 | <ul style="list-style-type: none"> 미국 가구시장은 연평균 4% 이상 성장하고 있으며 온라인시장이 확대되고 있음 오프라인 유통의 2021년 시장점유율은 월마트, 윌리엄소노마, 타겟 순임 온라인시장의 규모가 확대되면서 아마존, 웨이페어, 오버스톡, 이케아 등이 경쟁 |
| 일본 | <ul style="list-style-type: none"> 2020년 일본 가구·인테리어 판매 시장 규모(매출액 기준)는 전년 대비 6.1% 증가 온오프라인에서 사람들에게 보여주기 위한 내추럴 인테리어, 소금계 인테리어가 유행 지속가능한 경제체제로 전환이 가속화되면서 ESG 경영으로 친환경 소비 트렌드 가속화 일본판 이케아인 니토리는 일본 1위 라이프스타일 브랜드로 가구와 인테리어 소품 등을 판매 |
| 독일 | <ul style="list-style-type: none"> 전세계 가구 제조 국가 중 3위이며 5%의 시장점유율을 보유하고 있음 2020년부터 2029년까지 연평균성장률을 3.43%로 예측 수입국에서 자가로 생산하여 고가로 수출하는 수익성이 좋은 시장 천연 소재에 대한 상당한 수요가 있고 소재가 점점 고가로 고급화되고 있음 가구 시장 전체 매출 중 대부분은 50인 이상의 종사자를 보유한 대규모의 제조기업임 |
| 폴란드 | <ul style="list-style-type: none"> 2010~2019년 사이 폴란드 가구 생산은 연간 7% 성장, 세계 시장점유율은 약 5.5%임 폴란드 가구산업은 수출을 중심으로 성장 생산된 가구의 80% 이상을 서유럽 시장에 판매하고 있으며, 특히 30% 이상이 독일로 수출 폴란드 가구 제품의 수출경쟁력은 낮은 가격 대비 좋은 품질임 수출품의 대부분이 하청이나 OEM 방식으로 생산되어 자체브랜드나 디자인 개발에 취약하여 고부가가치 창출에는 한계가 있음 |
| 중국 | <ul style="list-style-type: none"> 중국 가구 시장은 안정적 성장 단계로 시장 규모가 꾸준히 증가함 스마트 홈 제품을 중심으로 인테리어 가구 시장이 빠르게 증가함 중국인들의 환경보호 의식이 높아지면서 친환경 가구 시장이 확장되고 있음 중국 가구시장에는 파로마, 한샘, 퍼시스 등 다양한 한국 가구 제조업체가 진출해 있음 |
| 베트남 | <ul style="list-style-type: none"> Statista는 2018년부터 2025년까지 연평균 17.34% 성장 전망 2020년 베트남 가구 수출 세계 3위, 내수시장보다 수출시장을 염두 베트남에서 생산되는 고급 목재가구의 80%는 유럽으로 수출 베트남인의 소득수준과 주거형태가 다양한 만큼, 가구 및 인테리어 시장 역시 세분화됨 |
| 이탈리아 | <ul style="list-style-type: none"> 이탈리아 가구시장은 이탈리아 경제에 주요 역할을 함 2024년부터 2029년까지 가구산업 CAGR 4% 이상 성장할 것으로 예측함 세계 최고의 가구 수출국이며 주요 수출국은 프랑스, 독일, 미국, 캐나다 등임 디자인 및 제품 미학 측면에서 세계 선두 장인 기술과 디자인 중심의 전문인력 양성에 기업과 정부가 협업 전자상거래 시장이 꾸준히 성장하고 있음 중소기업 중심의 가구산업클러스터 구축 이탈리아 가구 주요 기업인 나무찌그룹 국내시장에 진출함 |

□ 미국 가구 시장

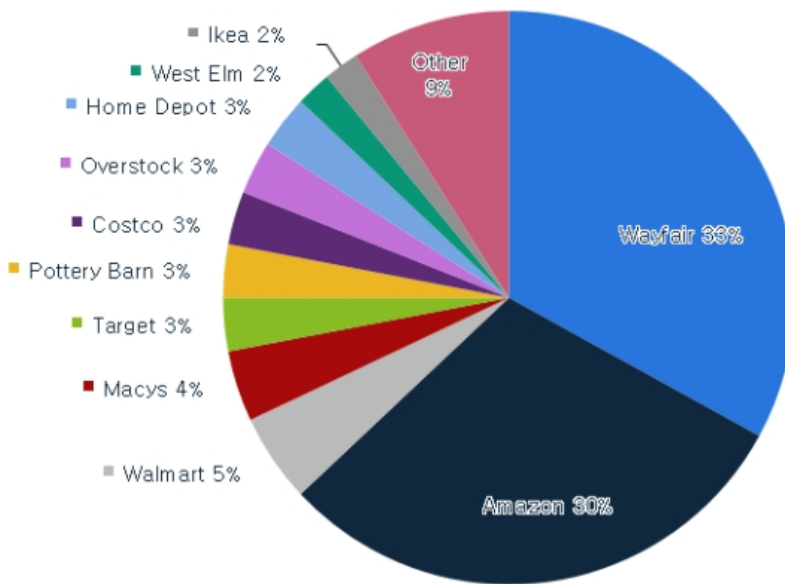
- 미국 가구 시장은 2020년부터 2029년까지 연평균성장률은 4% 이상으로 예측됐으며, 2027년 시장 규모는 1,388억 달러 규모로 예측됨²²⁾
- 주거용 및 상업용부동산 모두에서 가구 수요 증가로 시장의 성장을 주도함
 - 가정용 가구(Upholstered household furniture) 시장이 전체 중 49.6%로 가장 높음

22) Modor Intelligence(2024). 미국 가구 시장 규모(2024~2029) <https://www.modorintelligence.kr/industry-reports/united-states-furniture-market/market-size>

비중을 차지하고, 사무용 가구(Institutional furniture) 20.3%, 가정용 원목 가구(No upholstered wood household furniture) 17.0%, 메탈 소재 가정용 가구(Metal household furniture) 9.3%, 기타(Others) 3.8% 순임

- 가구 시장은 재료 시장(목재, 금속, 플라스틱 및 기타 재료), 애플리케이션 시장(가정용 가구, 사무용 가구, 접객용 가구 및 기타 가구) 및 유통 채널(슈퍼마켓, 전문점, 교육 및 기타 유통채널)로 구성됨
- 미국 소비자들은 가구의 품질과 내구성에 중점하고 야외 가구, 빈티지 느낌의 가구와 친환경 제품 등의 가구 카테고리의 판매가 증가함

그림 2-4 | 미국 주요 온·오프라인 가구 판매기업 점유율



〈자료〉 Statista(2019); Kotra 해외시장뉴스(2021.10.22.). “美, 팬데믹 장기화로 지속 성장하는 가구시장.”

- 오프라인 유통의 2021년 시장점유율은 월마트, 윌리엄소노마, 타겟 순이며 온라인시장의 규모가 확대되면서 아마존, 웨이페어, 오버스톡, 이케아 등이 경쟁함

표 2-15 | 미국 대표 가구기업

| 기업명 | 로고 | 주요 내용 |
|-------------------------------|---|---|
| Ashley Furniture |  | <ul style="list-style-type: none"> 1945년 시카고 일리노이주에 설립 본사는 위스콘신주 아카디아에 위치 미국 가구 업계 최대 프랜차이즈 |
| IKEA |  | <ul style="list-style-type: none"> 1985년 펜실베이니아주 플리머스 매장을 시작 전국 각지에 52개 매장 운영 중 |
| Williams-Sonoma |  | <ul style="list-style-type: none"> 1983년 캘리포니아주 소노마에서 설립 Pottery Barn, West Elm 등을 인수 2019년 포천 500대 기업에 이름을 올림 |
| Lay-Z-Boy(LZB) ²³⁾ |  | <ul style="list-style-type: none"> 미시간주 먼로시에 본사 대표적인 제품은 리클라이너 소파 단일 브랜드 가구 판매업체 중 3번째로 규모가 큼 |

〈자료〉 Kotra 해외시장뉴스(2021.10.22.). “美, 팬데믹 장기화로 지속 성장하는 가구시장.”

표 2-16 | 미국 온라인상거래 주요 가구기업

| 기업명 | 로고 | 주요 내용 |
|------------------------------|---|--|
| 웨이페어(Wayfair) ²⁴⁾ |  | <ul style="list-style-type: none"> 2002년 설립된 가구 전문 온라인상거래 판매기업 2019년 미국 전체 온라인 가구 판매량의 33.4% 점유 주력시장은 미국, 독일, 캐나다, 아일랜드, 영국 등 국제적 물류망을 개발해 상당한 실적 향상 |
| 아마존(Amazon) |  | <ul style="list-style-type: none"> 1994년 설립된 세계 최대 온라인 쇼핑 중개자 온라인 가구 판매 부문에서는 29.7%의 점유율을 차지하며 2위(2019년 기준) |
| 월마트(Walmart) |  | <ul style="list-style-type: none"> 1962년 아칸소주에서 시작된 작은 잡화점에서 세계적인 유통업체가 됨. 저가이면서 실용적인 가구들을 취급 |
| 홈디포(Home Depot) |  | <ul style="list-style-type: none"> 1978년 설립된 미국 최대 건축자재 및 인테리어 디자인 도구회사 가구와 조명 등 집에 관련된 모든 물품을 구비 |

〈자료〉 Kotra 해외시장뉴스(2021.10.22.). “美, 팬데믹 장기화로 지속 성장하는 가구시장.”

23) 인포스탁데일리(2021.08.02.). 레이저보이(LZB), 북미 가구시장 성장세 지속... "향후 실적 낙관적" <https://www.infostockdaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=164528>

24) 인포스탁데일리(2021.11.12.). 가구업계의 아마존 '웨이페어'... "낙관적 전망" <https://www.infostockdaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=147712>

□ 일본 가구 시장

- 2021년 테이코쿠 데이터뱅크의 자료에 의하면 2020년 일본 가구·인테리어 판매 시장 규모는 전년 대비 6.1% 증가한 약 1조 5,000억 엔으로 발표함
 - 니토리(NITORI)와 이케아(IKEA) 등의 가구 전문 대기업이 업계 전체 성장을 견인함
- 가구 트렌드는 온오프라인에서 사람들에게 보여주기 위한 쇼룸화하는 인테리어로 내추럴 인테리어, 소금제인테리어가 주도함
 - 내추럴인테리어란 집을 여유롭게 보낼 수 있는 ‘릴렉스’, ‘따뜻한’ 공간으로 꾸미는 것
 - 소금제인테리어는 오프라인에서 사람들에게 보여주기 위한 ‘쇼룸화’하는 인테리어
- 사무용 가구 시장 규모는 2020년 기준 3,603억 엔으로 기업의 ESG 경영 철학으로 친환경 가구 수요가 증가하고 있음
- 일본판 이케아인 니토리는 1위 라이프스타일 브랜드로 가구와 인테리어 소품 등을 판매함
 - 1967년 창업해 일본, 한국, 중국, 태국, 싱가포르, 말레이시아 등 전 세계 1,000여 곳에서 매장을 운영 중임

□ 독일 가구 시장

- 전 세계 가구 제조 국가 중 세계 3위로 5%의 시장점유율을 보유하고 있으며 2020년부터 2029년까지 연평균성장률은 3.43%로 예측됨
- 독일 가구시장은 주방용, 사무용, 매장용, 다이닝, 거실 및 침실, 패브릭 가구, 매트리스 순으로 구성되며 전체 매출 중 대부분은 50인 이상의 종사자를 보유한 대규모 제조기업임
- 독일은 수입국에서 저가로 생산된 제품을 고가로 수출하는 고수익 시장 중의 하나임
 - 독일은 인건비가 상대적으로 높아 중국, 보스니아 등에서 생산하여 생산 단가를 낮춤
 - 천연 소재에 대한 수요로 혁신적인 디자인과 천연 소재로 가구를 제작하는 프리미엄 생산으로 큰 이익을 챙김
- 수출입시장
 - 주요 수출시장은 프랑스, 스위스, 오스트리아, 네덜란드, 미국, 중국, 러시아이며 수출용 가구는 주방가구, 가정 및 침실 가구 등임
 - 주요 수입국은 폴란드, 중국, 체코, 헝가리, 이탈리아 등임

□ 폴란드 가구 시장

- 2010년부터 2019년까지 폴란드 가구 생산은 연간 7% 성장함
 - 2018년 기준 21,244개의 가구 생산기업이 있으며, 경쟁국인 독일의 2.2배 수준임
 - 고용 인원의 경우 2십만 6천 명으로, 독일에 비해 1.4배에 달하는 규모임
 - 생산기업 중 90% 이상이 소규모 업체이고, 중대형 업체는 30%로 수출을 중심으로 성장

- 폴란드 가구업체들은 성장 유지를 위해 설비에 투자하고 있으며 매출 대비 평균 5% 정도를 설비에 투자함. 또한 금액이 꾸준한 증가세에 있음

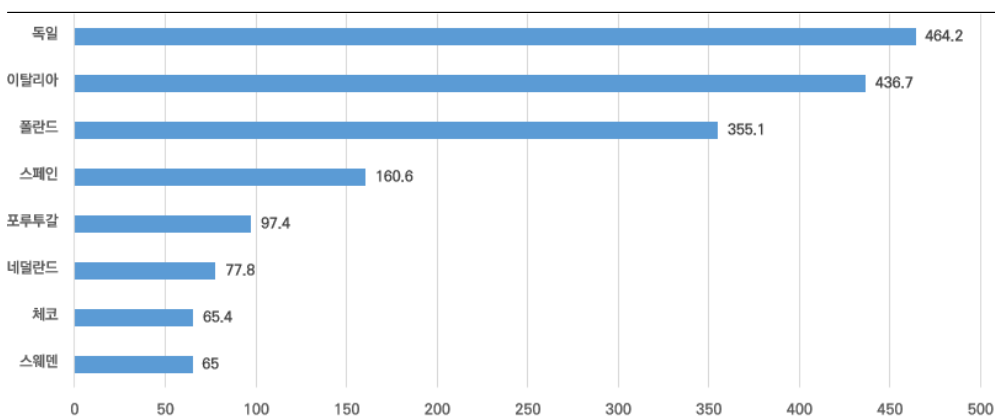
○ 수출현황

- 생산된 가구의 약 70~80% 정도가 수출되고 있으며, 생산된 가구의 80% 이상을 서유럽 시장으로, 특히 이 중 30% 이상이 독일로 수출됨
- 2021년 수출 품목별 비율은 앉는 용도의 의자, 암체어, 소파, 침대점용소파 종류가 전체 수출 품목의 42.2%, 기타 가구와 그 부품이 38.9%, 매트리스 받침용프레임과 침구류 8.5%, 조명과 전등류 8.5%, 마지막으로 의료용과 같이 특수 목적용 가구가 1.9%로 구성

○ 수출경쟁력

- 과감한 투자(매출 대비 평균 5%)로 서유럽 수준의 설비를 갖추고 제품을 생산, 국내의 풍부한 목재와 낮은 인건비를 바탕으로 해외에 가격경쟁력이 있는 제품을 수출함
- 수출품의 대부분이 하청이나 OEM 방식으로 생산되어 자체 브랜드나 디자인 개발에 취약하며 고부가가치 창출에 한계가 있음

그림 2-5 | 2018년 국가별 설비투자 금액(단위: 백만 유로)



〈자료〉 AIF 아세안(2021.11.16.). 폴란드 가구 산업 분야 동향 https://www.kiep.go.kr/aif/businessDetail.es?brdct_sNo=322475&mid=a30400000000&search_option=&search_keyword=&search_year=&search_month=&search_tagkeyword=&systemcode=07&search_region=&search_area=¤tPage=1&pageCnt=10; Eurostat(2018.)

□ 중국 가구 시장

- 중국 가구 시장은 안정적인 성장 단계로 시장 규모가 꾸준히 증가하고 있으며, 스마트 홈 제품을 중심으로 인테리어 가구 시장과 친환경 가구 시장이 확장되고 있음
- 중국 가구시장에는 중국, 일본, 한국, 미국, 유럽, 동남아시아 등 다양한 국가의 브랜드와 제품이 유통되고 있음. 파로마, 한샘, 퍼시스 등 다양한 한국 가구 제조업체도 진출해 있음

- 해외 수입가구 중 미국산과 일본산이 가장 많으며 중국에서 고급 가구로 인식되고 있음
- 베이징, 상하이, 광저우 등 주요 도시에서 이탈리아, 스페인, 프랑스, 영국, 독일, 미국 등의 수입가구가 판매되고 있음
- 특히 이케아 가구시장이 확대되고 유럽의 경우 200개 이상의 브랜드가 중국 내에 입점
- 가장 많은 시장점유율을 차지하는 중국의 10대 가구제조업체로는 이케아(IKEA/스웨덴), 취메이가구(曲美家具/중국), 화평가구(華丰家具/중국), 황차오가구(皇朝家具/홍콩), 리엔방가구(聯邦家具/중국), 홍펑과가구(紅苹果家具/홍콩), 화르가구(華日家具/중국), 취엔요우가구(全友家具/중국), 쌍후가구(双虎家具/중국), 위에싱가구(月星家具/중국)가 있으며, 해당 10개 기업이 시장점유율의 84%를 차지하고 있음

표 2-17 | 중국 내 대표 가구 기업

| 기업명 | 로고 | 비고 |
|-------------------|---|---|
| 취안유자스 (全友家私) |  | - 2009년 설립, 환경보호를 포인트로 하는 가구 브랜드 - 2010년 중국 브랜드 가치 500강 기업 |
| IKEA 차이나 |  | - 1998년 상하이 매장을 시작으로 전국 각지에 36개 매장 운영 중 |
| 취메이 가구 (曲美家具) |  | - 1987년 설립, 미니멀, 트렌드, 현대화를 외치는 가구 전문브랜드 |
| 홍펑과 가구 (红苹果家具) |  | - 1981년 홍콩 설립, 고급 합판 가구 브랜드 |
| 황차오 가구 (皇朝傢俬) |  | - 1997년 홍콩 설립, 중국 내 생산량, 제품 종류 1위를 달리는 가구 브랜드 |
| 렌방 가구 (联邦家具) |  | - 1984년 설립, 중국 내 1선 도시는 100%, 2, 3선 도시는 약 70% 이상 매장 보유 |

〈자료〉 소후 닷컴(Sohu.com), 바이두 백과; Kffic 대한가구산업협동조합연합회(2021.08.12.). 2021 중국 가구 산업 트렌드 http://www.kffic.kr/bbs/board.php?bo_table=s7_4&wr_id=38&page=1

□ 베트남 가구 시장

- Statista에 의하면 베트남의 가구·인테리어 시장규모는 2020년 12억 8,400만 달러였으며, 2018년부터 2025년까지 연평균 17.34%의 성장을 전망함
- 수출시장

- 2020년 베트남 가구 수출 세계 3위이며, 베트남의 가구 제조사들은 내수시장보다 수출 시장을 염두에 둬. 주요 수출국은 미국, EU, 중국, 일본, 말레이시아, 태국 등이며 2020년 최대 가구 수출국은 미국으로 74억 달러 규모였음. 목재가구를 비롯한 목제품 수출에 있어 동남아시아 선두 국가로 80%를 유럽으로 수출함

○ 수입시장

- 2020년 중국에서 259억 24만 9,000달러의 가구를 수입함. 한국은 2위 수입국으로 베트남은 한국에서 6,533만 4,000달러 규모의 가구를 수입함. 태국, 일본, 말레이시아, 이탈리아 등이 뒤를 이음

○ 커스터마이징과 고급가구에 대한 관심이 증가함

- 고급 제작가구 및 수입가구를 찾는 소비자가 점차 증가하고, 가구업체들은 소비자의 기호에 따라 친환경 등급의 가구를 주문 제작해 설치하는 서비스를 제공함
- 라인 가구샵 또는 인테리어 편집샵에서 가구 및 인테리어 소품을 구입함

○ 소득수준과 주거 형태에 따른 가구 및 인테리어 시장의 세분화로 소비자 타겟팅이 필요함

□ 이탈리아 가구 시장²⁵⁾

○ 2024년부터 2029년까지 가구산업의 연평균성장률(CAGR)은 4% 이상이며 전자상거래시장도 지속하여 성장함

- 오랜 역사를 가진 주력산업인 만큼 업체들의 자발적인 회생 의지와 국가지원정책으로 이탈리아를 대표하는 산업으로 성장함

○ 세계 최고의 가구 수출국으로 디자인 및 제품 미학 측면에서 세계 선두이며 밀라노가구박람회를 세계적인 가구박람회로 성장시킴

- 주요 수출국가는 프랑스, 독일, 미국 및 캐나다 등임
- 가내수공업 장인체제로 전문가의 철저한 생산자 구조로 특화된 산업클러스터가 형성됨. 특히 장인정신의 전통과 디자인으로 'Made in Designer' 브랜드 힘과 'Made in Italy' 만의 가치와 경쟁력을 구축함
- 디자인 중심의 지속적인 R&D 투자와 전문인력양성으로 세계 가구디자인 시장을 선도함

○ 대기업(POLTRONA FRAU, B&B, KARTELL)은 브랜드화 전략을 통해 세계화 전략이며 중소기업은 자생적 산업클러스터의 형성으로 중소기업의 경쟁력 확보(롬바르디 산업지구)

- 100명 미만의 중소기업이 60%, 대부분 10명 미만의 중소기업이 총수출의 65%를 차지
- MEDA 지역은 전시회 기간동안 공동전시장을 운영하고 공동 판매 협의체(Meda)를 구성

○ 연구개발 및 인력 양성 기관을 통해 인재양성 교육기관의 설립과 세분화된 디자인 교육과

25) Mordor Intelligence(2024). 이탈리아 가구 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2024~2029) <https://www.mordorintelligence.kr/industry-reports/italy-furniture-market>

정으로 생산성과 경제성에 대한 디자인 전문인력을 양성하고 배출함

- 이탈리아 국립 가구디자인 학교 IPSIA는 5년 국비로 가구기술자를 양성 및 재교육함
- CLAC(Centro Legno Arredo Cantu, 목가구 센터)는 산·학 연계 및 생산공정지도, 교육, 판매, 마케팅 커뮤니케이션, 박람회, 홍보 등을 체계적으로 통합 관리함

□ UAE

- 2022년 UAE 가구 판매액은 22억2800만 달러로 집계되어 전년 대비 2.9% 상승함
- 품목별은 거실용가구가 2억400만 달러로 전체의 약 10%를 차지했으며 조명기구(1억9500만 달러), 다이닝용가구(1억5000만 달러), 소파베드(1억800만 달러) 순임
- 시장점유율은 주요 소비재 유통사인 랜드마크 그룹(Landmark Group)이 운영하는 홈센터와 세계 최대 가구업체인 이케아가 각 15%의 수준임
- 가구시장은 현지 브랜드인 홈스알어스(4.2%), 판에미레이츠(3.9%)가 중저가 시장에서, 마리나홈(5.3%), 글로벌 브랜드인 포터리반(1.4%)과 크레이트앤배럴(0.7%) 등이 고가의 프리미엄 가구 시장에서 선전하고 있음
- 2022년까지 최근 5년간 판매액 증가율은 홈오피스 가구(28.8%), 커튼과 블라인드(각 12.4%, 11.2%), 조명기구(10.1%), 수납용 가구(5.5%) 순으로 나타남

2. 국내 가구산업 시장

1) 가구산업 현황

□ 국내 가구제조업 현황

- 2021년 가구제조업의 사업체 수는 17,194개, 종사자 수는 67,976명임
 - 2006년 제조업체 수는 9,487개로 2021년까지 연평균 증가율은 4%임
 - 가구제조업의 2023년 상반기 기준 부족 인원은 2,481명이고 부족률은 4.7%임
 - 고용유발효과는 고용유발계수 10억원 당 8.61명²⁶⁾으로 기타 제조업(10.38명)에 이음
 - 사업체 수와 종사자 수가 가장 많은 세부업종은 기타 목재가구(7,690개) 임

□ 국내 가구 유통업 현황

- 2021년 가구 유통업의 사업체 수는 21,359개, 종사자 수는 54,875명임
 - 2006년 종사자 수는 52,925명으로 2021년까지 연평균 증가율은 1.7%임
 - 가구 소매업의 사업체 수와 종사자 수가 가장 많음

26) 한국은행, 경제통계시스템

- 가구 판매액은 2022년 전체적으로 감소함. 현대리바트 273억 원, 한샘 217억 원, 신세계까사는 277억 원의 손실을 봄. 이케아는 2016년 이후로 순이익이 감소하여 2022년 2.9억 유로로 최저치를 기록함

표 2-18 | 세부 업종별 가구산업 현황(2021년 기준)

| 구분 | | 사업체 | | 종사자 | |
|-----------|-----------------|---------|-------|---------|-------|
| | | 사업체수(개) | 비중(%) | 종사자수(명) | 비중(%) |
| 가구 제조업 | 매트리스 및 침대 | 339 | 2.0 | 2,925 | 4.3 |
| | 소파 및 기타 내장가구 | 1,186 | 6.9 | 4,596 | 6.8 |
| | 주방용 및 음식점용 목재가구 | 5,257 | 30.6 | 14,651 | 21.6 |
| | 기타 목재가구 | 7,690 | 44.7 | 31,161 | 45.8 |
| | 금속 가구 | 2,078 | 12.1 | 11,559 | 17.0 |
| | 그 외 기타 가구 | 644 | 3.7 | 3,084 | 4.5 |
| | 합계 | 17,194 | 100.0 | 67,976 | 100.0 |
| 가구 유통업 | 생활용 가구 도매업 | 4,345 | 20.3 | 12,944 | 23.6 |
| | 사무용 가구 및 기기 도매업 | 4,305 | 20.2 | 12,678 | 23.1 |
| | 가구 소매업 | 11,887 | 55.7 | 27,784 | 50.6 |
| | 중고 가구 소매업 | 882 | 3.8 | 1,469 | 2.7 |
| | 합계 | 21,359 | 100.0 | 54,875 | 100.0 |

〈자료〉 통계청, 전국사업체조사

□ 수출입 현황²⁷⁾

- 국내 가구산업 수출은 2022년 1,038백만 달러로 지난 10년간 정체됨
- 국내 가구 수입은 2012년 1,324백만 달러에서 2022년 2,659백만 달러로 약 2배 증가함

2) 가구 유통산업 현황

□ 가구 유통업의 특징

- 가구산업은 복잡한 유통구조와 고비용 구조로 온라인시장 등 판매시장의 변화에 따라 비용 효율화를 위해 단순화하려는 움직임이 있음
 - (소비) 가구는 내수의 비중이 높은 내구재로써 국내 경기에 영향을 많이 받음
 - (도매업체) 대형 물류관리센터를 확보하고 있는 도매업체들의 역할 중요성이 커짐
 - (중간유통) 중간 유통업체와 다단계 유통 구조 형성
 - (소매업체) 가구거리 및 가구단지 형성으로 소매업체를 중심으로 군집을 형성함

27) 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

□ 전국 가구단지 현황

- 서울을 비롯하여 전국에 가구단지가 흩어져 있으며 마트, 거리, 광장, 전자관, 타운, 마을 등의 형태로 운영되고 있음
- 2000년대 중반 이후 가구단지 규모가 점차 축소됨
 - 신도시 구축, 재개발 등으로 단지가 슬럼화 되거나 도심의 창고로 활용되기도 함
 - 브랜드 가구들의 대리점 입점으로 중소브랜드 중심의 가구단지는 점차 축소되고 있음

표 2-19 | 전국 가구단지 현황

| 서울 | 화곡동 가구광장 | 파주 출판 가구단지 | 전라남도 | 구암동 가구거리 |
|-------------|-----------------|-------------|----------------|---------------|
| 강변테크노마트 | 황학동 가구거리 | 평택 가구거리 | 나주시 호남가구단지 | 아시아 가구백화점 |
| 길동 가구거리 | 경기도 | 화성 동탄·봉담 수영 | 목포시 호남동, 석현동 | 유통단지 전자관 |
| 녹번동 가구거리 | 광명 가구거리 | 인천광역시 | 순천시 팔마 가구백화점 | 이현동 가구단지 |
| 논현동 가구거리 | 광주 오폭 | 간석 가구단지 | 전라북도 | 중리동 가구단지 |
| 독산동 가구거리 | 광주 초월 | 서인천 목재 가구거리 | 군산시 장미동 | 경상남도 |
| 목동 곰달래 가구거리 | 김포 가구거리 | 서인천 가구단지 | 전주시 중화산동 가구거리 | 김해 샘솟는 가구마을 |
| 사당동 가구거리 | 부천 소풍 가구 백화점 | 강원도 | 전주시 효자동 전군가구단지 | 김해 자이언트 가구백화점 |
| 석촌 가구거리 | 부천 춘의동 가구단지 | 남문 가구거리 | 광주광역시 | 창원 로데오 가구타운 |
| 가든파이프 | 수원 권선 가구단지 | 동해 가구거리 | 각화동 가구단지 | 창원 팔용동 가구단지 |
| 신당동 가구거리 | 수원 남문 가구거리 | 만종 가구거리 | 누문동 가구단지 | 부산직할시 |
| 아현동 가구거리 | 안산 시화 가구거리 | 충청남도 | 동림 가구단지 | 거제동 한양프라자 |
| 암사동 가구거리 | 안산 상록수 가구거리 | 천안삼거리 가구단지 | 신가-신창동 가구단지 | 명륜동 가구단지 |
| 양재동 가구거리 | 안성 늘푸름 가구거리 | 천안성정 가구거리 | 양동북개상사 | 우동 썬프라자 |
| 현대아이파크몰 | 안양 가구단지 | 충청북도 | 경상북도 | 울산광역시 |
| 을지로 가구거리 | 용인 흥덕 가구단지 | 청원 가구마을 | 경산시 중방동 | 삼산동 가구단지 |
| 중곡동 가구거리 | 의왕 가구단지 | 청주시 남문로 남주동 | 경주 가구단지 | 학성동 가구단지 |
| 천호동 가구거리 | 의정부 가구단지 | 대전광역시 | 구미시 원평동 | 제주도 |
| 청담동 가구거리 | 일산 덕이동/식사동 가구단지 | 대림 가구타워 | 칠곡 가산면 | 노형동 |
| 태릉 가구거리 | 파주 운정 가구단지 | 중리동 가구갤러리 | 대구광역시 | 용담동 |

〈자료〉 이코노믹리뷰(2020.10.17.). [대혼전 가구시장]①가구단지 몰락... '빅3'로 시장재편 <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=415374>

3) 국내 가구산업의 구조변화

□ 가구제조업

- 내수를 기반으로 성장한 국내 가구산업은 20~49명 고용 규모 사업체는 크게 증가하였고, 10~19명 규모의 가구제조업체는 지속하여 감소하는 추세임
- 10인 이상 가구제조업에서 10억 미만의 영세 사업체는 줄어들고 50억~300억 규모의 중견업체 수가 크게 증가함

□ 가구 유통업

- 가구산업의 서비스화에 따라 유통의 대형화와 대기업의 유통 진출이 빨라지면서 도매업체의 수는 증가하고 소매업체 수는 감소함
- 한샘, 현대리바트 등 대기업의 직영 매장이 확대되면서 매출도 증가함

□ 수출입 시장

- 수입가구의 점유율이 증가하고, 중국 수출이 감소하면서 무역수지 적자가 심화됨
- 국내 가구산업은 수입이 증가하면서 2016년을 기준으로 수입·수출 증가율이 국내 가구 생산·내수 증가율을 앞섬

4) 국내 가구업계 동향

□ 국내 가구업계 현황

- 창업 5년 미만의 신규 소규모 영세 업체가 대부분이며, 영세성으로 제조공정상 작업(근무) 환경이 열악하여 가구 제조의 인력 부족 현상이 심화됨
- 대부분 OEM 생산으로 자체브랜드 구축이나 고부가가치 창출에 있어 경쟁력이 취약함. 또한 디자인 경쟁력 부족으로 글로벌 경쟁력이 취약함
- 내수 중심 사업으로 업체 간 경쟁이 심화되고 공급이 과잉되고 환경적 요인 준수 및 표준화 인증이 부족함

□ 국내 중소기업

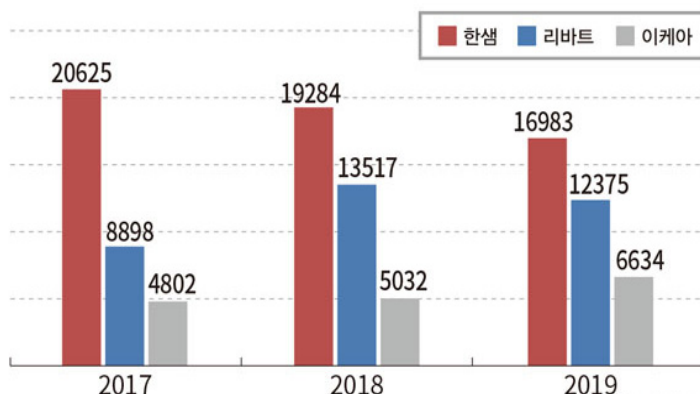
- 중소브랜드의 혁신 부족으로 시장경쟁력이 떨어지고 있음
 - 도심의 확장, 지대 상승, 인건비 상승, 동종업체 간 높은 경쟁, 과다한 유통비용, 불투명한 가격 등으로 입지가 점차 좁아짐
 - 자체 브랜드나 디자인을 보유한 중소기업이 전체의 46% 수준(2017 한국가구산업체총람)으로 타사 제품 모방, OEM 생산 등으로는 가격이나 시장경쟁력이 떨어짐

- 디자인 공급 부족, 부족한 사후서비스 시스템, 복잡한 유통망 구조 등의 개선이 필요함
- 생산 현장의 내국인은 50세 이상의 고령자가 대부분으로 인적자원이 취약함

□ 국내 대기업

- 국내 가구산업은 대기업을 중심으로 급속하게 재편되고 있음
 - 한국가구산업체총람에 의하면 2010년에서 2015년까지 출하액 1,000억 원 이상 가구업체들은 연평균 16.1%의 성장을 기록함
 - 반면에 10억 원 미만 기업들의 매출이 연평균 3.4%씩 감소함
- 국내 가구시장은 한샘, 리바트, 이케아 등 대기업의 빌트인 가구를 중심으로 성장함
 - 부엌 및 식기세척기, 가스오븐레인지, 냉장고 등의 가전제품을 빌트인(Built-In)으로 설치하는 시스템 주방가구 시장을 통해 성장하고 있음
- 소비자들의 선호와 편의에 대응이 용이한 대기업을 중심으로 시장이 성장하고 있음
 - 고급 자재를 사용한 제품들을 선호하고, 가구의 품질, 마케팅 요소, 디자인, 사후 AS에 대한 소비자의 요구가 높아짐

그림 2-6 | 한샘·리바트·이케아 매출(단위: 억원)



〈자료〉 이코노믹리뷰(2020.10.17.). [대혼전 가구시장]①가구단지 몰락... '빅3'로 시장재편 <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=415374>

□ 다국적 글로벌기업

- 이케아
 - 스웨덴 글로벌기업으로 유럽, 캐나다, 미국, 아시아 국가들에서 매장을 운영 중임
 - 홈퍼니싱 시장에 집중하며 대규모 창고형 매장을 중심으로 도심 외곽에 위치하며 쇼핑과 테마형 전시 쇼핑 공간을 제공하고, 휴식 및 놀이공간도 제공함

- 경기 광명점, 고양점, 기흥점, 동부산점 등에 입지하고 도심형 매장으로 '플래닝 스튜디오 천호'가 대표적인

○ 니토리²⁸⁾

- 니토리는 일본 1위 라이프스타일 브랜드로 가구와 인테리어 소품을 판매함
 - 일본판 이케아로 1967년 창업해 일본뿐 아니라 중국, 태국, 싱가포르, 말레이시아 등 전 세계 약 1,000곳에서 매장을 운영 중임
 - 2021년 2월 연결 매출액은 전기 대비 11.6% 증가한 7,169억 엔임
- 고객 접근성 높은 대형마트 입점 전략으로 유통망을 확장하면서 국내 진출함
 - 2023년 11월 이마트 하월곡점에 1호점을 시작으로 2024년 3월 21일 3호점 오픈(홈플러스 가양점), 4월 홈플러스 인천연수점, 5월 이마트 화성봉담점, 8월 홈플러스 금천점 등 6호점까지 출점함
 - 2024년 내 국내에서 10개 점포를 열고 오는 2032년까지 국내 매장을 총 200개를 목표로 함

○ 나뚜찌 그룹(Natuzzi Group)

- 이탈리아 가구 리더 회사로 1959년 파스칼레 나뚜찌(Pasquale Natuzzi)에 의해 설립됨
- 세계 최대의 가죽 소파 제조회사로 시장점유율 세계 1위, 전 세계 시장의 약 8% 석권
- 매출액이 약1조 원, 하루 생산량은 약 5,000조 원, 전 세계 10,000개의 매장에서 매일 4,000명 이상의 고객들이 나뚜찌 소파를 구입함
- 국내 시장 진출로 2004년에 설립된 더홈은 자본금 3억 원, 매출액 406억 원, 사원 수 100명으로 나뚜찌 소파매장을 운영함. 또한 나뚜찌 그룹은 논현, 분당, 롯데, 현대, 신세계 백화점 등 주요 백화점과 한샘 플래그십 등 전국에 54개의 매장을 운영 및 직영함

그림 2-7 | 다국적 글로벌기업 국내 진출



〈자료〉 이데일리(2024.03.20.). [단독]‘일본판 이케아’ 니토리, 6호점까지…공격 확장 통할까 <https://m.edaily.co.kr/news/read?newsId=01298886638825288&mediaCodeNo=257>; 나뚜찌 공식홈페이지

28) 이데일리(2024.03.20.). [단독]‘일본판 이케아’ 니토리, 6호점까지…공격 확장 통할까 <https://m.edaily.co.kr/news/read?newsId=01298886638825288&mediaCodeNo=257>

표 2-20 | 스웨덴 이케아 vs. 일본 니토리 vs. 이탈리아 나뚜찌

| 구분 | 이케아(스웨덴) | 니토리(일본) | 나뚜찌(이탈리아) |
|------|---|---|--|
| 일반사항 | <ul style="list-style-type: none"> 1952년 가구기업으로 사업 시작 스웨덴 글로벌기업 가구뿐만 아니라 인테리어 소품 판매 및 홈퍼니싱 사업 확장 유럽을 넘어 캐나다, 미국, 아시아 태평양의 국가들에서 매장 운영 중 | <ul style="list-style-type: none"> 1967년 창업 일본 1위 라이프스타일 브랜드 인테리어 소품 등을 판매 중국, 태국, 싱가포르, 말레이시아 등 전 세계 약 1000 곳에서 매장을 운영 중 | <ul style="list-style-type: none"> 1959년 파스칼레 나뚜찌(Pasquale Natuzzi)에 의해 설립 이탈리아 가구 리더 회사 세계 최대의 가죽 소파 제조 회사, 세계시장 점유율 1위 국내에서 더 홈이 수입 판매 함 |
| 특성 | <ul style="list-style-type: none"> 대규모 창고형 매장으로 도심 외곽에 위치 쇼핑과 함께 휴식과 소통의 공간 가성비 전략 | <ul style="list-style-type: none"> 대형마트 입점 전략(홈플러스, 이마트 등) 매장은 적지만 다점포 전략으로 외연 확장 가성비 전략 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 소파 가구 전략으로 주요 백화점과 한샘 플래그 샵에 입점 랜선 집들이 등을 통해 온오프라인으로 실시간으로 판매 |

〈자료〉 이데일리(2024.03.20.). [단독]‘일본판 이케아’ 니토리, 6호점까지…공격 확장 통할까 <https://m.edaily.co.kr/news/read?newsId=01298886638825288&mediaCodeNo=257>

5) 국내 가구시장 동향

□ 온라인시장 확대

- 국내 시장 침체에 따라 2022년부터 아마존 코리아를 통해 해외 온라인시장을 개척함
 - 금성집대, 인아트, 다우닝 등 약 10개 사가 아마존닷컴을 통해 미국에 진출하고 있으며 한국가구산업협회는 아마존 입점 지원을 위한 전략 세미나를 2024년 개최함
 - KOTRA는 2024년 미국 아마존 입점 지원사업을, 경기도 중소기업 지원 시책으로 해외 마케팅·판로 지원 정책을 발표함
- 통계청에 의하면 2022년 국내 온라인을 통한 가구제품 매출은 5조 1,491억 원을 기록함
 - 2019년(3조 5,358억 원)대비 45.6% 성장하여 온라인 매출 비중이 50.7%로 증가함
 - 매장·온라인·모바일·SNS(소셜네트워크서비스) 등 다양한 채널을 연계한 옴니채널과 앱을 활용하여 마케팅을 활성화함
 - 이케아는 고양점, 기흥점, 동부산점 등 4개의 오프라인 매장과 이커머스 운영으로 온오프라인 접점에서 옴니채널을 강화하고 있음
 - 한샘과 현대리바트, LX하우시스 등 국내 가구 빅3 가구 인테리어 업체들도 온오프라인이 유기적으로 결합된 리빙 테크기업으로 성장을 위해 해외 온라인시장을 공략하고 있음

□ 시장 양극화에 따른 스펙트럼 다양화

- 프리미엄화
 - 신세계까사, 현대리바트와 토종 가구업체는 프리미엄 라인업으로 시장을 확장하고 있음

- 한샘, 현대리바트 등은 고가 프리미엄 제품개발을 통해 홈리모델링 사업에 주력함

○ 중저가 전략

- 이케아, 니토리, 알리익스프레스 등의 해외 가구업체는 가격경쟁력과 젊은 세대 공략으로 중저가 시장을 확장하고 있음

- 집안 가꾸기 트렌드로 다양한 디자인의 중저가 가구 중심의 홈퍼니싱 시장이 성장함

○ 국내업체들도 고객층이 제한적인 프리미엄 시장에서 젊은 세대의 소비를 끌어낼 수 있는 중저가 시장까지 가구시장의 스펙트럼을 확장할 필요가 있음

□ 홈퍼니싱 시장 확대

○ 라이프스타일에 맞춘 가구와 인테리어 소품으로 집을 개성 있게 꾸미는 홈퍼니싱 시장이 확대되면서 분위기와 감성적 요소를 더하는 조명, 테이블웨어, 프리미엄 가구 등에 대한 니즈도 증가함

○ 홈퍼니싱 시장은 가구 풀필먼트를 중심으로 하는 배송, 하이엔드·프리미엄 리빙 시장에서 활로 모색, 사무용 가구 시장 성장, 새로운 트렌드와 맞춤 시공, 투자 확대 등으로 비즈니스 트렌드가 만들어지고 있음

○ 국내 주요 업체로는 한샘 리하우스, 현대리바트 리바트 집테리어, LX하우스 LX Z:IN, 오늘의집 등이 있음

6) 국내 가구산업 정책동향

□ 정책동향 및 활용 방안

○ 가구산업의 육성은 산업통상자원부, 중소벤처기업부 및 경기도 등의 지원사업이 있음

- 산업통상자원부는 가구 유통판매시설 건립, 기술개발, 프리미엄화 등을 지원함

- 중소벤처기업부는 창작스페이스, 스마트공장, 정책자금, 지역특구 등을 지원함

- 경기도는 전시회 참가, 디자인 창작공간, 환경개선, R&D, 박람회, 인증 등을 지원함

○ 고양시 가구산업 육성 세부과제 수행을 위해서 관계부처, 유관기관 및 경기도의 정책 활용 방안을 모색하는 것이 필요함

○ 국도비 지원사업을 최대한 활용하여 공동 촬영스튜디오 구축, 기술개발 및 인력양성 등의 기반 구축에 활용하여 재정적 지원을 받을 수 있음

표 2-21 | 가구산업 정책동향

| 정부부처 | 사업내용 |
|------------------------|--|
| 산업통상자원부 | <ul style="list-style-type: none"> 생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원) 생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이언스 운영) 글로벌전문기술개발사업 지원 생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안 등 |
| 중소벤처기업부 (진흥공단, 중앙회) | <ul style="list-style-type: none"> 중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선 구매 제도 한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충 정책자금 첫걸음기업 지원제도 스마트공장 보급·확산 지원사업 지역특화발전특구 지정(2004~) 도시형소공인 집적지구 지정(2016~) |
| 경기도 (테크노파크, 진흥원 등) | <ul style="list-style-type: none"> 국내 가구 전시회 참가 지원 국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원 가구디자인 창작공간 운영 가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업 유망·영세 가구기업 R&D 지원사업 가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최 경기가구인증센터 운영 등 |

〈자료〉 광주시·에이치아이정책연구원(2019). 「광주시 가구거리(가구산업 인프라) 조성 타당성 및 기본설계 용역.」

□ 관련 법규 검토

○ 도시형소공인 집적지구

- 노동집약도가 높고, 숙련기술을 기반으로 도시형 소공인의 발전과 성장을 위한 지구임
- 도시형소공인 지원에 관한 특별법으로 도시형소공인 수 40인 이상이면 신청 가능함
- 공동창고, 공동장비, 공동시설 등 공동 인프라 구축을 지원하고 소고인 특화자금, 판로개척 및 기술개발을 지원함
- 포천의 가구제조, 성수동 수제화, 양주 섬유제품, 시흥 기계금속 등 16개 집적지구 있음

○ 지역특화발전특구

- 지역특성에 따라 규제 적용을 차별화하여 도시 전체의 특화산업 육성 및 민자유치 촉진
- 지역특화사업의 산업화를 위해 전국 어디서나 특구 시정이 가능함
- 향토자원, 산업연구, 관광레포츠, 의료복지 및 교육 5개 유형 중 지역 특성에 맞게 선택적 규제 특례 적용이 가능함
- 대구 안경산업, 이천 도자산업, 고양 화훼산업, 부천 만화 영상산업 등 194개가 지정됨

- 고양시의 가구유통산업 육성을 위해 관련 법규인 집적지구와 지역특구 제도와 지역의 특성을 살펴보고 활용하는 것이 필요함. 즉, 공동 인프라 구축을 위해서 집적지구를 활용하거나 특화산업을 위해 지역특구를 활용하는 방안을 모색할 수 있음

표 2-22 | 관련 계획 법규검토 사례

| 구분 | 도시형 소공인 집적지구 | 지역특화발전특구(지역특구) |
|---------------|--|--|
| 근거법령 | <ul style="list-style-type: none">도시형소공인 지원에 관한 특별법 | <ul style="list-style-type: none">지역특화발전특구에 대한 규제특례법 |
| 개요 | <ul style="list-style-type: none">대상 : 도시형소공인 수 40인 이상 신청 가능(시의 읍·면·동)지정혜택<ul style="list-style-type: none">공동 인프라 구축 : 70억 원(연간 5개 이내, 국비 2/3·지방비 1/3)소공인 특화자금 : 최대 8년간 5억원 한도 융자판로개척 : 마케팅 비용 지원(80%, 3천만 원 한도)기술개발 : 기술개발 비용 지원(80%, 5천만원 한도) | <ul style="list-style-type: none">대상 : 전국 어디서나 특구 지정(지역특화사업의 산업화)각종 규제특례(57개 법률, 129개 규제특례)<ul style="list-style-type: none">전략환경영향평가, 건축법, 옥외광고물 등 관리법(최대 활용), 국토계획이용법, 산업집적활성화 및 공장설립에 관한 법률, 도로교통법, 기업활동 규제완화에 관한 특별법 등우수 지역특구 포상(표창 및 포상금) |
| 특징 (장·단점) | <ul style="list-style-type: none">소규모 제조업체를 대상으로 포괄 지원(조직+예산+인프라)공동창고, 공동장비, 공동시설 및 소공인 특화지원센터 설치 등집적지 발전기반 조성에 필요한 인프라 구축집적지구 조성과 활성화 기간인 3년간 재정 지원 | <ul style="list-style-type: none">5개 유형(향토자원, 산업연구, 관광레포츠, 의료복지, 교육)지역 특성에 맞게 선택적 규제특례 적용 가능(원스톱 처리)타 지자체와 공동추진, 추진기간 설정 등 자유롭게 추진 가능(지자체 자율 보장), 민간중심 전환(일자리·창업특구 5곳 시범사업) |
| 지정사례 | <ul style="list-style-type: none">포천 가구제조, 성수동 수제화, 양주 섬유제품, 시흥 기계금속, 종로 주얼리, 대구 의류제조 집적지구 등 16개 지정 | <ul style="list-style-type: none">대구 안경산업, 이천 도자산업, 고양 화훼산업, 의왕 철도, 부천 만화 영상산업, 충북 태양광 등 194개 지정 |
| 사업화방안 (적용) | <ul style="list-style-type: none">단기적 차원에서 활용 가능소공인 특화지원센터 및 공동 인프라 구축판로개척 및 기술개발 | <ul style="list-style-type: none">장기적 관점(3년 이상)에서 활용 가능지역 정체성 확립특화사업 여건·재원 확보운영성과 평가 강화 |

〈자료〉 광주시·에이치아이정책연구원(2019). 「광주시 가구거리(가구산업 인프라) 조성 타당성 및 기본설계 용역.」

□ 2024년도 가구산업 지원 정책

- 2024년 가구산업 지원정책은 스마트제조공정 지원, 기술개발지원, 전시회 참가 지원, 인력양성, 인증사업, 마케팅, 제품개발, 가구제조업 지원, 촬영 스튜디오, 창작공간 사업 등을 경기도 등을 비롯하여 지자체가 지원하고 있음

표 2-23 | 2024 가구산업 지원정책

| 순번 | 사업명 | 소관부처·지자체 | 사업수행기관 | 신청기간 |
|----|---------------------------|----------|-----------|-------------------------|
| 1 | 2024년 가구기업 시험분석 수수료 지원 공고 | 경기도 | 경기대진테크노파크 | 2024.02.01 ~ 2024.11.30 |

| | | | | |
|----|---|------|-------------------|----------------------------|
| 2 | 2024년 한국국제가구 및 인테리어산업대전 참가 지원사업 | 충청북도 | 중소기업중앙회 충북지역본부 | 별도 공고 |
| 3 | 2024년 광주시 가구기업 촬영물제작 지원사업 | 광주시 | 광주테크노파크 | 별도 공고 |
| 4 | 2024년 가구 스마트제조공정시스템 구축 지원사업 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 별도 공고 |
| 5 | 2024년도 가구기업 제품개발 및 마케팅 지원 사업 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 선정통보일 ~ 2024.10.13 |
| 6 | 2024년 가구 공방 스타트업입주자 모집 공고 | 전국 | 한국테크노파크진흥회 | 별도 공고 |
| 7 | 2024 한국국제가구 및 인테리어 산업대전 참가업체 모집 | 전라북도 | 전북경제통상진흥원 | 별도 공고 |
| 8 | 2024년 가구 인증사업 지원 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 별도 공고 |
| 9 | 2024년 지역산업 맞춤형 인력양성사업 | 전국 | 한국가구산업협회 | 별도 공고 |
| 10 | 2024년 광주시 가구기업 촬영물 제작 지원사업 | 광주시 | 광주테크노파크 | 별도 공고 |
| 11 | 2024년 경기가구창작스튜디오 예비 창업자 양성반 | 경기도 | 경기대진테크노파크 | 별도 공고 |
| 12 | 2024년 가구아카데미 주방시공스쿨 2차 교육생 모집 | 경기도 | 경기대진테크노파크 | 별도 공고 |
| 13 | 2024 한국국제가구 및 인테리어산업대전 충청북도관 참가 지원 | 충청북도 | 중소기업중앙회 충북지역본부 | 2024.07.15 ~ 2024.07.22 |
| 14 | 포천시 가구 제조업 지원 | 포천시 | 포천시청 | 2024년 내 |
| 15 | 가구디자인 창작공간 사업 | 경기도 | 경기대진테크노파크 | 별도 공고 |
| 16 | 섬유·가구 전시회 참가 지원 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 별도 공고 |
| 17 | 2024년 가구 수출컨소시엄 지원사업 참가기업 모집 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 별도 공고 |
| 18 | 2024년 중소 가구기업의 중대재해예방 및 사고 대응과 ESG 경영시스템 구축 지원사업 | 경기도 | 경기도경제과학진흥원 | 별도 공고 |

□ 가구산업 지원 정책의 고양시 적용 가능성

- 정책을 벤치마킹하고 고양시 적용 방안을 통해 스마트 제조, 창업 지원, 글로벌 진출, 브랜드 강화를 중심으로 가구산업을 체계적으로 육성할 수 있는 방안을 모색하는 것이 필요함

표 2-24 | 가구산업 정책동향

| 관계주체 | 사업내용 |
|-----------------|--|
| 시험분석 및 인증 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 광주시 가구기업 촬영물 제작 지원사업 - 광주시의 마케팅 콘텐츠 제작 지원 사례를 참고하여, 고양시에서도 제품 홍보 콘텐츠 제작 프로그램 운영 - 경기도 가구 인증사업 지원 - 친환경 인증 도입 및 품질 개선을 위한 지원책 마련 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 시험분석 수수료 및 품질 인증 지원 확대 |

| | |
|--------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - 친환경 소재 인증제도 도입 및 제품 홍보 콘텐츠 제작비 지원 |
| 스마트 제조 및 ESG 경영 강화 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 포천시 가구 제조업 지원 - 설비 현대화 및 초기 비용 지원을 참고하여 고양시에서도 스마트 공정 도입 지원 추진 - 경기도 스마트제조공정시스템 구축 지원사업 - 스마트 제조 기술 확산을 위한 시범 기업 운영 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 스마트 제조 공정 지원 확대 및 ESG 컨설팅 제공 - 중대재해 예방 및 환경 인증 관련 교육 및 매뉴얼 배포 |
| 창업 및 예비 창업자 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 2024년 가구 공방 스타트업 입주자 모집 공고 - 창업 공간, 장비 제공 모델을 참고하여 고양시 창업자 지원 정책 설계 - 광주시 창작공간 지원사업 - 창작공간 조성과 교육 프로그램 운영 사례 벤치마킹 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 창업 공간 및 장비 지원 확대 - 창업 초기 기업 대상 후속 지원 체계 구축 |
| 글로벌 시장 진출 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 충청북도 한국국제가구 및 인테리어산업대전 참가 지원사업 - 전시회 참가 기업 지원 사례를 참고하여 해외 진출 지원 프로그램 강화 - 경기도 수출컨소시엄 지원사업 - 수출 컨소시엄 운영을 통한 공동 마케팅 강화 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 국제 전시회 참가 비용 지원 확대 및 공동 부스 운영 - 경기도 가구기업 연합 컨소시엄 구성 및 해외 판로 개척 지원 |
| 마케팅 및 브랜드 역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 광주시 촬영물 제작 지원사업 - 전문가 POOL 활용 사례를 참고하여 마케팅 전문가 지원 체계 구축 - 충청북도 전시회 지원 사업 - 홍보물 제작 및 지역 특화 지원 모델 벤치마킹 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 마케팅 콘텐츠 제작 지원 프로그램 운영 - "고양가구" 지역 브랜드 개발 및 마케팅 전략 수립 |
| 산업 생태계 조성 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 포천시 가구 제조업 지원 - 가구 제조, 디자인, 판매를 통합한 산업 클러스터 사례 참고 - 경기도 섬유·가구 전시회 참가 지원 - 지역 내 네트워크 활성화 모델 벤치마킹 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 가구산업 클러스터 조성 및 기업 간 협력체계 구축 - 디자인 및 기술 교류 촉진을 위한 지역 네트워크 강화 |
| 성과 관리 및 정책 개선 | <ul style="list-style-type: none"> • 벤치마킹 정책 <ul style="list-style-type: none"> - 포천시 가구 지원사업 성과 관리 체계 - 성과 측정 및 만족도 조사 체계 활용 사례 참고 • 고양시 적용 방안 <ul style="list-style-type: none"> - 성과 관리 체계 구축 및 사업 평가 정례화 - 피드백 기반 정책 개선 및 신규 사업 기획 |

제4절 경기도 가구산업 현황

1. 경기도 가구산업 현황

1) 요약

□ 경기도 사업체 수 및 종사자 수

- 가구제조업 사업체 수는 8,222개(2021년)로 전국의 47.8%, 종사자 수는 40,995명으로 전국의 60.3%를 차지하며, 가구 입지계수가 가장 높음

□ 경기도 가구제조업

- 가구제조업 사업체는 남양주 1,132개(13.8%), 포천 1,038개(12.6%), 광주1,037개(12.6%), 김포 908개(11.0%), 파주 815개(9.9%) 등에 59.9% 집적함

□ 경기도 가구산업 일반적 현황

- 1~4명인 소규모 사업체 비중의 증가는 사업체의 성장이 정체된 것으로 볼 수 있음
- 수출액은 연평균 6.7%, 수입액은 7.3% 증가하여 무역수지 적자가 확대됨(2010년~2022년)
- 영업 이익률은 2016년 3.53%에서 2021년 1.8%로 감소함

□ 경기도 가구산업 SWOT 분석

- 강점 - 경기북부의 낮은 지가와 높은 가구 소비로 비용 경쟁력을 갖추
- 약점 - 반면 국제경쟁력과 디자인 역량 부족으로 제품 경쟁력이 낮음
- 기회 - 내수시장의 확대와 홈퍼니싱 글로벌화로 성장 기대가 큼
- 위협 - 중저가 해외브랜드의 국내 입점과 OEM 제품 증가와 인력 부족 등이 위협이 됨

표 2-25 | 경기도 가구산업 SWOT 분석

| 강점(Strength) | 약점(Weakness) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 비용 경쟁력 있는 생산기반의 유지(경기북부 낮은 지가, 외국인 노동력) • 높은 가구소비 수준(소득대비 아시아 최고 수준) 우수한 한국의 디자인 역량 | <ul style="list-style-type: none"> • 국제경쟁력 취약(생산기술이 중국·동남아 등에 확실한 우위를 점유 못함) • 디자인 역량 취약(특화된 전문디자인 업체가 없음) 패러다임 변화에 대한 가구산업의 대응역량 부족 |
| 기회(Opportunity) | 위협(threat) |
| <ul style="list-style-type: none"> • 내수시장의 질적·양적 확대 • 가구시장의 글로벌화(홈퍼니싱 패션산업으로 진화) | <ul style="list-style-type: none"> • 중저가 해외브랜드 및 OEM 제품의 증가 • 가구산업 인력부족 심화(3D산업 인식, 고령화, 외국 인력 의존 증가) |

〈자료〉 경기연구원(2021). 「경기전락산업 육성방안연구(II)」

2) 경기도 가구산업 시장 점유율

- 전국 대비 경기도 가구산업의 2022년 점유율은 사업체 수 29.98%, 종사자 수 41.9%임
- 경기도 대비 경기북부의 가구산업 점유율은 사업체 수 40.83%, 종사자 수 42.32%로 가구 제조업과 도소매업 모두에서 경기북부의 시장점유율은 경기남부 대비 많이 떨어짐
 - 경기북부의 제조업 사업체 수는 45.47%, 종사자 수는 27.33%이며, 가구 도소매업의 사업체 수와 종사자 수는 각각 33.86%, 32.49%임

표 2-26 | 경기도 가구산업 현황(2022년, 1인 이상)

| 경기북부 (2022) | 계(2022) | | 제조업(2022) | | 도소매업(2022) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 고양시 | 1,075 | 3,106 | 467 | 1,319 | 608 | 1,787 |
| 경기북부 | 5,727 | 23,133 | 3,828 | 18,412 | 1,899 | 4,721 |
| 경기남부 | 8,301 | 31,529 | 4,591 | 21,720 | 3,710 | 9,809 |
| 경기도 | 14,028 | 54,662 | 8,419 | 40,132 | 5,609 | 14,530 |
| 전국 | 46,791 | 130,227 | 17,549 | 67,371 | 29,242 | 62,856 |
| 경기북부 점유율(경기도) | 40.83% | 42.32% | 45.47% | 27.33% | 33.86% | 32.49% |
| 경기남부 점유율(경기도) | 59.17% | 57.68% | 54.53% | 54.12% | 66.14% | 67.51% |
| 경기도 점유율(전국) | 29.98% | 41.97% | 47.97% | 59.57% | 19.18% | 23.12% |

〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

- 경기도 가구산업은 경기북부는 고양시, 파주시, 남양주시, 포천시를 중심으로 분포하고 있으며, 경기남부는 시흥시, 화성시, 광주시, 평택시를 중심으로 분포함

그림 2-8 | 경기도 가구산업 분포도



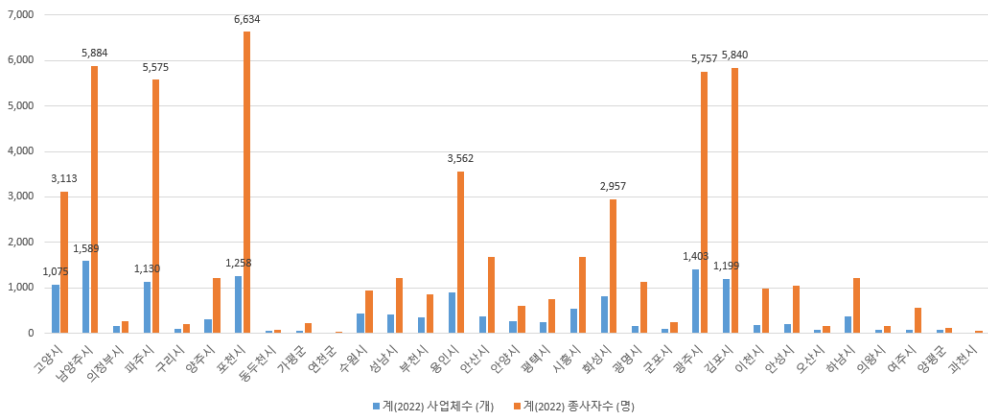
〈자료〉 임광순(2024.11). “가구는 문화 산업입니다 - 고양가구복합단지 조성을 통한 가국산업 육성.” 고양가구복합단지조성사업 세미나

3) 경기도 가구산업 사업체 수와 종사자 수(2022년, 1인 이상 사업체)

□ 경기도 가구산업(2022년)

- 가구산업(제조업, 도소매업)의 총종사자 수는 포천시가 6,634명으로 가장 많으며 사업체 수는 남양주시가 1,589개로 가장 많음
- 고양시는 사업체 수가 1,075개, 종사자 수가 3,106명으로 가구산업은 경기북부에서 4위, 경기도 전체에서 7위를 차지함

그림 2-9 | 경기도 가구산업(제조업+도소매업) 총 사업체 수와 종사자 수(2022년)

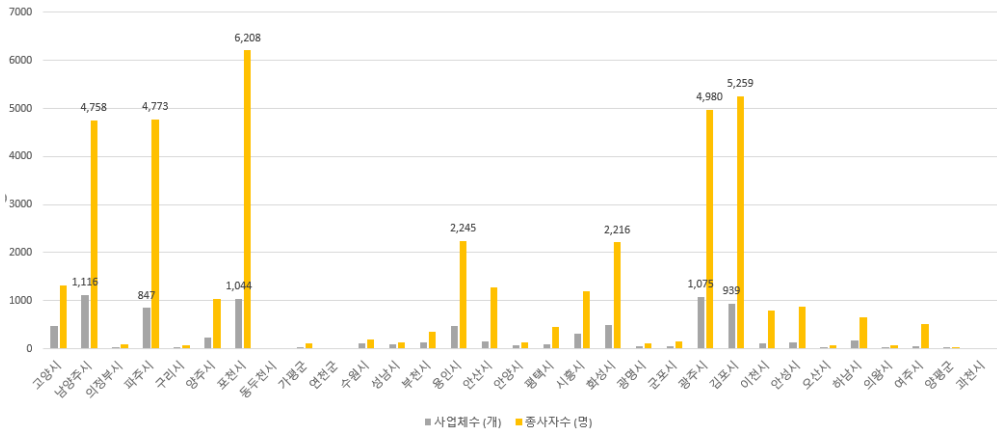


〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 경기도 가구제조업(2022년)

- 가구제조업의 종사자 수는 포천시가 6,208명으로 가장 많고 사업체 수는 남양주시가 1,116개로 가장 많음
- 고양시는 사업체 수가 467개, 종사자 수가 1,319명으로 가구제조업은 경기북부에서 4위, 경기도 전체에서 7위를 차지함

그림 2-10 | 경기도 가구제조업 사업체 수와 종사자 수(2022년)

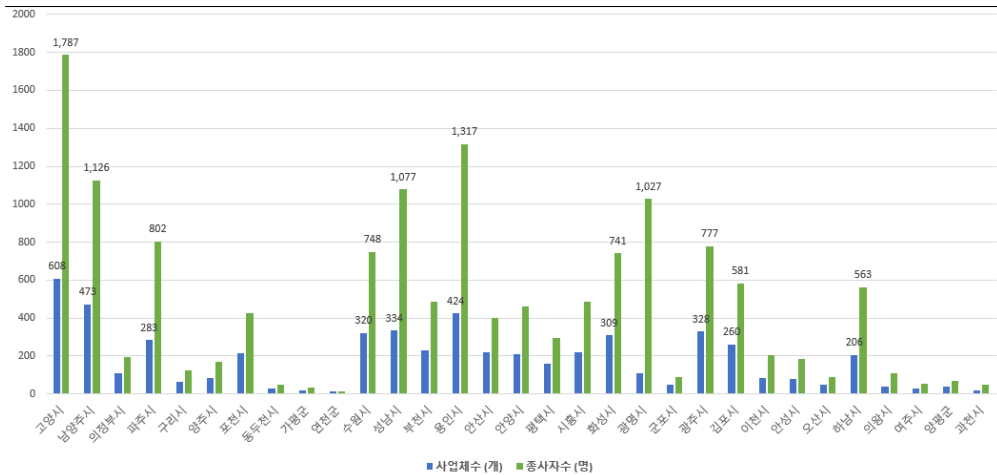


〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 경기도 가구 도소매업(2022년)

- 가구 도소매업의 종사자 수는 고양시가 1,787명으로 경기도와 경기북부에서 가장 많으며 사업체 수도 608개로 가장 많음
- 종사자 수는 용인시가 1,317명, 남양주시가 1,126명이, 광명시 1,027명 순이며, 사업체 수는 남양주시가 473명, 성남시가 334명 순임

그림 2-11 | 경기도 가구 도소매업 사업체 수와 종사자 수(2022년)



〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

표 2-27 | 2022년 경기도 가구산업(제조업+도소매업) 현황(1인 이상)

| 경기북부 (2022) | 계(2022) | | 제조업(2022) | | 도소매업(2022) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 고양시 | 1,075 | 3,106 | 467 | 1,319 | 608 | 1,787 |
| 남양주시 | 1,589 | 5,884 | 1,116 | 4,758 | 473 | 1,126 |
| 의정부시 | 153 | 280 | 42 | 86 | 111 | 194 |
| 파주시 | 1,130 | 5,575 | 847 | 4,773 | 283 | 802 |
| 구리시 | 95 | 187 | 31 | 64 | 64 | 123 |
| 양주시 | 314 | 1,215 | 228 | 1,044 | 86 | 171 |
| 포천시 | 1,258 | 6,634 | 1,044 | 6,208 | 214 | 426 |
| 동두천시 | 46 | 70 | 16 | 21 | 30 | 49 |
| 가평군 | 46 | 154 | 27 | 122 | 19 | 32 |
| 연천군 | 21 | 28 | 10 | 17 | 11 | 11 |
| 경기북부 | 5,727 | 23,133 | 3,828 | 18,412 | 1,899 | 4,721 |
| 수원시 | 434 | 946 | 114 | 198 | 320 | 748 |
| 성남시 | 419 | 1,215 | 85 | 138 | 334 | 1,077 |
| 부천시 | 360 | 849 | 133 | 362 | 227 | 487 |
| 용인시 | 891 | 3,562 | 467 | 2,245 | 424 | 1,317 |
| 안산시 | 382 | 1,680 | 161 | 1280 | 221 | 400 |
| 안양시 | 274 | 596 | 66 | 133 | 208 | 463 |
| 평택시 | 249 | 754 | 89 | 459 | 160 | 295 |
| 시흥시 | 532 | 1,675 | 311 | 1,187 | 221 | 488 |
| 화성시 | 813 | 2,957 | 504 | 2,216 | 309 | 741 |
| 광명시 | 162 | 1,135 | 53 | 108 | 109 | 1,027 |
| 군포시 | 93 | 247 | 45 | 157 | 48 | 90 |
| 광주시 | 1,403 | 5,757 | 1,075 | 4,980 | 328 | 777 |
| 김포시 | 1,199 | 5,840 | 939 | 5,259 | 260 | 581 |
| 이천시 | 190 | 994 | 105 | 788 | 85 | 206 |
| 안성시 | 200 | 1,052 | 123 | 870 | 77 | 182 |
| 오산시 | 80 | 168 | 31 | 81 | 49 | 87 |
| 하남시 | 373 | 1,212 | 167 | 649 | 206 | 563 |
| 의왕시 | 68 | 171 | 29 | 64 | 39 | 107 |
| 여주시 | 86 | 559 | 59 | 506 | 27 | 53 |
| 양평군 | 70 | 110 | 32 | 40 | 38 | 70 |
| 과천시 | 23 | 50 | 3 | 0 | 20 | 50 |
| 경기남부 | 8,301 | 31,529 | 4,591 | 21,720 | 3,710 | 9,809 |
| 경기도 | 14,028 | 54,662 | 8,419 | 40,132 | 5,609 | 14,530 |
| 전국 | 46,791 | 130,227 | 17,549 | 67,371 | 29,242 | 62,856 |

〈자료〉 통계청. "2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상)."

4) 경기북부 가구산업 현황

□ 가구산업 현황(2022년, 1인 이상)

- 2022년 총사업체 수는 남양주시가 가장 많으며, 종사자 수는 포천시 가장 많음
- 가구제조업의 사업체 수는 남양주시, 종사자 수는 포천시가 가장 많았으며, 가구 도소매업의 사업체 수와 종사자 수는 고양시가 가장 많은 것으로 조사됨

표 2-28 | 2022년 경기북부 가구산업 현황(1인 이상)

| 경기북부 (2022) | 계(2022) | | 제조업(2022) | | 도소매업(2022) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 고양시 | 1,075 | 3,113 | 467 | 1,319 | 608 | 1,787 |
| 남양주시 | 1,589 | 5,884 | 1,116 | 4,758 | 473 | 1,126 |
| 의정부시 | 153 | 272 | 42 | 86 | 111 | 194 |
| 파주시 | 1,130 | 5,575 | 847 | 4,773 | 283 | 802 |
| 구리시 | 95 | 195 | 31 | 64 | 64 | 123 |
| 양주시 | 314 | 1,215 | 228 | 1,044 | 86 | 171 |
| 포천시 | 1,258 | 6,634 | 1,044 | 6,208 | 214 | 426 |
| 동두천시 | 46 | 75 | 16 | 21 | 30 | 49 |
| 가평군 | 46 | 225 | 27 | 122 | 19 | 32 |
| 연천군 | 21 | 30 | 10 | 17 | 11 | 11 |
| 경기북부 | 5,727 | 23,218 | 3,828 | 18,412 | 1,899 | 4,721 |
| 경기도 | 14,028 | 54,662 | 8,419 | 40,132 | 5,609 | 14,530 |

〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

표 2-29 | 2017년 경기북부 가구산업 현황(1인 이상)

| 경기북부 (2017) | 계(2017) | | 제조업(2017) | | 도소매업(2017) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 고양시 | 663 | 2,927 | 341 | 1,380 | 322 | 1,547 |
| 남양주시 | 1,090 | 5,375 | 900 | 4,968 | 190 | 407 |
| 의정부시 | 86 | 216 | 29 | 78 | 57 | 138 |
| 파주시 | 758 | 5,064 | 606 | 4,681 | 152 | 383 |
| 구리시 | 59 | 196 | 30 | 116 | 29 | 80 |
| 양주시 | 193 | 1,051 | 164 | 995 | 29 | 56 |
| 포천시 | 819 | 5,346 | 715 | 5,151 | 104 | 195 |
| 동두천시 | 23 | 42 | 9 | 17 | 14 | 25 |
| 가평군 | 33 | 165 | 22 | 143 | 11 | 22 |
| 연천군 | 12 | 30 | 4 | 19 | 8 | 11 |
| 경기북부 | 3,736 | 20,412 | 2,820 | 17,548 | 916 | 2,864 |
| 경기도 | 8,811 | 47,673 | 6,068 | 39,321 | 2,743 | 8,352 |

〈자료〉 통계청. “2017년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

5) 경기남부 가구산업 현황

□ 가구제조업 현황(1인 이상)

- 경기남부의 사업체 수의 연평균성장률은 7.2%이며 경기도의 6.8%를 상회 함. 종사자 수는 0.0%로 경기도의 0.4%보다 낮은 것으로 조사됨
- 광주시는 2017년 경기남부의 사업체 수(912개) 및 종사자 수(5,838명)가 가장 많았으나, 2022년 종사자 수는 연평균 3.1%가 감소하여 4,980명으로 줄어들
- 2022년 가구제조업의 사업체 수와 종사자 수는 김포시가 가장 많아 각각 1,075개와 5,259명으로 조사됨

표 2-30 | 2017년 vs. 2022년 경기남부 가구제조업 현황(1인 이상)

| 경기남부 (2017 vs 2022) | 제조업(2017) | | 제조업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|------------------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 수원시 | 82 | 214 | 114 | 198 | 6.8 | -1.5 |
| 성남시 | 48 | 173 | 85 | 138 | 12.1 | -4.4 |
| 부천시 | 102 | 440 | 133 | 362 | 5.5 | -3.8 |
| 용인시 | 282 | 1,857 | 467 | 2,245 | 10.6 | 3.9 |
| 안산시 | 118 | 1,333 | 161 | 1280 | 6.4 | -0.8 |
| 안양시 | 56 | 156 | 66 | 133 | 3.3 | -3.1 |
| 평택시 | 70 | 569 | 89 | 459 | 4.9 | -4.2 |
| 시흥시 | 213 | 1,388 | 311 | 1,187 | 7.9 | -3.1 |
| 화성시 | 308 | 1,996 | 504 | 2,216 | 10.4 | 2.1 |
| 광명시 | 34 | 108 | 53 | 108 | 9.4 | 0.0 |
| 군포시 | 33 | 129 | 45 | 157 | 6.4 | 4.0 |
| 광주시 | 912 | 5,838 | 1,075 | 4,980 | 3.3 | -3.1 |
| 김포시 | 600 | 4,686 | 939 | 5,259 | 9.4 | 2.3 |
| 이천시 | 84 | 785 | 105 | 788 | 4.6 | 0.1 |
| 안성시 | 88 | 799 | 123 | 870 | 6.9 | 1.7 |
| 오산시 | 26 | 131 | 31 | 81 | 3.6 | -9.2 |
| 하남시 | 132 | 721 | 167 | 649 | 4.8 | -2.1 |
| 의왕시 | 14 | 63 | 29 | 64 | 15.7 | 0.3 |
| 여주시 | 30 | 356 | 59 | 506 | 14.5 | 7.3 |
| 양평군 | 14 | 29 | 32 | 40 | 18.0 | 6.6 |
| 과천시 | 2 | 2 | 3 | 0 | 8.4 | -100.0 |
| 경기남부 | 3,248 | 21,773 | 4,591 | 21,720 | 7.2 | 0.0 |
| 경기도 | 6,068 | 39,321 | 8,419 | 40,132 | 6.8 | 0.4 |

〈자료〉 통계청. “2017년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 가구 도소매업 현황(1인 이상)

- 2017년 경기남부의 사업체 수는 성남시, 종사자 수는 광명시가 가장 많았으나, 2022년 사업체 수는 용인시가 424개, 1,317명으로 연평균성장률 각각 16.0%, 19.2%로 성장하여 가장 많은 것으로 조사됨
- 경기남부의 사업체 수의 연평균성장률은 15.2%이며 경기도의 15.4%를 하회하고 종사자 수는 12.3%로 경기도의 11.7%보다 높은 것으로 조사됨

표 2-31 | 2017년 vs. 2022년 경기남부 가구 도소매업 현황(1인 이상)

| 경기남부 (2017 vs 2022) | 도소매업(2017) | | 도소매업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|------------------------------|------------|-------|------------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 | 종사자수 | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 수원시 | 177 | 477 | 320 | 748 | 12.6 | 9.4 |
| 성남시 | 228 | 616 | 334 | 1,077 | 7.9 | 11.8 |
| 부천시 | 126 | 281 | 227 | 487 | 12.5 | 11.6 |
| 용인시 | 202 | 547 | 424 | 1,317 | 16.0 | 19.2 |
| 안산시 | 130 | 253 | 221 | 400 | 11.2 | 9.6 |
| 안양시 | 134 | 293 | 208 | 463 | 9.2 | 9.6 |
| 평택시 | 100 | 189 | 160 | 295 | 9.9 | 9.3 |
| 시흥시 | 77 | 175 | 221 | 488 | 23.5 | 22.8 |
| 화성시 | 120 | 311 | 309 | 741 | 20.8 | 19.0 |
| 광명시 | 51 | 1,164 | 109 | 1,027 | 16.4 | -2.5 |
| 군포시 | 20 | 54 | 48 | 90 | 19.1 | 10.8 |
| 광주시 | 130 | 341 | 328 | 777 | 20.3 | 17.9 |
| 김포시 | 72 | 186 | 260 | 581 | 29.3 | 25.6 |
| 이천시 | 47 | 92 | 85 | 206 | 12.6 | 17.5 |
| 안성시 | 54 | 112 | 77 | 182 | 7.4 | 10.2 |
| 오산시 | 34 | 77 | 49 | 87 | 7.6 | 2.5 |
| 하남시 | 50 | 159 | 206 | 563 | 32.7 | 28.8 |
| 의왕시 | 36 | 98 | 39 | 107 | 1.6 | 1.8 |
| 여주시 | 17 | 25 | 27 | 53 | 9.5 | 16.2 |
| 양평군 | 17 | 31 | 38 | 70 | 17.5 | 17.7 |
| 과천시 | 5 | 7 | 20 | 50 | 32.0 | 48.2 |
| 경기남부 | 1,827 | 5,488 | 3,710 | 9,809 | 15.2 | 12.3 |
| 경기도 | 2,743 | 8,352 | 5,609 | 14,530 | 15.4 | 11.7 |

〈자료〉 통계청. “2017년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 가구산업 현황(1인 이상)

- 2022년 가구산업 사업체 수는 광주시가 1,403개로 가장 많으며, 종사자 수는 김포시가 5,840명으로 가장 많은 것으로 조사됨

표 2-32 | 2022년 경기남부 가구산업 현황(1인 이상)

| 경기남부 (2022) | 계 | | 제조업(2022) | | 도소매업(2022) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 수원시 | 434 | 946 | 114 | 198 | 320 | 748 |
| 성남시 | 419 | 1,215 | 85 | 138 | 334 | 1,077 |
| 부천시 | 360 | 849 | 133 | 362 | 227 | 487 |
| 용인시 | 891 | 3,562 | 467 | 2,245 | 424 | 1,317 |
| 안산시 | 382 | 1,680 | 161 | 1280 | 221 | 400 |
| 안양시 | 274 | 596 | 66 | 133 | 208 | 463 |
| 평택시 | 249 | 754 | 89 | 459 | 160 | 295 |
| 시흥시 | 532 | 1,675 | 311 | 1,187 | 221 | 488 |
| 화성시 | 813 | 2,957 | 504 | 2,216 | 309 | 741 |
| 광명시 | 162 | 1,135 | 53 | 108 | 109 | 1,027 |
| 군포시 | 93 | 247 | 45 | 157 | 48 | 90 |
| 광주시 | 1,403 | 5,757 | 1,075 | 4,980 | 328 | 777 |
| 김포시 | 1,199 | 5,840 | 939 | 5,259 | 260 | 581 |
| 이천시 | 190 | 994 | 105 | 788 | 85 | 206 |
| 안성시 | 200 | 1,052 | 123 | 870 | 77 | 182 |
| 오산시 | 80 | 168 | 31 | 81 | 49 | 87 |
| 하남시 | 373 | 1,212 | 167 | 649 | 206 | 563 |
| 의왕시 | 68 | 171 | 29 | 64 | 39 | 107 |
| 여주시 | 86 | 559 | 59 | 506 | 27 | 53 |
| 양평군 | 70 | 110 | 32 | 40 | 38 | 70 |
| 과천시 | 23 | 50 | 3 | 0 | 20 | 50 |
| 경기남부 | 8,301 | 31,529 | 4,591 | 21,720 | 3,710 | 9,809 |
| 경기도 | 14,028 | 54,662 | 8,419 | 40,132 | 5,609 | 14,530 |
| 전국 | | | 17,549 | 67,371 | 29,242 | 62,856 |

〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

○ 2017년 가구산업의 사업체 수와 종사자 수는 광주시가 1,042개, 6,179명으로 가장 많았으며, 가구제조업의 사업체 수와 종사자 수가 912개, 5,838명으로 가장 많을 것으로 조사

표 2-33 | 2017년 경기남부 가구산업 현황(1인 이상)

| 경기남부 (2017) | 계 | | 제조업(2017) | | 도소매업(2017) | |
|----------------|----------|----------|-----------|----------|------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) |
| 수원시 | 259 | 691 | 82 | 214 | 177 | 477 |
| 성남시 | 276 | 789 | 48 | 173 | 228 | 616 |
| 부천시 | 228 | 721 | 102 | 440 | 126 | 281 |
| 용인시 | 484 | 2,404 | 282 | 1,857 | 202 | 547 |
| 안산시 | 248 | 1,586 | 118 | 1,333 | 130 | 253 |
| 안양시 | 190 | 449 | 56 | 156 | 134 | 293 |
| 평택시 | 170 | 758 | 70 | 569 | 100 | 189 |
| 시흥시 | 290 | 1,563 | 213 | 1,388 | 77 | 175 |
| 화성시 | 428 | 2,307 | 308 | 1,996 | 120 | 311 |
| 광명시 | 85 | 1,272 | 34 | 108 | 51 | 1,164 |
| 군포시 | 53 | 183 | 33 | 129 | 20 | 54 |
| 광주시 | 1,042 | 6,179 | 912 | 5,838 | 130 | 341 |
| 김포시 | 672 | 4,872 | 600 | 4,686 | 72 | 186 |
| 이천시 | 131 | 877 | 84 | 785 | 47 | 92 |
| 안성시 | 142 | 911 | 88 | 799 | 54 | 112 |
| 오산시 | 60 | 208 | 26 | 131 | 34 | 77 |
| 하남시 | 182 | 880 | 132 | 721 | 50 | 159 |
| 의왕시 | 50 | 161 | 14 | 63 | 36 | 98 |
| 여주시 | 47 | 381 | 30 | 356 | 17 | 25 |
| 양평군 | 31 | 60 | 14 | 29 | 17 | 31 |
| 과천시 | 7 | 9 | 2 | 2 | 5 | 7 |
| 경기남부 | 5,075 | 27,261 | 3,248 | 21,773 | 1,827 | 5,488 |
| 경기도 | 8,811 | 47,673 | 6,068 | 39,321 | 2,743 | 8,352 |

〈자료〉 통계청. “2017년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 경기도 대비 고양시 가구산업 점유율 현황(2017년 vs 2022년, 1인 이상)

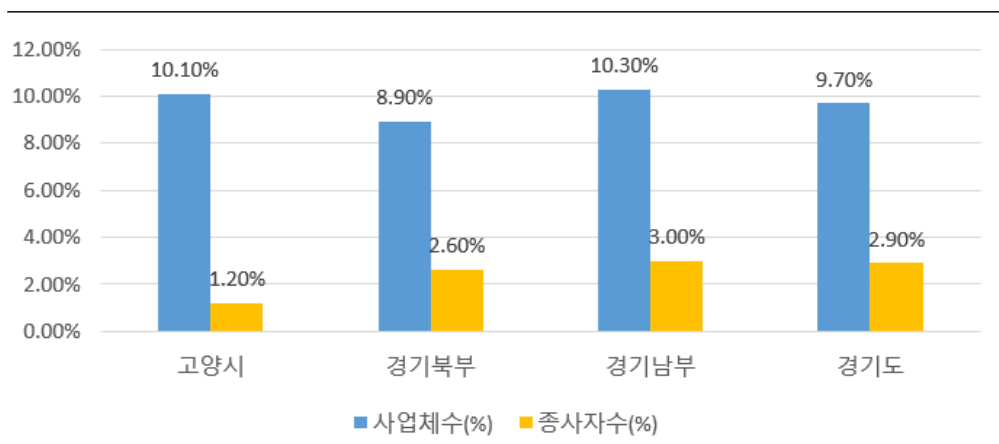
- 고양시 가구산업의 사업체 수와 종사자 수의 연평균성장률은 각각 10.1%와 1.2% 증가하였고(2017년부터 2022년까지) 경기북부는 8.9%와 2.6%, 경기남부는 10.3%와 3.0%, 경기도는 9.7%와 2.9% 성장한 것으로 조사됨
- 고양시 가구산업의 경기북부 점유율은 2017년 사업체 수는 17.7%에서 2022년 18.8%로 증가하였으나 종사자 수는 14.3%에서 13.4%로 감소한 것으로 조사됨

표 2-34 | 경기도 대비 고양시 가구산업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상)

| 가구산업 | 계(2017) | | 계(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|-----------------|---------|
| | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(%) | 종사자수(%) |
| 고양시 | 663 | 2,927 | 1,075 | 3,113 | 10.1% | 1.2% |
| 점유율 (경기북부) | 17.7% | 14.3% | 18.8% | 13.4% | - | - |
| 경기북부 | 3,736 | 20,412 | 5,727 | 23,218 | 8.9% | 2.6% |
| 점유율 (경기남부) | 13.1% | 10.7% | 13.0% | 9.9% | - | - |
| 경기남부 | 5,075 | 27,261 | 8,301 | 31,529 | 10.3% | 3.0% |
| 점유율 (경기도) | 7.5% | 6.1% | 7.7% | 5.7% | - | - |
| 경기도 | 8,811 | 47,673 | 14,028 | 54,662 | 9.7% | 2.9% |

〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

그림 2-12 | 가구산업 연평균 성장률(2017년~2022년)



〈자료〉 통계청. “2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

2. 경기도 가구 기업 애로사항

□ 실태조사

- 목적: 경기도 가구산업에 대한 전망, 경영 애로 및 정책수요 등을 파악
- 기간: 2023년 10월~11월
- 대상: 경기도 소재(본사 또는 공장) 가구기업 132개
- 조사방식: 연구진이 조사지를 설계하고, 전문 리서치 업체에서 전화 조사
- 설문내용: 가구기업 일반현황, 가구산업 전망, 기업 경쟁력 및 정책 수요

□ 5년 후의 가구산업 경기에 대한 전망 조사 결과

- 부정 의견(40.2%)이 긍정 의견(11.3%)에 비해 많은 것으로 나타남
- 자사 제품에 대한 경쟁력 수준이 우수하다고 응답한 기업은 50.8%로 그렇지 않다는 기업(8.3%)에 비해 월등히 많았음. 그러나 가구산업을 부정적으로 보는 대표적인 이유는 ‘저렴한 해외 완제품 수입으로 가격 경쟁력 약화’와 ‘가구산업의 낮은 부가가치’로 나타남
- 가구산업과 자사 경영 전망에 대한 다수의 부정적 의견은 전담 디자이너 보유기업 비중 27%에 불과, 저부가가치 제품 생산기업이 많아짐에 따른 경쟁력 하락에 대한 우려가 큼
- 기업경영의 가장 큰 애로는 ‘숙련된 인력의 부족과 높은 인건비’로 나타났고, 대다수의 가구기업들은 가구산업 육성에 대한 지원책이 부족하다고 느끼고 있음
- 가구산업 육성을 위해 필요한 지원으로는 ‘판로개척 및 마케팅 지원’, ‘원자재확보 수출 지원’, ‘전문인력 지원’, ‘기술개발 지원’ 등의 순으로 조사됨

그림 2-13 | 경기도 가구산업 실태 설문조사 주요 결과(2023년 10월~11월)

| 경기도 가구기업 가구산업에 대한 설문조사 주요 결과 |
|---|
| <p>가구 기업들은 현재는 자사 제품에 대한 경쟁력 수준이 우수한 것(50.8%)으로 생각하고 있으나 5년 후의 전망에 대해서는 숙련 인력의 부족과 저렴한 제품 수입 등으로 가격경쟁력이 약화되는 등으로 경영 전망에 대해서는 부정적으로 생각하는 의견(40.2%)이 높게 나타남</p> |
| 애로사항 |
| <p>숙련된 인력의 부족, 높은 인건비</p> |
| 가구산업 육성에 필요한 지원 |
| <p>‘판로개척 및 마케팅 지원’, ‘원자재확보 수출 지원’, ‘전문인력 지원’, ‘기술개발 지원’ 등</p> |

표 2-35 | 경기도 가구산업 지원사업(2019년~2023년) 실태조사 세부결과

| 설문내용 | 결과 |
|--------------------|--|
| 직접/위탁 판매 비중 | 직접 판매(67.1%), 위탁 판매(32.8%) |
| 고객 유형 | 중소기업(33.3%), 개인소비자(28.8%), 대기업(19.1%), 공공기관(18.9%) |
| 지역별 매출 | 경기(38.1%), 서울(26.5%), 비수도권(23.1%), 인천(10.5%), 해외(1.8%) |
| 주요 수출 국가 | 아시아(43.8%), 미국(31.3%), 중동(12.5%), 호주(12.5%) 원자재 조달 방식 |
| 원자재 조달 방식 | 중간 유통업자를 통해 구매(61.3%), 최초 판매자에게 직접 구매 |
| 지역별 매입 비중 | 경기(62.2%), 인천(15.9%), 비수도권(8.6%), 해외(7.0%), 서울(6.3%) |
| 공공기관 우선구매 인증 | 해당 없음(72.1%), 여성기업(12.1%), 녹색제품(5.0%), 사회적 기업(3.6%), 기타(2.9%), 장애인 기업(2.1%), 중증장애인 생산(1.4%), 장애인 표준사업장(0.7%) |
| 제품 생산 방식 | 자체 브랜드 제품 생산(49.2%), 자체 브랜드+타 브랜드 생산(24.2%), 타 브랜드 위탁생산(15.2%), 직접 생산(제조) 안함(11.4%) |
| 5년 후 가구산업 전망 | 보통(48.5%), 부정적(36.4%), 매우 부정적(3.8%), 긍정적(8.3%), 매우 긍정적(3.0%) |
| 부정적 전망 사유 | • 저렴한 해외 완제품 수입으로 가격경쟁력 약화(35.8%), 가구산업 자체의 낮은 부가가치 창출(32.1%), 대기업 중심의 산업구조로 영세기업의 경쟁력 약화(20.8%), 우수 인재 확보 어려움(9.4%), 기타(1.9%) * 1순위 기준 |
| 긍정적 전망 사유 | • 가구산업 수요 증가 기대(40.0%), 신제품 출시 등 제품개발 효과(33.3%), 해외제품 대비 품질 경쟁력 향상(20.0%), 긍정적 경제 전망(6.7%) |
| 가구산업 애로사항 | • 원자재 가격 상승(38.6%), 저렴한 해외 완제품 수입(19.7%), 대기업 중심의 산업 구조(15.9%), 가구 수요 감소(12.9%), 인력수급(9.8%), 국내의 판로개척(1.5%), 전문 지원기관의 부재(1.5%) * 1순위 기준 |
| 5년 후 자사 전망 | • 보통(52.3%), 부정적(25.8%), 매우 부정적(4.5%), 긍정적(15.9%), 매우 긍정적(1.5%) |
| 기업 경영 애로 | 숙련된 인력 부족/높은 인건비(4.0점), 안정적 원자재 수급(3.7점), 업체 간 과당경쟁(3.6점), 운영자금 조달(3.4점), 국내외 판로개척(3.4점), 디자인/브랜드 개발(3.2점), 국내외 모방생산에 따른 피해(3.1점) * 5점 척도 기준 |
| 자사제품 경쟁력 | 보통 수준(40.9%), 우수(41.7%), 매우 우수(9.1%), 우수하지 않음(6.8%), 매우 우수하지 않음(1.5%) |
| 전담 디자이너 | 전담인력 있음(27%), 겸업 인력 있음(33.3%), 프리랜서 또는 외주(12.9%), 자체 브랜드 미운영(15.2%), 전담인력 없음(11.4%) |
| 스마트가구 취급 | 스마트가구 취급(4.5%), 스마트가구 취급하지 않음(95.5%) |
| 스마트가구 미취급 이유 | 자금 문제(42.1%), 기술고도화 곤란(21.4%), 스마트가구에 대한 정보 부족(12.7%), 위탁생산 업체라 불필요(11.1%), 사업 침체에 따른 확장 곤란(7.1%), 기타(5.6%) |
| 온라인 플랫폼 제품 판매 | 직영입점으로 판매 중(26.7%), 위탁업체에서 판매 중(15.1%), 판매하지 않고 있으나 향후 진출계획 중(23.3%), 현재도 향후에도 판매계획 없음(34.9%) |
| 온라인 판매 증가 전망 | 그렇다(60.6%), 그렇지 않다(13.6%), 매우 그렇지 않다(25.8%) |
| 충분한 가구산업 지원 | 그렇지 않다(62.9%), 매우 그렇지 않다(23.5%), 그렇다(12.1%), 매우 그렇다(1.5%) |
| 가구산업 육성을 위한 필요한 지원 | 판로개척 및 마케팅 지원(42.4%), 원자재 확보 및 수출 지원(14.4%), 전문인력 지원(12.9%), 제도적 정책개발(12.1%), 기술개발 지원(6.8%), 자체 브랜드 개발 지원(3.8%), 전문 전시장 확보(2.3%), 스마트가구제품 개발을 위한 가구-ICT 기업 간 네트워킹(2.3%), 디자인 개발 지원(1.5%), 기타(1.5%) |

〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023.). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

3. 경기도 가구산업 육성 방안

1) 경기연구원 가구산업 육성 방안(안, 2021년)

- 경기도 가구산업의 육성을 위해 6개 분야(창작공간지원, 디자인 개발지원, 제품 개발지원, 마케팅지원, 가구 공동브랜드 육성, 온라인플랫폼, 해외진출 및 가구산업 네트워크 지원)의 육성 방안을 제시함

표 2-36 | 경기도 경기연구원 가구산업 육성 방안

| 구분 | 육성 방안 |
|---------------------------|---|
| 경기도 가구 창작공간 운영 및 디자인 개발지원 | • 도내 가구기업의 디자인 전문가와 매칭 및 IT 등 이업종 산업분야와 협업으로 신제품 가구 디자인(R&D) 개발 및 디자인 컨설팅 지원을 통한 경쟁력을 확보하여, 가구산업의 글로벌 경쟁력을 강화 |
| 제품개발 및 마케팅 지원 확대 | • 경기도 특화산업인 가구기업의 제품개발 및 마케팅 활동 집중 지원으로 경쟁력 있는 중견·강소 기업으로 육성하며, 기술개발 및 마케팅 집중 지원을 통해 매출액 증대와 고용창출 등으로 지역경제 활성화에 기여 |
| 경기도 가구 공동브랜드 육성 | • 글로벌 가구기업 국내 입점 및 한샘·리바트·일룸 등 대기업의 공격적 마케팅에 의해 가구산업의 양극화가 심화됨에 따라 경기도 가구 공동브랜드(이로체, iroche) 컨소시엄 사업을 통해 도내 가구산업을 육성 |
| 경기도 가구산업 온라인플랫폼 운영 | • 융복합 디자인 지원 사업을 통해 구축한 온라인플랫폼을 가구산업과 관련한 각종 정보를 제공하는 경기도 가구산업의 대표 홈페이지로 발전 운영, 가구관련 동향 및 지원사업 등 지속적인 양질의 정보 제공 및 운영으로 홈페이지 활성화 |
| 경기도 가구기업 해외세일즈 네트워크 운영 | • 내수 가구시장 포화에 따라 도내 중소가구기업의 해외 시장 진출을 위한 세일즈 네트워크 마련이 필요 |
| 경기도 가구디자인비즈니스센터 구축 | • 접근성이 불편한 도심 외곽에 위치한 다수 가구기업이 겪는 인력수급 부족과 인력양성의 어려움을 해소하고자 도심 인근에 디자인비즈니스센터 구축 |

〈자료〉 경기연구원(2021). 「경기도 전략산업 육성방안 연구(II)」.

□ 경기도경제과학진흥원 경기도 가구산업 육성 방안(안, 2023년) 제시

- 경기도 가구산업의 육성을 위해 4대 분야의 15개 세부육성 방안을 제시함
 - 4대 분야 15대 지원: 인력양성, 디자인 및 제품개발 지원, 마케팅 지원과 인프라 구축
 - 가구인력양성: ① 가구 창작공간 운영, ② 가구디자인 아카데미 운영
 - 가구디자인 및 제품개발 지원: ① 가구 융복합 디자인개발원, ② 가구기업 제품개발 및 마케팅, ③ 가구부품 개발 및 공동구매, ④ 가구디자인 공모전 개최
 - 가구기업 마케팅 지원: ① 가구 전시회 참가, ② 가구 문화거리 마케팅 촉진사업, ③ 가구 공동브랜드 육성, ④ 가구기업 해외세일즈 네트워크 운영
 - 가구산업 인프라 구축: ① 경기가구인증센터 운영, ② 가구기업 근로환경 개선, ③ 온라인플랫폼운영, ④ 물류센터·공동 전시판매장 건립, ⑤ 가구디자인비즈니스센터 구축

2) 경기도 제2차 가구산업 육성 종합계획(2019년~2023년)

○ 경기도경제과학원의 가구산업 육성방안에 따라 인력양성, 디자인 및 제품개발 지원, 가구 기업 마케팅 지원과 가구산업 인프라 지원의 15개 사업의 지원정책은 다음과 같음

표 2-37 | 제2차 경기도 가구산업 육성 종합계획(2019년~2023년) - 세부발전방안(15개 사업)

| 주요 계획 | 세부방안 | 지원정책 |
|-----------------|---------------------------|--|
| 가구인력 양성 | 경기도 가구 창작공간 운영 | • 가구산업 분야 취창업자 및 일반인 대상의 교육·창업 지원으로 저변 확대 |
| | 경기도 가구디자인 아카데미 운영 | • 자체 디자인 개발 능력이 부족한 중소기업에 대하여 교육을 통해 디자인 역량 향상 도모 |
| 가구디자인 및 제품개발 지원 | 경기도 가구 융복합 디자인개발 지원 | • 가구디자인에 IT산업 등 이업종과 협업을 통한 최신 트렌드 신제품 개발 |
| | 경기도 가구기업 제품 개발 및 마케팅 지원 | • 유망 중소기업의 시제품 개발 및 온라인상거래 등 마케팅 지원 |
| | 경기도 가구부품 개발 및 공동구매 지원 | • 가구부품 개발 및 판매 전시회 지원으로 부품 국산화 및 가격 경쟁력 확보 |
| | 경기도 가구디자인 공모전 개최 | • 우수한 가구디자인 육성 및 제품화로 가구산업 활성화 조성 |
| 가구기업 마케팅 지원 | 경기도 가구전시회 참가 지원 | • 중소기업의 판로개척을 위한 전시회 참가에 가구기업 맞춤형 지원 |
| | 경기도 가구 문화거리 마케팅 촉진사업 | • 대기업의 가구유통망 확대로 위축되고 있는 지역 가구유통업체의 매출 증대 및 지역상권 활성화를 위한 마케팅 지원 |
| | 경기도 가구 공동브랜드 육성 | • 품질관리 및 판로개척 등 신뢰성 높은 경기도 주도의 공동브랜드 육성 |
| | 경기도 가구기업 해외 세일즈 네트워크 운영 | • 도내 가구기업의 해외시장 진출을 위해 해외 파트너 모집 및 세일즈 네트워크 구축 운영 • 동남아·중동지역 등 제품 경쟁력 우위의 해외시장 우선 진출 |
| 가구산업 인프라 구축 | 경기가구인증센터 운영 | • 도내 가구기업의 단체표준인증(KS), 국가통합인증(KC) 등 획득 관련 시험을 위한 '경기가구인증센터' 운영 지원 |
| | 경기도 가구기업 근로환경 개선사업 | • 소규모 가구기업의 근로환경 개선으로 고용 유지 및 구인난 해소 |
| | 경기도 가구산업 온라인플랫폼 운영 | • 가구관련 현황 및 각종 지원사업, 국내외 가구시장 트렌드 및 각종 박람회 등의 정보를 도내 가구기업에 제공 |
| | 경기도 물류센터 및 공동 전시판매장 건립 확대 | • 원부자재 공동구입, B2B3)·B2C4) 거래활성화, 공동마케팅 등을 통한 중소기업의 가격경쟁력 확보 • 고양, 용인, 화성, 남양주, 김포, 광주 등 주요 지역별 건립 |
| | 경기도 가구디자인비즈니스센터 구축 | • 가구기업의 지역별 특성상 우수한 청년 가구디자이너의 확보가 어려움에 따라 대도시 및 인접지역에 가구디자인비즈니스센터를 구축 운영 • 기업부설 디자인센터 입주 및 공동시설 이용 |

〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023.). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구」; 중소기업경영혁신연구원(2024). 「2024년 경기도 중소기업 지원시책」; 법무법인 화우(2024). “2024년 경제분야 달라지는 지원제도.”

3) 경기도 가구산업 지원사업 현황(2019년~2023년)

- 2023년 지원 예산은 2019년 대비 54.8% 수준으로 감소함
 - 2019년 9개 지원사업, 3,453백만 원에서 2023년 5개 지원사업, 1,888백만 원으로 감소
- 2023년 지원사업은 디자인, 제품개발, 마케팅, 인증, 전시회 참가 지원 등임
 - 판로개척에 집중되고 있으며 경쟁력 확보를 위해 신제품 개발 역량을 키울 필요가 있음

표 2-38 | 경기도 가구산업 지원사업 현황(2019년~2023년)

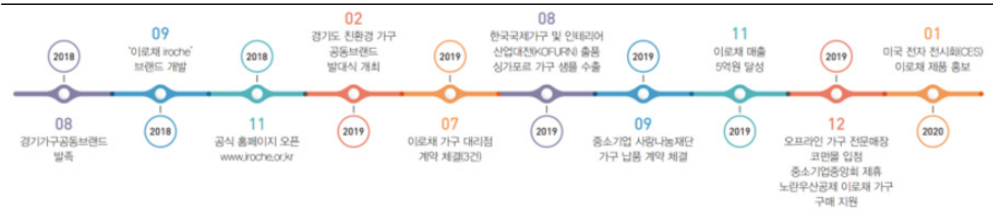
| (단위 : 백만원, %) | | | | | | |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| 지원사업 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 전년 대비 증감률 |
| 섬유·가구 디자인창작공간 사업(가구) | 300 | 260 | 282.5 | 300 | 300 | 0.0 |
| 가구기업 제품개발 및 마케팅 지원 | 770 | 770 | 770 | 600 | 600 | 0.0 |
| 가구인증 사업 지원 | 200 | 200 | 150 | 150 | 150 | 0.0 |
| 섬유 가구 전시회 참가 지원(가구) | 600 | 400 | 250 | 80 | 190 | 137.5 |
| 패션 및 가구 소상공인 마케팅 촉진 지원(가구) | 383.4 | 370.2 | 482 | 527.5 | 647.8 | 22.8 |
| 가구 융복합 디자인 지원 | 450 | 344 | 172 | - | - | - |
| 수면제품 및 서비스 상용화 지원 | 500 | 400 | - | - | - | - |
| 대한민국 가구디자인 공모전 개최 | 150 | - | - | - | - | - |
| 가구부품 개발 및 공동구매 지원 | 100 | - | - | - | - | - |
| 합계 | 3,453 | 2,744 | 2,107 | 1,658 | 1,888 | 13.9 |

〈자료〉 경기도경제과학진흥원(2023.). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」

□ 경기도 가구 공동브랜드: 이로채

- 2018년 개발되어 소상공인진흥공단이 지원하고 대한가구산업협동조합연합회가 운영함
 - 경기도 소재 30여 개 가구 제조 중소기업이 모여 구성된 브랜드로 생산한 친환경 제품에 국가공인시험기관에서 검증 작업을 거쳐 사용함

그림 2-14 | 이로채 브랜드 연혁(2018년~2020년)



〈자료〉 가구소식(2021.06.15.). 이로채, 집 안에 이로움을 채우다 <https://m.blog.naver.com/PostView.naver?blogId=kffic&logNo=222399351609&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F&trackingCode=external>

4. 경기도 가구단지 현황

1) 가구단지 현황

- 2000년대 초반까지는 활성화가 되어 있었으나 시장경쟁력 약화 및 온라인시장 확대로 가구단지가 축소되고 집적화된 시장이 붕괴되고 있음
- 가구단지 현황
 - 산발적으로 입지한 가구 전시장, 판매장과 가구단지의 시설 낙후, 주차 공간 부족, 가격 비교 불가 등의 어려움으로 가구단지를 찾는 소비자가 감소하고 있음
 - 다국적 해외기업 진출에 따른 제품 및 가격경쟁력 하락, 창고 및 물류비용 증가, 온라인 시장 확대 등으로 공급자의 애로사항이 확대되고 있음
- 시장 현황
 - 중저가 제품의 이케아, 니토리, 프리미엄 제품의 나뚜찌그룹 등 글로벌기업의 국내 진출
 - 저가의 DIY 상품 인기가 증가하고 고가의 수입 제품이 증가함
 - 디자인 및 제품 미학에 대한 선호와 친환경 제품에 대한 선호도가 증가함
 - 국내 가구시장의 50% 이상이 온라인으로 구매하여 국내외 온라인시장이 확대됨

표 2-39 | 경기도 가구단지 현황

| 가구단지 | 주요 내용 |
|---------|---|
| 남양주 마석 | 3개의 단지로 구성되며 100여 개의 브랜드와 제품이 판매되고 있음 |
| 서울시 현인 | 개성있는 원목가구 중심의 가구단지, 주택개발사업 등으로 성장의 제약 |
| 파주시 자유로 | 원목가구 중심의 가구단지, 명품단지로 조성을 계획했으나 파행 |
| 파주시 운정 | 명품가구, 수입가구, 친환경가구 중심의 가구단지. 라이프스타일에 따라 맞춤제작 |
| 양주 유양 | 가구아울렛 매장이 있음, 매출 하락 |
| 양주 소풍 | 40여 개의 가구매장과 녹지 공간으로 휴식공간 제공 |
| 포천시 송우리 | 50여 개의 매장, 국내 제품 위주 판매, 최근 가구단지 매출과 고객 50% 하락 |
| 포천시 축석 | 가구 아울렛과 100여 개의 매장이 있었으나, 최근 경기침체로 매출 하락 |
| 남양주 오남리 | 대기업 가구 하청공장과 30여 개의 전시장, 사무용품 가구 |
| 포천시 마출맨 | 가구산업 중소기업 협동조합으로 가구공동전시 판매 및 물류, 온라인사업 R&D |
| 고양시 일산 | 1972년 개장, 250여개 판매 및 전시장을 갖춘 |
| 고양시 고양 | 대기업 브랜드업체 중심의 80여 개의 매장 운영 |

〈자료〉 임광순(2024.11). “가구는 문화 산업입니다 - 고양가구복합단지 조성을 통한 가국산업 육성.” 고양가구복합단지조성사업 세미나; 가구코리아(2007.04.30.). 전국가구단지안내 <https://gagukorea.co.kr/article/%EC%A0%84%EA%B5%AD%EA%B0%80%EA%B5%AC%EB%8B%A8%EC%A7%80%EC%95%88%EB%82%B4/12/1644/>

2) 포천시 가구 공동전시장 및 공동물류센터 사례

□ 마홀앤(MAHOL&) 이란

- 경기도 포천시 군내면 용정산업단지에 2018년 건립된 가구 공동전시장 및 공동물류센터
- 마홀앤은 경기포천가구산업협동조합이 설립하고 운영하는 가구 공동브랜드로 포천의 고구려 시대 명칭인 '마홀'과 '나의 모든(My whole) 가구를 만날 수 있다'라는 뜻을 담고 '다양한 브랜드와 결합할 수 있다'는 의미에서 '&'을 활용해 지어짐

□ 마홀앤 건립

- 사업 주체는 경기포천가구산업협동조합이며 포천지역 가구산업의 허브 역할을 수행함
- 공간은 약 2,000평 규모로 물류센터, 전시판매장, 촬영 스튜디오, 카페, 사무공간 등임
- 운영 목표는 포천시 가구산업의 강점을 극대화하고, 중소 가구 제조업체를 지원하며 경쟁력의 강화임. 현재 전국적 관심을 받는 가구산업 중심지로 자리 잡음

□ 마홀앤 운영

- 2층 규모의 전시판매장에 40개 조합사와 100여 개 회원사 제품을 공동 전시·판매하여 소비자의 편의성을 증진시켰으며, 공동물류시스템과 원자재 공동구매를 통해 공급자의 비용 절감 등의 효과를 창출함. 또한 생산자와 소비자 간의 상시적인 직거래시장을 제공함

표 2-40 | 마홀앤 운영

| 마홀앤 | 주요 내용 |
|-------------|--|
| 공동전시판매 | <ul style="list-style-type: none"> • 경기북부 가구제조업체의 20%인 700여 개의 중소가구업체가 제품을 전시하고 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 1층: 가구업체들의 공동 물류센터와 창고, 촬영 스튜디오, 2층: 가구 공동전시판매장 • 기대효과 <ul style="list-style-type: none"> - 직거래 모델로 유통마진 절감 및 합리적인 가격 제공 - 다양한 제품을 한곳에서 경험하고, 가격과 제품을 비교하여 구입할 수 있도록 설계 - 소비자 선택 폭 확대 및 구매자와 제조업체 간 소통 공간 제공 |
| 공동물류시스템 | <ul style="list-style-type: none"> • 물류센터를 공동 활용하여 원자재 조달, 제품 배송, 교환 및 반품 처리 등 통합 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 포천지역에서 생산한 가구의 연간 매출액 3,000억 중 물류비가 약 450억 원 가량 차지함 - 제품 배송, 교환, 반품처리 등의 과정을 공동으로 운영하여 중소가구업체 물류비 절감 - 판매된 생활가구의 80%를 전국으로 직배송 • 기대효과 <ul style="list-style-type: none"> - 소규모 기업이 해결하기 어려운 물류 문제를 공동 대응 - 물류비 절감 및 운영 효율성 강화 - 교환 및 반품 관리 간소화로 소비자 만족도 증대 |
| 원자재 공동구매 | <ul style="list-style-type: none"> • 업체별로 분산되어 있던 원부자재 공동 조달 |
| 생산자-소비자 직거래 | <ul style="list-style-type: none"> • 중간 유통 단계 제거로 생산자와 소비자를 직접 연결 • 소비자 데이터를 활용해 제품 개선 및 마케팅 전략 수립 • 소비자에게 경쟁력 있는 가격 제공 • 제조업체 수익 개선 및 신뢰도 상승 |

□ 운영 요소

○ 촬영 스튜디오 및 홍보 지원

- 제품 홍보 콘텐츠 제작을 위한 사진 및 영상 촬영을 지원하기 위해 1층에 전문 촬영 스튜디오를 마련하여 조합원이 자유로이 사용할 수 있도록 함
- 중소기업의 마케팅 콘텐츠 제작 역량을 강화하고 브랜드이미지 제고 및 판매 증대를 지원함

○ 마홀앤은 조합 중심의 운영 체계로 경기포천가구산업협동조합이 운영하고 제품개발, 마케팅, 판로개척 등 사업의 전반을 관리함

그림 2-15 | 포천시 가구 공동전시판매장 및 물류센터 마홀앤

| 공동전시판매장 및 물류센터 | 위치 | 온라인판매 |
|---|---|--|
|  |  |  |

〈자료〉 포천시(2018.05.02.). 포천시 가구 공동전시판매장 및 물류센터 마홀앤 <https://news.pocheon.go.kr/news>

□ 포천시 마홀앤 건립 과정의 주체별 역할 분담

○ 포천시와 가구협동조합은 가구산업 육성을 위한 역할 분담을 통해 마홀앤을 건립함

- 경기포천가구협동조합은 가구 공동전시장 건립을 위한 주도적인 노력과 발전사업을 추진함
- 포천시는 가구물류센터 추진을 위한 정책적 지원을 추진하고 가구축제, 마케팅, 시설개선 등을 지원함
- 경기도, 산자부, 중소벤처기업부, 중소기업중앙회로부터 가구전시장 건립부터 R&D사업, 기술개발, 디자인개발, 품질인증 및 브랜드개발 등 정책지원을 받음

표 2-41 | 마홀엔 건립의 참여 주체별 역할 분담

| 마홀엔 | 주요 내용 |
|----------------|--|
| 경기포천가구협 동조합 | <ul style="list-style-type: none"> • 운영사업 <ul style="list-style-type: none"> - 조합설립, 중소기업협동조합 대상 수상(신인부문), 공동구매사업(PB) 시행, 산학협력 가구 디자인사업 시행, 원자재 공동구매사업, 대기측정 공동구매사업, 공동상표(MAHOL&) 런칭, 마홀엔 가구 월간지 발간 등 • 발전사업 <ul style="list-style-type: none"> - 인증사업, 산학협력, R&D 지원사업, 코디네이터 지원사업, 스마트 공방, 기술개발사업 |
| 포천시 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구물류센터 설립 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 추진계획서 경기도 제출, 산자부 승인, 설계 추진, 가구공동전시판매 물류센터 사업 승인 • 가구산업육성 지원사업 <ul style="list-style-type: none"> - 포천가구공예거리 축제 시행, 가구유통업체 밀집지역 마케팅 촉진 지원사업, 시설 개선 지원 사업, 가구 전문 온라인 공유 플랫폼 "M&리빙" 구축 등 |
| 중앙부처 | <ul style="list-style-type: none"> • 경기도 <ul style="list-style-type: none"> - 경기도 가구산업 종합발전계획 연구(경기연구원) - 포천시 가구물류센터 건립 추진계획서 제출(경기도) - 공유경제 활성화 및 적격조합 인증사업 참여(경제과학진흥원 지원사업) - 조합공동브랜드 마홀엔 지정(경기도콘텐츠담당관실) • 산업통상자원부 <ul style="list-style-type: none"> - 가구물류센터 건립 사업승인 • 중소벤처기업부 지원사업 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 공동활용 화상회의실 구축사업 참여 - 성과공유형 R&D 공통 기술개발 사업 진행 "업지기" • 중소기업중앙회 지원사업 <ul style="list-style-type: none"> - 조합 공동 조달제품 디자인개발 및 품질인증 사업 참여 - 중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여 - 마케팅 지원사업 - R&D 지원 사업 (중소기업중앙회) - 코디네이터 지원사업 (중소기업중앙회) |

표 2-42 | 마홀엔 건립 연혁

| 년도 | 주요 이력 |
|------|-------------------------------------|
| 2014 | ~ 경기도 가구산업 종합발전계획 연구(경기연구원) |
| | 03 경기도 가구산업 발전계획 수립 |
| 2015 | 03 가칭) 경기포천가구협동조합 추진위원회 구성 |
| | 03 포천시 가구물류센터 건립 추진계획서 제출(경기도) |
| | 07 경기포천가구산업협동조합 설립 |
| 2016 | ~ 공동구매사업(PB) 시행 |
| | 01 산업통상자원부 사업승인 |
| | 03 가구물류센터 설계 추진(포천시) |

| | | |
|------|-------|---|
| | 05~11 | 산학협력 가구디자인사업 시행 |
| | 10 | 포천가구공예거리 축제 시행 |
| | 11 | 가구공동전시판매 물류센터 사업승인 |
| 2017 | 01 | 포천시 가구공동물류센터 착공 |
| | 03 | 원자재 공동구매사업 시작 |
| | 08 | 킨텍스(KINTEX) 국제가구박람회 전시 |
| | 10 | 대기측정 공동구매사업 시작 |
| | 12 | 중소기업협동조합 대상 수상(신인부문) |
| 2018 | 01 | 조합공동브랜드 마홀앤 지정(경기도콘텐츠담당관실) |
| | 02 | 공동상표(MAHOL&) 런칭 |
| | 04 | 가구공동전시판매장 및 물류센터 준공·개관 |
| | 04 | 촬영스튜디오 및 가구디자인 연구소 설립 |
| | 05 | 마홀앤 가구 월간지 발간 추진 |
| 2019 | ~ | 가구유통업체 밀집지역 마케팅 촉진 지원사업 참여로 가구산업 활성화 독려 |
| | ~ | 공유경제 활성화 및 적격조합 인증사업 참여(경제과학진흥원 지원사업) |
| | ~ | 조합 공동 조달제품 디자인개발 및 품질인증 사업 참여(중소기업중앙회 지원사업) |
| | ~ | 마홀앤매거진 창간호 발간 |
| 2020 | ~ | 가구유통업체 밀집지역 마케팅 촉진 지원사업 참여로 가구산업 활성화 독려 |
| | ~ | 포천일고등학교산학협력 약정 체결 |
| | ~ | 중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여(중소기업중앙회) |
| | ~ | 온라인 공동활용 화상회의실 구축사업 참여(중소벤처기업부) |
| 2021 | 04 | 중고기업 확인서 발급으로 조합의 중소기업 인정 |
| | 09 | 사랑의 집짓기나눔 행사 지원 |
| | ~ | 가구유통업체 밀집지역 마케팅 촉진 지원사업 참여로 가구산업 활성화 독려 |
| | ~ | 중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여(중소기업중앙회) |
| 2022 | ~ | 성과공유형 R&D 공통 기술 개발 사업 진행 "업지기" (중소벤처기업부) |
| | 06 | 연구개발전담부서 설치 |
| | ~ | 가구유통업체 밀집지역 마케팅 촉진 지원사업(포천시) |
| | ~ | 중소기업협동조합 활성화 지원사업(중소기업중앙회) |
| 2023 | ~ | 시설 개선 지원 사업 (포천시) |
| | 10 | 가구 전문 온라인 공유 플랫폼 "M&리빙" 구축 (포천시) |
| | ~ | 마케팅 지원사업 (중소기업중앙회) |
| | ~ | R&D 지원 사업 (중소기업중앙회) |
| | ~ | 코디네이터 지원사업 (중소기업중앙회) |
| | ~ | 성과공유형 R&D 공통 기술 개발 사업 진행 "업지기" (중소벤처기업부) |
| 2024 | 02 | 2024년 스마트 공방 사업 진행 ~ |
| | ~ | 성과공유형 R&D 공통 기술 개발 사업 진행 "업지기" (중소벤처기업부) |

〈자료〉 포천시. 마홀앤 <https://maholn.com/history,m>

□ 지역 경제 및 산업에 미친 효과

○ 가구산업 클러스터 구축

- 물류, 제조, 전시, 판매 통합 운영으로 생태계 허브 구축
- 기업 간 협력과 네트워크 강화로 지역 산업 집적화 실현

○ 소규모 기업지원

- 물류센터, 전시판매장, 촬영 스튜디오 등을 공동 활용해 비용 절감
- 창업 초기 기업이 대규모 유통업체와 경쟁할 기반 제공

○ 고용 창출

- 물류센터 운영, 전시판매장 관리 등 다양한 분야에서 고용 기회 창출
- 지역 경제 활성화 기여

○ 브랜드가치 상승

- ‘마홀앤’ 공동브랜드로 지역 제품 신뢰도와 인지도 상승
- 포천 가구산업의 집약적 이미지 강화

표 2-43 | 마홀앤의 특징점 및 벤치마킹 포인트

| 가구단지 | 주요 내용 |
|----------------|--|
| 공동 물류 시스템 | <ul style="list-style-type: none"> • 물류 네트워크와 물류센터를 공유해 비용 절감과 운영 효율성 강화 • 고양시 등 유사 산업 도시에도 적용 가능한 모델 |
| 물류체계 벤치마킹 가능성 | <ul style="list-style-type: none"> • 지역 내 협동조합 기반의 물류 시스템 운영 • 공동 물류 공간과 비용 절감을 통한 소규모 기업지원 |
| 직거래 기반 소비자 접근성 | <ul style="list-style-type: none"> • 중간 유통마진 제거로 생산자와 소비자 모두에게 이익 제공 • 제조업체의 고객 데이터 수집 및 맞춤형 서비스 가능 |
| 경쟁력 벤치마킹 가능성 | <ul style="list-style-type: none"> • 소비자 직거래 플랫폼 도입으로 지역 브랜드 신뢰도 확보 • 유통마진 절감을 통한 가격경쟁력 강화 |
| 전문 콘텐츠 제작 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 촬영 스튜디오를 활용해 고품질 마케팅 콘텐츠 제작 지원 • 디지털 홍보 역량 강화 모델로 타 지역에서도 적용 가능 |
| 마케팅 벤치마킹 가능성 | <ul style="list-style-type: none"> • 중소기업의 홍보 콘텐츠 제작을 위한 공용 스튜디오 제공 • 디지털 마케팅 강화로 시장 접근성 확대 |
| 브랜드 중심 협력 | <ul style="list-style-type: none"> • 경기포천가구산업협동조합이 운영을 주도하며, 공동 브랜드로 브랜딩 강화 • 협동조합 중심의 운영 모델은 기업 간 협력 사례로 유용 |
| 브랜드 벤치마킹 가능성 | <ul style="list-style-type: none"> • ‘고양가구’ 브랜드 개발 및 지역 특화 마케팅 전략 수립 • 공동 캠페인을 통한 브랜드 가치 제고 |

□ 고양시 적용 방안

○ 고양형 가구산업 클러스터 구축

- 제조, 물류, 전시, 판매를 통합하는 가구산업 클러스터 조성
- 협동조합 중심 운영 체계 도입으로 기업 간 협력 강화
- 지역 내 기업 간 협력을 통한 운영 효율성 증대
- 고양시 가구산업의 집적화와 경쟁력 강화

○ 물류 및 전시판매인프라 확대

- 물류센터 및 전시판매장 설립으로 물류 효율성과 시장 접근성 개선
- 직거래 플랫폼 운영으로 소비자와 기업 간 연결 강화
- 소비자 접근성 강화 및 직거래 활성화
- 기업의 운영비 절감과 시장점유율 확대

○ 디지털콘텐츠 제작 지원

- 촬영 스튜디오 운영 및 전문 마케팅 지원 프로그램 도입
- 중소기업의 디지털 홍보 역량 강화 지원
- 고품질 마케팅 콘텐츠로 브랜드이미지 제고
- 디지털 채널 활용 확대를 통한 매출 증대

○ 브랜드 중심 마케팅 전략

- ‘고양가구’ 브랜드 개발 및 공동 마케팅 캠페인 운영
- 고양시 가구산업의 신뢰도 및 경쟁력 제고
- 지역특화 브랜딩으로 소비자 신뢰 확보
- 지속 가능한 마케팅 구조 구축

제3장 고양시 가구산업 현황 및 분석

제1절 고양시 가구산업 현황

제2절 고양시 가구산업 실태

제3절 고양시 가구산업 SWOT 분석 및 잠재력

제1절 고양시 가구산업 현황

1. 고양시 가구제조업

1) 1인 이상 가구제조업 현황

□ 고양시 가구제조업 사업체 수와 종사자 수

- 고양시 1인 이상 가구제조업 사업체 수는 연평균성장률은 6.49%로 증가했으나 종사자 수는 연평균 0.80% 감소함(2017년~2022년)

표 3-1 | 고양시 가구제조업 현황(1인 이상)

| 고양시 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 연평균 성장률 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| 사업체 수 (개) | 341 | 352 | 364 | 458 | 464 | 467 | 6.49% |
| 종사자 수 (명) | 1,380 | 1,393 | 1,430 | 1,576 | 1,398 | 1,326 | -0.80% |

〈자료〉 2012년, 2017년, 2022년도 통계청 사업체 총조사(1인 이상).

□ 고양시 가구제조업 사업체 규모별 현황

- 고양시 가구제조업 사업체 수는 2012년 127개에서 2022년 467개로 증가하였고, 종사자 수는 1,567명에서 1,326명으로 감소함
- 2022년 전체 사업체 수는 467개 중 단독사업체는 453개, 공장·지사는 4개, 본사·본점은 10개로 대부분이 단독사업체인 것으로 조사됨

표 3-2 | 고양시 가구제조업 사업체 규모별 현황(1인 이상)

| 경기북부 (2022) | 2012 | | 2017 | | 2022 | |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) |
| 고양시 | 127 | 1,567 | 341 | 1,380 | 467 | 1,326 |
| 단독사업체 | 115 | 821 | 333 | 1,337 | 453 | 1,209 |
| 공장·지사 | 8 | 492 | 3 | 23 | 4 | 22 |
| 본사·본점 | 4 | 254 | 5 | 20 | 10 | 95 |

〈자료〉 통계청. “통계청 사업체 총조사(1인 이상).”

□ 고양시 가구제조업 점유율

- 고양시 1인 이상 가구제조업 사업체 수와 종사자 수의 전국 점유율은 2.66%, 1.97%이며 경기도 점유율은 5.55%, 3.27%임
- 2020년에서 2022년까지 고양시 가구제조업의 종사자 수에 있어 전국과 경기도 점유율 모두에서 감소함

표 3-3 | 고양시 가구제조업 점유율 현황(1인 이상)

| 가구제조업 | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) |
| 전국 | 17,106 | 72,018 | 17,194 | 67,976 | 17,549 | 67,371 |
| 경기도 | 8,203 | 43,340 | 8,222 | 40,995 | 8,419 | 40,132 |
| 고양시 | 455 | 1,572 | 458 | 1,391 | 467 | 1,326 |
| 경기도 점유율(전국) | 47.95% | 60.18% | 47.82% | 60.31% | 47.97% | 59.57% |
| 고양시 점유율(전국) | 2.66% | 2.18% | 2.66% | 2.05% | 2.66% | 1.97% |
| 고양시 점유율(경기도) | 5.55% | 3.63% | 5.57% | 3.39% | 5.55% | 3.30% |

〈자료〉 통계청. “사업체 총조사(1인 이상).”

2) 10인 이상 가구제조업 현황

□ 가구제조업 현황(2020년~2022년, 10인 이상)

- 고양시 가구제조업 2022년 10인 이상 사업체 수는 20개이며, 종사자 수는 327명임
 - 전국 사업체 수는 1,300개, 경기도 사업체 수는 912개로 고양시 점유율은 각각 1.54%, 2.19%임
 - 전국 종사자 수는 28,379명, 경기도 종사자 수는 19,164명으로 고양시 점유율은 각각 1.15%, 1.71%임
- 2020년부터 2022년까지 전국, 경기도 및 고양시의 가구제조업 사업체 수 및 종사자 수에

는 큰 변화가 없음

- 전국 대비 경기도 사업체 수 및 종사자 수의 점유율은 70.15%, 67.53%로 매우 높게 조사됨(2022년)

- 전국 대비 고양시 사업체 수 및 종사자 수의 점유율은 1.54%, 1.15%로 조사됨(2022년)

- 경기도 대비 고양시 사업체 수 및 종사자 수의 점유율은 2.19%, 1.71%로 조사됨(2022년)

○ 2022년 고양시 전체 가구제조업체 중 10인 이상의 사업체 수 비율은 매우 낮아 영세한 것으로 조사됨

- 1인 이상 가구제조업 사업체 수는 467개, 종사자 수는 1,326명이며, 이 중 10인 이상의 가구제조업의 사업체 수는 20개, 종사자 수는 327명임

- 1인 이상 가구제조업 사업체 수 대비 10인 이상의 사업체 수 비율은 4.28%, 종사자 수의 비율은 24.66%로 사업체 수의 비율은 낮고 종사자 수의 비율은 높은 것으로 조사됨

○ 고양시 10인 이상 가구제조업의 사업체 수는 전국, 경기도의 점유율도 낮은 것으로 조사됨

표 3-4 | 고양시 가구제조업 점유율 현황(10인 이상)

| 가구제조업 | 2020년 | | 2021년 | | 2022년 | |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) |
| 전국 | 1,311 | 29,038 | 1,333 | 28,658 | 1,300 | 28,379 |
| 경기도 | 926 | 19,744 | 940 | 19,483 | 912 | 19,164 |
| 고양시 | 19 | 327 | 19 | 293 | 20 | 327 |
| 경기도 점유율(전국) | 70.63% | 67.99% | 70.52% | 67.98% | 70.15% | 67.53% |
| 고양시 점유율(전국) | 1.45% | 1.13% | 1.43% | 1.02% | 1.54% | 1.15% |
| 고양시 점유율(경기도) | 2.05% | 1.66% | 2.092% | 1.50% | 2.19% | 1.71% |

〈자료〉 통계청. “사업체 총조사(10인 이상).”

□ 행정동별 가구제조업 현황(2020년~2022년, 10인 이상)

○ 2020년 대비 2022년 행정구역별 가구제조업 현황에 큰 변화가 없는 것으로 조사됨

- 고양시 가구제조업 10인 이상 사업체 수는 일산동구에 13개로 가장 많으며 일산서구 5개, 덕양구 2개 순임. 종사자 수는 327명으로 덕양구 22명, 일산동구 236명, 일산서구 69명 순임

- 출하액은 고양시 전체 52,340백만 원이며, 덕양구 3,323백만 원, 일산동구 38,168백만 원, 일산서구 10,849백만 원임

- 부가가치액은 고양시 전체 25,335백만 원이며 덕양구 1,669백만 원, 일산동구 18,559, 일산서구 5,107백만 원임. 1인당 부가가치는 약 7천4백만 원으로 영세함

- 10인 이상 사업체당 종사자 수는 고양시 평균 16,35명임

○ 고양시 연평균성장률은 부가가치는 증가하고 종사자 수는 감소한 것으로 나타남

- 출하액은 3.4%, 부가가치는 10.2%, 1인당 부가가치도 10.2% 증가했으나 사업체당 종사자 수는 2.5% 감소함

- 덕양구의 가구제조업 종사자 수, 출하액, 부가가치, 사업체당 종사자 수 모두 감소함

표 3-5 | 고양시 행정동별 가구제조업 현황(10인 이상)

(단위: 개, 명, 백만원)

| | 구분 | 2020 | 2021 | 2022 | CAGR |
|------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| 고양시 | 사업체수(개) | 19 | 19 | 20 | 2.6% |
| | 종사자수(명) | 327 | 293 | 327 | 0.0% |
| | 출하액 | 48,953 | 50,975 | 52,340 | 3.4% |
| | 부가가치 | 20,868 | 21,780 | 25,335 | 10.2% |
| | 1인당 부가가치 | 63.82 | 74.33 | 77.48 | 10.2% |
| | 사업체당 종사자수 | 17.21 | 15.42 | 16.35 | -2.5% |
| 덕양구 | 사업체수(개) | 2 | 2 | 2 | 0.0% |
| | 종사자수(명) | 30 | 21 | 22 | -14.4% |
| | 출하액 | 4,229 | 3,807 | 3,323 | -11.4% |
| | 부가가치 | 2,025 | 1,913 | 1,669 | -9.2% |
| | 1인당 부가가치 | 67.50 | 91.10 | 75.86 | 6.0% |
| | 사업체당 종사자수 | 15.00 | 10.50 | 11.00 | -14.4% |
| 일산동구 | 사업체수(개) | 13 | 13 | 13 | 0.0% |
| | 종사자수(명) | 236 | 218 | 236 | 0.0% |
| | 출하액 | 37,518 | 36,882 | 38,168 | 0.9% |
| | 부가가치 | 15,720 | 15,684 | 18,559 | 8.7% |
| | 1인당 부가가치 | 66.61 | 71.94 | 78.64 | 8.7% |
| | 사업체당 종사자수 | 18.15 | 16.77 | 18.15 | 0.0% |
| 일산서구 | 사업체수(개) | 4 | 4 | 5 | 11.8% |
| | 종사자수(명) | 61 | 54 | 69 | 6.4% |
| | 출하액 | 7,206 | 10,286 | 10,849 | 22.7% |
| | 부가가치 | 3,123 | 4,183 | 5,107 | 27.9% |
| | 1인당 부가가치 | 51.20 | 77.46 | 74.01 | 20.2% |
| | 사업체당 종사자수 | 15.25 | 13.50 | 13.80 | -4.9% |

〈자료〉 통계청. “광업·제조업 통계(10인 이상).”

□ 고양시 제조업 대비 가구제조업 현황(2020년~2022년, 10인 이상)

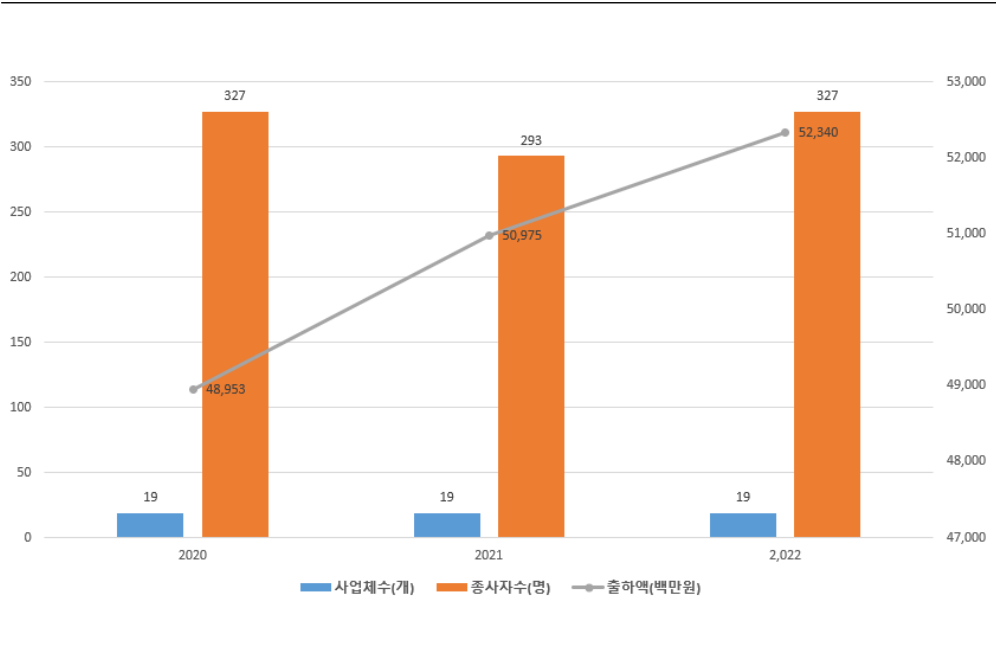
○ 전체 제조업 대비 10인 이상 가구제조업 사업체 수의 점유율은 3.02%, 종사자 수는 2.36%, 출하액은 1.48%임

표 3-6 | 고양시 가구제조업 현황(10인 이상)

| 구분 | 2020년 | | | 2021년 | | | 2022년 | | |
|---------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|
| | 사업체 수(개) | 종사자 수(명) | 출하액 (백만원) | 사업체 수(개) | 종사자 수(명) | 출하액 (백만원) | 사업체 수(개) | 종사자 수(명) | 출하액 (백만원) |
| 고양시 제조업 | 614 | 13,715 | 2,927,277 | 646 | 13,770 | 3,247,922 | 663 | 13,876 | 3,541,938 |
| 가구 제조업 | 19 | 327 | 48,953 | 19 | 293 | 50,975 | 20 | 327 | 52,340 |
| 점유율 | 3.09% | 2.38% | 1.67% | 2.94% | 2.13% | 1.57% | 3.02% | 2.36% | 1.48% |

〈자료〉 통계청. “광업·제조업 통계(10인 이상).”

그림 3-1 | 고양시 가구산업 현황(2020년~2022년, 10인 이상)



2. 고양시 가구 도소매업

□ 고양시 가구 도소매업 현황(2017년~2022년)

- 고양시 가구 도소매업의 사업체 수와 종사자 수는 2017년 322개, 1,547명에서 2022년 608개, 1,787명으로 증가함
- 연평균성장률은 가구 도소매업 사업체 수가 13.6%, 종사자 수가 2.9%로 나타남. 사업체 수가 2027년 대비 약 2배가량 증가함

표 3-7 | 고양시 가구 도소매업 현황(1인 이상)

| 고양시 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 연평균 성장률 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| 사업체 수 (개) | 322 | 539 | 512 | 733 | 671 | 608 | 13.6% |
| 종사자 수 (명) | 1,547 | 2,231 | 2,122 | 2,343 | 2,101 | 1,787 | 2.9% |

〈자료〉 통계청. “사업체 총조사(1인 이상).”

□ 고양시 가구 도소매업 점유율

- 전국 대비 경기도 점유율은 사업체 수는 약 19%이며, 종사자 수는 2022년 23%임
- 전국 대비 고양시 점유율은 사업체 수는 2020년 2.23%에서 2022년 2.08%로 감소하였고, 종사자 수는 2020년 3.40%에서 2022년 2.84%로 감소함
- 경기도 대비 고양시 점유율은 사업체 수는 2020년 11.36%에서 2022년 10.84%로, 종사자 수는 13.87%에서 12.30%로 감소하였음

표 3-8 | 고양시 가구 도소매업 점유율 현황(1인 이상)

| 가구도소매업 | 2020년 | | 2021년 | | 2022년 | |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) | 사업체수(개) | 종사자수(명) |
| 전국 | 32,806 | 69,001 | 30,984 | 68,570 | 29,242 | 62,856 |
| 경기도 | 6,450 | 16,895 | 6,069 | 16,948 | 5,609 | 14,530 |
| 고양시 | 733 | 2,343 | 671 | 2,101 | 608 | 1,787 |
| 경기도 점유율(전국) | 19.66% | 24.49% | 19.59% | 24.72% | 19.18% | 23.12% |
| 고양시 점유율(전국) | 2.23% | 3.40% | 2.17% | 3.06% | 2.08% | 2.84% |
| 고양시 점유율(경기도) | 11.36% | 13.87% | 11.06% | 12.40% | 10.84% | 12.30% |

〈자료〉 통계청. “사업체 총조사(1인 이상).”

3. 고양시와 경기북부의 가구산업 현황

1) 가구제조업 현황

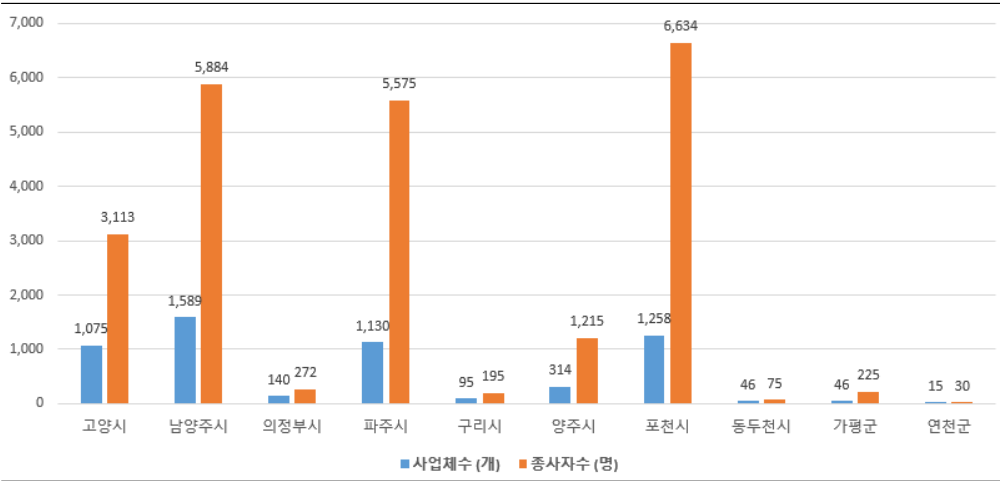
- 고양시와 경기북부의 가구제조업 현황(2017년 vs 2022년, 1인 이상)
 - 고양시 가구제조업의 사업체 수와 종사자 수는 경기북부에서 4번째로 많음
 - 고양시 사업체 수의 연평균성장률은 6.5% 증가했으나 종사자 수는 0.9% 감소함(2017년~2022년)
 - 경기북부에서 포천시가 사업체 수와 종사자 수에서 빠른 연평균성장률을 보이고 있음
 - 2022년 가구제조업 사업체 수는 남양주시가 1,116개로 가장 많으며, 종사자 수는 포천시 6,208명으로 가장 많음

표 3-9 | 고양시와 경기북부의 가구제조업 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상)

| 경기북부 | 제조업(2017) | | 제조업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|------|-----------|----------|-----------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 고양시 | 341 | 1,380 | 467 | 1319 | 6.5 | -0.9 |
| 남양주시 | 900 | 4,968 | 1,116 | 4,758 | 4.4 | -0.9 |
| 의정부시 | 29 | 78 | 42 | 86 | 7.7 | 2.0 |
| 파주시 | 606 | 4,681 | 847 | 4,773 | 6.9 | 0.4 |
| 구리시 | 30 | 116 | 31 | 64 | 0.7 | -11.2 |
| 양주시 | 164 | 995 | 228 | 1,044 | 6.8 | 1.0 |
| 포천시 | 715 | 5,151 | 1,044 | 6,208 | 8.0 | 3.8 |
| 동두천시 | 9 | 17 | 16 | 21 | 12.2 | 4.3 |
| 가평군 | 22 | 143 | 27 | 122 | 4.2 | -3.1 |
| 연천군 | 4 | 19 | 10 | 17 | 20.1 | -2.2 |
| 경기북부 | 2,820 | 17,548 | 3,828 | 18,412 | 6.3 | 1.0 |
| 경기도 | 6,068 | 39,321 | 8,419 | 40,132 | 6.8 | 0.4 |

(자료) 통계청. “사업체 총조사(1인 이상).”

그림 3-2 | 고양시와 경기북부의 가구제조업 현황(2022년, 1인 이상)



□ 경기도 대비 고양시 가구제조업 점유율 현황(2017년 vs 2022년, 1인 이상)

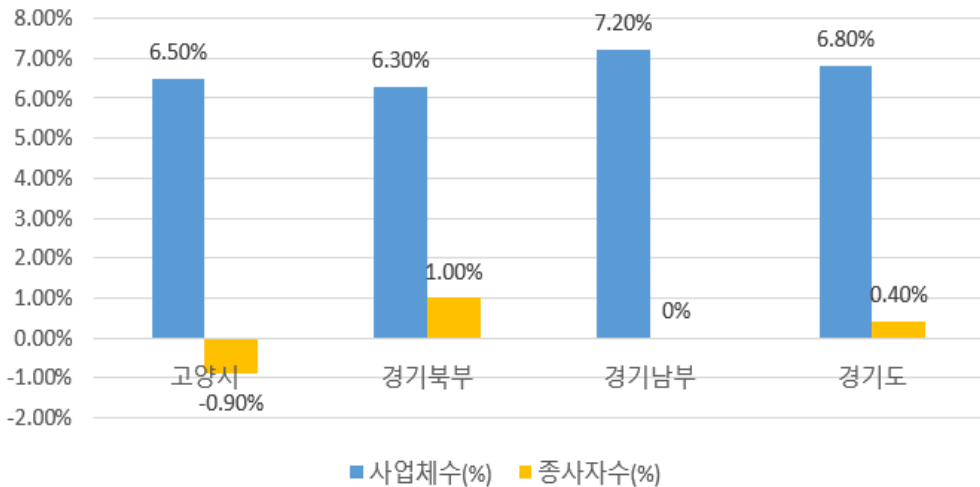
- 고양시 가구제조업의 점유율은 경기북부, 경기남부, 경기도와 비교할 때 2017년과 2022년 간의 차이는 크지 않은 것으로 조사됨
- 경기도 전체의 종사자 수는 현상을 유지하고 있으나 고양시의 경우 종사자 수의 연평균성장률은 0.9% 감소한 것으로 조사됨

표 3-10 | 고양시 가구제조업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상)

| 제조업 | 제조업(2017) | | 제조업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 고양시 | 341 | 1,380 | 467 | 1319 | 6.5 | -0.9 |
| 점유율 (경기북부) | 12.1% | 7.9% | 12.2% | 7.2% | - | - |
| 경기북부 | 2,820 | 17,548 | 3,828 | 18,412 | 6.3 | 1.0 |
| 점유율 (경기남부) | 10.5% | 6.3% | 10.2% | 6.1% | - | - |
| 경기남부 | 3,248 | 21,773 | 4,591 | 21,720 | 7.2 | 0.0 |
| 점유율 (경기도) | 5.6% | 3.5% | 5.5% | 3.3% | - | - |
| 경기도 | 6,068 | 39,321 | 8,419 | 40,132 | 6.8 | 0.4 |

〈자료〉 통계청. “사업체 총조사(1인 이상).”

그림 3-3 | 고양시 가구제조업 연평균 성장률(2017년~2022년)



2) 가구 도소매업 현황

□ 고양시와 경기북부의 가구 도소매업 현황(2017년~2022년, 1인 이상)

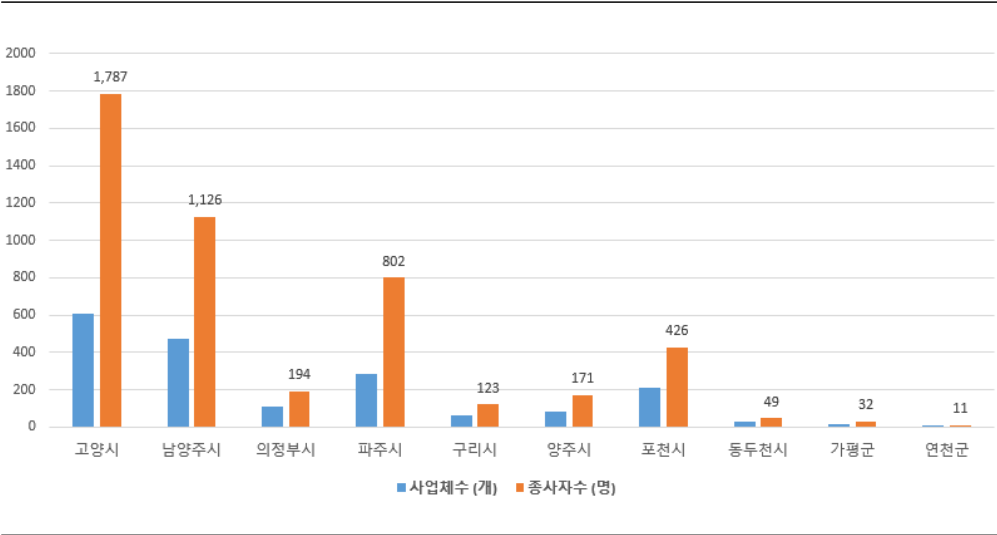
- 고양시 가구 도소매업의 2017년 사업체 수는 322개, 종사자 수는 1,547명으로 경기북부에서 사업체 수와 종사자 수에서 1위이며, 그다음으로 남양주시, 파주시, 포천시 순임
- 경기북부의 사업체 수와 종사자 수의 연평균성장률은 각각 15.7%와 10.5%로 증가함. 경기도의 사업체 수와 종사자 수의 각각 15.4%와 11.7%를 넘어섬
- 고양시 사업체 수와 종사자 수의 연평균성장률은 13.6%와 2.9%로 경기도 및 경기북부의 성장률보다 낮음
- 경기북부 가구도소매업의 사업체 수와 종사자 수 모두에서 연평균성장률 1위는 양주시이며, 남양주시, 포천시, 동두천시 등의 성장률이 높은 것으로 조사됨

표 3-11 | 고양시와 경기북부의 가구 도소매업 현황(1인 이상, 2017년 vs. 2022년)

| 경기북부 | 도소매업(2017) | | 도소매업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|------|------------|----------|------------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 고양시 | 322 | 1,547 | 608 | 1,787 | 13.6% | 2.9% |
| 남양주시 | 190 | 407 | 473 | 1,126 | 20.0% | 22.6% |
| 의정부시 | 57 | 138 | 111 | 194 | 14.3% | 7.0% |
| 파주시 | 152 | 383 | 283 | 802 | 13.2% | 15.9% |
| 구리시 | 29 | 80 | 64 | 123 | 17.2% | 9.0% |
| 양주시 | 29 | 56 | 86 | 171 | 24.3% | 25.0% |
| 포천시 | 104 | 195 | 214 | 426 | 15.5% | 16.9% |
| 동두천시 | 14 | 25 | 30 | 49 | 16.5% | 14.4% |
| 가평군 | 11 | 22 | 19 | 32 | 11.6% | 7.8% |
| 연천군 | 8 | 11 | 11 | 11 | 6.6% | 0.0% |
| 경기북부 | 916 | 2,864 | 1,899 | 4,721 | 15.7% | 10.5% |
| 경기도 | 2,743 | 8,352 | 5,609 | 14,530 | 15.4% | 11.7% |

〈자료〉 통계청. “사업체 종조사(1인 이상).”

그림 3-4 | 고양시와 경기북부의 가구 도소매업 현황(2022년, 1인 이상)



□ 경기도 대비 고양시 가구 도소매업 점유율 현황(2017년 vs 2022년, 1인 이상)

- 고양시 가구 도소매업의 사업체 수와 종사자 수의 연평균성장률은 각각 13.6%와 2.9% 증가하였으나(2017년부터 2022년까지) 경기북부의 15.7%과 10.5%, 경기남부의 15.2%, 12.3%, 경기도의 15.4%와 11.7%에 비해 낮은 것으로 조사됨

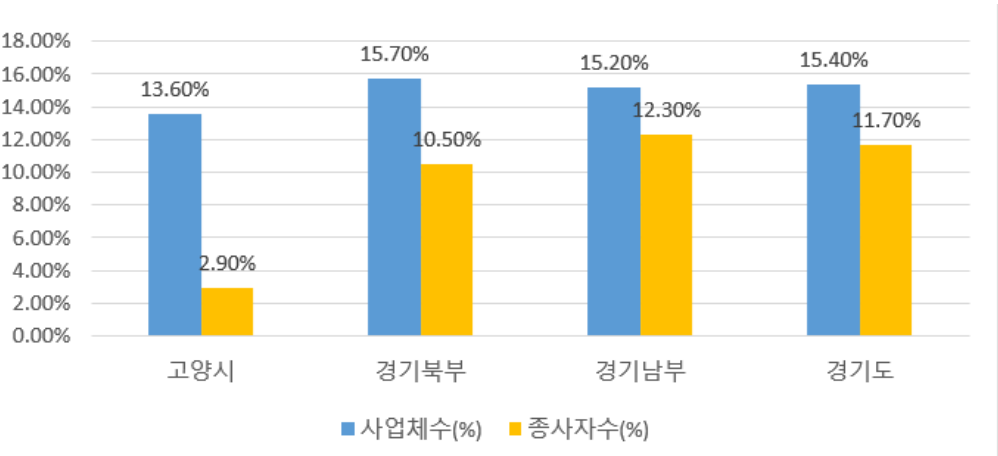
표 3-12 | 고양시 가구 도소매업 점유율 현황(2017년 vs. 2022년, 1인 이상)

| 도소매업 | 도소매업(2017) | | 도소매업(2022) | | CAGR(2017~2022) | |
|---------------|------------|----------|------------|----------|-----------------|----------|
| | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (개) | 종사자수 (명) | 사업체수 (%) | 종사자수 (%) |
| 고양시 | 322 | 1,547 | 608 | 1,787 | 13.6 | 2.9 |
| 점유율 (경기북부) | 35.2% | 54.0% | 32.0% | 37.9% | - | - |
| 경기북부 | 916 | 2,864 | 1,899 | 4,721 | 15.7 | 10.5 |
| 점유율 (경기남부) | 17.6% | 28.2% | 16.4% | 18.2% | - | - |
| 경기남부 | 1,827 | 5,488 | 3,710 | 9,809 | 15.2 | 12.3 |
| 점유율 (경기도) | 11.7% | 18.5% | 10.8% | 12.3% | - | - |
| 경기도 | 2,743 | 8,352 | 5,609 | 14,530 | 15.4 | 11.7 |

〈자료〉 통계청. “사업체 종조사(1인 이상).”

- 따라서 고양시의 경기북부 점유율은 2017년의 사업체 수, 종사자 수 35.2%, 54.0%에서 2022년 32.0%, 37.9%로 각각 감소함. 경기남부와 경기도 전체에서도 점유율이 감소함
- 경기도의 성장률은 고양시보다 높은 것으로 조사됨(2017년부터 2022년까지). 경기도 전체의 종사자 수는 11.7% 연평균 증가했으며, 사업체 수는 15.4% 증가함

그림 3-5 | 가구 도소매업 연평균 성장률(2017년~2022년)



제2절 고양시 가구산업 실태

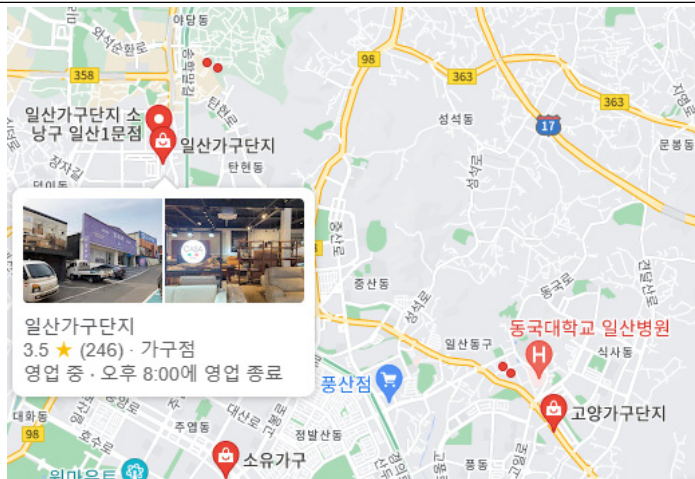
1. 고양시 가구산업 현황

1) 고양시 가구단지

□ 일산가구단지

- 개요: 1972년에 개장하였으며 일산서구 덕이동(경의로 917번길 26)에 위치함
- 규모: 2백50여 가구 공장과 및 80여 개 전시·판매장을 갖춘
- 거래유형: 대형매장 중심 입점. 소비자와의 직거래 및 특정 기간 행사 개최
- 취급 품목: 브랜드 가구, 디자이너 가구, 수입 가구 등
- 특성: 다양한 종류와 디자인 가구를 직접 보고 구매할 수 있으며 전문가와 상담이 가능

그림 3-6 | 일산가구단지



□ 고양가구단지

- 45년 전통의 가구단지로 총 3개의 단지로 구성됨
 - 1단지: 경기도 고양시 일산동구 식사동 614-2번지
 - 2단지: 경기도 고양시 일산동구 식사동 825-26번지
 - 3단지: 경기도 고양시 일산동구 식사동 749-10번지

- 규모: 대기업 브랜드업체 중심의 약 80여 개의 매장 운영
- 취급 품목: 맞춤형제작가구 쇼핑몰로써 감성디자인가구, 명품가구, 맞춤가구, 신혼부부가구, 소파, 식탁 등을 취급함
- 특징: 디자인 설계에서 생산, 제작, 유통까지 공급하는 직거래 판매 방식
 - 창고형 쇼룸: 각 공간에 맞는 가구의 배치나 제품가격 동시 비교
 - 부담없는 비용: 고양가구단지 내 제품 직거래, 저렴한 가격 구매
 - 다양한 디자인: 높은 퀄리티 세련된 디자인 등 다양한 가구 구비
 - 편리한 주차공간: 1,000여대 동시 주차가능

그림 3-7 | 고양가구단지



2) 가구협동조합

□ 고양시가구협동조합

- 고양가구단지와 일산가구공단 가구인들의 단일화된 협동조합으로 2013년에 창립함
- 고양시 가구타운을 조성하고 경기도가 추진하는 가구종합지원센터 유치운동을 추진함
- 고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사 용역(2015.10)을 실시함
- 원흥지역에 이케아 입지에 따른 경기북서부 가구 유통 거점시설 확보를 위한 고양가구단지조성사업 용역을 2015년에 실시함

□ 경기고양시 일산가구협동조합

- 2016년 창립하여 고양 가구물류유통단지 조성을 추진함

그림 3-8 | 고양시 일산가구협동조합 창립 및 가구단지조성사업 추진과정



〈자료〉 경기고양시일산가구협동조합(2024). <http://www.goyanggagu.com/page/sub0201>

- 고양 가구물류유통단지와 가구단지 조성을 위한 고양 덕이·대화 가구복합단지 조성사업 (2022.10)을 위한 용역을 추진함
- 가구 판매 집적화와 전문화, 친환경 가구문화거리 조성, 가구 디자인 및 기술 개발 센터 등을 조성하고 4차 산업기반 가구산업을 육성할 계획임

그림 3-9 | 고양가구단지조성사업 - 사업 배경, 목적과 기대효과



〈자료〉 경기고양시일산가구협동조합(2024). 「고양 덕이·대화 가구복합단지 도시개발사업.」

3) 가구박람회 및 가구산업 발전 현황

- 고양가구박람회는 소비자와 직거래를 통해 판로를 개척함
 - 고양가구박람회는 2011년부터 개최하여 2024년까지 15회 개최함. 2017년과 2018년은 코펜과 공동으로 개최하였으며, 2023년, 2024년에는 인테리어 생활용품 등도 함께 전시를 진행함

표 3-13 | 고양시 가구박람회(2016년~2024년)

| 개최년도 | 출품가구업체수 | 인테리어 생활용품 | 부스 | 공동주최 | 브랜드 |
|------|---------|-----------|-------|-----------|-----|
| 2016 | 75 | - | - | - | 200 |
| 2017 | 100 | - | - | KOFURN | 200 |
| 2018 | (350) | - | 1,900 | KOFURN | - |
| 2019 | 135 | - | - | - | - |
| 2020 | 120 | - | 1,000 | - | - |
| 2021 | 120 | - | 700 | - | - |
| 2022 | 130 | - | - | - | - |
| 2023 | 127 | 61 | 1,400 | 경기미협(180) | - |
| 2024 | 94 | 113 | 1,000 | - | - |

〈자료〉 임광순(2024.11). “가구는 문화 산업입니다 - 고양가구복합단지 조성을 통한 가국산업 육성.” 고양가구복합단지조성사업 세미나

- 고양시 소재 가구기업의 가구산업 발전 추진 이력은 다음과 같음
 - 고양가구박람회 개최(2024년까지 15회 개최)
 - 고양시는 2011년부터 가구협동조합 공동으로 가구박람회를 주최하여 2024년까지 15회의 박람회를 개최함
 - 2024년 6월에 개최된 박람회는 '당신의 삶을 디자인하다'라는 주제로 94개 가구업체, 113개의 생활 및 인테리어 용품 업체가 참여함
 - 2024년 11월 경기고양시일산가구협동조합 주최로 14회 고양가구박람회&리빙아트페스타가 열림
 - 고양시 가구산업 육성 및 지원 조례 제정(2020년 10월 22일)
 - 고양시는 가구산업 육성 조례에 따라 5년마다 가구산업 육성 시행계획을 수립함
 - 시행계획은 가구산업의 육성 목표와 추진방향, 기술개발 및 디자인 개발에 관한 사항, 가구산업에 필요한 전문 인력 양성 및 컨설팅 등 경영지원에 관한 사항, 가구제품의 소비 촉진 및 마케팅 지원에 관한 사항으로 구성됨

- 가구 판매·유통 코디네이터 양성 및 채용 지원사업(2017년) 추진
 - '가구 판매·유통 코디네이터 양성과정'은 고양시 2017년 지역·산업 맞춤형 일자리 창출 지원 사업의 일환으로 고양·일산 가구단지 등 관내 가구산업 분야 전문인력을 양성해 현장 맞춤형 취업을 목표로 진행됨
- 이케아 입점 대비 가구산업 종합발전 계획수립(2015년 8월)
 - 글로벌기업인 이케아의 고양시 입점에 따른 가구산업 육성 방안 모색

표 3-14 | 고양시 소재 가구기업의 가구산업 발전 추진 이력(2012년~2024년)

| 년도 | 주요 이력 |
|------------|---------------------------------------|
| 2012.09.05 | 고양시 가구산업의 새로운 비전 세미나 & 워크숍 |
| 2012.10.06 | 경기도 가구산업 육성 및 지원조례안 공포 |
| 2012.12.27 | 고양시 가구산업 육성을 위한 워크숍(T/F팀 가동) |
| 2013.01.30 | 경기도 고양시가구협동조합 창립총회 |
| 2013.07.24 | 대단위 가구유통단지의 필요성과 방안모색 세미나 |
| 2013.11 | 경기도 가구산업종합발전계획 연구(경기개발연구원) |
| 2014.01.03 | 고양시가구협동조합 이케아 고양 입점 대비 긴급대책회의 |
| 2014.02.28 | 이케아 고양 입점에 대한 대응방안 모색을 위한 토론회 |
| 2014.05.08 | 고양시 가구산업 종합발전계획 수립 용역 국비 보조금 수령 |
| 2014.06.17 | 이케아 입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립(당초) |
| 2015.05.21 | 이케아 입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립 중간보고 |
| 2015.08.18 | 이케아입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립 최종보고 |
| 2015.10.29 | 고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성조사 최종보고 |
| 2016.09.23 | 2016년 2차, 3차 물류단지 실수요검증 위원회 심의(국토교통부) |
| 2017.02.28 | 고양시 협의내용 중 물류단지사업을 도시개발사업으로 변경 |
| 2017.08 | 고양가구단지 토지이용계획 협의(고양시 도시과) |
| 2017.09.28 | 고양시 대화동·덕이동일원 도시개발사업 질의 관련 민원 회신 |
| 2017.10.16 | 고양시 대화동·덕이동일원 도시개발사업 민원회신관련 질의 회신 |
| 2020.11.10 | 고양시 가구산업 육성 및 지원 조례 제정(김미수 의원 대표발의) |
| 2021.07~08 | 지구 내 국·공유지 동의관련 업무 진행(도로관리과, 농업정책과) |
| 2022.01.24 | 가구복합단지 도시개발사업 도시개발구역지정 신청 |
| 2023.05 | 가구복합단지 조성사업을 경제자유법으로진행(개발계획안 수립) |
| 2023.06.27 | 가구복합단지 개발계획안 제출(경제자유구역추진과) |
| 2024.08~ | 경제자유구역 지정 절차 진행 중 |
| 2024.11.08 | 고양가구복합단지 조성사업세미나 |

〈자료〉 임광순(2024.11). “가구는 문화 산업입니다 - 고양가구복합단지 조성을 통한 가국산업 육성.” 고양가구복합단지조성사업 세미나

4) 가구업계의 고양가구복합단지 조성 노력

- 고양시의 가구업계는 가구복합단지 조성을 위해 다음과 같이 용역을 진행함
 - 고양시 유통·판매 중심의 가구복합단지 조성을 위한 용역을 실시함
 - 고양 덕아·대화 가구복합단지 조성사업(2022년 10월)
 - 고양가구 공동전시 판매장 및 물류센터 건립타당성 조사(2015년 10월)
- 경기고양시일산가구협동조합은 고양 덕아·대화 고양가구복합단지 조성을 계획함
 - 기존의 흩어져 있는 가구 매장을 한곳에 모아 소비자에게 가구 쇼핑에 대한 편의성 제공
 - 웨딩홀, 카페, 가구 박물관, 애니메이션 박물관, 공원 등과 같은 각종 편의 시설을 조성
 - 쇼핑과 여가를 단지 내에서 동시에 즐길 수 있는 문화 관광자원의 역할
- 가구복합단지와 포천의 마홀앤의 차이점
 - 마홀앤은 판매와 유통 중심의 가구공동전시장과 공동물류센터를 건립하였음
 - 고양시 가구복합단지는 공동전시장과 물류센터와 함께 놀이시설, 휴게시설, 문화시설, 부대시설 등을 갖춘 유통·판매·휴식 중심의 단지 조성을 목표로 함

표 3-15 | 마홀앤 VS 고양가구복합단지

| 구분 | 고양가구복합단지 | 마홀앤 |
|-------|--|--|
| 목적 | • 가구 공동전시장과 공동물류센터 + 부대시설 | • 가구 공동전시장과 공동물류센터 |
| 방향 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구 판매 집적화(공동전시, 공동물류) • 지원시설 및 R&D 시설(디자인, 교육, 체험 등) • 친환경 문화거리(공원조성 등) • 4차 산업 도입(IT 기업유치 및 지식산업센터 등) | <ul style="list-style-type: none"> • 공동 판매 및 공동물류 • 가구산업 지원시설 - 촬영스튜디오, 가구디자인 연구소, 디자인, 스마트 공방 등 • 지원사업 - 품질인증, 산학협력, 온라인몰 오픈, 기술개발, 국가공모사업 추진 등 |
| 시설 | <ul style="list-style-type: none"> • 1층: 물류센터와 창고, 촬영 스튜디오 • 2층: 가구 공동전시판매장 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구판매점, 식당, 전문상가, 업무동 • 문화집회시설, 광장, 공원, 녹지, 하천 • 주차장 등 |
| 사업 추진 | <ul style="list-style-type: none"> • 고양가구협동조합(2013년) • 경기고양시 일산가구협동조합(2016년) • 고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사 용역(2015년 10월, 고양가구협동조합) • 경기도 가구산업 육성 및 지원 조례 제정(2020년) • 고양 덕아·대화 가구복합단지 조성사업(2022년 10월, 경기고양시 일산가구협동조합) • 고양가구박람회 (2011년부터 15회 추진) • 복합단지 조성에 관한 주민 동의, 설문, 세미나 등 개최 • 복합단지 조성 관련 고양시에 협조 요청 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구산업 발전계획 수립(경기도) • 경기포천가구산업협동조합 설립(2015년) • 원자재 공동구매, 산학협력디자인, 전시행사, 공동상표 런칭 등 • 가구공동전시판매장 및 물류센터 준공·개관 • 지원시설 설립 - 연구소, 공방, 온라인몰 • 지원사업 지속 추진 - 공모사업참여, 마케팅 촉진사업 참여, 기술개발, 산학협력, 축제, 인증사업 등 |

2. 고양시 가구업계 설문조사

1) 설문조사 주요 결과

□ 고양시 가구산업 기술 경쟁력

- 숙련자, 전문가가 많이 분포하여 가구생산의 원천 기술 확보율은 높으나 디자인 등 제품 개발 투자와 역량은 부족함
- 스마트 기술 등의 확보 부족으로 온라인시장 등이 비활성화함(인터넷, SNS 홍보 활용 확대 필요)

□ 고양시 가구산업 판매·유통·마케팅

- 판매, 전시 등의 공동전시장 구축 요구 큼
- 공동마케팅을 통한 공동물류센터 구축 등의 유통방식에 대한 구축 요구 큼
- 박람회, 전시회 등 필요성 큼
- 공동브랜드 구축을 통한 브랜드 인지도 확대 필요성
- 가구단지 종합지원센터 구축 요구 큼(가구밸리 등)

□ 고양시 가구산업 시장경쟁력

- 고양시 가구산업의 발전 의지는 매우 강하며 공동마케팅판매 참여에 높은 응답률을 보임
- 영세한 자본력과 디자인 카피 등으로 시장경쟁력이 약화와 인건비와 원자재 값 상승으로 가격경쟁력이 약화되고 이케아 등 대기업의 입점으로 경쟁이 심화됨
- 가정용 가구가 주로 유통되며, 사무용과 부엌 등 다양한 가구 유통 채널 확대가 필요함
- 질 좋은 유럽산과 중국, 동남아의 저가 가구의 수입이 확대되고 있으며 반면에 해외시장 정보 부족으로 중소기업 해외 진출이 어려움

2) 고양시 가구산업 현황 및 육성 필요성

□ 고양시 현황

- 고양시는 50년 역사를 자랑하는 가구단지로서 성장함
- 신도시 건설 등으로 수도권 규제에 따라 가구 생산업체의 대부분이 타 지자체로 이전함
- 브랜드파워를 확보하지 못한 상태에서 경쟁 지자체의 성장으로 가구산업은 위축됨
- 글로벌기업이 고양시에 입지하고 수입가구에 대한 수요의 증가로 가구산업이 위축됨

□ 고양시 육성 필요성

- 제조업을 중심으로 성장하고 있는 인접 지자체와 차별화 전략이 필요함
- 인구 100만의 대도시로서 판매·유통 중심의 가구시장 육성이 필요함
- 스마트, 친환경 신소재, 디자인, 인체공학적 가구 등 고부가가치 가구에 대한 준비 필요함
- 온라인시장 확대와 오프라인 시장의 활성화 방안 모색 필요함

3. 가구단지 조성에 대한 시민의견 조사

1) 조사 개요

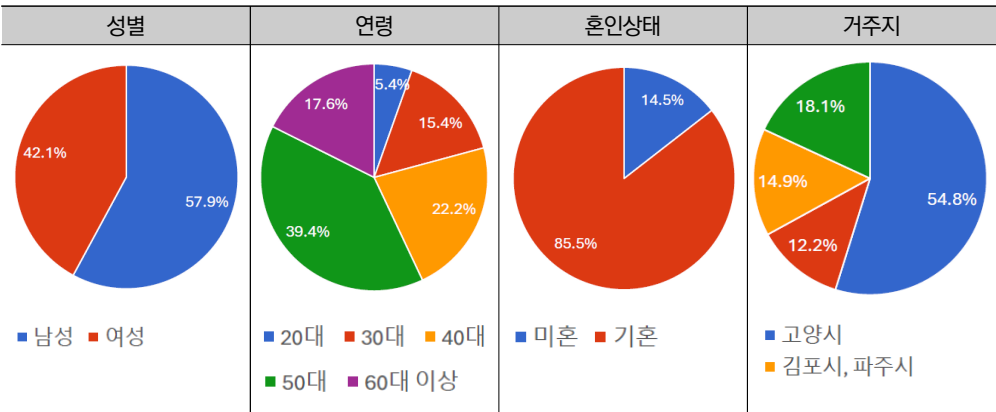
□ 조사 기간 및 대상

- 2024년 10월 서울시, 경기도 및 고양시 시민 221명을 대상으로 설문조사를 실시함²⁹⁾
 - 조사 대상자의 54.8%가 고양시에 거주하고, 성별은 남성이 57.9%, 여성 42.1%였으며, 기혼자가 85.5%를 차지함
 - 연령대는 50대가 39.4%로 가장 많았으며, 40대(22.2%), 60대(17.6%), 30대, 20대 순으로 조사됨

□ 조사 내용

- 고양가구복합단지 조성에 따른 단지 방문 의사, 평가, 희망 추가 시설 등

그림 3-10 | 시민대상 설문조사 - 인구통계학적 분포



〈자료〉 경기고양시일산가구협동조합(2024.10.28.). 「고양가구복합단지 조성 사업 설문조사 결과보고서.」

29) 경기고양시일산가구협동조합(2024.10.28.). 「고양가구복합단지 조성 사업 설문조사 결과보고서.」

2) 조사 결과

□ 고양시 가구유통단지 조성 의견

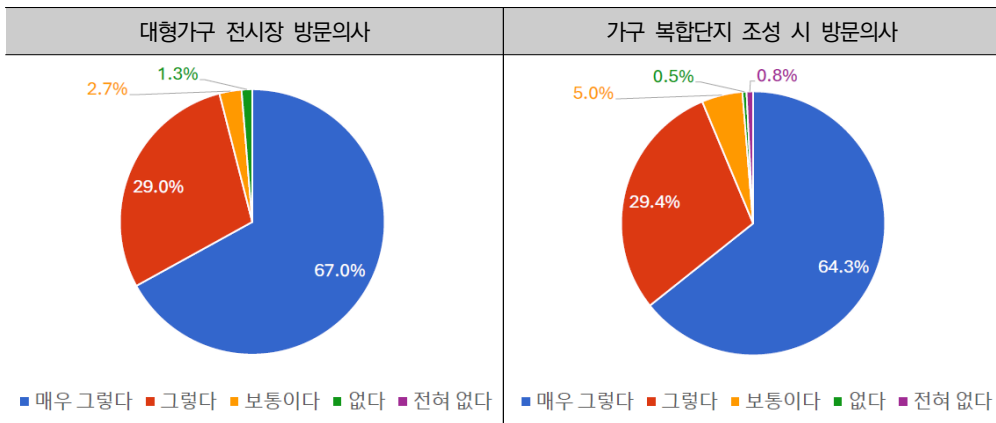
○ 대형가구 전시장 조성 시 방문의사

- 고양시에 다양한 가구를 한 곳에서 비교·구매할 수 있는 대형가구전시장이 조성될 경우 방문 의사는 '매우 그렇다'가 67.0%로 나타났으며, '그렇다'가 29.0%로 긍정적인 의견이 96.0%로 나타남

○ 가구 복합단지 조성 시 방문의사

- 가구 전시장과 함께 생활가전, 유아용품 판매시설, 카페, 공원 등 다양한 복합시설과 함께 조성될 경우 가구 구매 이외의 다른 목적으로 가구 복합단지를 방문할 의사가 있는지에 대해서 64.3%가 '매우 그렇다'로 조사됐으며, '그렇다'가 29.4%로 긍정적인 의견이 93.7%로 조사됨

그림 3-11 | 시민대상 설문조사 - 고양시 가구유통단지 조성 의견



〈자료〉 경기고양시일산가구협동조합(2024.10.28.). 「고양가구복합단지 조성 사업 설문조사 결과보고서.」

□ 지역경제 활성화와 부대 시설 의견

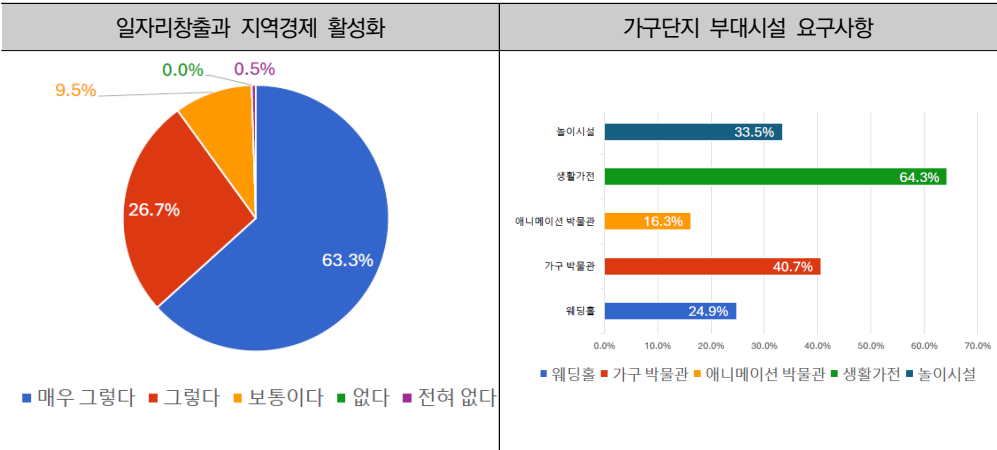
○ 일자리창출과 지역경제 활성화 의견

- 고양시 가구단지가 일자리창출과 지역경제 활성화에 도움이 될 것인지에 답변은 '매우 그렇다'가 63.3%, 그렇다가 26.7%로 90.0%가 긍정적으로 답변함

○ 가구복합단지 내 필요한 부대 시설에 대한 의견

- 고양시 가구단지 조성 시 함께 조성되면 좋은 시설로는 생활가전이 64.3%로 가장 높게 나타났으며, 가구 박물관(40.7%), 놀이시설(33.5%), 웨딩홀(24.9%), 애니메이션 박물관(16.35) 순으로 조사됨

그림 3-12 | 시민대상 설문조사 - 지역경제 활성화와 부대 시설 의견



〈자료〉 경기고양시일산가구협동조합(2024.10.28.). 「고양가구복합단지 조성 사업 설문조사 결과보고서.」

□ 긍정적인 의견

- 지역 경제 활성화: 일자리 창출, 지역 상권 발전, 고양시 이미지 개선 등 지역 경제에 기여할 것이라는 기대가 높음
- 편의성 증대: 한 곳에서 다양한 가구 및 생활용품을 비교하고 구매할 수 있어 편리하며, 가족 단위 고객을 위한 놀이시설, 식음료 시설 등이 함께 조성되면 좋겠다는 의견이 많음
- 다양한 상품 및 서비스: 가구뿐만 아니라 가전, 인테리어, 커튼, 도배, 타일 등 관련 상품 및 서비스를 한 곳에서 만날 수 있기를 바라는 의견이 많음
- 체험 공간: 가구 제작 체험, 디자인 상담 등 다양한 체험 공간이 마련에 대한 의견이 있음
- 교통 및 주차 편의: 대중교통 이용 편의성 증대 및 넉넉한 주차 공간 확보가 필요하다는 의견이 많음
- 가격경쟁력: 저렴하고 합리적인 가격으로 질 좋은 가구를 구매할 수 있기를 기대함
- 다양한 볼거리 및 즐길거리: 가구뿐만 아니라 문화시설, 놀이시설 등 다양한 볼거리와 즐길거리가 조성되면 좋겠음

□ 개선 건의

- 계획의 신속한 추진: 계획 단계에서 실제 조성까지의 시간을 단축하여 시민들의 기대에 부응해야 함
- 다양한 브랜드 유치: 다양한 가구 브랜드와 중소기업, 개인 디자이너의 참여를 유도하여 선택의 폭을 넓혀야 함
- 체계적인 시설 관리: 조성된 시설을 효율적으로 관리하여 쾌적한 쇼핑환경을 제공해야 함

- 지역 특성 반영: 고양시의 특성을 살린 차별화된 가구단지를 조성해야 함
- 지역 주민과의 소통: 조성 과정에서 지역 주민들의 의견을 적극 수렴하고 반영해야 함
- 기타 의견
 - 이케아와 같은 대형 가구매장과의 차별화된 경쟁력을 갖추기 위해 다양한 시도가 필요
 - 가구 제작, 디자인 등에 대한 교육 및 체험프로그램을 운영하여 시민들의 참여를 유도
 - 지역 내 학교, 문화시설 등과 연계하여 다양한 프로그램을 운영하여 지역사회와 연계 강화

4. 고양시 가구산업 성과와 문제점

- 고양시 가구산업 지원 성과
 - 2011년부터 2024년까지 15회의 고양가구박람회를 개최함
 - 고양시 가구산업 육성 및 지원 조례를 제정함(2020년 10월 22일)
 - 가구 판매·유통 코디네이터 양성 및 채용 지원사업(2017년)³⁰⁾
 - 고양시 가구산업 종합발전계획수립(2014년 5월 8일)
 - 이케아 입점 대비 가구산업 종합발전계획수립(2015년 1월 2일)
 - 고양가구 공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사(2015년 10월 26일)
- 고양시 가구산업 문제점
 - 수도권 규제에 따른 생산단지 축소
 - 수도권 규제에 따른 제조업의 육성이 불가해지면서 가구 생산단지가 축소됨
 - 다국적 가구기업 국내 진출(이케아, 오파인 등)
 - 2017년 이케아(DIY) 입점에 따른 고양시 중소 가구업체의 매출이 30~50% 감소하고 판매 시장 규모가 축소됨³¹⁾
 - 유통·판매점 산발적 입지
 - 약 60여 개 유통업체가 집적한 식사동의 고양가구단지, 약 80개의 유통업체가 모여있는 덕이동의 일산가구단지 등에 가구 유통업체가 산발적으로 입지하고 있음
 - 낙후된 시설과 주차공간 부족 등으로 타 지자체의 가구단지로 고객이 이동하고 있음

30) 연합뉴스(2017.08.07.). 고양시, 가구 산업 맞춤형 현장실무인력 양성 <https://www.yna.co.kr/view/RPR20170807003400353>

31) The Women Times(2017.10.30.). 이케아 고양시 진출 이후 지역중소가구 업체 매출 30~40%하락 <https://www.womentimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=38782>

○ 제조 경쟁력 약화로 가치 창출 감소

- 생산업체가 타 지자체로 이전하여 가구 대리점 등 유통업체를 중심으로 가구단지 조성
- 포천, 파주, 양주, 남양주, 의정부시 등에서 가구제조업이 위협적으로 성장함
- 고양은 타 지자체에 비해 제조업 경쟁력은 감소하고 유통·판매업은 상대적 우위에 있음

□ 고양시 가구산업 육성 방안

○ 유통·판매 중심의 가치사슬 차별화를 통해 고양 가구산업의 르네상스화

○ 타 지자체와 연계화를 통해 경기북부 가구단지 클러스터 구축의 중심축으로 성장

○ 가구산업의 발전을 위한 가구업체의 주도적이고 단일화된 대응 체계 구축 필요

- 가구산업의 주체인 업체 스스로가 주도적으로 가구산업 발전을 위한 노력 필요
 - 가구 공동판매를 위한 조달, 생산, 판매, 물류 및 AS에 이르는 가치사슬 전 과정의 시범사업 추진
 - 가구 온라인 판매를 위한 고양시 공동온라인플랫폼을 시범운영
 - 가구디자인 사업, 가구 교육사업, 공동 촬영스튜디오 구축 등 경기도 공모사업에 참여
 - 경기도 가구유통업의 중심축 구성을 위한 타 지자체와 협의체 구성

제3절 고양시 가구산업 SWOT 분석 및 잠재력

1. 고양시 가구산업 특성

- 신도시개발과 수도권 규제로 50년 전통의 고양시 가구제조업의 경쟁력은 약화됨
- 고양시 가구 도소매업은 현재 경기도 1위이나 성장률은 둔화됨
- 경기도의 영세기업 비중이 증가하고 도매업체 수는 증가하나 소매업체 수는 감소함
- 국내 가구산업은 내수를 기반으로 성장하고 중견업체의 수가 크게 증가하였고 수입 가구의 점유율이 증가함

표 3-16 | 국내 가구산업의 특성과 비교

| 구분 | 고양시 | 경기도 | 국내 |
|-------|---|---|--|
| 가구제조업 | <ul style="list-style-type: none"> 고양시 가구제조업 역사는 50년 이상임 신도시 개발과 수도권 규제로 제조업의 육성이 불가 제조업체들은 인근 지자체로 이주함 고양시 사업체 수는 남양주시, 포천시, 파주시에 이어 경기북부에서 4위를 차지 최근 고양시 사업체 수는 증가했으나 종사자 수는 감소함 | <ul style="list-style-type: none"> 고용증가율은 전국 증가율을 상회하나 영세화가 동시에 진행 가구 생산과 수출은 증가했으나 수입도 증가함 영세기업 비중은 확대되고 있으나 1~4명 규모의 기업 비중은 전국보다 낮음 5~19명 규모기업 비중은 전국보다 높음 1인당 출하액은 경기도 외 지역이 더 높음 | <ul style="list-style-type: none"> 내수를 기반으로 성장 20~49명 고용 규모 사업체가 크게 증가 10~19명 규모의 가구제조업체는 지속하여 감소 10인 이상 가구제조업에서 10억 미만의 영세 사업체는 감소 50억~300억 규모의 중견업체의 수가 크게 증가 |
| 가구유통업 | <ul style="list-style-type: none"> 가구 도소매업체는 꾸준히 증가하고 있음 고양시 가구 도소매업체는 경기도에서 1위를 차지함 경기도 대비 고양시 사업체 수는 10.8%, 종사자 수는 12.3%임 | <ul style="list-style-type: none"> 가구 도매업체 수는 꾸준히 증가하나 소매업체 수는 감소 추세 가구유통업에서 전국 대비 경기도 사업체 수는 28.3%, 종사자 수는 29.6%를 차지함(2022년) | <ul style="list-style-type: none"> 도매업체의 수는 증가하고 소매업체 수는 감소 유통의 대형화와 대기업의 유통 진출을 의미함 한샘, 현대리바트 등 대기업의 직영 매장이 확대되면서 매출도 증가함 |
| 수출입시장 | <ul style="list-style-type: none"> 2018년부터 2023년까지 고양시 수출액은 증가하고 수입액은 감소하였음 2023년 고양시 수출액은 79,082천 달러이며 수입액은 56,378천 달러로 무역수지는 22,705천 달러로 흑자임 | <ul style="list-style-type: none"> 수입점유율은 2016년 33.1%, 생산 대비 수출 비중은 19.7%임 수입제품의 시장점유율이 지속적으로 확대됨 | <ul style="list-style-type: none"> 내수시장의 수입가구 점유율이 증가하고, 중국 수출이 감소하면서 무역수지 적자가 심화됨 국내 가구산업은 수입이 증가하면서 2016년을 기준으로 수입·수출 증가율이 국내 가수 생산·내수 증가율을 앞섬 |

2. 고양시 가구산업 SWOT 분석 및 잠재력

□ 고양시 SWOT 분석

- 강점: 가구단지의 오랜 역사와 가구산업의 집적화
- 약점: 제조 산업의 경쟁력 약화와 영세한 중소 도소매상 중심의 가구유통업 유지
- 기회: 가구 판매·유통 중심의 가치사슬 구축
- 위협: 이케아 등 글로벌기업의 국내 진출과 포천 등 인접지자체 가구유통산업 활성화

표 3-17 | 고양시 가구산업 SWOT 분석

| 강점(Strength) | 약점(Weakness) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 가구단지의 오랜 역사와 집적화 • 소비자의 지리적 접근성 우수 • 가구 도소매 업체 수 경기도 1위 • 우수한 교통 체계와 접근성 • 도시로서의 확장성 높음 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구산업의 브랜드파워 취약 • 영세한 중소기업 중심 • 디자인 등의 연구개발을 위한 투자 미흡 • 원자재 높은 관세율로 원가부담 가중 • 가구 전문가 양성을 위한 교육기관 부족 • 생산업체 타 지자체로 이주 |
| 기회(Opportunity) | 위협(Threat) |
| <ul style="list-style-type: none"> • 경기·고양의 판매·유통 중심의 가치사슬 구축 • 전시·홍보 마케팅 환경조성 • VR, AR 등을 활용한 체험관 구축 • AI, 바이오 등 융합을 통한 맞춤형 가구 시장 확대 • 건축 시장의 활성화를 통한 수요 증가 기대 • 수도권으로부터 인적자원 유입이 용이 | <ul style="list-style-type: none"> • 이케아 등 글로벌기업 입점으로 시장경쟁 심화 • 인터넷 시장의 확대로 오프라인 판매시장 부진 • 온라인 가구시장의 활성화 • 부동산시장과 주택시장 침체 • 경기북부의 인접 지자체의 가구 제조업 성장 • 포천시 가구 공동전시장 및 물류센터 건립 |

□ 고양시 SWOT 잠재력

- 강점-기회: 판매·유통 중심의 가구산업을 육성하고 경기북부 판매·유통의 중심으로 확대·성장 가능함
- 약점-기회: 수도권 규제로 가구제조업 육성이 불가하여 고부가가치 중심의 판매, 유통 및 서비스업에 집중이 필요함
- 강점-위협: 글로벌기업과의 경쟁이 심화되고 있어 고양시는 경기북부의 유통시장 중심의 가구산업의 육성이 필요함
- 약점-위협: 저가의 수입가구 증가와 온라인시장 확대에 따라 이에 대한 대응과 시장 차별화 전략 필요

표 3-18 | 고양시 가구산업 SWOT 잠재력

| 고양시 | 강점(Strength) | 약점(Weakness) |
|---------------------|--|---|
| 기회 (Opportunity) | <ul style="list-style-type: none"> 경기북부 최고의 판매·유통 중심의 가구 산업 육성 스마트기술을 활용 가구산업 육성 융합산업으로의 고부가가치 창출 | <ul style="list-style-type: none"> 가구제조업 육성이 불가하여 고부가가치 중심의 판매, 유통 및 서비스업에 집중 고양시 가구 브랜드화 수출입 등 고소득 성장을 위한 전문인력 양성 |
| 위협 (Threat) | <ul style="list-style-type: none"> 이케아와 유통시장 경쟁 필요 프리미엄 가구 등 가구산업의 색깔 필요 가구제조업 중심의 인근 지자체와 유통을 중심의 광역 가구산업생태계 조성으로 상생협력 | <ul style="list-style-type: none"> 저가의 수입 가구의 증가에 따른 브랜드 파워 확보 오프라인 시장의 악화에 따른 온라인 및 SNS를 통한 시장 확장 인접 지자체의 제조업과 차별화 전략 |

□ 고양시 가구산업 육성방향

○ 경기북부의 주요 판매·유통의 중심축 확보 방안 모색

- 경기도 가구기업의 필요로 하는 지원은 판로개척 및 마케팅 지원이 1위로 조사됨. 경기 북부 대부분의 지자체는 제조업을 중심으로 발전하고 있어 판매와 소매는 부족한 상황임
- 경기북부는 제조업 중심으로 가구산업이 성장하여 판매·유통을 담당하는 지자체 필요함

○ 경기북부의 물류 중심망 확보로 가구산업의 차별화 방안 모색

- 인접도시에서 생산된 가구제품을 전시·판매할 수 있는 전시장과 유통망을 확보
- 타 지자체에서 생산된 가구를 전국으로, 전 세계로 판매할 수 있는 물류 중심 확보

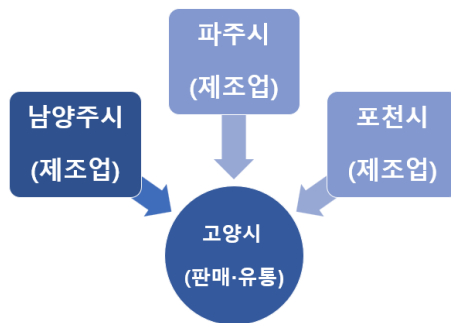
○ 가구산업의 고부가가치화

- 콘텐츠산업, 디지털산업, 바이오산업 등과 연계하여 고부가가치화 방향 모색
- 가구산업의 체험관 등을 확보하여 시민과의 접점을 확보하고 고부가가치화 주도

○ 경기북부 가구산업의 중심축 구축

- 판매 유통을 중심으로 경기북부의 타 지자체의 제조환경과 상생 협력하는 방향 구축

그림 3-13 | 고양시 가구산업 육성방향



3. 고양시 가구산업의 현재와 미래

- 제조, 유통, 물류에 이르는 산업생태계에서 고양시는 디자인, 기술개발 등 고부가가치화에 중점을 두는 것이 필요하며 공동전시장과 공동물류망을 구축하는 것이 필요함
- 글로벌 가구시장이 확대되면서 수출시장 확대를 위한 노력과 온라인시장의 구축이 필요함
- 지역산업과 연계하여 실감기술 기반 가상 전시·판매 서비스를 제공하고 맞춤형, 인체공학적 가구 등의 고부가가치 시장을 구축 및 확대하는 것이 필요함

표 3-19 | 고양시 가구산업 현재(AS-IS) vs. 미래(TO-BE)

| 구분 | 현재(AS-IS) | 미래(TO-BE) |
|-----------|---|--|
| 가구제조업 | <ul style="list-style-type: none"> • 수도권 규제로 제조업 확장 불가 • 개인업체 구조의 제조업 영세화 • 타 지자체로 제조업체 이주 | <ul style="list-style-type: none"> • 디자인, 신소재, 친환경 소재 등 고부가가치 가구산업 육성 및 연구개발에 집중 • 인재 양성 및 교육과정 개발에 집중 |
| 가구유통업 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구단지의 시설 및 노후화 • 가구 유통단지 산발적 분포 • 가구 도소매업 경기도에서 점유율 최고 • 타 지자체 대비 성장을 낮음 • 다국적 기업의 고양시 입지 | <ul style="list-style-type: none"> • 현대화되고 집적화된 가구유통단지 구축 필요(고양시, 경기북부의 중심) • 가구 종합전시관 유통단지 필요 • 가구박물관 등 홍보·관광화 필요 • 다국적 기업과의 경쟁적 상생 방향 확보 |
| 가구물류 | <ul style="list-style-type: none"> • 소매업자의 개별적 물류로 고비용 구조 • 개별 물류 창고 운영으로 관리 비용 증가 • AS 및 사후관리 서비스에 취약하여 가구 대기업 대비 경쟁력 약화 | <ul style="list-style-type: none"> • 공동물류로 비용 효율화 • 공동물류창고 구축 및 운영으로 관리 비용 효율화 • 가구 풀필먼트 구축으로 경쟁력 확보 |
| 수출입시장 | <ul style="list-style-type: none"> • 내수시장에 주력 • 내수시장 포화로 성장을 하락 • 중국 등 저비용 국가에서 가구 생산 • Offline 시장 중심 수출입시장 비활성화 | <ul style="list-style-type: none"> • 수출시장 필요 • 고수익 구조의 수출시장 개척 • 중국 등 저비용 국가에서 가구 생산 확대 • Online 중심의 수출입시장 확대 |
| 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> • Offline 위주의 가구시장으로 소비자의 편의성이 떨어지고 Online 경쟁시장 확대로 경쟁력 약화 • 다국적 가구기업의 대형매장의 테마, 체험, 휴식 위주의 서비스 제공 | <ul style="list-style-type: none"> • VR, AR 등 실감기술 체험 서비스 제공 • AI기반 맞춤형 서비스 제공 • Online 기반 가구 플랫폼 서비스 제공 • 고양시 가구단지의 소비자 중심의 휴식 등의 서비스 제공 |
| 가구융복합 산업화 | <ul style="list-style-type: none"> • 가구만의 고유 특성에 집중된 산업에 치중 | <ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠, 바이오, AI 등의 산업과 융합하여 디자인, 맞춤형, 인체공학적 등 고부가가치 가구산업 육성 |

제4장 고양시 가구산업 종합발전계획

제1절 비전 및 목표

제2절 육성전략

제3절 추진과제

제4절 성과관리 방안

제5절 추진체계

제1절 비전 및 목표

1. 비전 및 목표

1) 미션: 고양시 가구산업의 르네상스

2) 비전: 고양시 가구산업 진흥 및 경쟁력 강화

3) 목표: 가구의 판매·유통 집적화를 통해 경기북부 제1의 판매·유통 시장 조성

4) 핵심가치

- (집적화) 가구산업 물류, 유통, 판매의 집적화
- (활성화) 소비자 중심의 가구산업 육성으로 소비 활성화
- (차별화) 물류, 유통, 판매망을 중심으로 유통·판매·소비 가치생태계 구축
- (연계화) 경기북부 타 지자체와 파트너십으로 상생협력의 가구산업 클러스터 연계망 구축

5) 추진방향

- 방향 1: 가구 물류, 유통, 판매의 집적화로 진흥 지역 조성(고양시에서 경기북부로 확대)
- 방향 2: 판매망 확보와 전시회 개최로 물류, 유통 및 소비에 이르는 상권 활성화
- 방향 3: 가구산업의 융·복합산업 육성을 통한 고부가가치산업으로 육성
- 방향 4: 경기북부 가구산업의 육성을 위한 유통·판매망의 중심축 구축

표 4-1 | 고양시 가구산업 비전 및 목표

| 미션 | | | |
|--|---------|---------|---------|
| 고양시 가구산업의 르네상스 | | | |
| 비전 | | | |
| 가구산업 진흥 및 경쟁력 강화 | | | |
| 목표 | | | |
| 경기북부 제1의 판매·유통 시장 조성 | | | |
| 핵심가치 | | | |
| 집적화(산업) | 활성화(소비) | 차별화(가치) | 연계화(협업) |
| 추진방향 | | | |
| 경기북부 가구 물류·유통·판매의 집적화 판매망 확보와 전시회 등을 통한 가구 소비 상권 활성화 산업생태계의 물류·유통·판매를 중심으로 선택과 집중을 통해 고양형 가구산업 육성 경기북부의 타 지자체와 파트너십을 통한 전국 제1의 가구산업 클러스터 구축 | | | |

그림 4-1 | 고양시 가구산업 육성 방향

| 고양형 가구산업 클러스터 구축 | 물류 및 전시판매 인프라 확대 | 디지털콘텐츠 제작 지원 | 브랜드 중심 마케팅 전략 |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- 물류, 전시, 판매 유통 중심의 가구산업 클러스터 조성- 협동조합 중심 운영 체계 도입으로 기업 간 협력 강화- 지역 내 기업 간 협력을 통한 운영 효율성 증대- 고양시 가구산업의 집적화와 경쟁력 강화 | <ul style="list-style-type: none">- 물류센터 및 전시판매장 건립으로 물류 효율성과 시장 접근성 개선- 직거래 플랫폼 운영으로 소비자와 기업 간 연결 강화- 소비자 접근성 강화 및 직거래 활성화- 기업의 운영비 절감과 시장 점유율 확대 | <ul style="list-style-type: none">- 촬영 스튜디오 운영 및 전문 마케팅 지원 프로그램 도입- 중소기업의 디지털 홍보 역량 강화 지원- 고품질 마케팅 콘텐츠로 브랜드 이미지 제고- 디지털 채널 활용 확대를 통한 매출 증대 | <ul style="list-style-type: none">- ‘고양가구’ 브랜드 개발 및 공동 마케팅 캠페인 운영- 고양시 가구산업의 신뢰도 및 경쟁력 제고- 지역 특화 브랜딩으로 소비자 신뢰 확보- 지속 가능한 마케팅 구조 구축 |

제2절 육성전략

1. 전략 및 추진내용

□ 6대 전략

- 유통·판매, 물류 중심의 가치사슬 구축, 경쟁력 강화, 경기북부 파트너십 구축으로 상생협력, 국내외 시장 변화에 민첩한 대응과 융·복합산업화로 고부가가치화로 함

□ 주요 추진 내용

- 유통·판매 활성화, 공동물류체계 확보, 인력양성과 제품개발, 경기북부 파트너십 구축, 가구시장의 신티렌드 반영과 융·복합산업화를 통한 고부가가치산업으로의 육성으로 구성됨

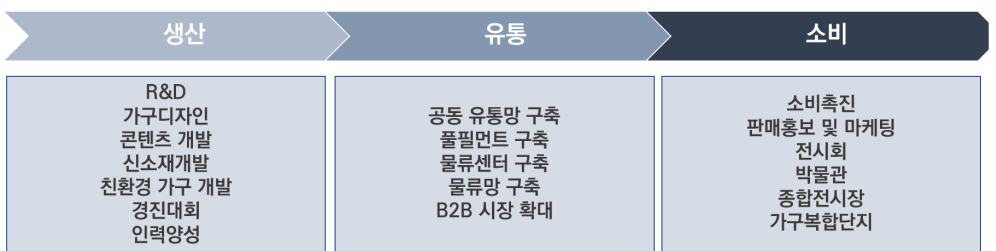
표 4-2 | 고양시 가구산업 육성 추진과제

| 전략 | 추진과제 | 추진내용 |
|-------------------------|--|-------------------------------------|
| 1. 환경개선으로 유통, 판매 인프라 조성 | ① 환경개선 사업 ② 전시 및 판매 공동 인프라 조성 ③ 온오프라인 홍보 지원 | 유통·판매 |
| 2. 공동 물류망 확보 | ① 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 ② 물류 통합관리 및 운영강화 ③ 가구 풀필먼트(fulfillment) 구축 ④ 수출지원 | 물류·유통 |
| 3. 가구산업 경쟁력 강화 | ① 가구인력 양성 ② 가구디자인 및 제품개발 지원 ③ 가구 연구소 구축지원 | 인력양성, 제품개발, 연구개발 |
| 4. 가구산업 파트너십 구축 | ① 가구 공동브랜드 개발지원 ② 경기북부 가구산업 협의회 구성 및 운영 ③ 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 ④ 유기적 산업생태계 구축지원 | 고양시 가구산업 차별화를 통해 경기북부와 유기적 산업생태계 구축 |
| 5. 국내외 시장 트렌드 반영 | ① 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 ② 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성지원 ③ 맞춤형 가구산업 육성지원 ④ 국내외 경진대회 및 가구 전시회 참가 지원 | 가구시장 신규 트렌드 반영 |
| 6. 가구 융·복합산업 육성 | ① 조명 등 가구 고부가가치산업의 육성 ② 공예 등의 가구 액세서리 연관산업 육성 ③ 실감미디어 등 가구 체험장 구축지원 ④ 가구박물관 구축지원 | 융·복합산업화를 통한 고부가가치화 |

□ 가구산업생태계 전략

- 고양시 가구산업의 육성은 산업생태계 구축을 목적으로 함
 - 단기적으로 소비와 판매를 중심으로 소비활성화에 중점을 두고 유통확대 등의 추진 전략
- 제조업 중심의 생산 제약으로 유통 물류 중심의 산업 육성
 - 경기북부의 가구 생산을 체계적으로 지원하기 위해 고양시는 R&D, 디자인, 자체브랜드 개발과 인력양성에 중점으로 두고 순차적으로 추진
- 가치사슬 단계별 고양시 가구산업육성 전략
 - 생산
 - 고양시는 제조가 불가하여 직접적인 생산보다 고부가가치 생산을 위한 R&D, 가구디자인, 콘텐츠개발, 신소재개발, 친환경 가구 개발 등의 인프라 조성을 지원함
 - 경진대회 등을 통해 디자인, 가구 콘텐츠, 기술개발 등을 지원함
 - 가구산업의 전문인력양성과 기술 계승을 위한 인프라를 조성함
 - 유통
 - 고양시 중심의 경기북부 가구산업의 활성화를 위한 공동 유통망을 구축함
 - 온라인 판매와 홈퍼니싱 시장 활성화에 따라 풀필먼트 시장을 지원할 수 있는 체계 마련을 위한 지원전략을 구축함
 - 가구 유통과 소비의 활성화를 위한 공동물류망 구축을 지원함
 - 고양시 대규모사업 진행에 따른 사무용 가구산업, 풀필먼트 시장 확대에 따라 B2B 시장에 대한 체계적인 대응을 위한 지원전략을 구축함
 - 소비
 - 가구 온라인 판매가 국내외적으로 증가하고 있어 공동 온라인시장 구축을 위한 지원이 필요함
 - 가구사정의 소비 촉진을 위한 판매 홍보 및 마케팅을 확대하고 전시회, 박물관, 종합전시장, 가구복합단지 구축을 위해 지원함

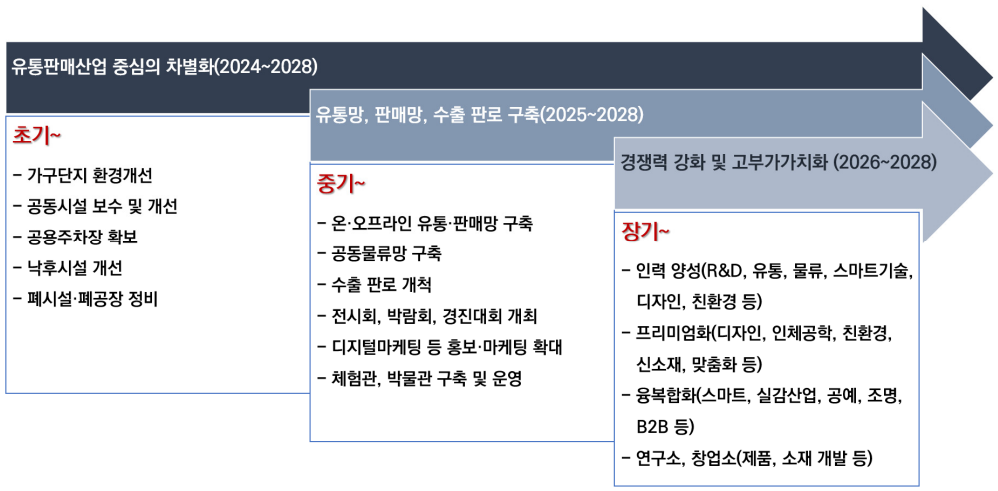
그림 4-2 | 가치사슬 단계별 전략



2. 과제수행 단계별 추진방안

- 초기: 시설 개선과 유통·판매 중심의 육성(2024년~2028년)
 - 가구단지 환경개선, 유통·판매 중심의 육성 방향 구축, 경기북부 타 지자체와의 차별화 방안 모색
 - 가구단지 공공시설 보수 및 개선, 공용주차장 확보, 낙후시설 개선, 폐시설 정비 등
- 중기: 유통망, 판매망, 물류망 및 수출 판로 구축(2025년~2028년)
 - 가구산업의 르네상스 시대를 주도할 유통산업 중심의 가구산업 육성
 - 유통·판매망, 물류망 구축 및 수출 판로개척
 - 전시회, 박람회, 경진대회 개최 및 디지털마케팅 등 홍보·마케팅 확대
 - 체험관, 박물관 운영으로 소비자와의 접점 확대
- 장기: 경쟁력 강화 및 고부가가치화(2026년~2028년)
 - 인력양성으로 경쟁력 확보, 디자인 프리미엄화와 융복합 산업화를 통한 고부가가치화
 - 생산, 유통, 물류, 기술, 디자인, 친환경, 신소재 등 전문인력양성
 - 예술적, 현대적, 감각적, 인체공학적 디자인 등 기술개발에 주력, 친환경 가구산업 선도
 - 스마트, IT, AI, 실감미디어, 공예, 조명 등의 산업과 융복합산업화 추진
 - 연구개발과 스타트업의 창업을 지원하고 제품, 소재 개발 등을 지원

그림 4-3 | 단계별 과제수행 전략



3. 6대 전략

1) 전략 1: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

□ 고양시 가구단지의 환경개선 및 쾌적한 쇼핑환경 제공으로 가구산업 경쟁력을 강화함

그림 4-4 | 전략1. 환경개선 및 유통·판매 인프라 조성

전략 1. 환경개선 및 유통·판매 인프라 조성

고양시 가구단지의 환경 개선 및 쾌적한 쇼핑환경 제공으로 경쟁력 강화

| 가구시장 환경 현황 | |
|--------------------|--|
| [실천과제] | [가구단지 환경 현황] |
| ① 환경개선사업 | 파주가구단지 가구제조업의 육성과 함께 도소매업을 위한 대리점 등과 편리한 주차시설 등 부대시설을 갖춘 판매시장을 조성함 |
| ② 전시 및 판매 공동인프라 조성 | 광주가구단지 가구의 생산과 소비의 자족도시 구축을 위한 집적지구 지정, 가구거리조성사업 등을 통한 광주시 종합전시판매장 건립을 추진중 |
| ③ 온·오프라인 홍보 지원 | 포천가구단지 가구 공동전시판매장 및 공동물류 건립 및 운영 |
| | 이케아, 니토리 입점 대규모 참고형 매장, 대형마트 입점 전략 등으로 쇼핑과 함께 휴식과 소통의 공간 제공 |

- 경기북부의 가구 생산을 중심으로 제조업이 성장함에 따라 생산과 소비 시설을 갖춘 가구단지, 가구거리, 종합전시판매장 조성 등을 통한 판매시장 구축 필요성 증대
- 고양시의 산발적이고 노후화된 시설로 경쟁력 하락 등으로 환경개선의 필요성 증대
- 다국적 기업의 가구 쇼핑과 함께 체험형, 테마파크, 놀이형 등의 장소 제공

고양시 유통·판매환경 구축

2) 전략 2: 공동물류망 확보

□ 고양시 중소 영세기업 중심의 소매시장으로 형성된 가구시장은 물류 및 유통에 취약함

그림 4-5 | 전략2. 공동물류망 확보

전략 2. 공동 물류망 확보

중소 영세기업 중심의 소매시장 중심으로 형성된 가구시장은 물류 및 유통에 취약

| 실천과제 | 가구유통산업 현황 |
|---------------------------|--|
| ① 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 | 중소영세기업 2016년 기준 10인 이하의 사업체 수는 전체의 90%를 넘을 정도로 규모가 영세함 |
| ② 물류 통합관리 및 운영강화 | 제조업체에겐 판매비용이 비싸고 소매업체에겐 자체적인 재고관리가 부담스럽고 |
| ③ 풀필먼트(fulfillment) 구축 | 큰 부피와 높은 보관비용은 개별 소매업체의 유통 장악력 떨어뜨림 |
| ④ 수출 지원 | 가구유통산업 (도매업체) 대형 물류관리센터를 확보하고 있는 도매업체들의 역할 중요성이 커짐 |
| | (중간유통) 중간 유통업체와 다단계 유통 구조 형성 |
| | (소매업체) 가구거리 및 가구단지 형성으로 소매업체를 중심으로 군집을 형성 |
| | 풀필먼트 시장 확대 홈퍼니싱 및 유통 기업은 대형 가구 보관 위한 물류센터 투자 확대 |

- 고양시 판매시장은 소매업체 중심으로 유통 및 물류, 보관 비용의 부담이 큼
- 고양시 가구단지의 공동 물류망 확보로 효율적인 물류체계 구축
- 고양시를 중심으로 경기북부의 공동된 유통·물류망 확보
- 공동 물류망을 중심으로 수출체계 구축
- 홈퍼니싱 및 대형 물류시장 확대에 대응

가구업체의 공동 유통·물류망 확보
➢ 경기북부 유통·물류의 중심

3) 전략 3: 가구산업 경쟁력 강화

□ 가구산업의 구조 및 트렌드 변화에 따른 대응으로 시장경쟁력을 강화함

그림 4-6 | 전략3. 가구산업 경쟁력 강화

전략 3. 가구산업 경쟁력 강화

가구산업의 구조 및 트렌드 변화에 따른 대응으로 시장경쟁력 강화

생활 수준의 향상으로 디자인을 통한 가구 경쟁력 향상이 독일, 이탈리아의 명품가구의 산업 환경을 통해 증명

- 가구는 소재와 디자인, 성능 등 소량으로 생산되고 기술 수준에 따라 부가가치가 생성
- 특히 목재가구는 많은 시간과 인력이 필요한 산업으로 높은 부가가치를 올림
- 실용적 가치 측면에서 인체공학적으로 설계된 의자, 높낮이 조절이 가능한 책상, 상·하체 부분 각도 조절 등이 가능한 침대 등 고부가가치화 됨

| | | |
|---|---|--|
| 가구인력양성 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 인체공학적인 디자인, 예술적 디자인 등 고부가가치 창출이 가능한 인력양성 ▶ AI 기반 맞춤형, 스마트, 친환경, 신소재 중심의 가구 제품개발이 가능한 인력양성 ▶ 물류, 유통의 스마트한 운영·관리를 위한 인력양성 | 가구 디자인 및 제품개발 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 디자인 및 제품개발 ▶ 가구산업의 고부가가치화 ▶ 가구산업의 글로벌 경쟁력 확보 | 연구지원 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 경기북부 가구산업의 육성 방향 제시 ▶ 가구디자인, 제품개발, 신소재 개발 등을 연구 |
|---|---|--|

4) 전략 4: 경기북부 가구산업 파트너십 구축

□ 경기북부 지자체 간의 역할분담 및 협업적 산업생태계 구성으로 상생발전 전략을 모색함

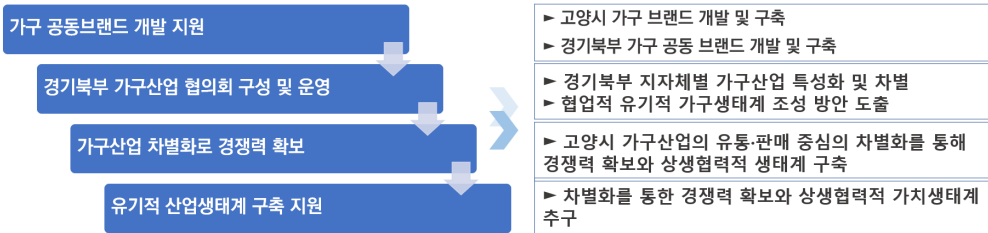
그림 4-7 | 전략4. 경기북부 가구산업 파트너십 구축

전략 4. 경기북부 가구산업 파트너십 구축

경기북부 가구산업의 역할분담 및 협업적 산업생태계 구성으로 상생발전 전략

고양시를 중심으로 경기북부 가구산업생태계 성장 체계 구축

- 경기북부의 지자체 간의 차별화 전략으로 생산과 유통, 판매 등을 분업화하고 협업적 협력관계 구축으로 유기적 산업생태계 구축이 필요함
- 이를 위해서 경기북부 가구 공동브랜드를 개발하고, 공동 물류와 판매 등의 협력적 추진과 관리 등을 위한 방안 모색을 위한 협의체를 구성하고 운영할 필요가 있음



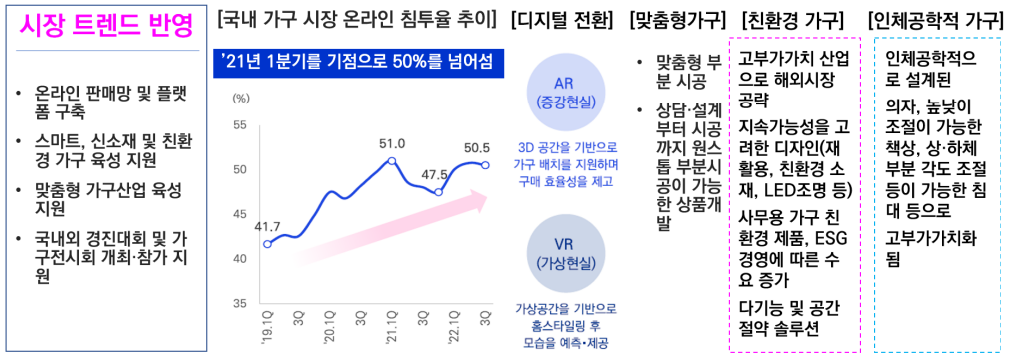
5) 전략 5: 국내외 시장 트렌드 반영

□ 국내외 시장 트렌드와 패러다임의 변화에 따른 대응 전략을 모색함

그림 4-8 | 전략5. 국내외 시장 트렌드 반영

전략 5. 국내외 시장 트렌드 반영

온라인 시장, 스마트 기술시장, 신소재 및 친환경 시장 등 패러다임의 변화에 대응하고 맞춤형 가구산업 육성 전략, 시장 트렌드 반영과 발전을 위한 경진대회 및 가구전시회 지원



6) 전략 6: 가구 융복합산업 육성

□ 가구산업과 연계산업의 융복합화를 통한 가구산업의 육성 전략을 모색함

그림 4-9 | 전략6. 가구 융복합산업 육성

전략 6. 가구 융복합산업 육성

고부가가치 창출이 가능한 조명, 공예 등 융복합화를 통한 가구산업 육성 전략
가구 체험전시장, 가구박물관 구축 등을 통한 가구문화 확산과 마케팅·홍보 전략

| 고부가가치화를 위한 융복합화 전략 | 체험전시장·박물관 등 마케팅·홍보 전략 |
|--|---|
| 조명, 공예, 생활용품 등 가구 융·복합산업의 육성 | 가구체험 전시산업 육성지원 경기북부 가구산업의 역사를 전시하는 가구박물관구축 |
| <p>세계 가구산업은 2022년 5천억 달러 수준에서 2030년 8천억 달러 수준으로 성장할 것으로 예측되며 이중 조명 시장이 1,000억 달러 수준으로 예측됨</p> <p>폴란드의 세계 수출시장에서 조명과 전등류가 차지하는 비율이 8.5%</p> <p>조명기구는 스마트기술 등과의 콜라보레이션을 통한 프리미엄화 추세</p> <p>공예디자인을 기반으로 생활용품, 라이프스타일과 트렌드를 제안</p> | <p>체험형 테마파크, 놀이형 등 장소 제공</p> <p>VR, AR 등 실감기술을 활용한 체험관 구축</p> <p>종합 가구문화단지 조성 체험+즐기기+정보공유 등</p> <p>경기북부, 고양시 등 가구산업의 역사박물관 구축</p> |

제3절 추진과제

1. 전략 1: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

과제 1-1) 환경개선 사업

□ 목적

- 고양시 가구단지의 환경개선으로 쾌적한 쇼핑환경 제공

□ 필요성

- 고양시 가구 판매 단지의 시설 노후화에 따른 수익성 악화와 이케아 등 다국적 기업의 소비자 편의성 증대에 따른 고양시 가구단지의 경쟁력 악화
- 주차공간 등의 부족과 편의시설 낙후 등으로 소비자의 편의성이 떨어짐

□ 사례 및 근거

- 포천시 마홀앤 시설개선 지원사업(2023)
- 광고주 가구거리 조성사업 추진(2019)
- 이케아, 니토리, 나뚜찌 등의 글로벌 가구기업이 국내 진출하여 고객에게 가구전시장과 함께 복합문화공간 등을 제공함

□ 추진내용

- 고양시 가구단지의 공동 주차공간, 공용화장실 등 공공시설의 환경개선
- 가구단지 내의 간판 정리, 폐건물, 폐공장 등의 주변 환경개선

표 4-3 | 추진내용: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

| 사업명 | 추진내용 |
|--------|---|
| 환경개선사업 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구단지 • 내용: 폐건물, 폐공장 주변환경 개선(2024~5), 공용화장실 등 환경개선(2026), 공동주차공간 확보 및 개선(2027), 공공시설 확보 및 개선(2028) • 지원: 경기도 및 중소벤처기업부 지원제도 활용 • 분야: 환경개선 |

표 4-4 | 연차별: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---------|--------------|--------------|-------------------|------------------|--------------|
| 환경개선사업 | 폐건물 주변 환경 개선 | 폐공장 주변 환경 개선 | 공용화장실 등 공공시설 환경개선 | 공동 주차 공간 확보 및 개선 | 공공시설 확보 및 개선 |
| 예산(백만원) | 200 | 500 | 100 | 50 | 50 |

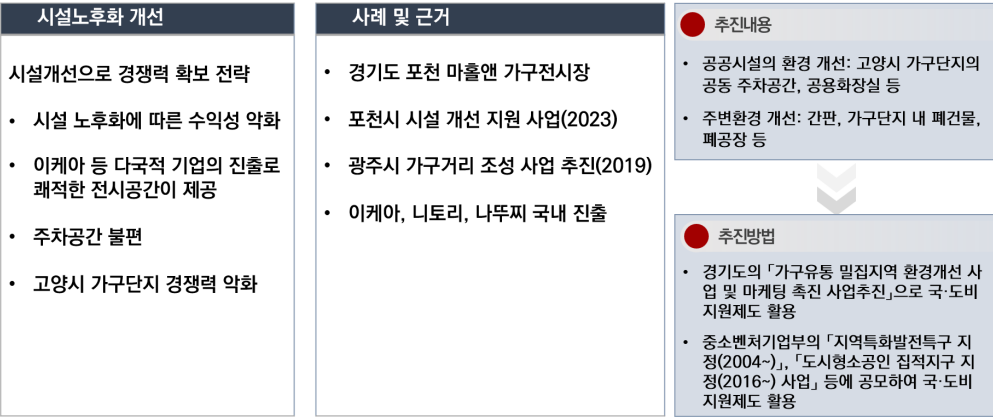
□ 추진방법

- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」으로 국·도비 지원제도 활용
- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~) 사업」 등에 공모하여 국·도비 지원제도 활용

그림 4-10 | 과제 1-1: 환경개선 사업

과제 1-1. 환경개선 사업

고양시 가구단지의 환경 개선으로 쾌적한 쇼핑환경 제공으로 경쟁력 강화



과제 1-2) 전시 및 판매 공동 인프라 조성

- 목적
 - 공동판매시설 등을 갖춘 전시장·판매장 및 가구단지의 조성으로 판매 및 유통의 집적화와 판매 활성화
- 필요성
 - 산발적으로 가구단지가 조성되어 있어 판매 및 구매의 편의성이 떨어짐
 - 고양시는 수도권 규제에 따라 가구 제조업의 육성이 불가하여 유통 및 판매 등의 서비스업을 중심으로 육성하는 것이 필요함
- 추진사례
 - 경기도 포천 마홀엔 가구공동전시판매장 및 가구공동물류센터 구축
 - 마홀엔은 가구 원자재 공동구입체계 구축
 - 마홀엔 온라인몰(M&리빙) 구축 및 운영(포천시 지원)
 - 이탈리아 공동판매협의체(Meda)
- 추진내용
 - 공동 유통·판매시설 및 인프라 조성 지원
 - 공동 가구전시장 조성 지원

표 4-5 | 추진내용: 전시 및 판매 공동 인프라 조성

| 사업명 | 추진내용 |
|-------------------------|---|
| 전시 및 판매 공동 인프라 조성 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구단지 • 내용: 판매시설 기획지원(2024), 판매시설 추진방안 모색(2025), 판매시설 구축 지원(2026), 전시장 기획 및 공모사업 추진(2027), 전시장 마련 및 구축 지원(2028) • 지원: 산업통상자원부 및 중소벤처기업부 공모사업 등의 지원제도 활용 • 분야: 유통·판매 |

표 4-6 | 연차별: 전시 및 판매 공동 인프라 조성

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|---------------|
| 판매 공동 인프라 조성 | 유통·판매시설 기획지원 | 공동 판매시설 공모사업 추진 등 지원 | 공동 판매시설 구축지원 | 공동 판매시설 구축지원 | 공동 판매시설 구축지원 |
| 전시 공동 인프라 조성 | - | - | 전시장 기획지원 | 전시장 구축을 위한 공모사업 추진 지원 | 전시장 마련 및 구축지원 |
| 예산(백만원) | 20 | 50 | 100 | 300 | 500 |

□ 추진방법

- 산업통상자원부의 생활산업 경쟁력 강화 사업의 「가구 유통판매시설 건립 지원」제도 활용
- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」 제도 활용

그림 4-11 | 과제 1-2: 전시 및 판매 공동 인프라 조성

공동판매시설 등을 갖춘 전시장 및 가구단지의 조성 >> 판매 및 유통의 집적화와 판매 활성화

| 고양시 현황 | 추진 내용 | 추진 사례 | 추진방법 |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• 산발적으로 가구단지가 조성되어 있어 판매 및 구매의 편의성이 떨어짐• 수도권 규제에 따라 가구 제조업 육성 불가• 유통 및 판매 등의 서비스업을 중심의 육성이 요구됨 | <ul style="list-style-type: none">• 공동 가구전시장• 공동 판매시설• 공동 물류시설• 공동 창고시설• 공동 원자재 구입 시스템 | <ul style="list-style-type: none">• 경기도 포천시 마홀앤<ul style="list-style-type: none">- 가구공동전시·판매시설- 가구공동물류시스템• 원자재 공동구입체계• 온라인몰(M&리빙) 구축·운영(포천시 지원)• 이탈리아 공동 판매 협의체(Meda) | <ul style="list-style-type: none">• 산업통상자원부의 생활산업 경쟁력 강화 사업의 「가구 유통판매시설 건립 지원」제도 활용• 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」• 포천시 온라인 공유 플랫폼 구축 지원(2023.10) |

과제 1-3) 온오프라인 홍보 지원

- 목적
 - 고양가구 중심의 온오프라인 공동홍보지원 체계화
- 필요성
 - 가구점 개별 홍보의 비효율성을 줄이고 공동 홍보를 통한 효율성 향상
 - 고양시 가구를 홍보하는 체계적 지원 필요
 - 온라인 마케팅의 활성화에 따른 온라인 홍보 지원의 필요성 증대
- 추진내용
 - 오프라인 홍보를 위해 국내외 가구전시회 개최 및 참가 지원
 - 고양가구전시회, 판매용 공동홈페이지 기획 및 구축지원, 국내외 가구전시회 참가 기획 및 지원, 경기북부 가구전시회 개최, 디지털 마케팅 기획지원 등
 - 온라인 홍보를 위해 고양시 공동 가구단지 홍보 홈페이지 구축, 유튜브 및 SNS 활용 지원
 - 코편 등과 가구전시회 공동 개최 지원
 - 가구산업 디지털마케팅 지원

표 4-7 | 추진내용: 온오프라인 홍보 지원

| 사업명 | 추진내용 |
|----------------|--|
| 온·오프라인 홍보지원 | <ul style="list-style-type: none">• 대상: 고양시 가구단지• 내용: 고양가구전시회 개최(2024~2028), 판매용 공동 홈페이지 기획 및 구축(2024~2025), 국내외 가구전시회 참가 기획 및 지원(2025~2026), 경기북부 가구전시회 개최(2027), 디지털마케팅 기획 지원(2027), 코편 등과 가구전시회 공동 개최(2028), 디지털마케팅 지원 (2028)• 지원: 경기도 공모사업 및 지원사업 제도 활용• 분야: 홍보·마케팅 |

표 4-8 | 연차별: 온오프라인 홍보 지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------|--------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| 오프라인 홍보지원 | 가구 전시회 개최 | 가구 전시회 개최, 국내외 가구 전시 회 참가 지원 기획 | 가구 전시회 개최 국내외 가구 전시 회 참가 지원 | 경기북부 가구 전 시회 개최 | 코편 등 국내 가구 전시회와 공동 가 구 전시회 개최 |
| 온라인 홍보지원 | 고양시 가구단지 공동홈페이지 구 축 기획지원 | 고양시 가구 판매 용 공동홈페이지 구축지원 | 공동홈페이지 구 축 및 운영 지원 | 디지털마케팅, SNS 마케팅 등 기획지원 | 디지털마케팅 지 원 |
| 예산(백만원) | 220 | 500 | 500 | 500 | 500 |

□ 추진방법

- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」, 「국내 가구 전시회 참가 지원」, 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」으로 국·도비 지원제도 활용
- 중소기업중앙회의 마케팅 지원사업(2023) 참여 및 포천시의 마케팅 촉진 지원사업, 포천시 가구산업협동조합의 매거진 창간, 공동상표 런칭 등 지원사업 벤치마킹

그림 4-12 | 과제 1-3: 온오프라인 홍보 지원

과제 1-3. 온·오프라인 홍보 지원

목적: 고양가구 중심의 온·오프라인 공동홍보지원 체계화

▶ 필요성

- 가구점 개별 홍보의 비효율성을 줄이고 공동 홍보를 통한 효율성 향상
- 고양시 가구를 홍보하는 체계적 지원 필요
- 온라인 마케팅의 활성화에 따른 온라인 홍보 지원의 필요성 증대

▶ 추진내용

- 오프라인 홍보를 위해 국내외 가구전시회 개최 및 참가 지원
 - 고양가구전시회 개최(2024~2028), 판매용 공동 홈페이지 기획 및 구축(2024~2025), 국내외 가구전시회 참가 기획 및 지원(2025~2026), 경기북부 가구전시회 개최(2027), 디지털 마케팅 기획 지원(2027), 코편 등과 공동 가구전시회 개최(2028), 디지털마케팅 지원(2028)
- 온라인 홍보를 위해 고양시 공동 가구단지 홍보 홈페이지 구축, 유튜브 및 SNS 활용 지원

[국·도비 지원제도 활용]

- 경기도
 - 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」
 - 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」
 - 「국내 가구 전시회 참가 지원」
 - 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」
- 중소기업중앙회
 - 마케팅 지원사업(2023)
- 포천시
 - 마케팅 촉진 지원사업
 - 포천시가구산업협동조합 매거진 창간, 공동상표 런칭

2. 전략 2: 공동물류망 구축

과제 2-1) 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보

- 목적
 - 고양시 가구단지의 공동물류망 확보로 효율적 물류체계 구축
 - 공동물류망 확보로 장기적으로 경기북부 물류망의 중심축 구축
- 필요성
 - 고양시는 다중 규제로 인해 가구 제조에 한계가 있어 물류에 중점을 두어 가구산업을 육성하는 것이 필요함
 - 경기북부는 가구 생산에 중점을 두고 있는 반면에 물류 및 유통 체계가 미흡하여 이에 대한 요구가 큼
 - 고양시는 공항, 철도 등 우수한 교통망을 갖추고 있어 경기북부의 가구산업의 육성을 위한 가구물류의 중심축을 구축할 필요가 있음
- 추진내용
 - 가구 원자재 공동구매망 구축지원
 - 고양시 가구단지 공동물류망 구축지원
 - 장기적으로 경기북부 공동물류망 구축지원
 - 공유 장비, 차량 등 운영체계 구축지원

표 4-9 | 추진내용: 공동물류망 구축

| 사업명 | 추진내용 |
|------------------------|---|
| 물류 공동시설, 공유장비, 공유차량 확보 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구단지, 경기북부 가구산업 • 내용: 물류 공동시설 확보, 공유장비 지원, 공유 차량 지원 • 지원: 중소벤처기업부 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: 공동물류지원 |

표 4-10 | 연차별: 공동물류망 구축

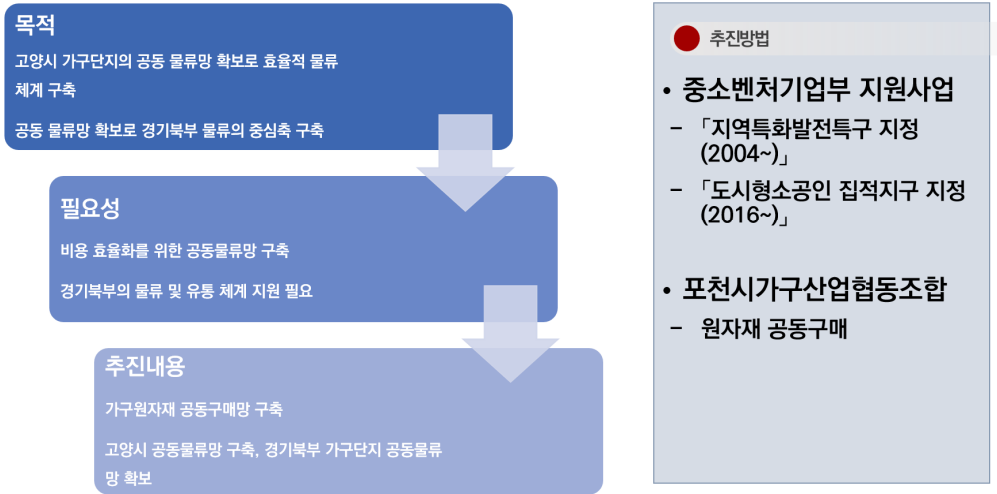
| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------------|-----------------|--------------------------------|--|---------------------|---------------------|
| 물류 공동시설 | 물류 공동시설 기획지원 | 물류 공동시설 구 축지원을 위한 모사업 지원 | 물류 공동시설 구 축지원 | 물류 공동시설 구 축지원 | 물류 공동시설 구 축지원 |
| 공유장비 공유차량 확보 | - | 공유장비 확보 방 안 기획 | 공유장비 확보 공 모사업 추진 공유차량 확보 방 안 기획 | 공유차량 확보 공 모사업 추진 | 공유 장비 및 차량 확보 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 1,000 | 1,000 |

□ 추진방법

- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」 등 활용

그림 4-13 | 과제 2-1: 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보

과제 2-1. 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보



과제 2-2) 물류 통합관리 및 운영강화

□ 목적

- 고양시 가구 유통 활성화를 위한 공동물류망 통합관리 및 효율적 운영
- 경기북부 가구산업생태계의 물류 활성화를 위한 공동물류망의 효율적 운영을 위한 체계적 관리시스템 구축

□ 필요성

- 고양시 가구산업의 유통·판매 활성화를 위해 공동물류망의 관리 필요
- 가구의 보관 등을 위한 창고 비용을 절감하고 효율적 물류를 위한 공동물류망을 운영하기 위해서는 이를 총괄하는 관리시스템이 필요
- 경기북부 타 지자체에서 생산된 가구를 고양시에서 유통할 수 있는 물류망의 운영 및 관리 필요

□ 추진내용

- 고양시 가구공동물류망 운영 기획 및 관리 방안 모색
 - 고양시 가구공동물류망을 시범적으로 운영하는 것이 필요
 - 고양시 공동온라인몰을 구축하고 공동물류망을 시범적으로 운영하는 것이 가능함
 - 시행착오를 경험하고 이를 보완하면서 공동물류 체계를 갖춰 나가는 방안 모색
- 고양시 중심의 경기북부 가구산업의 공동물류망 운영 및 관리 지원
- 물류망 운영 기획 및 관리 방안 모색
- 경기북부 지자체의 가구협동조합 중심의 통합물류망 관리 체계 구축 지원

표 4-11 | 추진내용: 물류 통합관리 및 운영강화

| 사업명 | 추진내용 |
|----------------------|---|
| 물류 통합관리 및 운영강화 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 및 경기북부 가구산업 • 내용: 공동 물류 운영 기획 및 관리 방안 모색 • 지원: 경기도, 산업통상자원부 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: 물류 운영 및 관리 |

표 4-12 | 연차별: 물류 통합관리 및 운영강화

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------------------|------|-------------------------|-------------------|-------------------------------|----------------------|
| 물류 통합관리 및 운영강화 | - | 공동 물류 시설 운 영 및 관리 기획 | 공동 물류 시설 시 범운영 | 공동 물류 시설 운 영 및 관리 방안 구축 | 공동 물류 시설 운 영 및 관리 |
| 예산(백만원) | 50 | 100 | 500 | 500 | 1,150 |

□ 추진방법

- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」
- 산업통상자원부의 「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)」 등 제도 활용
- 중소기업중앙회 「중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여」
- 경기도 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」

그림 4-14 | 과제 2-2: 물류 통합관리 및 운영강화

과제 2-2. 물류 통합관리 및 운영강화

| | | |
|---|---|---|
| 목적 <ul style="list-style-type: none">고양시 가구 유통 활성화를 위한 공동 물류망 통합관리 및 효율적 운영경기북부 가구산업생태계의 물류 활성화를 위한 물류망 운영 관리 체계 구축 | | |
| 필요성 <ul style="list-style-type: none">고양시 가구산업의 유통·판매 활성화를 위해 공동 물류망 구축 필요경기북부의 타 지자체에서 생산된 가구의 고양시를 중심으로 유통하기 위해 구축된 물류망의 운영 및 관리 필요 | 추진내용 <ul style="list-style-type: none">고양시 공동물류망 운영 및 관리고양시를 중심으로 경기북부 타지자체와 가구산업의 공동물류망 운영 및 관리물류망 운영 기획 및 관리 방안 모색경기북부 지자체의 가구협동조합 중심의 통합물류망 구축 | 추진방법 <ul style="list-style-type: none">중소벤처기업부<ul style="list-style-type: none">「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」산업통상자원부<ul style="list-style-type: none">「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)」 등 제도 활용중소기업중앙회<ul style="list-style-type: none">중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여경기도<ul style="list-style-type: none">「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」 |

과제 2-3) 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축

- 목적
 - 고양시 중심의 가구 유통 풀필먼트 구축
 - 경기북부 가구산업의 유통 풀필먼트 구축
- 필요성
 - 경기북부의 지자체들은 대부분 가구 생산에 집중하고 있어 유통·판매 부분이 취약함. 이에 따라 유통·판매의 지원에 대한 요구가 매우 큼
 - 최근 가구산업의 홈퍼니싱 시장이 활성화되면서 가구 풀필먼트를 중심으로 하는 배송, 하이엔드·프리미엄 리빙 시장, 사무용 가구 시장이 성장하고 있음
 - 따라서 고양시는 새로운 트렌드에 맞춘 맞춤 시공 등의 비즈니스 트렌드를 준비하는 것이 필요함
 - 특히 국내 주요 업체인 한샘 리하우스, 현대리바트 리바트 집테리어, LX하우스 LX Z:IN, 오늘의집 등과 경쟁하기 위해서는 풀필먼트 시장에 대한 준비가 필요함
- 추진내용
 - 고양시를 경기북부 가구 유통의 중심지로 함. 고양시는 공항이 가깝고, 철도와 지하철이 있고, 최근 GTX-A 노선의 개통으로 유통의 중심지로서 충분한 교통환경을 갖추고 있음
 - 고양시의 유통을 중심으로 경기북부 타 지자체에서 생산된 가구제품이 집적할 수 있도록 하고 교통망을 통해 전국으로 가구의 운·배송이 이루어지도록 지원함
 - 고양시의 유통·판매망을 중심으로 타 지자체의 생산에서 유통·판매 및 AS에 이르는 유기적 가구산업생태계를 구축을 지원함

표 4-13 | 추진내용: 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축

| 사업명 | 추진내용 |
|--------------------------|---|
| 유통 풀필먼트 (fulfillment) 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 및 경기북부 가구산업 • 내용: 유통 풀필먼트 구축지원 • 지원: 경기도 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: 물류·유통 |

표 4-14 | 연차별: 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------------------|------|------------------------------|------------|-------------------------|------------|
| 유통 풀필먼트 (fulfillment) 구축 | - | 유통 풀필먼트 구축의 필요성, 타당성 등 예비 조사 | 유통 풀필먼트 기획 | 유통 풀필먼트 구축 지원사업 공모사업 참여 | 유통 풀필먼트 구축 |
| 예산(백만원) | - | 100 | 100 | 200 | 200 |

□ 추진방법

○ 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」 제도 등 활용

그림 4-15 | 과제 2-3: 유통 풀필먼트 구축

과제 2-3. 유통 풀필먼트(Fulfillment) 구축

| 목적 경기북부 가구산업 유통 풀필먼트 고양시에 구축 | | |
|---|--|---|
| <p>필요성</p> <ul style="list-style-type: none">● 경기북부의 지자체들은 대부분 가구 생산에 집중● 유통·판매 부분 취약● 유통·판매·홍보의 지원 확대에 대한 요망 증가 <p>벤치마킹 사례</p> <ul style="list-style-type: none">● 울진에서 조립하고 판매는 영덕에서~ → 영덕 대계 | <p>추진 내용</p> <ul style="list-style-type: none">● 고양시를 경기북부 가구 유통의 중심지● 고양시는 공항이 가깝고, 철도와 지하철이 있고, 최근 GTX-A 노선의 개통으로 유통의 중심지로서 교통 환경● 경기북부 타 지자체에서 생산된 가구제품 고양시 유통 체계로 집적● 유통망·교통망을 통해 전국으로 가구 운·배송함● 유기적 가구산업물류생태계 구축<ul style="list-style-type: none">- 고양시의 유통·판매망을 중심으로 타 지자체의 생산에서 유통·판매 및 AS에 이르는 전과정 망라 | <p>추진방법</p> <ul style="list-style-type: none">● 경기도<ul style="list-style-type: none">- 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업추진」 제도 등 활용 |

과제 2-4) 수출지원

- 목적
 - 고양시를 중심으로 경기북부 가구산업의 수출 체계 구축
- 필요성
 - 경기북부의 생산중심의 가구산업에서 고부가가치 산업으로 육성을 위해 수출 체계와 수출망을 구축하는 것이 필요
 - 고양시는 사통팔달의 교통체계를 갖추고 있으며 공항접근성도 우수하여 경기북부를 대표하여 생산된 가구의 수출을 위한 가교로서 역할에 매우 적합
 - 국내 시장 침체에 따라 국내 가구 대기업들은 2022년부터 아마존 코리아를 통해 온라인시장을 통해 가구를 수출하기 시작함
 - 금성침대, 인아트, 다우닝 등 약 10개 사가 아마존닷컴을 통해 미국에 진출
 - 한국가구산업협회는 아마존 입점 지원을 위한 전략 세미나를 2024년 개최
 - 통계청에 의하면 2022년 국내 온라인을 통한 가구제품 매출은 5조1,491억원으로 온라인 매출 비중이 50.7%로 증가함
- 추진내용
 - 수출망 확보를 위한 국제 전시회 유치 등의 노력
 - 가구 수출을 위한 온오프라인 플랫폼의 시범 구축을 지원
 - 수출을 위한 경기북부 가구 생산량과 판매량을 운영·관리할 수 있는 전사적자원관리 시스템 구축 지원
 - 수출 물류망 운영·관리를 위한 물류시스템 구축 지원

표 4-15 | 추진내용: 수출지원

| 사업명 | 추진내용 |
|------|--|
| 수출지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 및 경기북부 가구산업 • 내용: 수출망 구축 및 수출플랫폼 구축지원 • 지원: 경기도, 중소벤처기업부, 산업통상자원부의 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: 수출확대 |

표 4-16 | 연차별: 수출지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---------|------|--|-----------|------------------------------|--------------------------------|
| 수출지원 | - | 경기북부의 수출 망 확보의 필요성 고양시 수출 교두 보 확보 필요성 예 비 조사 및 타당성 분석 | 수출망 구축 기획 | 수출망 확보 지원 을 위한 공모사업 참여 | 고양시를 주축으 로 경기북부의 수 출망 구축 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 50 |

□ 추진방법

- 경기도의 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」, 경기도의 중소기업 지원시책 중 「해외 마케팅·판로 지원 정책」 등 활용
- 중소벤처기업부 「정책자금 첫걸음기업 지원제도」 제도 등 활용
- 산업통상자원부의 「생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이 언스 운영)」, 「글로벌전문 기술개발사업 지원」 제도 등 활용
- 중소기업중앙회 「중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여」
- KOTRA는 「2024년 미국 아마존 입점」 지원사업 발표

그림 4-16 | 과제 2-4: 수출지원

과제 2-4. 경기북부 가구산업의 수출 체계 구축

목적: 고양시를 통한 경기북부 가구산업 수출체계 구축

| 필요성 | 추진내용 | 추진방법 |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">❖ 경기북부의 생산중심의 가구산업에서 고부가가치 창출을 위한 산업으로 육성을 위해서 수출체계를 구축하는 것이 필요❖ 고양시는 사통팔달의 교통체계를 갖추고 있으며 비즈니스를 위한 공항 접근성도 우수❖ 경기북부를 대표하여 경기도에서 생산된 가구의 수출입을 위한 가교로서 역할에 매우 적합 | <ul style="list-style-type: none">❖ 수출망 확보를 위한 국제 전시회 유치 등의 노력과 함께 수출입을 위한 온·오프라인 플랫폼 구축❖ 경기북부 전체의 가구 생산량과 판매량을 운영·관리할 수 있는 전사적자원관리 시스템구축❖ 수출물류망 운영·관리를 위한 물류시스템 구축 | <ul style="list-style-type: none">● 산업통상자원부<ul style="list-style-type: none">- 「생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이 언스 운영)」- 「글로벌전문기술개발사업 지원」 등 제도 활용● 중소기업중앙회<ul style="list-style-type: none">- 중소기업협동조합 활성화 지원사업 참여● 경기도<ul style="list-style-type: none">- 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」 등 |

3. 전략 3: 가구산업 경쟁력 강화

과제 3-1) 가구인력 양성

□ 목적

- 인체공학적 디자인, 예술적 디자인 등 고부가가치 창출이 가능한 인력양성
- AI 기반 맞춤형, 스마트, 친환경, 신소재 중심의 가구 제품개발이 가능한 인력양성
- 물류, 유통의 스마트한 운영·관리를 위한 전문인력양성

□ 필요성

- 디자인 중심의 프리미엄 가구 소비 증가에 따라 고부가가치 창출을 위한 인력 양성이 필요
- 실감미디어, AI 등의 기술이 가구산업에 적용되면서 스마트 환경에 적합한 인재 양성 필요
- 신소재, 친환경 소비가 증가하고 있어 이와 관련 전문인력의 양성 필요
- 가구산업의 경쟁력 강화를 위해 공동판매, 공동물류 등을 유통·물류를 전문적으로 운영, 관리할 수 있는 전문인력 양성 필요
- 가구 온라인 판매가 증가함에 따라 온라인플랫폼 운영·관리할 수 있는 전문 인력 양성 필요
- 매장·온라인·모바일·SNS(소셜네트워크서비스) 등 다양한 채널을 연계한 옴니채널과 앱을 활용하여 마케팅을 활성화에 따른 홍보·마케팅 전문인력 양성 필요
- 실감미디어 활용을 통한 전시·판매 기능을 구현할 수 있는 디지털콘텐츠 활용이 가능한 가구산업 전문인력 양성 필요
- 가구 사진, 동영상 등의 디지털콘텐츠를 생산할 수 있는 전문인력 양성 필요

□ 추진내용

- 디자인 및 예술 중심, 친환경 소재 등 관련, 스마트 기술에 기반한 가구 인력양성 지원
- 가구 마케팅·판매 및 가구 물류·유통 인력양성 지원

표 4-17 | 추진내용: 가구산업 경쟁력 강화

| 사업명 | 추진내용 |
|------|--|
| 인력양성 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구 및 공예산업 • 내용: 고부가가치 창출을 위한 인력 양성(디자인, 친환경, 예술, 스마트, 조명, 공예 등) 지원 • 지원: 경기도 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: 인력양성 |

표 4-18 | 연차별: 가구산업 경쟁력 강화

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---------|------|------|---------|---------|---------|
| 인력양성 | - | 기획지원 | 공모사업 지원 | 시설 등 지원 | 인력양성 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 100 |

□ 추진방법

- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용
- 산업통상자원부의 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용

그림 4-17 | 과제 3-1: 가구인력 양성

| 과제 3-1. 가구인력 양성 | | |
|---|---|--|
| 목적 | | |
| <ul style="list-style-type: none">• 인체공학적 디자인, 예술적 디자인 등 고부가가치 창출이 가능한 인력양성• AI 기반 맞춤형, 스마트, 친환경, 신소재 중심의 가구 제품개발이 가능한 인력양성<ul style="list-style-type: none">• 물류, 유통의 스마트한 운영·관리를 위한 인력양성 | | |
| 필요성 | 추진 내용 | 추진방법 |
| <ul style="list-style-type: none">• 디자인 중심의 프리미엄 가구 소비 증가에 따라 고부가가치 창출을 위한 인력 양성 필요• 실감미디어, AI 등의 기술이 가구산업에 적용되면서 스마트 환경에 적합한 인재 양성 필요• 신소재, 친환경 소비가 증가하고 있어 관련 인력의 양성 필요 | <ul style="list-style-type: none">[고부가가치와 고품질의 가구생산 인력양성]<ul style="list-style-type: none">• 디자인 및 예술 중심• 친환경 소재 등 관련• 스마트 기술 기반[가구산업 지원산업 인력 양성]<ul style="list-style-type: none">• 가구 마케팅·판매• 가구 물류·유통• 온라인몰 운영·관리 | <ul style="list-style-type: none">• 경기도<ul style="list-style-type: none">- 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용• 산업통상자원부<ul style="list-style-type: none">- 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용• 중소벤처기업부<ul style="list-style-type: none">- R&D 공통 기술 개발사업• 중소기업중앙회<ul style="list-style-type: none">- R&D지원사업 |

과제 3-2) 가구디자인 및 제품개발 지원

□ 목적

- 디자인 및 제품개발을 통한 가구산업의 고부가가치화와 가구산업의 글로벌경쟁력 확보

□ 필요성

- 가구산업의 고부가가치화에 따른 디자인 중심의 가구 제품개발이 필요함
 - 국내 가구 대기업인 신세계까사, 현대리바트와 토종 가구업체는 프리미엄 라인업으로 시장을 확장하고 있어 이에 대한 대응이 필요함
 - 라이프스타일 중심의 맞춤형 가구 시장이 확대됨
- 인체공학적 가구 등에 대한 관심과 소비가 증가하고 있어 이에 대한 제품개발이 필요함
 - 고양시 바이오산업과 연계하여 인체공학적 가구 제품개발
- 가구 다국적 기업의 국내 진출이 활발해지면서 국내 가구의 글로벌경쟁력 확보를 위한 제품개발이 필요함
 - 이케아, 니토리, 알리익스프레스 등의 해외 가구업체는 가격경쟁력과 디자인으로 젊은 세대 공략으로 중저가 시장을 확장하고 있음
 - 다양한 디자인의 중저가 가구 중심으로 국내 시장 점유율을 높이고 있음
- 가구 수출시장 확보 및 확대를 위한 제품개발이 필요함
 - 해외시장은 친환경 중심, 사무용 가구 중심, 라이프스타일 중심 등으로 성장하고 있음

□ 추진내용

- 디자인 중심, 예술 중심, 인체공학적, 스마트, 친환경 소재 등 친환경 가구 제품개발 지원
- 공예산업과 가구산업의 융합을 통한 고양시만의 차별화된 가구 시장 개척 지원
- 가구 창작공간 및 가구디자인 아카데미 운영(경기도 사례)

표 4-19 | 추진내용: 가구디자인 및 제품개발 지원

| 사업명 | 추진내용 |
|--------------|--|
| 가구디자인 및 제품개발 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업 • 내용: 가구디자인 및 제품개발, 친환경, 인체공학, 스마트, 융복합, 예술 등의 요소 고려 • 지원: 경기도, 중소벤처기업부, 산업통상자원부 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: R&D |

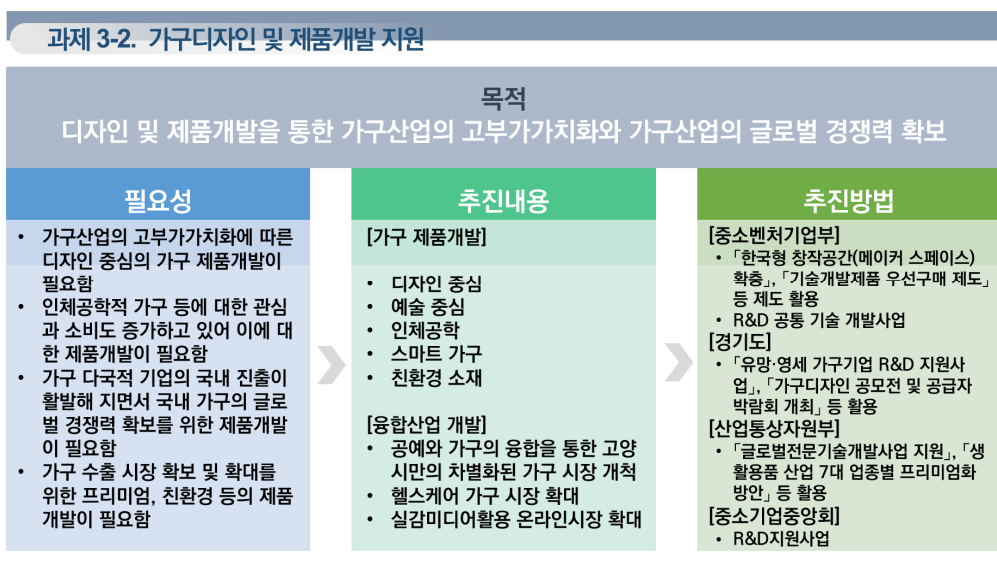
표 4-20 | 연차별: 가구디자인 및 제품개발 지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------|------|---------------|---------|---------------------|---------------|
| 가구디자인 및 제품개발 | - | 디자인 및 제품개발 기획 | 공모사업 참여 | 공모전 및 박람회 개최 등 개발지원 | 공동 창작공간 확보 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 200 | 500 |

□ 추진방법

- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용
- 경기도 가구산업 육성 종합계획에 따라 「경기도 가구 창작공간」, 「경기도 가구 디자인 아카데미」, 「경기도 가구 융복합 디자인개발 지원」, 「경기도 가구디자인 공모전 개최」, 사업 등 활용
- 중소벤처기업부의 「한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충」, 「기술개발제품 우선구매 제도」, 「R&D 공통 기술 개발사업」 등 제도 활용
- 산업통상자원부의 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용
- 중소기업중앙회의 「R&D 지원사업」 등

그림 4-18 | 과제 3-2: 가구디자인 및 제품개발 지원



과제 3-3) 가구연구소 구축 지원

□ 목적

- 경기북부 가구산업의 육성 방향 제시
- 가구디자인, 제품개발, 신소재 개발 등을 연구

□ 필요성

- 경기북부의 가구산업 육성을 위한 가구연구소 구축 필요
- 신소재 개발, 친환경, 디자인 등의 프리미엄 가구화를 위한 연구개발 필요
- 라이프스타일에 맞춘 맞춤형가구 등을 연구 필요
- 실감미디어 등 스마트 기술을 활용한 가구디자인, 제품개발, 홍보·마케팅, 전시·판매 등의 방안 연구 필요
- 가구 수출입 방안 연구 필요
- 가구 공동물류체계 구축 방안 연구 필요

□ 추진사례

- 포천시의 마홀앤은 2018년 4월 가구디자인 연구소를 설립함
- 이탈리아의 CLAC(Centro Legno Arredo Cantu, 목가구 센터)는 산·학 연계 및 생산공정지도, 교육, 판매, 마케팅 커뮤니케이션, 박람회, 홍보 등을 체계적으로 통합 관리함

□ 추진내용

- 가구조합 주도의 공동 가구연구소 구축 방안 모색
- 민·관협업 또는 대기업 중심의 가구연구소 구축 방안 모색
- 경기도 및 중앙정부의 지원 등을 통한 구축 방안 모색

표 4-21 | 추진내용: 가구연구소 구축지원

| 사업명 | 추진내용 |
|-------|--|
| 가구연구소 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업 • 내용: 가구연구소 구축 방안 모색, 정부 연구소 구축 공모사업 참여, 구축 및 운영 방안 지원 • 지원: 경기도, 중소벤처기업부, 산업통상자원부 공모사업 및 지원사업 제도 활용 • 분야: R&D |

표 4-22 | 연차별: 가구연구소 구축지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---------|------|-------------|-----------------------------|----------------|----------------|
| 가구연구소 | - | 가구연구소 구축 기획 | 가구연구소 구축 지원을 위한 공모 사업 참여 지원 | 가구연구소 구축 방안 모색 | 가구연구소 운영 방안 모색 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 50 |

□ 추진방법

- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」 등 활용
- 중소벤처기업부의 「한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충», 「기술개발제품 우선구매 제도」 제도 활용
- 산업통상자원부의 「글로벌전문기술개발사업 지원», 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용

그림 4-19 | 과제 3-3: 가구연구소 구축 지원

| 과제 3-3. 가구연구소 구축 지원 | | |
|--|---|--|
| 목적 | | |
| 경기북부 가구산업의 육성 방향 제시 가구디자인, 제품개발, 신소재 개발 등을 연구 | | |
| 필요성 | 추진내용 | 추진방법 |
| ○ 경기북부의 가구산업 육성을 위한 가구 연구소 구축 필요 ○ 신소재 개발, 친환경, 디자인 등의 프리미엄 가구화를 위한 연구개발 필요 | ○ 가구조합 주도의 공동 가구연구소 구축 ○ 민·관 협업 또는 대기업 중심의 가구 연구소 ○ 경기도 및 중앙정부 지원 하에 구축 | ○ 경기도 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」 등 활용 ○ 중소벤처기업부 「한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충」 「기술개발제품 우선구매 제도」 제도 활용 ○ 산업통상자원부 「글로벌전문기술개발사업 지원」 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용 |

4. 전략 4: 경기북부 가구산업 파트너십 구축

과제 4-1) 가구 공동브랜드 개발 지원

- 목적
 - 고양시 가구 브랜드 개발 및 구축
 - 경기북부 가구 공동브랜드 개발 및 구축
- 필요성
 - 고양시가 유통·판매를 중심으로 가구업체 육성과 가구산업 홍보를 위한 공동브랜드 개발 필요. 공동물류를 위해서도 공동브랜드 구축 필요
 - 경기북부를 대표하는 가구 공동브랜드 개발 필요
 - 국내 중소브랜드의 자체브랜드 확보율은 전체의 46% 수준으로, OEM 생산이나 타사 제품 모방 등으로 시장경쟁력이 떨어짐
 - 시장경쟁력 확보를 위해서는 공동브랜드를 구축하고 환경적 요인 준수 및 표준화 인증 등을 위한 노력이 필요함
- 사례
 - 포천시 가구 공동브랜드인 마홀앤(MAHOL&)
 - 경기포천가구산업협동조합이 설립하고 운영하는 가구 공동 브랜드
 - 경기도 가구 공동브랜드인 이로체(Iroche)
 - 2018년 개발되어 소상공인진흥공단이 지원하고 대한가구산업협동조합연합회가 운영
 - 경기도 소재 30여 개 가구 제조 중소기업이 모여 구성된 브랜드로 생산한 친환경 제품에 국가공인시험기관에서 검증 작업을 거쳐 사용
- 추진내용
 - 고양시 가구 공동브랜드 개발지원
 - 경기북부 가구 공동브랜드 개발지원

표 4-23 | 추진내용: 가구 공동브랜드 개발지원

| 사업명 | 추진내용 |
|-------------------|--|
| 가구 공동브랜드 개발 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업 • 내용: 고양시 가구 공동브랜드 개발, 경기북부 가구 공동브랜드 개발지원 • 지원: 중소벤처기업부 지원사업 제도 활용 • 분야: 마케팅&홍보 |

표 4-24 | 연차별: 가구 공동브랜드 개발지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------------|------|---------------------|---|----------------------------------|-------------------|
| 가구 공동브랜드 개발 | - | 고양시 공동브랜 드 개발 기획 | 공동브랜드 개발 을 위한 주민 의견 수렴 및 협의회 운 영 | 공동브랜드 개발 경기북부 공동브 랜드 개발 기획 | 경기북부 공동브 랜드 개발 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 50 |

□ 추진방법

- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정 (2016~)」 제도 활용
- 경기도 콘텐츠담당관실 「조합공동브랜드 지정 신청」

그림 4-20 | 과제 4-1: 가구 공동브랜드 개발 지원

과제 4-1. 가구 공동브랜드 개발 지원

목적

- 고양시 가구 브랜드 개발 및 구축, 경기북부 가구 공동 브랜드 개발 및 구축

| 필요성 | 추진내용 및 사례 | ● 추진방법 |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">● 고양시가 유통·판매를 중심으로 가구업체 육성과 가구산업 홍보를 위한 공동브랜드 개발 필요● 경기북부를 대표하는 가구 공동 브랜드 개발 필요 | <p>[공동브랜드 개발]</p> <ul style="list-style-type: none">● 고양시 가구브랜드 개발● 경기북부 가구브랜드 개발● 공동브랜드(경기도 이로채, 포천시 마홀 앤 등) <p>[포천시 가구브랜드]</p> <ul style="list-style-type: none">● 마홀앤 활용 방안 등 | <p>[중소벤처기업부]</p> <ul style="list-style-type: none">● 「지역특화발전특구 지정(2004~)」● 「도시형소공인 집적지구 지정 (2016~)」 제도 활용 <p>[경기도 콘텐츠담당관실]</p> <ul style="list-style-type: none">● 조합공동브랜드 지정 신청 |

과제 4-2) 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영

- 목적
 - 경기북부 지자체별 가구산업 특성화 및 차별화뿐만 아니라 협력을 통한 유기적 가구생태계 조성을 위한 협력 방안 도출
- 필요성
 - 가구산업의 지자체별 차별화, 특성화 방안을 위한 논의 및 협의 테이블 필요
 - 경기북부 전체의 가구산업생태계 구축을 위한 협의 테이블 구성 필요
- 추진 사례
 - 이탈리아 롬바르디 산업지구의 중소기업은 자생적 산업클러스터의 형성으로 중소기업의 경쟁력 확보함
 - MEDA 지역은 전시회 기간동안 공동전시장을 운영하고 공동판매협의체(Meda)를 구성함
 - 100명 미만의 중소기업이 60%, 대부분 10명 미만의 중소기업이 총수출의 65%를 차지함
- 추진내용
 - 경기북부 가구산업 협의회 구성 및 운영 지원
 - 지자체별 가구산업 차별화 협의 지원
 - 지자체 간 협력적 관계망 형성을 위한 협의 지원
 - 경기북부 전체의 유기적 산업생태계 구축을 위한 협의 지원
 - 경기북부 협의회 구성 및 운영의 주체는 각 지자체의 가구산업 종사자가 주도할 수 있도록 지원

표 4-25 | 추진내용: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영

| 사업명 | 추진내용 |
|-------------|---|
| 협의회 구성 및 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업, 가구업체(제조업 및 유통·판매업) • 내용: 고양시 가구산업 육성 협의회 구성 및 운영, 경기북부 가구산업 육성 협의회 구성 및 운영 지원 • 지원: 중소벤처기업부 지원사업 제도 활용 • 분야: 마케팅&홍보 |

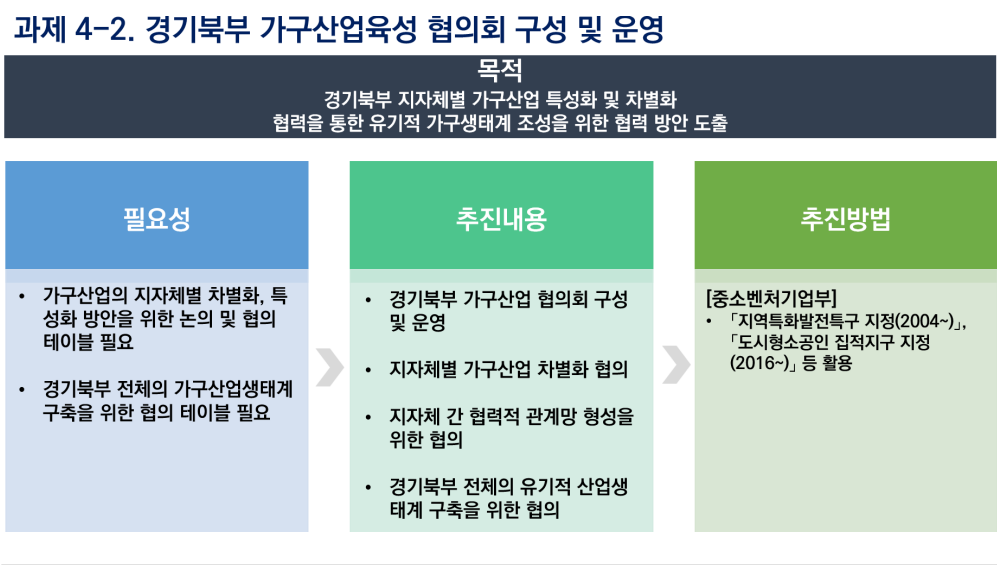
표 4-26 | 연차별: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------|------|-------------|-----------|----------------|----------------|
| 협의회 구성 및 운영 | - | 가구협의회 구성 지원 | 협의회 운영 지원 | 경기북부 협의회 구성 지원 | 경기북부 협의회 운영 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 50 |

□ 추진방법

- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」, 「도시형소공인 집적지구 지정(2016~)」 등 활용

그림 4-21 | 과제 4-2: 경기북부 가구산업육성 협의회 구성 및 운영



과제 4-3) 가구산업 차별화로 경쟁력 확보

□ 목적

- 고양시 가구산업의 유통·판매 중심의 차별화
- 가구산업 경쟁력 확보와 경기북부 타 지자체와 상생협력 생태계 구축

□ 필요성

- 생산단지 중심의 가구산업에서 유통판매업을 중심으로 고양시 가구단지가 현재조성됨
- 그러나 산발적으로 조성된 가구유통단지는 제품이나 가격 비교 등 소비자의 구매 편의성을 떨어뜨림
- 또한 전지·판매 환경과 시설 등이 낙후되어 매출이 급감하고 있음
- 파주, 포천 등은 가구제조업을 중심으로 성장하고 있음
- 고양시는 가구유통업을 중심으로 타 지자체와 차별화가 필요함

□ 벤치마킹

- 독일 가구시장은 폴란드, 보스니아, 중국, 체코 등 주변국에서 생산된 제품을 수입하여 고가로 수출하는 고수익의 가구유통시장을 형성함

□ 추진내용

- 고양 가구산업의 차별화를 위한 타 지자체와의 업종 차별화를 위해 가구 유통·물류 중심의 체계 구축을 통한 경쟁력 강화
- 경기북부에서 생산되는 가구의 물류·유통의 집적화를 통한 차별화 지원
- 물류, 유통 및 판매시설, 전시장 등 유통·판매를 위한 기반 구축, 시설 확보 및 운영 지원
- 전시회 개최 및 체험시설 구축 및 운영 지원

표 4-27 | 추진내용: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보

| 사업명 | 추진내용 |
|--------------|---|
| 차별화 및 경쟁력 확보 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업, 고양시 가구업체(유통·판매업) • 내용: 물류, 유통 및 판매시설, 전시장 등 유통·판매를 위한 기반 구축 및 시설 확보, 운영 방안 구축, 전시회 개최, 체험시설 구축 및 운영 지원 • 지원: 산업통상자원부 및 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통·판매 |

표 4-28 | 연차별: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보

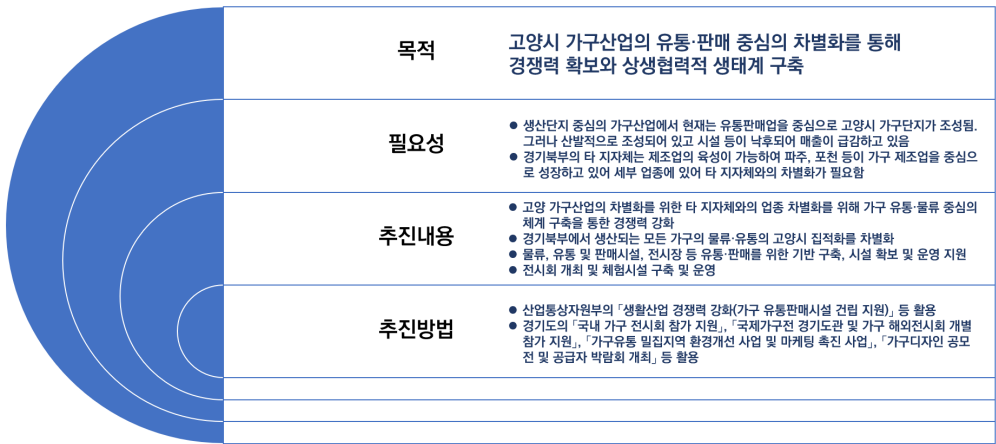
| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|--------------|
| 차별화 및 경쟁력 확보 | 고양시 가구산업 차별화 방안 모색 | 유통·판매 중심의 특화 방안 기획 | 유통·판매를 위한 시설 확보 지원 | 국내외 전시회 개최 | 체험시설 구축 및 운영 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 200 | 400 | 500 |

□ 추진방법

- 산업통상자원부의 「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)」 등 활용
- 경기도의 「국내 가구 전시회 참가 지원」, 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별 참가 지원」, 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용

그림 4-22 | 과제 4-3: 가구산업 차별화로 경쟁력 확보

과제 4-3. 가구산업 차별화로 경쟁력 확보



과제 4-4) 유기적 산업생태계 구축 지원

□ 목적

- 경기북부의 지자체들과 유기적 산업생태계 구축
 - 공동브랜드 구축, 공동물류체계 구축, 공동판매장 구축 등
- 지자체별 차별화된 가구산업 육성 방안을 통해 경쟁력 확보와 상생협력적 가치생태계 구축

□ 필요성

- 경기북부의 가구산업은 생산중심으로 발전하고 있음
- 지자체별 특성화를 통해 가치 산업생태계에서 경쟁력을 확보하는 것이 필요함
- 교통과 물류가 발달하고 소비시장 중심의 지자체는 물류·유통·판매 시장이 필요함
- 제조, 유통, 물류에 이르는 산업생태계 구축
- 가구산업의 최대 가치를 창출하는 광역시장을 조성하는 것이 필요함

□ 추진내용

- 가구산업에서 고양시가 주도할 수 있는 분야의 선택과 집중을 통한 성장 지원
- 지자체별 차별화 방안을 통한 상호협력방안 모색 지원
 - 생산중심, 유통중심, 물류중심, 판매중심 등
- 경기북부의 가구산업 물류·유통·판매 활성화를 방안 모색
- 경기북부의 지자체와 함께 경쟁을 통해 상생 협력하는 유기적 산업생태계 구축지원

표 4-29 | 추진내용: 유기적 산업생태계 구축지원

| 사업명 | 추진내용 |
|-----------|--|
| 유기적 산업생태계 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업, 경기북부 가구업체 • 내용: 경기북부 지자체별 특성화 및 차별화를 통해 가구산업생태계의 확대·발전 지원 • 지원: 산업통상자원부 및 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통·판매 |

표 4-30 | 연차별: 유기적 산업생태계 구축지원

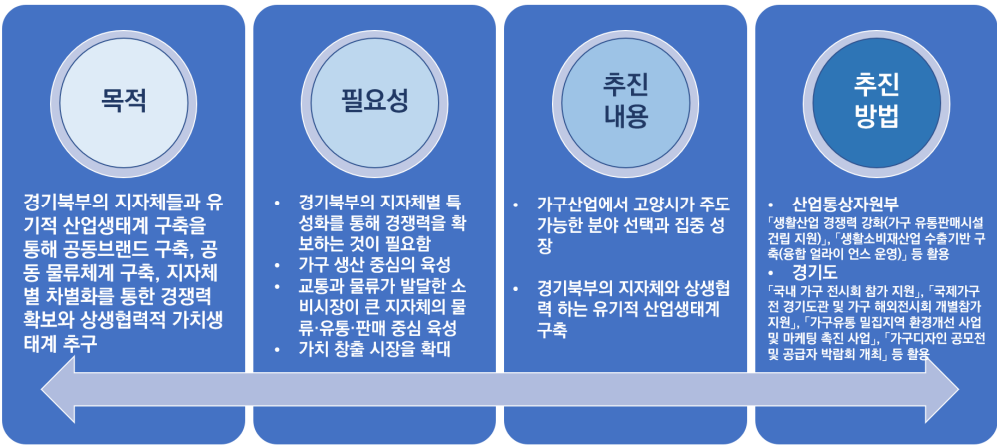
| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-----------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------------|-------------------|
| 유기적 산업생태계 | 경기북부 지자체와 협력 방안 모색 | 생산중심의 지자체와 협력 방안 모색 | 물류·유통·판매 활성화 방안 모색 | 경기북부 가구산업의 최대 가치 창출 방안 모색 | 경기북부 유기적 산업생태계 구축 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 산업통상자원부의 「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)», 「생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이언스 운영)」 등 활용
- 경기도의 「국내 가구 전시회 참가 지원», 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원», 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업», 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용

그림 4-23 | 과제 4-4: 유기적 산업생태계 구축지원

과제 4-4. 유기적 산업생태계 구축 지원



5. 전략 5: 국내외 시장 트렌드 반영

과제 5-1) 온라인 판매망 및 플랫폼 구축

- 목적
 - 온라인 판매망과 플랫폼 구축을 통해 판매시장 확대 및 활성화
- 필요성
 - 가구산업의 온라인 판매가 증가함에 따라 온라인 판매망과 플랫폼 구축 필요
 - 산발적으로 소재한 가구 판매장과 영세한 가구 생산업 등을 위한 온라인 가구 판매장 필요
 - 가구의 홍보 및 마케팅 및 수출 확대를 위해 온라인 판매망과 플랫폼 구축 필요
- 추진내용
 - 고양시 가구산업
 - 홍보 및 마케팅을 위한 통합홈페이지 구축지원
 - 디지털마케팅 체계 구축지원
 - 가구 온라인플랫폼 구축지원
 - 경기북부 가구산업
 - 공동 홍보 및 마케팅 방안 모색 지원
 - 디지털마케팅을 체계 구축지원
 - 공동 온라인플랫폼 구축지원
 - 공동물류시스템 구축지원
 - 공동풀필먼트시스템 구축지원

표 4-31 | 추진내용: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축

| 사업명 | 추진내용 |
|------------------|--|
| 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업 • 내용: 고양시 및 경기북부 가구산업 유통·판매를 위한 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 지원 • 지원: 중소벤처기업부 및 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 홍보·유통·판매 |

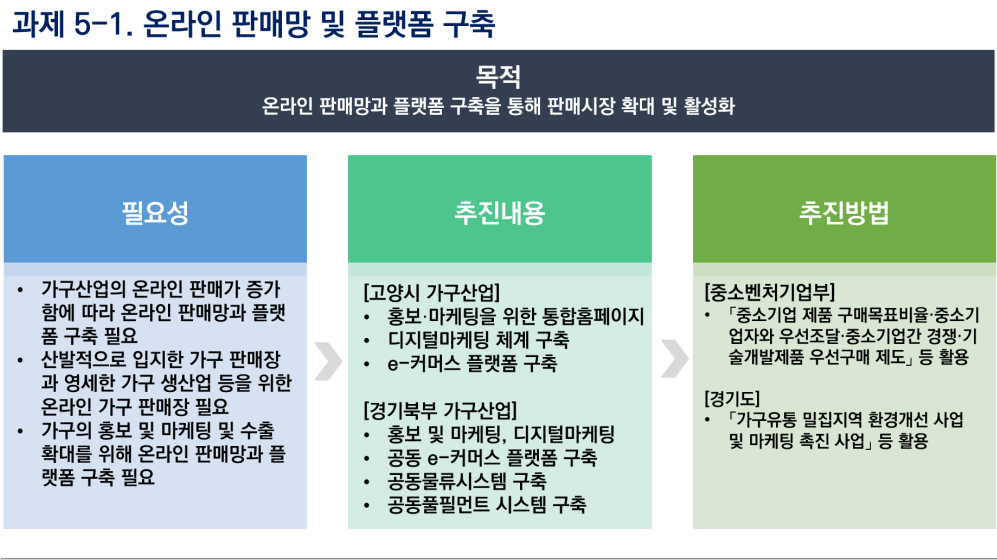
표 4-32 | 연차별: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|------------------|------------------|--------------------|--------------------------|-------------|--------------|
| 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 온라인플랫폼 구축 필요성 조사 | 통합 온라인플랫폼 구축 방안 기획 | 온라인플랫폼 구축을 위한 공모사업 참여 지원 | 온라인플랫폼 구축지원 | 온라인플랫폼 운영 지원 |
| 예산(백만원) | - | 100 | 100 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 중소벤처기업부의 「중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선구매 제도」 등 활용
- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용

그림 4-24 | 과제 5-1: 온라인 판매망 및 플랫폼 구축



과제 5-2) 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원

- 목적
 - 가구산업의 스마트화, 프리미엄화 및 친환경화에 따른 고부가가치화 실현
- 필요성
 - 이케아는 삼성과 협업하여 스마트 가구산업 육성하여 편의성과 고부가가치화를 증대함
 - 스마트 가구시장은 매년 21.8%의 성장 중이며, 2024년 91조 규모의 성장을 예상함
 - 글로벌기업 등은 가구에 신소재를 활용하여 가구의 내구성을 높이고 세련된 디자인으로 고부가가치 소비를 창출하고 있어 이에 대한 체계적인 대응이 요구됨
 - ESG 경영 등 친환경 가구에 대한 소비자의 수요가 높아짐에 따라 이에 대한 대응이 필요함
- 추진사례
 - 홈 오토메이션 연동은 스마트 가구산업의 중요한 기술 동향
 - 삼성의 스마트싱스 플랫폼은 대표 사례로, 구체적인 스마트 홈의 일상을 확인할 수 있음
 - 엘지전자의 경우 스마트씽큐를 통해 가전 가구에 IoT를 실현하여 스마트홈을 구현함
 - 현재는 인테리어 일부와 가전을 중심으로 하나, 많은 가구 회사들이 자율주행 의자 및 온라인 회의전문 책상, 사용자 인식 조명 등 다양한 스마트 가구 개발에 노력 중
- 추진내용
 - 스마트 가구산업 육성을 위한 방안
 - 스마트 유통, 스마트 물류, 스마트 마케팅, 스마트 전시 등
 - 스마트화를 통한 소비자의 체험 욕구 충족을 위한 방안 모색 등
 - IT 사업자와 협력 방안 모색
 - 디지털마케팅, 디지털콘텐츠 등의 개발 방안 모색
 - 신소재 개발 및 활용을 통한 가구의 프리미엄화 방안 모색
 - 친환경 소재 개발 및 가구 제품 개발지원 및 친환경 소비 촉진 방안 모색
 - 친환경 소재의 사무용 가구의 수요가 증가하고 있어 이에 대한 대응 방안 모색

표 4-33 | 추진내용: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원

| 사업명 | 추진내용 |
|----------------------|---|
| 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 | <ul style="list-style-type: none">• 대상: 고양시 가구산업• 내용: 스마트 가구 개발, IT사업자와 협력, 신소재 개발 및 활용, 친환경 소재 개발 지원• 지원: 산업통상자원부 및 경기도 지원사업 제도 활용• 분야: 유통·판매 |

표 4-34 | 연차별: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------------------|----------------|--------------------|-------------------------------|-----------------|-----------|
| 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 | 스마트 가구산업 육성 기획 | 신소재 및 친환경 가구 육성 기획 | 스마트, 신소재 및 친환경 가구 유통·판매 방안 기획 | 생산자로부터 수급 방안 구축 | 유통·판매망 구축 |
| 예산(백만원) | - | 100 | 100 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 산업통상자원부의 「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)», 「생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이언스 운영)», 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용
- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용

그림 4-25 | 과제 5-2: 스마트, 신소재 및 친환경 가구산업 육성지원

과제 5-2. 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 지원

목적 >> 가구산업의 스마트화, 프리미엄화 및 친환경화에 따른 고부가가치화 실현

| 필요성 | 추진내용 및 사례 | 추진방법 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">● 이케아는 삼성과 협업하여 스마트 가구산업 육성하여 편의성과 고부가가치화 증대● 글로벌 기업 등은 가구에 신소재를 활용하여 가구의 내구성을 높이고 세련된 디자인으로 고부가가치 소비를 창출하고 있어 이에 대한 체계적인 대응이 요구● ESG 경영 등 친환경 가구에 대한 소비자의 수요가 높아짐에 따라 이에 대한 대응이 필요 | <ul style="list-style-type: none">● 스마트 가구산업 육성을 위한 방안 및 IT 사업자와의 협력 방안 모색● 신소재 개발 및 활용을 통한 가구의 프리미엄화 방안 모색● 친환경 소재 개발 및 가구에 활용을 통한 친환경 소비 촉진 방안 모색 | <p>● [산업통상자원부]</p> <ul style="list-style-type: none">● 「생활산업 경쟁력 강화(가구 유통판매시설 건립 지원)», 「생활소비재산업 수출기반 구축(융합 얼라이언스 운영)», 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용 <p>● [경기도]</p> <ul style="list-style-type: none">● 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용 |

과제 5-3) AI 기반 맞춤형 가구산업 육성 지원

□ 목적

- 고객 라이프사이클을 고려한 성향 및 취향 분석에 따른 맞춤형 가구산업 육성으로 고부가가치 창출

□ 필요성

- 고양시가 가구산업의 유통·판매 부문에서의 성장을 위해서는 고객 성향에 따른 맞춤형 가구산업의 육성이 필요
- 고양시 바이오산업과 연계하여 인체공학적으로 디자인된 맞춤형 가구산업의 육성 필요
- 인공지능 기반의 맞춤상품 제안 고수익 시장이 확대됨에 따라 맞춤시장의 발전 필요
 - 사용자 맞춤형 건강 모니터링 및 관리 기능을 통해 신체적 건강뿐만 아니라 정신적 웰빙까지 고려한 제품으로 발전하고 있음

□ 벤치마킹

- 인체공학적 디자인가구
 - AI 기반의 척추 관리시스템을 통해 사용자의 신체 상태를 실시간으로 분석하여 맞춤형 치료를 제공함
 - 온열 치료와 자동 마사지 기능을 포함하고 있어 사용자는 건강 회복과 편안한 휴식을 동시에 경험할 수 있음

□ 추진내용

- 고객의 라이프스타일 데이터 수집, 분석하여 고객 성향에 따른 맞춤형 가구 제안
- 헬스케어 산업에서 인체공학적으로 디자인된 맞춤형 가구디자인 개발지원
- 가구산업의 유통·판매 부문에서 고객 성향에 따른 맞춤형 가구산업의 육성지원
- 고객 물류 데이터를 수집하고, 분석 및 활용하여 맞춤 서비스 지원시스템 구축을 지원
- 맞춤형 물류 추적 및 맞춤 배송 서비스 체계 구축지원

표 4-35 | 추진내용: 맞춤형 가구산업 육성지원

| 사업명 | 추진내용 |
|-------------|---|
| 맞춤형 가구산업 육성 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업 • 내용: 고객데이터 수집, 분석 및 활용, 고객 성향에 따른 맞춤형 가구 제안, 인체공학적 가구 디자인 제안, 물류 추적 및 맞춤 배송시스템 구축 • 지원: 산업통상자원부 및 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통 판매 |

표 4-36 | 연차별: 맞춤형 가구산업 육성지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------|----------------|-----------------------------|----------------------|---------------------------|-------------|
| 맞춤형 가구산업 육성 | 맞춤형 가구산업 육성 기획 | 맞춤형 가구산업 육성을 위한 공모 사업 참여 지원 | 고객 데이터 수집 및 분석 체계 구축 | 고객 데이터 기반 맞춤형 가구제안 시스템 구축 | 맞춤형 가구산업 육성 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 산업통상자원부의 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용
- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업 등 활용」 등 활용

그림 4-26 | 과제 5-3: 맞춤형 가구산업 육성지원

과제 5-3. 맞춤형 가구산업 육성 지원



과제 5-4) 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원

□ 목적

- 고양시가 경기북부를 대상으로 가구경진대회를 개최
- 전시회 수상자를 대상으로 국내외 가구전시회 참가를 지원
- 고양시 가구산업을 홍보하고 수출망 등을 구축함

□ 필요성

- 고양시만을 대상으로 가구판매에는 한계가 있음
- 국내 가구 내수시장의 포화가 진행되고 있음
- 가격경쟁력, 디자인경쟁력 등을 갖춘 글로벌 가구 기업이 국내 시장 진출로 국내 가구산업이 위축되고 있음
- 고양시가 가구 유통·판매시장을 중심으로 성장하기 위해서는 전시회 개최 등을 통한 홍보활동과 국외 가구전시회 참가를 통한 수출망을 확보하는 것이 필요함

□ 전시회 사례

- 세계 3대 가구박람회는 최신 유행하는 디자인 트렌드와 새로운 가구의 형태를 제시하며 가구디자인에 선도적 역할을 하고 있음
 - 이탈리아 밀라노 가구 전시회, 독일 쾰른 가구 전시회, 미국 네오콘 시카고 전시회

□ 추진내용

- 가구 경진대회를 개최하여 가구디자인, 가구콘텐츠, 기술 개발 등을 지원
- 국내외 유명 가구경진대회 및 가구전시회 참가 지원
- 국내외 유명 가구전시회를 고양시가 참여하여 공동으로 개최 지원
 - 국내 코펜 등과 같이 유명 가구전시회와 공동으로 가구전시회 개최

표 4-37 | 추진내용: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원

| 사업명 | 추진내용 |
|------------------------|---|
| 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업, 경기북부 가구산업 • 내용: 국내외 경진대회 개최, 국외 경진대회 참가 지원, 국내외 유명 가구전시회 공동 개최 지원 • 지원: 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통·판매 |

표 4-38 | 연차별: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원


| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|------------------------|---------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------|------------------------|
| 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 | 경진대회 기획 | 국내 경진대회 개최 방안 모색 국제 경진대회 참가 지원 | 국외 경진대회 고양시 유치 국내 유명 가구전시회 공동 개최 | 국외 유명 가구전시회 참가 | 국내외 유명 가구전시회 고양시 개최 추진 |
| 예산(백만원) | - | 100 | 200 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 경기도의 국내 「가구 전시회 참가 지원」, 「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」, 「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용

그림 4-27 | 과제 5-4: 국내외 경진대회와 가구전시회 참가 지원

과제 5-4. 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원

| | | |
|--|------|---|
|  | 목적 | 고양시가 경기북부를 대상으로 가구경진대회를 개최하여 수상자를 대상으로 국내외 가구전시회 참가를 지원하여 고양시 가구산업을 홍보하고 수출망 등을 구축함 |
| | 필요성 | <ul style="list-style-type: none">고양시만을 대상으로 가구판매에는 한계가 있음국내 가구 내수시장의 포화가 진행되고 있음가격경쟁력, 디자인경쟁력 등을 갖춘 글로벌 가구 기업이 국내 시장 진출로 국내 가구산업에 위축가구 유통·판매시장을 중심으로 성장을 위해 전시회 개최 등을 통한 홍보활동국외 가구전시회 참가를 통한 수출망을 확보하는 것이 필요 |
| | 추진내용 | <ul style="list-style-type: none">국내외 가구 경진대회를 개최하고, 참가지원 및 국내외 유명 가구전시회 참가 지원국내외 유명 가구전시회를 고양시가 참여하여 공동으로 개최국내 코편 등과 같이 유명 가구전시회와 공동으로 가구전시회 개최 |
| | 추진방법 | [경기도] <ul style="list-style-type: none">국내 「가구 전시회 참가 지원」,「국제가구전 경기도관 및 가구 해외전시회 개별참가 지원」,「가구디자인 공모전 및 공급자 박람회 개최」 등 활용 |
| | | |
| | | |

6. 전략 6: 가구 융복합산업 육성

과제 6-1) 조명 등 홈데코 가구산업과 연계된 고부가가치산업의 육성

□ 목적

- 가구산업과 연계된 고부가가치산업의 연계 육성지원

□ 필요성

- 가구산업과 연계된 산업으로 고부가가치를 창출하는 연관 산업의 육성지원이 필요함
- 홈퍼니싱 시장의 확대되면서 조명, 테이블웨어, 프리미엄 가구 등에 대한 소비자의 요구 증가에 따라 이에 따른 시장 환경조성 필요
- 가구산업은 생활밀접형 산업으로 조명 등 실용적이면서 감각적인 가구디자인 및 서비스에 따른 고부가가치화 필요
- 하이엔드, 프리미엄 리빙 시장 확대, 맞춤 시장 확대 등의 비즈니스 트렌드 환경조성에 따른 대응 필요
- 풀필먼트 시장에서의 원스톱 판매시장 구축을 위해 가구 연계 산업의 육성이 필요
- 사무용 가구 시장 성장에 따른 B2B 시장 대응 경쟁력 확보 필요

□ 추진내용

- 조명, 전기, 프리미엄 가구 등의 가구 연계산업의 전시·판매시장 육성지원
- 스마트 가구의 등장에 따른 전기제품 등의 관련 산업의 전시·판매시장 육성지원

표 4-39 | 추진내용: 조명 등 홈데코 가구산업과 연관된 고부가가치산업의 육성

| 사업명 | 추진내용 |
|----------|--|
| 연계산업의 육성 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업과 연계산업(조명 등) • 내용: 가구와 연계된 산업의 전시·유통·판매 시장 육성지원 • 지원: 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 홍보·유통·판매 |

표 4-40 | 연차별: 조명 등 홈데코 가구산업과 연관된 고부가가치산업의 육성

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------|------|------------------|----------------|--------------|--------------|
| 연계산업의 육성 | - | 조명 등 가구 연계 산업 조사 | 전시 판매 방안 기획 지원 | 공모사업 등 참여 지원 | 전시·판매·마케팅 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 100 |

□ 추진방법

- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용

그림 4-28 | 과제 6-1: 조명 등 홈데코 가구산업과 연계된 고부가가치산업의 육성

과제 6-1. 조명 등 가구 연관 고부가가치산업 육성

| 목적 | | |
|--|---|---|
| 가구산업과 함께 고부가가치 연계산업의 육성 지원 | | |
| 필요성 | 추진내용 | 추진방법 |
| ○ 가구산업에 연계된 고부가가치를 창출하는 연관산업의 육성지원 ○ 가구의 홈페이지를 지원하는 원스톱 판매시장 구축을 위해 가구 연계산업의 육성지원 | ○ 조명, 전기 등의 가구 연계산업의 전시·판매시장 육성 ○ 스마트 가구의 등장에 따른 전기제품 등의 관련 산업의 전시·판매시장 육성 | ○ 경기도 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용 |

과제 6-2) 공예 등 가구 연관산업의 육성

□ 목적

- 고양시 가구산업의 융복합화를 통한 가구산업의 육성지원
 - 공예가구, 아트가구, 원목가구, 고가구 등

□ 필요성

- 고양시 공예산업과 연계하여 가구산업의 육성 필요
- 고양시 가구박람회와 공예박람회를 공동 개최 필요
- 공예산업과 연계를 통해 고양시 가구산업의 차별화 필요
- 실용과 예술의 경계를 넘나드는 디자인으로 폭넓은 소비자층 확보 필요
- 고양시 공예산업의 생활소품 등을 통해 가구산업 육성
- 신세계까사, 현대리바트, 나무찌 등 가구에 예술을 입힌 프리미엄 시장을 공략함에 따라 이에 대한 대응 필요
- 최근 대중들의 장인정신, 수공기술에 대한 관심이 커지면서 디자인 가구를 장인정신의 결정체로 보기 시작하여 이에 대한 관심과 시장 형성이 증가함

□ 추진내용

- 공예산업과 가구산업의 융복합화 지원
- 생활소품과 가구산업의 융복합화 지원
- 예술과 디자인 중심의 가구 프리미엄화 지원
- 원목가구, 고가구, 아트가구 등 공예기술과 접목을 통해 가구 프리미엄화 지원

표 4-41 | 추진내용: 공예 등 가구 연관산업의 육성

| 사업명 | 추진내용 |
|----------|---|
| 연관산업의 육성 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업과 공예산업 • 내용: 가구산업과 공예산업의 융복합화 지원 • 지원: 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통·판매 및 융복합화 |

표 4-42 | 연차별: 공예 등 가구 연관산업의 육성

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------|------|---------|---------|--------|--------|
| 연관산업의 육성 | - | 융복합화 기획 | 제품개발 지원 | 마케팅 지원 | 마케팅 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 50 | 100 |

□ 추진방법

- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용
- 중소벤처기업부의 「중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선구매 제도」 등 활용

그림 4-29 | 과제 6-2: 공예 등 가구 연관산업의 육성

과제 6-2. 공예산업 등 가구 부대산업의 육성

목적

>> 고양시 가구산업을 공예산업과의 융복합화를 통한 가구산업 육성지원

| 필요성 | 추진내용 및 사례 | 추진방법 |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">● 고양시 공예산업 자원을 활용하여 이와 연계된 가구산업 육성● 고양시 공예산업의 생활용품 등을 통해 가구 융복합산업 육성 | <ul style="list-style-type: none">● 공예산업과 가구산업의 융복합화 지원● 생활소품과 가구산업의 융복합화 지원● 디자인과 가구의 심미성, 예술성 등 융복합화(예, 신세계 까사, 현대 리바트 등)● 고부가가치화, 프리미엄화 등 | <p>● 추진방법</p> <p>[중소벤처기업부]</p> <ul style="list-style-type: none">● 「중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선구매 제도」 등 활용 <p>[경기도]</p> <ul style="list-style-type: none">● 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용 |

과제 6-3) 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원

□ 목적

- 실감미디어산업과 고양시 가구산업의 연계를 통한 가구체험전시산업 육성지원
- VR, AR 등 실감기술 중심의 가구 가상체험서비스 제공 지원

□ 필요성

- 고양시가 가구유통업 중심으로 성장하기 위해서 온라인 가구체험 전시장 운영 필요
- 가구산업이 스마트화되면서 이에 대한 소비자의 체험 욕구 충족 필요
- 가상체험 전시장 등을 통해 가구의 배치 등에 대한 소비자의 욕구 충족 필요
- 글로벌기업의 실감미디어 기술을 이용하여 온오프라인 가구 판매시장 확대
- 고양시 지역산업인 콘텐츠사업과 연계하여 실감기술 기반 가상 전시·판매 서비스를 제공할 수 있는 방안 모색 필요

□ 벤치마킹

- 나뚜찌 그룹은 소파 가구를 랜선 집들이 등을 통해 온오프라인으로 실시간 판매함
- 이케아는 가상현실(VR), 증강현실(AR) 기술을 통해 고객에게 가상쇼핑 경험을 제공함
 - 증강현실 앱을 활용하여 랜선 가구배치 체험 등의 기능을 소비자에게 제공함
 - 이케아는 고양점, 기흥점, 동부산점 등 4개의 오프라인 매장과 이커머스 운영으로 온오프라인 접점에서 옴니채널을 강화하고 있음
- 가구 산업단지의 경우 가구를 잘 보여주기 위한 대형 윈도우 등에서 이러한 실감미디어를 활용하거나, 가구운송용 트럭 등 대형 수송수단 등에 실감미디어를 활용

□ 추진내용

- 고양시의 콘텐츠자원과 연계하여 실감미디어를 이용한 가구 체험 산업 육성지원
- 온오프라인 쇼핑에서 가구 배치 등 가상 체험을 통한 마케팅·판매 지원

표 4-43 | 추진내용: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원

| 사업명 | 추진내용 |
|-----------------------|---|
| 실감미디어 활용 가구 체험장 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시 가구산업과 콘텐츠 산업 • 내용: 가구산업의 마케팅·판매 활성화를 위한 체험 산업 육성지원 • 지원: 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 유통 판매 및 융복합화 |

표 4-44 | 연차별: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원

| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-----------------|------|------------------------------|-------------------------|------------|--------|
| 실감미디어 활용 가구 체험장 | - | 실감미디어와 가구산업 융복합화 사례 등 가능성 조사 | 실감미디어 가구산업 적용 테스트 베드 기획 | 체험 산업 육성지원 | 마케팅 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 100 | 200 | 100 |

□ 추진방법

- 경기도의 「유망·영세 가구기업 R&D 지원사업」 등 활용
- 중소벤처기업부의 「중소기업 제품 구매목표비율·중소기업자와 우선조달·중소기업간 경쟁·기술개발제품 우선구매 제도」, 「한국형 창작공간(메이커 스페이스) 확충」 등 활용
- 산업통상자원부의 「글로벌전문기술개발사업 지원」, 「생활용품 산업 7대 업종별 프리미엄화 방안」 등 활용

그림 4-30 | 과제 6-3: 실감기술 기반 가구 체험전시장 구축지원

과제 6-3. 가구체험전시장



과제 6-4) 가구박물관 구축 방안 모색

□ 목적

- 가구산업의 변천과 고양시 가구산업의 역사를 보여줄 수 있는 가구박물관 구축
- 여타의 박물관과 차별화된 형태의 가구박물관 구축으로 소비자에게 유익함을 제공

□ 필요성

- 고양시 가구산업 50년의 역사를 보여줄 수 있는 가구박물관 필요
- 경기북부 가구산업의 변천사를 보여줄 수 있는 가구박물관 필요
- 박물관을 통해 고객 가구에 대한 이해를 넓힐 수 있는 마케팅·홍보 수단으로 활용
- 판마케팅 등을 벤치마킹하여 가구를 이용해 고객에게 재미와 웃음을 제공할 수 있는 박물관 구상 필요
- 가구박물관의 전시를 위해 주제를 정하고 변화하면서 박물관 전시의 변화 구상 필요
 - 영국의 세계 최대의 디자인 뮤지엄인 런던의 '빅토리아 앤 알버트 뮤지엄(V&A)'에 155년 역사상 처음 상설 가구관 '수잔 위버 갤러리(Dr Susan Weber Gallery)'가 들어섬
 - 기존의 천편일률적인 방식(시대별, 디자이너별)에서 벗어나 새로운 가구전시관으로 개관
 - 유럽 각국의 250여 점이 넘는 가구를 재료별, 기술별 등 적용된 테크닉별로 전시
 - 가구의 이면, 제작과정 등을 동영상, 디지털가이드, 이미지 등을 통해 입체적으로 전시
- 가구의 역사와 트렌드의 변화를 동시에 전시할 수 있는 공간으로 활용

□ 추진내용

- 고양시 가구산업의 50년 역사를 전시할 수 있는 방안 모색
- 경기북부의 가구산업과 고양시 가구산업의 변천사를 통합 전시할 수 있는 방안 모색
- 고양시 공예산업의 역사와 함께 가구산업을 전시할 수 있는 방안 모색

표 4-45 | 추진내용: 가구박물관 구축 방안 모색

| 사업명 | 추진내용 |
|-------|---|
| 가구박물관 | <ul style="list-style-type: none"> • 대상: 고양시와 경기북부 가구산업의 역사 • 내용: 가구산업의 역사와 변천사를 전시할 수 있는 방안 모색 • 지원: 중소벤처기업부, 경기도 지원사업 제도 활용 • 분야: 전시·홍보·마케팅 |

표 4-46 | 연차별: 가구박물관 구축 방안 모색


| 연차별 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|---------|------|----------|-----------------------|-----------------------|--------|
| 가구박물관 | - | 가구박물관 기획 | 구축 방안 모색 공모사업 등 활용 | 운영 방안 모색 공모사업 등 활용 | 전시회 지원 |
| 예산(백만원) | - | 50 | 50 | 200 | 200 |

□ 추진방법

- 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용
- 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」 등 활용

그림 4-31 | 과제 6-4: 가구박물관 구축 방안 모색

과제 6-4. 가구 박물관 구축 방안

| | | |
|--|------|---|
|  | 목적 | 고양시 및 경기북부 가구의 변천과 산업의 역사를 보여줄 수 있는 가구박물관 구축 |
| | 필요성 | ○ 고양시 가구산업 50년의 역사를 보여줄 수 있는 가구박물관 필요 ○ 경기북부 가구산업의 변천사를 보여줄 수 있는 가구박물관 필요 ○ 박물관을 통해 고객 가구에 대한 이해를 넓힐 수 있는 마케팅·홍보 수단으로 활용 |
| | 추진내용 | ○ 고양시 가구산업의 50년 역사를 전시할 수 있는 방안 모색 ○ 경기북부의 가구산업과 고양시 가구산업의 변천사를 통합 전시할 수 있는 방안 모색 ○ 고양시 공예산업의 역사와 함께 가구산업을 전시할 수 있는 방안 모색 ○ 박물관과 놀이공원이 융복합된 가구박물관 등 아이디어 경진대회 개최 |
| | 추진방법 | ○ 경기도의 「가구유통 밀집지역 환경개선 사업 및 마케팅 촉진 사업」 등 활용 ○ 중소벤처기업부의 「지역특화발전특구 지정(2004~)」 등 활용 |
| | | |

제4절 성과관리 방안

1. 개요

- 가구산업 종합발전계획의 성공적 이행을 위한 성과 항목, 측정지표(안)와 소요예산 제시함
- 가구산업 육성 전반의 성과 달성을 위한 제안된 과제별 성과지표를 제시하여 목표 달성에 자율적 수행을 유도함

2. 성과항목

- 전략 1: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

표 4-47 | 전략 1: 과제 - 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|-----------------------------|--------------|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|
| 과제 1-1 환경개선사업 | 환경개선 사업 | 폐건물 주변 환경개선 | 폐공장 주변 환경개선 | 공용화장실 등 공공시설 환경개선 | 공동 주차 공간 확보 및 개선 | 공공시설 확보 및 개선 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| 과제 1-2 전시 및 판매 공동 인프라 조성 | 판매 공동 인프라 조성 | 유통·판매시설 기획지원 | 공동 판매시설 공모사업 추진 | 공동 판매시설 구축지원 | 공동 판매시설 구축지원 | 공동 판매시설 구축지원 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| | 전시 공동 인프라 조성 | - | - | 전시장 기획지원 | 전시장 구축 공모사업 추진 | 전시장 마련 및 구축지원 |
| | 성과지표 | - | - | % | % | % |
| 과제 1-3 온·오프라인 홍보지원 | 오프라인 홍보지원 | 가구 전시회 개최 | 가구 전시회 개최, 국내외 가구 전시회 참가 지원 기획 | 가구 전시회 개최, 국내외 가구 전시회 참가 지원 | 경기북부 가구 전시회 개최 | 코편 등 국내 가구 전시회 등 공동 가구 전시회 개최 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| | 온라인 홍보지원 | 고양시 가구산업 공동홈페이지 구축 기획지원 | 고양시 가구 판매용 공동홈페이지 구축지원 | 공동홈페이지 구축 및 운영 지원 | 디지털마케팅, SNS 마케팅 등 기획지원 | 디지털마케팅 지원 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |

□ 전략 2: 공동물류망 구축

표 4-48 | 전략 2: 과제 - 공동물류망 구축

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|---|-----------------------------------|-----------------|---------------------------------------|---|-------------------------------|---------------------|
| 과제 2-1 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 | 물류 공동시설 | 물류 공동시설 기획지원 | 물류 공동시설 구축지원을 위한 공모사업 | 물류 공동시설 구축지원 | 물류 공동시설 구축지원 | 물류 공동시설 구축지원 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| | 공유장비 공유차량 확보 | - | 공유장비 확보 방안 기획 | 공유장비 확보 공모사업 추진/ 공유차량 확보 방안 기획 | 공유차량 확보 공모사업 추진 | 공유 장비 및 차량 확보 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 2-2 물류 통합관리 및 운영강화 | 물류 통합관리 및 운영강화 | - | 공동 물류 시설 운영 및 관리 기획 | 공동 물류 시설 시범운영 | 공동 물류 시설 운영 및 관리 방안 구축 | 공동 물류 시설 운영 및 관리 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 2-3 유통 풀필먼트 (fulfillment) 구축 | 유통 풀필먼트 (fulfillment) 구축 | - | 유통 풀필먼트 구축의 필요성, 타당성 등 예비 조사 | 유통 풀필먼트 기획 | 유통 풀필먼트 구축 지원사업 공모사업 참여 | 유통 풀필먼트 구축 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |

□ 전략 3: 가구산업 경쟁력 강화

표 4-49 | 전략 3: 과제 - 가구산업 경쟁력 강화

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|---------------------------|-----------------|-------|------------------|-------------------------------------|---------------------------|--------------------|
| 과제 3-1 인력양성 | 인력양성 | - | 기획지원 | 공모사업 지원 | 시설 등 지원 | 인력양성 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 3-2 가구디자인 및 제품개발 | 가구디자인 및 제품개발 | - | 디자인 및 제품개발 기획 | 공모사업 참여 | 공모전 및 박람회 개최 등 개발지원 | 공동 창작공간 확보 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제3-3 가구연구소 | 가구연구소 | - | 가구연구소 구축 기획 | 가구연구소 구축 지원을 위한 공모사업 참여 지원 | 가구 연구소 구축 방안 모색 | 가구 연구소 운영 방안 모색 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |

□ 전략 4: 경기북부 가구산업 파트너십 구축

표 4-50 | 전략 4: 과제 - 경기북부 가구산업 파트너십 구축

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|---------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------|
| 과제4-1 공동브랜드 개발 | 공동브랜드 개발 | - | 고양시 공동브랜드 개발 기획 | 공동브랜드 의견수렴 | 가구 공동브랜드 개발 기획 | 공동브랜드 개발 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 4-2 협의회 구성 및 운영 | 협의회 구성 및 운영 | - | 가구협의회 구성 지원 | 협의회 운영 지원 | 경기북부 협의회 구성 지원 | 경기북부 협의회 운영 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 4-3 차별화 및 경쟁력 확보 | 차별화 및 경쟁력 확보 | 가구산업 차별화 방안 모색 | 유통·판매 중심축 구축 방안 기획 | 유통·판매를 위한 시설 확보 지원 | 국내외 전시회 개최 | 체험시설 구축 및 운영 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| 과제 4-4 유기적 산업생태계 | 유기적 산업생태계 | 경기북부 지자체와 협력 방안 모색 | 생산중심의 지자체와 협력 방안 모색 | 물류·유통·판매 활성화 방안 모색 | 경기북부 가구산업의 가치 창출 지원 | 경기북부 유기적 산업생태계 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |

□ 전략 5: 국내외 시장 트렌드 반영

표 4-51 | 전략 5: 과제 - 국내외 시장 트렌드 반영

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|---|---------------------------------|------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|---------------------------------|
| 과제 5-1 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | 온라인플랫폼 구축 필요성 조사 | 공동 온라인플랫폼 구축 방안 기획 | 온라인플랫폼 구축을 위한 공모사업 지원 | 온라인플랫폼 구축지원 | 온라인플랫폼 운영 지원 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| 과제 5-2 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 | 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 | 스마트 가구산업 육성 기획 | 신소재 및 친환경 가구 육성 기획 | 스마트, 신소재 및 친환경 가구 유통·판매 기획 | 생산자로부터 수급 방안 구축 | 유통·판매망 구축 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| 과제5-3 맞춤형 가구산업 육성 | 맞춤형 가구산업 육성 | 맞춤형 가구산업 육성 기획 | 맞춤형 가구산업 공모사업 지원 | 고객 데이터 수집 및 분석 체계 구축 | 맞춤형 가구제안 시스템 구축 | 맞춤형 가구산업 육성 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |
| 과제 5-4 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 | 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 | 경진대회 기획 | 국내 경진대회 개최 지원/국제 경진대회 참가 지원 | 국외 경진대회 유치/국내 유명 가구전시회 공동 개최 | 국외 유명 가구전시회 참가 | 국내외 유명 가구전시회 고양시 개최 추진 |
| | 성과지표 | % | % | % | % | % |

□ 전략 6: 가구 융복합산업 육성

표 4-52 | 전략 6: 과제 - 가구 융복합산업 육성

| 과제 | 세부과제 | 2024년 | 2025년 | 2026년 | 2027년 | 2028년 |
|---------------------------------|-----------------------|-------|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------|
| 과제 6-1 고부가가치 산업의 육성 | 고부가가치 산업의 육성 | - | 조명 등 가구 연계산업 조사 | 전시 판매 방안 기획지원 | 공모사업 등 참여 지원 | 전시·판매·마케 팅 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 6-2 연관산업의 육성 | 연관산업의 육성 | - | 융복합화 기획 | 제품개발 지원 | 마케팅 지원 | 마케팅 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 6-3 실감미디어 활용 가구 체험장 | 실감미디어 활용 가구 체험장 | - | 실감미디어와 가구산업 융복합화 사례 등 가능성 조사 | 실감미디어 가구산업 적용 테스트베드 기획 | 체험 산업 육성지원 | 마케팅 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |
| 과제 6-4 가구박물관 | 가구박물관 | - | 가구박물관 기획 | 건축 방안 모색 공모사업 등 활용 | 운영 방안 모색 공모사업 등 활용 | 전시회 지원 |
| | 성과지표 | - | % | % | % | % |

3. 소요예산

□ 연차별 소요예산

- 2024년 가구산업 육성 6대 전략 수행을 위한 소요예산은 440백만원임
- 2025년 가구산업 육성 6대 전략 수행을 위한 소요예산은 2,200백만원임
- 2026년 가구산업 육성 6대 전략 수행을 위한 소요예산은 2,200백만원임
- 2027년 가구산업 육성 6대 전략 수행을 위한 소요예산은 4,900백만원임
- 2028년 가구산업 육성 6대 전략 수행을 위한 소요예산은 5,600백만원임

□ 전략별 소요예산

- 전략 1: 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성(총 4,090백만원)
 - 환경개선 사업 소요예산은 900백만원임
 - 전시 및 판매 공동 인프라 조성 사업 소요예산은 970백만원임
 - 온·오프라인 홍보 및 전시회 지원 사업 소요예산은 2,220백만원임

- 전략 2: 공동물류망 구축(총 4,050백만원)
 - 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 소요예산은 2,100백만원임
 - 물류 통합관리 및 운영강화 소요예산은 1,150백만원임
 - 유통 풀필먼트(fulfillment) 구축 소요예산은 600백만원임
 - 수출 지원 소요예산은 200백만원임
- 전략 3: 가구산업 경쟁력 강화(총 1,250백만원)
 - 가구인력 양성 소요예산은 250백만원임
 - 가구디자인 및 제품개발 지원 소요예산은 800백만원임
 - 가구 연구소 구축지원 소요예산은 200백만원임
- 전략 4: 경기북부 가구산업 파트너십 구축(총 2,100백만원)
 - 가구 공동브랜드 개발 지원 소요예산은 250백만원임
 - 경기북부 가구산업 협의회 구성 및 운영 소요예산은 200백만원임
 - 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 소요예산은 1,150백만원임
 - 유기적 산업생태계 구축 지원 소요예산은 500백만원임
- 전략 5: 국내외 시장 트렌드 반영(총 2,400백만원)
 - 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 소요예산은 600백만원임
 - 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성 지원 소요예산은 600백만원임
 - 맞춤형 가구산업 육성 지원 소요예산은 500백만원임
 - 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 소요예산은 700백만원임
- 전략 6: 가구 융복합산업 육성(총 1,450백만원)
 - 조명 등 가구 고부가가치산업의 육성 소요예산은 250백만원임
 - 공예 등 가구 연관산업의 육성 소요예산은 250백만원임
 - 가구 체험전시장 소요예산은 450백만원임
 - 가구박물관 구축 방안 소요예산은 500백만원임

표 4-53 | 소요예산

| 전략 | 추진과제 | 소요예산(백만원) | | | | | |
|----------------------------------|----------------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 합계 |
| 환경개선 및 유통, 판매 인프라 조성 | 환경개선 사업 | 200 | 500 | 100 | 50 | 50 | 900 |
| | 전시 및 판매 공동인프라 조성 | 20 | 50 | 100 | 300 | 500 | 970 |
| | 온오프라인 홍보 및 전시회 지원 | 220 | 500 | 500 | 500 | 500 | 2,220 |
| 공동 물류망 확보 | 물류 공동시설, 공유장비 및 공유차량 확보 | - | 50 | 50 | 1,000 | 1,000 | 2,100 |
| | 물류 통합관리 및 운영강화 | - | 50 | 100 | 500 | 500 | 1,150 |
| | 유통 풀필먼트(fulfillment) 구축 | - | 100 | 100 | 200 | 200 | 600 |
| | 수출지원 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| 가구산업 경쟁력 강화 | 가구인력 양성 | - | 50 | 50 | 50 | 100 | 250 |
| | 가구디자인 및 제품개발 지원 | - | 50 | 50 | 200 | 500 | 800 |
| | 가구연구소 구축지원 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| 경기북부 가구산업 파트너십 구축 | 가구 공동브랜드 개발지원 | - | 50 | 50 | 50 | 100 | 250 |
| | 경기북부 가구산업 협의회 구성 및 운영 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| | 가구산업 차별화로 경쟁력 확보 | - | 50 | 200 | 400 | 500 | 1,150 |
| | 유기적 산업생태계 구축지원 | - | 50 | 50 | 200 | 200 | 500 |
| 국내외 시장 트렌드 반영 | 온라인 판매망 및 플랫폼 구축 | - | 100 | 100 | 200 | 200 | 600 |
| | 스마트, 신소재 및 친환경 가구 육성지원 | - | 100 | 100 | 200 | 200 | 600 |
| | 맞춤형 가구산업 육성지원 | - | 50 | 50 | 200 | 200 | 500 |
| | 국내외 경진대회 및 가구전시회 참가 지원 | - | 100 | 200 | 200 | 200 | 700 |
| 가구 융복합산 업 육성 | 조명 등 가구 고부가가치산업의 육성 | - | 50 | 50 | 50 | 100 | 250 |
| | 공예 등 가구 연관산업의 육성 | - | 50 | 50 | 50 | 100 | 250 |
| | 가구 체험전시장 | - | 50 | 100 | 200 | 100 | 450 |
| | 가구박물관 구축 방안 | - | 50 | 50 | 200 | 200 | 500 |
| 합계 | | 440 | 2,200 | 2,200 | 4,900 | 5,600 | 15,340 |

제5절 추진체계

1. 가구산업발전협의회 구성(안)

□ 고양시 가구산업발전협의회 구성(안)

- 고양시 일원화된 가구조합 구성 및 가구산업생태계의 생산, 유통, 물류, 판매 등 분야별 주체, 전문가, 가구업체 등으로 구성된 가구산업발전협의회 구성을 제안함

□ 각 참여 주체별 세부사업 협의회 구성(안)

- 사업목적에 따라 지자체, 관련기관, 생산, 유통, 물류, 판매 주체와 전문가 등으로 세부 사업별 협의회 구성을 제안함

2. 사업 주체별 역할 분담(안)

□ 마홀앤 사례의 벤치마킹에 따른 사업 주체별 역할 분담

- 마홀앤의 사례에서와 같이 고양시, 경기도, 중앙부처 및 가구조합 등 가구산업 육성을 위해 각 사업 주체별 역할 분담
- 고양시 가구산업의 육성을 위해 가구조합의 주도적인 노력이 중요함
 - 고양시 가구산업 육성을 위한 사업추진에 있어 민첩성을 높이기 위해 일원화된 조직 구성
 - 공동판매망 및 공동물류체계 구축, 원자재 공동구매, 전시회 개최와 참여 등을 선제적으로 진행함
 - 가구 표준화와 인증사업, 공동상표개발, 효율적 및 효과적인 홍보방안 모색
 - 연구사업, 디자인 및 기술개발, 친환경 가구 개발, 스마트 가구 개발 방안 모색
 - 온라인몰 개발을 통해 가구 공동판매장 및 공동물류체계 구축의 성공 가능성 확인 필요
- 고양시는 중앙부처의 공모사업 등에 참여하여 가구산업 지원을 위한 재정을 확보하고 정책적 지원방안을 모색함
 - 재정을 확보하여 시설정비 및 환경개선사업을 추진하고, 경기도와 중앙부처의 공모사업에 참여하여 예산확보 및 경진대회 등을 개최하고 참여하여 디자인 및 기술개발 등을 지원함
- 경기도 및 산업통상자원부의 가구산업 육성 방향 및 지원 정책에 따라 고양시 활용이 가능한 정책을 적극적으로 탐색하고 참여하는 것이 중요함

- 전시회 지원, 국내외 유명 전시회 고양시 유치 지원사업 참여
- 공동판매장, 공동물류시스템 구축을 위한 정부 지원사업 참여
- 규제개선 및 지역특구 등 지역산업 육성 지원제도 모색
- 디지털콘텐츠 기반 홍보 및 마케팅 지원(지역산업인 콘텐츠산업 등과 연계)사업 참여
- 체험전시관 구축, 실감미디어 사업 기반 가구 전시 등 지역산업인 콘텐츠산업의 기업과의 연계 방안 모색
- 박물관 구축 시 공모사업 또는 경진대회를 통해 디지털+가구+놀이 등 차별화된 박물관 구축 방안을 모색하는 것이 필요함. 예를 들어 경진대회 등을 개최할 수 있음
- 고양시 공동브랜드 개발과 경기북부 공동브랜드 개발을 위해 상위 부처의 지원사업 발굴
- 온라인몰 구축을 위한 공모사업 참여로 예산확보와 가구 판매 사업확대 지원
- 원자재 공동구매로 비용감소와 지역 방송·영상자원과 연계 공동촬영스튜디오 환경조성 등을 지원

그림 4-32 | 가구산업 발전을 위한 사업 주체별 역할 분담(안)

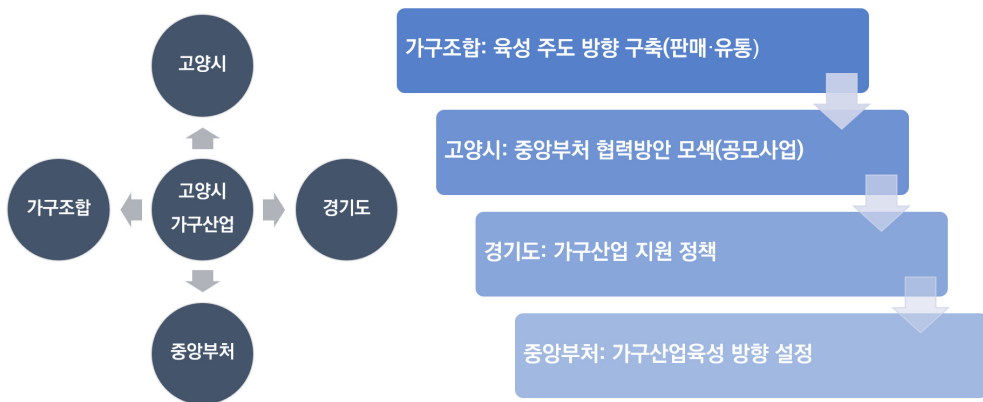


그림 4-33 | 가구산업 발전을 위한 사업 주체별 과제(안)

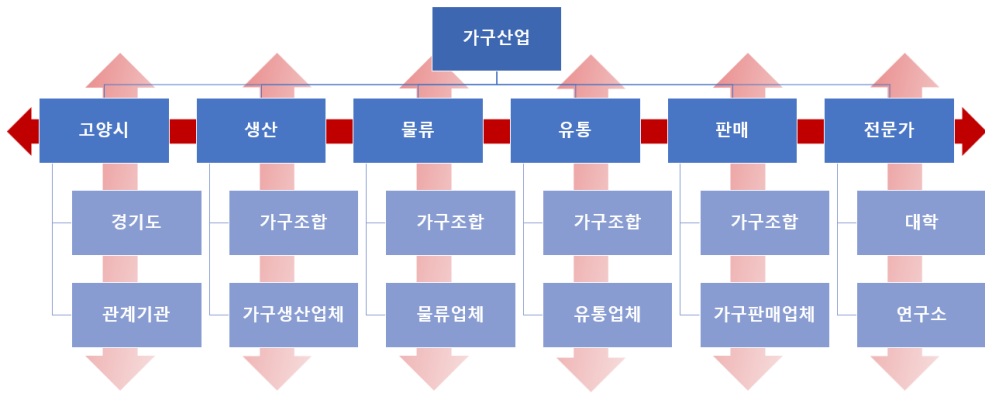
| 고양시 주도 | 고양시 지원 | 가구조합 주도 |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 시설정비 ● 환경개선 ● 공모사업 참여 ● 경진대회 개최 | <ul style="list-style-type: none"> ● 전시회 지원, 국내외 유명 전시회 고양시 유치 지원 ● 공동판매장, 공동물류시스템 구축을 위한 정부지원사업 참여 ● 규제개선 및 지원제도 모색 ● 디지털콘텐츠 기반 홍보 및 마케팅 지원(지역산업인 콘텐츠 산업 등과 연계) ● 체험전시관 구축 시 지역 콘텐츠기업과 연계 방안 모색 ● 박물관 구축 시 공모사업 또는 경진대회를 통해 디지털+가구+놀이 등 차별화된 박물관 구축 필요 ● 공동상표 개발 지원 ● 온라인몰 구축사업 지원 ● 원자재 공동구매, 공동촬영스튜디오 환경 지원(지역 방송·영상자원과 연계 등) | <ul style="list-style-type: none"> ● 통일된 조직 필요 ● 전시회 개최와 참여, 공동판매장 및 물류 구축, 원자재 공동 구매, ● 가구 표준화와 인증사업 ● 공동상표, 온라인몰 개발, 홍보 방안 모색 ● 연구사업, 디자인개발, 친환경 가구 개발, 스마트 가구 개발 등 |

3. 협력체계 구축(안)

1) 가치사슬의 사업 주체 간 협업 체계 구축(안)

- 고양시 가구산업 진흥을 위한 가치사슬을 구성하는 사업 주체 간의 협력체계 구축(안)
 - 가치사슬을 구성하는 생산업체, 유통업체, 판매업체, 물류업체, 마케팅, 글로벌기업, 전문가, 관계기관 등의 다양한 주체 간의 협력체계 구축이 중요
 - (생산업체) 사업 주체로는 가구제조업체, 전문가, 관계기관 등
 - (유통·판매업체) 사업 주체로는 가구 대리점, 가구유통업체, 전문가, 관계기관 등
 - (물류업체) 사업 주체로는 가구 물류업체, 전문가, 관계기관 등
 - (소비확산) 사업 주체로는 킨텍스, 전시회, 체험관, 전문가, 관계기관 등
 - (연구개발) 사업 주체로는 연구소, 교육기관, 창업, 디자인 및 기술개발, 친환경, 신소재, 스마트 연계 기관, 포럼, 세미나 등의 기관, 전문가, 관계기관 등

그림 4-34 | 가치사슬 사업 주체 간의 협력체계 구축(안)



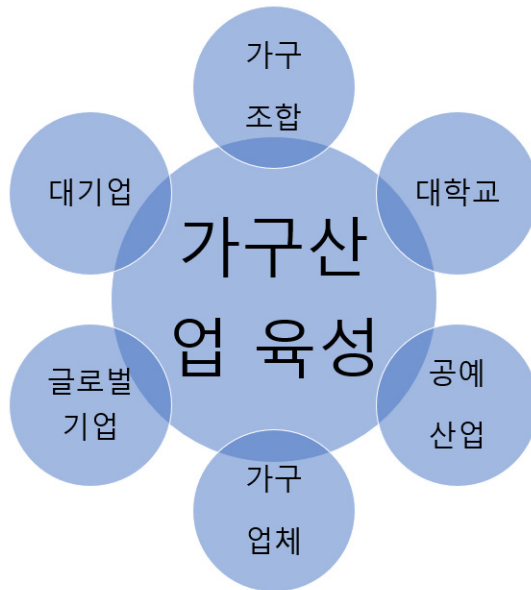
2) 산·학·관·연 협업 체계 구축(안)

□ 산·학·관·연 가구산업 연계조직

- 가구조합, 생산업체, 유통업체, 물류업체, 판매업체 등과 관계기관 및 전문기관 등의 유기적 협업 체계를 구축함
- 고양시는 가구협동조합, 공예협회, 경민대학교, 가구업체(제조업, 유통업), 물류, 가구 대기업, 글로벌기업(이케아) 등으로 구성된 협의체를 구축함

그림 4-35 | 산학관연 협업 및 네트워크 체계 구축(안)





3) 경기북부 네트워크 구축

□ 경기북부 가구산업 육성을 위한 협력체계 구축

- 가구산업의 스마트화, 대규모화, 글로벌화에 따른 경쟁력 확보를 위해 경기북부 가구산업 육성을 위한 각 지자체의 가구조합 간의 협력체계 구축
- 가구산업의 지자체별 차별화 및 특성화를 통한 지자체 간의 상생 협력체계 구축 및 실행
- 예를 들어 경기북부의 포천시 가구공동전시판매장과 고양의 판매·유통망의 차별화 및 상호협력관계 정립
- 경기북부 가구산업의 공동 물류, 유통 및 판매 방안 등 공동 발전 체계 구축

□ 유기적 네트워크 체계 구축 및 운영 필요

- 고양시를 중심으로 하여 가구산업 네트워크 구축 및 유기적인 운영체계 구축
- 경기북부 지자체의 유기적 네트워크 구축으로 경기북부의 가구산업 클러스터 조성
- 경기북부 지자체 공동으로 국내외 세미나, 전시회, 포럼, 경진대회 등을 개최함

그림 4-37 | 경기북부 가구산업 네트워크 구축

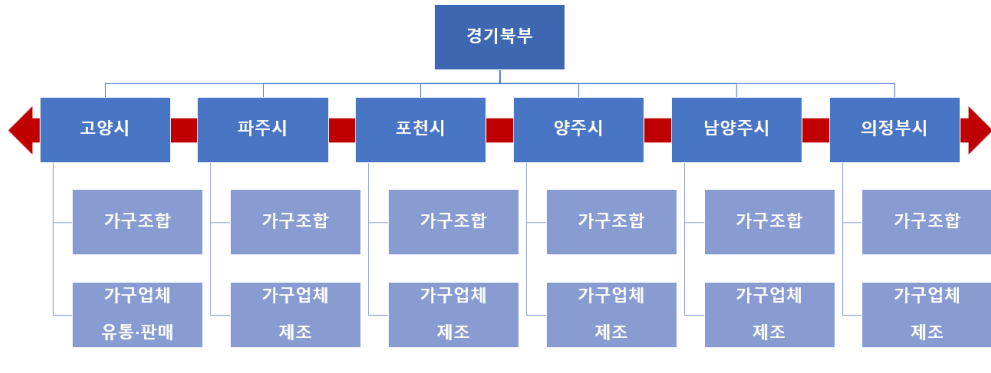
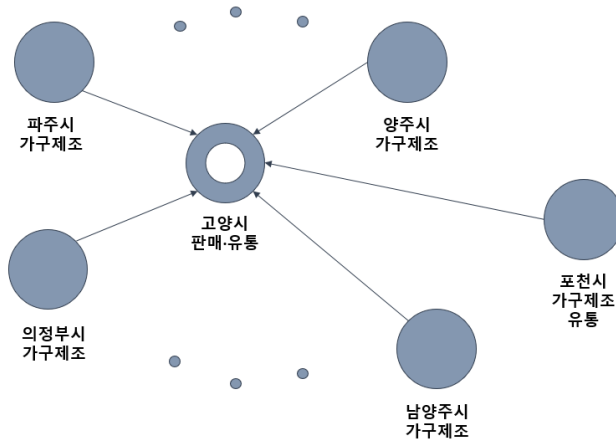


그림 4-38 | 경기북부 가구산업 상생협력체계 구축



4. 온라인몰 시범사업(안)

- 가구 판매 온라인몰 구축을 통해 고양시 가구공동판매망 및 물류망 시범운영을 실시함
 - 고양시 가구복합단지 조성에 앞서 온라인몰을 통해 고양시 가구 전시, 판매 및 물류망 운영을 통해 시행착오를 통해 문제점을 보완하고 이를 통해 고양시 가구판매유통단지 조성시의 성공적 운영의 가능성을 높임
 - 가구 온라인몰의 국내 판매율이 50%를 이미 넘어섰으며, 국내 가구 대기업들은 아마존을 통해 해외시장 진출을 도모하고 있음. 따라서 고양시 가구산업의 육성을 위해서는 온라인몰의 활성화와 성공적 운영이 매우 중요함
 - 온라인몰의 시범운영과 구축을 통한 가구유통산업을 활성화함

참고문헌

[국내문헌]

- 고양시·고양시가구협동조합·경민대학교 가구산업개발원(2015.8.). 「이케아(IKEA) 입점 대비 고양시 가구산업 종합발전계획 수립.」
- 고양시가구협동조합(2015.10.). 「고양 가구공동전시판매장 및 물류센터 건립타당성 조사 용역.」
- 경기고양시일산가구협동조합(2022.10.). 「고양 덕아·대화 가구복합단지 조성사업.」
- 경기고양시일산가구협동조합(2024.10.28.). 「고양가구복합단지 조성 사업 설문조사 결과보고서.」
- 경기개발연구원(2006). 「경기도 가구산업육성 마스터플랜.」
- 경기도. “경기도 가구산업 육성 및 지원 조례 [경기도조례 제7466호].”
- 경기도(2019). “제2차 경기도 가구산업 육성 종합계획(2019년~2023년).”
- 경기도경제과학진흥원(2023). 「경기도 가구산업 육성 방안 연구.」
- 경기연구원(2006). 「경기가구산업 발전연구소의 효율적 운영방안.」
- 경기연구원(2010). 「경기북부 가구산업 경쟁력 강화방안.」
- 경기연구원(2013). 「경기도 가구산업 종합발전계획 연구.」
- 경기연구원(2015). 「경기도 가구산업 구조변화와 정책방안.」
- 경기연구원(2018). 「경기도 가구산업 경쟁력 강화방안.」
- 경기연구원(2021). 「경기전략산업 육성방안연구(II).」
- 김상권(2014). 「이케아의 한국 진출에 따른 국내 가구산업의 발전방향에 관한 연구.」한국가구학회지 25권, 4호, 한국가구학회.
- 김양경(2016). 「가구산업의 시장창출(Driving-Markets)을 위한 디자인경영전략 연구.」조선대학교 대학원.
- 광주시·에이치아이정책연구원(2019). 「광주시 가구거리(가구산업 인프라) 조성 타당성 및 기본설계 용역.」
- 산업통상자원부(2016.12). “2016년 가구산업 경쟁력 조사.”
- 삼성 KPMG 경제연구원(2023). 「홈퍼니싱 시장의 현주소는?」
- 연구개발특구진흥공단(2017.09). 「사무용 가구 시장.」
- 정은미(2007). 「이탈리아 가구산업의 성공요인: 확립기(1945~1970)를 중심으로.」디자인학연구, 통권 제73호, 20(5), 한국디자인학회, 313~328.

중소기업경영혁신연구원(2024). 「2024년 경기도 중소기업 지원시책.」
법무법인 화우(2024). “2024년 경제분야 달라지는 지원제도.”
통계청. “통계청 사업체 총조사(1인 이상).”
통계청. “공업·제조업 통계(10인 이상).”
한국개발연구원(2017). 「가구산업의 최근 성장과 서비스화에 대한 사례연구.」
Kotra 해외시장뉴스(2021.20.22). “美, 팬데믹 장기화로 지속 성장하는 가구시장.”

[해외문헌]

Eurostat(2018).

Statista(2019).

[관련기사]

가구소식(2021.06.15.). 이로채, 집 안에 이로움을 채우다 <https://m.blog.naver.com/PostView.naver?blogId=kffic&logNo=222399351609&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F&trackingCode=external>
가구코리아(2007.04.30.). 전국가구단지안내 <https://gagukorea.co.kr/article/%EC%A0%84%EA%B5%AD%EA%B0%80%EA%B5%AC%EB%8B%A8%EC%A7%80%EC%95%88%EB%82%B4/12/1644/>
경기고양시일산가구협동조합(2024.). <http://www.goyanggagu.com/page/sub0201>
대한가구산업협동조합연합회(2021.08.12.). 2021 중국 가구 산업 트렌드 http://www.kffic.kr/bbs/board.php?bo_table=s7_4&wr_id=38&page=1
더코리아포스트(2018.02.06.). [외교시정] 온라인과 IoT로 달라지는 미국 가구시장 <https://www.koreapost.co.kr/news/articleView.html?idxno=33275>
서울창업신문(2018.02.16.). 美 가구시장의 新변화, 온라인 틈새시장 및 IoT 트렌드 급부상 ↑ <https://scnews.co.kr/m/content/view.html?section=88&category=149&no=4738>
소후 닷컴(Sohu.com), 바이두 백과
아시아타임즈(2018.02.11.). 美 가구시장 트렌드는 '스마트'...'틈새시장 노려라' <https://www.asiati>

me.co.kr/167587#_enliple#_mobwcvr

아주경제(2022.08.22.). 예술과 손잡는 가구업계... '브랜드 고급화'로 위기 돌파 <https://www.ajunews.com/view/20220822144947066>

연합뉴스(2017.08.07.). 고양시, 가구 산업 맞춤형 현장실무인력 양성 <https://www.yna.co.kr/view/RPR20170807003400353>

올라소파(2021.11.09.). 2021년 미국 가구 시장 전망: 모듈식 소파, 다기능 직물 등이 주목받고 있다! <http://ko.olasofa.com/news/prospects-for-the-american-furniture-market-in-51474045.html>

이데일리(2024.03.20.). [단독]'일본판 이케아' 니토리, 6호점까지...공격 확장 통할까 <https://m.edaily.co.kr/news/read?newsId=01298886638825288&mediaCodeNo=257>; 나뚜찌 공식홈페이지

이코노믹리뷰(2020.10.17.). [대훈전 가구시장]①가구단지 몰락... '빅3'로 시장재편 <https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=415374>

인포스타데일리(2021.08.02.). 레이저보이(LZB), 북미 가구시장 성장세 지속..."향후 실적 낙관적" <http://www.infostockdaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=164528>

인포스타데일리(2021.11.12.). 가구업계의 아마존 '웨이페어'..."낙관적 전망" <https://www.infostockdaily.co.kr/news/articleView.html?idxno=147712>

인터뷰(2023.04.14.). 전 세계 가구 정보를 한 곳에서, 가구 거래시장의 새로운 패러다임 'All FURN' <http://www.interviewm.com/news/articleView.html?idxno=3018>

위키원(2024.). 가구산업 <http://wiki.hash.kr/index.php/%EA%B0%80%EA%B5%AC%EC%82%B0%EC%97%85>

포천시(2018.05.02.). 포천시 가구 공동전시판매장 및 물류센터 마홀앤 <https://news.pocheon.go.kr/news>

포천시(2024.). 마홀앤 <https://maholn.com/history,m>.

한국은행. 경제통계시스템.

통계청. 전국사업체조사.

AIF 아세안(2021.11.16.). 폴란드 가구 산업 분야 동향 https://www.kiep.go.kr/aif/businessDetail.es?brdctNo=322475&mid=a30400000000&search_option=&search_keyword

-
- =&search_year=&search_month=&search_tagkeyword=&systemcode=07&search_region=&search_area=¤tPage=1&pageCnt=10
- Business Research Insights(2024.08.). 모듈형 및 플랫 팩 가구 시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/modular-and-flat-pack-furniture-market-109399>
- Business Research Insights(2024.08.). 스마트 가구 시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/smart-furniture-market-106603>
- Business Research Insights(2024.11.). 상업용 가구시장 규모 <https://www.businessresearchinsights.com/ko/market-reports/commercial-furniture-market-105977>
- Fortune Business Insights(2024.11.). 가구 임대 서비스 시장 규모, 점유율 및 코로나19 영향 분석, 재료별, 애플리케이션별 및 지역 예측(2023~2030) <https://www.fortunebusinessinsights.com/ko/furniture-rental-service-market-106643>
- Market Research Update(2023.10). 도서관 가구 시장: 규모 및 성장 2023 <https://www.linkedin.com/pulse/%EB%8F%84%EC%84%9C%EA%B4%80-%EA%B0%80%EA%B5%AC-%EC%8B%9C%EC%9E%A5-%EA%B7%9C%EB%AA%A8-%EB%B0%8F-%EC%84%B1%EC%9E%A5-2023-isdailynews/>
- Mordor Intelligence(2024). 미국 가구 시장 규모(2024~2029) <https://www.mordorintelligence.kr/industry-reports/united-states-furniture-market/market-size>
- Mordor Intelligence(2024). 이탈리아 가구 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2024~2029) <https://www.mordorintelligence.kr/industry-reports/italy-furniture-market>
- Research Nester(2024.06.13.). 사무실 가구 시장 <https://www.researchnester.com/kr/reports/office-furniture-market/78>
- The Living(2020.10.19.). 美 가구 판매량 급증 <http://www.theliving.co.kr/news/articleView.html?idxno=21623>
- The Women Times(2017.10.30.). 이케아 고양시 진출 이후 지역중소가구 업체 매출 30~40%하락 <https://www.womentimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=38782>
- VANTAGE Market Research(2023). 가구 시장 - 글로벌 산업 평가 및 예측 <https://www.vantagemarketresearch.com/ko/industry-report/furniture-market-2309>
-

VANTAGE Market Research(2024). 글로벌 가구 시장 규모 <https://v-mr.biz/kr/furniture-market-1155>

Abstract

Fostering Plan of Furniture Industry in Goyang Special City (2024~2028)

Hyun Jung Lee¹⁾, Sangmi Jo²⁾

This study aims to establish a comprehensive development plan (2024-2028) to foster and advance the furniture industry in Goyang City. With a 50-year history, the furniture industry in Goyang City is shifting toward building a furniture distribution-centered Value Chain, as manufacturing is no longer feasible. The mission is to achieve a "Renaissance of Goyang City's Furniture Industry," while the vision is to promote and enhance its competitiveness. The primary goal is to create the leading furniture sales and distribution market in northern Gyeonggi Province through concentrated sales and distribution. The core values are integration, activation, differentiation, and connectivity.

The key directions are as follows:

Create a development zone through the integration of furniture logistics, distribution, and sales (expanding from Goyang City to northern Gyeonggi).

Revitalize the market by securing sales networks and hosting exhibitions to stimulate logistics, distribution, and consumption.

Foster high-value-added industries by cultivating the convergence of the furniture industry with other sectors.

1) Senior Research Fellow, Goyang City Institute, Korea

2) Assistant Researcher, Goyang City Institute, Korea

Establish Goyang City as the central axis for distribution and sales networks to strengthen the furniture industry in northern Gyeonggi.

The six strategic initiatives are:

First, Infrastructure development through environmental improvements for distribution and sales.

Second, Establishing a shared logistics network.

Third, Strengthening the competitiveness of the furniture industry.

Forth, Building partnerships within the furniture industry.

Fifth, Reflecting domestic and international market trends.

Finally, Developing a convergence furniture industry.

Each strategy consists of annual and project-specific tasks and will be implemented in three stages: short-term, mid-term, and long-term.

Short-term (2024-2028): Focused on differentiation in distribution and sales. Tasks include improving the environment of furniture complexes, developing a growth strategy centered on distribution and sales, differentiating Goyang City from other municipalities in northern Gyeonggi, renovating and upgrading public facilities, securing shared parking lots, improving outdated facilities, and refurbishing abandoned properties.

Mid-term (2025-2028): Focused on establishing distribution, sales, and export channels to lead a renaissance in the furniture industry. Tasks include building distribution, sales, and logistics networks; exploring export markets; expanding promotional activities such as exhibitions, fairs, and competitions; enhancing digital marketing; and operating experiential spaces and museums to engage directly with

consumers.

Long-term (2026-2028): Focused on competitiveness enhancement and high-value creation. Efforts include fostering a skilled workforce to enhance competitiveness, promoting premium products, and advancing the convergence of the furniture industry with other sectors. This includes workforce development across the entire value chain-production, distribution, logistics, technology, design, eco-friendliness, and new materials. Other efforts involve the development of artistic, modern, ergonomic designs; leading the eco-friendly and advanced material sectors; promoting convergence with smart technology, IT, AI, immersive media, crafts, and lighting; supporting research institutes and startups; and facilitating product and material development.

To revitalize the furniture industry in Goyang City, it is crucial for furniture companies to take the initiative and for all key stakeholders, including the city government, to collaborate and divide roles effectively to achieve the industry's renaissance.

정책 24-11

고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구(2024~2028)

| | |
|---------|---|
| 발행일 | 2024년 11월 30일 |
| 저자 | 이현정, 조상미 |
| 발행인 | 김현호 |
| 발행처 | 고양연구원 |
| 주소 | 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빛마루방송지원센터 11층 |
| 전화 | 031-8073-8341 |
| 홈페이지 | www.goyang.re.kr |
| S N S | https://www.facebook.com/goyangre/ |
| I S B N | 979-11-92971-60-5 |

이 보고서의 내용은 연구진의 개인적인 견해로서, 고양연구원의 공식 견해와는 다를 수 있습니다.
해당 보고서는 KoPubWorld서체를 사용하여 제작되었습니다.

고양특례시 가구산업 종합발전계획 연구 (2024~2028)

Fostering Plan of Furniture Industry in Goyang Special City (2024~2028)