

요 약 문

1. 제 목 : 2018 도자센서스 조사

2. 조사의 목적

- 도자센서스는 우리나라 도자산업의 근간을 이루는 요장업체를 전수 조사하여 지역별, 규모별 요장업체의 분포와 요장업체의 생산, 유통 현황을 종합적으로 파악하는 것을 일차적인 목적으로 하며 더불어, 도자 산업을 육성 발전시키기 위한 도예인의 의견을 종합하여 향후 도자 산업 발전을 위한 효과적인 지원 정책을 만들기 위한 기초 자료를 작성하는 데 그 목적이 있다.
- 또한 경기도 수공예 중심의 생산현황/유통현황/소비현황 등 실질적 자료조사를 통한 경기도 수공예 도자 시장의 전망 및 진출 방향 모색, 요장업체 미 운영 도예인 현황 조사를 통해 도예인의 현황 파악에 목적이 있다.

3. 조사의 내용 및 범위

- 본 조사는 요장업체의 기본 현황은 물론, 생산, 유통, 마케팅 활동 현황을 파악할 수 있는 항목과 소지·유약 사용 실태, 디자인 개발 실태, 디자인 도용과 관련된 실태와 대응 현황, 한국도자재단의 역할에 대한 의견 등 요장업체의 현황을 전반적으로 이해할 수 있는 항목으로 구성되었다.
- 본 조사의 내용은 다음과 같음
 - ① 전국 요장업체의 수 및 인력 현황(프리랜서 작가, 유급, 무급 종사자 등)
 - ② 요장업체의 재정 현황(매출액, 수출액 등)
 - ③ 요장업체의 주요 특성
 - ④ 요장업체의 주요 생산품 및 생산방식
 - ⑤ 요장업체의 주요 생산설비 및 기술현황(가마, 점토 설비, 성형 설비, 유약 설비, 장식기법 등)
 - ⑥ 요장업체가 활용하고 있는 유통망 현황
 - ⑦ 브랜드/서명 활용 정도
 - ⑧ 온라인 판매 현황
 - ⑨ 요장업체의 원료 사용 실태
 - ⑩ 요장업체의 유약 사용 실태
 - ⑪ 제품 디자인 도용 현황 및 대처 현황
 - ⑫ 한국도자재단의 역할
 - ⑬ 국내 도자시장 조사
 - ⑭ 경기 수공예 도자시장 현황 심층조사
 - ⑮ 요장업체 미운영 도예인 현황조사

4. 조사의 모집단 확보 방법

- 2015년 조사 시 보유한 약 1,700개 리스트와 한국도자재단 도예인 DB자료 약 1,800개 리스트를 검토하였다.
- 요장 명, 대표자 등의 중복 체크 작업을 하여 리스트 최신화를 진행하였으며, 조사 진행 과정에서 추가로 발견된 요장업체 또한 조사를 진행하였다.

5. 주요 조사 결과

1) 전국 요장업체의 수, 인력, 매출 현황(추정 자료)

- 2018 도자센서스 결과 전국 요장 수는 1,647개로 확인되었음(유효 모집단 기준). 2015년 센서스 조사의 경우 1,614개의 요장업체가 조사된 것과 비교하면 33개 증가하였다.
- 전국적으로 유효모집단인 1,647개의 요장업체에서 4,369명의 종사자가 근무하고 있는 것으로 추정되었다. 이 수치는 2015년 4,585명 대비 216명의 종사자가 감소하여 4.7%의 감소율을 보이는 것으로 나타남. 요장 평균 인력은 약 2.2명으로 나타났다.
- 총매출액 변화 : 2014년 3,026억원 → 2018년 2,354억원(672억 감소)
요장 1개당 평균 매출액: 2014년 1억8,748만원 → 2018년 1억4,292만원(4,456만원 감소)
- 1인당 요장 평균 매출액이 5천만원 이상인 비중이 28.8%이고, 3천~5천만원인 경우가 18.9%, 1천 5백~3천만원인 경우가 28.2%, 1천 5백만원 이하인 경우가 24.1%로 52.3%는 3천만원 이하로 열악한 편이다.

2) 요장업체의 특성

- 1년 중 도자기 생산 기간의 전체 평균은 11개월로 나타나며 권역, 생산품 기준 또한 모든 부분에서 평균 10개월 이상의 도자기 생산 기간이 소요되는 것으로 나타났다. 특히 '호남권'(11.3개월)과 '전통 도자 작품'(11.2개월)에서는 도자기 생산 기간이 비교적 긴 것으로 나타났다.
- 요장 생산품 구성으로는 '식기류'(26.1%)가 가장 많았고, '다기류'(21.6%), '전통 도자작품'(14.8%) 순으로 나타났다.
- 2018년 가마 보유 수로는 'LPG가스 가마'와 '전기 가마'가 1.4기로 가장 많았고, '도시가스 가마'와 '터널식 가마'가 1.3기, '실험용 가마'와 '장작 가마'가 1.2기, '석유 가마' 1.0기의 순으로 나타났다. 2015년 대비 '전기 가마', '석유 가마', '장작 가마'는 평균 보유 가마 수가 감소하였고, '터널식 가마'만이 증가하는 경향을 보였다.
- 요장 보유 설비로는 '전기물레'(90.4%)를 가장 많이 보유한 것으로 나타났으며, '토련기'(86.3%), '도판기'(34.4%)의 순으로 나타났고, 보유한 설비의 평균 사용 대수로는 '전기물레'가 2.7대로 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다.
- 점토 조달 방식으로는 '구매하여 사용'이 94.0%(1,283개)로 가장 많았고, '자체 생산하는 요장은 14.8%(202개), 점토를 생산 또는 구매하지 않는 요장은 1.2%(16개)로 나타났다. 점토를 구매하여 사용하는 요장 1,283개의 점토 구매처로는 '생산 공장에서 직접 구입'이 67.9%로 가장 높게 나타났으며, '도매상에게 구입' 29.9%가 뒤를 이었다.
- 유약 조달 방식으로는 '구매하여 사용'이 71.3%로 가장 높았고, 뒤따라 '자체생산'이 55.0%가 있었다. 유약을 사용하지 않는 업체는 18개(1.3%)가 있었다. 유약을 구매하여 사용하는 요장 972개의 유약 구매처로는 '도매상에게 구입'이 47.2%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 '생산 공장에서 직접 구입' 31.7%, '원료 소재 마켓에서 구입' 20.1% 등의 순으로 나타났다.

- 요장의 판매경로는 2015년 대비 도매상이 줄고, 요장직판/직영점, 축제/페어, 갤러리/전시회 판매 비중이 증가하고, 온라인 판매 등이 늘어났다.(온라인 이용 경험은 16.3%, 온라인 판매 비중은 5.2%에 불과함)
- 전업 도예가는 51.4%이고, 겸업 도예가가 41.9%(571명)이며, '도예와 관련 없는 타 업종을 겸업하는 도예가'는 12.7%(174명)으로 응답하였다.
- 수출을 하는 업체는 8.4%(114개)이며, 경기도 이천지역(15.1%)과 광주(11.4%)에서 수출 비중이 상대적으로 높았고, 전통 도자제품의 수출 비중이 12.3%로 상대적으로 높았다.(생활도자 8.9%)
- 수출 시 애로사항은 수출에 필요한 통관절차 등이 번거로운 점(61.4%)이 가장 높게 나타났고, 수출에 소요되는 비용이 부담스러운 점(38.6%), 외국어 불편으로 홍보가 잘 안 되는 점(23.7%) 등으로 나타났다.
- 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성에 대해서 '매우 잘 알고 있다'는 5.7%, '알고 있다'가 28.6%로 나타난 반면 '모른다'는 65.7%로 응답하였다.
- 한국도자재단에서 했으면 하는 일은 홍보마케팅, 도자소비 활성화를 위한 노력, 단체전시 및 행사지원, 창작공간 및 창작활동 지원, 금융/제세지원, 전통문화 보호, 발전지원, 디자인 보호 및 복제방지 시스템 마련 등으로 나타났다.
- 요장 미운영 도예 인원은 점차 확산되는 추세이며, 도자센서스 조사 결과 도예를 즐기는 인원은 총 291,727명으로 많은 숫자를 차지하고 있음. 그 중 체험교실 이용자는 283,231명이다.

1장. 조사 개요 2

1. 사업의 이해 및 배경 2

1) 사업의 이해 2

2) 도자 산업의 표준산업분류 22

3) 기초사와의 차이점 32

2. 사업의 목적 및 범위 4

1) 사업의 목적 4

2) 사업의 범위 5

3) 조사의 기본방향 5

4) 모집단 확보 방법 6

5) 실사 및 자료 처리 6

2장. 요장 전수조사 결과 8

1. 조사 현황 8

1) 조사 완료 현황 8

2) 전국 요장 현황 8

3) 매출 추정(유효 모집단 1,647개) 9

4) 지역별 매출액 비중(조사 된 1,363개 요장) 10

2. 일반 현황 3

1) 업체의 설립연도 3

2) 업체의 조직 형태 3

3) 요장 업체 대표자 현황 43

3. 인력 활용 5

1) 사업자등록증을 보유한 도예가의 수 6

2) 프리랜서 작가 보유 현황 63

3) 요장 종사자의 수(유효 모집단 추정) 7

4) 유/무급별 및 도자 생산 파트 별 종사자 인원 10

5) 자체 요장에서 채용하기 어려운 인력 유무 및 생산 파트 11

6) 구인 애로사항 11

4. 생산품 및 생산시설 2

1) 1년 중 도자기 생산 기간 24

2) 요장 생산품의 구성 24

3) 요장 생산품 특성 31

4) 요장의 가마 보유 현황 34

5) 요장의 설비 보유 및 사용 행태	74
6) 업체의 외부용역 현황	84
5. 도자 재료 활용	94
1) 점토 사용현황	94
2) 점토(흙, 소지)의 조달 현황	205
3) 점토 부족 부분	5
4) 유약 조달 방식 및 구매처	45
5) 유약 선택 시 중요 요소	45
6) 유약 사용 시 아쉬운 사항	55
6. 제품 디자인 및 디자인 보호	65
1) 생산품 디자인 중요 요소	65
2) 생산품 디자인 개선 방법	65
3) 생산품 디자인 보호를 위한 조치	75
4) 타인의 무단도용에 대한 생각	75
7. 마케팅 및 유통	8
1) 요장의 생산품 판매경로	85
2) 온라인 판매 채널	06
3) 직판과 위탁판매(팔리는 대로 수급)의 비중	100
4) 최근 1년 내 전시회 참여 횟수(평균)	20
5) 브랜드 표기 방법	26
6) 해외 수출 현황	36
7) 해외 수출의 어려운 점	46
8) 도자 수출입 및 수입 실적(관세청 수출입 통계 자료 참고)	50
8. 요장 현황	66
1) 요장의 소유 형태	66
2) 겸업 현황	6
3) 요장의 작업시설 면적	86
4) 최근 2개년 총 매출액 및 항목별 구성비	80
9. 도예협회/단체·기관 협력교류	90
1) 도예 관련 협회/단체 가입 현황	96
2) 지자체와의 협력 교류사업의 일환인 문화행사 현황	00
3) 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성	100
10. 한국도자재단의 역할	27
1) 정부나 한국도자재단 등 공공기관의 해야 할 일	20
2) 전반적인 도자산업 발전을 위한 의견	37
11. 인력 현황	74
1) 운영 미운영 등의 전체 도예 인원에 대한 추정	40

3장. 소비자조사 결과 5

1. 조사개요	5
1) 조사목적	5
2) 조사대상	5
3) 구매 경험률	5
4) 응답자 특성	6
2. 도자제품 인지도 및 선호도	77
1) 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드	77
2) 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무	97
3. 최근 1년 동안 구입한 도자제품	08
1) 구입한 도자제품의 종류	08
2) 구입한 도자제품의 형태	18
3) 최근 구입한 도자제품의 구입 장소	38
4) 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수	57
5) 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대	67
6) 최근 1년 동안 도자제품의 구입 횟수	78
7) 도자제품 구입의 주된 동기	88
8) 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인	09
9) 구입한 도자제품에 대한 만족도와 그 이유	27
4. 최근 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태	37
1) 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구입 여부	37
2) 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유	47
3) 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매 시 작가 및 디자인 고려 여부	57
4) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소	67
5) 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수	87
6) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대	97
7) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품 구입횟수	001
8) 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부 및 그 이유	101
9) 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점	20
10) 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도	41
11) 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도	56
12) 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점	701
13) 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부	96
14) 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부	01
5. 라이프 스타일	111
1) 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일	111

4장. 판매업체 조사 결과	1B
1. 조사개요	113
1) 조사목적	113
2) 조사대상	113
3) 응답 업체 특성	1B
2. 판매업체 특성	114
1) 판매업체의 유형	11
2) 판매업체의 세부 유형	1B
3) 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중	61
4) 판매하는 도자기의 종류	7
5) 많이 판매되는 도자제품의 가격대	9
6) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형	21
7) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성	21
8) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대	21
9) 업체 방문객의 구입 용도	2
10) 업체 방문객의 선호하는 포장형태	4
11) 도자제품이 많이 팔리는 시기	3
12) 업체 주요 고객층의 연령대	8
13) 외국인의 방문 여부	7
14) 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수	82
15) 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적	92
16) 외국인 방문객의 주요 구입 제품	3
3. 도예작가가 만든 수공예 제품 취급형태	11
1) 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부	131
2) 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중	21
3) 수공예 도자제품을 납품받는 경로	3
4) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군	43
5) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성	53
6) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인	63
7) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대	73
8) 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점	81
9) 월평균 도자제품 구입 고객 수	1
10) 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수	21
11) 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수의 변화	31
12) 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화	41
13) 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액	51
14) 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항	74
15) 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항	91
16) 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견	11

5장. 요식업체 조사 결과	13
1. 조사 개요	153
1) 조사 목적	153
2) 조사 대상	153
3) 응답자 특성	153
2. 식기류 구매행태	154
1) 요식업체 창업 경력	154
2) 업체에서 주로 사용하는 식기류	155
3) 업체에서의 식기 구매 주기	156
4) 1번에 구매하는 금액	157
5) 업체에서 가장 고려하는 구매 요인	158
6) 향후 구매 식기 종류	159
3. 도자제품 인지도 및 선호도	160
1) 도자제품으로 떠오르는 브랜드	160
2) 선호하는 브랜드 유무	161
4. 도자제품 구매 및 사용 행태	162
1) 업체에서 사용 중인 도자제품 형태	162
2) 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류	163
3) 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처	164
4) 가장 최근에 구매한 도자제품 개수	165
5) 주로 구입하는 도자제품 가격대(1회 총 구입금액 기준)	166
6) 최근 1년간 도자제품 구매 주기	167
7) 도자제품 구매 동기	168
8) 도자제품 선택/구매 고려 요인	169
9) 도자제품 만족도와 이유	170
5. 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매행태	171
1) 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력	171
2) 수공예 도자제품 비 구매 이유	172
3) 수공예 도자 구매할 때 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항	173
4) 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처	174
5) 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수	175
6) 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대	176
7) 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기	177
8) 수공예 도자제품 온라인 구매 현황	178
9) 수공예 도자제품 만족도	179
10) 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도	181

11) 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점	11
12) 수공예 도자제품 보장요소	8
13) 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장·단점	8
14) 수공예 도자기 이용 장애요소	8
15) 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향	71
16) 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부	81
6장. 경기도 수공예 도자시장 발전방안 결론	91
1. 전문가 인터뷰 진행 현황	9
2. 도자 시장 현황	19
1) 전반적 현황	19
2) 매출 감소 이유	10
3) 매출 증가 이유	10
3. 품목별 다변화 필요	11
4. 온라인을 통한 판매 방안 고려	2
5. 트렌드를 활용한 시장공략	2
6. 도자 판매처를 통한 방안	3
7. 수출 활성화 방안	14
8. 도예 관련 인력 및 수요	16
9. 재단의 역할	18
10. 판매업체를 통한 매출 방안	0
11. 경기도 수공예 활성화 방안	1
7장. 부록(통계표 및 설문지)	92

<표 차례>

<표 1-1> 도자센서스 연혁	1
<표 1-2> 도자 산업 분류표	2
<표 1-3> 기초사와의 차이점	3
<표 1-4> 사업의 범위	5
<표 2-1> 조사 현황	8
<표 2-2> 요장 업체의 지역별 분포	8
<표 2-3> 요장 매출 현황	9
<표 2-4> 지역별 요장업체의 매출액 변화(대기업 포함)	10
<표 2-5> 지역별 요장업체의 매출액 변화(대기업 제외)	12
<표 2-6> 사업자등록증을 보유한 도예가의 수	16
<표 2-7> 지역별 요장 업체 종사자 수 변화	17
<표 2-8> 지역별 요장 업체 종사자 수 - 운영주체별	18
<표 2-9> 지역별 요장 업체 총 종사자 수 변화 - 운영주체별	19
<표 2-10> 1년 중 도자기 생산 기간	22
<표 2-11> 가마 유형별 보유 대수	24
<표 2-12> 연도별 가마 보유율(중복)	25
<표 2-13> 주로 사용하는 원료의 종류 - 지역별(1)	30
<표 2-14> 주로 사용하는 원료의 종류 - 지역별(2)	31
<표 2-15> 경기지역의 유통망별 활용 비율	39
<표 3-1> 응답자 특성	61
<표 3-2> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드(1/2)	71
<표 3-3> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드(2/2)	81
<표 3-4> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무	91
<표 3-5> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 종류	101
<표 3-6> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 형태	111
<표 3-7> 가장 자주 구입한 도자제품의 형태	121
<표 3-8> 최근 구입한 도자제품 구입 장소	131
<표 3-9> 최근 구입한 도자제품 구입 장소(1/2)	141
<표 3-10> 최근 구입한 도자제품 구입 장소(2/2)	141
<표 3-11> 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수	151
<표 3-12> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대	161
<표 3-13> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 구입 횟수	171
<표 3-14> 도자제품의 구입의 주된 동기 : 용도	181
<표 3-15> 도자제품의 구입의 주된 동기 : 품질의 특성	191
<표 3-16> 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인(1/2)	201
<표 3-17> 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인(2/2)	211
<표 3-18> 구입한 도자제품에 대한 만족도	221

<표 3-19> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태	3
<표 3-20> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유	4
<표 3-21> 작가 및 디자인 고려 여부	5
<표 3-22> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소	6
<표 3-23> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소(1/2)	7
<표 3-24> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소(2/2)	7
<표 3-25> 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수	8
<표 3-26> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대	9
<표 3-27> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입횟수	10
<표 3-28> 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부	10
<표 3-29> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점(1/2)	2
<표 3-30> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점(2/2)	3
<표 3-31> 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도	4
<표 3-32> 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도 (5점 평균)	5
<표 3-33> 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도(만족 정도)	6
<표 3-34> 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점 : 1순위	7
<표 3-35> 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점 : 1+2순위	8
<표 3-36> 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부	9
<표 3-37> 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부	10
<표 3-38> 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일(5점 평균)	2
<표 3-39> 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일(동의 비율)	2
<표 4-1> 응답 업체 특성	31
<표 4-2> 판매업체의 유형	41
<표 4-3> 판매업체의 세부 유형	51
<표 4-4> 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중	6
<표 4-5> 판매하는 도자기의 종류	71
<표 4-6> 많이 팔리는 도자기 종류 : 1순위	81
<표 4-7> 많이 팔리는 도자기 종류 : 1+2순위	81
<표 4-8> 많이 판매되는 도자제품의 가격대	91
<표 4-9> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형	102
<표 4-10> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성	112
<표 4-11> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대	22
<표 4-12> 업체 방문객의 구입 용도	321
<표 4-13> 업체 방문객의 선호하는 포장형태	42
<표 4-14> 도자제품이 많이 팔리는 시기	52
<표 4-15> 업체 주요 고객층의 연령대	62
<표 4-16> 외국인의 방문 여부	721
<표 4-17> 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수	82

<표 4-18> 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적	92
<표 4-19> 외국인 방문객의 주요 구입 제품	03
<표 4-20> 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부	12
<표 4-21> 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중	23
<표 4-22> 수공예 도자제품을 납품받는 경로	33
<표 4-23> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군	42
<표 4-24> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성	52
<표 4-25> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인	62
<표 4-26> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대	72
<표 4-27> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1순위 (1/2)	82
<표 4-28> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1순위 (2/2)	92
<표 4-29> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1+2순위 (1/2)	02
<표 4-30> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1+2순위 (2/2)	02
<표 4-31> 월평균 도자제품 구입 고객 수	14
<표 4-32> 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수	24
<표 4-33> 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수 변화	34
<표 4-34> 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화	44
<표 4-35> 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액	62
<표 4-36> 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 수공예 도자제품 구매금액	62
<표 4-37> 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항 : 1순위	72
<표 4-38> 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항 : 1+2순위	82
<표 4-39> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1순위	94
<표 4-40> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1+2순위 (1/2)	02
<표 4-41> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1+2순위 (2/2)	02
<표 4-42> 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견 (5점 평균)	22
<표 4-43> 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견 (동의 비율)	22
<표 5-1> 요식업체 특성	51
<표 5-2> 요식업체 창업 경력	51
<표 5-3> 업체에서 주로 사용하는 식기류	55
<표 5-4> 식기 구매 주기	61
<표 5-5> 1번에 구매하는 금액	71
<표 5-6> 업체에서 가장 고려하는 구매 요인	85
<표 5-7> 향후 구매 식기 종류	91
<표 5-8> 도자제품으로 떠오르는 브랜드	06
<표 5-9> 선호하는 브랜드 유무	161
<표 5-10> 업체에서 사용 중인 도자제품	26
<표 5-11> 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류	36
<표 5-12> 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처	46
<표 5-13> 가장 최근에 구매한 도자제품 개수	56

<표 5-14> 주로 구입하는 도자제품 가격대	66
<표 5-15> 최근 1년간 도자제품 구매 주기	76
<표 5-16> 도자제품 구매 동기	81
<표 5-17> 도자제품 선택/구매 고려 요인	96
<표 5-18> 도자제품 만족도	97
<표 5-19> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력	17
<표 5-20> 수공예 도자제품을 구매하지 않은 이유	27
<표 5-21> 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항	37
<표 5-22> 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처	47
<표 5-23> 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수	57
<표 5-24> 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대	67
<표 5-25> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기	77
<표 5-26> 수공예 도자제품 온라인 구매 현황	87
<표 5-27> 수공예 도자제품 만족도	97
<표 5-28> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도	98
<표 5-29> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점	18
<표 5-30> 수공예 도자제품 보장요소 1순위	28
<표 5-31> 수공예 도자제품 보장요소 1+2순위	28
<표 5-32> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장점	38
<표 5-33> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 단점	48
<표 5-34> 수공예 도자기 이용 장애요소 1순위	58
<표 5-35> 수공예 도자기 이용 장애요소 1+2순위	68
<표 5-36> 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향	78
<표 5-37> 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부	88
<표 6-1> 응답자 성별	92
<표 6-2> 응답자 연령	92
<표 6-3> 도자 입문년도	82
<표 6-4> 요장 설립년도	92
<표 6-5> 사업자 유형	92
<표 6-6> 사업자등록증을 보유한 도예가 현황	11
<표 6-7> 프리랜서 작가 보유 현황	21
<표 6-8> 종사자 수 및 유/무급 종사자 현황	31
<표 6-9> 구인 어려운 인력 여부	41
<표 6-10> 구인 어려운 생산파트 인력	51
<표 6-11> 필요 인력 구인 애로사항	61
<표 6-12> 1년 중 도자기 생산 기간 현황	71
<표 6-13> 요장 생산품 구성 비율	81
<표 6-14> 요장 생산품 특성1	92
<표 6-15> 요장 생산품 특성2	92

<표 6-16> 요장 생산품 특성3	122
<표 6-17> LPG가스 가마 현황	22
<표 6-18> 도시가스 가마 현황	32
<표 6-19> 전기 가마 현황	42
<표 6-20> 터널식 가마 현황	52
<표 6-21> 석유 가마 현황	62
<표 6-22> 실험용 가마 현황	72
<표 6-23> 전통 가마 현황	82
<표 6-24> 교반기 현황	92
<표 6-25> 토련기 현황	92
<표 6-26> 전기물레 현황	13
<표 6-27> 지거링기 현황	22
<표 6-28> 도판기 현황	32
<표 6-29> 이장 주입기 현황	42
<표 6-30> 석고 진공교반기 보유 현황	53
<표 6-31> 석고 제형실 보유 현황	63
<표 6-32> 건조실 보유 현황	73
<표 6-33> 유약실험실 보유 현황	83
<표 6-34> 스프레이 부스 보유 현황	93
<표 6-35> 포장실 보유 현황	92
<표 6-36> 비포장 점토숙성 저장소 보유 현황	14
<표 6-37> 점토 수비(수리)시설 보유 현황	24
<표 6-38> 재고품 창고 보유 현황	34
<표 6-39> 폐자재 적치장소 보유 현황	44
<표 6-40> 하수 정화 처리시설 보유 현황	54
<표 6-41> 가마 굴뚝 집진기 보유 현황	64
<표 6-42> 업체의 외부용역 현황	74
<표 6-43> 점토 사용여부	82
<표 6-44> 점토 년 평균 사용량	92
<표 6-45> 점토 조달 방식	92
<표 6-46> 점토 구입 장소	12
<표 6-47> 점토 사용 비율	22
<표 6-48> 점토 특성 중 고려하는 사항 - 1순위	35
<표 6-49> 점토 특성 시 고려하는 사항 - 1+2순위	45
<표 6-50> 점토의 부족한 점	52
<표 6-51> 유약 조달 방식	62
<표 6-52> 유약 구입 장소	72
<표 6-53> 유약 선택 시 중요한 점	85

<표 6-54> 유약의 아쉬운 점 (1/2)	95
<표 6-55> 유약의 아쉬운 점 (2/2)	96
<표 6-56> 생산품 디자인의 중요사항 - 1순위	16
<표 6-57> 생산품 디자인의 중요사항 - 1+2순위	26
<표 6-58> 디자인 개선 방법	32
<표 6-59> 디자인 보호를 위한 조치 방법	46
<표 6-60> 디자인 무단 도용 시 대처 방법	56
<표 6-61> 생산품 판매 경로	62
<표 6-62> 생산품 판매 경로별 비율	76
<표 6-63> 온라인 판매채널	82
<표 6-64> 온라인 판매를 하지 않는 이유	96
<표 6-65> 직판/위탁판매 비중	97
<표 6-66> 최근 1년 내 전시회 평균 참여 횟수	17
<표 6-67> 고유상표 표기 방법	27
<표 6-68> 수출 여부	32
<표 6-69> 해외수출 방식	42
<표 6-70> 해외수출 주요 국가 및 수출액 현황	57
<표 6-71> 수출의 어려움을 느끼는 부분	67
<표 6-72> 요장의 소유형태	72
<표 6-73> 도자 생산 외 도예활동 관련 업무	87
<표 6-74> 1년간 체험교실을 통해 도예를 배운 사람 수	97
<표 6-75> 도자재료 판매 현황	98
<표 6-76> 견업 종류	102
<표 6-77> 요장 면적 현황	102
<표 6-78> 요장 면적 비율	102
<표 6-79> 최근 2개년 매출액 현황	108
<표 6-80> 2018년 매출액 구성 비율 평균	108
<표 6-81> 협회/단체 가입 현황	108
<표 6-82> 협회/단체 가입 주된 목적 - 1순위	78
<표 6-83> 협회/단체 가입 주된 목적 - 1+2순위	86
<표 6-84> 지자체와의 협력교류사업 등의 행사 참여 경험	98
<표 6-85> 지자체와의 협력사업 필요도	99
<표 6-86> 공예문화산업진흥법 인지도	19
<표 6-87> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1순위 (1/2)	2
<표 6-88> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1순위 (2/2)	3
<표 6-89> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1+2순위 (1/2)	4
<표 6-90> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1+2순위 (2/2)	5

<그림 차례>

〈그림 1-1〉 사업의 목적	24
〈그림 2-1〉 2018 도자센서스 지역별 매출액 현황	30
〈그림 2-2〉 2018 도자센서스 이천 지역 설립연도별 매출액 현황	30
〈그림 2-3〉 설립연도별 분포	33
〈그림 2-4〉 연도별 업체의 조직 형태	33
〈그림 2-5〉 연도별 업체의 대표자 연령별 구성	34
〈그림 2-6〉 연도별 업체의 대표자 성별 구성	34
〈그림 2-7〉 대표자 도예 입문 연도	35
〈그림 2-8〉 프리랜서 작가 보유 현황	36
〈그림 2-9〉 요장 업체별 총 종사자 수 분포의 변화	40
〈그림 2-10〉 도자 생산 파트 별 인원 및 유/무급별 인원(평균)	40
〈그림 2-11〉 자체 요장에서 채용하기 어려운 인력 유무 및 생산 파트	41
〈그림 2-12〉 구인 애로사항	41
〈그림 2-13〉 요장 생산품 구성	42
〈그림 2-14〉 요장 생산품 특성	43
〈그림 2-15〉 평균 가마 보유 수	43
〈그림 2-16〉 가마 보유/사용 행태	44
〈그림 2-17〉 평균 가마 크기	46
〈그림 2-18〉 연평균 소성횟수	46
〈그림 2-19〉 설비 보유 및 사용 행태	47
〈그림 2-20〉 부가 설비 현황	47
〈그림 2-21〉 업체의 외부용역 현황	48
〈그림 2-22〉 점토 사용 현황	49
〈그림 2-23〉 점토 연평균 사용량	49
〈그림 2-24〉 점토 조달 방식 및 구매처	52
〈그림 2-25〉 자체생산 및 구매 비율	52
〈그림 2-26〉 점토 중요 특성	53
〈그림 2-27〉 점토 부족 부분	53
〈그림 2-28〉 유약 조달 방식 및 구매처	54
〈그림 2-29〉 유약 선택 시 중요 요소	54
〈그림 2-30〉 유약 사용 시 아쉬운 사항	55
〈그림 2-31〉 생산품 디자인 중요 요소	56
〈그림 2-32〉 생산품 디자인 개선 방법	56
〈그림 2-33〉 생산품 디자인 보호를 위한 조치	57
〈그림 2-34〉 타인의 무단도용에 대한 생각	57
〈그림 2-35〉 요장의 생산품 판매경로	58
〈그림 2-36〉 요장 생산품 판매경로에 대한 이용 비율	60
〈그림 2-37〉 온라인 판매 채널	60

〈그림 2-38〉 온라인 판매를 하지 않는 이유	61
〈그림 2-39〉 직판과 위탁판매의 비중	61
〈그림 2-40〉 최근 1년 내 전시회의 평균 참여 횟수	62
〈그림 2-41〉 브랜드 표기 방법	62
〈그림 2-42〉 해외 수출 유무 및 수출 대상 국가	63
〈그림 2-43〉 지역별 해외 수출 경험	63
〈그림 2-44〉 해외 수출 방식	64
〈그림 2-45〉 해외 수출의 어려운 점	64
〈그림 2-46〉 도자 수출입 실적	65
〈그림 2-47〉 최근 5개년 도자 수입 실적	65
〈그림 2-48〉 요장의 소유 형태	66
〈그림 2-49〉 견업 현황	66
〈그림 2-50〉 도자생산, 판매 외에 도예활동과 관련 견업 현황	67
〈그림 2-51〉 도자생산, 판매 외에 타 업종 견업 현황	67
〈그림 2-52〉 요장의 작업시설 면적	68
〈그림 2-53〉 최근 2개년 총 매출액 및 항목별 구성비	68
〈그림 2-54〉 도예 관련 협회/단체 가입 여부	69
〈그림 2-55〉 도예 관련 협회/단체 가입 주된 목적	69
〈그림 2-56〉 지자체 문화행사 참여 여부	70
〈그림 2-57〉 지자체 문화행사의 필요성	70
〈그림 2-58〉 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 인지도	71
〈그림 2-59〉 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 영향도	71
〈그림 2-60〉 정부나 한국도자재단 등 공공기관의 해야 할 일	72
〈그림 2-61〉 운영 미운영 등의 전체도에 인원에 대한 추정	74
〈그림 3-1〉 최근 1년간 도자제품 구매경험 여부	75
〈그림 3-2〉 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드	77
〈그림 3-3〉 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무	79
〈그림 3-4〉 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 종류	80
〈그림 3-5〉 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 형태	81
〈그림 3-6〉 최근 구입한 도자제품 구입 장소	83
〈그림 3-7〉 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수	85
〈그림 3-8〉 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대	86
〈그림 3-9〉 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 구입 횟수	87
〈그림 3-10〉 도자제품 구입의 주된 동기 : 용도	88
〈그림 3-11〉 도자제품의 구입 동기 : 품질의 특성	89
〈그림 3-12〉 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인	90
〈그림 3-13〉 구입한 도자제품에 대한 만족도	92
〈그림 3-14〉 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태	93
〈그림 3-15〉 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유	94
〈그림 3-16〉 작가 및 디자인 고려 여부	95

〈그림 3-17〉 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소	96
〈그림 3-18〉 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수	98
〈그림 3-19〉 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대	99
〈그림 3-20〉 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입횟수	100
〈그림 3-21〉 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부	101
〈그림 3-22〉 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점	102
〈그림 3-23〉 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도	104
〈그림 3-24〉 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도	105
〈그림 3-25〉 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점	17
〈그림 3-26〉 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부	109
〈그림 3-27〉 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부	110
〈그림 3-28〉 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일	111
〈그림 4-1〉 판매업체 유형	114
〈그림 4-2〉 판매업체 세부 유형	115
〈그림 4-3〉 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중	116
〈그림 4-4〉 판매하는 도자기의 종류	117
〈그림 4-5〉 많이 판매되는 도자제품의 가격대	119
〈그림 4-6〉 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형	120
〈그림 4-7〉 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성	121
〈그림 4-8〉 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대	122
〈그림 4-9〉 업체 방문객의 구입 용도	123
〈그림 4-10〉 업체 방문객의 선호하는 포장형태	124
〈그림 4-11〉 도자제품이 많이 팔리는 시기	125
〈그림 4-12〉 업체 주요 고객층의 연령대	126
〈그림 4-13〉 외국인의 방문 여부	127
〈그림 4-14〉 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수	128
〈그림 4-15〉 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적	129
〈그림 4-16〉 외국인 방문객의 주요 구입 제품	130
〈그림 4-17〉 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부	131
〈그림 4-18〉 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중	132
〈그림 4-19〉 수공예 도자제품을 납품받는 경로	133
〈그림 4-20〉 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군	134
〈그림 4-21〉 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성	135
〈그림 4-22〉 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인	136
〈그림 4-23〉 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대	137
〈그림 4-24〉 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점	138
〈그림 4-25〉 월평균 도자제품 구입 고객 수	141
〈그림 4-26〉 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수	142
〈그림 4-27〉 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수 변화	143

〈그림 4-28〉 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화	144
〈그림 4-29〉 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액	145
〈그림 4-30〉 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항	147
〈그림 4-31〉 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항	149
〈그림 4-32〉 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견	151
〈그림 5-1〉 요식업체 창업 경력	154
〈그림 5-2〉 업체에서 주로 사용하는 식기류	155
〈그림 5-3〉 식기 구매 주기	156
〈그림 5-4〉 1번에 구매하는 금액	157
〈그림 5-5〉 업체에서 가장 고려하는 구매 요인	158
〈그림 5-6〉 향후 구매 식기 종류	159
〈그림 5-7〉 도자제품으로 떠오르는 브랜드	160
〈그림 5-8〉 선호하는 브랜드 유무	161
〈그림 5-9〉 업체에서 사용 중인 도자제품	162
〈그림 5-10〉 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류	163
〈그림 5-11〉 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처	164
〈그림 5-12〉 가장 최근에 구매한 도자제품 개수	165
〈그림 5-13〉 주로 구입하는 도자제품 가격대	166
〈그림 5-14〉 최근 도자제품 구매 주기	167
〈그림 5-15〉 도자제품 구매 동기	168
〈그림 5-16〉 도자제품 선택/구매 고려 요인	169
〈그림 5-17〉 도자제품 만족도	170
〈그림 5-18〉 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력	171
〈그림 5-19〉 수공예 도자제품을 구매하지 않은 이유	172
〈그림 5-20〉 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항	173
〈그림 5-21〉 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처	174
〈그림 5-22〉 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수	175
〈그림 5-23〉 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대	176
〈그림 5-24〉 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기	177
〈그림 5-25〉 수공예 도자제품 온라인 구매 현황	178
〈그림 5-26〉 수공예 도자제품 만족도	179
〈그림 5-27〉 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도	180
〈그림 5-28〉 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점	181
〈그림 5-29〉 수공예 도자제품 보강요소	182
〈그림 5-30〉 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장점	183
〈그림 5-31〉 요식업 운영에 적용 시 예상되는 단점	184
〈그림 5-32〉 수공예 도자기 이용 장애요소	185
〈그림 5-33〉 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향	187
〈그림 5-34〉 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부	188

제1장 조사 개요

1. 사업의 이해 및 배경

1) 사업의 이해

- » 도자센서스는 2004년에 처음 수행되었으며, 2004/2006/2009/2015년에 걸쳐 총 4차례 실시되었으나, 2015년 이후로는 체계적인 조사가 이루어지지 않아 현시점에서의 도예요장 분포 현황 등에 대한 통계 자료가 부족한 상태이다.
- » 도자 문화산업 현황파악 및 경쟁력 확보를 위한 통계형 기초(基潮)자료 및 현황자료 조사에 목적이 있다.

<표 1-1> 도자센서스 연혁

구분	주요 사항
2004 도자센서스	<ul style="list-style-type: none"> ● 시, 군, 구에 도예 요장으로 등록된 도예요장을 기준으로 조사가 진행 ● 대학 교수 등 주로 작품 활동에 치중하는 도예요장의 경우는 조사 대상에서 제외 ● 서울, 인천, 제주 지역의 경우 조사 대상에서 제외
2006 도자센서스	<ul style="list-style-type: none"> ● 대학 교수 등의 경우도 요장을 갖고 있는 경우는 모두 조사 대상에 포함 ● 2004년 조사에서 제외된 서울, 인천, 제주 지역을 포함
2009 도자센서스	<ul style="list-style-type: none"> ● 2006년에서 조사된 전국 도예요장을 기준으로 휴·폐업 제외하고 신규 요장 등을 포함하여 조사를 진행
2015 도자센서스	<ul style="list-style-type: none"> ● 도예요장 전수조사 (국내 수공예요장 일체 약 1,614개) ● 국내 도자 시장 조사(소비자 300명 이상, 요식업체 30개소 이상, 국내 주요 판매업체 30개소 이상) ● 해외 도자현황 조사
2018 도자센서스	<ul style="list-style-type: none"> ● 도예요장 전수조사 (국내 수공예요장 일체 1,647개) ● 국내 도자 시장 조사(소비자 300명 이상, 요식업체 30개소 이상, 국내 주요 판매업체 30개소 이상) ● 경기도 수공예 도자 시장 현황 심층 조사 ● 요장 업체 미 운영 도예인 현황 조사

2) 도자 산업의 표준산업분류

» 도자 산업의 한국표준산업분류는 다음과 같다.

⇒ 세분류 기준 '일반도자기 제조업'(2321) 항목의 '가정용 및 장식용 도자기 제조업'(23211), '기타 일반 도자기 제조업'(23219)이 도자센서스의 범위에 속한다.

<표 1-2> 도자 산업 분류표

대분류		중분류		소분류		세분류		세세분류	
코드	항목 명	코드	항목 명	코드	항목 명	코드	항목 명	코드	항목 명
C	제조업	23	비금속 광물제품 제조업	232	도자기 및 기타 요업 제품 제조업	2321	일반도자기 제조업	23211	가정용 및 장식용 도자기 제조업
								23212	위생용 도자기 제조업
								23213	산업용 도자기 제조업
								23219	기타 일반 도자기 제조업
						2322	내화 요업 제품 제조업	23221	구조용 정형내화제품 제조업
								23221	기타 내화요업제품 제조업
						2323	구조용 비 내화 요업제품 제조업	23231	점토벽돌, 블록 및 유사 비 내화 요업제품 제조업
								23232	타일 및 유사 비 내화 요업제품 제조
								23239	기타 구조용 비 내화 요업제품 제조
						233	시멘트, 석회, 플라스터 및 그 제품 제조업	2331	시멘트, 석회 및 플라스터 제조업
				23312	석회 및 플라스터 제조업				
				2332	콘크리트, 시멘트 및 플라스터 제품 제조업			23321	비내화 모르타르 제조업
								23322	레미콘 제조업
								23323	플라스터 제품 제조업
								23324	섬유시멘트 제품 제조업
								23325	콘크리트 타일, 기와, 벽돌 및 블록 제조업
								23326	콘크리트관 및 기타 구조용 콘크리트제품 제조업
				23329	그 외 기타 콘크리트 제품 및 유사제품 제조업				
				239	기타 비금속 광물제품 제조				

3) 기초사와의 차이점

- » 2018 도자센서스는 과거 진행된 조사와 조사방법, 조사내용 등에서는 유사 하나 '경기도 수공예 도자 시장 현황 파악을 위한 심층인터뷰 조사'와 '요장 업체 미 운영 도예인 현황 조사'가 새로 조사에 포함되었다.

<표 1-3> 기초사와의 차이점

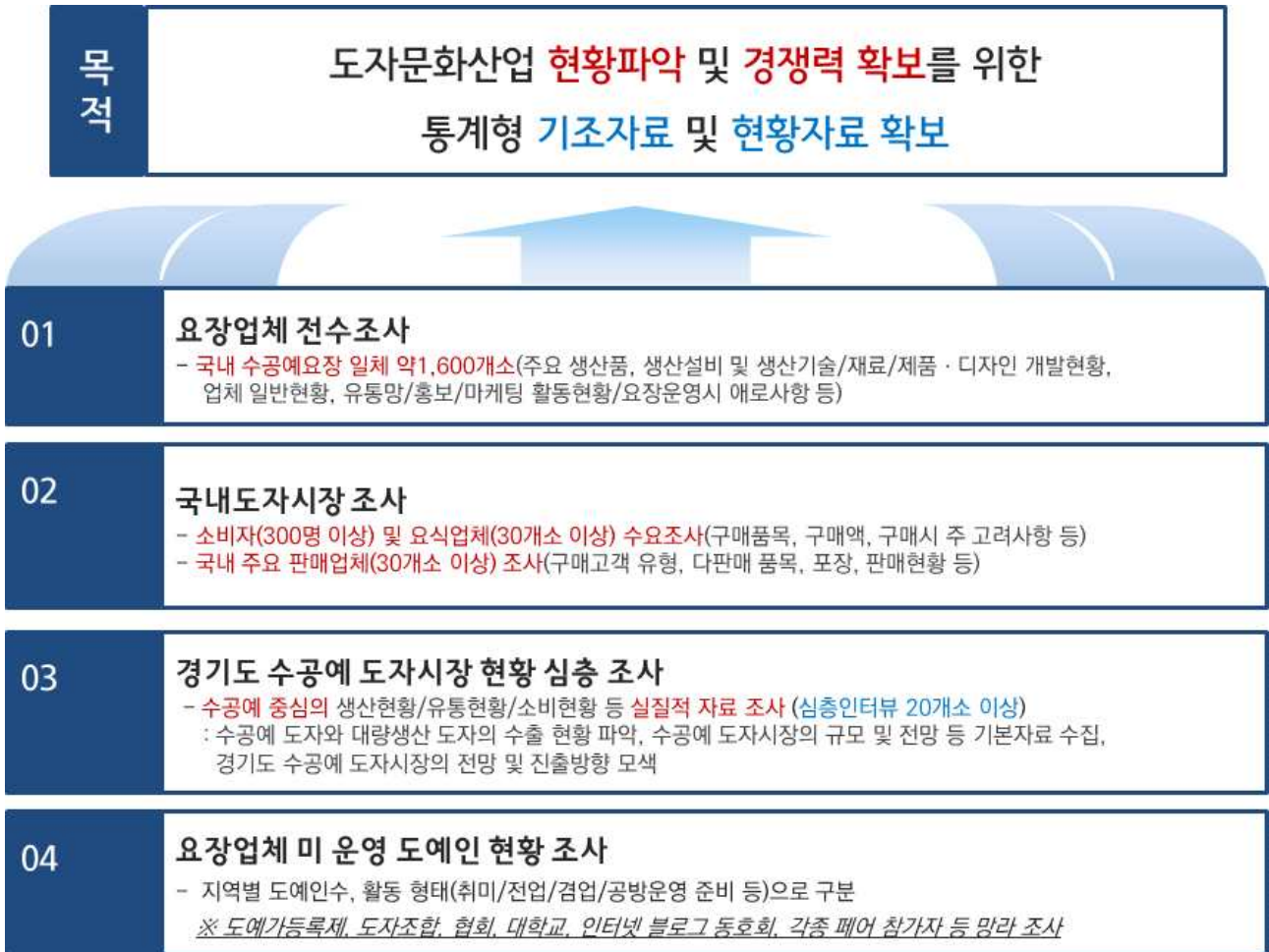
구분	2004 도자센서스	2006 도자센서스	2009 도자센서스	2015 도자센서스	2018 도자센서스
조사 기간	'04.06.01 ~ '04.09.24 (총 116일)	'06.06.28 ~ '07.01.17 (총 151일)	'08.12.12 ~ '09.03.31 (총 110일)	'15.08.03 ~ '15.11.11 (총 100일)	'18.12.17 ~ '19.02.15 (총 60일)
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ● 제작시설을 갖춘 식탁용 및 장식용 도자 제조업체 ● 부분공정(조별, 손잡이제작, 형틀제작 등) 업체 포함 ● 산업용, 위생용 도자기 제외 ● 1인 운영 공방형태 요장 포함 			<ul style="list-style-type: none"> ● 기존조사와 조사대상자는 같지만 수공예 도자 중심으로 조사하였기에 대기업 업체는 매출만 파악함 	
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ● 경기도 및 요장 밀집지역 방문 면접조사 ● 경기도 외 요장이 산재된 경우 전화, 우편, 이메일 등 통해 조사 		<ul style="list-style-type: none"> ● 전국 방문면접 조사 		<ul style="list-style-type: none"> ● 경기도 및 요장 밀집 지역 방문 면접조사 ● 경기도 외 요장이 산재된 경우 전화, 우편, 이메일 등 통해 조사
조사 내용 (공통)	<ul style="list-style-type: none"> ● 전국 요장 업체 전수 설문조사 ● 요장 업체 수, 인력, 매출액, 생산품, 설비, 재료, 기술, 유통망, 마케팅, 디자인, 소속단체 등 ● 국내 현황 문헌조사 : 판매업체, 소비자 수요조사 ● 수출입현황, 제품판매현황, 도자제품 구매행태 				
조사 내용 (개별)	<ul style="list-style-type: none"> ● 해외 현황조사 (일본 중심) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 국내 현황조사 (광산) ● 도자원료 조사 ● 생산유통현황 등 ● 해외조사 (중국 경덕진) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 해외 현황 문헌조사 (이태리 파엔자) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 도예인 의견조사 (주관식) ● 한국도자재단의 새로운 기대역할 (주관식) ● 해외 현황 문헌조사 (유럽 아시아 8개국) ● 요식업체 수요조사 	<ul style="list-style-type: none"> ● 경기도 수공예 도자 시장 현황 심층조사 ● 요장 업체 미 운영 도예인 현황 조사

2. 사업의 목적 및 범위

1) 사업의 목적

- ▶ 본 사업은 도예 요장 전수조사, 국내 도자 소비자조사, 판매업체 및 요식업체조사, 경기도 수공예 도자시장 현황 심층조사, 요장업체 미 운영 도예인 현황 조사 등을 통해 도자 문화산업의 지속적 발전과 현안개선을 위한 기초자료 산출에 목적이 있다.

<그림 1-1> 사업의 목적



2) 사업의 범위

- ▶ 사업의 범위는 크게 센서스 조사, 소비자 조사, 판매업체 조사, 요식업체 조사, 경기도 수공예 도자 시장 현황 심층조사 등 총 5개로 나누어 진행하였다.

<표 1-4> 사업의 범위

구분	사업의 범위
센서스 조사	조사 모집단은 기초조사 2015년 센서스 리스트 및 재단의 도예인 DB 리스트 등을 통하여 중복 및 휴폐업 여부를 확인 후 최종 유효 표본 1,363개소(유효 모집단 수 1,647개) 도예 요장 조사 진행
소비자 조사	각 5개 지역별(서울, 대전, 대구, 부산, 광주) 연령별(20대, 30대, 40대, 50대 이상) 총 300명 소비자 조사 진행 ※ 최근 1년 내 도자제품 구입경험 있는 소비자 조사 진행
판매업체 조사	판매업체 특성별(전문판매, 시장 내 업체, 요장 직관, 갤러리, 대형할인점 등) 분류하여 30개 업체 조사 진행
요식업체 조사	요식업체 유형별(한식, 중식, 양식, 뷔페 등) 분류하여 30개 업체 조사 진행
경기도 수공예 도자 시장 현황 심층 조사	수공예 중심의 생산현황/유통현황/소비현황 등 실질적 자료 조사(심층 인터뷰 20명 이상)
요장 업체 미 운영 도예인 현황조사	요장 업체는 미운영하나 작품 활동을 하고 있는 도예인 현황조사 지역별 도예인 수, 활동 형태(취미/전업/겸업/공방운영 준비 등)로 구분

3) 조사의 기본방향

가. 조사 체계

- ▶ 조사방법 : 경기 이천/여주/광주 및 김해, 무안, 경주, 강진 등 요장 업체 밀집지역은 집중 방문조사를 기본으로 하며 그 외 지역은 전화, 팩스, 이메일 등의 방법으로 조사를 진행하였다.
- ▶ 조사기간 : 2018년 12월 17일 ~ 2019년 2월 15일 (실 조사일 : 60일)

나. 주요 조사 내용

- ▶ 본 조사는 요장 업체의 기본 현황은 물론, 생산, 유통, 마케팅 활동 현황을 파악할 수 있는 항목과 소지·유약 사용 실태, 디자인 개발 실태, 디자인 도용과 관련된 실태와 대응 현황, 한국도자재단의 역할에 대한 의견 등 요장 업체의 현황을 전반적으로 이해할 수 있는 항목으로 구성하였다.
- ▶ 본 연구보고서의 주요 연구내용은 다음과 같다.
 - ① 전국 요장 업체의 수 및 인력 현황(프리랜서 작가, 유급, 무급 종사자 등)
 - ② 요장 업체의 재정 현황 (매출액, 수출액 등)
 - ③ 요장 업체의 주요 특성
 - ④ 요장 업체의 주요 생산품 및 생산방식
 - ⑤ 요장 업체의 주요 생산설비 및 기술현황 (가마, 점토 설비, 성형 설비, 유약 설비, 장식기법 등)
 - ⑥ 요장 업체가 활용하고 있는 유통망 현황
 - ⑦ 브랜드/서명 활용 정도
 - ⑧ 온라인 판매 현황
 - ⑨ 요장 업체의 원료 사용 실태
 - ⑩ 요장 업체의 유약 사용 실태
 - ⑪ 제품 디자인 도용 현황 및 대처 현황
 - ⑫ 한국도자재단의 역할
 - ⑬ 국내 도자시장 조사
 - ⑭ 경기 수공예 도자시장 현황 심층조사
 - ⑮ 요장업체 미운영 도예인 현황조사

4) 모집단 확보 방법

- ▶ 당사가 2015년 조사 시 보유한 약 1,700개 리스트와 한국도자재단 도예인 DB자료 약 1,800개 리스트 검토 요장 명, 대표자 등의 중복 체크 작업을 하여 리스트 최신화를 진행하였으며, 조사 진행 과정에서 추가로 발견된 요장 업체 또한 조사를 진행하였다.

5) 실사 및 자료 처리

가. 실사 방법

- ▶ 경기 이천/여주/광주 및 김해, 무안, 경주, 강진 등 요장 업체 밀집 지역은 집중 방문조사를 기본으로 하며 그 외 지역은 전화, 팩스, 이메일 등의 방법으로 조사를 진행하였다.

나. 자료의 검증

- ▶ 사전 Editing 가이드라인에 따라 일관성 및 논리 검사를 실사 감독자가 실시하였다.
- ▶ 자료 입력에 따른 에러를 막기 위해 코딩 가이드를 작성하여 전문 코더가 코딩작업을 처리했으며, 자료 입력 상 에러를 방지하기 위해 중요 항목에 대해 100% 원 설문지와 입력 자료 비교 검증을 실시하였다.
- ▶ 면접원 및 응답자 에러를 최소화하기 위해 논리적으로 앞뒤가 안 맞는 문항 등 문제점이 발견된 설문 문항에 대해 모두 전화 조사로 재검증하여 잘못된 내용을 수정하고 문제점이 발견되지 않은 경우에도 무작위로 30%를 추출하여 재검증을 실시하였다.

다. 자료의 처리 및 분석

- ▶ 자료 처리 : 자료 검증 과정과 전화보완조사를 거쳐 최종분석 자료로 수집된 자료는 SPSS PC+ 통계 시스템으로 집계하였다.
- ▶ 분석 방법 : 전수조사이기 때문에 조사된 설문 기준으로 data를 산출하였다.

라. 조사구 설정

- ▶ 제 1 조사구(경기남동지역) : 광주, 이천, 여주(3개 시)
- ▶ 제 2 조사구(경기남서지역) : 수원, 부천, 과천, 안양, 시흥, 군포, 안산, 화성, 오산
용인, 평택, 안성, 광명, 의왕, 하남, 성남(16개 시)
- ▶ 제 3 조사구(경기북서지역) : 파주, 김포, 고양, 인천(4개 시)
- ▶ 제 4 조사구(경기북동지역) : 구리, 의정부, 남양주, 동두천, 양주, 연천, 가평, 포천(6개 시 2개 군)
- ▶ 제 5 조사구(경남/부산지역) : 진주·진해 부근, 밀양, 부산 기장, 울산 남창
- ▶ 제 6 조사구(경북지역) : 문경·경주 부근
- ▶ 제 7 조사구(충청지역) : 계룡산 일대 및 충남 천안 밀집 지역, 세종
- ▶ 제 8 조사구(강원지역) : 전 지역
- ▶ 제 9 조사구(전남지역) : 전남, 제주
- ▶ 제 10 조사구(서울지역) : 전 지역

제2장 요장 전수조사 결과

1. 조사 현황

1) 조사 완료 현황

- ▶ 전체 2,479개 리스트를 바탕으로 조사를 진행하였으며, 최종 회수된 설문은 1,363부이고, 유효 모집단은 1,647개이다.

<표 2-1> 조사 현황

구분	총 모집단 수	무효 모집단수					유효 모집단수	유효 모집단 조사 진행 현황			
		전화 비수신	해당 없음	결번	중복	휴폐업		조사진행 (설문회수)	응답거절	부재	대기업
요장 수	2,479	250	317	108	14	145	1,647	1,363	240	42	2

2) 전국 요장 현황

- ▶ 2018 도자센서스 결과 전국 요장 수는 1,647개로 확인되었다(유효 모집단 기준). 2015년 센서스 조사의 경우 1,614개의 요장 업체가 조사된 것과 비교하면 33개 증가하였다.
- ▶ 서울 지역의 요장 수는 2015 도자센서스 대비 52개 증가한 95개로 확인되었다.

<표 2-2> 요장 업체의 지역별 분포

[단위 : 개소]

구분	서울	인천	대전	대구	부산	광주	제주	울산	경기	충북	충남	강원	전북	전남	경북	경남	Total
2004 도자 센서스	0	0	13	23	31	31	0	38	943	26	57	28	57	118	131	238	1,734
2006 도자 센서스	31	4	15	32	54	29	16	43	884	38	63	33	61	121	174	245	1,843
2009 도자 센서스	26	4	15	34	63	25	16	44	895	44	67	36	65	126	189	230	1,879
2015 도자 센서스	45	5	13	16	32	22	13	38	868	25	59	21	53	109	126	169	1,614
2018 도자 센서스	95	19	14	15	41	18	14	30	902	32	61	24	43	97	116	126	1,647

3) 매출 추정(유효 모집단 1,647개)

- ⊕ 대기업(A, B업체) 포함 시

 - 2015년 1,614개소 요장 전체 연매출은 3,026억, 요장 평균매출은 1억 8,748만원으로 나타났다.
 - 2018년 1,647개소 요장 전체 연매출은 2,354억, 요장 평균매출은 1억 4,292만원으로 나타났다.
- ⊕ 대기업(A, B업체) 미포함 시

 - 2015년 1,612개소 요장 전체 연매출은 2,194억, 요장 평균매출은 1억 3,610만원으로 나타났다.
 - 2018년 1,645개소 요장 전체 연매출은 1,899억, 요장 평균매출은 1억 1,544만원으로 나타났다.
- ⊕ 4년간(2015~2018년) 전체 연매출은(2개 대기업 포함) 672억원 감소, 요장 평균 매출 또한 4,456만원 감소하였다.
- ⊕ 4년간(2015~2018년) 전체 연매출은(2개 대기업 미포함) 295억원 감소, 요장 평균 매출 또한 2,066만원 감소하였다.

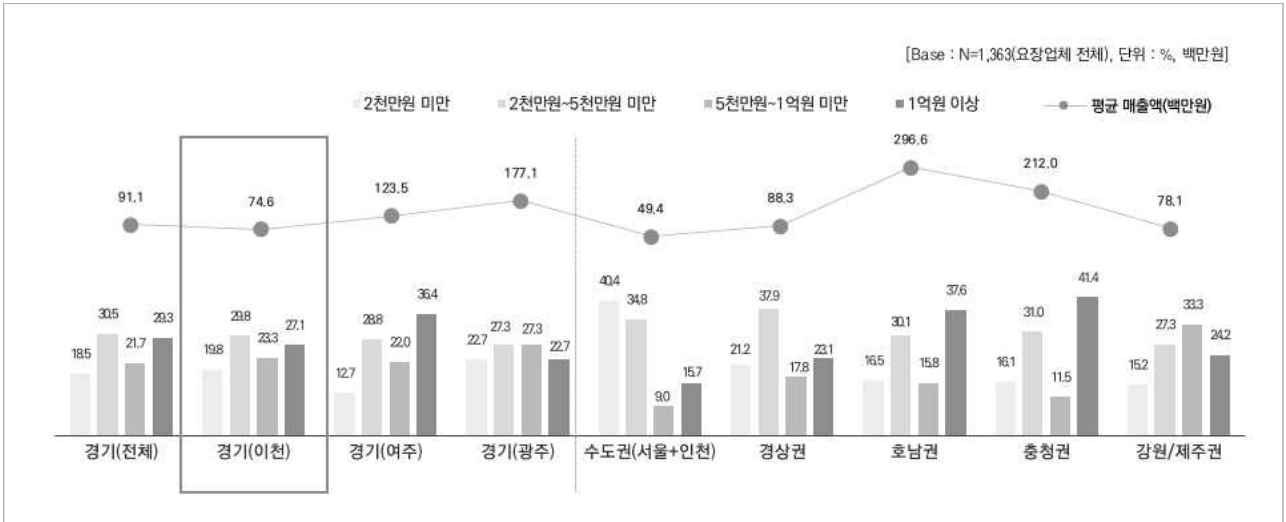
<표 2-3> 요장 매출 현황

구분	2009 도자 센서스 매출액 (요장 수)	2015 도자 센서스 매출액 (요장 수)	2018 도자 센서스 매출액 (요장 수)	차이	평균 매출액
전국 (대기업 포함)	2,702억원 (1,879개소)	3,026억원 (1,614개소)	2,354억원 (1,647개소)	▽ 672억원 (28.5%)	1억 4,292만원
전국 (대기업 미포함)		2,194억원 (1,612개소)	1,899억원 (1,645개소)	▽ 295억원 (15.5%)	1억 1,544만원
경기도	890억원 (895개소)	1,192억원 (868개소)	858억원 (902개소)	▽ 334억원 (38.9%)	9,512만원
기타지역	802억원 (982개소)	1,006억원 (744개소)	1,041억원 (743개소)	▲ 37억원 (3.4%)	1억 4,011만원
업체 A	460억원	384억원	302억원	▽ 82억원 (27.2%)	-
업체 B	550억원	448억원	153억원	▽ 335억원 (218.9%)	-

4) 지역별 매출액 비중(조사 된 1,363개 요장)

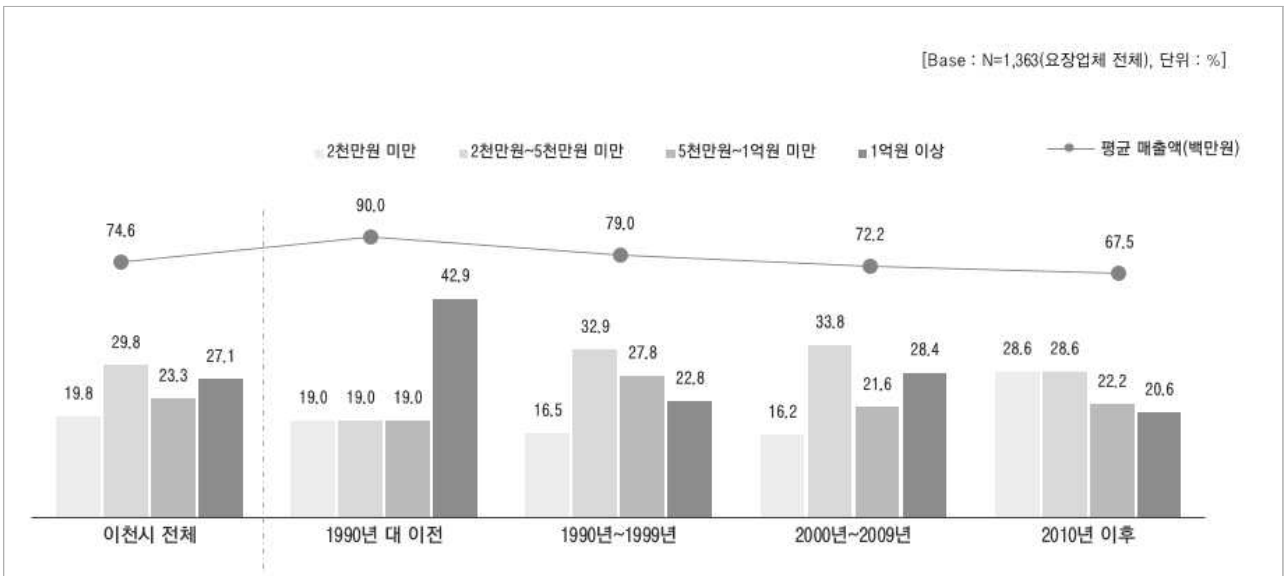
2018 도자센서스 결과 지역별 매출액 비중 중 경기도 이천 지역의 평균 매출이 74.6백만원으로 가장 낮은 것으로 조사되었다.

<그림 2-1> 2018 도자센서스 지역별 매출액 현황



이천 지역의 설립연도를 보면 2010년 이후 2천만원 미만의 업체가 28.6%로 평균매출액 또한 67.5백만원으로 가장 낮게 나타나, 신규 요장이 설립되어 매출액이 낮은 것으로 파악되었다.

<그림 2-2> 2018 도자센서스 이천 지역 설립연도별 매출액 현황



※ 이천 지역의 매출액이 낮은 요인으로 2010년 이후 설립된 신규 요장으로 인한 매출액이 낮은 것으로 파악되었다.

5) 요장업체의 매출액 변화(대기업 포함)

» 조사된 유효모집단을 바탕으로 요장업체의 매출액 변화를 살펴보면, 2015년 대비 28.5% 감소한 것을 볼 수 있고, 경기 지역은 27.8%가 감소하였다. 부산은 0.9%, 충남 20.0%, 대전 20.7%, 강원 27.4%의 매출 증가율을 보였다.

<표 2-4> 지역별 요장업체의 매출액 변화(대기업 포함)

[단위 : 백만원, %]

지역	2004년		2006년		2009년		2015년		2018년		변화율 (15→18)
	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	
전국	276,192	100.0	291,589	100.0	270,212	100.0	302,600	100.0	235,351	100.0	- 28.5
경기	93,291	33.8	95,909	32.9	89,005	32.9	109,688	36.2	85,804	36.5	- 27.8
이천	27,044	9.8	31,852	10.9	33,710	12.5	38,023	12.6	26,555	11.3	- 43.2
여주	43,610	15.8	37,407	12.8	39,352	14.6	45,653	15.1	33,321	14.2	- 37.0
광주	6,170	2.2	6,860	2.4	4,598	1.7	5,144	1.7	8,837	3.8	41.8
김포/고양/파주	3,458	1.3	5,120	1.8	3,768	1.4	4,907	1.6	3,780	1.6	- 29.8
용인/안성	4,675	1.7	5,645	1.9	2,490	0.9	3,550	1.2	3,099	1.3	- 14.6
동북부	3,200	1.2	3,613	1.2	2,681	1	4,541	1.5	2,165	0.9	- 109.7
남서부	5,136	1.9	5,412	1.9	2,406	0.9	7,986	2.6	8,047	3.4	0.8
경남	17,976	6.5	25,102	8.6	14,674	5.4	22,627	7.5	13,814	5.9	- 63.8
경북	13,288	4.8	17,444	6	10,314	3.8	11,626	3.8	11,628	4.9	0.0
전남	68,587	24.8	65,038	22.3	76,061	28.1	75,016	24.8	51,064	21.7	- 46.9
광주	1,540	0.6	1,474	0.5	826	0.3	2,545	0.8	1,904	0.8	- 33.7
전북	3,717	1.3	5,469	1.9	4,075	1.5	6,014	2.0	4,559	1.9	- 31.9
부산	4,236	1.5	3,318	1.1	1,979	0.7	2,393	0.8	2,414	1.0	0.9
울산	4,289	1.6	4,293	1.5	3,425	1.3	3,076	1.0	1,585	0.7	- 94.1
대구	1,080	0.4	2,059	0.7	1,031	0.4	1,983	0.7	1,281	0.5	- 54.8
충남	11,371	4.1	8,522	2.9	12,211	4.5	13,724	4.5	17,147	7.3	20.0
충북	52,898	19.2	55,077	18.9	50,058	18.5	41,330	13.7	32,232	13.7	- 28.2
대전	1,156	0.4	1,225	0.4	1,331	0.5	1,164	0.4	1,467	0.6	20.7
강원	2,764	1	2,474	0.8	2,394	0.9	1,021	0.3	1,406	0.6	27.4
서울	-	-	2,502	0.9	1,772	0.7	6,564	2.2	6,198	2.6	- 5.9
인천	-	-	370	0.1	89	0	1,465	0.5	1,097	0.5	- 33.5
제주	-	-	1,313	0.5	967	0.4	2,366	0.8	1,751	0.7	- 35.1

» 2018년 전국 요장업체의 매출 추정액에서 대기업 업체를 제외한 매출액의 변화율은 15.6%의 감소율을 보였다.

<표 2-5> 지역별 요장업체의 매출액 변화(대기업 제외)

[단위 : 백만원, %]

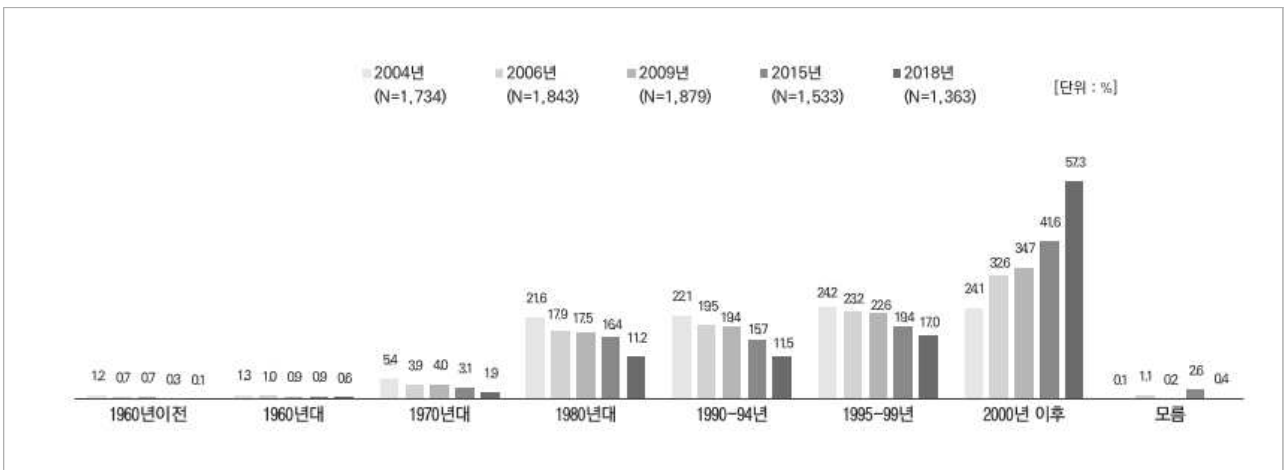
지역	2004년		2006년		2009년		2015년		2018년		변화율 (15→18)
	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	총매출	구성비	
전국	180,627	100.0	198,705	100.0	169,212	100.0	219,436	100.0	189,851	100.0	- 15.6
경기	93,291	51.6	95,909	48.3	89,005	52.6	109,688	50.0	85,804	45.2	- 27.8
이천	27,044	15.0	31,852	16.0	33,710	19.9	38,023	17.3	26,555	14.0	- 43.2
여주	43,610	24.1	37,407	18.8	39,352	23.3	45,653	20.8	33,321	17.6	- 37.0
광주	6,170	3.4	6,860	3.5	4,598	2.7	5,144	2.3	8,837	4.7	41.8
김포/고양/파주	3,458	1.9	5,120	2.6	3,768	2.2	4,907	2.2	3,780	2.0	- 29.8
용인/안성	4,675	2.6	5,645	2.8	2,490	1.5	3,550	1.6	3,099	1.6	- 14.6
동북부	3,200	1.8	3,613	1.8	2,681	1.6	4,541	2.1	2,165	1.1	- 109.7
남서부	5,136	2.8	5,412	2.7	2,406	1.4	7,986	3.6	8,047	4.2	0.8
경남	17,976	10.0	25,102	12.6	14,674	8.7	22,627	10.3	13,814	7.3	- 63.8
경북	13,288	7.4	17,444	8.8	10,314	6.1	11,626	5.3	11,628	6.1	0.0
전남	21,810	12.1	22,610	11.4	21,061	12.4	30,136	13.7	35,764	18.8	- 15.7
광주	1,540	0.9	1,474	0.7	826	0.5	2,545	1.2	1,904	1.0	- 33.7
전북	3,717	2.1	5,469	2.8	4,075	2.4	6,014	2.7	4,559	2.4	- 31.9
부산	4,236	2.3	3,318	1.7	1,979	1.2	2,393	1.1	2,414	1.3	0.9
울산	4,289	2.4	4,293	2.2	3,425	2.0	3,076	1.4	1,585	0.8	- 94.1
대구	1,080	0.6	2,059	1.0	1,031	0.6	1,983	0.9	1,281	0.7	- 54.8
충남	11,371	6.3	8,522	4.3	12,211	7.2	13,724	6.3	17,147	9.0	20.0
충북	4,110	2.3	4,621	2.3	4,058	2.4	2,930	1.3	2,032	1.1	- 44.2
대전	1,156	0.6	1,225	0.6	1,331	0.8	1,164	0.5	1,467	0.8	20.7
강원	2,764	1.5	2,474	1.2	2,394	1.4	1,021	0.5	1,406	0.7	27.4
서울	-	-	2,502	1.3	1,772	1.0	6,564	3.0	6,198	3.3	- 5.9
인천	-	-	370	0.2	89	0.1	1,465	0.7	1,097	0.6	- 33.5
제주	-	-	1,313	0.7	967	0.6	2,366	1.1	1,751	0.9	- 35.1

2. 일반 현황

1) 업체의 설립연도

- ▶ 현재 영업 중인 전체 요장 업체(1,363개)의 약 97.0%가 1980년 이후에 설립되었다. 1980년 이전에 설립된 요장 업체는 1970년대에 설립된 경우가 전체의 1.9%, 1960년대가 전체의 0.6%, 1960년 이전이 0.1% 정도인 것으로 나타났다. 2015년과 비교해볼 때, 2000년 이후에 새로 설립된 업체의 비율은 15.7% 증가하였다.

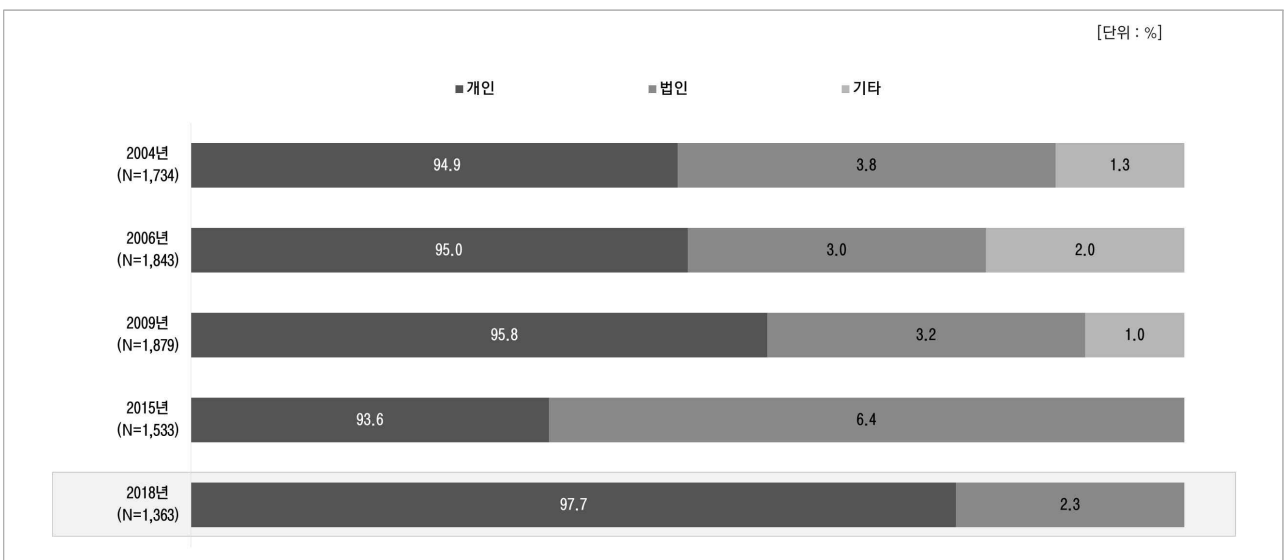
<그림 2-3> 설립연도별 분포



2) 업체의 조직 형태

- ▶ 요장 업체의 조직형태를 살펴보면, 개인 업체 비율이 97.7%로 2015년 대비 증가하였으며, 법인의 형태는 약 2.3%로 2015년 대비 4.1% 감소한 것으로 나타났다.

<그림 2-4> 연도별 업체의 조직 형태

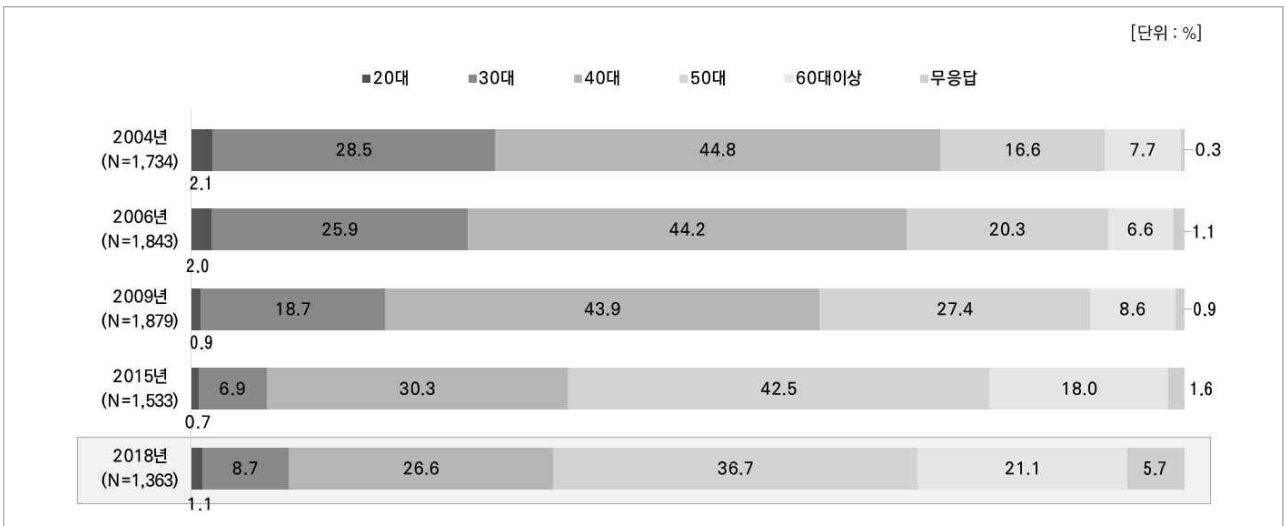


3) 요장 업체 대표자 현황

가. 연령별 구성

- ▶ 대표자의 연령별 구성을 보면 40대는 점점 감소 추세를 보이며, 반면 20대와 30대, 그리고 60대는 점점 비율이 증가하여 2009년 대비 13.5% 증가한 것으로 나타났다.
→ 이번 조사는 15년도와 비슷한 수준을 보였으며, 향후 도예인의 고령화 현상이 예상되며, 신규 도예인의 등장과 발굴이 필요할 것으로 보인다.

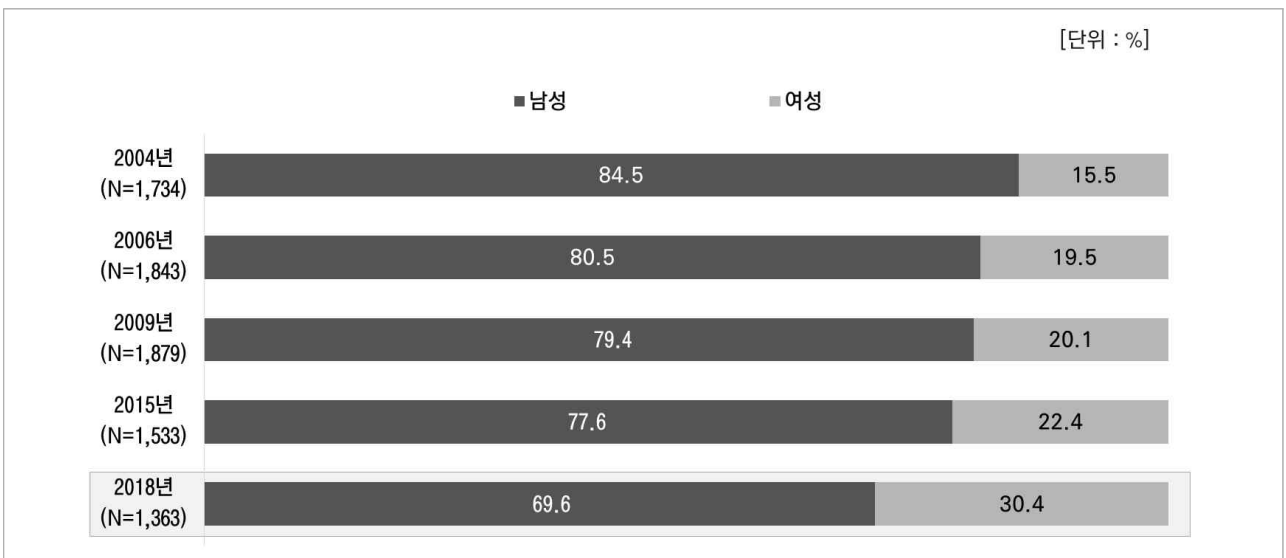
<그림 2-5> 연도별 업체의 대표자 연령별 구성



나. 성별 구성

- ▶ 대표자의 성별 구성을 보면 2004년부터 남성의 비율은 점점 감소 추세를 보여 2015년 대비 약 8% 감소된 69.6%로 나타났다.

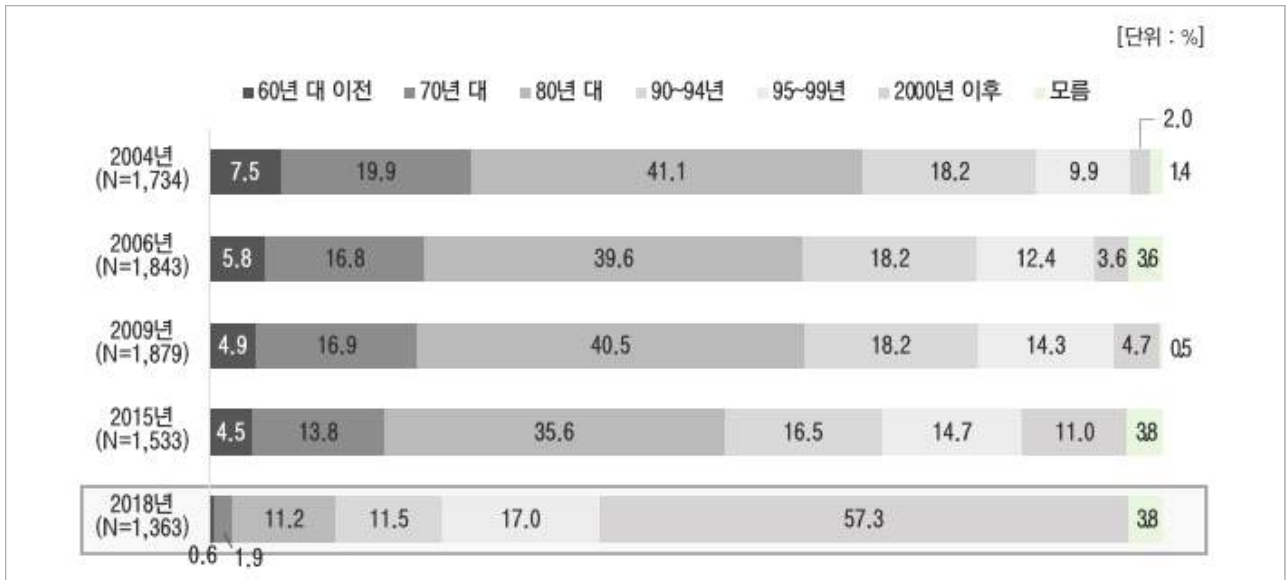
<그림 2-6> 연도별 업체의 대표자 성별 구성



다. 도예 입문년도

- ▶ 대표자의 입문년도를 보면 2004년부터 80년대가 약 40%를 유지하다 2015부터 감소하기 시작하여 2018년 11.2%로 대폭 감소하였고, 2000년 이후 도예에 입문한 응답자는 지속적으로 증가하여 57.3%로 2015년 대비 약 46.3% 증가한 것으로 나타났다.

<그림 2-7> 대표자 도예 입문 연도



3. 인력 활용

1) 사업자등록증을 보유한 도예가의 수

- 2018년 기준 전국 1,363개 요장의 사업자등록증을 보유한 도예가는 총 1,405명으로 나타났고, 한 개의 요장 당 평균 1.03명의 도예가가 사업자등록증을 보유하고 있었다. 특히 경기권 요장은 요장 당 평균 1.05명의 사업자등록증을 보유한 것으로 나타나 타 지역에 비해 높았고, 인테리어 소품, 악세서리류 등 기타를 생산하는 요장에서는 평균 1.06명으로 높게 나타났다.

<표 2-6> 사업자등록증을 보유한 도예가의 수

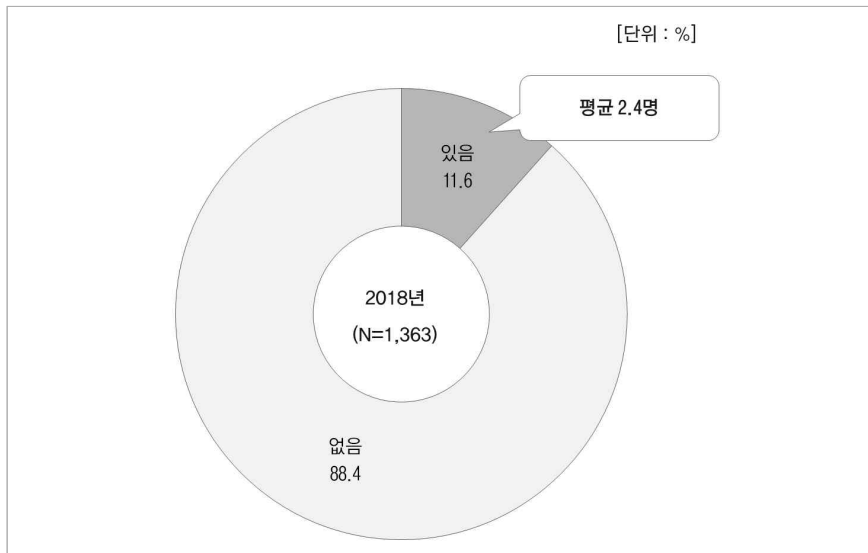
[Base : 수공예제품 취급 업체, N=1,363, 단위 : 명]

구분	전체	합계	평균
전 체	(1,363)	1,405	1.03
권역별	수도권(서울+인천)	89	1.00
	경상권	268	1.02
	호남권	133	1.00
	충청권	87	1.00
	강원/제주권	33	1.00
	경기권	795	1.05
생산품별	전통 도자 작품	262	1.04
	생활 자기	709	1.03
	현대 작품 도자	235	1.01
	기타	199	1.06

2) 프리랜서 작가 보유 현황

- 프리랜서 작가(사업자등록증이 없으면서 도자기를 만드는 작가) 보유 현황으로는 1,363개의 요장 업체 중 11.6%(158개)의 요장에서 프리랜서 작가를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 평균 2.4명의 프리랜서를 보유하고 있다.

<그림 2-8> 프리랜서 작가 보유 현황



3) 요장 종사자의 수(유효 모집단 추정)

- 전국적으로 유효모집단인 1,647개의 요장 업체에서 4,369명의 종사자가 근무하고 있는 것으로 추정되며, 이 수치는 2015년 4,585명 대비 216명의 종사자가 감소하여 4.7%의 감소율을 보이는 것으로 나타났다.
- 전반적으로 요장 수는 증가하였으나 대기업의 종사자 수가 감소하여 전체적 감소율을 보였다.

<표 2-7> 지역별 요장 업체 종사자 수 변화

[단위 : 개, 명]

지역	2004년			2006년			2009년			2015년			2018년			총 인력 변화율 (15→18)
	업체 수	평균 인원 수	총 인원 수	업체 수	평균 인원 수	총 인원 수	업체 수	평균 인원 수	총 인원 수	업체 수	평균 인원 수	총 인원 수	업체 수	평균 인원 수	총 인원 수	
경기	943	3.4	3,232	884	3.0	2,662	895	2.7	2,374	868	2.4	2,045	902	2.2	1,971	-3.6%
이천	287	2.9	837	274	2.6	726	298	2.5	753	298	2.2	651	321	2.0	651	0.0%
여주	362	4.5	1,612	315	4.3	1,362	314	3.2	1,020	320	3	970	272	2.7	741	-23.6%
광주	68	3.2	219	71	2.7	195	67	2.1	143	58	1.9	112	53	2.5	133	18.8%
김포/고양/ 파주	57	2.8	159	74	1.8	132	74	2.7	203	49	2	96	51	1.8	91	-5.2%
용인/안성	50	2.2	112	46	1.7	78	40	1.9	77	36	1.4	52	40	1.7	67	28.8%
동북부	67	2.0	133	53	1.6	87	55	2.0	109	49	1.9	95	43	1.6	71	-25.3%
남서부	52	3.1	160	51	1.6	82	47	1.5	69	58	1.2	69	122	1.8	217	214.5%
경남	238	3.1	746	245	2.9	713	230	2.8	655	169	2.2	375	126	2.5	316	-15.7%
경북	131	2.4	311	174	2.1	369	189	2.3	426	126	1.6	198	116	2.0	231	16.7%
전남	118	8.3	983	121	10.0	1,213	126	7.3	922	109	6.4	697	97	5.4	522	-25.1%
광주	31	2.8	86	29	2.2	63	25	3.0	74	22	2.6	60	18	2.4	43	-28.3%
전북	57	3.3	190	61	3.7	225	65	4.0	261	53	2.8	148	43	2.7	118	-20.3%
부산	31	2.4	74	54	2.2	120	63	1.7	108	32	1.5	48	41	1.5	63	31.3%
울산	38	2.3	86	43	2.7	116	44	2.9	126	38	1.9	73	30	1.9	58	-20.5%
대구	23	1.7	40	34	1.3	44	34	1.5	51	16	1	15	15	2.6	39	160.0%
충남	57	5.1	292	63	3.7	234	67	3.9	263	59	3.8	229	61	3.8	233	1.7%
충북	26	25.2	656	38	23.9	909	44	19.5	856	25	21.5	537	32	15.9	509	-5.2%
대전	13	1.8	23	15	1.8	27	15	2.3	34	13	1.2	15	14	2.0	27	80.0%
강원	28	2.8	79	33	2.1	68	36	2.5	90	21	1.7	38	24	1.5	37	-2.6%
서울	-	-	-	31	1.6	50	26	1.5	38	45	1.7	71	95	1.6	150	111.3%
인천	-	-	-	4	27.0	108	4	1.3	5	5	0.6	3	19	1.3	26	766.7%
제주	-	-	-	16	5.0	80	16	2.9	46	13	2.5	33	14	1.9	26	-21.2%
전국	1,734	3.9	6,798	1,845	3.8	7,001	1,879	3.4	6,328	1,614	2.8	4,585	1,647	2.7	4,369	-4.7%

» 운영 주체에 따라 법인과 개인으로 구분하여 종사자 수의 변화를 확인한 결과, 법인 업체 수는 2015년 100개에서 2018년 72개로 28개의 업체가 줄어들고, 개인 업체 수는 1,514개에서 61개 증가한 1,575개로 나타났다. 2018년 업체 당 평균 종사자 수는 법인이 13.4명으로, 2015년도(평균 12.4명) 대비 1.0명 증가한 것으로 나타났다.

<표 2-8> 지역별 요장 업체 종사자 수 - 운영주체별

[단위 : 개, 명]

지역	2006년				2009년				2015년				2018년			
	법인 업체 수	개인 업체 수	법인 평균 인원	개인 평균 인원	법인 업체 수	개인 업체 수	법인 평균 인원	개인 평균 인원	법인 업체 수	개인 업체 수	법인 평균 인원	개인 평균 인원	법인 업체 수	개인 업체 수	법인 평균 인원	개인 평균 인원
경기	17	867	10.5	2.5	11	884	9.4	2.6	32	836	6.9	2.2	32	870	4.2	2.1
이천	8	266	9.7	2.4	4	294	12.5	2.4	9	289	14.4	1.8	14	307	5.2	1.9
여주	3	312	110.0	3.3	4	310	10.8	3.2	10	310	4.9	3.0	6	266	4.6	2.7
광주	1	70	27.0	2.4	1	66	2.0	2.1	1	57	1.0	1.9	2	51	5.6	2.4
김포/고양/파주	1	73	1.0	1.8	2	72	4.0	2.7	4	45	5.8	1.7	3	48	2.1	1.8
용인/안성	3	43	4.0	1.5	0	40	0.0	1.9	1	35	1.0	1.5	1	39	2.3	1.7
동북부	0	53	0.0	1.6	0	55	0.0	2.0	3	46	1.7	1.6	1	42	2.3	1.6
남서부	1	50	17.0	1.3	0	47	0.0	1.5	4	54	3.0	1.3	5	117	2.3	1.8
경남	8	237	8.7	2.7	12	218	5.5	2.7	13	156	6.5	1.9	6	120	7.8	2.2
경북	0	174	0.0	2.1	1	188	5.0	2.2	7	119	2.0	1.5	2	114	2.3	2.0
전남	21	100	39.0	3.9	14	112	38.6	3.4	15	94	21.7	3.9	9	88	27.9	3.1
광주	5	24	1.6	2.3	1	24	1.0	3.0	3	19	2.3	2.7	2	16	2.3	2.4
전북	3	58	15.0	3.1	4	61	8.0	3.8	3	50	6.0	2.6	2	41	7.1	2.5
부산	0	54	0.0	2.2	2	61	2.0	1.7	3	29	1.3	1.5	1	40	2.3	1.5
울산	2	41	3.0	2.7	2	42	3.0	2.9	1	37	1.0	1.9	2	28	2.1	1.9
대구	0	34	0.0	1.3	0	34	0.0	1.5	2	14	1.0	1.0	0	15	0.0	2.6
충남	0	63	0.0	3.7	3	64	18.7	3.2	5	54	4.4	3.8	5	56	5.3	3.7
충북	2	36	410.0	2.5	2	42	387.0	2.0	5	20	101.6	1.5	4	28	114.9	1.8
대전	0	15	0.0	1.8	0	15	0.0	2.3	1	12	1.0	1.2	2	12	4.6	1.5
강원	1	32	4.0	2.0	2	34	9.5	2.1	3	18	1.3	1.8	1	23	2.3	1.5
서울	2	29	8.0	1.2	1	25	5.0	1.3	1	44	4.0	1.6	4	91	1.9	1.6
인천	2	2	53.0	1.0	1	15	2.0	0.2	1	4	1.0	0.5	0	19	0.0	1.3
제주	1	15	7.0	4.8	1	3	6.0	13.3	5	8	3.8	1.8	0	14	0.0	1.9
전국	64	1,781	35.2	2.6	57	1,822	28.4	2.6	100	1,514	12.4	2.2	72	1,575	13.4	2.2

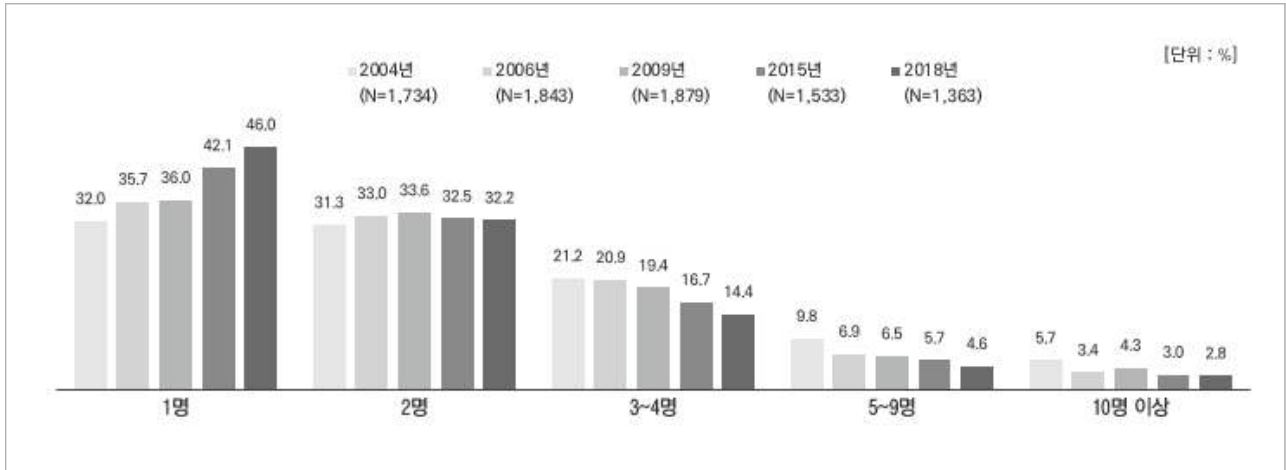
<표 2-9> 지역별 요장 업체 총 종사자 수 변화 - 운영주체별

[단위 : 명, %]

지역	법인 업체					개인 업체				
	2006년	2009년	2015년	2018년	변화율	2006년	2009년	2015년	2018년	변화율
경기	465	103	221	134	-39.4	2,197	2,271	1,824	1,837	0.7
이천	78	50	130	73	-43.8	648	703	521	578	10.9
여주	330	43	49	28	-42.9	1,032	977	921	713	-22.6
광주	27	2	1	11	1,000.0	168	141	111	122	9.9
김포/고양/파주	1	8	23	6	-73.9	131	195	73	85	16.4
용인/안성	12	0	1	2	100.0	66	77	51	65	27.5
동북부	0	0	5	2	-60.0	87	109	90	69	-23.3
남서부	17	0	12	11	-8.3	65	69	57	206	261.4
경남	69	66	85	47	-44.7	644	589	290	269	-7.2
경북	0	5	14	5	-64.3	369	421	184	226	22.8
전남	819	541	326	251	-23.0	394	381	371	271	-27
광주	8	1	7	5	-28.6	55	73	53	38	-28.3
전북	45	32	18	14	-22.2	180	229	130	104	-20
부산	0	4	4	2	-50.0	120	104	44	61	38.6
울산	6	6	1	4	300.0	110	120	72	54	-25
대구	0	0	2	0	-	44	51	13	39	200
충남	0	56	22	27	22.7	234	207	207	206	-0.5
충북	820	774	508	460	-9.4	89	82	29	49	69
대전	0	0	1	9	800.0	27	34	14	18	28.6
강원	4	19	4	2	-50.0	64	71	34	35	2.9
서울	16	5	4	8	100.0	34	33	67	142	111.9
인천	106	2	1	0	-	2	3	2	26	1200.00
제주	7	6	19	0	-	73	40	14	26	85.7
전국	2,365	1,620	1,237	967	-21.8	4,636	4,708	3,348	3,402	1.6

- 전국 요장 업체의 총 종사자 수 분포의 변화를 보면 2004년부터 종사자 수가 1명인 소규모인 요장이 점점 증가한 것으로 나타났다. 2018년 조사 시 종사자 수가 1명인 요장이 46.0%로 2015년 대비 약 3.9% 증가한 것으로 나타난 반면, 종사자 수 3명 이상인 중간 규모 요장은 2009년부터 지속적으로 감소한 것으로 파악된다.

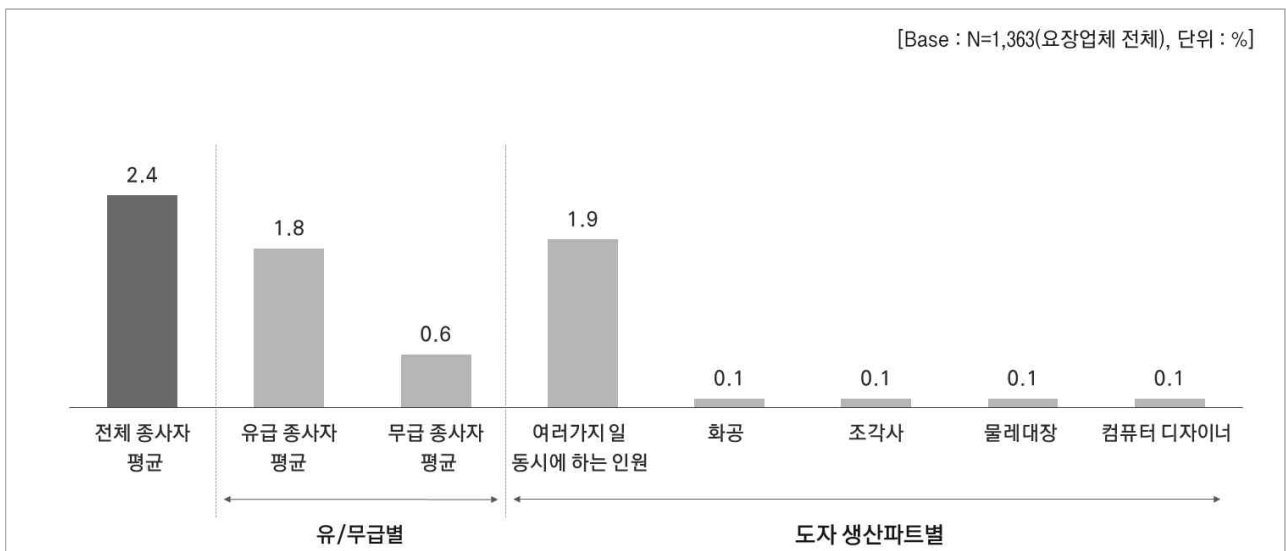
<그림 2-9> 요장 업체별 총 종사자 수 분포의 변화



4) 유/무급별 및 도자 생산 파트 별 종사자 인원

- 요장의 종사자를 살펴보면 '전체 종사자 평균'이 2.4명으로 나타나며, 유/무급별 인원으로는 '유급 종사자'가 평균 1.8명으로 '무급 종사자'(0.6명)보다 높게 나타났다. 도자 생산 파트 별 인원으로는 '여러 가지 일 동시에 하는 인원'이 평균 1.9명으로 '화공', '조각사' 등에 비해 높게 나타났다.

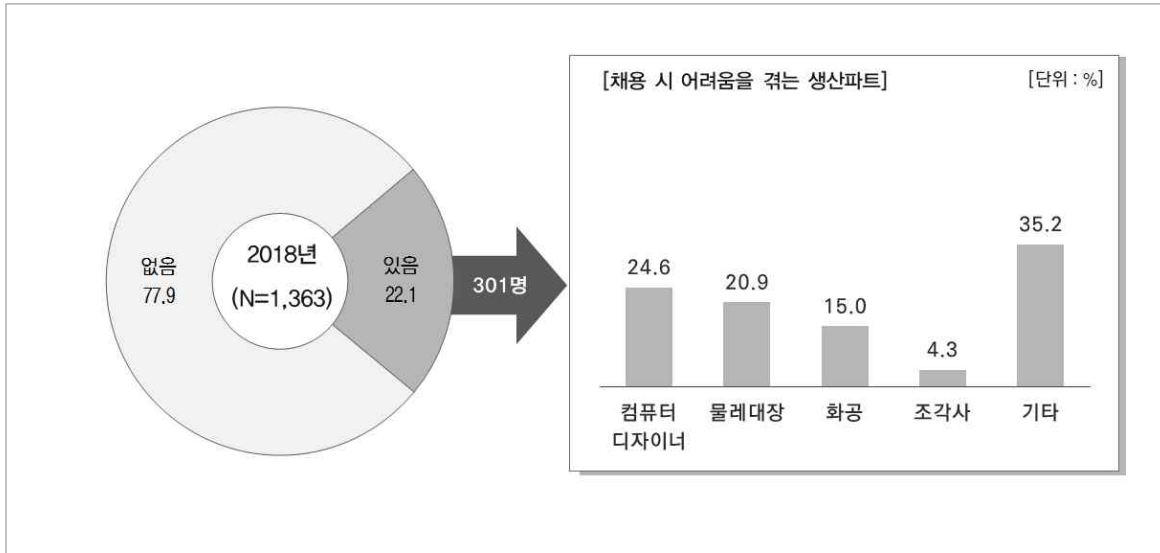
<그림 2-10> 도자 생산 파트 별 인원 및 유/무급별 인원(평균)



5) 자체 요장에서 채용하기 어려운 인력 유무 및 생산 파트

- ▶ 자체 요장에서 채용하기 어려운 인력 유무로는 어려움이 있음이 22.1%(301명)로 나타났고, 채용 시 어려움을 겪는 생산 파트로는 '컴퓨터 디자이너' 24.6%가 가장 많았고, 다음으로는 '물레대장' 20.9%, '화공' 15.0% 등의 순으로 나타났다.

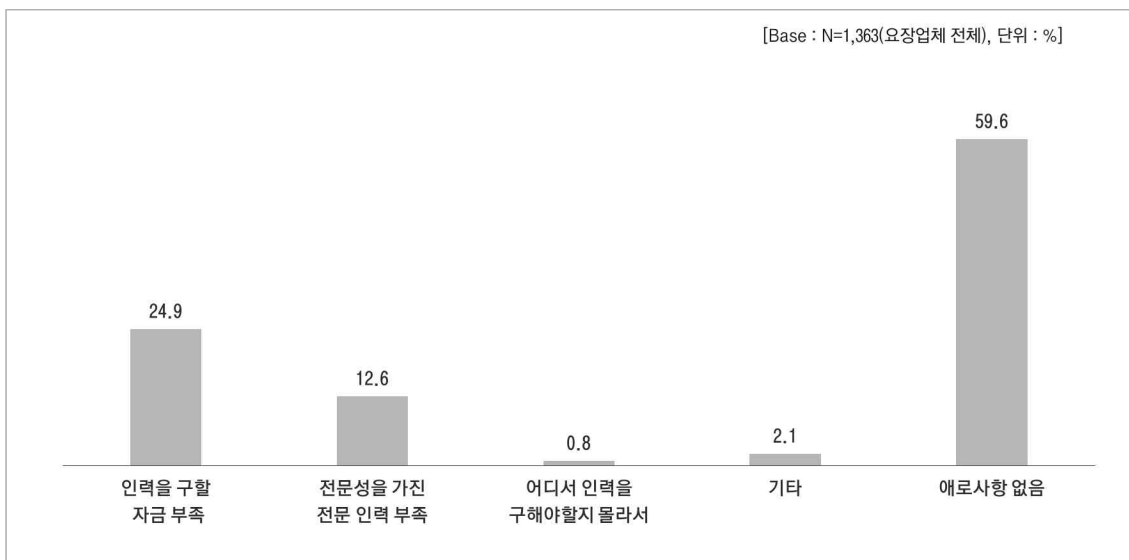
<그림 2-11> 자체 요장에서 채용하기 어려운 인력 유무 및 생산 파트



6) 구인 애로사항

- ▶ 필요한 인력을 구하는데(구인 활동)에 애로사항이 없다고 응답한 비율은 59.6%로 나타났고, 필요한 인력을 구하는데 있어서의 애로사항으로는 '인력을 구할 자금의 부족'이 24.9%로 가장 높았고, 다음은 '전문성을 가진 전문인력 부족' 12.6%로 그 뒤를 이었다.

<그림 2-12> 구인 애로사항



4. 생산품 및 생산시설

1) 1년 중 도자기 생산 기간

- 1년 중 도자기 생산 기간의 전체 평균은 11개월로 나타나며 권역, 생산품 기준 또한 모든 부분에서 평균 10개월 이상의 도자기 생산 기간이 소요되는 것으로 나타났다. 특히 '호남권' (11.3개월)과 '전통 도자 작품' (11.2개월)에서는 도자기 생산 기간이 비교적 긴 것으로 나타났다.

<표 2-10> 1년 중 도자기 생산 기간

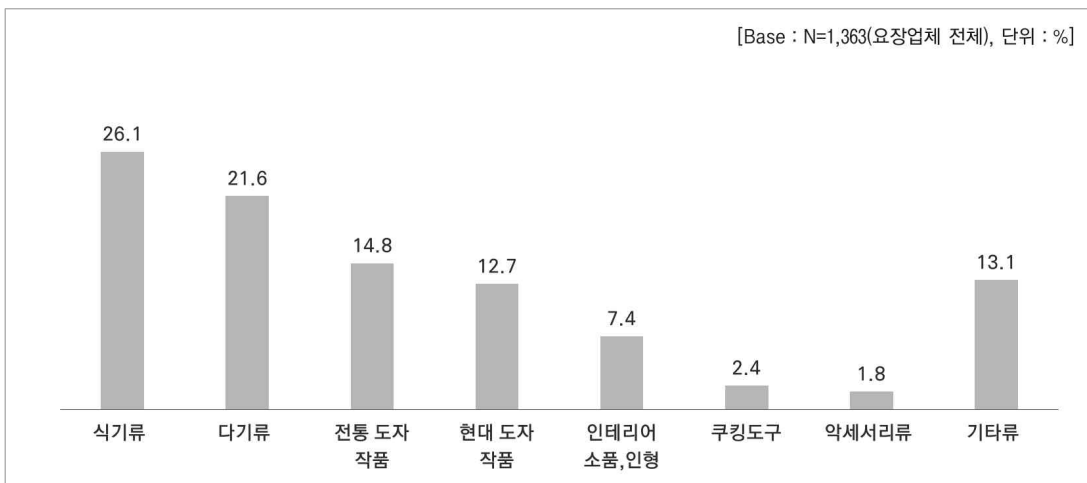
[Base : 수공예제품 취급 업체, N=1,363, 단위 : 개월]

구분		전체	평균
전체		(1,363)	11.0
권역별	수도권(서울+인천)	(89)	10.6
	경상권	(264)	11.0
	호남권	(133)	11.3
	충청권	(87)	10.9
	강원/제주권	(33)	10.5
	경기권	(757)	11.1
생산품별	전통 도자 작품	(253)	11.2
	생활 자기	(689)	11.0
	현대 작품 도자	(233)	11.0
	기타	(188)	10.9

2) 요장 생산품의 구성

- 요장 생산품 구성으로는 '식기류'(26.1%)가 가장 많았고, '다기류'(21.6%), '전통 도자작품'(14.8%) 순으로 나타났다.

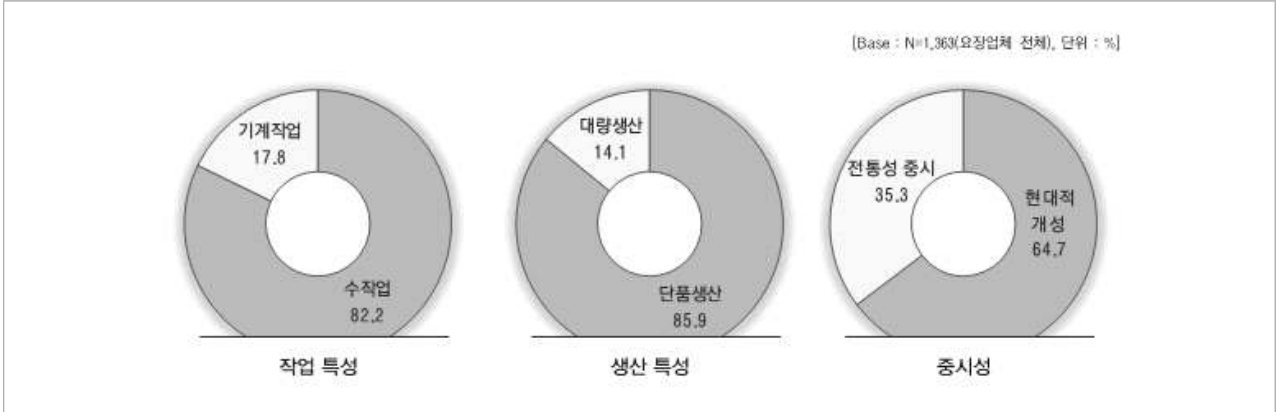
<그림 2-13> 요장 생산품 구성



3) 요장 생산품 특성

- ▶ 작업 특성으로는 '수작업'(82.2%)이 '기계 작업'보다 더 큰 비중을 차지하며, 생산 특성은 '단품 생산'(85.9%)이 '대량 생산' 보다 더 큰 비중을 차지하였다. 중시성은 '현대적 개선'(64.7%)이 '전통적 중시'(35.3%)보다 높게 나타났다.

<그림 2-14> 요장 생산품 특성

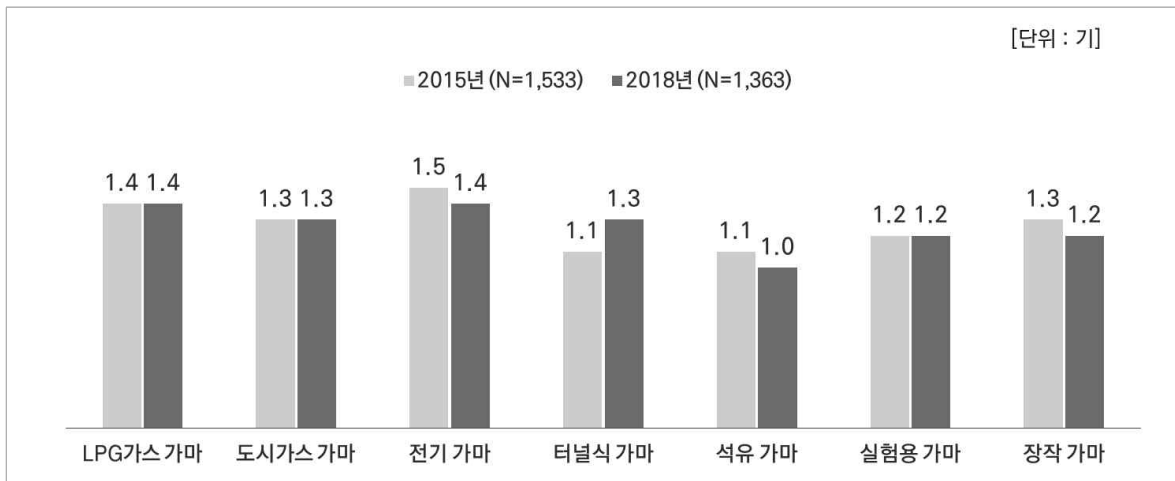


4) 요장의 가마 보유 현황

가. 평균 가마 보유 수

- ▶ 2018년 가마 보유 수로는 'LPG가스 가마'와 '전기 가마'가 1.4기로 가장 많았고, '도시가스 가마'와 '터널식 가마'가 1.3기, '실험용 가마'와 '장작 가마'가 1.2기, '석유 가마' 1.0기의 순으로 나타났다.
- ▶ 2015년 대비 '전기 가마', '석유 가마', '장작 가마'는 평균 보유 가마 수가 감소하였고, '터널식 가마'만이 증가하는 경향을 보인다.

<그림 2-15> 평균 가마 보유 수



- 2018년의 각 가마별 보유 대수를 2015년 비교하여 살펴보면, 가스 가마의 경우 1기를 보유한 업체의 비율은 2004년부터 점점 상승하였지만 2015년 조사 시 2009년 대비 하락하였다. 하지만 다시 5.3% 상승하였고, 반면 2기를 보유한 업체의 비율은 2015년도 대비 약 3.9% 하락하였다.

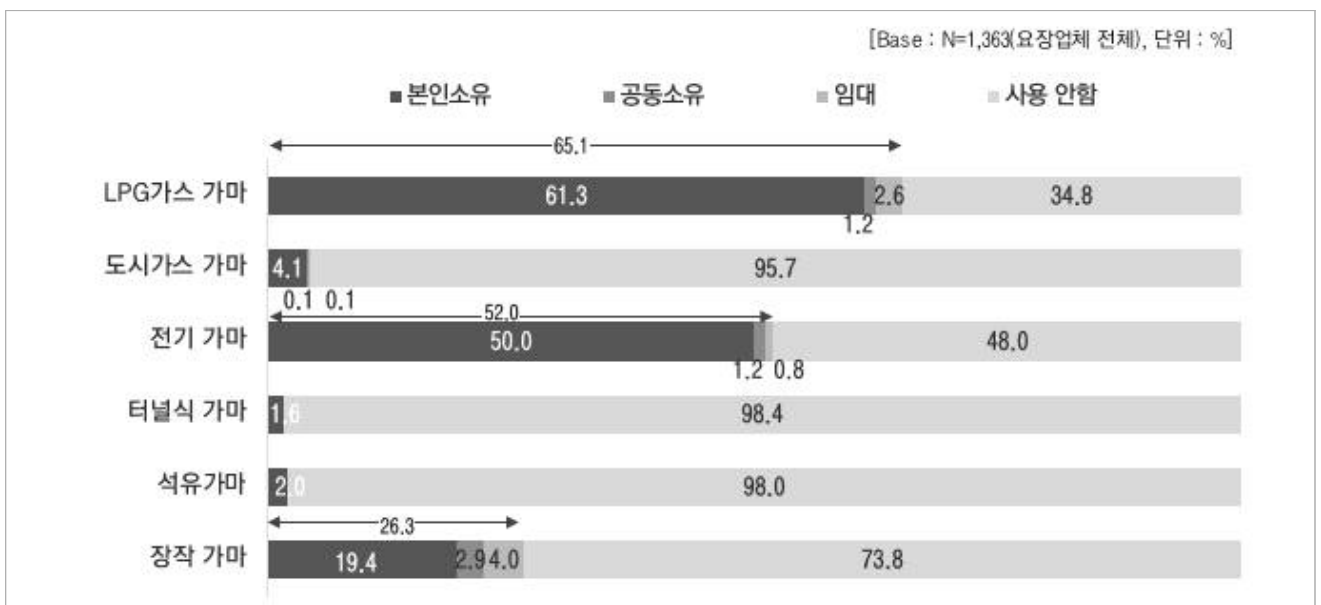
<표 2-11> 가마 유형별 보유 대수

	가스 가마					장작 가마					전기 가마				
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년
1기	70.5	71.7	73.0	68.0	73.3	92.6	89.2	88.4	82.1	88.8	80.6	77.9	77.6	69.2	71.3
2기	20.8	20.4	18.8	24.1	20.2	4.6	6.8	5.9	9.2	7.6	13.1	15.7	15.4	20.5	19.7
3기	5.2	5.3	5.8	6.2	4.1	2.2	2.8	2.8	5.5	2.8	4.6	4.9	4.1	7.2	7.4
4기 이상	3.5	2.5	2.3	1.7	2.5	0.6	1.2	2.8	3.1	0.8	1.7	1.5	2.8	3.1	1.7
평균	1.5	1.4	1.4	1.0	1.4	1.1	1.2	1.2	1.3	1.2	1.3	1.3	1.3	1.5	1.4
	석유 가마					터널식 가마									
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년					
1기	85.1	83.1	75.9	95.2	100.0	77.4	83.3	87.7	94.7	76.2					
2기	13.8	15.7	17.2	3.2	-	16.1	16.7	12.3	2.6	19.0					
3기	1.1	1.2	6.9	-	-	3.2	-	-	2.6	-					
4기 이상	-	-	-	1.6	-	3.3	-	-	-	4.8					
평균	1.2	1.2	1.1	1.1	1.0	1.3	1.2	1.4	1.1	1.3					

나. 가마 보유/사용 행태

- 가마 보유/사용 행태로는 'LPG가스 가마'가 65.1%로 가장 높은 보유율 (본인 소유+공동 소유+임대)을 나타내며, '전기 가마' 52.0%, '장작 가마' 26.3%로 뒤를 이었다. 한편, '도시가스 가마'는 4.3%, '터널식 가마'는 1.6%, '석유 가마'는 2.0%로 낮은 보유율을 보였으며, 본인 소유인 가마가 대부분을 차지한 것으로 나타났다.

<그림 2-16> 가마 보유/사용 행태



- » 가스 가마를 보유한 업체 중 장작 가마와 전기 가마를 보유한 업체의 비율은 2004년 이래 꾸준히 증가하고 있는 반면 석유 가마와 터널식 가마를 보유하는 업체의 비율은 2015년 대비 감소하였다.

<표 2-12> 연도별 가마 보유율(중복)

[단위 : %]

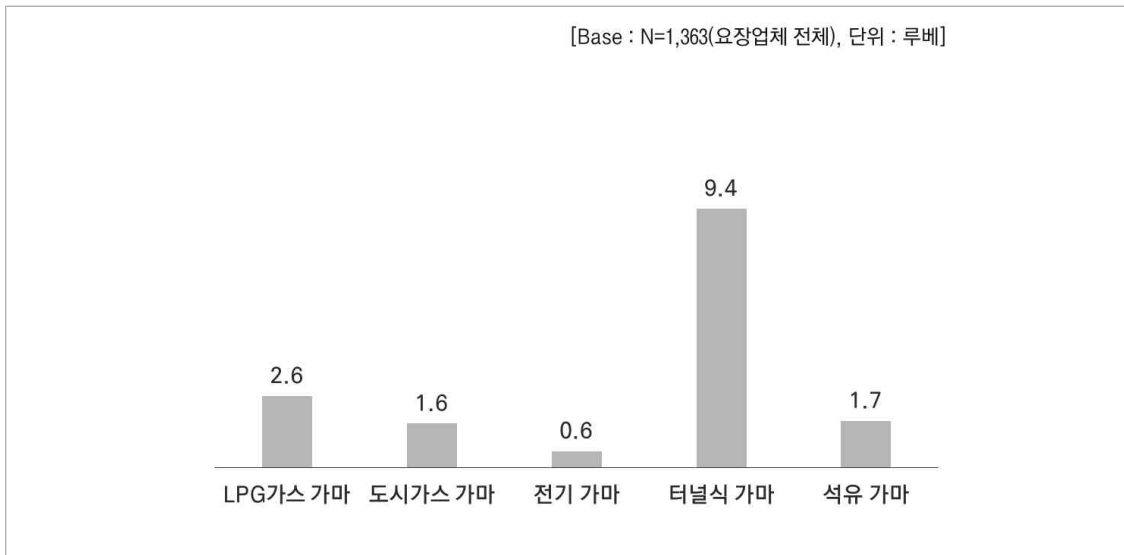
	보유업체 수	가스 가마	장작 가마	전기 가마	석유 가마	터널식 가마
2004년						
가스 가마	1,332	100.0	13.9	14.2	2.7	1.5
장작 가마	325	56.9	100.0	7.7	8.0	0.3
전기 가마	283	66.8	8.8	100.0	5.3	3.9
석유 가마	94	38.3	27.7	16.0	100.0	0.0
2006년						
가스 가마	1,305	100.0	14.6	18.5	2.3	1.4
장작 가마	325	58.8	100.0	15.4	8.3	0.3
전기 가마	390	61.8	12.8	100.0	5.1	2.3
석유 가마	84	35.7	32.1	23.8	100.0	0.0
2009년						
가스 가마	1,438	100.0	16.1	20.7	2.0	1.3
장작 가마	387	59.9	100.0	16.0	5.4	0.3
전기 가마	460	64.6	13.5	100.0	3.3	2.4
석유 가마	73	39.7	28.8	20.5	100.0	0.0
2015년						
가스 가마	1,203	100.0	18.2	30.1	2.9	1.9
장작 가마	346	63.3	100.0	27.5	8.4	2.9
전기 가마	542	66.8	17.5	100.0	3.1	2.8
석유 가마*						
2018년						
가스 가마	888	100.0	25.8	41.2	1.9	1.5
장작 가마	357	64.1	100.0	38.7	3.6	1.1
전기 가마	709	51.6	19.5	100.0	2.1	0.8
석유 가마	27	63.0	48.1	55.6	100.0	3.7

* 2015년 조사 시 석유가마 보유율은 조사문항에서 제외됨

다. 가마 크기

- ▶ 평균 가마 크기로는 '터널식 가마'가 9.4루베로 가장 크게 나타났으며, 다음으로 'LPG가스 가마' 2.6루베, '석유 가마' 1.7루베, '도시가스 가마' 1.6루베 등의 순으로 나타났다.
- ▶ 실험용 가마는 평균 3.9리터, 전통 장작가마는 평균 3.7봉으로 나타났다.

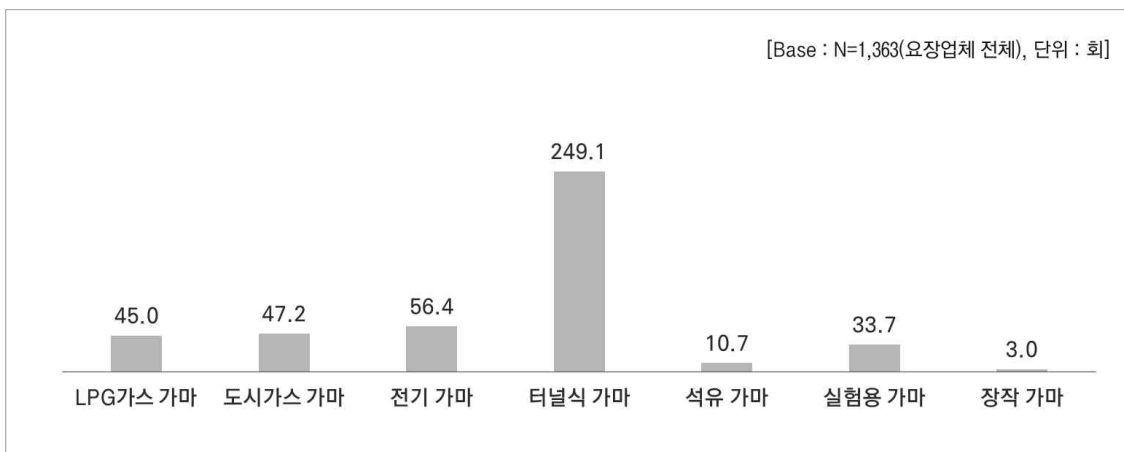
<그림 2-17> 평균 가마 크기



라. 연평균 소성 횟수

- ▶ 연평균 소성 횟수로는 '터널식 가마'가 249.1회로 가장 많았고, '전기 가마' 56.4회, '도시가스 가마' 47.2회, 'LPG가스 가마' 45.0회 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-18> 연평균 소성횟수



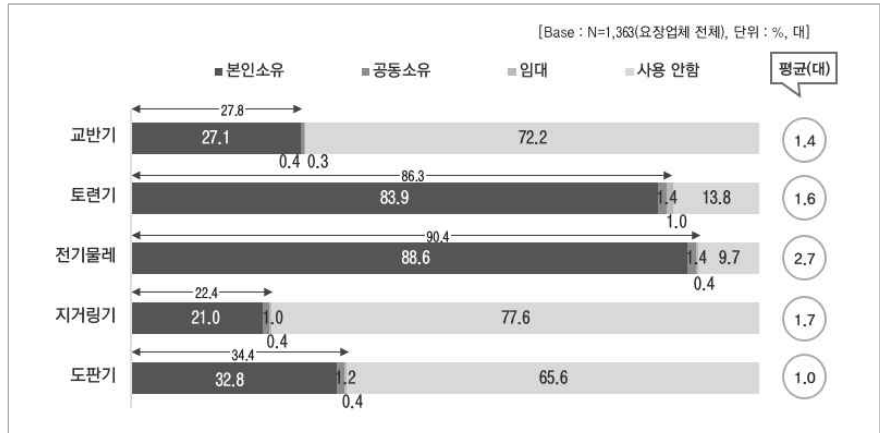
5) 요장의 설비 보유 및 사용 행태

가. 기본 설비 현황

- ▶ 요장 보유 설비로는 '전기물레' (90.4%)를 가장 많이 보유한 것으로 나타났으며, '토련기' (86.3%), '도판기' (34.4%), '교반기' (27.8%), '지거링기' (22.4%)의 순으로 나타났다.

- ▶ 보유한 설비의 평균 사용 대수로는 '전기물레'가 2.7대로 가장 많이 보유한 것으로 나타났고, 다음으로 '지거링기' 1.7대, '토련기' 1.6대, '교반기' 1.4대, '도판기' 1.0대의 순으로 나타났다.

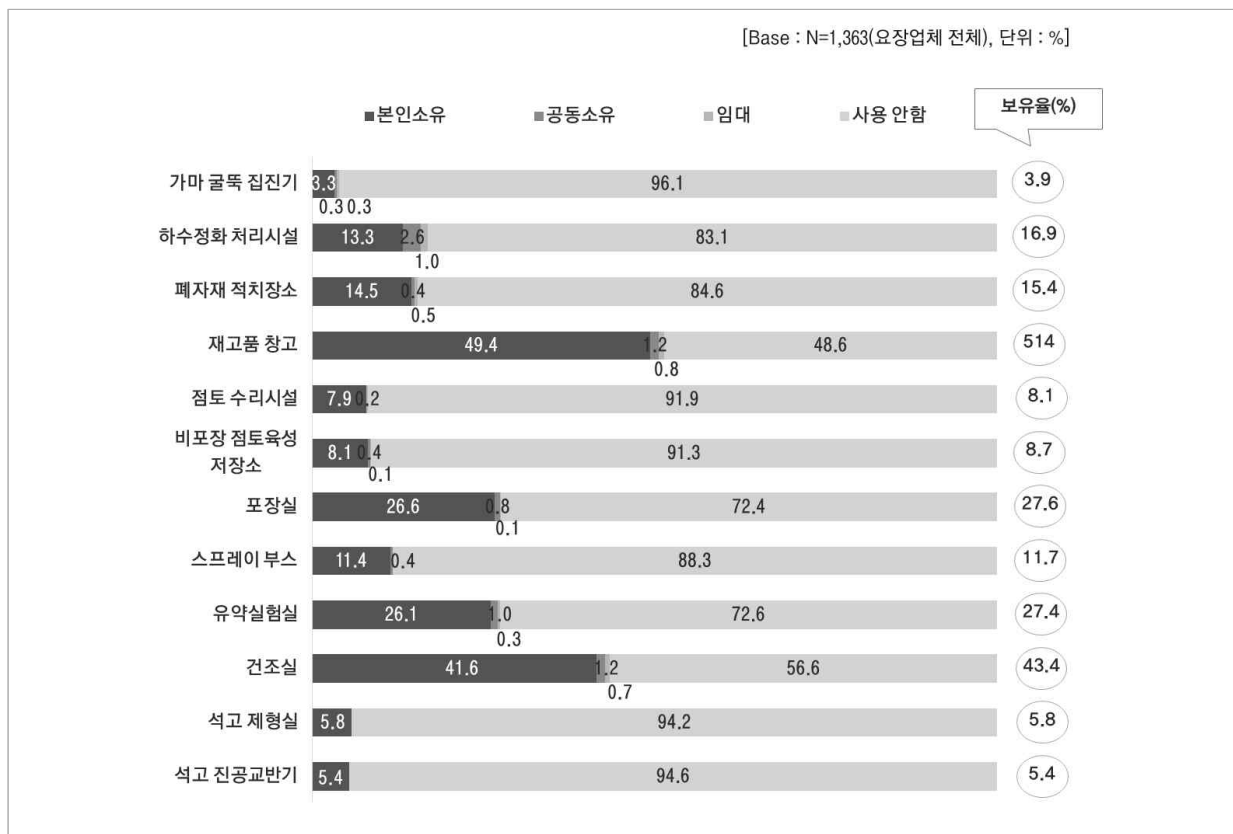
<그림 2-19> 설비 보유 및 사용 행태



나. 부가 설비 현황

- ▶ 요장의 부가 설비로는 '재고품 창고' (51.4%)를 가장 많이 보유한 것으로 나타났으며, '건조실' (43.4%), '포장실' (27.6%), '유약 실험실' (27.4%) 등의 순으로 나타난 반면, '가마 굴뚝 집진기'는 3.9%만이 보유하고 있는 것으로 나타났다.

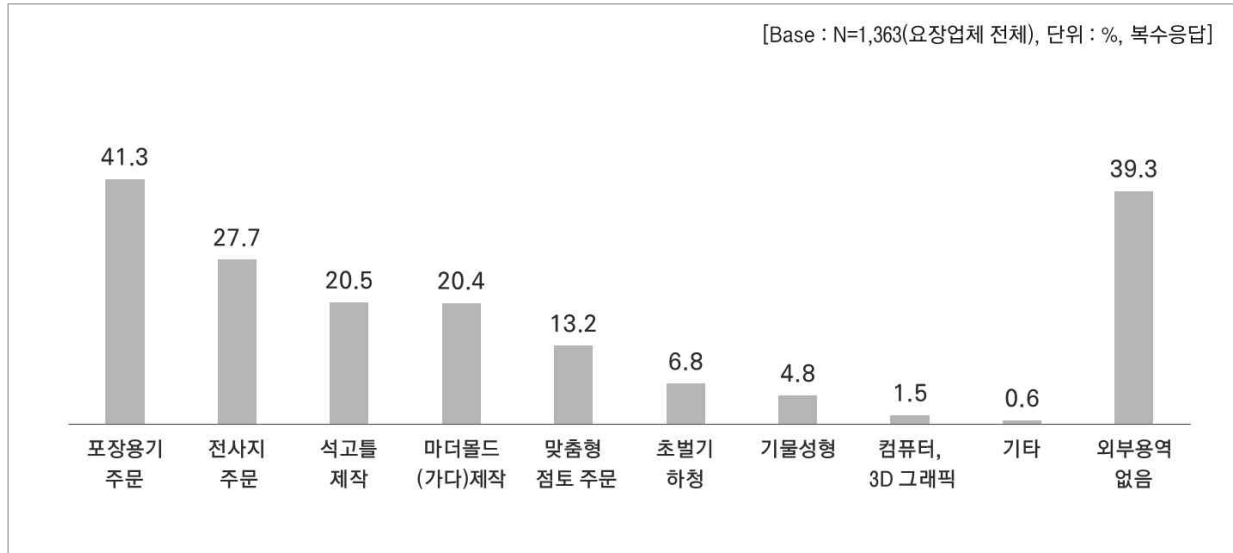
<그림 2-20> 부가 설비 현황



6) 업체의 외부용역 현황

- ▶ 요장에서 외부용역을 주는 작업 공정으로는 '포장 용기 주문'이 41.3%로 가장 높게 나타났고, '전사지 주문' 27.7%, '석고틀 제작' 20.5%, '마더몰드 제작' 20.4% 등이 있다. '외부용역 없음'은 39.3%로 나타났다.

<그림 2-21> 업체의 외부용역 현황



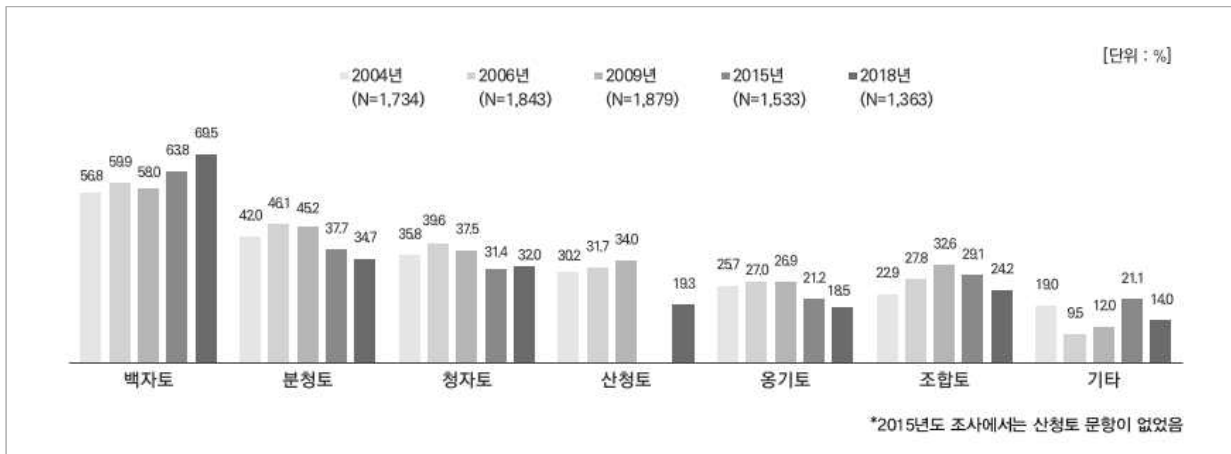
5. 도자 재료 활용

1) 점토 사용현황

가. 점토 사용현황

- ▶ 요장 업체에서 주로 사용하는 원료는 '백자토'(69.5%), '분청토'(34.7%)였으며, 2015년의 조사 결과와 비교하여 순위에 있어서는 큰 차이를 보이고 있지 않다. '백자토'와 '청자토'는 2015년 대비 사용하는 요장이 증가한 반면, '분청토', '옹기토', '조합토'는 감소한 것으로 나타났다.
- ▶ 기타 점토로는 '산백토', '고령토', '고백자', '내열토', '동영토', '실크소지', '울트라', '조형토', '혼합토', '황토' 등이 나타났다.

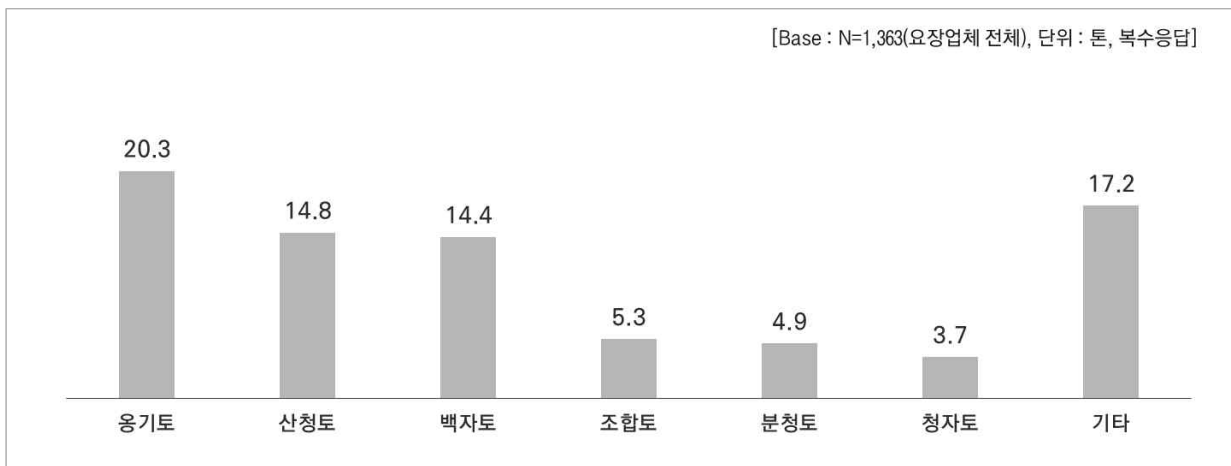
<그림 2-22> 점토 사용 현황



나. 점토 연평균 사용량

- ▶ 요장 업체에서 점토 사용량은 '옹기토'(20.3톤)가 가장 많은 사용량을 보였으며, 다음으로는 '산청토'(14.8톤), '백자토'(14.4톤), '조합토'(5.3톤), '분청토'(4.9톤) 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-23> 점토 연평균 사용량



※ 지역별로 살펴보면, 경기도의 경우 2015년 대비 이천과 광주 지역을 제외한 지역 여주, 김포/고양/파주, 용인/안성, 동북부, 남서부 지역의 백자토 사용 원료 비율이 늘었다.

<표 2-13> 주로 사용하는 원료의 종류 - 지역별(1)

[단위 : %]

지역	응답자수					백자토					분청토					청자토				
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년
전국	1,640	1,627	1,809	1,533	1,343	56.8	59.9	58.0	63.8	69.5	42.0	39.6	45.2	37.2	34.7	35.8	27.8	37.5	31.4	32.0
경기전체	890	811	874	842	747	55.6	56.1	53.8	63.9	71.7	40.0	39.7	40.6	32.8	31.0	36.4	21.7	34.1	29.2	34.2
- 이천	274	257	295	286	255	47.8	47.9	54.2	69.9	67.8	52.2	47.9	46.1	31.5	38.0	46.0	15.6	47.1	33.2	37.3
- 여주	341	293	302	309	231	56.9	58.4	51.3	55.0	63.6	23.2	30.0	31.1	31.1	31.2	24.9	7.9	22.8	18.4	17.7
- 광주	66	62	65	58	44	69.7	74.2	69.2	77.6	72.7	62.1	41.9	56.9	48.3	36.4	48.5	40.3	36.9	25.9	34.1
- 김포/고양/파주	55	69	74	46	43	50.9	68.1	55.4	71.7	74.4	27.3	40.6	37.8	23.9	32.6	23.6	49.3	21.6	37.0	51.2
- 용인/안성	47	37	39	34	36	53.2	37.8	43.6	47.1	69.4	51.1	35.1	51.3	29.4	19.4	29.8	24.3	28.2	23.5	22.2
- 동북부	61	44	53	55	37	65.6	75.0	60.4	67.3	73.0	57.4	56.8	47.2	40.0	32.4	44.3	61.4	39.6	45.5	35.1
- 남서부	46	49	46	43	101	67.4	42.9	43.5	72.1	81.2	41.3	38.8	32.6	30.2	26.7	58.7	36.7	39.1	51.2	41.6
경남전체	230	200	216	164	98	56.5	51.0	47.7	61.6	69.4	47.0	17.0	45.8	57.9	60.2	16.5	25.0	18.1	28.7	29.6
- 김해	86	88	87	73	46	55.8	50.0	42.5	67.1	67.4	66.3	14.8	62.1	74.0	71.7	4.7	22.7	5.7	24.7	23.9
- 경남기타	144	112	129	91	52	56.9	51.8	51.2	57.1	71.2	35.4	18.8	34.9	45.1	50.0	23.6	26.8	26.4	31.9	34.6
경북전체	122	141	180	120	94	63.9	75.9	75.6	65.0	75.5	42.6	39.0	62.8	49.2	52.1	31.1	48.2	43.3	28.3	25.5
- 경주	55	46	68	43	33	58.2	71.7	76.5	65.1	60.6	47.3	47.8	63.2	51.2	48.5	38.2	56.5	52.9	41.9	27.3
- 경북기타	67	95	112	77	61	68.7	77.9	75.0	64.9	83.6	38.8	34.7	62.5	48.1	54.1	25.4	44.2	37.5	20.8	24.6
전남전체	122	116	124	104	78	51.8	59.5	46.8	60.6	56.4	30.4	47.4	34.7	29.8	32.1	33.9	22.4	43.5	47.1	50.0
- 강진/무안/영암/목포	57	57	66	59	44	50.9	54.4	33.3	59.3	59.1	21.1	38.6	25.8	18.6	20.5	28.1	15.8	37.9	49.2	52.3
- 전남기타	55	59	58	45	34	52.7	64.4	62.1	62.2	52.9	40.0	55.9	44.8	44.4	47.1	40.0	28.8	50.0	44.4	47.1
광주	31	27	25	22	(15)	51.6	81.5	76.0	86.4	73.3	61.3	74.1	60.0	50.0	26.7	71.0	29.6	68.0	68.2	40.0
전북	52	57	66	55	(39)	61.5	79.0	81.8	57.7	51.3	46.2	68.4	62.1	34.6	30.8	63.5	35.1	75.8	44.2	30.8
부산	31	48	60	31	(30)	67.7	54.2	75.0	71.0	83.3	58.1	29.2	60.0	51.6	33.3	48.4	35.4	40.0	25.8	40.0
울산	38	39	42	37	25	52.6	60.5	61.9	37.8	84.1	50.0	34.2	54.8	18.9	44.0	42.1	26.3	35.7	18.9	40.0
대구	22	31	32	13	12	86.4	90.3	87.5	84.6	75.0	36.4	74.2	62.5	38.5	33.3	54.5	93.6	71.9	53.8	41.7
충남	46	46	58	52	(47)	54.3	45.7	55.2	53.8	68.1	43.5	34.8	34.5	38.5	23.4	39.1	15.2	44.8	23.1	21.3
충북	26	27	38	20	(27)	50.0	48.2	57.9	70.0	70.4	46.2	33.3	47.4	30.0	51.9	42.3	25.9	26.3	25.0	33.3
대전	13	9	14	12	(12)	69.2	55.6	35.7	66.7	91.7	23.1	44.4	14.3	58.3	41.7	46.2	11.1	35.7	41.7	33.3
강원	27	29	32	22	(20)	59.3	75.9	75.0	81.8	60.0	55.6	55.2	40.6	31.8	15.0	59.3	41.4	50.0	59.1	35.0
서울	-	31	25	39	69	-	100.0	68.0	84.6	84.1	-	54.8	40.0	28.2	11.6	-	51.6	52.0	25.6	24.6
제주	-	13	16	11	13	-	30.8	50.0	54.5	53.8	-	53.9	37.5	54.5	23.1	-	30.8	43.8	63.6	46.2
인천	-	3	4	3	17	-	33.3	25.0	33.3	82.4	-	-	50.0	33.3	17.6	-	33.3	50.0	-	23.5

<표 2-14> 주로 사용하는 원료의 종류 - 지역별(2)

[단위 : %]

지역	산청토*					옹기토					조합토					기타				
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년
전국	30.2	31.7	34.0	-	19.3	25.7	27.0	32.6	21.2	18.5	22.9	46.1	26.9	29.1	24.2	19.0	9.5	9.6	21.0	14.4
경기전체	22.0	23.6	22.4	-	17.9	20.7	20.2	26.9	16.7	18.0	19.1	43.9	19.3	27.0	25.3	14.3	7.8	8.7	16.5	14.0
- 이천	18.6	19.8	22.7	-	16.5	13.1	11.3	24.7	9.4	11.8	16.4	47.5	12.9	23.8	27.1	10.2	7.0	6.4	15.0	9.4
- 여주	8.2	10.2	11.6	-	14.3	11.1	15.0	13.9	18.4	19.9	7.9	31.7	16.6	20.4	16.0	12.9	7.2	5.3	10.4	9.1
- 광주	51.5	53.2	43.1	-	13.6	28.8	24.2	43.1	17.2	6.8	36.4	66.1	20.0	34.5	27.3	18.2	4.8	7.7	12.1	15.9
- 김포/고양/파주	32.7	42.0	20.3	-	27.9	34.5	36.2	43.2	26.1	25.6	40.0	40.6	25.7	47.8	25.6	9.1	8.7	13.5	34.8	18.6
- 용인/안성	48.9	29.7	35.9	-	16.7	70.2	32.4	33.3	32.4	19.4	25.0	59.5	51.3	47.1	22.2	23.4	8.7	7.7	29.4	11.1
- 동북부	41.0	59.1	47.2	-	16.2	29.5	45.5	52.8	21.8	21.6	36.1	65.9	26.4	38.2	27.0	27.9	9.1	17.0	21.8	16.2
- 남서부	37.0	22.5	26.1	-	19.8	45.7	38.8	41.3	20.9	20.8	39.1	42.9	32.6	30.2	31.7	21.7	16.3	30.4	34.9	17.8
경남전체	37.0	34.0	41.7	-	35.7	18.3	17.5	29.6	22.6	26.5	23.0	49.5	21.8	37.2	32.7	20.9	17.5	14.8	32.3	17.3
- 김해	38.4	34.1	50.6	-	41.3	12.8	20.5	25.3	20.5	32.6	10.5	70.5	25.3	41.1	41.3	9.3	10.2	8.0	15.1	19.6
- 경남기타	36.1	33.9	35.7	-	30.8	21.5	15.2	32.6	24.2	21.2	30.6	33.0	19.4	34.1	25.0	27.8	23.2	19.4	46.2	15.4
경북전체	51.6	66.0	60.0	-	37.2	21.3	41.8	49.4	18.3	24.5	21.3	63.8	40.0	32.5	34	44.3	11.4	13.9	38.3	18.1
- 경주	45.5	60.9	55.9	-	36.4	25.5	45.7	60.3	25.6	27.3	20.0	63.0	39.7	23.3	42.4	50.9	6.5	14.7	46.5	18.2
- 경북기타	56.7	68.4	62.5	-	37.7	17.9	40.0	42.9	14.3	23.0	22.4	64.2	40.2	37.7	29.5	38.8	13.7	13.4	33.8	18.0
전남전체	20.5	25.0	21.0	-	16.7	29.5	27.6	21.8	21.2	24.4	22.3	31.9	26.6	19.2	15.4	19.6	2.6	4.8	13.5	17.9
- 강진/무안/영암/목포	1.8	3.5	7.6	-	9.1	22.8	15.8	16.7	13.6	13.6	15.8	21.1	16.7	11.9	11.4	15.8	5.3	6.1	6.8	15.9
- 전남기타	40.0	45.8	36.2	-	26.5	36.4	39.0	27.6	31.1	38.2	29.1	42.4	37.9	28.9	20.6	23.6	-	3.4	22.2	20.6
광주	51.6	37.0	60.0	-	6.7	51.6	40.7	48.0	36.4	13.3	45.2	37.0	48.0	45.5	13.3	16.1	-	8.0	-	13.3
전북	46.2	35.1	51.5	-	20.5	63.5	52.6	42.4	57.7	35.9	28.8	54.4	62.1	23.1	10.3	21.2	-	1.5	17.3	12.8
부산	54.8	25.0	53.3	-	23.3	25.8	25.0	51.7	19.4	16.7	38.7	41.7	33.3	54.8	40.0	29.0	14.6	15.0	22.6	6.7
울산	39.5	26.3	35.7	-	20.0	52.6	34.2	26.2	40.5	36.0	31.6	44.7	40.5	35.1	16.0	21.1	31.6	2.4	24.3	12.0
대구	59.1	77.4	71.9	-	8.3	45.5	77.4	81.3	23.1	8.3	59.1	64.5	71.9	53.8	8.3	31.8	3.2	3.1	53.8	25.0
충남	30.4	34.8	34.5	-	14.9	43.5	37.0	32.8	38.5	19.1	23.9	45.7	32.8	34.6	23.4	6.5	8.7	5.2	21.2	10.6
충북	57.7	37.0	63.2	-	29.6	30.8	25.9	31.6	20.0	14.8	23.1	37.0	13.2	10.0	22.2	23.1	3.7	10.5	45.0	11.1
대전	46.2	22.2	14.3	-	25.0	53.8	55.6	35.7	50.0	25.0	23.1	33.3	28.6	8.3	41.7	15.4	22.2	7.1	33.3	8.3
강원	33.3	41.4	37.5	-	15.0	51.9	41.4	40.6	18.2	5.0	55.6	55.2	28.1	27.3	20.0	33.3	13.8	9.4	18.2	25.0
서울	-	48.4	40.0	-	4.3	-	38.7	48.0	15.4	4.3	-	41.9	36.0	30.8	18.8	-	-	16.0	17.9	18.8
제주	-	15.4	31.3	-	15.4	-	46.2	25.0	27.3	23.1	-	38.5	37.5	36.4	23.1	-	30.8	18.8	36.4	38.5
인천	-	33.3	50.0	-	17.6	-	-	0.0	33.3	5.9	-	66.7	0.0	33.3	29.4	-	66.7	50.0	100.0	29.4

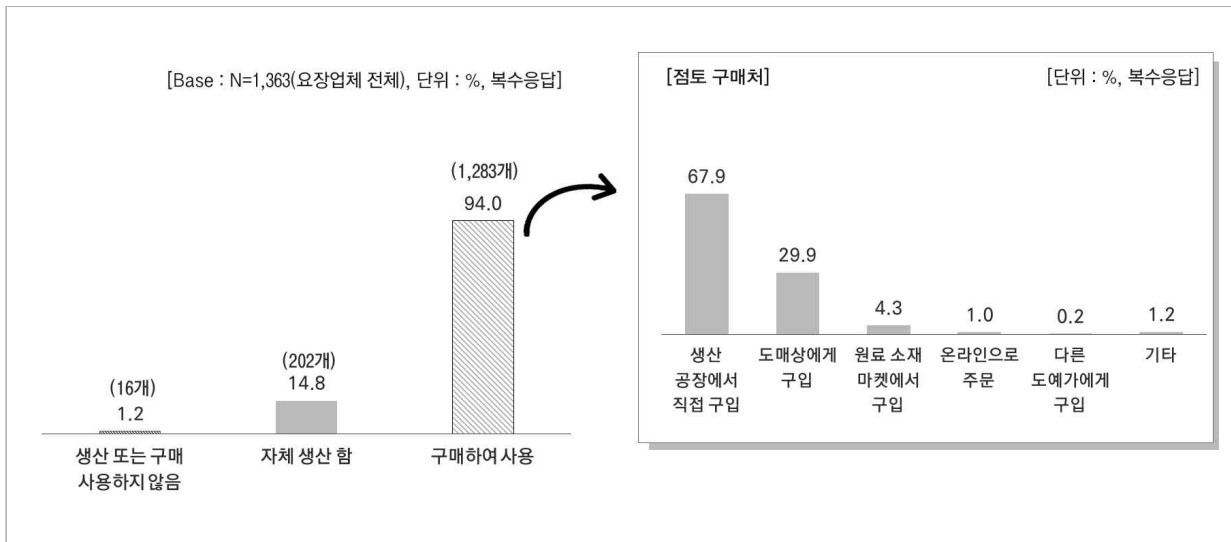
※ 2015년 조사 시 산청토 항목 제외

2) 점토(흙, 소지)의 조달 현황

가. 점토 조달 방식 및 구매처

- ▶ 점토 조달 방식으로는 '구매하여 사용'이 94.0%(1,283개)로 가장 많았고, '자체 생산'하는 요장은 14.8%(202개), 점토를 생산 또는 구매하지 않는 요장은 1.2%(16개)로 나타났다.
- ▶ 점토를 구매하여 사용하는 요장 1,283개의 점토 구매처로는 '생산 공장에서 직접 구입'이 67.9%로 가장 높게 나타났으며, '도매상에게 구입' 29.9%가 뒤를 이었다.

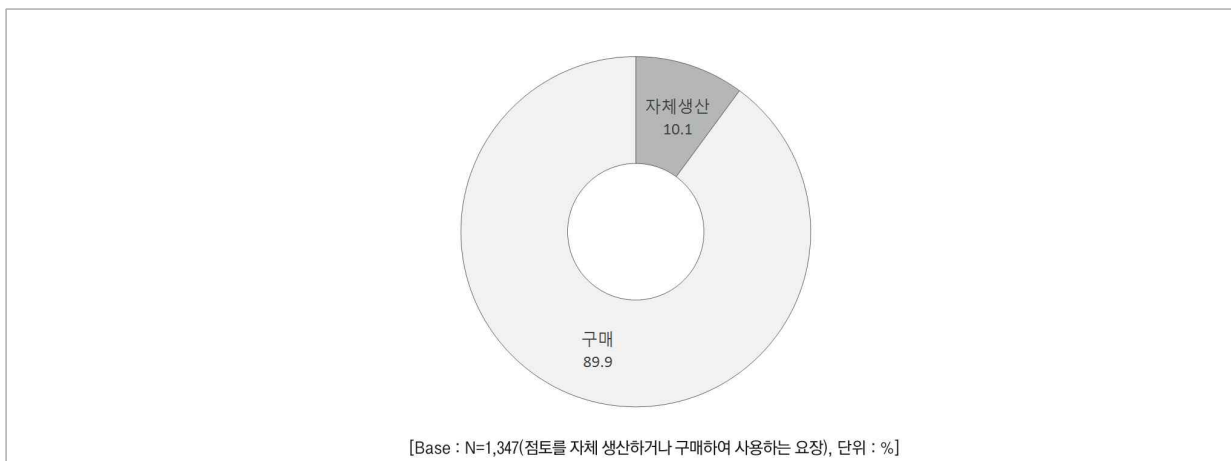
<그림 2-24> 점토 조달 방식 및 구매처



나. 점토 자체생산 및 구매 비율

- ▶ 점토 자체생산 및 구매 비율을 살펴보면, 점토를 '자체생산' 하는 비율은 10.1%로 나타나며, '구매'하는 비율은 89.9%로 나타났다.

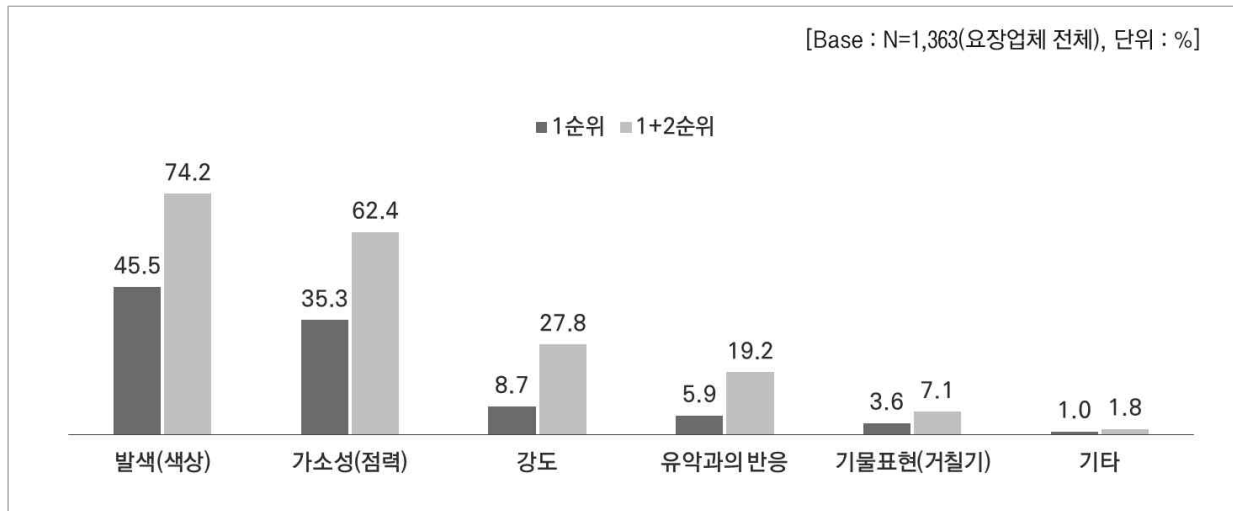
<그림 2-25> 자체생산 및 구매 비율



다. 점토 중요 특성

- ▶ 점토의 중요 특성을 물어본 결과 1순위 응답으로는 '발색'(45.5%)이 가장 많았고, 그다음으로 '가소성'(35.3%), '강도'(8.7%) 순으로 나타났다.
- ▶ 1+2순위에서도 '발색'(74.2%), '가소성'(62.4%), '강도'(27.8%) 순으로 나타났다.

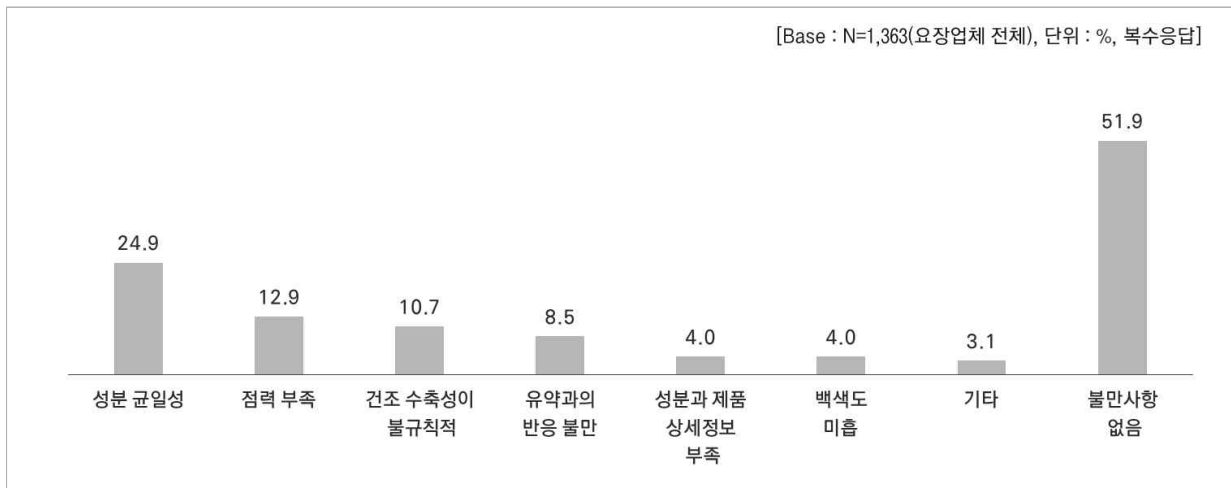
<그림 2-26> 점토 중요 특성



3) 점토 부족 부분

- ▶ 점토 부족 부분으로는 '불만사항 없음'이 51.9%로 나타나며, 점토 부족 부분은 '성분 균일성 부족'(24.9%), '점력 부족'(12.9%), '건조 수축성이 불규칙적'(10.7%), '유약과의 반응 불만'(8.5%) 등의 순이었다.

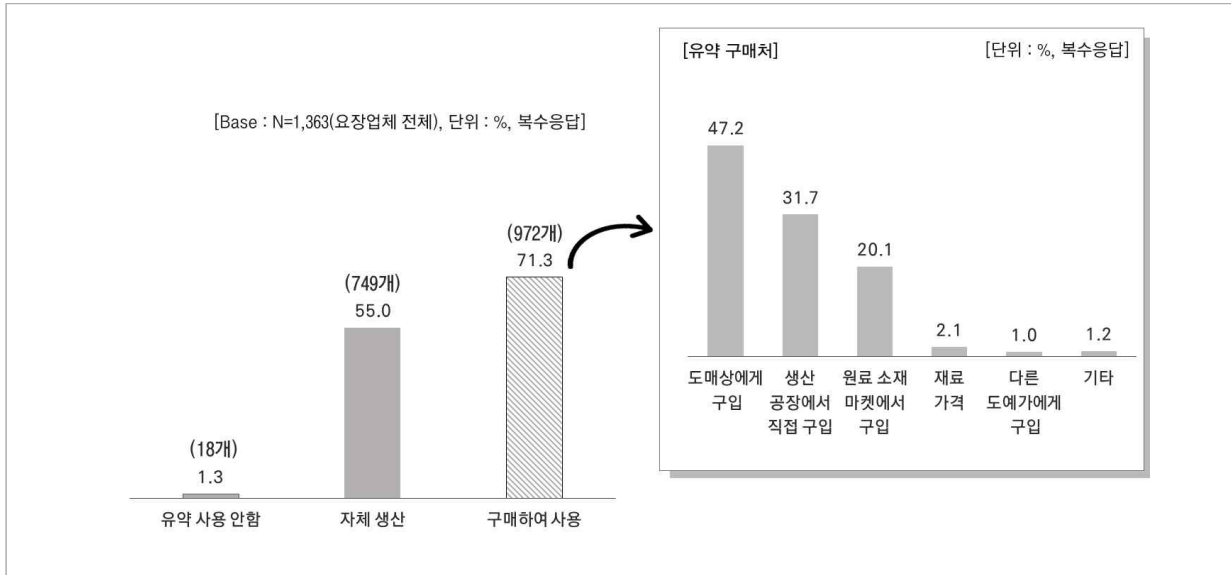
<그림 2-27> 점토 부족 부분



4) 유약 조달 방식 및 구매처

- ▶ 유약 조달 방식으로는 '구매하여 사용'이 71.3%로 가장 높았고, 뒤따라 '자체생산'이 55.0%가 있었음. 유약을 사용하지 않는 업체는 18개(1.3%)가 있었다.
- ▶ 유약을 구매하여 사용하는 요장 972개의 유약 구매처로는 '도매상에게 구입'이 47.2%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 '생산 공장에서 직접 구입' 31.7%, '원료 소재 마켓에서 구입' 20.1% 등의 순으로 나타났다.

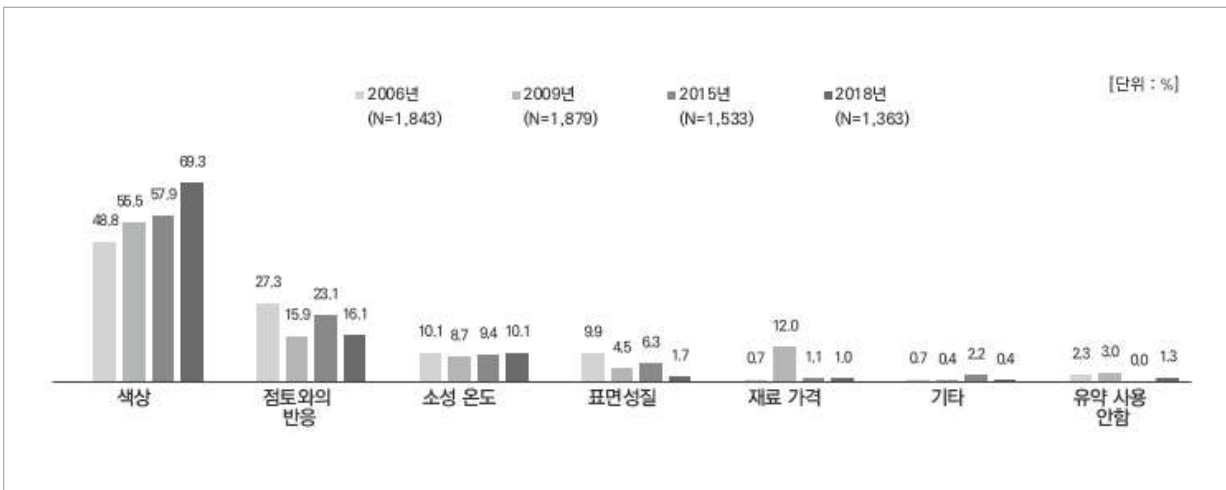
<그림 2-28> 유약 조달 방식 및 구매처



5) 유약 선택 시 중요 요소

- ▶ 유약을 선택 시 요장 업체에서 가장 중요하게 고려하는 기준은 '색상'으로 응답 비중이 계속 증가하는 추세이고, 다음으로 중요한 속성으로는 '점토와의 반응'(16.1%)이 높게 나타났다.

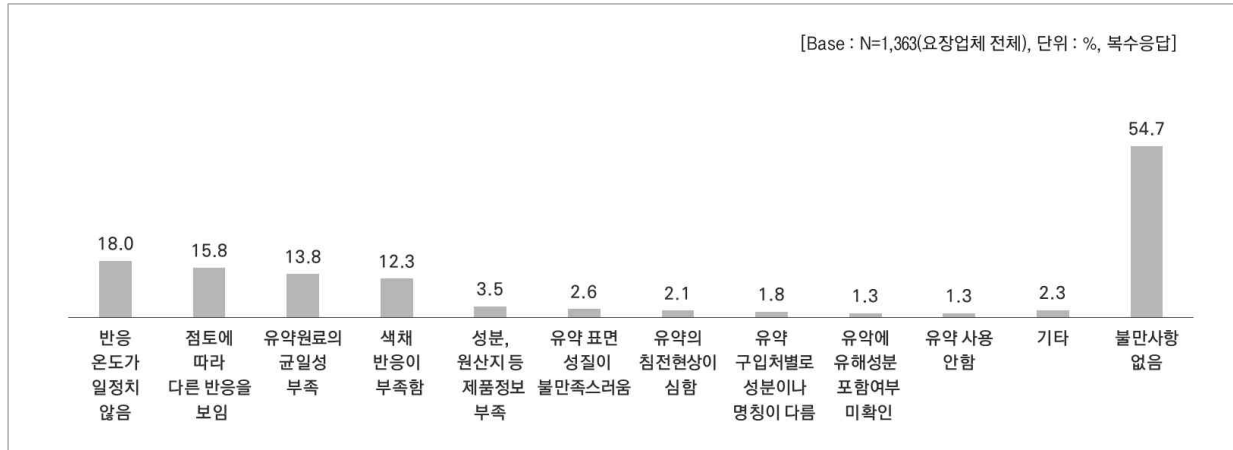
<그림 2-29> 유약 선택 시 중요 요소



6) 유약 사용 시 아쉬운 사항

- 유약 사용 시 아쉬운 사항으로는 '반응 온도가 일정치 않음'이 18.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 '점토에 따라 다른 반응'(15.8%), '유약원료의 균일성 부족'(13.8%) 순으로 나타났다.

<그림 2-30> 유약 사용 시 아쉬운 사항

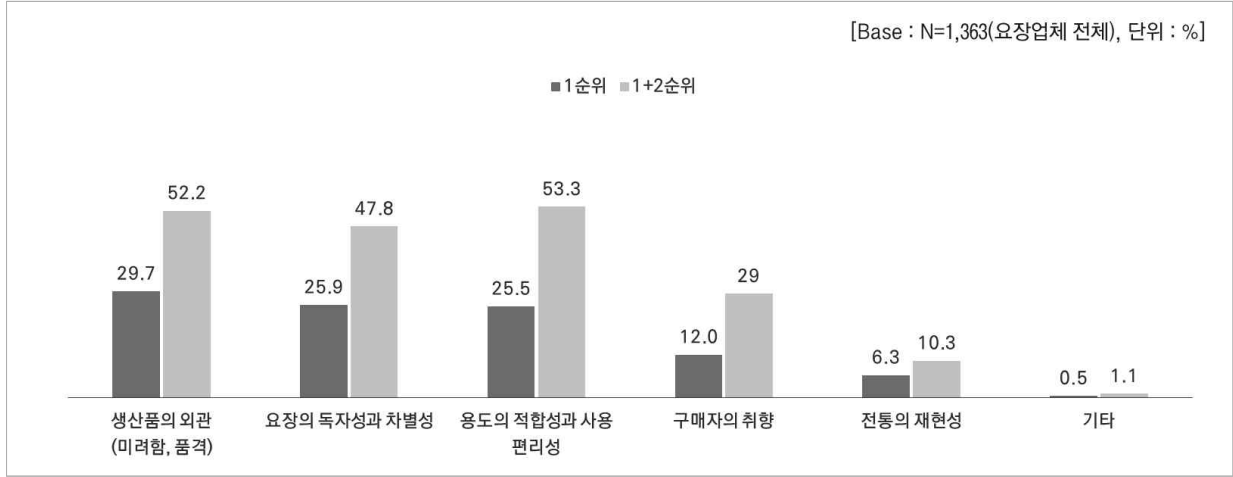


6. 제품 디자인 및 디자인 보호

1) 생산품 디자인 중요 요소

- ▶ 생산품 디자인 중요사항 1순위로는 '생산품의 외관'이 29.7%로 가장 높게 나타났다.
- ▶ 1+2순위는 1순위와 다르게 '용도의 적합성과 사용 편리성'이 53.3%로 가장 높고, 다음으로 '생산품의 외관' 52.2%, '요장의 독자성과 차별성' 47.8%, '구매자의 취향' 29.0% 등의 순으로 나타났다.

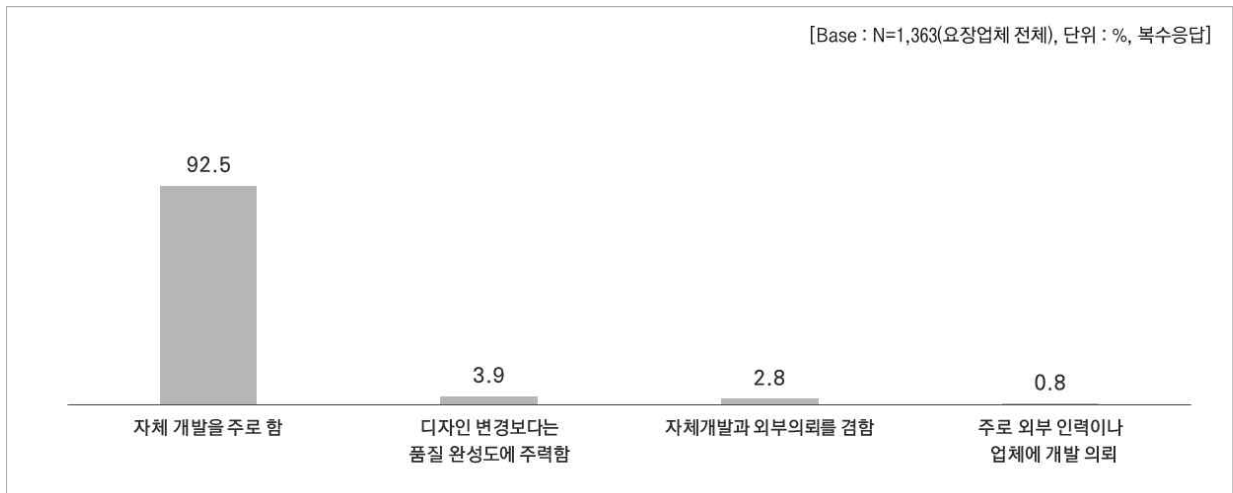
<그림 2-31> 생산품 디자인 중요 요소



2) 생산품 디자인 개선 방법

- ▶ 생산품 디자인 개선 방법으로는 대부분(92.5%)이 '자체개발을 주로 함'을 선택하였고, 그밖에 '디자인 변경보다는 품질의 완성도에 주력함' 3.9%, '자체개발과 외부 의뢰를 겸함' 2.8% 등이 있었다.

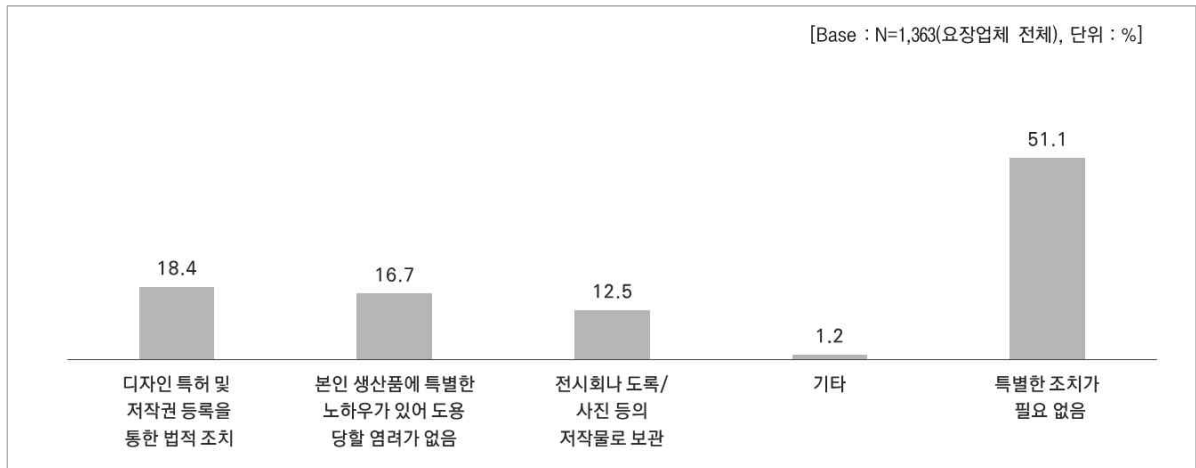
<그림 2-32> 생산품 디자인 개선 방법



3) 생산품 디자인 보호를 위한 조치

- ▶ 디자인 보호 조치로는 '디자인 특허 및 저작권 등록을 통한 법적 조치'가 18.4%로 가장 높게 나타났고, 뒤이어 '특별한 노하우가 있어 도용 염려가 없음' 16.7% 등의 순으로 나타나며, 반면 '조치가 필요 없음'은 51.1%를 기록하였다.

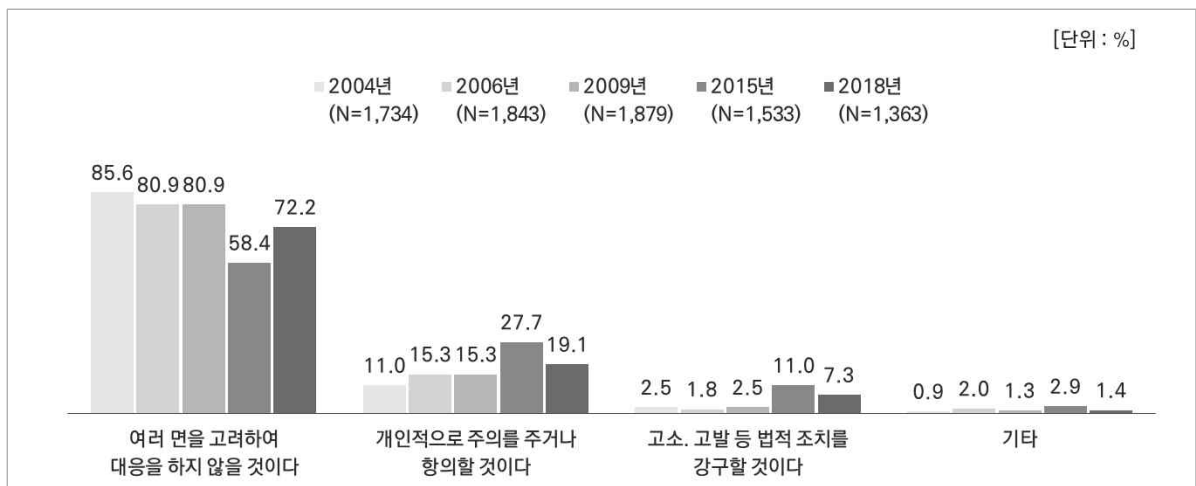
<그림 2-33> 생산품 디자인 보호를 위한 조치



4) 타인의 무단도용에 대한 생각

- ▶ 디자인 도용을 당했을 때 요장 업체의 대처는 '여러 면을 고려해 특별히 대응하지 않는다'는 의견이 72.2%로 2015년 대비 13.8% 상승하였고, '개인적으로 주의를 주거나 항의 한다'가 19.1%로 2015년 대비 8.6% 감소하였으며, '고소/고발 등 법적조치를 강구 한다' 또한 7.3%로 3.7% 감소하였다.

<그림 2-34> 타인의 무단도용에 대한 생각



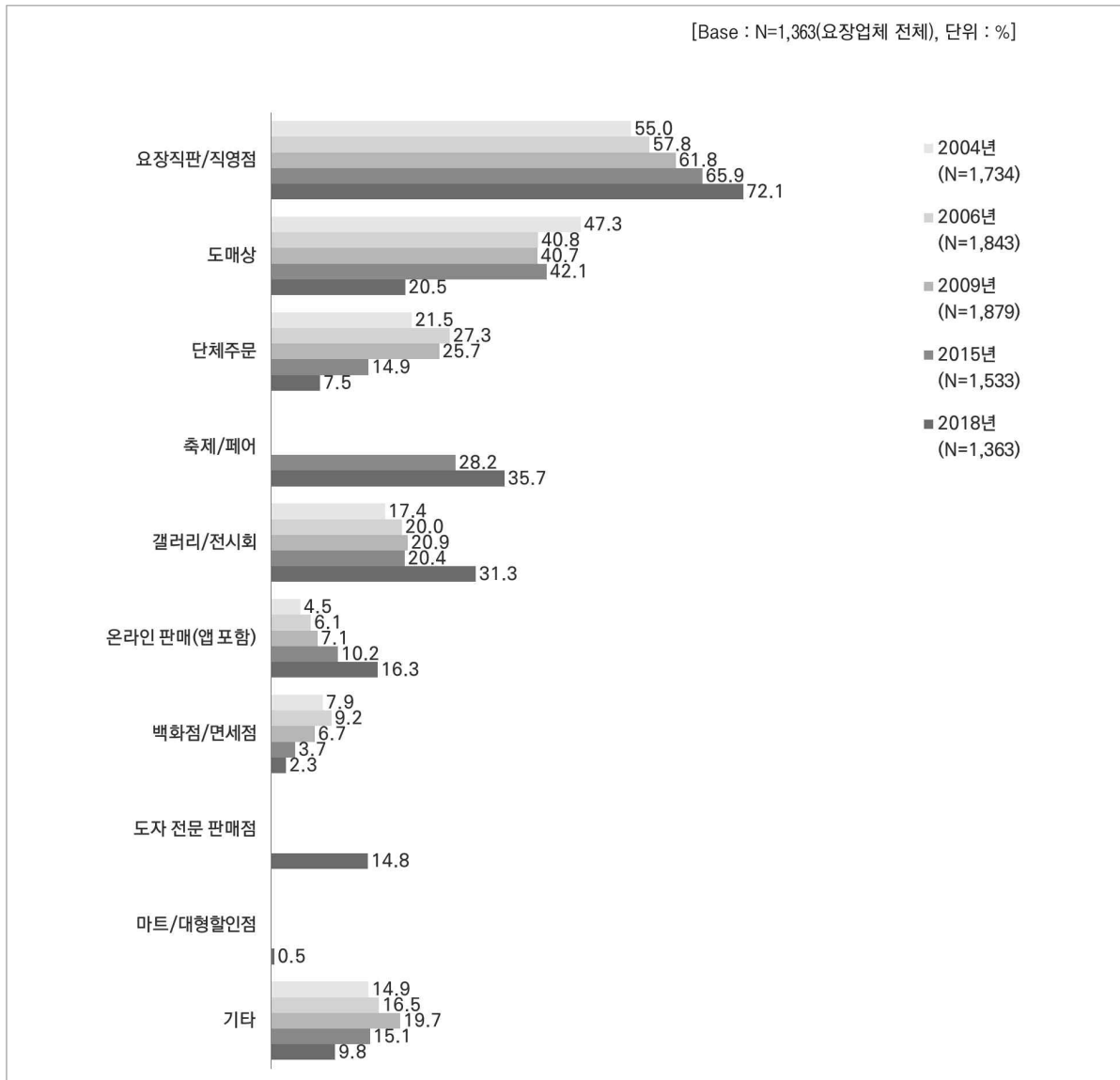
7. 마케팅 및 유통

1) 요장의 생산품 판매경로

가. 요장의 생산품 판매경로

- ▶ 요장 업체의 생산품 판매경로로는 '요장직판/직영점'을 통해 판매하는 요장이 72.1%로 가장 많았고, 다음으로 '축제/페어' 35.7%, '갤러리/전시회' 31.3%, '도매상' 20.5%, '온라인 판매' 16.3%, '도자 전문 판매점' 14.8% 등의 순으로 나타났다.
- ▶ 판매경로로 '요장직판/직영점'과 '온라인 판매', '축제/페어', '갤러리/전시회'에 대해서는 지속적으로 증가하는 추세를 보였으나, '도매상'과 '단체주문', '백화점/면세점'을 통해 판매하는 요장은 점점 감소하고 있다.
- ▶ 특히 '갤러리/전시회'와 '온라인 판매'를 통해 판매하는 요장은 2015년 대비 50% 이상의 증가율을 보였으나, '도매상'과 '단체 주문'은 50% 정도의 큰 감소율을 보였다.

<그림 2-35> 요장의 생산품 판매경로



- » 경기도 지역의 판매경로를 살펴보면, 2015년 대비 여주의 요장에서는 '요장/직판점'과 '온라인 판매'를 이용률이 감소하여 타 도시와 다른 경향을 보였고, 오히려 '기타'를 통해 판매하는 요장이 2배 정도 증가하였다. 또한, 광주의 요장에서는 '백화점' 이용률이 증가하였고, '전문 갤러리' 이용률은 2배 이상 증가하는 경향을 보였다. 반면, '김포/고양/파주'에서는 '전문 갤러리'를 이용하는 비율이 2015년 대비 감소하여 타 지역과 다른 경향을 보였고, '기타'를 이용하는 비율이 증가하는 경향을 보인다.

<표 2-15> 경기지역의 유통망별 활용 비율

[단위 : %]

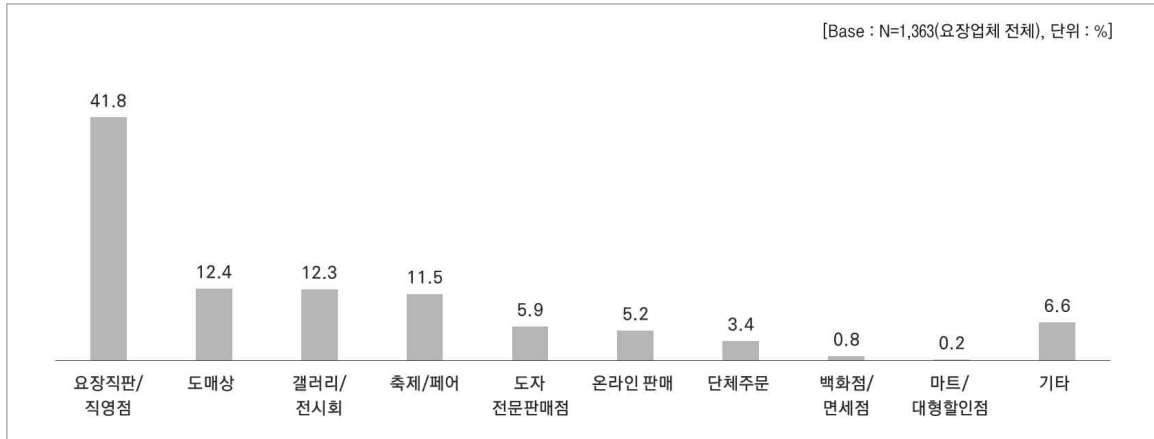
지역	요장/직판점					도매상					전문 갤러리					백화점				
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년
경기전체	42.0	39.8	46.7	56.9	64.6	56.6	53.0	52.9	54.3	29.5	17.9	21.5	21.5	22.9	28.1	8.5	12.5	8.1	5.4	2.8
이천	43.8	47.9	61.0	58.7	74.0	50.7	50.2	54.2	60.1	30.2	16.1	27.6	23.7	26.6	27.1	11.3	17.9	12.9	8.7	5.0
여주	27.6	27.7	28.8	44.7	39.4	77.7	74.1	65.9	72.5	49.6	6.2	9.9	9.3	12.9	16.5	5.0	11.6	5.6	4.5	1.7
광주	80.3	71.0	60.9	74.1	77.3	37.9	46.8	46.9	24.1	13.6	18.2	30.7	31.3	13.8	29.5	22.7	17.7	14.1	3.4	6.8
김포/고양/파주	41.8	30.4	47.2	71.7	67.4	40.0	29.0	33.3	30.4	11.6	36.4	27.5	38.9	34.8	46.5	1.8	1.5	1.4	2.2	2.3
용인/안성	51.1	51.4	46.2	73.5	77.8	46.8	40.5	56.4	29.4	25.0	31.9	27.0	28.2	38.2	27.8	10.6	13.5	5.1	5.9	0.0
동북부	60.7	36.4	54.9	70.9	75.7	29.5	22.7	23.5	10.9	5.4	41.0	40.9	41.2	40.0	43.2	4.9	4.6	3.9	1.8	0.0
남서부	50.0	38.8	43.5	62.8	83.5	28.3	20.4	28.3	25.6	5.8	47.8	16.3	19.6	34.9	43.7	8.7	4.1	2.2	-	0.0
전국	55.0	57.8	61.8	65.9	72.1	47.3	40.8	40.7	42.1	20.5	17.4	20.0	20.9	20.4	31.3	7.9	9.2	6.7	3.7	2.3
지역	온라인 판매					단체 주문 생산					*축제/페어					기타				
	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년	04년	06년	09년	15년	18년
경기전체	4.8	6.3	7.0	10.7	15.6	15.5	20.6	18.2	12.6	6.3	-	-	-	31.6	35.8	17.0	17.6	22.9	12.6	10.8
이천	4.4	8.6	7.1	10.1	21.7	8.8	18.7	18.0	14.7	8.9	-	-	-	50.7	53.1	25.2	19.5	19.3	11.2	5.8
여주	3.5	4.4	6.3	10.4	7.2	11.7	18.4	12.9	12.3	5.9	-	-	-	20.7	19.1	12.3	15.7	24.2	10.4	20.3
광주	7.6	11.3	7.8	5.2	15.9	31.8	37.1	35.9	6.9	6.8	-	-	-	24.1	54.5	12.1	32.3	21.9	27.6	11.4
김포/고양/파주	7.3	2.9	9.7	19.6	25.6	16.4	18.8	22.2	17.4	2.3	-	-	-	23.9	23.3	20.2	8.7	29.2	4.3	9.3
용인/안성	6.4	8.1	7.7	-	16.7	40.4	32.4	25.6	11.8	5.6	-	-	-	17.6	16.7	4.3	10.8	10.3	17.6	8.3
동북부	6.6	4.6	7.8	9.1	16.2	14.8	18.2	19.6	5.5	5.4	-	-	-	27.3	35.1	18.0	22.7	33.3	23.6	5.4
남서부	6.5	4.1	4.3	25.6	14.6	34.8	18.4	15.2	14.0	2.9	-	-	-	18.6	35.0	17.4	14.3	28.3	9.3	4.9
전국	4.5	6.1	7.1	10.2	16.3	21.5	27.3	25.7	14.9	7.5	-	-	-	28.2	35.7	14.9	16.5	21.2	15.1	9.8

* 2015, 2018년 부터 축제/페어 항목 추가

나. 요장 생산품 판매경로에 대한 이용 비율

- » 생산품 판매경로에 대한 이용 비율을 조사한 결과 '요장직판/직영점'(41.8%)이 가장 높게 나타났으며, 그 외에는 '도매상'(12.4%), '갤러리/전시회'(12.3%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-36> 요장 생산품 판매경로에 대한 이용 비율

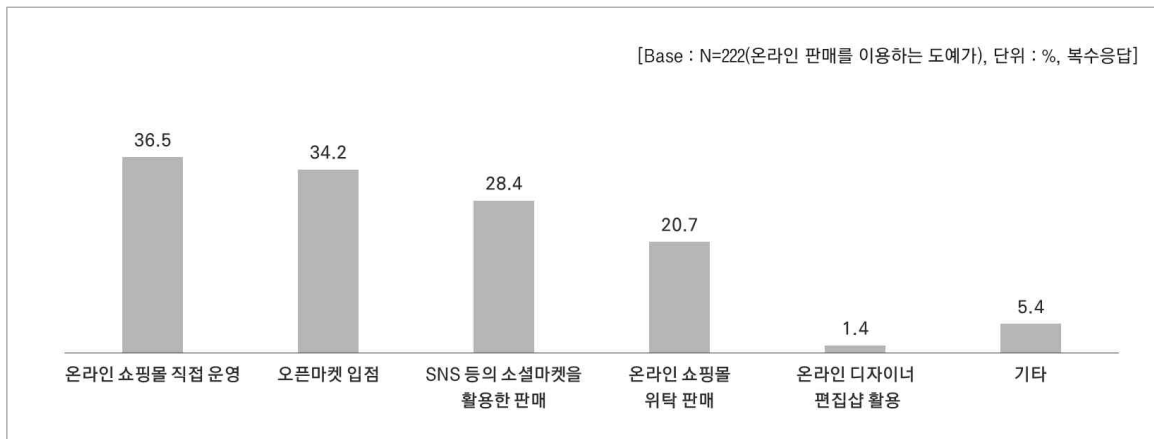


2) 온라인 판매 채널

가. 온라인 판매 채널

- » 온라인 판매 채널로는 '온라인 쇼핑몰 직접 운영'(36.5%)과 '오픈마켓 입점'(34.2%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 'SNS 등의 소셜마켓을 활용한 판매'(28.4%), '온라인 쇼핑몰 위탁 판매'(20.7%) 등이 있다.

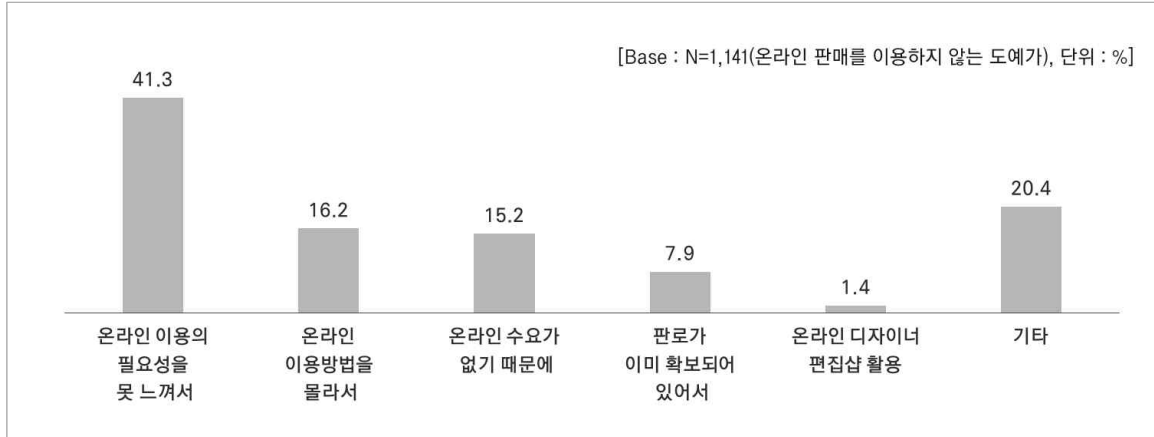
<그림 2-37> 온라인 판매 채널



나. 온라인 판매를 하지 않는 이유

- ▶ 온라인 판매를 하지 않는 이유로는 '온라인 이용의 필요성을 못 느껴서'가 41.3%로 가장 높게 나타났고, '온라인 이용방법을 몰라서'(16.2%), '온라인 수요가 없기 때문에'(15.2%) 등의 순으로 나타났다.

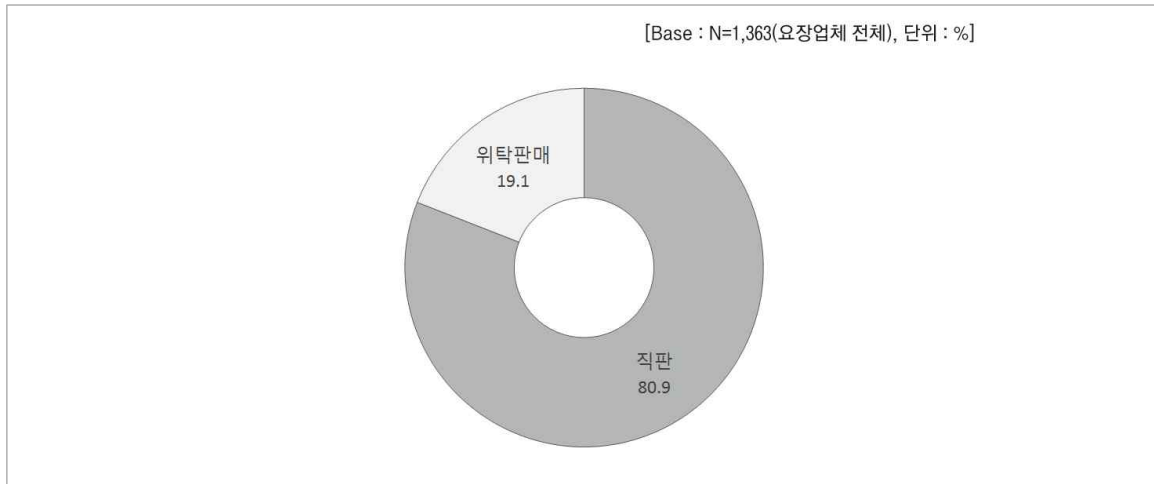
<그림 2-38> 온라인 판매를 하지 않는 이유



3) 직판과 위탁판매(팔리는 대로 수급)의 비중

- ▶ 직판과 위탁판매의 비중을 조사한 결과, '직판'이 80.9%로 '위탁판매'(19.1%)보다 높게 나타났다.

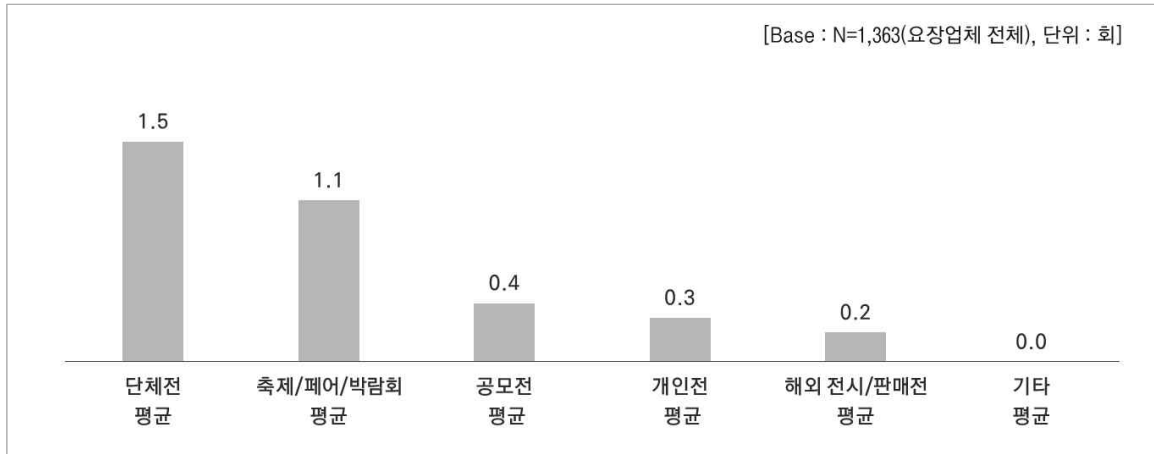
<그림 2-39> 직판과 위탁판매의 비중



4) 최근 1년 내 전시회 참여 횟수(평균)

- » 최근 1년 내 전시회의 평균 참여 횟수를 살펴보면 '단체전'이 평균 1.5회로 가장 많은 것으로 나타나며, '축제/페어/박람회' (1.1회)가 뒤를 이었다.

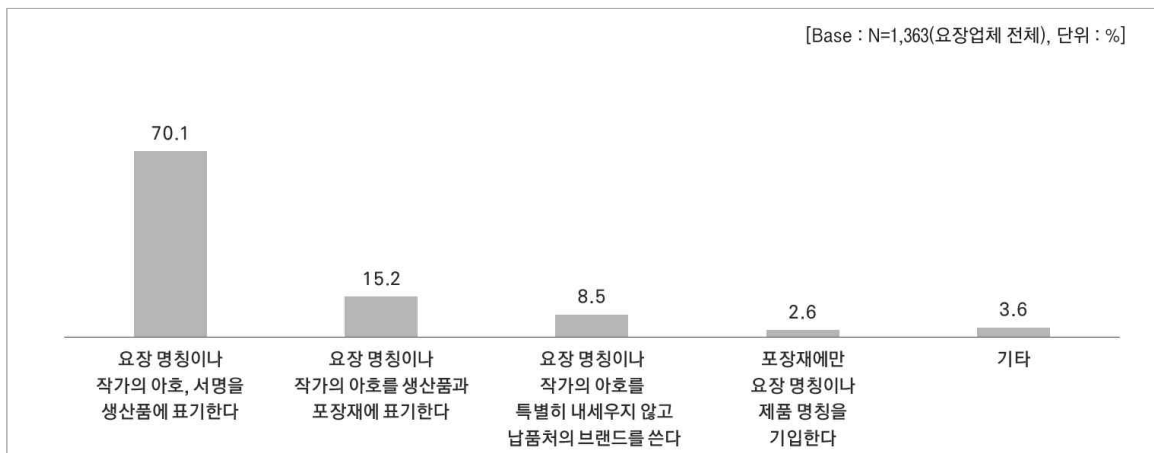
<그림 2-40> 최근 1년 내 전시회의 평균 참여 횟수



5) 브랜드 표기 방법

- » 브랜드 표기 방법으로는 '요장 명칭, 아호, 서명을 생산품에 표기'(70.1%)가 가장 많은 것으로 나타났고, 그 밖에 '요장 명칭이나 작가의 아호를 생산품과 포장재에 표기한다' 15.2%, '요장 명칭이나 작가의 아호를 특별히 내세우지 않고 납품처의 브랜드를 쓴다' 8.5%, '포장재에만 요장 명칭이나 제품 명칭을 기입한다' 2.6% 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-41> 브랜드 표기 방법

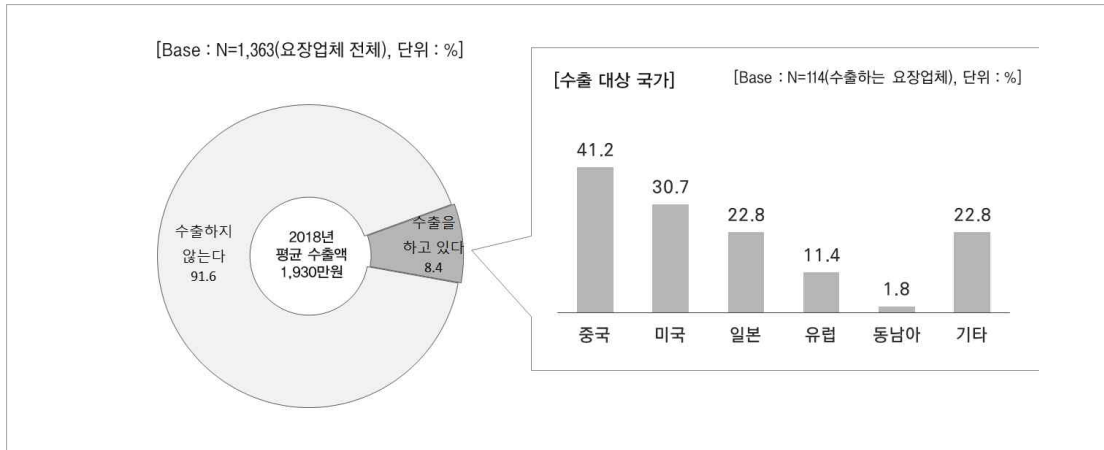


6) 해외 수출 현황

가. 해외 수출 유무 및 수출 대상 국가

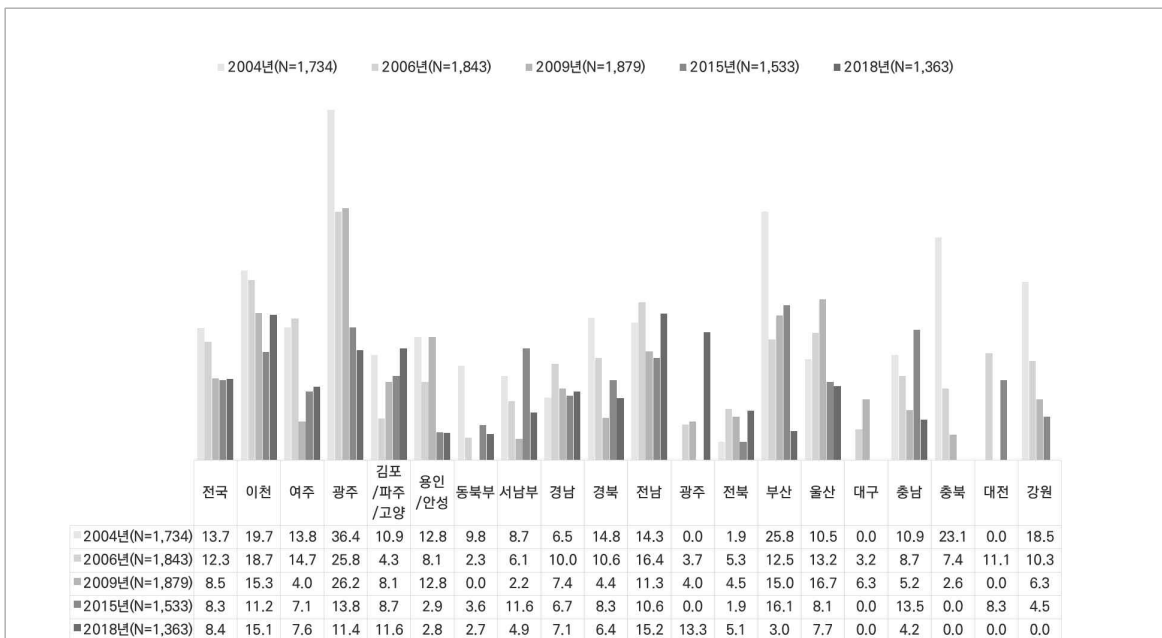
- ▶ 전체 요장 중 해외에 수출하는 요장은 114개(8.4%) 요장에 불과했다.
- ▶ 수출하는 요장(114개) 2018년 평균 수출액으로 '1,930만원'으로 나타났다.
- ▶ 수출 대상 국가를 살펴보면 '중국'이 41.2%로 가장 높은 비중을 차지했고, 뒤이어 '미국'(30.7%), '일본'(22.8%) 등이 있었다.

<그림 2-42> 해외 수출 유무 및 수출 대상 국가



- ▶ 전체 요장 업체 중 도자제품을 해외에 수출해 본 경험이 있는 업체는 8.4%로 2015년의 8.3% 대비 0.1% 증가했다. 경기도의 경우 이천 지역은 2015년에는 11.2%에서 15.1%로, 여주 지역은 2015년 7.1%에서 2018년 7.6%로 각각 3.9%, 0.5% 상승한 반면, 광주 지역은 2015년 13.8%에서 11.4%로 감소한 것으로 나타났다. 경기도를 제외한 타 지역을 살펴보면 경남, 전남, 광주, 전북 지역을 제외한 나머지 지역에서는 모두 수출 경험 비율이 하락하였다.

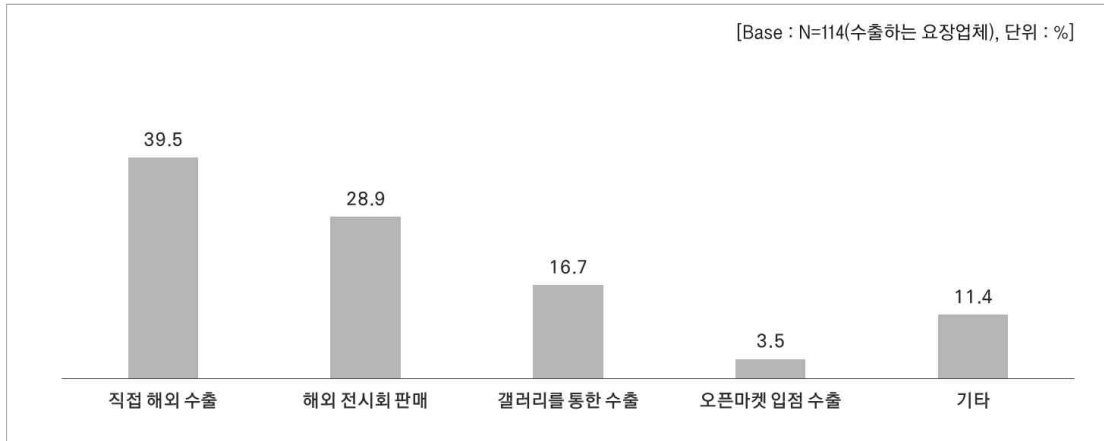
<그림 2-43> 지역별 해외 수출 경험



나. 해외 수출 방식

- ▶ 해외 수출 방식으로는 '직접 해외 수출'이 39.5%로 가장 높게 나타나며, '해외 전시회 판매'(28.9%), '갤러리를 통한 수출'(16.7%) 등의 순으로 나타났다.

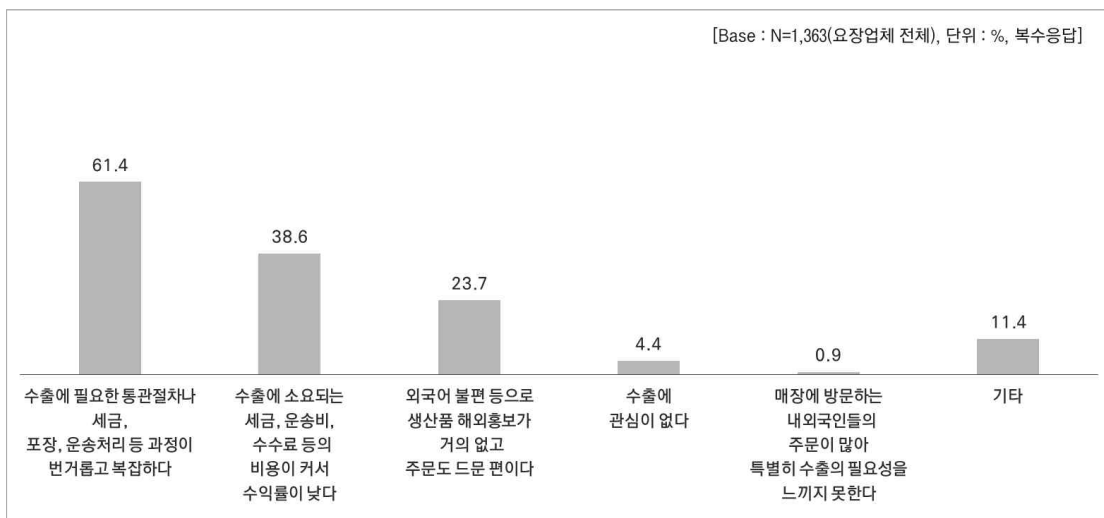
<그림 2-44> 해외 수출 방식



7) 해외 수출의 어려운 점

- ▶ 해외 수출의 어려움에 대해서는 '수출과정의 번거로움'(61.4%)이 가장 높게 나타났고, 그 외 수출에 따른 어려움으로는 '수출에 소요되는 비용이 커서 수익률이 낮음'(38.6%)이 높게 나타났다.

<그림 2-45> 해외 수출의 어려운 점



8) 도자 수출입 및 수입 실적(관세청 수출입 통계 자료 참고)

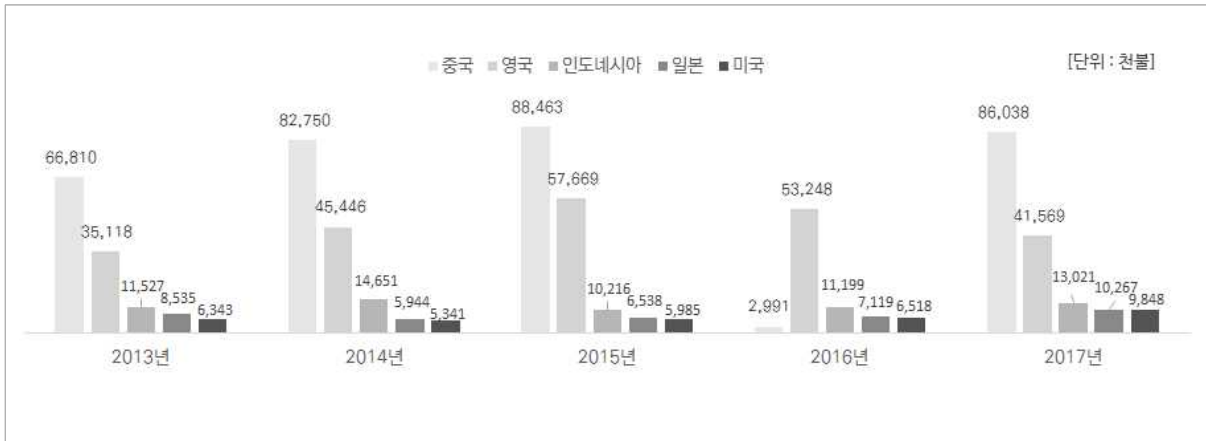
- ▶ 관세청 수출입 통계 자료를 보면, 수출시장은 유동적인 반면 수입 시장은 매년 지속적으로 확대 중이다.
- ▶ 도자산업에 대한 수요가 수입에 의해 대체되고 있어, 국내 도자산업 육성을 통한 수입대체의 최소화가 필요하다.

<그림 2-46> 도자 수출입 실적



- ▶ 저가시장 중국 및 동남아(인도네시아) 주도, 고가도자기는 명품 브랜드가 강세로 나타났다.
 - ※ 영국(포트메리온, 덴비), 독일(빌레로이앤보흐, 마이센), 폴란드(아티스티나), 미국(레녹스) 등이 있었다.
 - ⇒ 디자인과 품질력 좋은 수공예 도자의 인지도 강화를 통해 수입도자 대체가 필요하다.

<그림 2-47> 최근 5개년 도자 수입 실적

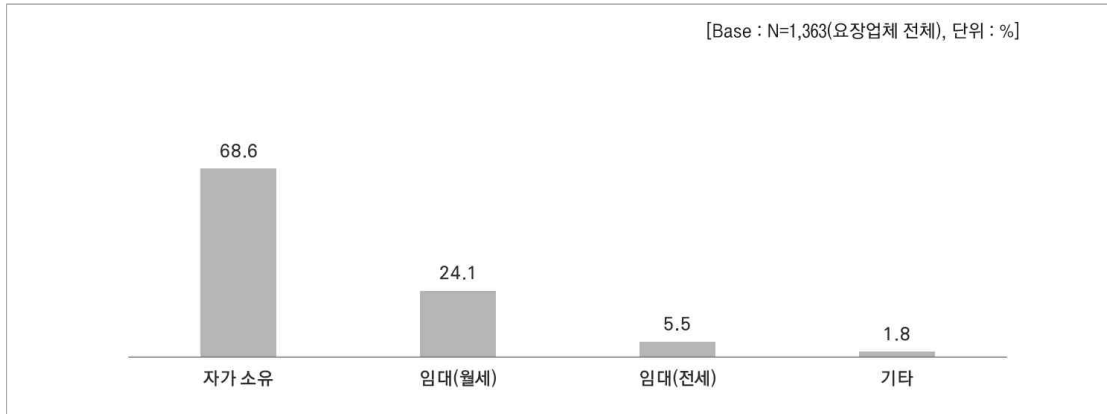


8. 요장 현황

1) 요장의 소유 형태

- 요장의 소유 형태로는 68.6%가 '자가'였으며, '월세'가 24.1%, '전세'가 5.5%로 파악된다.

<그림 2-48> 요장의 소유 형태

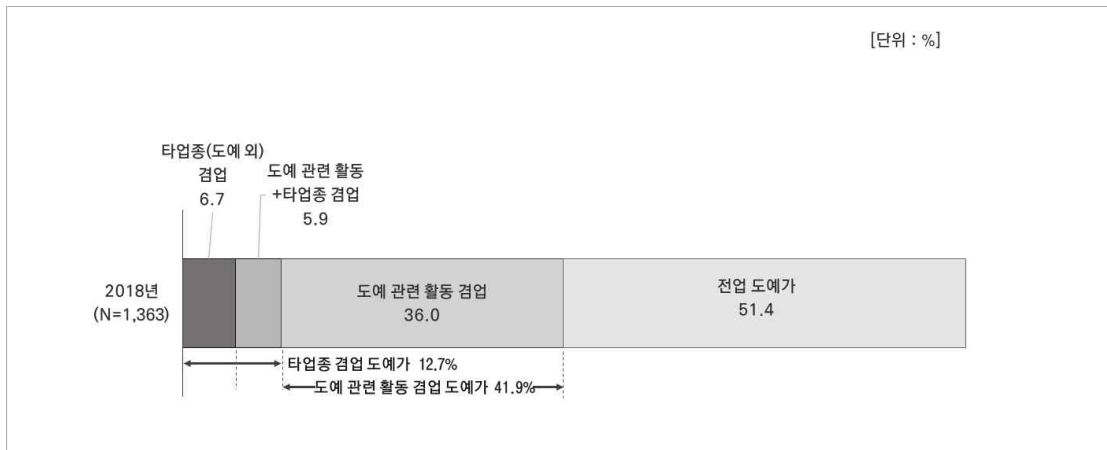


2) 겸업 현황

가. 겸업 현황

- 절반(51.4%)정도가 겸업을 하지 않고, '전업 도예가'로만 활동하고 있다.
- 도자생산, 판매 외 '도예 관련 활동을 겸업하는 도예가'는 41.9%(571명)가 있었고, '도예와 관련 없는 타 업종을 겸업하는 도예가'는 12.7%(174명)이 있었으며, '도예 관련 겸업 활동도 하고, 관련 없는 타 업종 겸업도 하는 도예가'는 5.9%가 있었다.

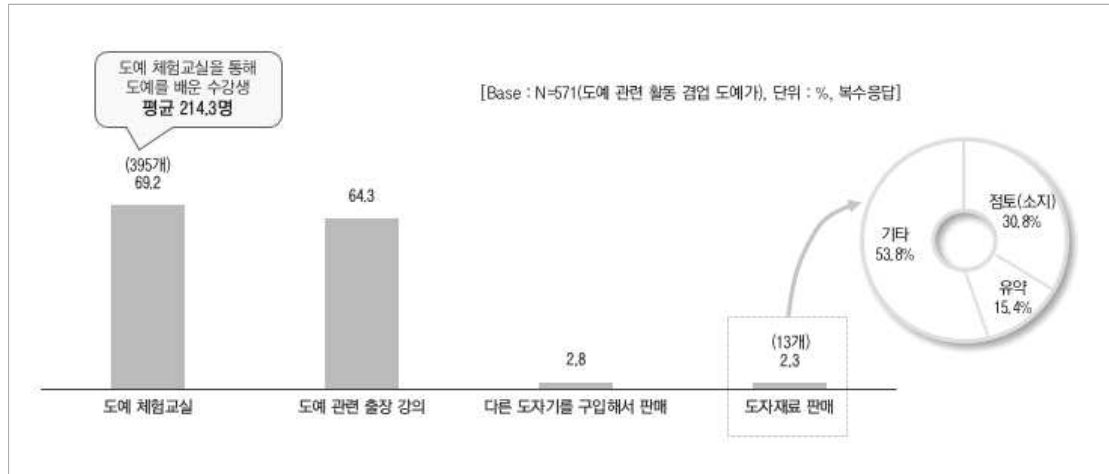
<그림 2-49> 겸업 현황



나. 도자생산, 판매 외에 도예활동과 관련 겸업 현황

- ▶ 도예활동 관련 겸업 도예가(571명)의 겸업 현황은 '도예 체험교실' (69.2%)과 '출장강의' (64.3%) 업무가 가장 많았다.
- ▶ '도자 재료 판매'에서의 도자 재료로는 '점토(소지)' 30.8%, '유약' 15.4%로 나타났다.

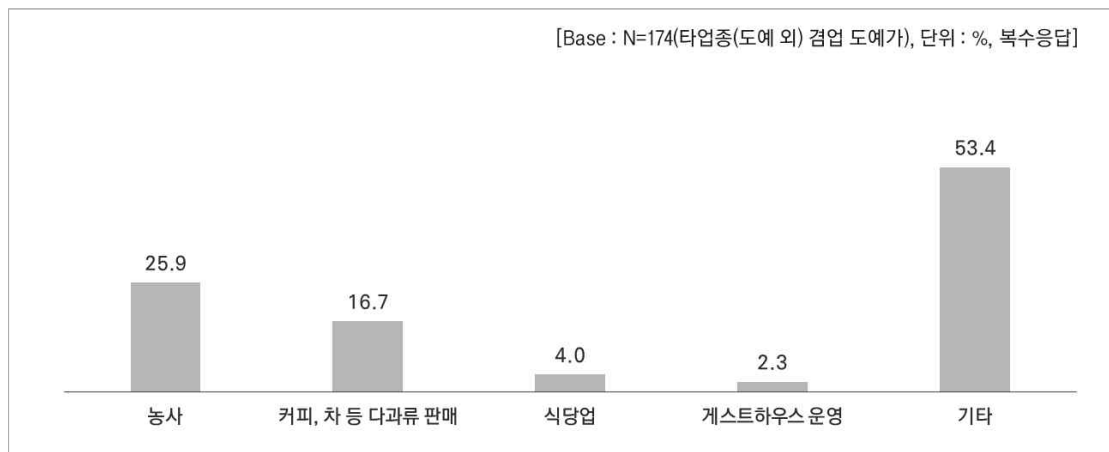
<그림 2-50> 도자생산, 판매 외에 도예활동과 관련 겸업 현황



다. 도자생산, 판매 외에 타 업종 겸업 현황

- ▶ 도자생산, 판매 외에 타 업종을 겸업하는 도예가(174명)의 겸업 현황으로는 '농사'(25.9%), '커피, 차, 다과류 판매'(16.7%), '식당업'(4.0%), '게스트하우스 운영'(2.3%)이 있다.

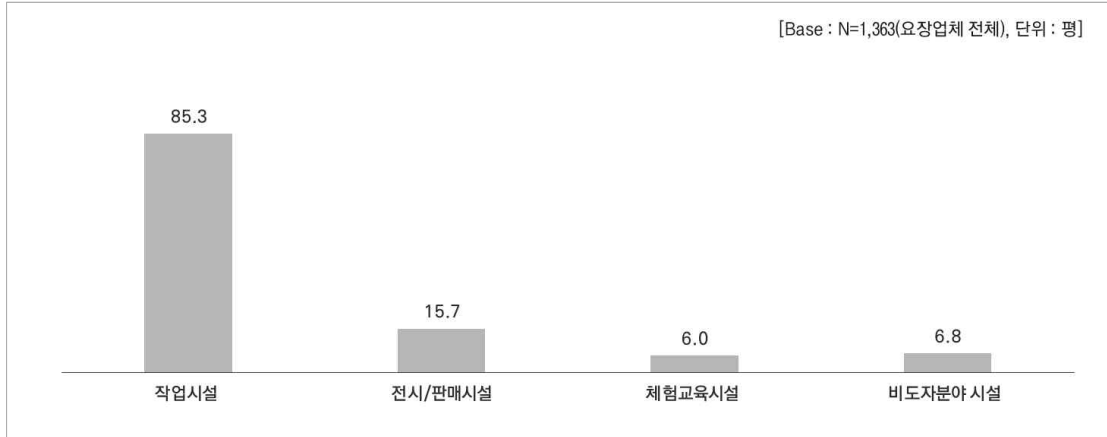
<그림 2-51> 도자생산, 판매 외에 타 업종 겸업 현황



3) 요장의 작업시설 면적

- » '작업시설 면적'은 평균 85.3평으로 가장 넓었고, 다음으로 '전시/판매시설 면적'은 평균 15.7평, '체험교육시설'은 평균 6.0평, '비도자분야 시설'은 평균 6.8평으로 파악된다.

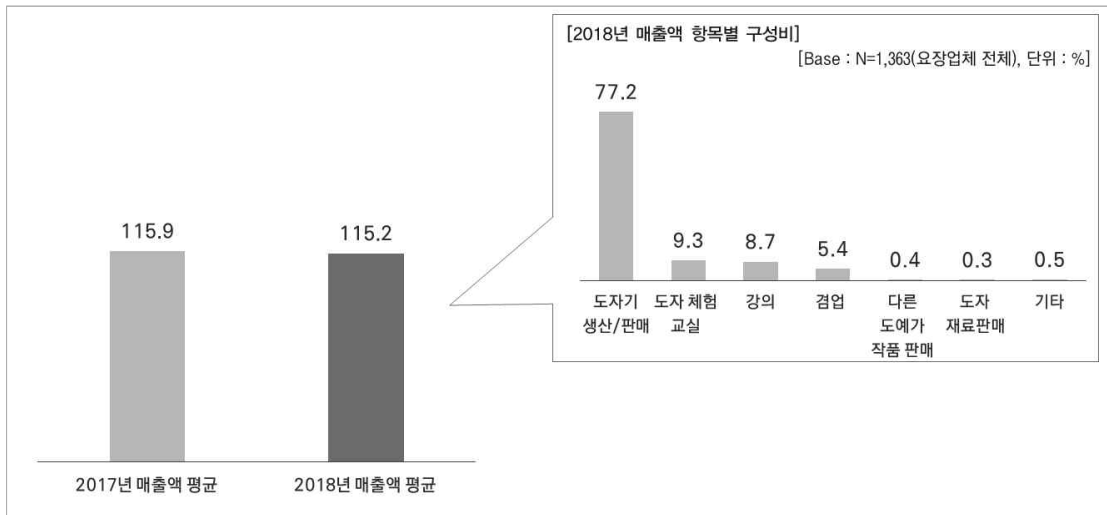
<그림 2-52> 요장의 작업시설 면적



4) 최근 2개년 총 매출액 및 항목별 구성비

- » 최근 2개년 매출액을 살펴보면 2018년 매출액은 평균 1억 1천 5백만원으로 2017년 대비 평균 70만원 감소한 것으로 나타났다.
- » 2018년 매출액 항목별 구성비로는 '도자기 생산/판매'가 77.2%를 차지하고 있었고, '도자 체험교실'(9.3%), '강의'(8.7%), '겸업'(5.4%)의 순으로 나타났다.

<그림 2-53> 최근 2개년 총 매출액 및 항목별 구성비



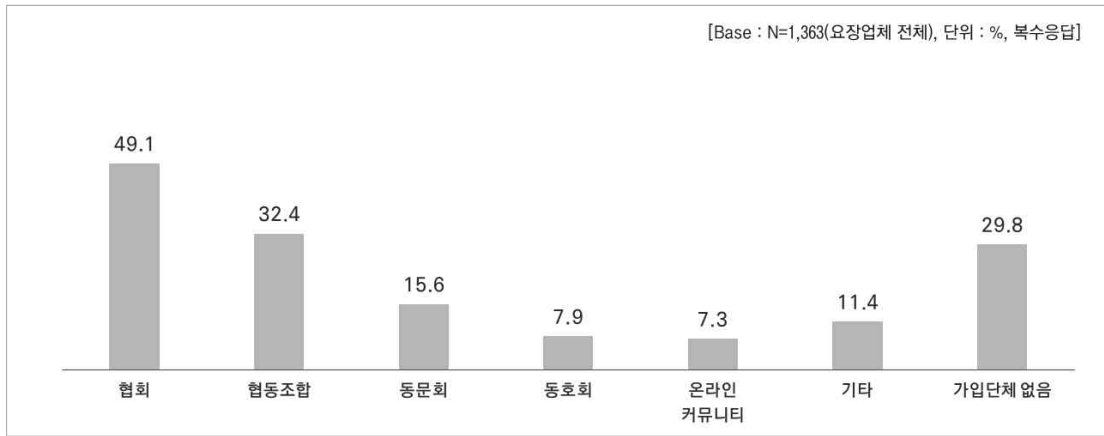
9. 도예협회/단체·기관 협력교류

1) 도예 관련 협회/단체 가입 현황

가. 도예 관련 협회/단체 가입 여부

- 도예 관련 협회/단체의 가입 여부로는 '협회'가 49.1%로 가장 많고, 뒤이어 '협동조합' 32.4%, '동문회' 15.6% 등의 순으로 나타났고, 반면 '가입단체 없음'은 29.8%로 나타났다.

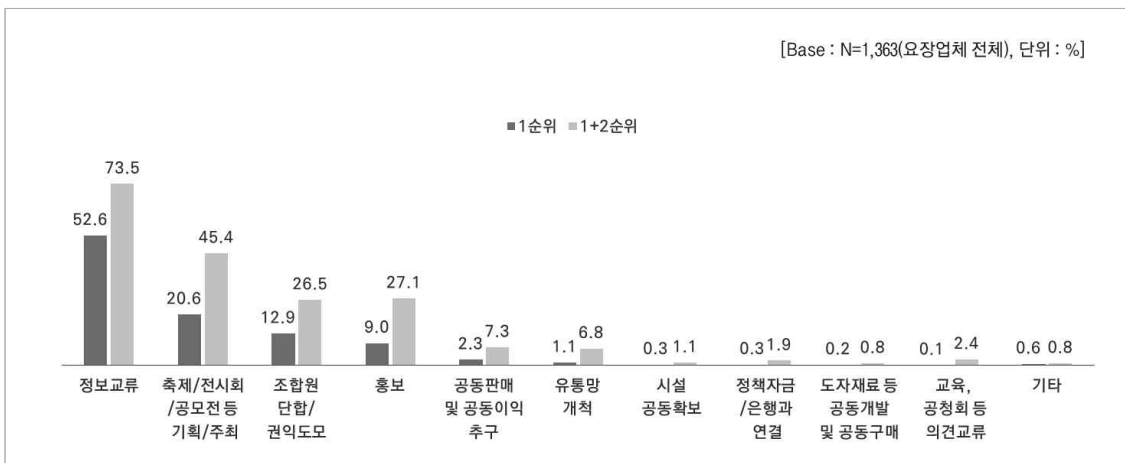
<그림 2-54> 도예 관련 협회/단체 가입 여부



나. 도예 관련 협회/단체 가입 주된 목적

- 가입 단체 주된 역할 1순위로는 '정보교류'가 52.6%로 가장 응답 비율 높다.
- 1+2순위 또한 '정보교류'가 73.5%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '축제/전시회/공모전 등 기획/주최' 45.4%, '홍보' 27.1%, '조합원 단합/권익 도모' 26.5% 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-55> 도예 관련 협회/단체 가입 주된 목적

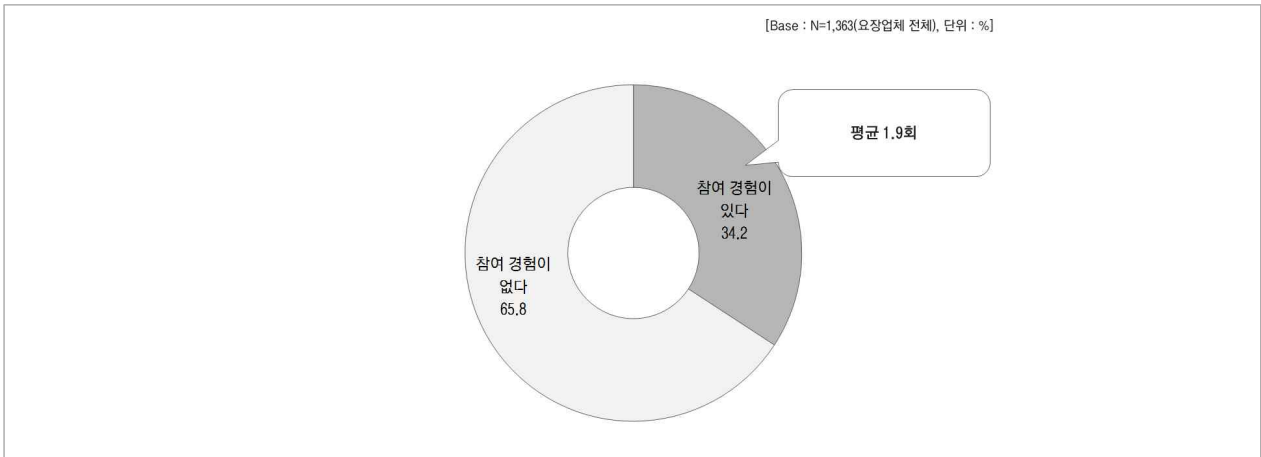


2) 지자체와의 협력 교류사업의 일환인 문화행사 현황

가. 지자체의 문화행사 참여 여부

- ▶ 지자체의 문화행사 '참여 경험이 있다'가 34.2%에 불과한 반면 '참여 경험이 없다'가 65.8%에 이른다.

<그림 2-56> 지자체 문화행사 참여 여부



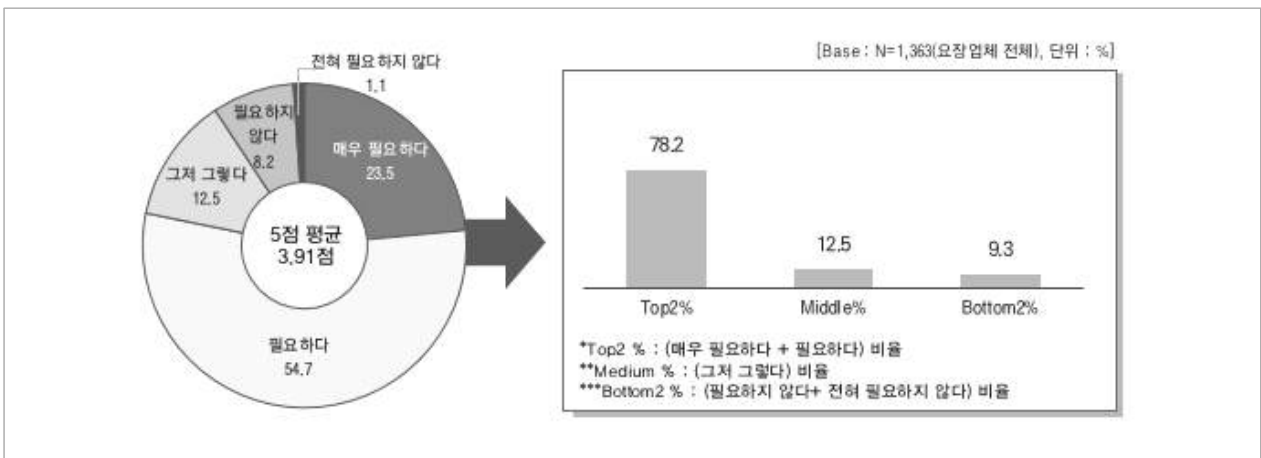
나. 참여한 지자체 또는 단체의 행사의 행사명과 참여횟수

- ▶ 지자체 문화행사 참여 경험이 있는 요장 466개의 참여 행사는 평균 5.5회로 나타났고, 147개 요장(31.6%)이 '1회' 행사를 참여한 것으로 나타났고, '30회 이상' 참여한 요장은 8개(1.7%)가 있는 것으로 나타났다.
- ▶ 참여한 행사로는 '이천 도자기 축제'가 가장 많았고, '칭자 축제', '여주시 도자기 축제(도자비엔날레)', '문경 찻사발 축제', '김해 분청 도자기 축제', '경주 축제' 등이 있었다.

다. 지자체 문화행사의 필요성

- ▶ 지자체 문화행사의 필요성은 5점 평균 3.91점으로 '필요하다' 78.2%('매우 필요하다' 23.5% + '필요하다' 54.7%), '그저 그렇다' 12.5%, '필요 없다' 9.3%('필요하지 않다' 8.2% + '전혀 필요하지 않다' 1.1%)로 나타났다.

<그림 2-57> 지자체 문화행사의 필요성

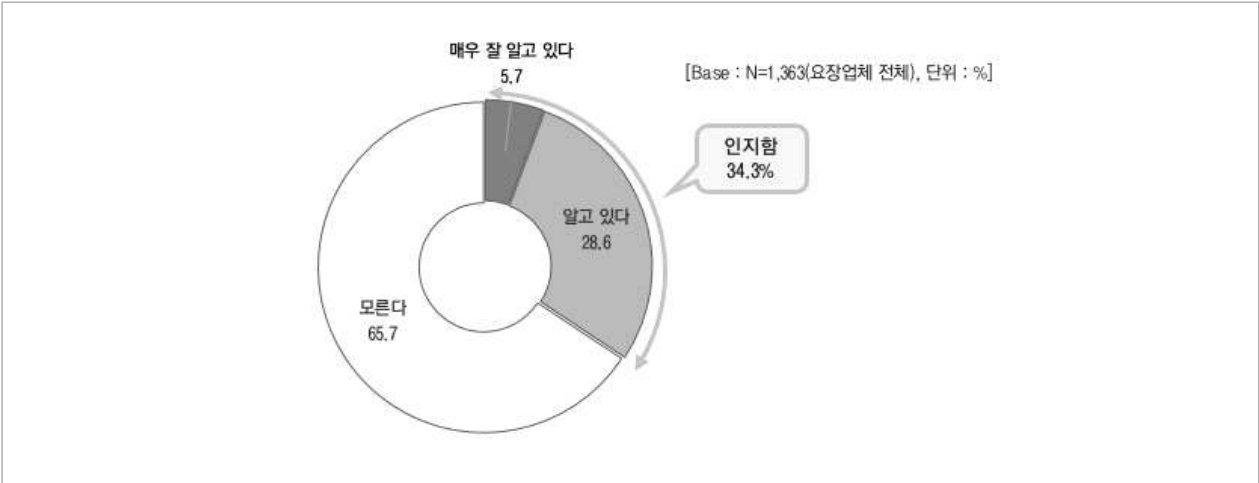


3) 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성

가. 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 인지도

- 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성에 대해 인지하는 사람은 34.3%('매우 잘 알고 있다'는 5.7% + '알고 있다'가 28.6%)로 나타난 반면 비인지자('모른다')는 65.7%로 나타났다.

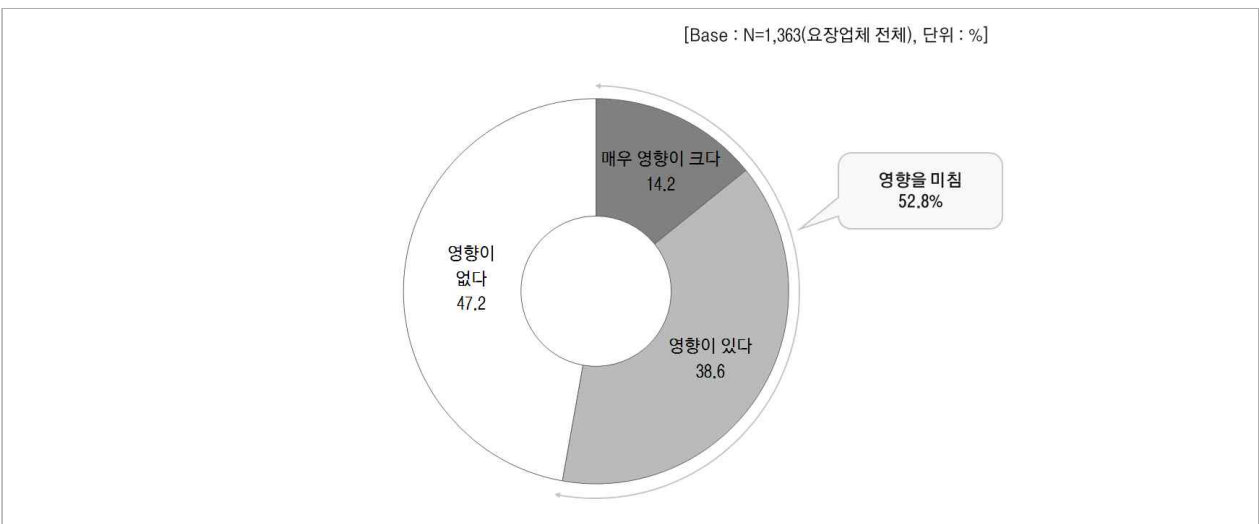
<그림 2-58> 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 인지도



나. 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 영향도

- 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 영향을 미치는 '매우 영향이 크다' 14.2%, '영향이 있다' 38.6%, '영향이 없다' 47.2%로 나타났다.

<그림 2-59> 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성 영향도

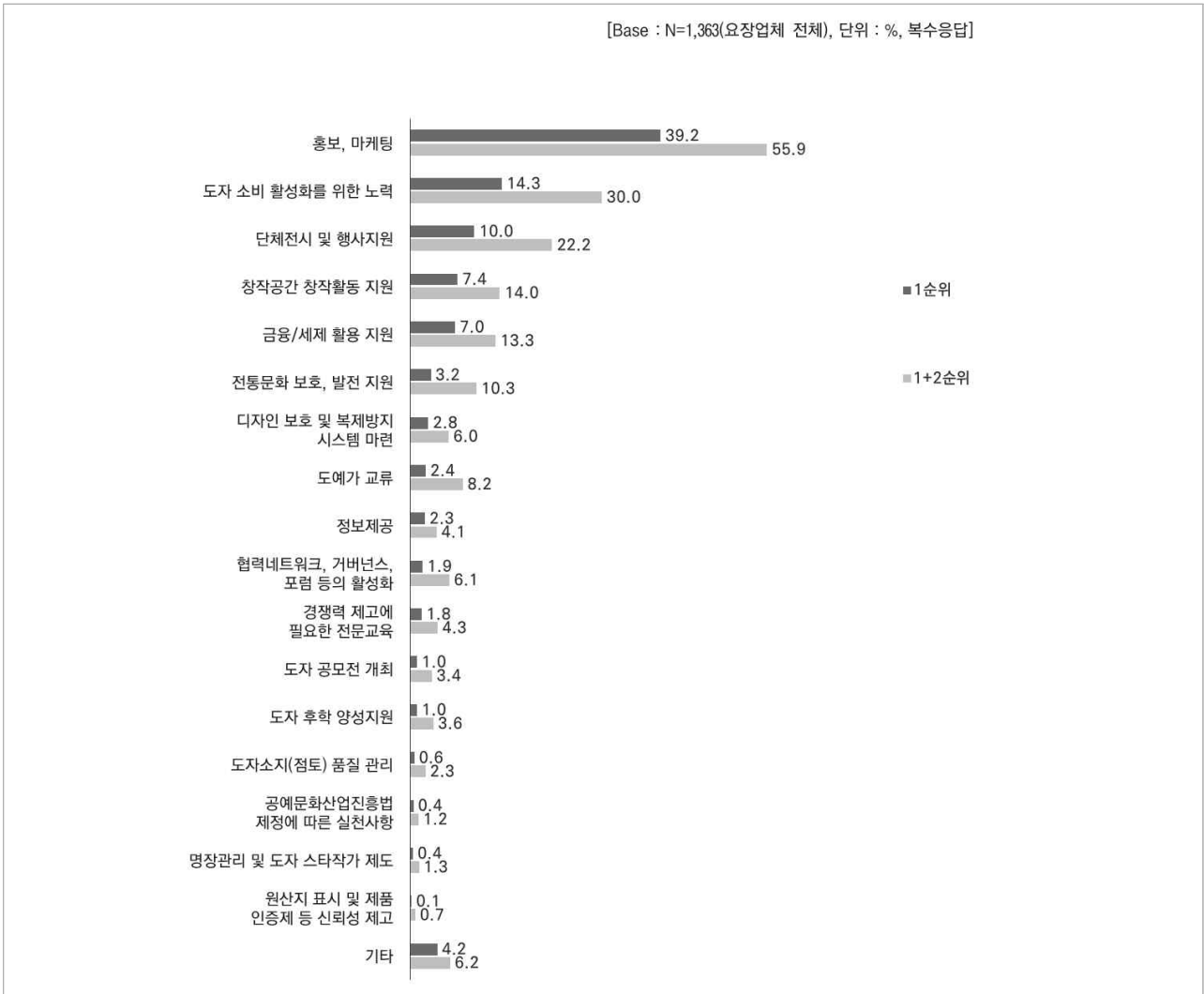


10. 한국도자재단의 역할

1) 정부나 한국도자재단 등 공공기관의 해야 할 일

- » 도예문화계를 위해 해야 되는 일 1순위로는 '홍보, 마케팅'이 39.2%로 가장 높았다.
- » 1+2순위로는 또한 '홍보, 마케팅'이 55.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '도자 소비 활성화 노력' 30.0%, '단체전시 및 행사지원' 22.2%, '창작공간 창작활동 지원' 14.0%, '전통문화 보호, 발전지원' 10.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 2-60> 정부나 한국도자재단 등 공공기관의 해야 할 일



2) 전반적인 도자산업 발전을 위한 의견

<표 2-16> 한국도자재단에 바라는 의견 및 개선 요구사항

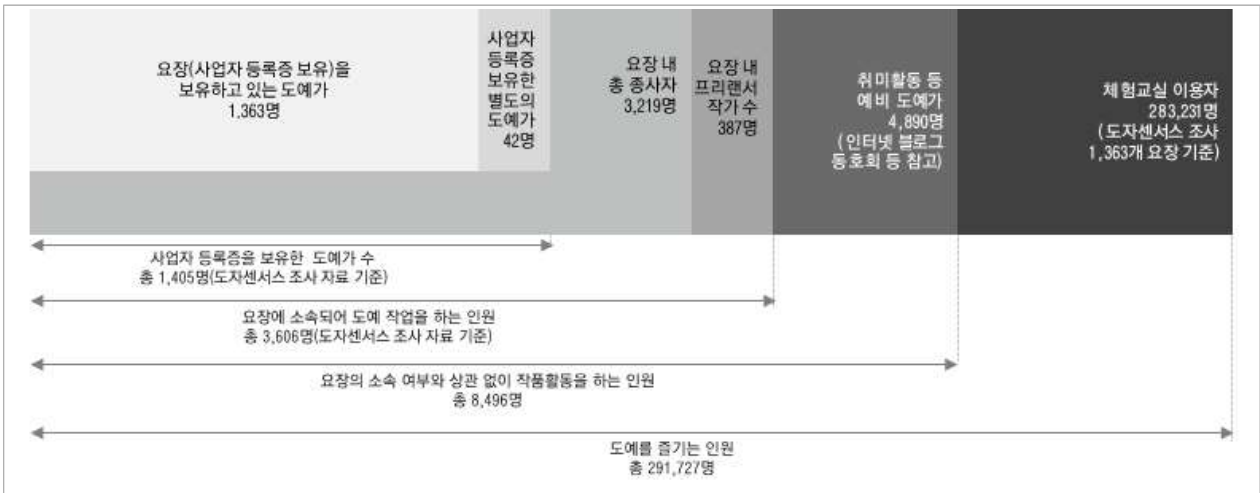
구분	애로사항 및 개선사항	
	다수 의견	기타 의견
홍보 마케팅	홍보 부족, SNS를 활용한 마케팅 활성화	도자기 고장 같은 상징물 필요
	시민 참여 행사 등 다양한 도자 행사 기획	일반인들에게 도자 문화에 관한 전반적인 교육 프로그램을 만들어 홍보 효과를 꾀함
시설	시설 운용(가스)비가 비싸서 가스 비용 지원 희망	낙후 시설 지원
공모전	심사위원 심사의 형평성 / 공정성 증대방안 필요	입상자 지원 확대
	공모전 관련 정보 미흡	공모전 개최 확대
기타	경기 지역에 치우쳐져 있는 행사를 타 지역에도 분할 바람	후학 양성 시급(정부의 투자 필요)
	디자인 보호 시급	

11. 인력 현황

1) 운영 미운영 등의 전체 도예 인원에 대한 추정

- ▶ 도자센서스 조사를 통한 요장을 운영하는 도예가는 총 1,363명으로 조사되었으며, 요장 내 사업자 등록증을 가지고 있는 별도의 도예가는 총 42명이다.
 - 총 사업자 등록증을 보유하고 있는 도예가는 1,405명으로 파악된다.(1,363명+42명)
- ▶ 요장 내 전체 종사자 수는 사업자 등록증을 보유한 도예가를 포함하여 3,219명으로 조사되었으며, 요장 내 프리랜서 작가는 387명이다.
 - 총 요장에 존재하는 도예가 수는 3,606명으로 파악된다.(3,219명+387명)
- ▶ 수강생, 취미활동(체험교실 제외) 등으로 요장을 이용하는 예비 도예가 4,890명을 포함하여, 전체 도예가는 8,496명으로 추정된다.(3,606명+4,890명)
 - ※ 4,890명은 인터넷 블로그 동호회에 한정된 수치이다.
- ▶ 체험교실을 이용하는 인원으로는 도자센서스 조사 1,363개 요장 기준 283,231명이다.
 - 도예를 즐기는 인원은 총 291,727명으로 추정된다.(전체 도예가 수 8,496명 + 체험교실 이용자 283,231명)

<그림 2-61> 운영 미운영 등의 전체도예 인원에 대한 추정



제3장 소비자 조사 결과

1. 조사개요

1) 조사목적

- ▶ 본 조사의 목적은 우리나라 소비자들의 도자 사용 현황 및 선호 제품 특성을 파악하고, 국산 제품과 수입 제품에 대한 비교 평가를 통해 현 도자시장에 대한 전반적인 이해와 국산제품의 수입제품에 대한 경쟁력 확보를 위해 보강해야 할 점 등에 대한 기본 자료를 제공하고자 하는 것이다.

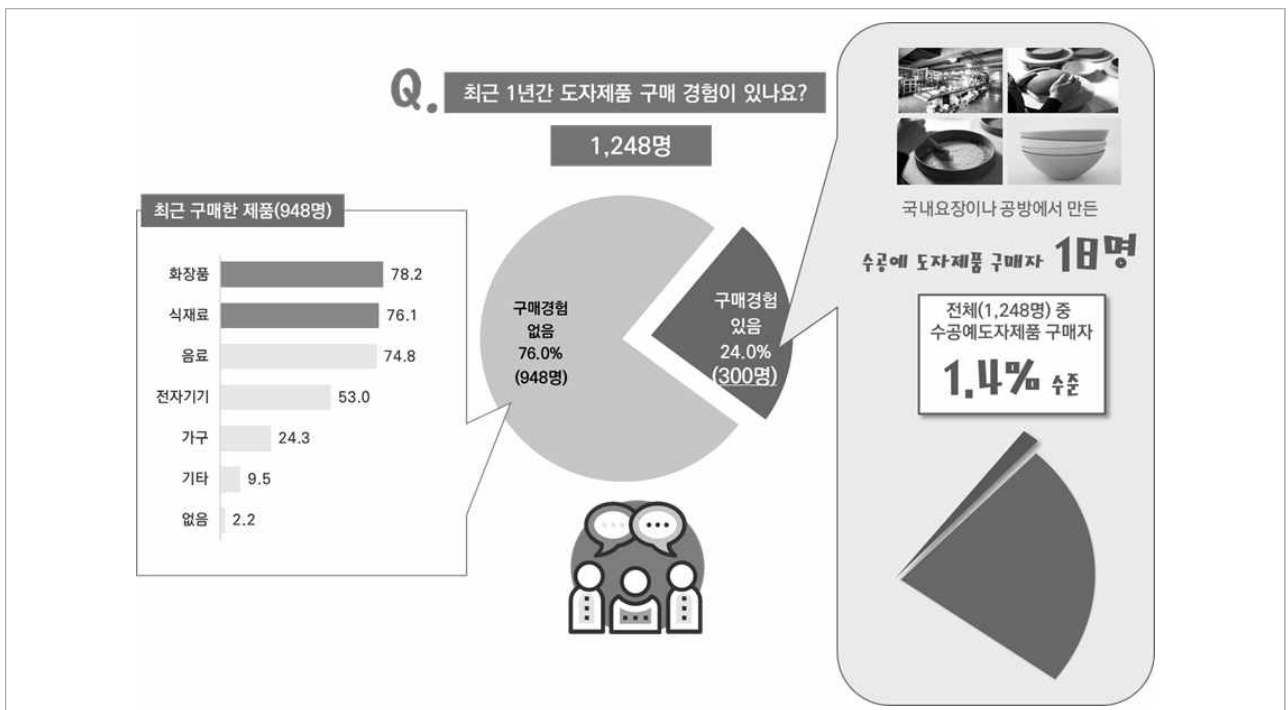
2) 조사대상

- ▶ 각 5개 지역별(서울, 대전, 대구, 부산, 광주) 연령별(20대, 30대, 40대, 50대 이상) 최근 1년 내 도자 제품 구입경험 있는 총 300명 소비자로 조사를 진행하였다.

3) 구매 경험률

- ▶ 총 조사된 1,248명 중 실제로 도자제품을 구매한 경험은 24.0%인 300명 이었고, 그중 수공예 도자제품 구매자는 1.4%인 18명으로 나타났다.

<그림 3-1> 최근 1년간 도자제품 구매경험 여부



4) 응답자 특성

» 조사된 300명의 응답자 특성은 다음과 같다.

<표 3-1> 응답자 특성

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

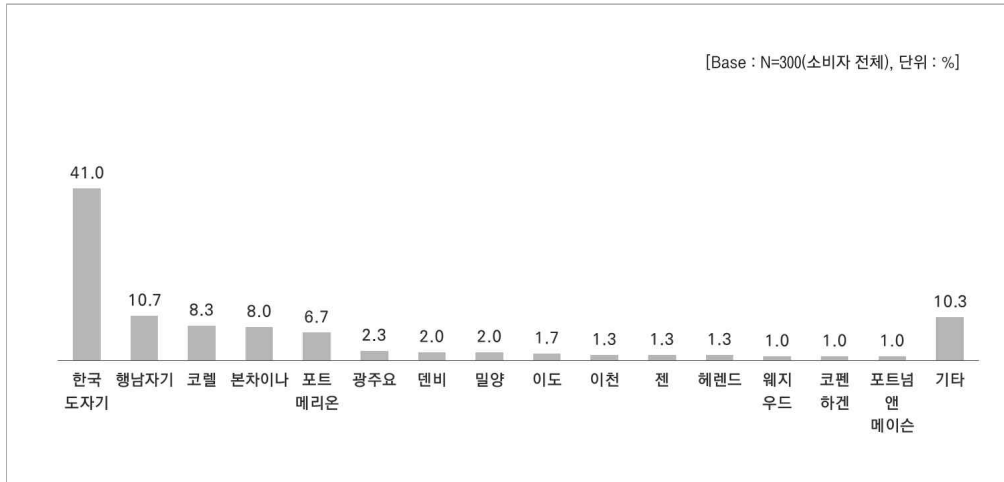
구분		사례수	비중(%)
전 체		(300)	100.0
지역별	서울	(100)	33.3
	대전	(50)	16.7
	대구	(50)	16.7
	부산	(50)	16.7
	광주	(50)	16.7
결혼여부별	기혼	(176)	58.7
	미혼	(124)	41.3
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	24.7
	300~400만원 미만	(71)	23.7
	400~500만원 미만	(124)	41.3
	500만원 이상	(31)	10.3
연령별	20~29세	(75)	25.0
	30~39세	(75)	25.0
	40~49세	(75)	25.0
	50세 이상	(75)	25.0

2. 도자제품 인지도 및 선호도

1) 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드

- » 최근 1년간 도자제품을 구매한 소비자(300명)의 도자기 또는 도자제품이라고 하면 떠오르는 브랜드로는 '한국도자기'가 41.0%로 가장 많았다.
- 그 밖에 '행남자기'(10.7%) > '코렐'(8.3%) > '본차이나'(8.0%) > '포트메리온'(6.7%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-2> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드



<표 3-2> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드(1/2)

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	한국도자기	행남자기	코렐	본차이나	포트메리온	광주요	덴비	밀양	
전체	(300)	41.0	10.7	8.3	8.0	6.7	2.3	2.0	2.0	
지역별	서울	(100)	46.0	7.0	6.0	5.0	4.0	4.0	2.0	3.0
	대전	(50)	42.0	10.0	8.0	8.0	6.0	2.0	2.0	2.0
	대구	(50)	46.0	10.0	8.0	10.0	10.0	2.0	0.0	0.0
	부산	(50)	30.0	28.0	10.0	8.0	8.0	0.0	2.0	0.0
연령별	광주	(50)	36.0	2.0	12.0	12.0	8.0	2.0	4.0	4.0
	20~29세	(75)	30.7	6.7	13.3	2.7	9.3	1.3	1.3	1.3
	30~39세	(75)	42.7	16.0	9.3	6.7	4.0	4.0	1.3	1.3
	40~49세	(75)	42.7	8.0	8.0	13.3	9.3	2.7	2.7	0.0
결혼여부별	50세 이상	(75)	48.0	12.0	2.7	9.3	4.0	1.3	2.7	5.3
	기혼	(176)	47.7	9.1	6.3	10.2	6.3	1.7	2.8	2.8
월평균소득별	미혼	(124)	31.5	12.9	11.3	4.8	7.3	3.2	0.8	0.8
	300만원 미만	(74)	45.9	9.5	9.5	8.1	4.1	4.1	2.7	2.7
	300만원~400만원 미만	(71)	40.8	14.1	7.0	8.5	9.9	2.8	1.4	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	40.3	9.7	8.9	8.1	4.8	1.6	2.4	3.2
	500만원 이상	(31)	32.3	9.7	6.5	6.5	12.9	0.0	0.0	0.0

<표 3-3> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드(2/2)

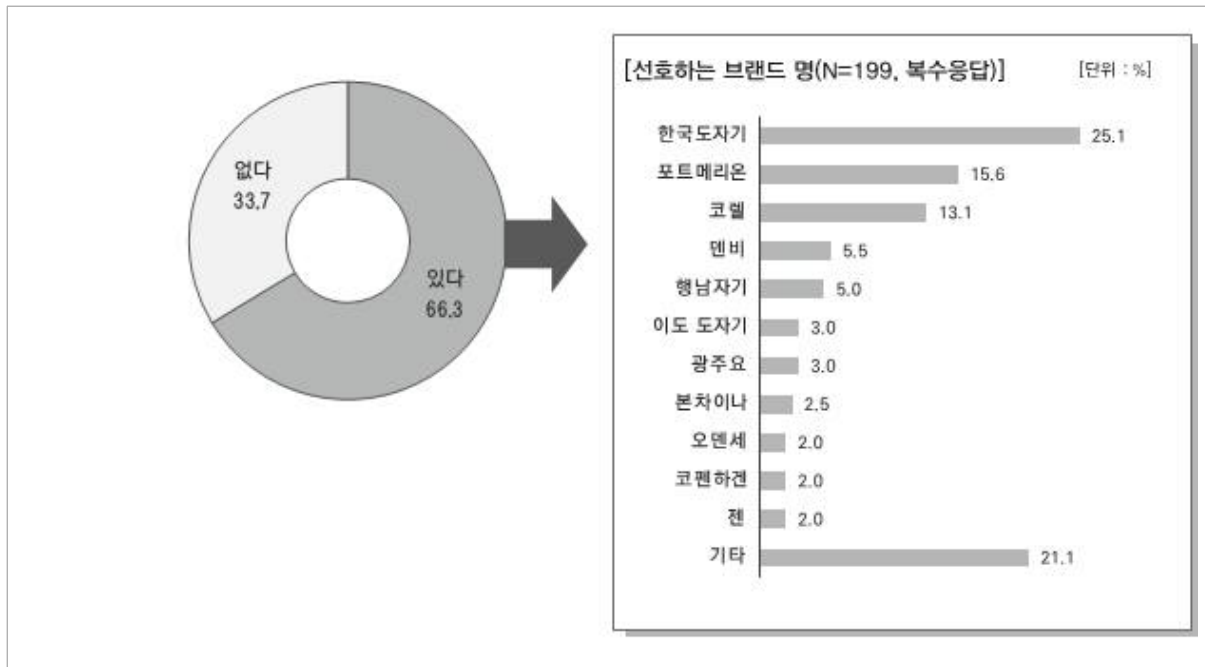
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분		전체	이도	이천	젠	헤렌드	웨지우드	코펜하겐	포트넘 앤 메이슨	기타
전 체		(300)	1.7	1.3	1.3	1.3	1.0	1.0	1.0	10.3
지역별	서울	(100)	5.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	10.0
	대전	(50)	0.0	0.0	2.0	4.0	2.0	2.0	0.0	10.0
	대구	(50)	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	10.0
	부산	(50)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	10.0
	광주	(50)	0.0	4.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	12.0
연령별	20~29세	(75)	1.3	2.7	1.3	2.7	2.7	2.7	4.0	16.0
	30~39세	(75)	1.3	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	12.0
	40~49세	(75)	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0	5.3
	50세 이상	(75)	2.7	1.3	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0
결혼 여부별	기혼	(176)	2.3	1.1	1.7	0.0	0.6	0.0	0.0	7.4
	미혼	(124)	0.8	1.6	0.8	3.2	1.6	2.4	2.4	14.5
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	1.4	1.4	8.1
	300만원~400만원 미만	(71)	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	11.3
	400만원~500만원 미만	(124)	2.4	2.4	0.8	1.6	0.8	1.6	0.8	10.5
	500만원 이상	(31)	6.5	0.0	6.5	0.0	3.2	0.0	3.2	12.9

2) 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무

- ▶ 선호하는 도자기나 도자제품 브랜드가 있는 사람은 66.3%(199명)로 나타났다.
- ▶ 그중 선호하는 브랜드로는 '한국도자기'가 25.1%로 가장 많았고, 다음으로 '포트메리온' 15.6%, '코렐' 13.1%, '덴비' 5.5%, '행남자기' 5.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-3> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무



<표 3-4> 도자기 또는 도자제품으로 떠오르는 브랜드 유무

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

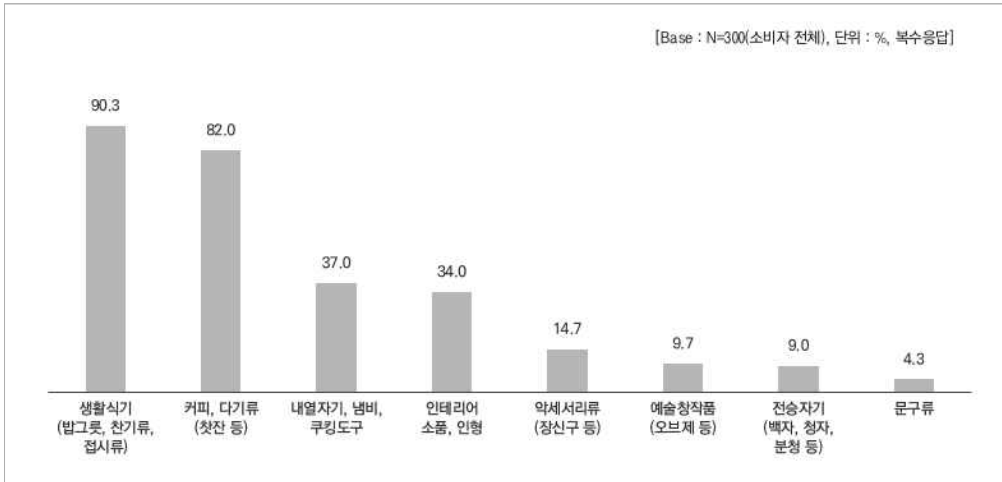
구분		전체	있다	없다
전체		(300)	66.3	33.7
지역별	서울	(100)	69.0	31.0
	대전	(50)	66.0	34.0
	대구	(50)	74.0	26.0
	부산	(50)	50.0	50.0
	광주	(50)	70.0	30.0
연령별	20~29세	(75)	70.7	29.3
	30~39세	(75)	66.7	33.3
	40~49세	(75)	66.7	33.3
	50세 이상	(75)	61.3	38.7
결혼 여부별	기혼	(176)	68.8	31.3
	미혼	(124)	62.9	37.1
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	70.3	29.7
	300만원~400만원 미만	(71)	64.8	35.2
	400만원~500만원 미만	(124)	65.3	34.7
	500만원 이상	(31)	64.5	35.5

3. 최근 1년 동안 구입한 도자제품

1) 구입한 도자제품의 종류

- » 최근 1년 동안 구입한 도자제품 종류로는 대부분이 '생활식기'(90.3%)와 '커피, 다기류'(82.0%)를 구매한 것으로 나타났고, 그 외에는 '내열자기, 냄비, 쿠킹도구' 37.0%, '인테리어 소품, 인형' 34.0%, '악세서리류' 14.7% 등이 있다.

<그림 3-4> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 종류



<표 3-5> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 종류

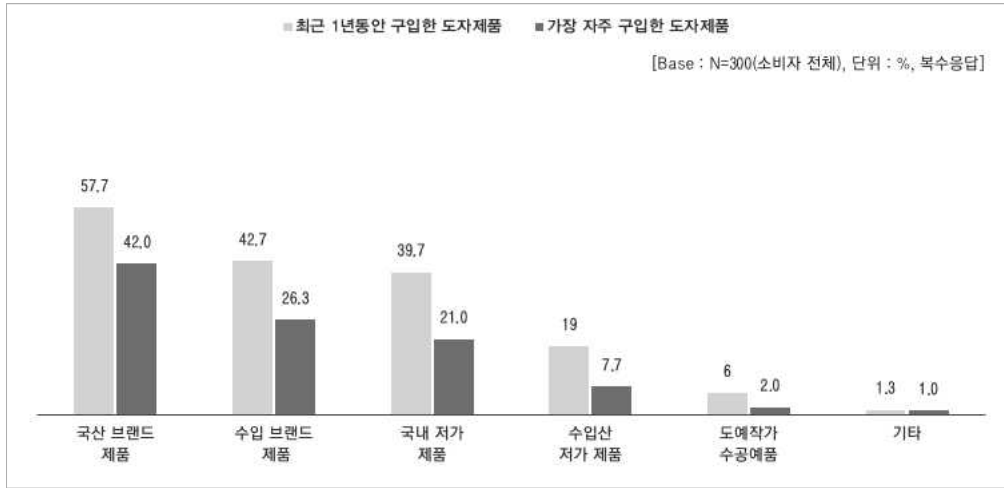
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	생활식기 (밥그릇, 찬기류, 접시류)	커피, 다기류 (차잔 등)	내열자기 냄비 쿠킹도구	인테리어 소품, 인형	악세서리류 (장신구 등)	예술창작품 (오브제 등)	전승자기 (백자, 청자, 분청 등)	문구류
전체	(300)	90.3	82.0	37.0	34.0	14.7	9.7	9.0	4.3
지역별	서울	(100)	94.0	83.0	41.0	38.0	19.0	13.0	4.0
	대전	(50)	84.0	90.0	36.0	32.0	16.0	12.0	4.0
	대구	(50)	94.0	80.0	38.0	36.0	16.0	10.0	4.0
	부산	(50)	90.0	74.0	32.0	34.0	12.0	4.0	6.0
	광주	(50)	86.0	82.0	34.0	26.0	6.0	6.0	4.0
연령별	20~29세	(75)	88.0	82.7	29.3	30.7	21.3	20.0	2.7
	30~39세	(75)	90.7	84.0	36.0	32.0	12.0	10.7	5.3
	40~49세	(75)	89.3	82.7	40.0	44.0	14.7	6.7	5.3
	50세 이상	(75)	93.3	78.7	42.7	29.3	10.7	1.3	4.0
결혼 여부별	기혼	(176)	92.6	78.4	42.6	35.2	11.4	7.4	5.7
	미혼	(124)	87.1	87.1	29.0	32.3	19.4	12.9	2.4
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	93.2	79.7	29.7	31.1	9.5	12.2	2.7
	300만원~400만원 미만	(71)	88.7	84.5	38.0	33.8	9.9	8.5	4.2
	400만원~500만원 미만	(124)	89.5	83.9	39.5	33.9	17.7	7.3	4.0
	500만원 이상	(31)	90.3	74.2	41.9	41.9	25.8	16.1	9.7

2) 구입한 도자제품의 형태

- 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 형태로는 과반수(57.7%)가 '국산 브랜드 제품'을 구매한 것으로 나타났고, 뒤따라 '수입 브랜드'가 42.7%로 높게 나타났다. 다음으로는 '국내 저가제품' 39.7%, '수입산 저가브랜드' 19% 등의 순으로 나타났다. 가장 자주 구입한 도자제품의 형태도 '국산 브랜드 제품' 42.0%, '수입브랜드 제품' 26.3%, '국내 저가제품' 21.0% 등의 순으로 이와 동일한 경향으로 나타났다.

<그림 3-5> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 형태



<표 3-6> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 형태

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	국산브랜드 제품	수입브랜드 제품	국내 저가제품	수입산 저가제품	도예작가 수공예품	기타	
전 체	(300)	57.7	42.7	39.7	19.0	6.0	1.3	
지역별	서울	(100)	58.0	45.0	39.0	21.0	11.0	0.0
	대전	(50)	54.0	38.0	54.0	20.0	2.0	2.0
	대구	(50)	60.0	52.0	28.0	10.0	2.0	0.0
	부산	(50)	60.0	26.0	38.0	20.0	10.0	4.0
	광주	(50)	56.0	50.0	40.0	22.0	0.0	2.0
연령별	20~29세	(75)	41.3	34.7	52.0	18.7	9.3	2.7
	30~39세	(75)	65.3	42.7	40.0	21.3	5.3	0.0
	40~49세	(75)	61.3	53.3	38.7	16.0	6.7	2.7
	50세 이상	(75)	62.7	40.0	28.0	20.0	2.7	0.0
결혼 여부별	기혼	(176)	64.8	45.5	31.3	16.5	5.7	1.1
	미혼	(124)	47.6	38.7	51.6	22.6	6.5	1.6
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	64.9	44.6	41.9	21.6	5.4	1.4
	300만원~400만원 미만	(71)	57.7	38.0	36.6	19.7	4.2	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	51.6	46.8	36.3	14.5	7.3	0.8
	500만원 이상	(31)	64.5	32.3	54.8	29.0	6.5	6.5

<표 3-7> 가장 자주 구입한 도자제품의 형태

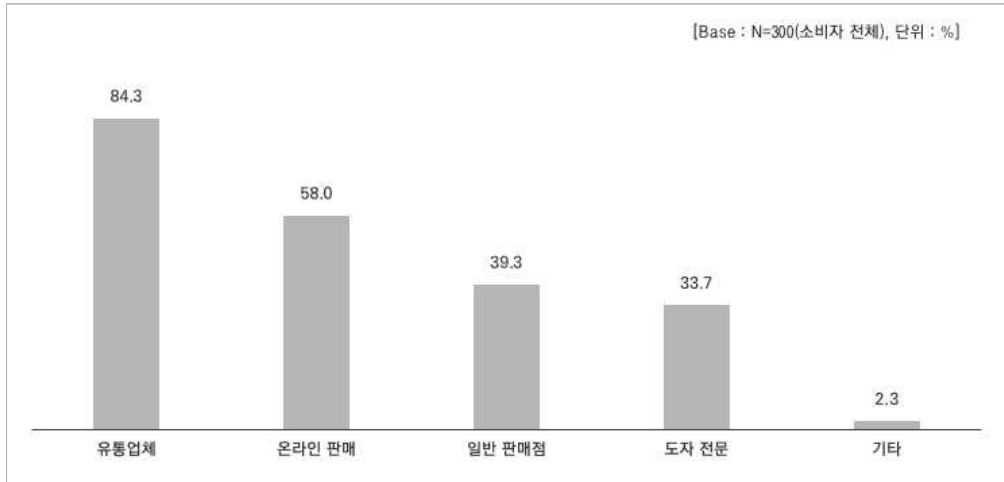
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분		전체	국산브랜드 제품	수입브랜드 제품	국내 저가제품	수입산 저가제품	도예작가 수공예품	기타
전 체		(300)	42.0	26.3	21.0	7.7	2.0	1.0
지역별	서울	(100)	42.0	23.0	20.0	12.0	3.0	0.0
	대전	(50)	36.0	24.0	32.0	6.0	0.0	2.0
	대구	(50)	44.0	40.0	14.0	0.0	2.0	0.0
	부산	(50)	46.0	16.0	24.0	8.0	4.0	2.0
	광주	(50)	42.0	32.0	16.0	8.0	0.0	2.0
연령별	20~29세	(75)	30.7	25.3	32.0	4.0	6.7	1.3
	30~39세	(75)	45.3	24.0	22.7	8.0	0.0	0.0
	40~49세	(75)	41.3	32.0	18.7	4.0	1.3	2.7
	50세 이상	(75)	50.7	24.0	10.7	14.7	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(176)	49.4	26.1	13.6	9.1	0.6	1.1
	미혼	(124)	31.5	26.6	31.5	5.6	4.0	0.8
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	41.9	27.0	18.9	10.8	0.0	1.4
	300만원~400만원 미만	(71)	45.1	22.5	22.5	8.5	1.4	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	40.3	28.2	20.2	7.3	3.2	0.8
	500만원 이상	(31)	41.9	25.8	25.8	0.0	3.2	3.2

3) 최근 구입한 도자제품의 구입 장소

- » 최근 1년 동안 도자제품을 구입한 장소로는 대부분(84.3%)이 '유통업체'에서 구입한 것으로 나타났다. 그 외에는 '온라인 판매' 58.0%, '일반 판매점' 39.3%, '도자 전문' 33.7% 등이 있었다.

<그림 3-6> 최근 구입한 도자제품 구입 장소



<표 3-8> 최근 구입한 도자제품 구입 장소

[Base : 소비자 전체, 복수응답, N=300, 단위 : %]

구분	전체	유통업체	온라인 판매	일반 판매점	도자 전문 판매점	기타	
전 체	(300)	84.3	58.0	39.3	33.7	2.3	
지역별	서울	(100)	88.0	51.0	38.0	35.0	1.0
	대전	(50)	106.0	58.0	38.0	40.0	2.0
	대구	(50)	68.0	64.0	46.0	28.0	2.0
	부산	(50)	74.0	52.0	40.0	30.0	4.0
	광주	(50)	82.0	72.0	36.0	34.0	4.0
연령별	20~29세	(75)	77.3	64.0	49.3	52.0	1.3
	30~39세	(75)	86.7	72.0	38.7	34.7	0.0
	40~49세	(75)	101.3	58.7	33.3	32.0	4.0
	50세 이상	(75)	72.0	37.3	36.0	16.0	4.0
결혼 여부별	기혼	(176)	81.8	50.6	40.9	23.3	3.4
	미혼	(124)	87.9	68.5	37.1	48.4	0.8
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	77.0	74.3	37.8	25.7	2.7
	300만원~400만원 미만	(71)	84.5	50.7	35.2	29.6	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	85.5	52.4	37.9	32.3	2.4
	500만원 이상	(31)	96.8	58.1	58.1	67.7	6.5

<표 3-9> 최근 구입한 도자제품 구입 장소(1/2)

[Base = 소비자 전체, 복수응답, N=300, 단위 : %]

구분	전체	유통업체					온라인 판매			
		백화점	대형할인점	화랑/문화상품권	면세점	디자이너 편집샵	일반 온라인 쇼핑몰	도자기 전문 온라인 쇼핑몰	오픈마켓	
전체	(300)	40.3	33.7	2.7	3.0	4.6	30.0	8.7	19.3	
지역별	서울	(100)	41.0	37.0	1.0	4.0	5.0	26.0	9.0	16.0
	대전	(50)	46.0	42.0	6.0	4.0	8.0	24.0	12.0	22.0
	대구	(50)	38.0	24.0	4.0	0.0	2.0	42.0	4.0	18.0
	부산	(50)	32.0	30.0	4.0	2.0	6.0	24.0	8.0	20.0
	광주	(50)	44.0	32.0	0.0	4.0	2.0	38.0	10.0	24.0
연령별	20~29세	(75)	40.0	25.3	1.3	4.0	6.7	29.3	10.7	24.0
	30~39세	(75)	41.3	33.3	2.7	4.0	5.3	40.0	9.3	22.7
	40~49세	(75)	56.0	32.0	4.0	4.0	5.3	29.3	10.7	18.7
	50세 이상	(75)	24.0	44.0	2.7	0.0	1.3	21.3	4.0	12.0
결혼 여부별	기혼	(176)	40.9	34.1	1.7	2.3	2.8	27.8	6.8	15.9
	미혼	(124)	39.5	33.1	4.0	4.0	7.3	33.1	11.3	24.2
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	31.1	32.4	2.7	4.1	6.8	37.8	12.2	24.3
	300만원~400만원 미만	(71)	39.4	38.0	2.8	0.0	4.2	25.4	11.3	14.1
	400만원~500만원 미만	(124)	42.7	32.3	2.4	4.0	4.0	28.2	7.3	16.9
	500만원 이상	(31)	54.8	32.3	3.2	3.2	3.2	29.0	0.0	29.0

<표 3-10> 최근 구입한 도자제품 구입 장소(2/2)

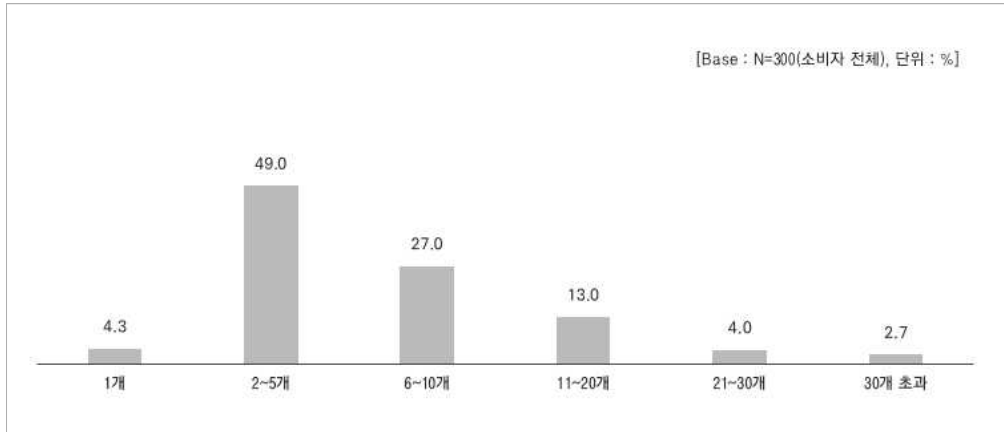
[Base : 소비자 전체, 복수응답, N=300, 단위 : %]

구분	전체	일반 판매점		도자 전문판매점					기타		
		일반 도자 제품 판매점/동네 그릇점	시장 내 업체	도자 전문 판매 업체	요장 직판/직영점	갤러리/전시회	축제·페어 등	도자기 도매상	단체 주문	기타	
전체	(300)	26.3	13.0	12.7	6.7	5.3	5.7	3.3	0.3	2.0	
지역별	서울	(100)	23.0	15.0	16.0	7.0	7.0	2.0	3.0	0.0	1.0
	대전	(50)	30.0	8.0	10.0	8.0	6.0	12.0	4.0	0.0	2.0
	대구	(50)	28.0	18.0	10.0	6.0	4.0	4.0	4.0	0.0	2.0
	부산	(50)	30.0	10.0	16.0	2.0	0.0	8.0	4.0	2.0	2.0
	광주	(50)	24.0	12.0	8.0	10.0	8.0	6.0	2.0	0.0	4.0
연령별	20~29세	(75)	34.7	14.7	16.0	6.7	9.3	13.3	6.7	0.0	1.3
	30~39세	(75)	26.7	12.0	17.3	6.7	6.7	2.7	1.3	0.0	0.0
	40~49세	(75)	22.7	10.7	10.7	8.0	4.0	5.3	4.0	1.3	2.7
	50세 이상	(75)	21.3	14.7	6.7	5.3	1.3	1.3	1.3	0.0	4.0
결혼 여부별	기혼	(176)	26.1	14.8	9.1	6.8	2.8	2.8	1.7	0.6	2.8
	미혼	(124)	26.6	10.5	17.7	6.5	8.9	9.7	5.6	0.0	0.8
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	29.7	8.1	13.5	4.1	4.1	2.7	1.4	0.0	2.7
	300만원~400만원 미만	(71)	22.5	12.7	9.9	7.0	4.2	5.6	2.8	0.0	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	23.4	14.5	12.1	6.5	4.8	5.6	3.2	0.0	2.4
	500만원 이상	(31)	38.7	19.4	19.4	12.9	12.9	12.9	9.7	3.2	3.2

4) 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수

- 가장 최근에 수공예 도자제품 구매 시 구매 개수로는 '2~5개'가 49.0%로 가장 많았고, 다음으로 '6~10개' 27.0%, '11~20개' 13.0%, '1개' 4.3% 순으로 나타났다. 21개 이상 수공예 도자제품을 구입한 사람은 없는 것으로 나타났으나, 일반 도자제품을 21개 이상 구매한 사람은 6.7% 있었다.
 - 최근 구입한 수공예 도자제품의 개수 평균은 4.2개로 나타났다.(도자제품 개수 : 8.1개)

<그림 3-7> 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수



<표 3-11> 가장 최근 도자제품 구매 시 제품 구매개수

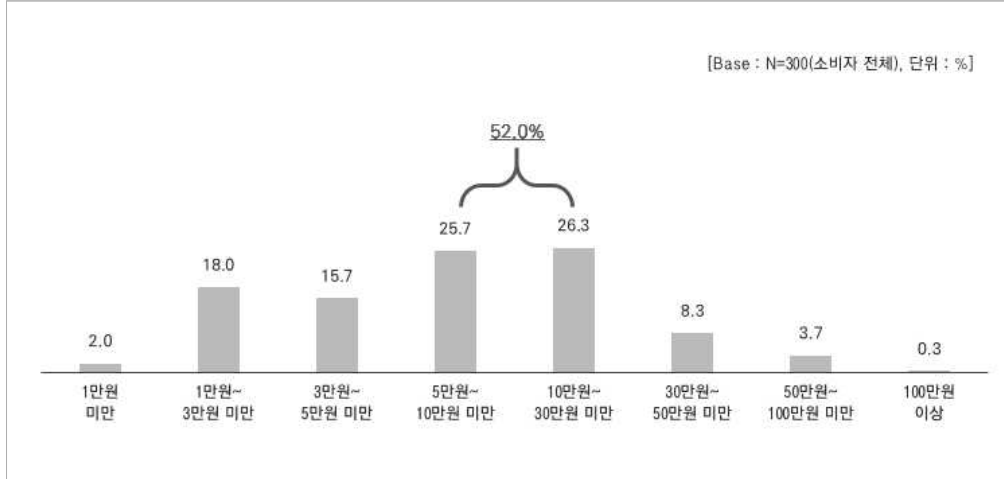
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %, 개]

구분	전체	1개	2~5개	6~10개	11~20개	21~30개	30개 초과	평균 (개)	
전 체	(300)	4.3	49.0	27.0	13.0	4.0	2.7	8.1	
지역별	서울	(100)	5.0	56.0	23.0	12.0	4.0	0.0	7.0
	대전	(50)	8.0	48.0	22.0	18.0	2.0	2.0	7.3
	대구	(50)	4.0	38.0	26.0	18.0	8.0	6.0	10.9
	부산	(50)	4.0	38.0	40.0	12.0	2.0	4.0	8.8
	광주	(50)	0.0	58.0	28.0	6.0	4.0	4.0	7.8
연령별	20~29세	(75)	6.7	54.7	24.0	9.3	5.3	0.0	6.4
	30~39세	(75)	5.3	54.7	29.3	6.7	1.3	2.7	7.1
	40~49세	(75)	0.0	45.3	28.0	17.3	5.3	4.0	9.8
	50세 이상	(75)	5.3	41.3	26.7	18.7	4.0	4.0	9.2
결혼 여부별	기혼	(176)	2.3	42.0	30.1	17.6	4.0	4.0	9.4
	미혼	(124)	7.3	58.9	22.6	6.5	4.0	0.8	6.3
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	1.4	51.4	28.4	10.8	5.4	2.7	8.3
	300만원~400만원 미만	(71)	8.5	50.7	25.4	11.3	1.4	2.8	7.4
	400만원~500만원 미만	(124)	2.4	48.4	29.0	12.9	4.0	3.2	8.4
	500만원 이상	(31)	9.7	41.9	19.4	22.6	6.5	0.0	8.3

5) 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대

- » 최근 1년 동안 주로 구입하는 도자제품의 가격대는 '5만원~30만원 미만'이 52.0%로 가장 높았고, 다음으로 '1만원~3만원 미만'이 18.0%, '3만원~5만원 미만'이 15.7% 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-8> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대



<표 3-12> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 가격대

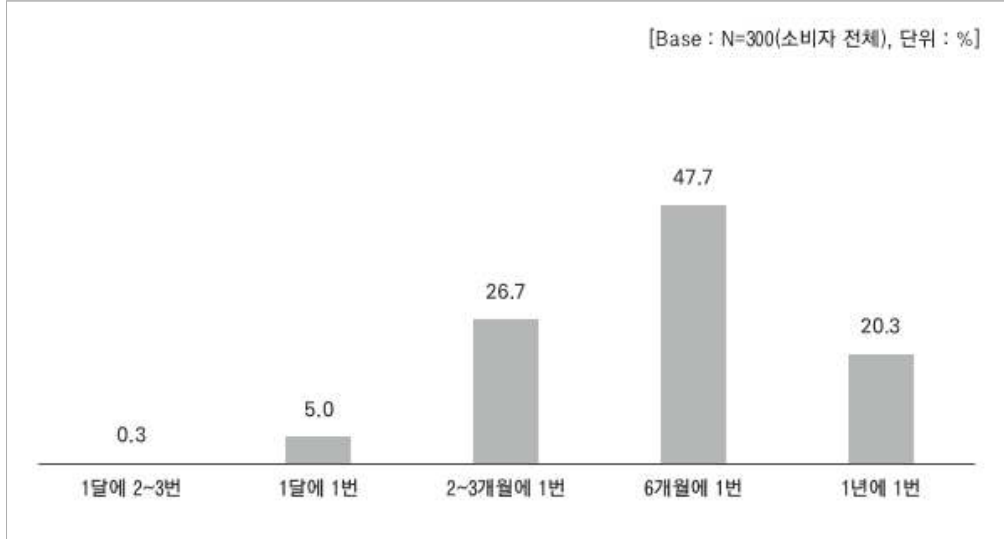
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	1만원 미만	1만원~3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~30만원 미만	30만원~50만원 미만	50만원~100만원 미만	100만원 이상	
전체	(300)	2.0	18.0	15.7	25.7	26.3	8.3	3.7	0.3	
지역별	서울	(100)	3.0	13.0	15.0	25.0	29.0	8.0	6.0	1.0
	대전	(50)	2.0	22.0	14.0	32.0	24.0	4.0	2.0	0.0
	대구	(50)	2.0	14.0	16.0	24.0	24.0	12.0	8.0	0.0
	부산	(50)	2.0	22.0	16.0	20.0	32.0	8.0	0.0	0.0
연령별	광주	(50)	0.0	24.0	18.0	28.0	20.0	10.0	0.0	0.0
	20~29세	(75)	4.0	20.0	22.7	22.7	17.3	6.7	6.7	0.0
	30~39세	(75)	1.3	21.3	17.3	22.7	32.0	4.0	1.3	0.0
	40~49세	(75)	1.3	14.7	14.7	25.3	28.0	10.7	5.3	0.0
결혼 여부별	50세 이상	(75)	1.3	16.0	8.0	32.0	28.0	12.0	1.3	1.3
	기혼	(176)	0.6	13.6	14.8	27.3	31.3	9.1	2.8	0.6
월평균 소득별	미혼	(124)	4.0	24.2	16.9	23.4	19.4	7.3	4.8	0.0
	300만원 미만	(74)	4.1	16.2	16.2	28.4	27.0	5.4	2.7	0.0
	300만원~400만원 미만	(71)	1.4	23.9	12.7	22.5	22.5	11.3	5.6	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	1.6	14.5	15.3	26.6	30.6	7.3	3.2	0.8
	500만원 이상	(31)	0.0	22.6	22.6	22.6	16.1	12.9	3.2	0.0

6) 최근 1년 동안 도자제품의 구입 횟수

- » 최근 1년 동안 도자제품을 구입한 횟수로는 '6개월에 1번'이 47.7%로 가장 많았고, 다음으로 '2~3개월에 1번' 26.7%, '1년에 1번' 20.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-9> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 구입 횟수



<표 3-13> 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 구입 횟수

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

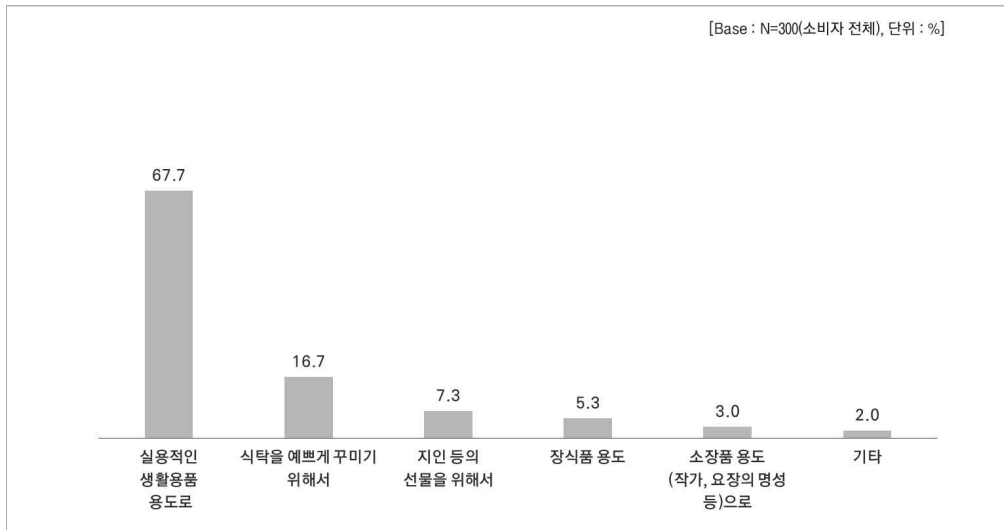
구분		전체	1달에 2~3번	1달에 1번	2~3개월에 1번	6개월에 1번	1년에 1번
전 체		(300)	0.3	5.0	26.7	47.7	20.3
지역별	서울	(100)	1.0	6.0	29.0	47.0	17.0
	대전	(50)	0.0	2.0	32.0	46.0	20.0
	대구	(50)	0.0	6.0	26.0	44.0	24.0
	부산	(50)	0.0	4.0	26.0	48.0	22.0
	광주	(50)	0.0	6.0	18.0	54.0	22.0
연령별	20~29세	(75)	0.0	8.0	32.0	46.7	13.3
	30~39세	(75)	1.3	6.7	32.0	40.0	20.0
	40~49세	(75)	0.0	5.3	26.7	53.3	14.7
	50세 이상	(75)	0.0	0.0	16.0	50.7	33.3
결혼 여부별	기혼	(176)	0.6	2.3	21.0	52.8	23.3
	미혼	(124)	0.0	8.9	34.7	40.3	16.1
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	0.0	6.8	29.7	36.5	27.0
	300만원~400만원 미만	(71)	1.4	2.8	26.8	50.7	18.3
	400만원~500만원 미만	(124)	0.0	4.0	20.2	57.3	18.5
	500만원 이상	(31)	0.0	9.7	45.2	29.0	16.1

7) 도자제품 구입의 주된 동기

가. 용도 부분

- ▶ 용도 부분에 있어서 도자제품을 구입한 주된 동기로는 '실용적인 생활용품 용도로'가 67.7%로 가장 높았고, 그 외에는 '식탁을 예쁘게 꾸미기 위해서' 16.7%, '지인 등의 선물을 위해서' 7.3% 등이 있었다.

<그림 3-10> 도자제품 구입의 주된 동기 : 용도



<표 3-14> 도자제품의 구입의 주된 동기 : 용도

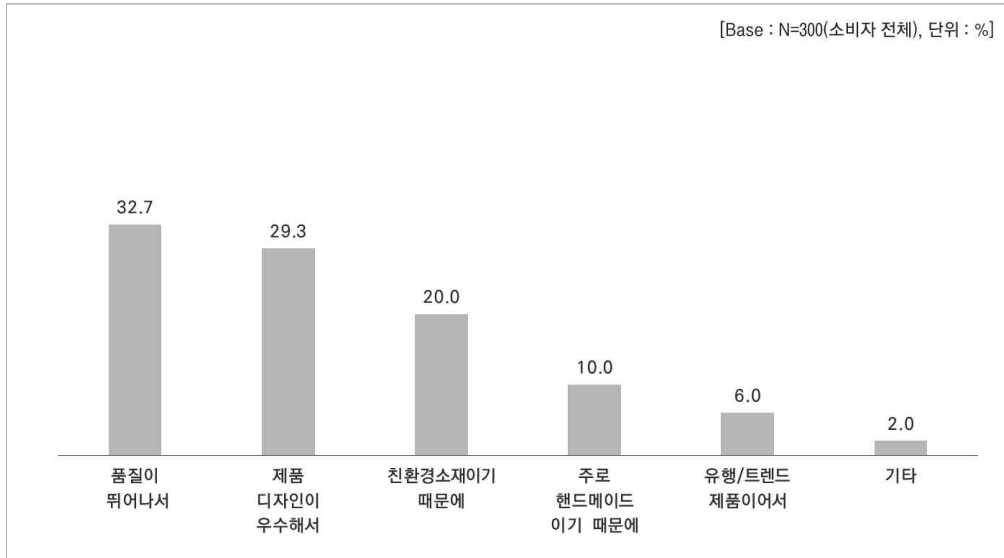
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	실용적인 생활용품 용도로	식탁을 예쁘게 꾸미기 위해서	지인 등의 선물을 위해서	장식품 용도	소장품 용도(작가, 요장의 명성 등)으로	
전체	(300)	67.7	16.7	7.3	5.3	3.0	
지역별	서울	(100)	65.0	16.0	9.0	6.0	4.0
	대전	(50)	66.0	18.0	12.0	4.0	0.0
	대구	(50)	68.0	24.0	0.0	6.0	2.0
	부산	(50)	74.0	10.0	6.0	4.0	6.0
	광주	(50)	68.0	16.0	8.0	6.0	2.0
연령별	20~29세	(75)	76.0	5.3	10.7	6.7	1.3
	30~39세	(75)	68.0	14.7	5.3	6.7	5.3
	40~49세	(75)	61.3	24.0	6.7	5.3	2.7
	50세 이상	(75)	65.3	22.7	6.7	2.7	2.7
결혼 여부별	기혼	(176)	65.9	19.9	6.3	4.5	3.4
	미혼	(124)	70.2	12.1	8.9	6.5	2.4
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	73.0	16.2	5.4	4.1	1.4
	300만원~400만원 미만	(71)	63.4	16.9	7.0	7.0	5.6
	400만원~500만원 미만	(124)	66.1	16.9	8.9	4.8	3.2
	500만원 이상	(31)	71.0	16.1	6.5	6.5	0.0

나. 품질의 특성 부분

- ▶ 품질의 특성에 있어서 도자제품을 구입한 주된 동기는 '품질이 뛰어나서'(32.7%) > '제품 디자인이 우수해서' (29.3%) > '친환경 소재이기 때문에' (20.0%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-11> 도자제품의 구입 동기 : 품질의 특성



<표 3-15> 도자제품의 구입의 주된 동기 : 품질의 특성

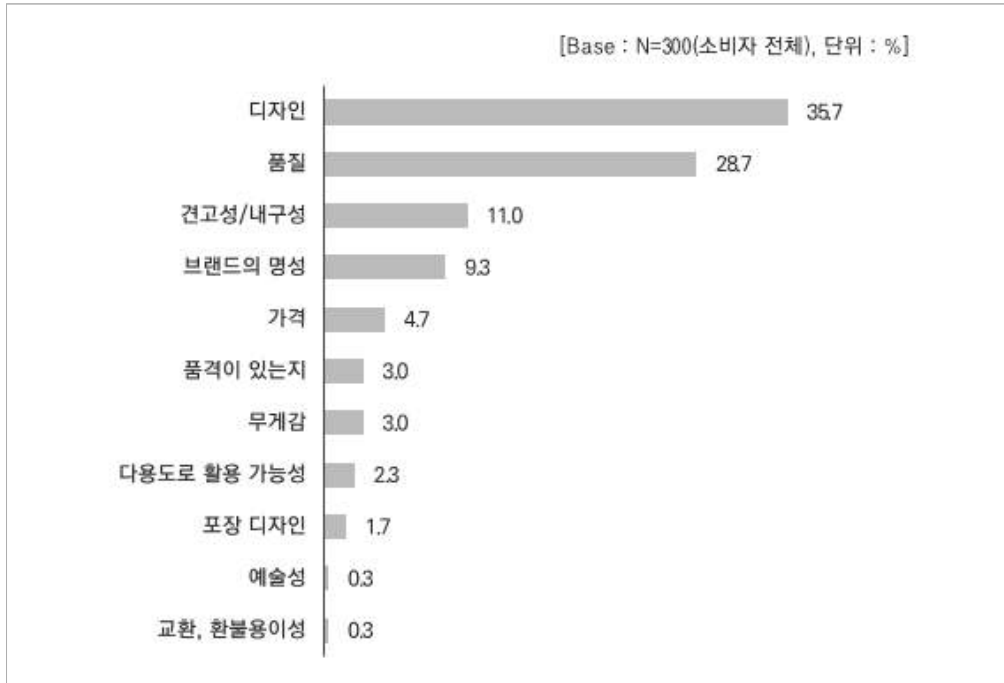
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	품질(고급스러움)이 뛰어나서	제품디자인이 우수해서	친환경 소재이기 때문에	주로 핸드메이드(수공예품)이기 때문에	유행/트렌드 제품이어서	기타	
전 체	(300)	32.7	29.3	20.0	10.0	6.0	2.0	
지역별	서울	(100)	36.0	32.0	13.0	8.0	9.0	2.0
	대전	(50)	26.0	28.0	18.0	14.0	12.0	2.0
	대구	(50)	38.0	34.0	18.0	8.0	2.0	0.0
	부산	(50)	34.0	22.0	30.0	12.0	0.0	2.0
	광주	(50)	26.0	28.0	28.0	10.0	4.0	4.0
연령별	20~29세	(75)	34.7	25.3	20.0	12.0	4.0	4.0
	30~39세	(75)	25.3	34.7	18.7	14.7	5.3	1.3
	40~49세	(75)	37.3	24.0	21.3	9.3	6.7	1.3
	50세 이상	(75)	33.3	33.3	20.0	4.0	8.0	1.3
결혼 여부별	기혼	(176)	34.7	27.8	21.0	8.0	7.4	1.1
	미혼	(124)	29.8	31.5	18.5	12.9	4.0	3.2
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	31.1	33.8	17.6	5.4	8.1	4.1
	300만원~400만원 미만	(71)	39.4	29.6	18.3	9.9	1.4	1.4
	400만원~500만원 미만	(124)	25.8	29.0	25.0	12.1	6.5	1.6
	500만원 이상	(31)	48.4	19.4	9.7	12.9	9.7	0.0

8) 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인

- ▶ 도자제품을 선택/구매할 때 주로 고려하는 요인으로는 '디자인' 35.7%로 가장 높았고, 다음으로는 '품질' 28.7%, '견고성/내구성' 11.0% '브랜드의 명성' 9.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-12> 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인



<표 3-16> 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인(1/2)

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	디자인 (문양 색상 등)	품질	견고성 /내구성 (깨지기 쉬운지 등)	브랜드의 명성	가격	품격이 있는지
전 체	(300)	35.7	28.7	11.0	9.3	4.7	3.0
지역별	서울	(100)	41.0	27.0	13.0	5.0	3.0
	대전	(50)	38.0	28.0	14.0	8.0	4.0
	대구	(50)	36.0	24.0	10.0	16.0	4.0
	부산	(50)	22.0	34.0	8.0	12.0	8.0
	광주	(50)	36.0	32.0	8.0	10.0	6.0
연령별	20~29세	(75)	37.3	28.0	13.3	6.7	6.7
	30~39세	(75)	41.3	21.3	6.7	14.7	6.7
	40~49세	(75)	32.0	36.0	13.3	5.3	5.3
	50세 이상	(75)	32.0	29.3	10.7	10.7	0.0
결혼 여부별	기혼	(176)	32.4	30.7	10.8	9.1	4.0
	미혼	(124)	40.3	25.8	11.3	9.7	5.6
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	37.8	29.7	10.8	9.5	6.8
	300만원~400만원 미만	(71)	43.7	22.5	9.9	8.5	1.4
	400만원~500만원 미만	(124)	30.6	31.5	14.5	8.9	4.8
	500만원 이상	(31)	32.3	29.0	0.0	12.9	6.5

<표 3-17> 도자제품 선택/구매 시 주된 고려 요인(2/2)

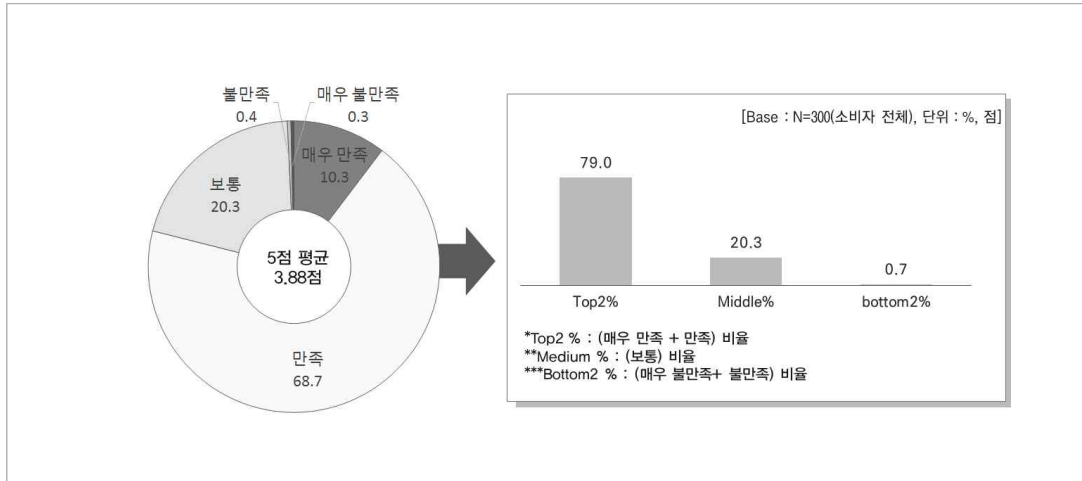
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분	전체	무게감 (가벼운지)	다용도로 활용 가능성	포장 디자인	예술성	교환 및 환불의 용이성	
전 체	(300)	3.0	2.3	1.7	0.3	0.3	
지역별	서울	(100)	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0
	대전	(50)	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0
	대구	(50)	2.0	2.0	2.0	0.0	0.0
	부산	(50)	12.0	0.0	2.0	0.0	0.0
	광주	(50)	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0
연령별	20~29세	(75)	2.7	0.0	4.0	0.0	0.0
	30~39세	(75)	2.7	1.3	1.3	1.3	0.0
	40~49세	(75)	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0
	50세 이상	(75)	6.7	2.7	1.3	0.0	1.3
결혼 여부별	기혼	(176)	4.0	3.4	1.1	0.0	0.6
	미혼	(124)	1.6	0.8	2.4	0.8	0.0
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	4.1	0.0	1.4	0.0	0.0
	300만원~400만원 미만	(71)	1.4	5.6	2.8	0.0	0.0
	400만원~500만원 미만	(124)	2.4	0.8	1.6	0.0	0.8
	500만원 이상	(31)	6.5	6.5	0.0	3.2	0.0

9) 구입한 도자제품에 대한 만족도와 그 이유

- ▶ 구입한 도자제품에 대한 만족도로는 5점 평균 3.88점으로 '만족함'은 79.0%('매우 만족' 10.3% + '만족' 68.7%), '보통' 20.3%, '불만족함' 0.7%('매우 불만족' 0.3% + '불만족' 0.4%)로 나타났다.
- ▶ 구입한 도자제품에 대해 만족한 이유로는 예쁜 디자인, 깔끔한 디자인, 견고함, 가벼움, 실용성, 튼튼함, 좋은 품질 등이 있었고, 불만족한 이유로는 비싼 가격과 아름답지 않음이 있었다.

<그림 3-13> 구입한 도자제품에 대한 만족도



<표 3-18> 구입한 도자제품에 대한 만족도

[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %, 점]

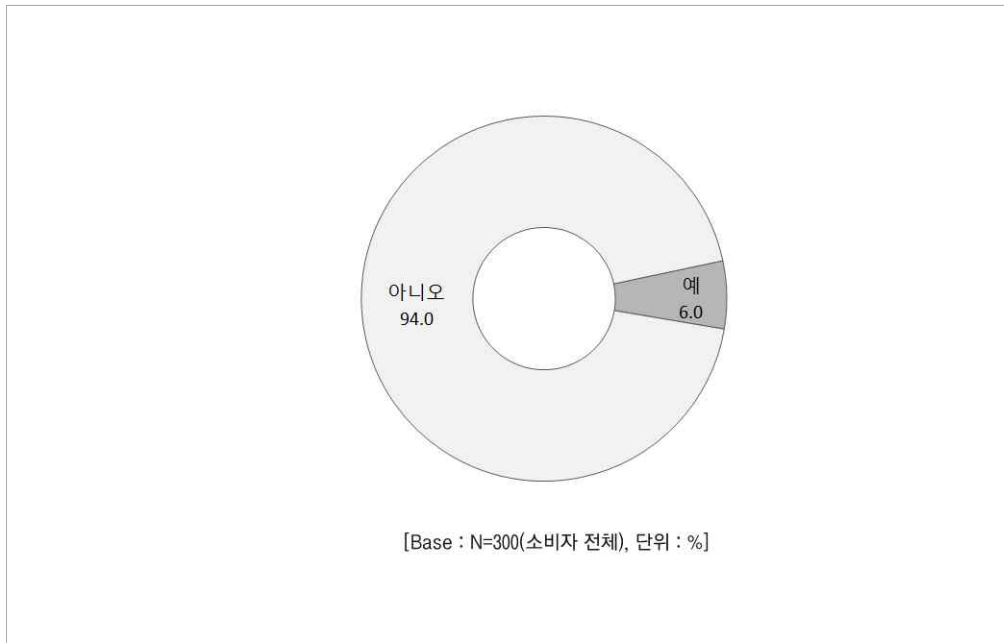
구분	전체	① 매우 불만족	② 불만족	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	Top2% (④+⑤)	Middle % ③	Bottom2% (①+②)	5점 평균 (점)	
전체	(300)	0.3	0.4	20.3	68.7	10.3	79.0	20.3	0.7	3.88	
지역별	서울	(100)	0.0	0.0	21.0	67.0	12.0	79.0	21.0	0.0	3.91
	대전	(50)	2.0	2.0	28.0	58.0	10.0	68.0	28.0	4.0	3.72
	대구	(50)	0.0	0.0	14.0	72.0	14.0	86.0	14.0	0.0	4.00
	부산	(50)	0.0	0.0	26.0	70.0	4.0	74.0	26.0	0.0	3.78
	광주	(50)	0.0	0.0	12.0	78.0	10.0	88.0	12.0	0.0	3.98
연령별	20~29세	(75)	1.3	0.0	14.7	70.7	13.3	84.0	14.7	1.3	3.95
	30~39세	(75)	0.0	0.0	29.3	65.3	5.3	70.7	29.3	0.0	3.76
	40~49세	(75)	0.0	0.0	20.0	69.3	10.7	80.0	20.0	0.0	3.91
	50세 이상	(75)	0.0	1.3	17.3	69.3	12.0	81.3	17.3	1.3	3.92
결혼 여부별	기혼	(176)	0.0	0.6	20.5	65.9	13.1	79.0	20.5	0.6	3.91
	미혼	(124)	0.8	0.0	20.2	72.6	6.5	79.0	20.2	0.8	3.84
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	0.0	0.0	18.9	70.3	10.8	81.1	18.9	0.0	3.92
	300만원~400만원 미만	(71)	0.0	1.4	21.1	64.8	12.7	77.5	21.1	1.4	3.89
	400만원~500만원 미만	(124)	0.8	0.0	19.4	71.0	8.9	79.8	19.4	0.8	3.87
	500만원 이상	(31)	0.0	0.0	25.8	64.5	9.7	74.2	25.8	0.0	3.84

4. 최근 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태

1) 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구입 여부

» 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품을 구입한 사람은 6.0%(18명)로 나타났다.

<그림 3-14> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태



<표 3-19> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매형태

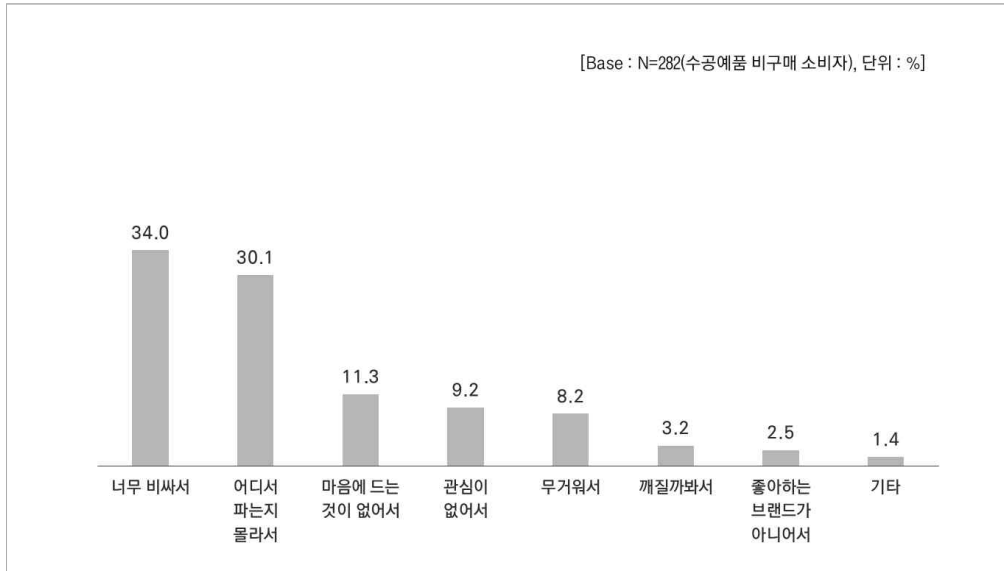
[Base : 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분		전체	예	아니오
전체		(300)	6.0	94.0
지역별	서울	(100)	11.0	89.0
	대전	(50)	2.0	98.0
	대구	(50)	2.0	98.0
	부산	(50)	10.0	90.0
	광주	(50)	0.0	100.0
연령별	20~29세	(75)	9.3	90.7
	30~39세	(75)	5.3	94.7
	40~49세	(75)	6.7	93.3
	50세 이상	(75)	2.7	97.3
결혼 여부별	기혼	(176)	5.7	94.3
	미혼	(124)	6.5	93.5
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	5.4	94.6
	300만원~400만원 미만	(71)	4.2	95.8
	400만원~500만원 미만	(124)	7.3	92.7
	500만원 이상	(31)	6.5	93.5

2) 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유

- ▶ 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품을 비 구매한 사람(282명)의 비 구매 이유로는 '너무 비싸서'가 34.0%가 가장 높았고, '어디서 파는지 몰라서' 30.1%, '마음에 드는 것이 없어서' 11.3% 등이 있었다.

<그림 3-15> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유



<표 3-20> 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 비 구매 이유

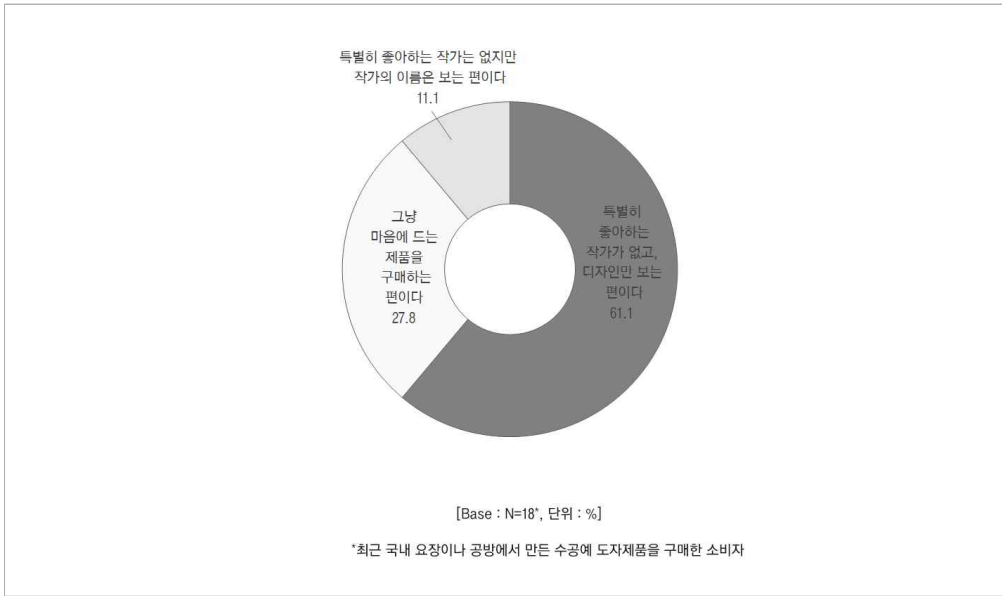
[Base : 수공예품 비구매 소비자, N=282, 단위 : %]

구분	전체	너무 비싸서	어디서 파는지 몰라서	마음에 드는 것이 없어서	관심이 없어서	무거워서	깨질까봐서	좋아하는 브랜드가 아니어서	기타	
전체	(282)	34.0	30.1	11.3	9.2	8.2	3.2	2.5	1.4	
지역별	서울	(89)	36.0	27.0	11.2	11.2	9.0	2.2	1.1	2.2
	대전	(49)	32.7	40.8	8.2	6.1	6.1	2.0	2.0	2.0
	대구	(49)	22.4	24.5	24.5	14.3	2.0	4.1	8.2	0.0
	부산	(45)	35.6	35.6	6.7	6.7	6.7	8.9	0.0	0.0
	광주	(50)	42.0	26.0	6.0	6.0	16.0	0.0	2.0	2.0
연령별	20~29세	(68)	30.9	38.2	11.8	13.2	0.0	4.4	0.0	1.5
	30~39세	(71)	39.4	29.6	8.5	7.0	8.5	4.2	2.8	0.0
	40~49세	(70)	34.3	34.3	12.9	5.7	8.6	1.4	1.4	1.4
	50세 이상	(73)	31.5	19.2	12.3	11.0	15.1	2.7	5.5	2.7
결혼 여부별	기혼	(166)	35.5	28.9	11.4	8.4	8.4	1.8	3.0	2.4
	미혼	(116)	31.9	31.9	11.2	10.3	7.8	5.2	1.7	0.0
월평균 소득별	300만원 미만	(70)	47.1	17.1	10.0	8.6	8.6	2.9	2.9	2.9
	300만원~400만원 미만	(68)	32.4	35.3	7.4	10.3	11.8	0.0	1.5	1.5
	400만원~500만원 미만	(115)	28.7	30.4	15.7	8.7	7.8	4.3	3.5	0.9
	500만원 이상	(29)	27.6	48.3	6.9	10.3	0.0	6.9	0.0	0.0

3) 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매 시 작가 및 디자인 고려 여부

- 수공예 도자제품을 구매한 사람(18명)이 수공예 도자를 구입 시 고려하는 사항으로는 '특별히 좋아하는 작가가 없고, 디자인만 보는 편이다'가 61.1%로 가장 높았고, '그냥 마음에 드는 제품을 구매하는 편이다' 27.8%, '특별히 좋아하는 작가는 없지만 작가의 이름은 보는 편이다' 11.1%가 뒤를 이었다.

<그림 3-16> 작가 및 디자인 고려 여부



<표 3-21> 작가 및 디자인 고려 여부

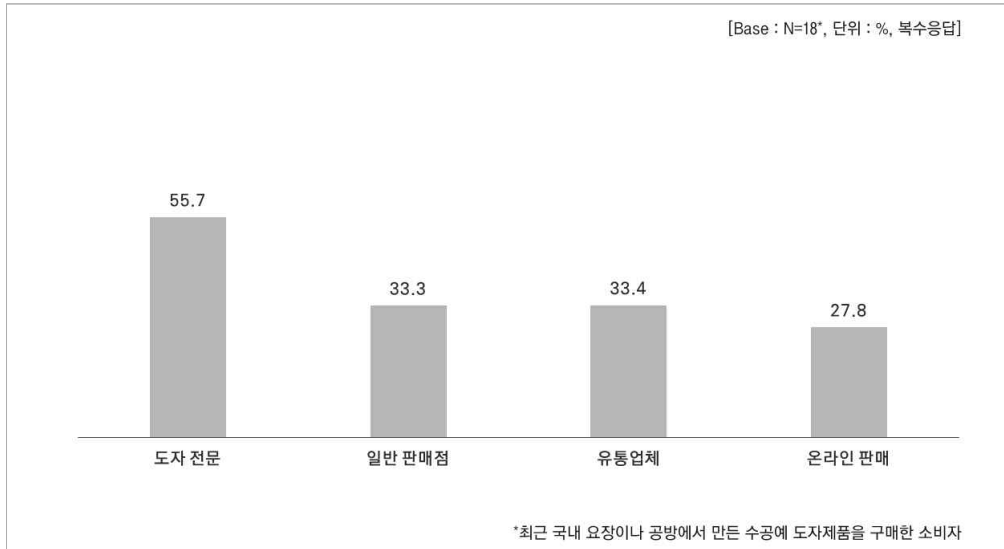
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	특별히 좋아하는 작가가 없고, 디자인만 보는 편이다	그냥 마음에 드는 제품을 구매하는 편이다	특별히 좋아하는 작가는 없지만 작가의 이름은 보는 편이다	
전체	(18)	61.1	27.8	11.1	
지역별	서울	(11)	63.6	18.2	18.2
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0
	대구	(1)	0.0	100.0	0.0
	부산	(5)	80.0	20.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	57.1	28.6	14.3
	30~39세	(4)	50.0	25.0	25.0
	40~49세	(5)	80.0	20.0	0.0
	50세 이상	(2)	50.0	50.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	60.0	30.0	10.0
	미혼	(8)	62.5	25.0	12.5
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	50.0	25.0	25.0
	300만원~400만원 미만	(3)	66.7	0.0	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	55.6	44.4	0.0
	500만원 이상	(2)	100.0	0.0	0.0

4) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소

- ▶ 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소로는 과반수(55.7%)가 '도자 전문판매점'에서 구입하였고, 그 외에는 '일반 판매점' 33.3%, '유통업체' 33.4%, '온라인 판매' 27.8%가 있었다.

<그림 3-17> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소



<표 3-22> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소

[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	도자 전문판매점	일반 판매점	유통업체	온라인 판매	
전 체	(18)	55.7	33.3	33.4	27.8	
지역별	서울	(11)	36.4	45.5	36.4	36.4
	대전	(1)	200.0	100.0	100.0	0.0
	대구	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	60.0	0.0	20.0	20.0
연령별	20~29세	(7)	100.0	57.1	28.6	28.6
	30~39세	(4)	75.0	50.0	0.0	0.0
	40~49세	(5)	0.0	0.0	40.0	60.0
	50세 이상	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	20.0	20.0	40.0	30.0
	미혼	(8)	100.0	50.0	25.0	25.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	50.0
	300만원~400만원 미만	(3)	33.3	33.3	0.0	66.7
	400만원~500만원 미만	(9)	77.8	33.3	44.4	11.1
	500만원 이상	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0

<표 3-23> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소(1/2)

[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	도자 전문판매점					일반판매점		
		도자전문 판매업체	요장 직판/ 직영점	갤러리/ 전시회	축제· 페어 등	도자기 도매상	일반도자 제품 판매점/ 동네 그릇집	시장 내 업체	
전 체	(18)	22.2	5.6	5.6	16.7	5.6	22.2	11.1	
지역별	서울	(11)	18.2	0.0	9.1	0.0	9.1	27.3	18.2
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	28.6	14.3	0.0	42.9	14.3	42.9	14.3
	30~39세	(4)	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0
	40~49세	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50세 이상	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	10.0
	미혼	(8)	37.5	12.5	0.0	37.5	12.5	37.5	12.5
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
	400만원~500만원 미만	(9)	22.2	11.1	0.0	33.3	11.1	22.2	11.1
	500만원 이상	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<표 3-24> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입 장소(2/2)

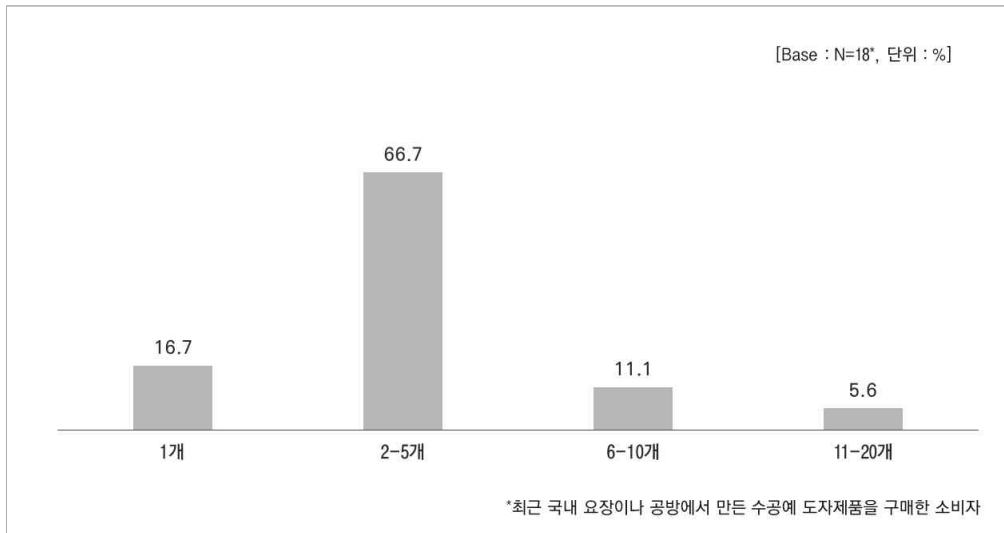
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	유통업체			온라인 판매			
		백화점	대형할인점	화랑/문화 상품권	일반 온라인 쇼핑몰	도자기 전문 온라인 쇼핑몰	오픈마켓	
전 체	(18)	16.7	11.1	5.6	11.1	11.1	5.6	
지역별	서울	(11)	27.3	9.1	0.0	9.1	18.2	9.1
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3
	30~39세	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40~49세	(5)	0.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0
	50세 이상	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	20.0	10.0	10.0	20.0	10.0	0.0
	미혼	(8)	12.5	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	22.2	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0
	500만원 이상	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

5) 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수

- 가장 최근에 수공예 도자제품을 구입할 때 구매한 제품 개수로는 '2개~5개'(66.7%) > '1개'(16.7%) > '6~10개'(11.1%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-18> 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수



<표 3-25> 가장 최근에 구입한 수공예 도자제품 구매 개수

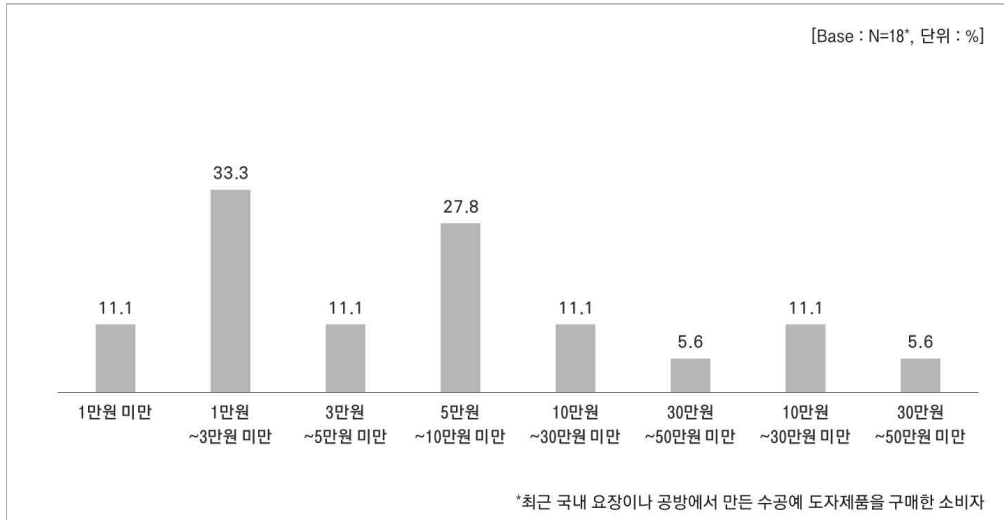
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	1개	2~5개	6~10개	11~20개	평균 (개)	
전체	(18)	16.7	66.7	11.1	5.6	4.2	
지역별	서울	(11)	27.3	63.6	9.1	0.0	2.7
	대전	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	10.0
	대구	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	4.0
	부산	(5)	0.0	80.0	0.0	20.0	6.4
연령별	20~29세	(7)	14.3	57.1	28.6	0.0	4.3
	30~39세	(4)	0.0	100.0	0.0	0.0	2.8
	40~49세	(5)	0.0	80.0	0.0	20.0	6.6
	50세 이상	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
결혼 여부별	기혼	(10)	20.0	70.0	0.0	10.0	4.4
	미혼	(8)	12.5	62.5	25.0	0.0	4.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	0.0	100.0	0.0	0.0	3.5
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	66.7	0.0	33.3	8.0
	400만원~500만원 미만	(9)	33.3	44.4	22.2	0.0	3.4
	500만원 이상	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	3.5

6) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대

- » 최근 1년 동안 주로 구입하는 수공예 도자제품의 가격대(1회 총 구입금액)로는 '1만원~3만원 미만' 33.3%로 가장 높았고, 다음으로는 '5만원~10만원 미만' 27.8%로 뒤를 이었다.

<그림 3-19> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대



<표 3-26> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 가격대

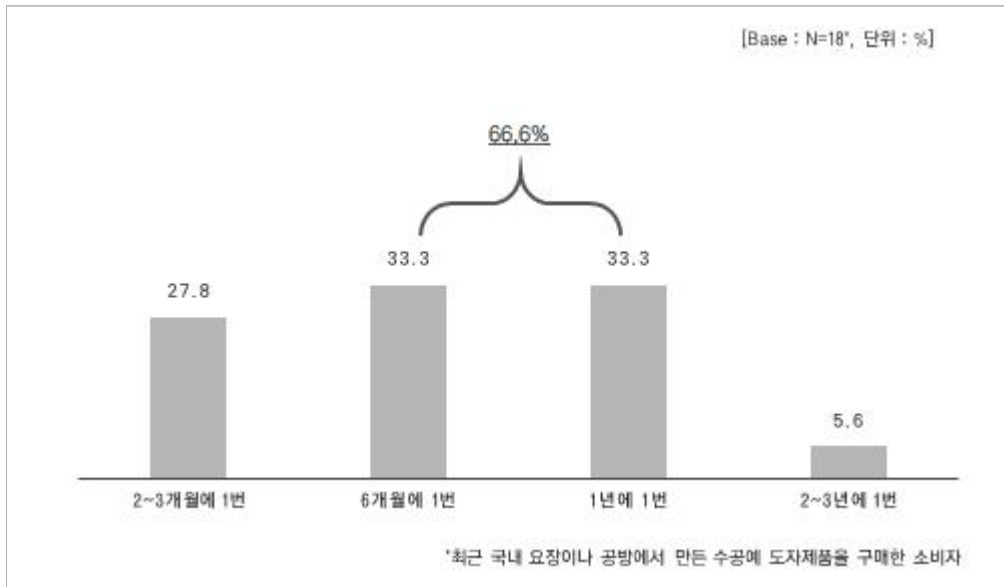
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	1만원 미만	1만원~3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~30만원 미만
전체	(18)	11.1	33.3	11.1	27.8	11.1
지역별	서울	(11)	0.0	36.4	9.1	36.4
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	대구	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	20.0	20.0	20.0	20.0
연령별	20~29세	(7)	28.6	28.6	0.0	14.3
	30~39세	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0
	40~49세	(5)	0.0	20.0	0.0	60.0
	50세 이상	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	0.0	30.0	20.0	40.0
	미혼	(8)	25.0	37.5	0.0	12.5
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	0.0	0.0	25.0	50.0
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	33.3	0.0	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	22.2	44.4	11.1	11.1
	500만원 이상	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0

7) 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품 구입횟수

- » 최근 1년 동안 수공예 도자제품을 구입한 횟수로는 '6개월~1년에 1번'이 66.6%로 가장 높았고, 뒤따라 '2~3개월에 1번' 27.8%, '2~3년에 1번' 5.6%로 나타났다.

<그림 3-20> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입횟수



<표 3-27> 최근 1년 동안 구입한 수공예 도자제품의 구입횟수

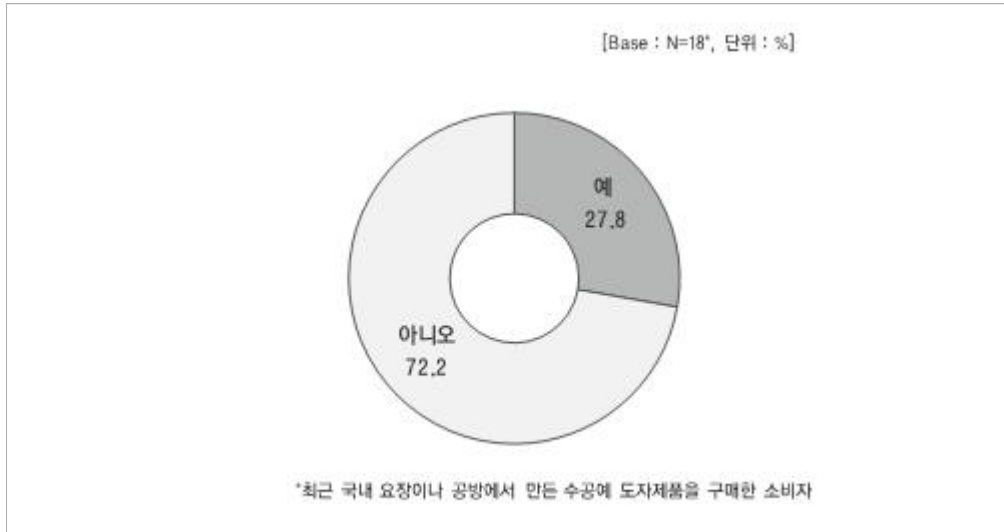
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	2~3개월에 1번	6개월에 1번	1년에 1번	2~3년에 1번	
전체	(18)	27.8	33.3	33.3	5.6	
지역별	서울	(11)	27.3	27.3	45.5	0.0
	대전	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	0.0	60.0	20.0	20.0
연령별	20~29세	(7)	57.1	28.6	14.3	0.0
	30~39세	(4)	25.0	25.0	50.0	0.0
	40~49세	(5)	0.0	60.0	20.0	20.0
	50세 이상	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	10.0	30.0	50.0	10.0
	미혼	(8)	50.0	37.5	12.5	0.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0
	300만원~400만원 미만	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	33.3	11.1	55.6	0.0
	500만원 이상	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0

8) 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부 및 그 이유

- » 온라인상(인터넷 앱을 이용해서)에서 수공예 도자제품을 구입해 본 적이 있는 사람은 27.8%(5명), 구입해 본적이 없는 사람은 72.2%(15명)로 나타났다.
- » 온라인으로 구매하는 이유로는 '온라인 구매의 편리함', '예쁜 디자인', '여러 제품 비교 가능' 등이 있었고, 구매하지 않는 이유로는 '신뢰 불가', '직접구매를 선호함', '깨지기 쉬움' 등이 있었다.

<그림 3-21> 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부



<표 3-28> 온라인상 수공예 도자제품 구입 여부

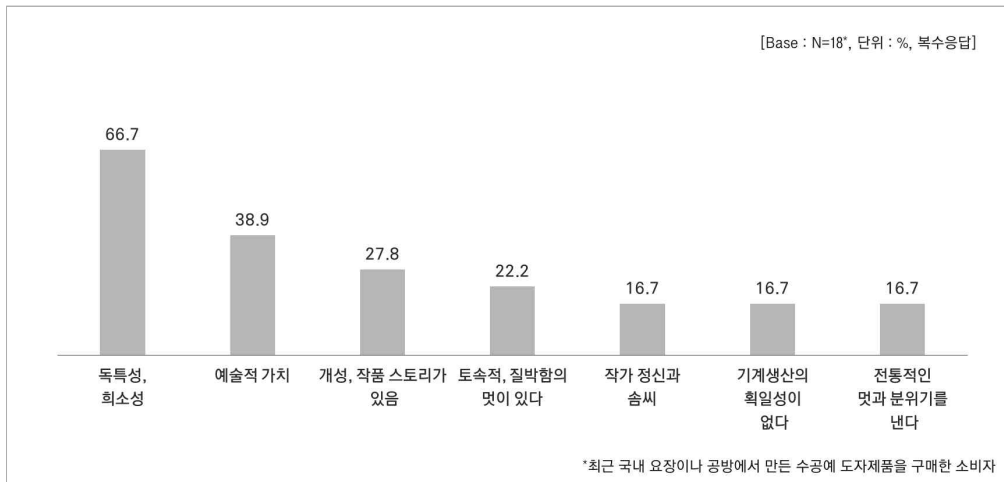
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	예	아니오	
전체	(18)	27.8	72.2	
지역별	서울	(11)	36.4	63.6
	대전	(1)	0.0	100.0
	대구	(1)	0.0	100.0
	부산	(5)	20.0	80.0
연령별	20~29세	(7)	28.6	71.4
	30~39세	(4)	0.0	100.0
	40~49세	(5)	60.0	40.0
	50세 이상	(2)	0.0	100.0
결혼 여부별	기혼	(10)	30.0	70.0
	미혼	(8)	25.0	75.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	50.0	50.0
	300만원~400만원 미만	(3)	66.7	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	11.1	88.9
	500만원 이상	(2)	0.0	100.0

9) 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점

- 기업브랜드 제품에 비해 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품이 갖는 장점으로서는 '독특성, 희소성'이 66.7%로 가장 높게 나타났고, 그 외에는 '예술적 가치' 38.9%, '개성, 작품 스토리가 있음' 27.8%, '토속적, 질박함의 맛이 있다' 22.2% 등이 있었다.

<그림 3-22> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점



<표 3-29> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점(1/2)

[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, 복수응답, N=18, 단위 : %]

구분	전체	독특성, 희소성	예술적 가치	개성, 작품 스토리가 있음	토속적, 질박함의 맛이 있다	작가 정신과 숨씨	
전체	(18)	66.7	38.9	27.8	22.2	16.7	
지역별	서울	(11)	63.6	45.5	18.2	18.2	18.2
	대전	(1)	100.0	100.0	0.0	100.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	부산	(5)	80.0	20.0	40.0	20.0	20.0
연령별	20~29세	(7)	85.7	42.9	42.9	14.3	14.3
	30~39세	(4)	50.0	25.0	0.0	50.0	50.0
	40~49세	(5)	60.0	60.0	40.0	0.0	0.0
	50세 이상	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	50.0	40.0	20.0	20.0	10.0
	미혼	(8)	87.5	37.5	37.5	25.0	25.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	300만원~400만원 미만	(3)	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0
	400만원~500만원 미만	(9)	77.8	33.3	33.3	22.2	0.0
	500만원 이상	(2)	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0

<표 3-30> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 장점(2/2)

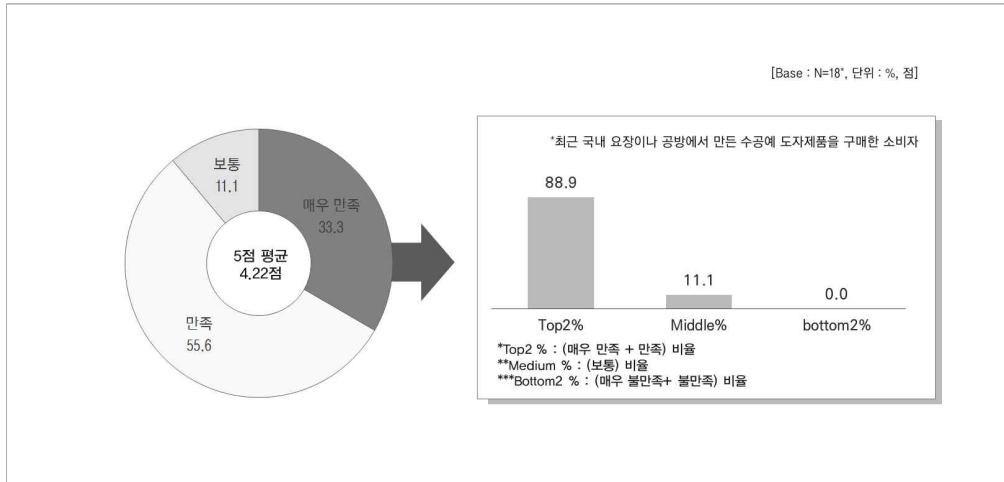
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, 복수응답, N=18, 단위 : %]

구분		전체	기계생산의 획일성이 없다	전통적인 멋과 분위기를 낸다	한국음식과 특별한 어울림이 있다	소장가치가 있다
전체		(18)	16.7	16.7	11.1	11.1
지역별	서울	(11)	9.1	18.2	9.1	18.2
	대전	(1)	100.0	100.0	100.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	20.0	0.0	0.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	14.3	42.9	14.3	28.6
	30~39세	(4)	25.0	0.0	25.0	0.0
	40~49세	(5)	20.0	0.0	0.0	0.0
	50세 이상	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	10.0	0.0	10.0	0.0
	미혼	(8)	25.0	37.5	12.5	25.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	25.0	0.0	25.0
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	0.0	33.3	0.0
	400만원~500만원 미만	(9)	11.1	22.2	11.1	11.1
	500만원 이상	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0

10) 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도

- ▶ 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도로는 5점 평균 4.22점으로 '만족함'은 88.9%('매우 만족' 33.3% + '만족' 55.6%), '보통' 11.1%, '불만족함' 0.0%로 나타났다.

<그림 3-23> 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도



<표 3-31> 구입한 수공예 도자제품에 대한 만족도

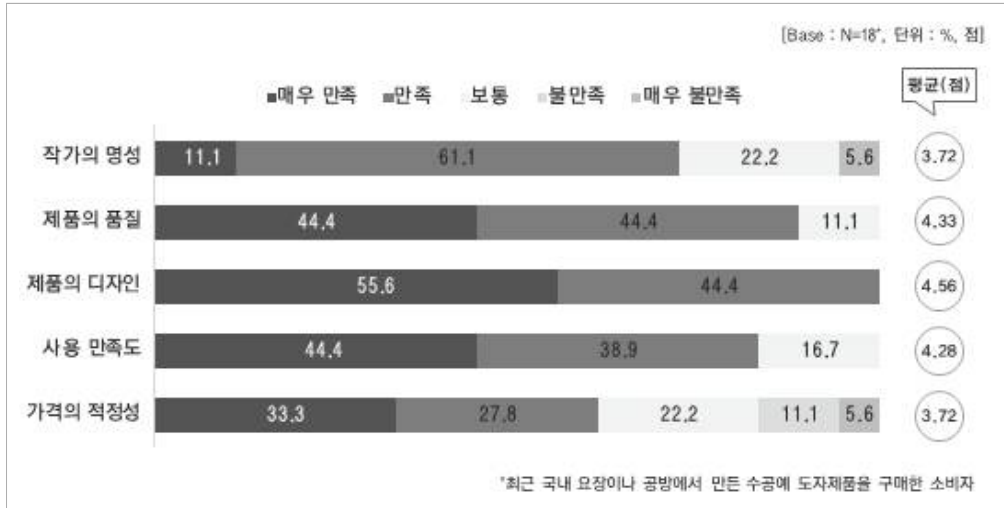
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %, 점]

구분	전체	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족	Top2% ④+⑤	Middle % ③	5점평균 (점)
전 체	(18)	11.1	55.6	33.3	88.9	11.1	4.22
지역별	서울	(11)	18.2	45.5	36.4	81.8	4.18
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	4.00
	대구	(1)	0.0	0.0	100.0	100.0	5.00
	부산	(5)	0.0	80.0	20.0	100.0	4.20
연령별	20~29세	(7)	0.0	42.9	57.1	100.0	4.57
	30~39세	(4)	25.0	50.0	25.0	75.0	4.00
	40~49세	(5)	0.0	80.0	20.0	100.0	4.20
	50세 이상	(2)	50.0	50.0	0.0	50.0	3.50
결혼 여부별	기혼	(10)	20.0	70.0	10.0	80.0	3.90
	미혼	(8)	0.0	37.5	62.5	100.0	4.63
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	75.0	4.00
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	66.7	33.3	100.0	4.33
	400만원~500만원 미만	(9)	11.1	55.6	33.3	88.9	4.22
	500만원 이상	(2)	0.0	50.0	50.0	100.0	4.50

11) 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도

- 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 사용 만족도는 '제품의 디자인'이 5점 평균 기준 4.56점으로 가장 높았고, 다음으로 '제품의 품질'이 4.33점, '사용 만족도'가 4.28점, '작가의 명성'과 '가격의 적정성'이 3.72점으로 나타났다.

<그림 3-24> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도



<표 3-32> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도 (5점 평균)

[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : 점 (5점 평균)]

구분	전체	작가의 명성	제품의 품질	제품의 디자인	사용 만족도	가격의 적정성	
전체	(18)	3.72	4.33	4.28	4.56	3.72	
지역별	서울	(11)	3.73	4.27	4.36	4.55	3.36
	대전	(1)	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	대구	(1)	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	부산	(5)	3.60	4.40	4.00	4.60	4.20
연령별	20~29세	(7)	3.71	4.29	4.57	4.57	4.14
	30~39세	(4)	4.00	4.25	4.25	4.25	3.50
	40~49세	(5)	3.60	4.40	4.00	4.80	4.20
	50세 이상	(2)	3.50	4.50	4.00	4.50	1.50
결혼 여부별	기혼	(10)	3.70	4.30	4.00	4.50	3.30
	미혼	(8)	3.75	4.38	4.63	4.63	4.25
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	4.00	4.25	4.25	4.50	3.75
	300만원~400만원 미만	(3)	3.00	4.33	4.67	4.67	4.33
	400만원~500만원 미만	(9)	3.89	4.33	4.22	4.44	3.22
	500만원 이상	(2)	3.50	4.50	4.00	5.00	5.00

<표 3-33> 기업브랜드 제품 대비 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품의 사용 만족도(만족 정도)

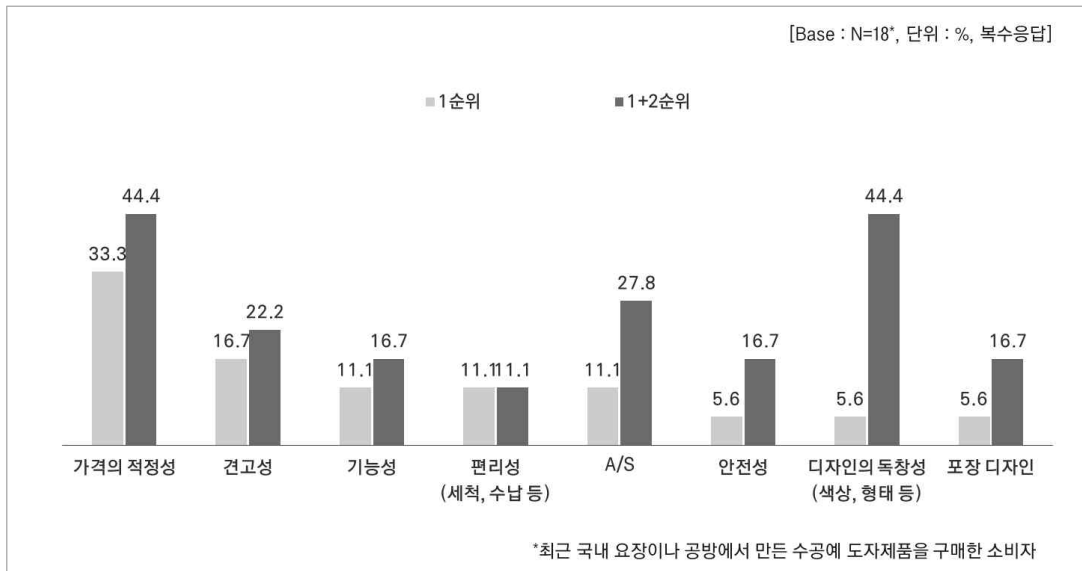
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18,단위 : %(만족 + 매우 만족)]

구분		전체	작가의 명성	제품의 품질	제품의 디자인	사용 만족도	가격의 적정성
전 체		(18)	72.2	88.9	83.3	100.0	11.1
지역별	서울	(11)	72.7	81.8	81.8	100.0	18.2
	대전	(1)	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	대구	(1)	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0
	부산	(5)	60.0	100.0	80.0	100.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	71.4	85.7	100.0	100.0	14.3
	30~39세	(4)	100.0	75.0	75.0	100.0	25.0
	40~49세	(5)	60.0	100.0	80.0	100.0	0.0
	50세 이상	(2)	50.0	100.0	50.0	100.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	70.0	90.0	70.0	100.0	10.0
	미혼	(8)	75.0	87.5	100.0	100.0	12.5
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	75.0	75.0	75.0	100.0	25.0
	300만원~400만원 미만	(3)	66.7	66.7	100.0	100.0	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	77.8	100.0	88.9	100.0	0.0
	500만원 이상	(2)	50.0	100.0	50.0	100.0	0.0

12) 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점

» 수공예 도자제품이 기업브랜드 제품에 비해 우선적으로 보완해야 할 점의 1순위로는 '가격의 적정성'이 33.3%로 가장 높았고, '견고성' 16.7%, '기능성'과 '편리성', 'A/S'는 각 11.1%로 나타났다. 이와 달리, 1+2순위로는 '가격의 적정성'과 '디자인의 독창성'이 44.4%로 가장 높게 나타났다.

<그림 3-25> 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점



<표 3-34> 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점 : 1순위

[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, N=18, 단위 : %]

구분	전체	가격의 적정성	견고성	기능성	편리성	A/S	안전성	디자인의 독창성	포장 디자인
전 체	(18)	33.3	16.7	11.1	11.1	11.1	5.6	5.6	5.6
지역별	서울	(11)	45.5	18.2	9.1	0.0	0.0	9.1	9.1
	대전	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	부산	(5)	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0
연령별	20~29세	(7)	14.3	28.6	14.3	0.0	28.6	14.3	0.0
	30~39세	(4)	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
	40~49세	(5)	60.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0
	50세 이상	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	50.0	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0	10.0
	미혼	(8)	12.5	25.0	25.0	0.0	25.0	12.5	0.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	300만원~400만원 미만	(3)	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0
	400만원~500만원 미만	(9)	33.3	33.3	0.0	11.1	22.2	0.0	0.0
	500만원 이상	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<표 3-35> 기업브랜드 제품 대비 수공예 도자제품의 보완점 : 1+2순위

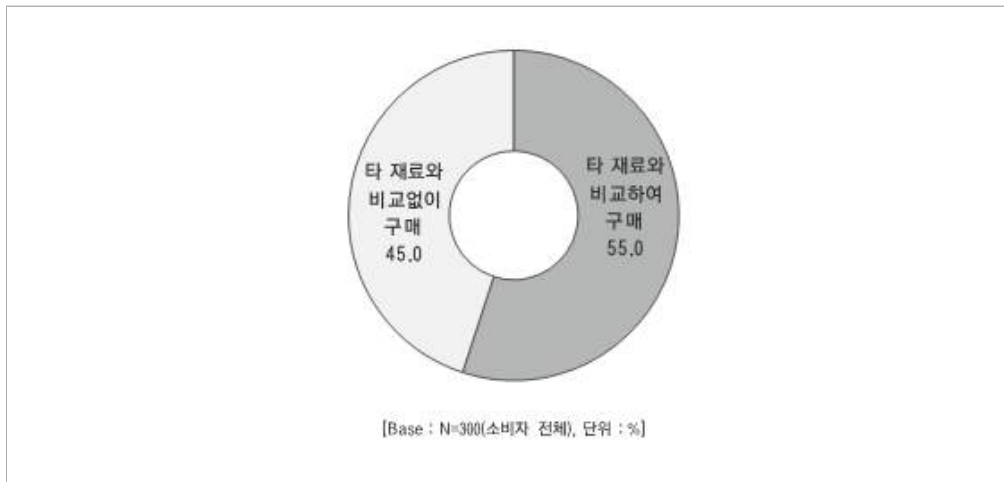
[Base : 수공예 도자제품 구매한 소비자, 복수응답, N=18, 단위 : %]

구분	전체	디자인의 독창성	가격의 적정성	A/S	견고성	기능성	안전성	포장 디자인	편리성	
전 체	(18)	44.4	44.4	27.8	22.2	16.7	16.7	16.7	11.1	
지역별	서울	(11)	54.5	54.5	9.1	27.3	9.1	18.2	27.3	0.0
	대전	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	부산	(5)	20.0	40.0	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0
연령별	20~29세	(7)	42.9	14.3	28.6	42.9	28.6	28.6	14.3	0.0
	30~39세	(4)	50.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0
	40~49세	(5)	40.0	60.0	40.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0
	50세 이상	(2)	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
결혼 여부별	기혼	(10)	50.0	70.0	20.0	10.0	0.0	10.0	20.0	20.0
	미혼	(8)	37.5	12.5	37.5	37.5	37.5	25.0	12.5	0.0
월평균 소득별	300만원 미만	(4)	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	300만원~400만원 미만	(3)	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3
	400만원~500만원 미만	(9)	33.3	55.6	22.2	33.3	11.1	22.2	11.1	11.1
	500만원 이상	(2)	50.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0

13) 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부

- » 소비자가 예술품 또는 장식용으로 도자제품을 구입할 때 유리나 금속, 목기 등 다른 재료의 공예품과의 비교 여부로는 '타 재료와 비교하여 구매'하는 사람은 55.0%(165명)로 나타났고, '타 재료와 비교 없이 구매'하는 사람은 45.0%(135명)로 나타났다.

<그림 3-26> 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부



<표 3-36> 예술품 또는 장식용으로 도자제품 구매 시 다른 재료의 공예품과 비교 여부

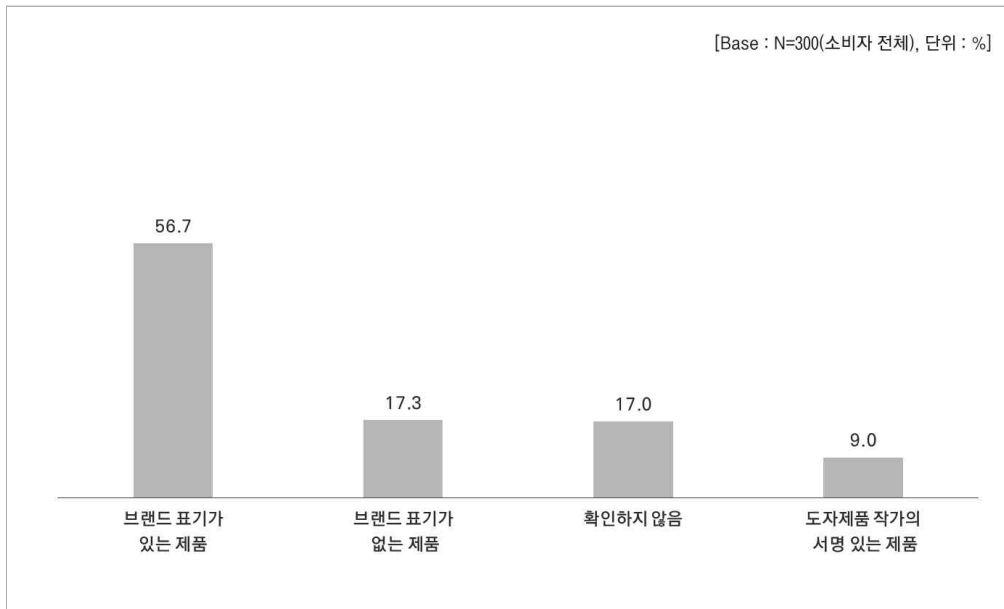
[Base = 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

구분		전체	타 재료와 비교하여 구매	타 재료와 비교 없이 구매
전 체		(300)	55.0	45.0
지역별	서울	(100)	57.0	43.0
	대전	(50)	52.0	48.0
	대구	(50)	54.0	46.0
	부산	(50)	54.0	46.0
	광주	(50)	56.0	44.0
연령별	20~29세	(75)	66.7	33.3
	30~39세	(75)	56.0	44.0
	40~49세	(75)	54.7	45.3
	50세 이상	(75)	42.7	57.3
결혼 여부별	기혼	(176)	51.1	48.9
	미혼	(124)	60.5	39.5
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	62.2	37.8
	300만원~400만원 미만	(71)	50.7	49.3
	400만원~500만원 미만	(124)	50.8	49.2
	500만원 이상	(31)	64.5	35.5

14) 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부

- ▶▶ 최근에 구입한 도자제품의 작가의 서명 또는 브랜드 표기 여부로는 과반수(56.7%)가 '브랜드 표기가 있는 제품'으로 나타났고, 그 외에는 '브랜드 표기가 없는 제품'은 17.3%, '확인하지 않음' 17.0%, '도자제품 작가의 서명 있는 제품' 9.0%로 나타났다.

<그림 3-27> 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부



<표 3-37> 최근 구입한 수공예 도자제품의 작가 서명 또는 브랜드 표기 여부

[Base = 소비자 전체, N=300, 단위 : %]

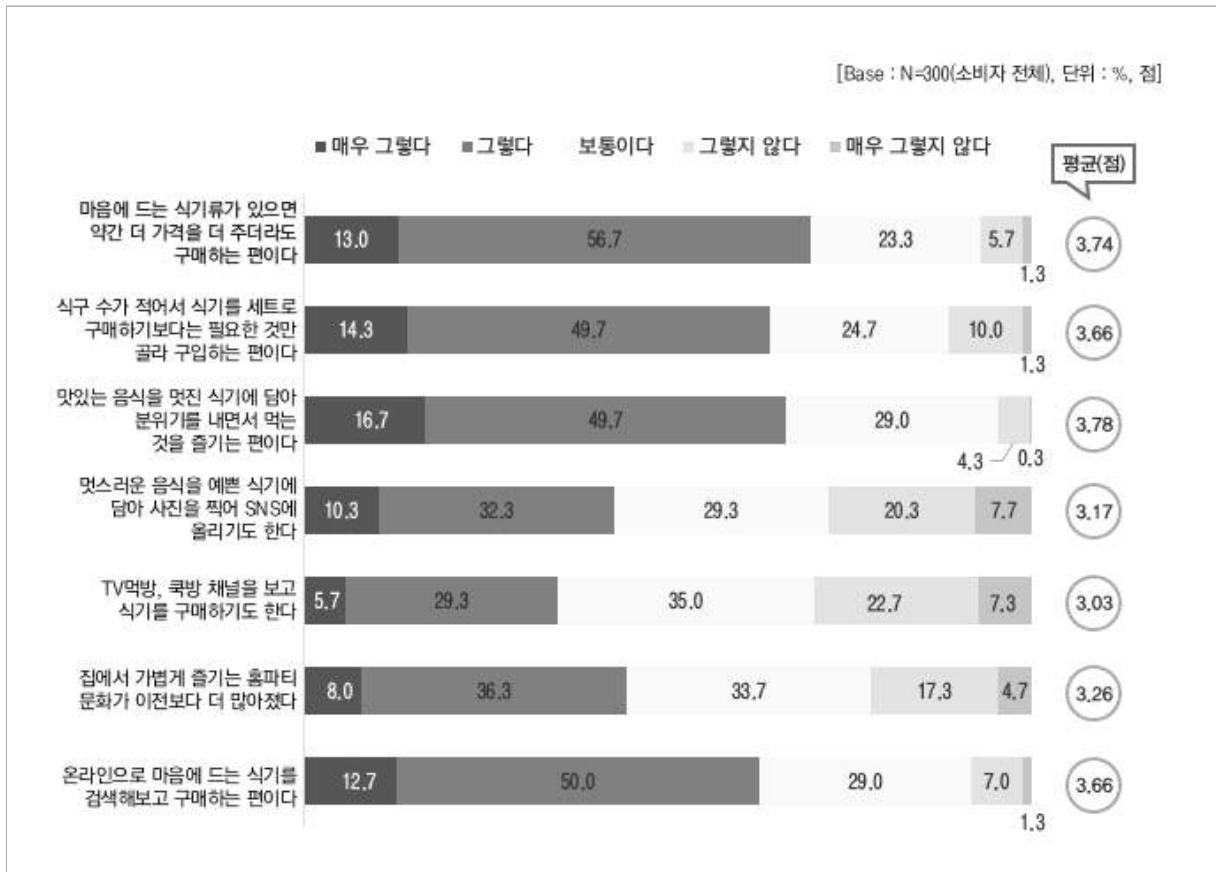
구분	전체	도자제품 작가의 서명 있는 제품	브랜드 표기가 있는 제품	브랜드 표기가 없는 제품	확인하지 않음	
전 체	(300)	9.0	56.7	17.3	17.0	
지역별	서울	(100)	14.0	46.0	21.0	19.0
	대전	(50)	4.0	68.0	18.0	10.0
	대구	(50)	4.0	68.0	10.0	18.0
	부산	(50)	4.0	64.0	12.0	20.0
	광주	(50)	14.0	48.0	22.0	16.0
연령별	20~29세	(75)	12.0	46.7	14.7	26.7
	30~39세	(75)	10.7	57.3	18.7	13.3
	40~49세	(75)	9.3	57.3	18.7	14.7
	50세 이상	(75)	4.0	65.3	17.3	13.3
결혼 여부별	기혼	(176)	8.5	56.8	19.3	15.3
	미혼	(124)	9.7	56.5	14.5	19.4
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	6.8	58.1	17.6	17.6
	300만원~400만원 미만	(71)	5.6	54.9	19.7	19.7
	400만원~500만원 미만	(124)	12.1	58.1	13.7	16.1
	500만원 이상	(31)	9.7	51.6	25.8	12.9

5. 라이프 스타일

1) 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일

- ▶ 최근에 생활식기를 구매하는 라이프 스타일로는 '맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다'가 5점 평균 기준 3.78점으로 가장 높았고, 다음으로 '마음에 드는 식기류가 있으면 약간 더 가격을 더 주더라도 구매하는 편이다' 3.74점, '식구 수가 적어서 식기를 세트로 구매하기보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다'와 '온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다'는 3.66점 등의 순으로 나타났다.

<그림 3-28> 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일



<표 3-38> 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일(5점 평균)

[Base = 소비자 전체, N=300, 단위 : 점(5점 평균)]

구분	전체	마음에 드는 식기류가 있으면 약간 가격을 더 구매하는 편이다	식구 수가 적어서 세트 구매하는 것만 구입하는 편이다	맛있는 식기 세트에 담아 먹는 것을 좋아한다	멋스러운 예쁜 식기에 담아 SNS에 올리기도 한다	TV력방, 쿠팡 채널을 보고 마음에 드는 식기를 구매하기도 한다	집에서 즐겨보는 홈퍼터가 이전보다 더 많아졌다	온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하는 편이다	
전 체	(300)	3.74	3.66	3.78	3.17	3.03	3.26	3.66	
지역별	서울	(100)	3.85	3.69	3.87	3.20	3.11	3.26	3.71
	대전	(50)	3.88	3.82	3.76	3.26	3.02	3.28	3.66
	대구	(50)	3.70	3.32	3.62	3.04	2.94	3.24	3.58
	부산	(50)	3.46	3.56	3.68	3.10	3.02	3.16	3.52
	광주	(50)	3.72	3.86	3.88	3.24	3.00	3.34	3.76
연령별	20~29세	(75)	3.76	3.67	3.97	3.68	3.13	3.55	3.71
	30~39세	(75)	3.68	3.75	3.72	3.20	3.13	3.36	3.83
	40~49세	(75)	3.67	3.57	3.75	3.03	3.19	3.25	3.68
	50세 이상	(75)	3.87	3.64	3.68	2.79	2.68	2.87	3.41
결혼 여부별	기혼	(176)	3.74	3.61	3.74	3.07	2.99	3.17	3.63
	미혼	(124)	3.74	3.72	3.83	3.31	3.09	3.38	3.69
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	3.76	3.91	3.76	3.04	3.08	3.27	3.81
	300만원~400만원 미만	(71)	3.73	3.61	3.70	3.23	3.01	3.27	3.54
	400만원~500만원 미만	(124)	3.69	3.55	3.79	3.18	2.93	3.12	3.58
	500만원 이상	(31)	3.94	3.61	3.97	3.35	3.39	3.74	3.87

<표 3-39> 최근 생활식기를 구매하는 라이프 스타일(동의 비율)

[Base = 소비자 전체, N=300, 단위 : %(매우 그렇다 + 그렇다)]

구분	전체	마음에 드는 식기류가 있으면 약간 가격을 더 구매하는 편이다	식구 수가 적어서 세트 구매하는 것만 구입하는 편이다	맛있는 식기 세트에 담아 먹는 것을 좋아한다	멋스러운 예쁜 식기에 담아 SNS에 올리기도 한다	TV력방, 쿠팡 채널을 보고 마음에 드는 식기를 구매하기도 한다	집에서 즐겨보는 홈퍼터가 이전보다 더 많아졌다	온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하는 편이다	
전 체	(300)	69.7	64.0	66.3	42.7	35.0	44.3	62.7	
지역별	서울	(100)	79.0	64.0	74.0	42.0	39.0	45.0	62.0
	대전	(50)	70.0	68.0	62.0	52.0	38.0	44.0	62.0
	대구	(50)	66.0	48.0	56.0	36.0	30.0	46.0	64.0
	부산	(50)	52.0	62.0	62.0	42.0	36.0	40.0	54.0
	광주	(50)	72.0	78.0	70.0	42.0	28.0	46.0	72.0
연령별	20~29세	(75)	66.7	66.7	76.0	60.0	36.0	56.0	64.0
	30~39세	(75)	65.3	66.7	62.7	42.7	37.3	49.3	73.3
	40~49세	(75)	70.7	61.3	66.7	38.7	48.0	46.7	65.3
	50세 이상	(75)	76.0	61.3	60.0	29.3	18.7	25.3	48.0
결혼 여부별	기혼	(176)	71.0	63.1	65.3	39.8	34.1	40.9	61.9
	미혼	(124)	67.7	65.3	67.7	46.8	36.3	49.2	63.7
월평균 소득별	300만원 미만	(74)	70.3	74.3	63.5	39.2	36.5	44.6	71.6
	300만원~400만원 미만	(71)	67.6	64.8	63.4	42.3	33.8	40.8	53.5
	400만원~500만원 미만	(124)	70.2	58.1	66.9	44.4	30.6	41.1	58.9
	500만원 이상	(31)	71.0	61.3	77.4	45.2	51.6	64.5	77.4

제4장 판매업체 조사 결과

1. 조사개요

1) 조사목적

- ▶ 본 조사는 요장 업체가 납품한 도자제품들이 도자 소비자에게 실제 판매가 이루어지는 최종 판매처를 조사하여, 각 판매처에서 가장 잘 팔리는 제품은 무엇이고, 소비자들의 국내 및 해외 브랜드에 대한 선호도는 어느 정도이며, 판매업체가 납품업체에 대해 갖고 있는 기대 사항은 어떠한 것인지를 종합적으로 파악하여 국내 도자 판매 시장의 현황을 이해하는 것을 목적으로 한다.

2) 조사대상

- ▶ 판매업체 특성별(도자전문 판매업체, 시장 내 업체, 할인점, 갤러리 등)로 분류하여 30개 업체에 조사를 진행하였다.

3) 응답 업체 특성

<표 4-1> 응답 업체 특성

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

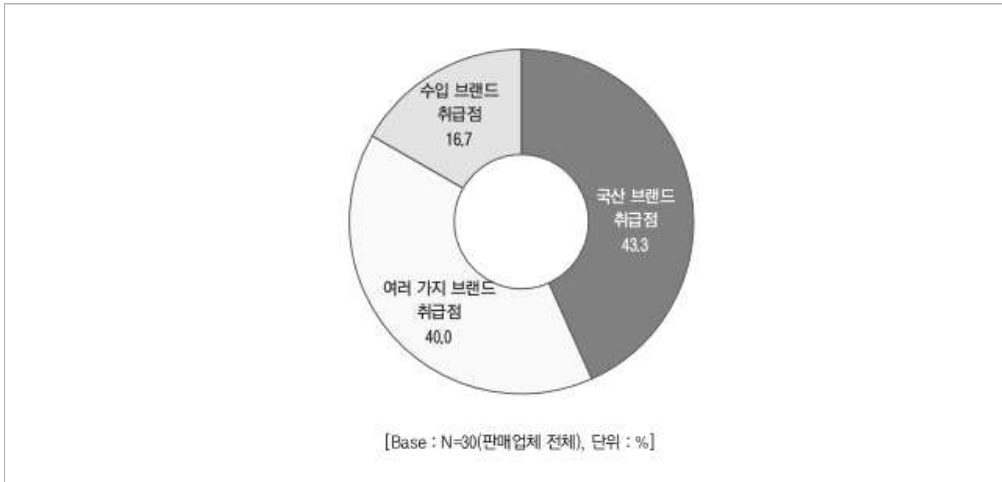
구분		전체	%
전체		(30)	100.0
업체유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	40.0
	국산브랜드 취급점	(13)	43.3
	수입브랜드 취급점	(5)	16.7
업체유형2	시장 내 업체	(5)	16.7
	도자전문 판매업체	(4)	13.3
	요장 직판/직영점	(7)	23.3
	갤러리/전시회	(5)	16.7
	도자기 도매상	(5)	16.7
	대형할인점	(4)	13.3
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	20.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	30.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	26.7
	2,000만원 이상	(7)	23.3

2. 판매업체 특성

1) 판매업체의 유형

- ▶ 판매업체의 유형으로는 '국산 브랜드 취급점' 43.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 '여러 가지 브랜드 취급점' 40.0%, '수입 브랜드 취급점'이 16.7%로 나타났다.

<그림 4-1> 판매업체 유형



<표 4-2> 판매업체의 유형

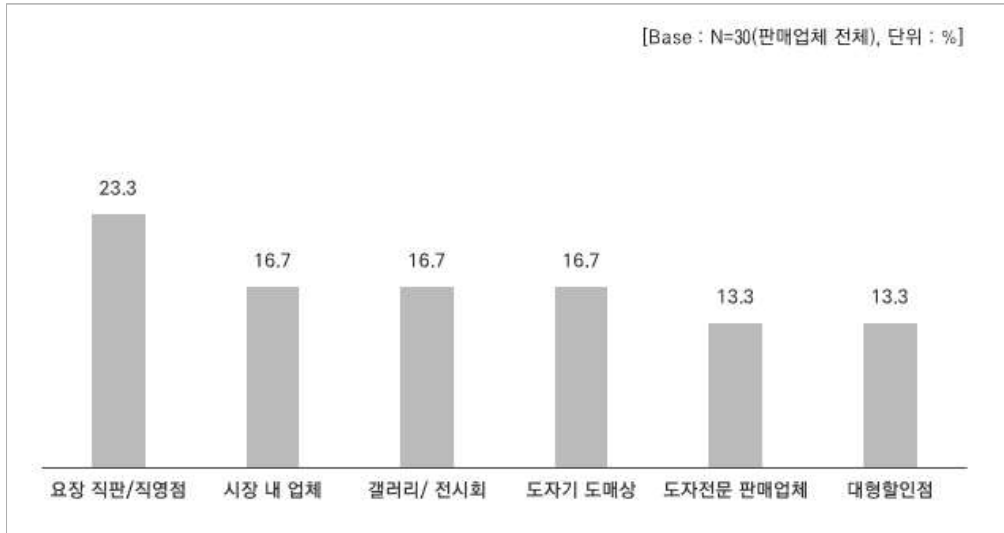
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	국산 브랜드 취급점	여러 가지 브랜드 취급점	수입 브랜드 취급점
전 체		(30)	43.3	40.0	16.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	0.0	100.0	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	100.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	0.0	100.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	80.0	20.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	75.0	0.0
	요장 직관/직영점	(7)	71.4	28.6	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	40.0	60.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	33.3	50.0	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	66.7	33.3	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	37.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	0.0	42.9	57.1

2) 판매업체의 세부 유형

- ▶ 판매업체의 세부 유형으로는 '요장 직판/직영점' 23.3%로 가장 높게 나타났고, 그 외에는 '시장 내 업체'와 '갤러리/전시회', '도자기 도매상'이 16.7% 등이 있었다.

<그림 4-2> 판매업체 세부 유형



<표 4-3> 판매업체의 세부 유형

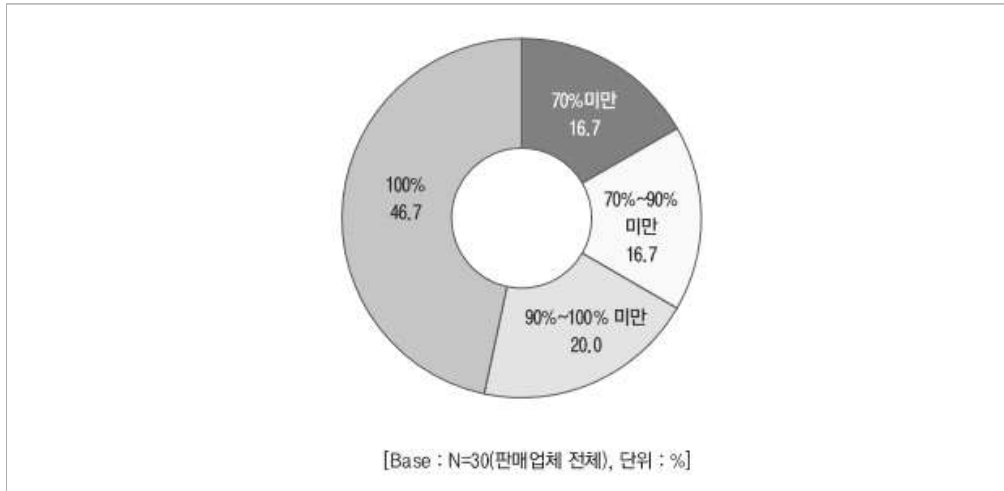
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	요장 직판/직영점	시장 내 업체	갤러리/전시회	도자기 도매상	도자전문 판매업체	대형할인점
전 체		(30)	23.3	16.7	16.7	16.7	13.3	13.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	16.7	33.3	0.0	25.0	25.0	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	38.5	0.0	38.5	15.4	7.7	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	갤러리/전시회	(5)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	0.0	16.7	33.3	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	44.4	11.1	22.2	22.2	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	12.5	37.5	25.0	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	28.6	0.0	0.0	14.3	42.9

3) 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중

- ▶ 업체의 전체 매출액 (100%) 중 도자제품의 판매 비중으로는 평균 83.3%를 차지하는 것으로 나타났고, '100% 도자제품 매출'이 46.7%로 가장 많았고, '90%~100%미만' 20.0%, '70%~90%미만', '70%미만'이 16.7%로 나타났다.

<그림 4-3> 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중



<표 4-4> 전체 매출액(100%) 중 도자제품의 판매 비중

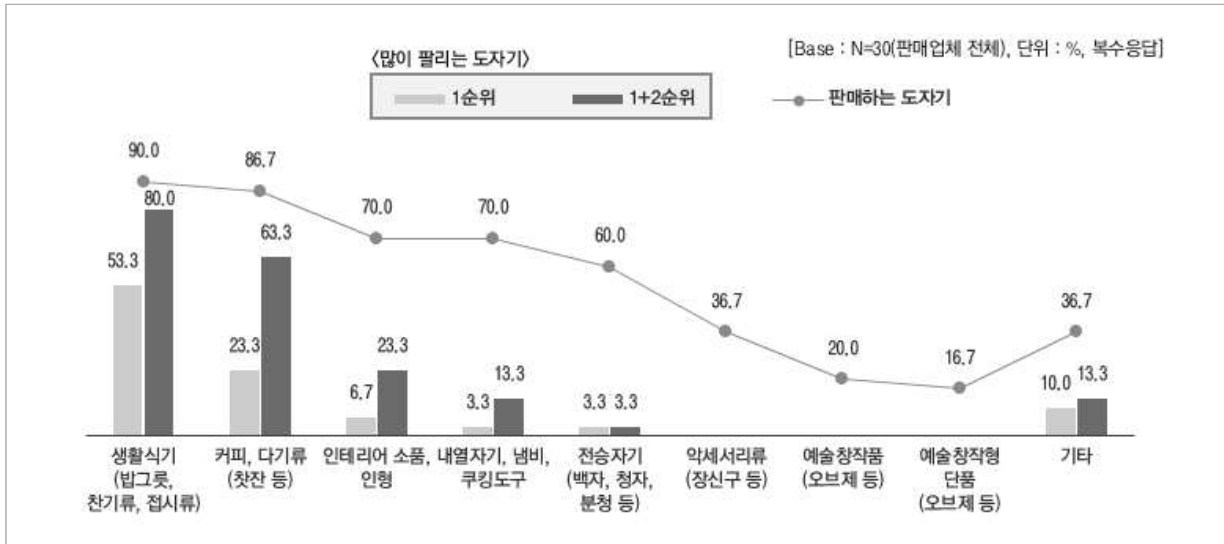
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	70%미만	70%~90% 미만	90%~100% 미만	100%	평균
전 체		(30)	16.7	16.7	20.0	46.7	83.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	25.0	25.0	33.3	16.7	75.8
	국산브랜드 취급점	(13)	0.0	7.7	15.4	76.9	96.9
	수입브랜드 취급점	(5)	40.0	20.0	0.0	40.0	66.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	40.0	40.0	0.0	20.0	64.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	0.0	50.0	25.0	85.0
	요장 직판/직영점	(7)	0.0	0.0	28.6	71.4	97.1
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	0.0	20.0	80.0	98.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	60.0	20.0	20.0	82.0
	대형할인점	(4)	50.0	0.0	0.0	50.0	65.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	33.3	33.3	85.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	11.1	22.2	11.1	55.6	87.8
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	12.5	12.5	75.0	95.0
	2,000만원 이상	(7)	42.9	14.3	28.6	14.3	62.9

4) 판매하는 도자기의 종류

- ▶ 판매업체에서 판매하는 도자기의 종류로는 대부분이 '생활식기'(90.3%)와 '커피, 다기류'(86.7%)를 판매한 것으로 나타났고, 그 외에는 '내열자기, 냄비, 쿠킹도구'(70.0%), '인테리어 소품, 인형'(70.0%), '전송자기' (60.0%) 등이 있었다.
- ▶ 가장 많이 팔리는 도자기 종류의 1순위 기준, '생활식기' 53.3%가 가장 많이 팔리는 것으로 나타났고, '커피, 다기류' 23.3%, '인테리어 소품, 인형' 6.7% 등의 순으로 나타났다. 1+2순위는 대부분(80.0%)은 '생활식기'인 것으로 나타나 많이 팔리는 도자기 종류를 판매업체에서 동일한 경향으로 판매하고 있는 것으로 나타난 한편, '악세서리류'는 36.7%의 업체에서 판매하고 있었으나, 많이 팔리는 종류는 아닌 것으로 보인다.

<그림 4-4> 판매하는 도자기의 종류



<표 4-5> 판매하는 도자기의 종류

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	생활식기	커피, 다기류	내열자기, 냄비, 쿠킹도구	인테리어 소품, 인형	전송자기	악세서리류	예술창작품	예술창작형 단품	기타
전체		(30)	90.0	86.7	70.0	70.0	60.0	36.7	20.0	16.7	36.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	91.7	75.0	91.7	83.3	66.7	58.3	16.7	16.7	50.0
	국산브랜드 취급점	(13)	92.3	92.3	69.2	84.6	69.2	23.1	23.1	23.1	30.8
	수입브랜드 취급점	(5)	80.0	100.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	100.0	80.0	80.0	40.0	20.0	60.0	20.0	0.0	60.0
	도자전문 판매업체	(4)	75.0	75.0	75.0	100.0	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	85.7	57.1	85.7	42.9	14.3	42.9	42.9	42.9
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	100.0	80.0	100.0	100.0	60.0	40.0	40.0	40.0
	도자기 도매상	(5)	100.0	80.0	100.0	80.0	100.0	40.0	0.0	0.0	20.0
	대형할인점	(4)	75.0	100.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	100.0	83.3	83.3	66.7	66.7	50.0	0.0	0.0	50.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	88.9	77.8	55.6	77.8	55.6	22.2	33.3	33.3	44.4
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	100.0	100.0	100.0	100.0	75.0	62.5	12.5	12.5	25.0
	2,000만원 이상	(7)	71.4	85.7	42.9	28.6	42.9	14.3	28.6	14.3	28.6

<표 4-6> 많이 팔리는 도자기 종류 : 1순위

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	생활식기	커피, 다기류	인테리어 소품, 인형	내열자기, 냄비, 쿠킹도구	전승자기	기타
전 체		(30)	53.3	23.3	6.7	3.3	3.3	10.0
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	25.0	25.0	16.7	0.0	8.3	25.0
	국산브랜드 취급점	(13)	76.9	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	66.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	55.6	22.2	11.1	0.0	0.0	11.1
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	50.0	25.0	12.5	0.0	0.0	12.5
	2,000만원 이상	(7)	42.9	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0

<표 4-7> 많이 팔리는 도자기 종류 : 1+2순위

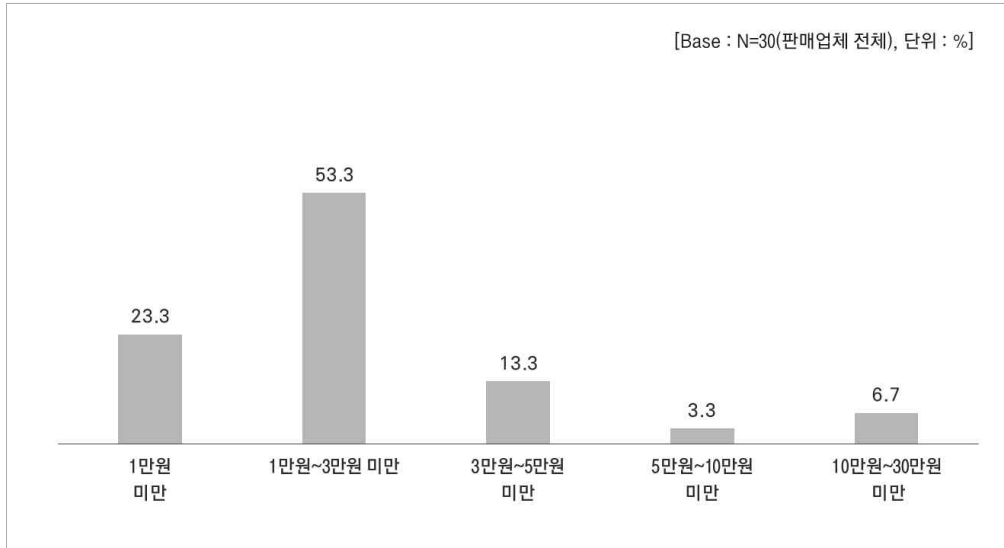
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	생활식기	커피, 다기류	인테리어 소품, 인형	내열자기, 냄비, 쿠킹도구	전승자기	기타
전 체		(30)	80.0	63.3	23.3	13.3	3.3	13.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	66.7	50.0	50.0	0.0	8.3	25.0
	국산브랜드 취급점	(13)	92.3	69.2	7.7	23.1	0.0	7.7
	수입브랜드 취급점	(5)	80.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	100.0	40.0	0.0	0.0	0.0	60.0
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	50.0	75.0	0.0	25.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	100.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	도자기 도매상	(5)	60.0	60.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	75.0	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	83.3	33.3	33.3	33.3	0.0	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	88.9	66.7	11.1	11.1	0.0	22.2
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	75.0	75.0	37.5	0.0	0.0	12.5
	2,000만원 이상	(7)	71.4	71.4	14.3	14.3	14.3	0.0

5) 많이 판매되는 도자제품의 가격대

» 업체에서 많이 판매되는 도자기의 가격대는 과반수(53.3%)가 '1만원~3만원 미만'으로 나타났고, 뒤따라 '1만원' 23.3%, '3만원~5만원' 13.3% 등이 나타났다.

<그림 4-5> 많이 판매되는 도자제품의 가격대



<표 4-8> 많이 판매되는 도자제품의 가격대

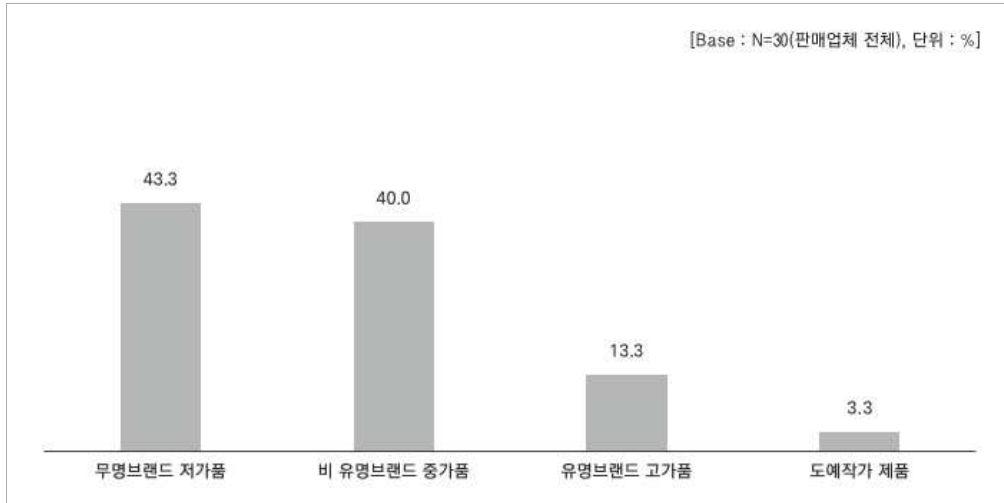
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	1만원 미만	1만원~3만원 미만	3만원~5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~30만원 미만	
전 체	(30)	23.3	53.3	13.3	3.3	6.7	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	25.0	58.3	8.3	0.0	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	23.1	61.5	15.4	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0
	요장 직관/직영점	(7)	14.3	71.4	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	22.2	55.6	22.2	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	75.0	12.5	0.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	42.9	14.3	14.3	0.0	28.6

6) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형

- ▶ 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형으로는 '무명브랜드 저가품'이 43.3%로 가장 높았고, 다음으로는 '비 유명브랜드 증가품'이 40.4%, '유명브랜드 고가품'이 13.3%로 뒤를 이었다.

<그림 4-6> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형



<표 4-9> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 브랜드 유형

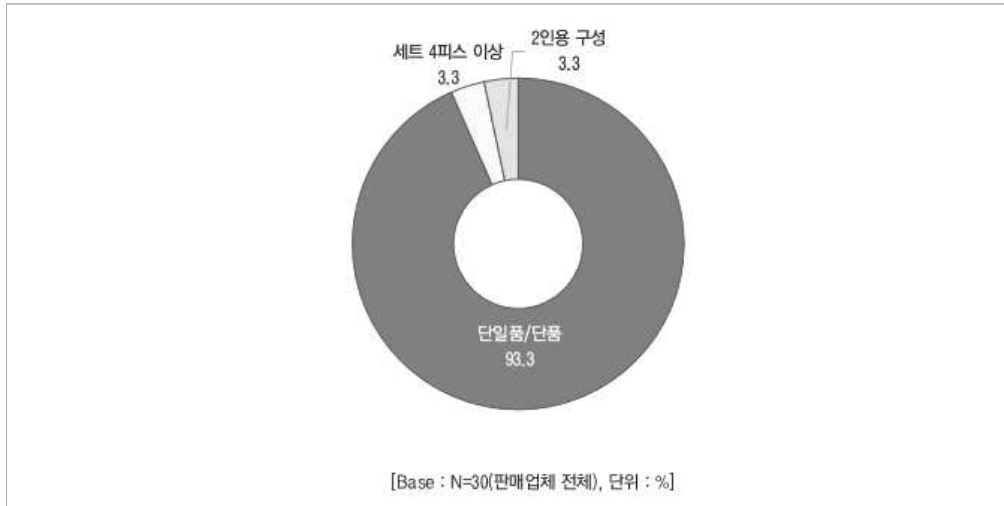
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	무명브랜드 저가품	비 유명브랜드 증가품	유명브랜드 고가품	도예작가 제품
전 체		(30)	43.3	40.0	13.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	50.0	33.3	8.3	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	53.8	46.2	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	40.0	60.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	80.0	20.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	75.0	0.0	0.0	25.0
	요장 직관/직영점	(7)	42.9	57.1	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	40.0	60.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	25.0	75.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	66.7	16.7	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	44.4	55.6	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	37.5	0.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	0.0	42.9	42.9	14.3

7) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성

- ▶ 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성으로는 대부분(93.3%)이 '단일품/단품'이었고, '세트 4피스 이상'과 '2인용 구성'이 3.3%이었다.

<그림 4-7> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성



<표 4-10> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 제품 구성

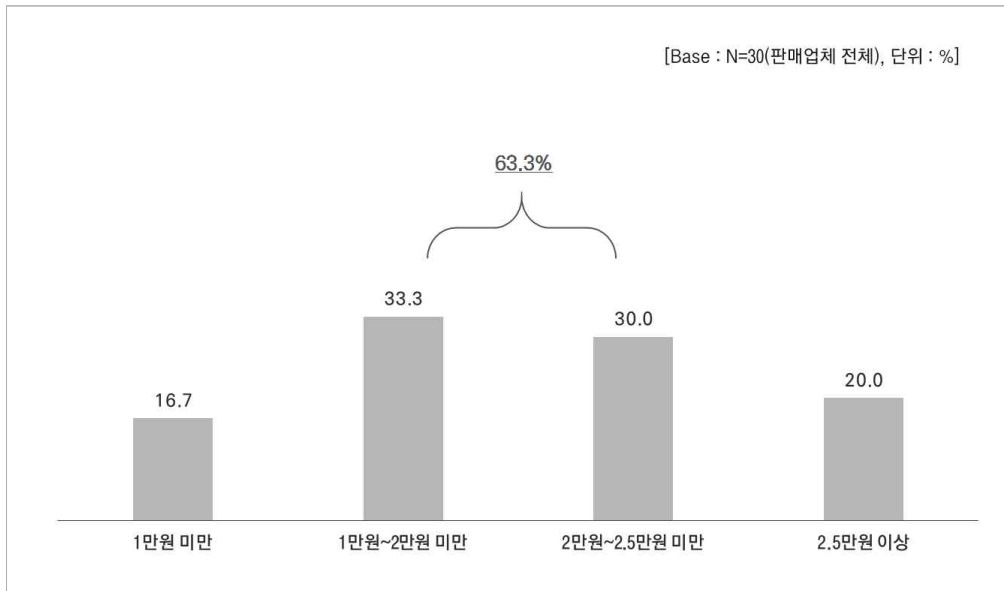
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	단일품/단품	세트 4피스 이상	2인용 구성
전 체		(30)	93.3	3.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	91.7	8.3	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	100.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	80.0	0.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	100.0	0.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	80.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	75.0	0.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	100.0	0.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	100.0	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	87.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	85.7	0.0	14.3

8) 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대

- ▶ 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대로는 '1만원~2.5만원 미만'이 63.3%로 가장 높았고, 다음으로는 '2.5만원 이상'이 20.0%, '1만원 미만' 16.7%의 순으로 나타났다.

<그림 4-8> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대



<표 4-11> 최근 가장 잘 팔리는 도자제품의 가격대

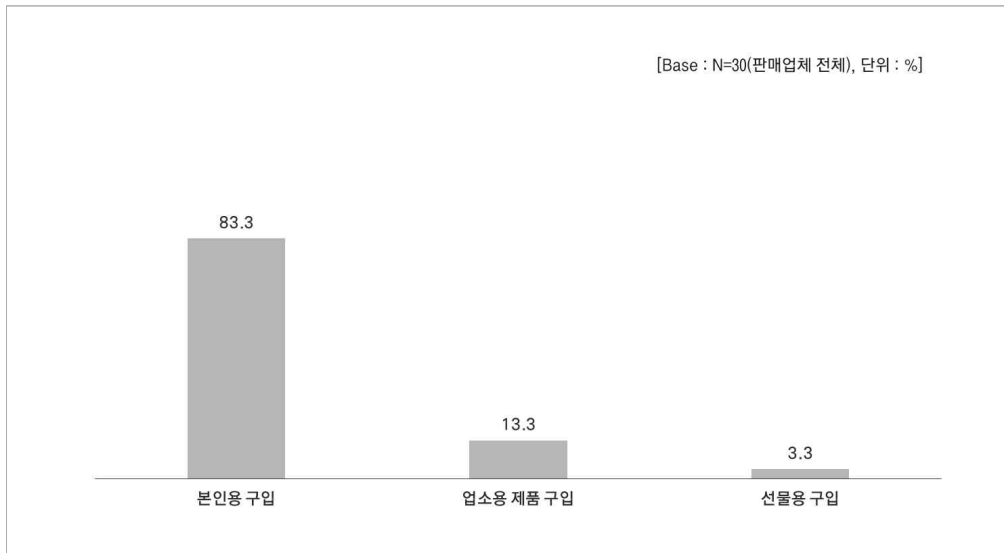
[Base ; 판매업자 전체, N=30, 단위 : %, 원]

구분		전체	1만원 미만	1만원~2만원 미만	2만원~2.5만원 미만	2.5만원 이상	평균 (원)
전 체		(30)	16.7	33.3	30.0	20.0	29,483
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	16.7	41.7	25.0	16.7	25,542
	국산브랜드 취급점	(13)	15.4	38.5	38.5	7.7	14,846
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	0.0	20.0	60.0	77,000
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	60.0	20.0	20.0	17,000
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	50,000
	요장 직관/직영점	(7)	0.0	28.6	57.1	14.3	18,571
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0	11,000
	도자기 도매상	(5)	60.0	20.0	20.0	0.0	9,900
	대형할인점	(4)	25.0	0.0	0.0	75.0	91,250
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	50.0	16.7	16.7	24,667
	500만원~1,000만원 미만	(9)	22.2	11.1	44.4	22.2	17,000
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	50.0	37.5	0.0	13,563
	2,000만원 이상	(7)	14.3	28.6	14.3	42.9	67,857

9) 업체 방문객의 구입 용도

- ▶ 방문객이 주로 구입하는 도자제품의 구입 용도로는 대부분(83.3%)이 '본인용 구입'을 위한 용도였고, 그 외에 '업소용 제품 구입' 13.3%, '선물용 구입' 3.3%로 나타났다.

<그림 4-9> 업체 방문객의 구입 용도



<표 4-12> 업체 방문객의 구입 용도

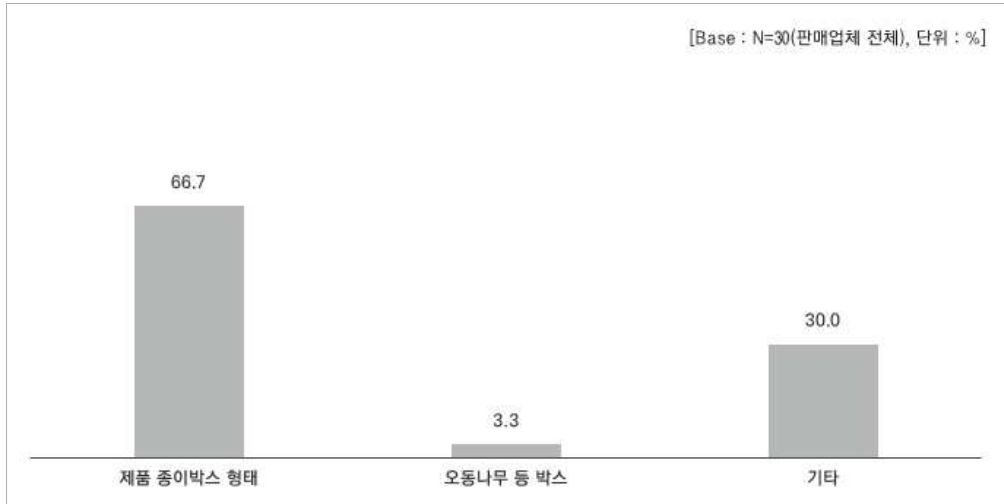
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	본인용 구입	업소용 제품 구입	선물용 구입
전 체		(30)	83.3	13.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	66.7	25.0	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	100.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	80.0	20.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	80.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	75.0	0.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	100.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	100.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	83.3	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	88.9	11.1	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	87.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	71.4	14.3	14.3

10) 업체 방문객의 선호하는 포장형태

▶ 방문객이 선호하는 포장형태로는 '제품 종이박스 형태'가 66.7%가 가장 높게 나타났고 '오동나무 등 박스'는 3.3%로 나타났다.

<그림 4-10> 업체 방문객의 선호하는 포장형태



<표 4-13> 업체 방문객의 선호하는 포장형태

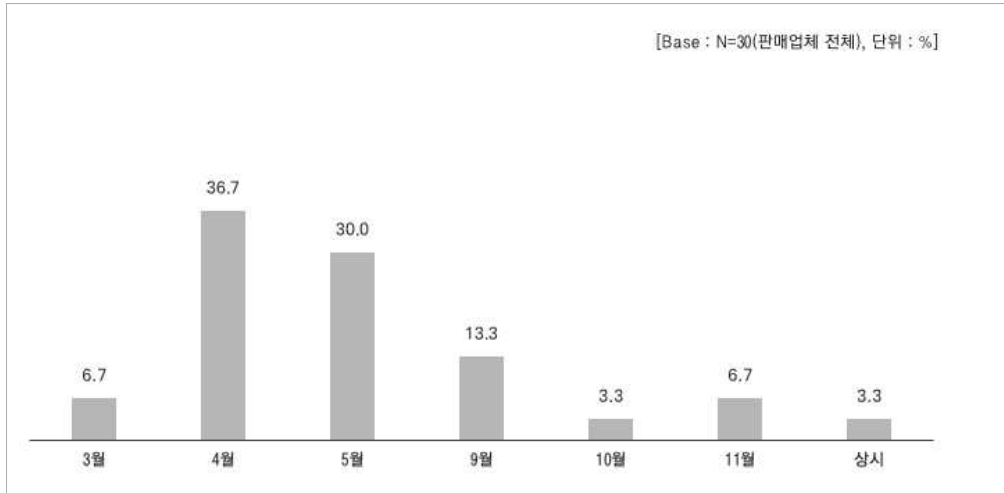
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	제품 종이박스 형태	오동나무 등 박스	기타
전 체		(30)	66.7	3.3	30.0
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	58.3	8.3	33.3
	국산브랜드 취급점	(13)	69.2	0.0	30.8
	수입브랜드 취급점	(5)	80.0	0.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	25.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	71.4	0.0	28.6
	갤러리/ 전시회	(5)	60.0	0.0	40.0
	도자기 도매상	(5)	40.0	0.0	60.0
	대형할인점	(4)	75.0	0.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	66.7	0.0	33.3
	500만원~1,000만원 미만	(9)	77.8	0.0	22.2
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	0.0	37.5
	2,000만원 이상	(7)	57.1	14.3	28.6

11) 도자제품이 많이 팔리는 시기

» 업체의 도자제품이 가장 많이 팔리는 시기로는 4월(36.7%) > 5월(30.0%) > 9월(13.3%) 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-11> 도자제품이 많이 팔리는 시기



<표 4-14> 도자제품이 많이 팔리는 시기

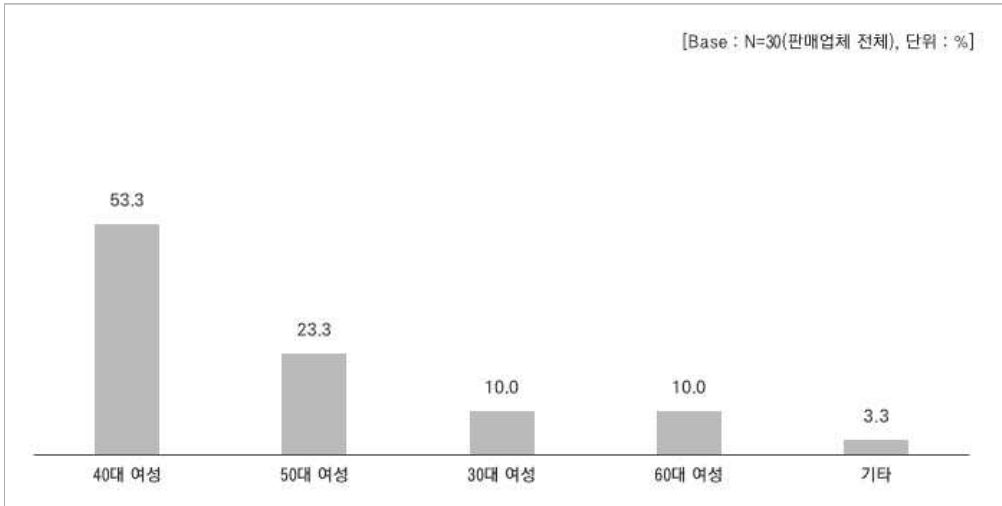
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	3월	4월	5월	9월	10월	11월	상시
전체		(30)	6.7	36.7	30.0	13.3	3.3	6.7	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	8.3	41.7	16.7	16.7	8.3	8.3	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	7.7	38.5	46.2	7.7	0.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	14.3	14.3	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	11.1	55.6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	37.5	37.5	12.5	0.0	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	0.0	14.3

12) 업체 주요 고객층의 연령대

- » 매장을 방문하는 주요 고객층의 연령대로는 과반수(53.3%)가 '40대 여성'으로 가장 많았고, 그 외에는 '50대 여성' 23.3%, '30대 여성'과 '60대 여성'이 10.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-12> 업체 주요 고객층의 연령대



<표 4-15> 업체 주요 고객층의 연령대

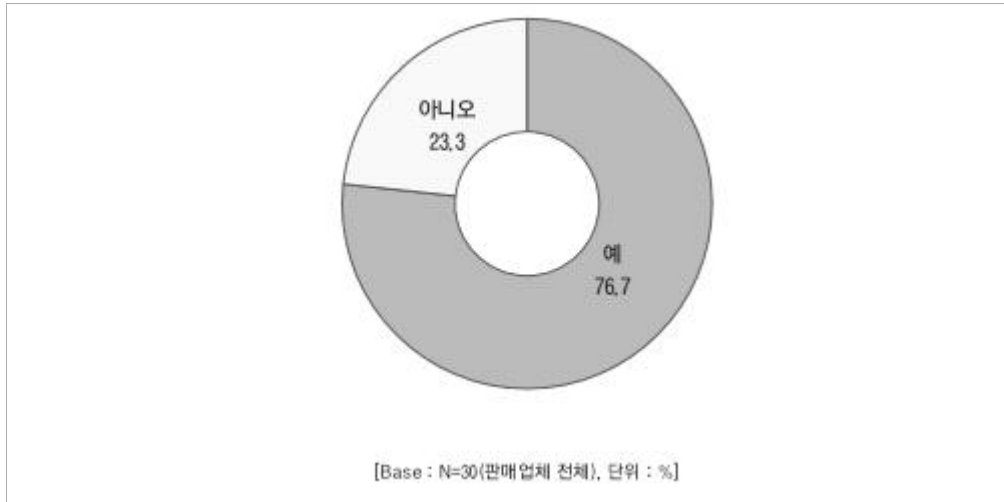
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	40대 여성	50대 여성	30대 여성	60대 여성	기타
전 체		(30)	53.3	23.3	10.0	10.0	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	41.7	16.7	8.3	25.0	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	46.2	38.5	15.4	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	42.9	42.9	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0
	대형할인점	(4)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	33.3	16.7	33.3	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	44.4	44.4	11.1	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	85.7	0.0	0.0	0.0	14.3

13) 외국인의 방문 여부

» 매장에 외국인이 구매하려 방문하는 업체는 76.7%(23개)로 나타났다.

<그림 4-13> 외국인의 방문 여부



<표 4-16> 외국인의 방문 여부

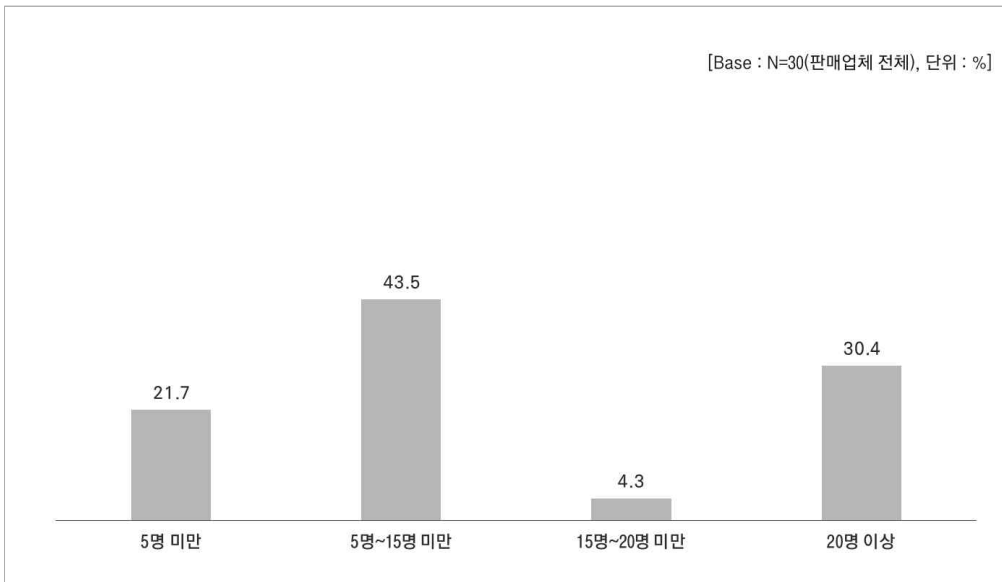
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	예	아니오
전 체		(30)	76.7	23.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	91.7	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	69.2	30.8
	수입브랜드 취급점	(5)	60.0	40.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	80.0	20.0
	도자전문 판매업체	(4)	75.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	71.4	28.6
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	20.0
	도자기 도매상	(5)	80.0	20.0
	대형할인점	(4)	75.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	66.7	33.3
	500만원~1,000만원 미만	(9)	88.9	11.1
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	87.5	12.5
	2,000만원 이상	(7)	57.1	42.9

14) 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수

- ▶ 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수로는 평균 19.5명으로 '5명~15명 미만' 43.5%로 가장 많았고, 다음으로는 '20명 이상' 30.4%, '5명 미만' 21.7%, '15명~20명 미만' 4.3%의 순으로 나타났다.
- 이상치(outlier)인 1개 업체의 응답 값 200명을 제외하여 산출 시 평균 11.2명으로 나타났다.

<그림 4-14> 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수



<표 4-17> 매장에 방문하는 월평균 외국인 방문객 수

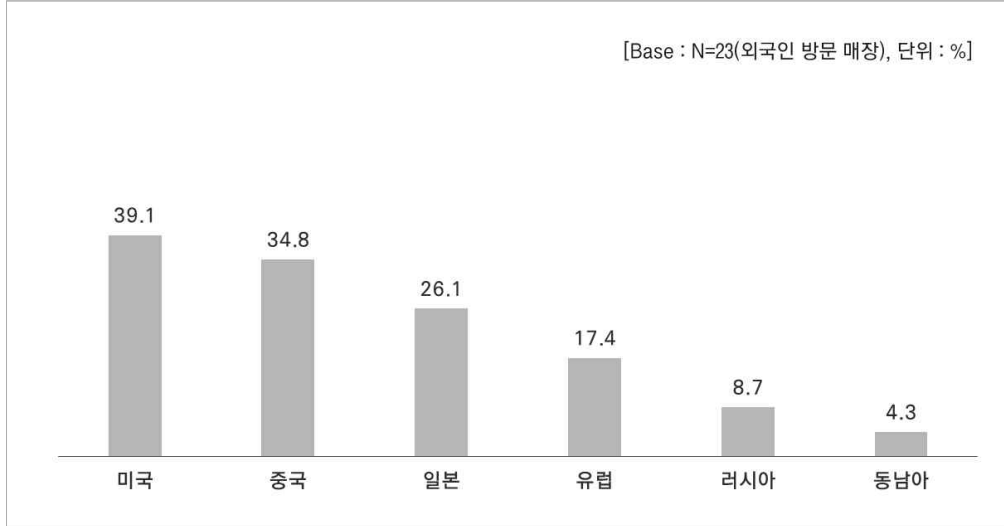
[Base : 외국인이 방문하는 판매업체, N=23, 단위 : %, 명]

구분		전체	5명 미만	5명~15명 미만	15명~20명 미만	20명 이상	평균 (명)
전 체		(23)	21.7	43.5	4.3	30.4	19.5
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	9.1	54.5	0.0	36.4	29.6
	국산브랜드 취급점	(9)	33.3	33.3	11.1	22.2	10.7
	수입브랜드 취급점	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	9.0
업체 유형2	시장 내 업체	(4)	0.0	50.0	0.0	50.0	60.0
	도자전문 판매업체	(3)	0.0	66.7	0.0	33.3	16.7
	요장 직관/직영점	(5)	60.0	0.0	0.0	40.0	9.0
	갤러리/ 전시회	(4)	0.0	75.0	25.0	0.0	8.8
	도자기 도매상	(4)	25.0	50.0	0.0	25.0	13.0
	대형할인점	(3)	33.3	33.3	0.0	33.3	9.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(4)	0.0	50.0	0.0	50.0	13.8
	500만원~1,000만원 미만	(8)	50.0	25.0	12.5	12.5	9.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(7)	0.0	71.4	0.0	28.6	13.6
	2,000만원 이상	(4)	25.0	25.0	0.0	50.0	56.8

15) 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적

- ▶ 매장을 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적으로는 '미국'이 39.1%로 가장 높았고, 다음으로 '중국' 34.8%, '일본' 26.1%, '유럽' 17.4% 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-15> 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적



<표 4-18> 매장에 방문하는 외국인 방문객의 주요 국적

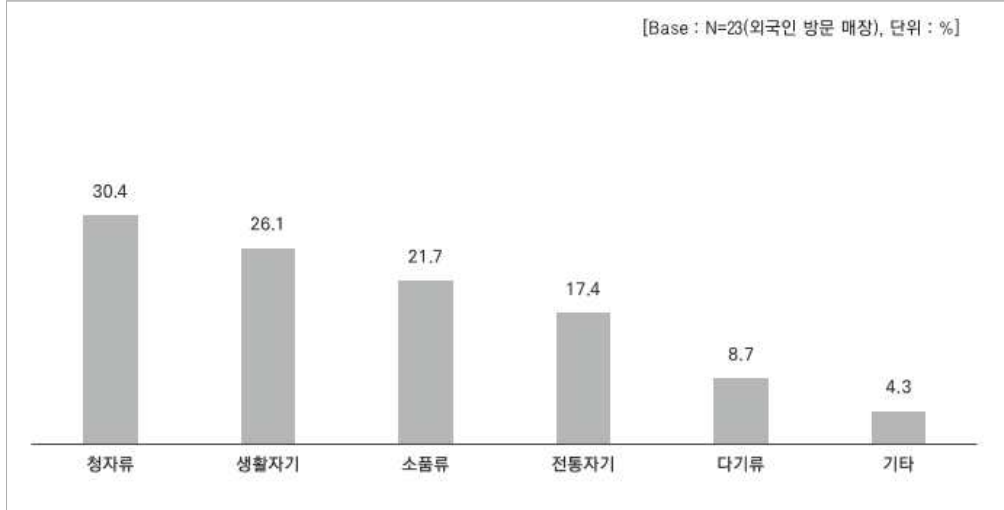
[Base : 외국인이 방문하는 판매업체, N=23, 단위 : %]

구분		전체	미국	중국	일본	유럽	러시아	동남아
전 체		(23)	39.1	34.8	26.1	17.4	8.7	4.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	54.5	27.3	36.4	18.2	0.0	9.1
	국산브랜드 취급점	(9)	33.3	22.2	22.2	22.2	22.2	0.0
	수입브랜드 취급점	(3)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(4)	25.0	75.0	75.0	0.0	0.0	25.0
	도자전문 판매업체	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	요장 직판/직영점	(5)	40.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(4)	25.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
	도자기 도매상	(4)	75.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	대형할인점	(3)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	500만원~1,000만원 미만	(8)	62.5	25.0	25.0	0.0	12.5	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(7)	14.3	28.6	42.9	42.9	14.3	0.0
	2,000만원 이상	(4)	0.0	75.0	25.0	25.0	0.0	0.0

16) 외국인 방문객의 주요 구입 제품

- 외국인 방문객이 주로 구입하는 제품으로는 '청자류' 30.4%가 가장 높았고, 뒤따라 '생활자기' 26.1%, '소품류' 21.7%, '전통자기' 17.4% 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-16> 외국인 방문객의 주요 구입 제품



<표 4-19> 외국인 방문객의 주요 구입 제품

[Base : 외국인이 방문하는 판매업체, N=23, 단위 : %]

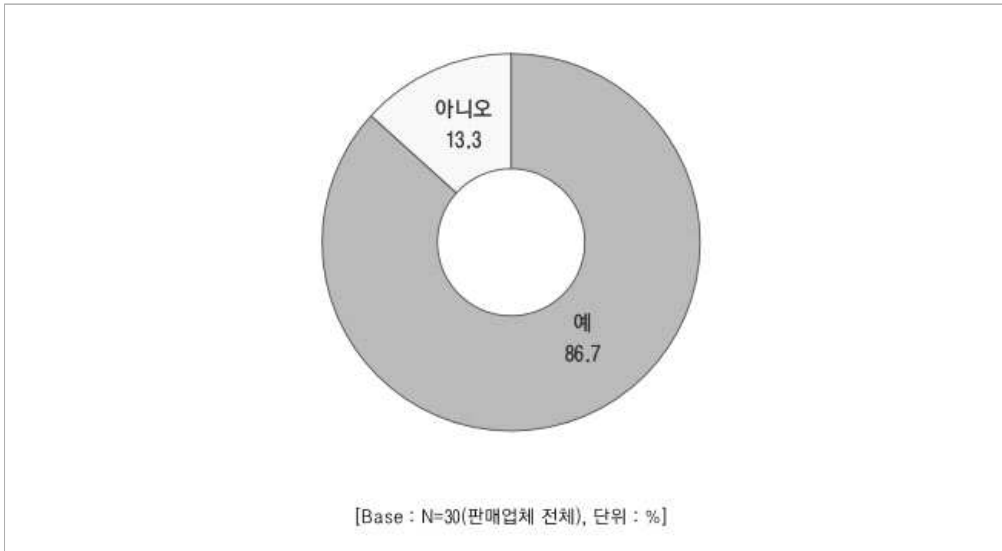
구분		전체	청자류	생활자기	소품류	전통자기	다기류	기타
전 체		(23)	30.4	26.1	21.7	17.4	8.7	4.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	54.5	18.2	27.3	9.1	0.0	0.0
	국산브랜드 취급점	(9)	11.1	33.3	22.2	33.3	11.1	0.0
	수입브랜드 취급점	(3)	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3
업체 유형2	시장 내 업체	(4)	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(3)	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0
	요장 직관/직영점	(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(4)	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0
	도자기 도매상	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	대형할인점	(3)	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3
월 평균 매출액	500만원 미만	(4)	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(8)	37.5	25.0	25.0	0.0	12.5	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(7)	28.6	14.3	28.6	57.1	0.0	0.0
	2,000만원 이상	(4)	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0

3. 도예작가가 만든 수공예 제품 취급형태

1) 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부

- ▶ 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품을 판매하는 업체는 86.7%(26개), 판매하지 않는 업체는 13.3%(4개)로 나타났다.
- ▶ 수공예 제품 판매 이유로는 '요장 직접 운영/직판', '이천지역 요장 이용', '지역적 접근성', '본사 정책', '도자재단 내 판매점' 등이 있었고, 판매하지 않는 이유로는 '본사 정책상', '수입 아울렛', '가격이 맞지 않아서' 등이 있었다.

<그림 4-17> 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부



<표 4-20> 공방이나 요장에서 만드는 수공예 제품 판매 여부

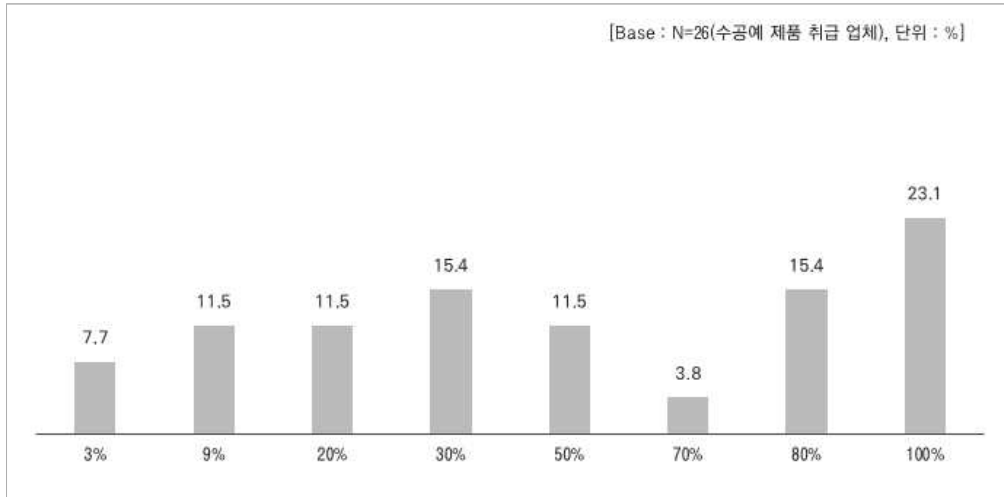
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	예	아니오
전 체		(30)	86.7	13.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	91.7	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	100.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	40.0	60.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	60.0	40.0
	도자전문 판매업체	(4)	100.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	100.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	100.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	100.0	0.0
	대형할인점	(4)	50.0	50.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	100.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	100.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	100.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	42.9	57.1

2) 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중

- 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중으로는 평균 61.4%로 '100% 비중'이 23.1%로 가장 높았고, 뒤따라 '80% 비중'과 '30% 비중'이 15.4%로 높은 것으로 나타났다.

<그림 4-18> 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중



<표 4-21> 전체 도자제품 중 수공예 도자제품의 비중

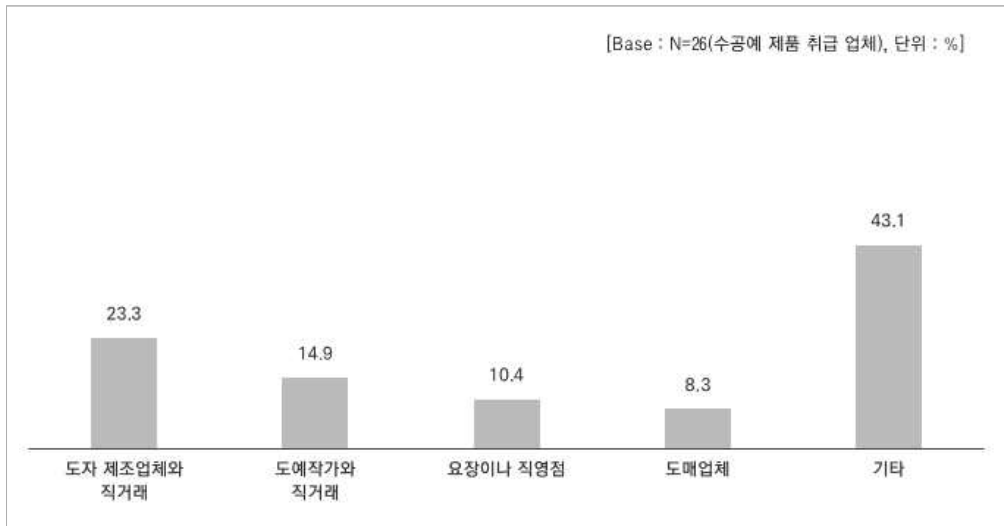
[Base =수공예품 취급 업체, N=26, 단위 : %]

구분	전체	3%	9%	20%	30%	50%	70%	80%	100%	평균 (%)	
전 체	(26)	7.7	11.5	11.5	15.4	11.5	3.8	15.4	23.1	61.4	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	9.1	27.3	18.2	18.2	18.2	0.0	9.1	0.0	50.3
	국산브랜드 취급점	(13)	7.7	0.0	0.0	15.4	7.7	7.7	23.1	38.5	71.0
	수입브랜드 취급점	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	60.0
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	27.7
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	57.5
	요장 직관/직영점	(7)	0.0	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	57.1	87.1
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	60.0	0.0	68.0
	도자기 도매상	(5)	20.0	0.0	0.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	42.6
	대형할인점	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	60.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	33.3	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	0.0	11.1	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	33.3	70.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	37.5	25.0	73.8
	2,000만원 이상	(3)	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	93.3

3) 수공예 도자제품을 납품받는 경로

- 수공예 도자제품을 납품받는 경로별 비중으로는 '기타'가 43.1%로 가장 높게 나타났고, 그 외에는 '도자 제조업체와 직거래' 23.3%, '도예작가와 직거래' 14.9%, '요장이나 직영점' 10.4% 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-19> 수공예 도자제품을 납품받는 경로



<표 4-22> 수공예 도자제품을 납품받는 경로

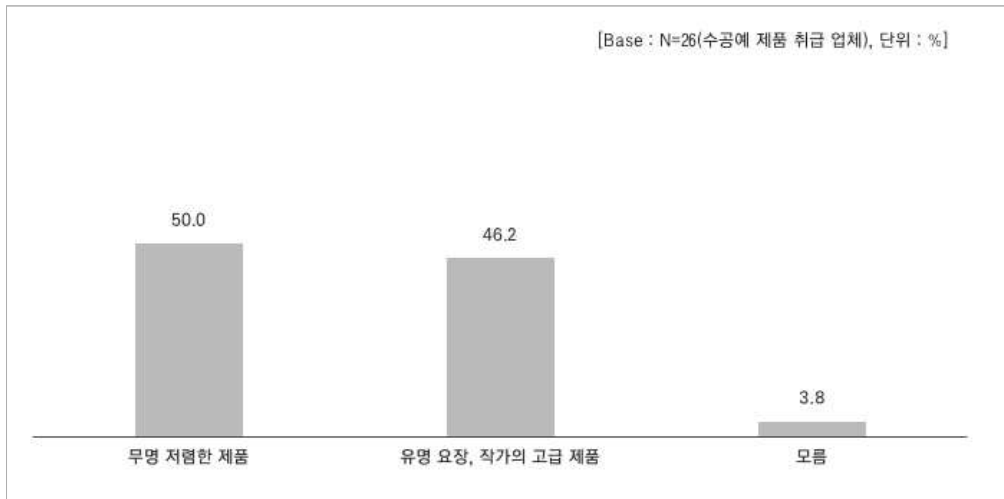
[Base : 수공예품 취급 업체, N=26, 단위 : %]

구분		전체	도자 제조업체와 직거래	도예작가와 직거래	요장이나 직영점에 가서 구매해 음	도매업체	기타
전 체		(26)	23.3	14.9	10.4	8.3	43.1
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	30.0	18.6	23.6	16.8	10.9
	국산브랜드 취급점	(13)	21.3	14.1	0.8	2.3	61.5
	수입브랜드 취급점	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	40.0	16.7	0.0	43.3	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	35.0	26.3	28.8	10.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	4.3	4.3	10.7	6.4	74.3
	갤러리/ 전시회	(5)	10.0	10.0	0.0	0.0	80.0
	도자기 도매상	(5)	53.4	30.6	16.0	0.0	0.0
	대형할인점	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	39.5	14.7	5.8	23.3	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	16.7	11.1	7.2	7.2	57.8
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	27.5	25.0	10.0	0.0	37.5
	2,000만원 이상	(3)	0.0	0.0	30.0	3.3	66.7

4) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군

- ▶ 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군으로는 '무명 저렴한 제품'이 50.0%로 가장 높았고, 뒤따라 '유명 요장, 작가의 고급 제품' 46.2%로 나타났다.

<그림 4-20> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군



<표 4-23> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품군

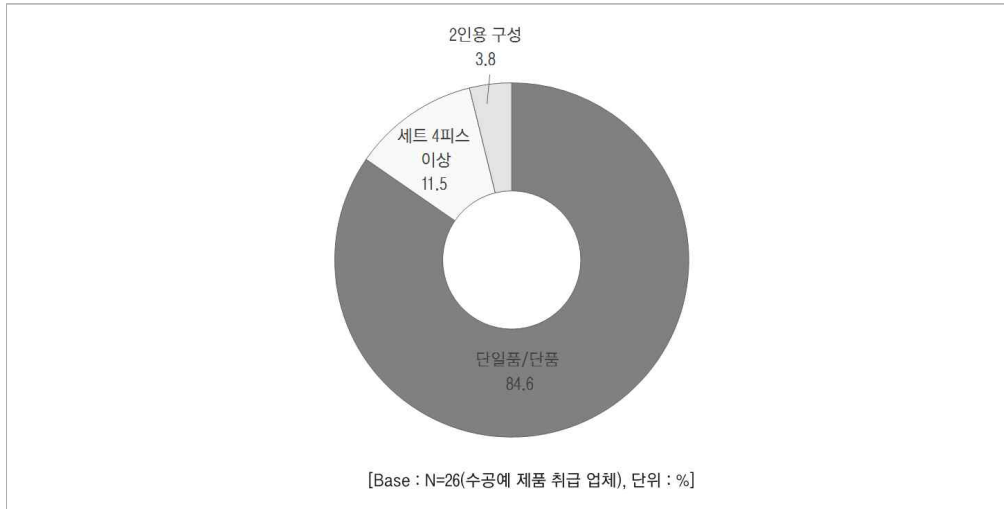
[Base : 수공예 제품 취급 업체, N=26, 단위 : %]

구분		전체	무명 저렴한 제품	유명 요장, 작가의 고급 제품	모름
전 체		(26)	50.0	46.2	3.8
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	54.5	45.5	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	53.8	38.5	7.7
	수입브랜드 취급점	(2)	0.0	100.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	0.0	100.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	75.0	25.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	42.9	57.1	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	20.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	60.0	20.0	20.0
	대형할인점	(2)	0.0	100.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	50.0	33.3	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	44.4	55.6	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	37.5	0.0
	2,000만원 이상	(3)	33.3	66.7	0.0

5) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성

- ▶ 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성으로는 '단일품/단품'이 84.6%로 가장 높았고, 다음으로는 '세트 4피스 이상' 11.5%, '2인용 구성' 3.8%의 순으로 나타났다.

<그림 4-21> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성



<표 4-24> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 구성

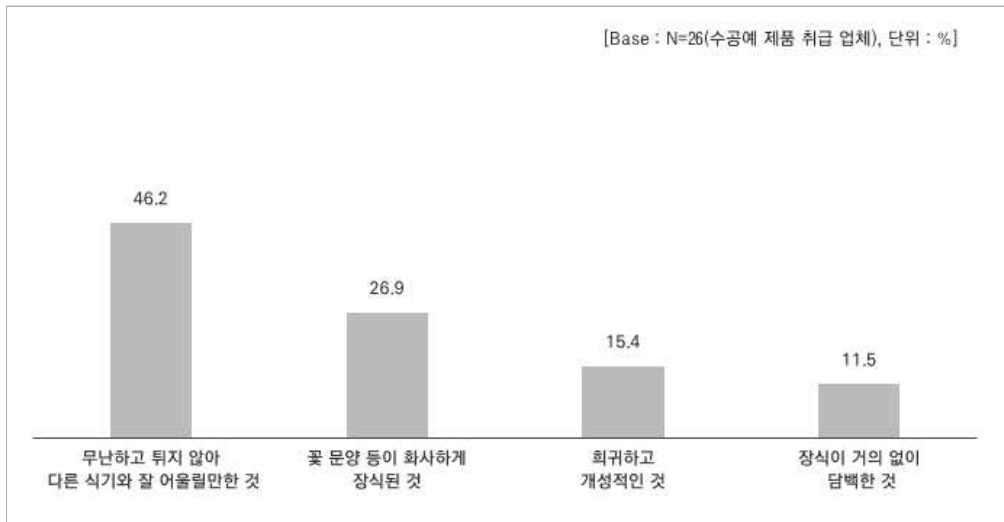
[Base : 수공예 제품 취급 업체, N=26, 단위 : %]

구분		전체	단일품/단품	세트 4피스 이상 구성	2인용 구성
전 체		(26)	84.6	11.5	3.8
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	90.9	9.1	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	92.3	0.0	7.7
	수입브랜드 취급점	(2)	0.0	100.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	100.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	100.0	0.0	0.0
	요장 직관/직영점	(7)	85.7	0.0	14.3
	갤러리/ 전시회	(5)	100.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	80.0	20.0	0.0
	대형할인점	(2)	0.0	100.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	66.7	16.7	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	100.0	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	87.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(3)	66.7	33.3	0.0

6) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인

» 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인으로는 '무난하고 튀지 않아 다른 식기와 잘 어울릴 만한 것'이 46.2%로 가장 높았고, 다음으로는 '꽃문양 등이 화사하게 장식된 것' 26.9%, '희귀하고 개성적인 것' 15.4%, '장식이 거의 없이 담백한 것' 11.5%의 순으로 나타났다.

<그림 4-22> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인



<표 4-25> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품 디자인

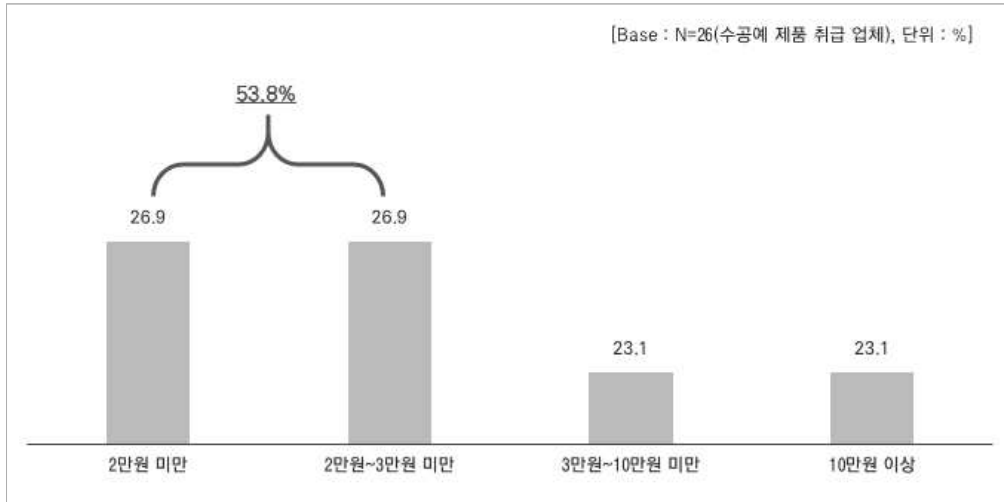
[Base : 수공예 제품 취급 업체, N=26, 단위 : %]

구분	전체	무난하고 튀지 않아 다른 식기와 잘 어울릴 만한 것	꽃 문양 등이 화사하게 장식된 것	희귀하고 개성적인 것	장식이 거의 없이 담백한 것	
전체	(26)	46.2	26.9	15.4	11.5	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	54.5	9.1	9.1	27.3
	국산브랜드 취급점	(13)	38.5	46.2	15.4	0.0
	수입브랜드 취급점	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	25.0	0.0	50.0
	요장 직판/직영점	(7)	57.1	42.9	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	40.0	0.0	40.0	20.0
	대형할인점	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	50.0	0.0	16.7	33.3
	500만원~1,000만원 미만	(9)	55.6	33.3	11.1	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	37.5	37.5	12.5	12.5
	2,000만원 이상	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0

7) 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대

- ▶ 도예작가가 만든 수공예품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대로는 과반수(53.8%)가 '3만원 미만'으로 나타났고, 그 외에는 '3만원~10만원 미만'과 '10만원 이상'이 23.1%로 나타났다.

<그림 4-23> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대



<표 4-26> 도예작가가 만든 수공예 제품 중 가장 잘 팔리는 제품의 가격대

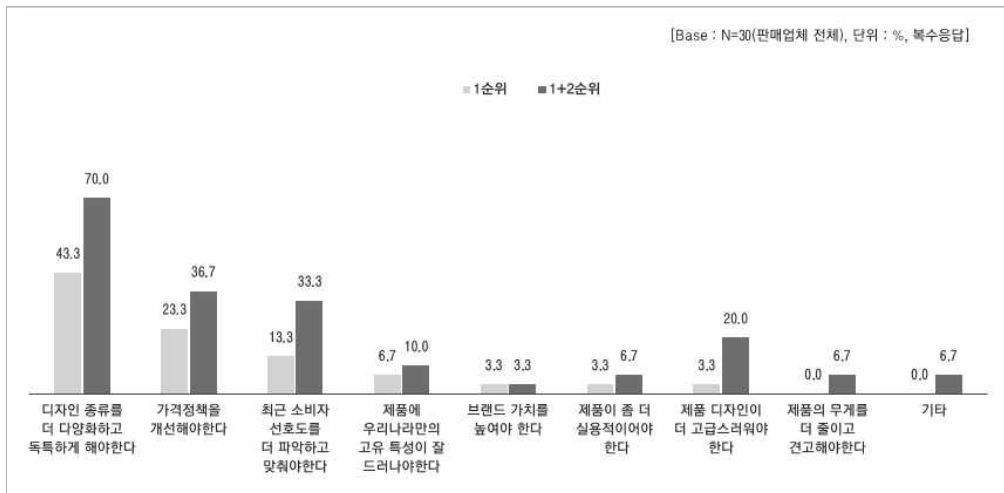
[Base : 수공예 제품 취급 업체, N=26, 단위 : %, 원]

구분		전체	2만원 미만	2만원~3만원 미만	3만원~10만원 미만	10만원 이상	평균 (원)
전체		(26)	26.9	26.9	23.1	23.1	47,731
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(11)	9.1	27.3	45.5	18.2	53,182
	국산브랜드 취급점	(13)	46.2	30.8	7.7	15.4	35,077
	수입브랜드 취급점	(2)	0.0	0.0	0.0	100.0	100,000
업체 유형2	시장 내 업체	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	21,667
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	80,000
	요장 직관/직영점	(7)	14.3	57.1	28.6	0.0	25,714
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	0.0	0.0	20.0	39,200
	도자기 도매상	(5)	20.0	20.0	20.0	40.0	56,000
	대형할인점	(2)	0.0	0.0	0.0	100.0	100,000
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	33.3	0.0	33.3	33.3	54,167
	500만원~1,000만원 미만	(9)	33.3	44.4	22.2	0.0	22,333
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	25.0	25.0	25.0	25.0	49,375
	2,000만원 이상	(3)	0.0	33.3	0.0	66.7	106,667

8) 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점

» 요장 수공예 도자제품이 가장 시급히 갖추어야 할 점의 1순위로는 '디자인 종류를 더 다양화하고 독특하게 해야 한다'가 43.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로는 '가격정책을 개선해야 한다' 23.3%, '최근 소비자 선호도를 더 파악하고 맞춰야 한다'가 13.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-24> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점



<표 4-27> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1순위 (1/2)

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	디자인 종류를 더 다양화하고 독특하게 해야 한다	가격정책을 개선해야 한다	최근 소비자 선호도를 더 파악하고 맞춰야 한다	제품에 우리나라만의 고유 특성이 잘 드러나야 한다
전 체	(30)	43.3	23.3	13.3	6.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점 (12)	33.3	33.3	8.3	16.7
	국산브랜드 취급점 (13)	53.8	23.1	15.4	0.0
	수입브랜드 취급점 (5)	40.0	0.0	20.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체 (5)	40.0	60.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체 (4)	50.0	25.0	0.0	25.0
	요장 직관/직영점 (7)	42.9	0.0	42.9	14.3
	갤러리/ 전시회 (5)	40.0	40.0	0.0	0.0
	도자기 도매상 (5)	60.0	20.0	0.0	0.0
	대형할인점 (4)	25.0	0.0	25.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만 (6)	66.7	16.7	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만 (9)	55.6	22.2	22.2	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만 (8)	25.0	37.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상 (7)	28.6	14.3	0.0	28.6

<표 4-28> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1순위 (2/2)

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	제품 디자인이 더 고급스러워야한다	제품이 좀 더 실용적이어야 한다	브랜드 가치를 높여야 한다	기타
전 체		(30)	3.3	3.3	3.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	0.0	0.0	8.3	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	0.0	7.7	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	0.0	0.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	0.0	0.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	20.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	0.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	0.0	0.0	0.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	12.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	0.0	0.0	14.3

<표 4-29> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1+2순위 (1/2)

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	디자인 종류를 더 다양화하고 독특하게 해야 한다	가격정책을 개선해야 한다	최근 소비자 선호도를 더 파악하고 맞춰야한다	제품 디자인이 더 고급스러워야 한다	제품에 우리나라만의 고유 특성이 잘 드러나야 한다	
전 체	(30)	70.0	36.7	33.3	20.0	10.0	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	66.7	41.7	25.0	16.7	16.7
	국산브랜드 취급점	(13)	76.9	46.2	38.5	7.7	7.7
	수입브랜드 취급점	(5)	60.0	0.0	40.0	60.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	80.0	60.0	0.0	40.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	25.0	50.0	25.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	71.4	14.3	71.4	0.0	14.3
	갤러리/ 전시회	(5)	80.0	60.0	20.0	0.0	20.0
	도자기 도매상	(5)	80.0	60.0	0.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	83.3	33.3	66.7	0.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	88.9	22.2	44.4	11.1	11.1
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	75.0	12.5	25.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	42.9	14.3	14.3	42.9	28.6

<표 4-30> 요장 수공예 도자제품이 시급히 갖춰야 할 점 : 1+2순위 (2/2)

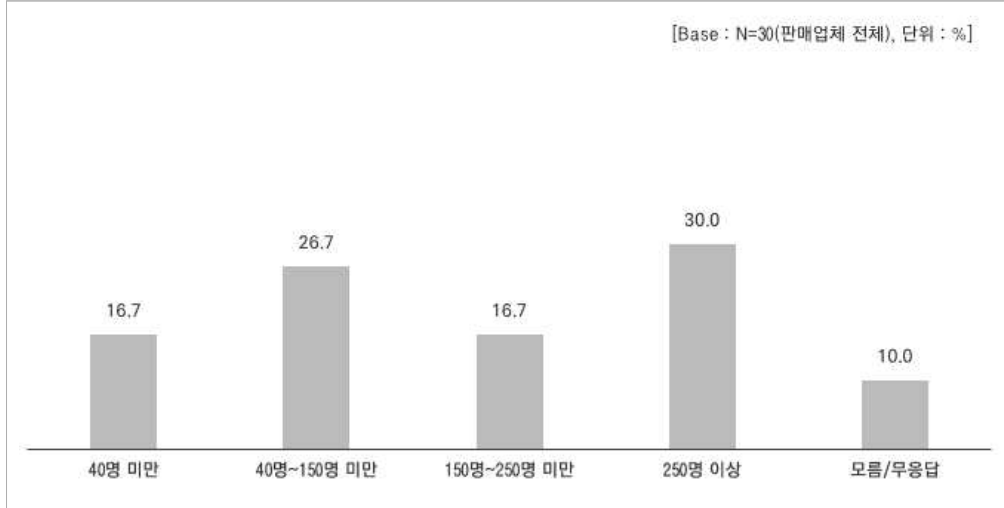
[Base = 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	제품이 좀 더 실용적이어야 한다	제품의 무게를 더 줄이고 견고해야 한다	제품의 완성도가 더 좋아야한다	브랜드 가치를 높여야 한다	기타	
전 체	(30)	6.7	6.7	3.3	3.3	6.7	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	8.3	8.3	0.0	8.3	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3

9) 월평균 도자제품 구입 고객 수

» 업체의 월평균 도자제품 구입 고객 수로는 '250명 이상' 30.0%가 가장 많았고, 다음으로는 '40명~150명 미만' 26.7% 순으로 나타났다.

<그림 4-25> 월평균 도자제품 구입 고객 수



<표 4-31> 월평균 도자제품 구입 고객 수

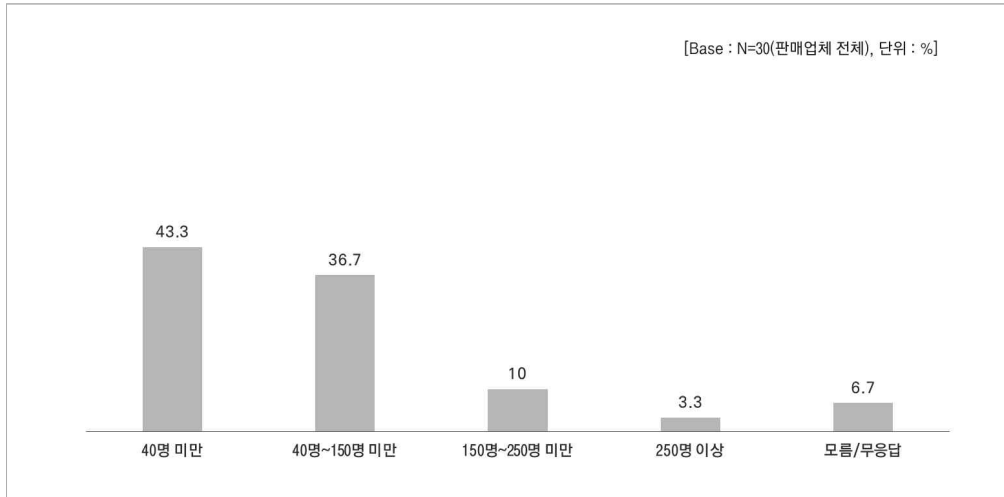
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	40명 미만	40명~150명 미만	150명~250명 미만	250명 이상	모름/무응답
전 체		(30)	16.7	26.7	16.7	30.0	10.0
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	0.0	33.3	25.0	41.7	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	30.8	30.8	15.4	23.1	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	0.0	0.0	20.0	60.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	0.0	20.0	80.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0
	요장 직관/직영점	(7)	42.9	42.9	0.0	14.3	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0
	대형할인점	(4)	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	0.0	33.3	33.3	16.7	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	33.3	33.3	11.1	22.2	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	25.0	12.5	50.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	14.3	14.3	28.6	28.6

10) 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수

- ▶ 업체의 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수로는 '40명 미만' 43.3%가 가장 많았고, 다음으로는 '40명~150명 미만'이 36.7%, '150명~250명 미만'은 10.0%의 순으로 나타났다.

<그림 4-26> 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수



<표 4-32> 월평균 수공예 도자제품 구입 고객 수

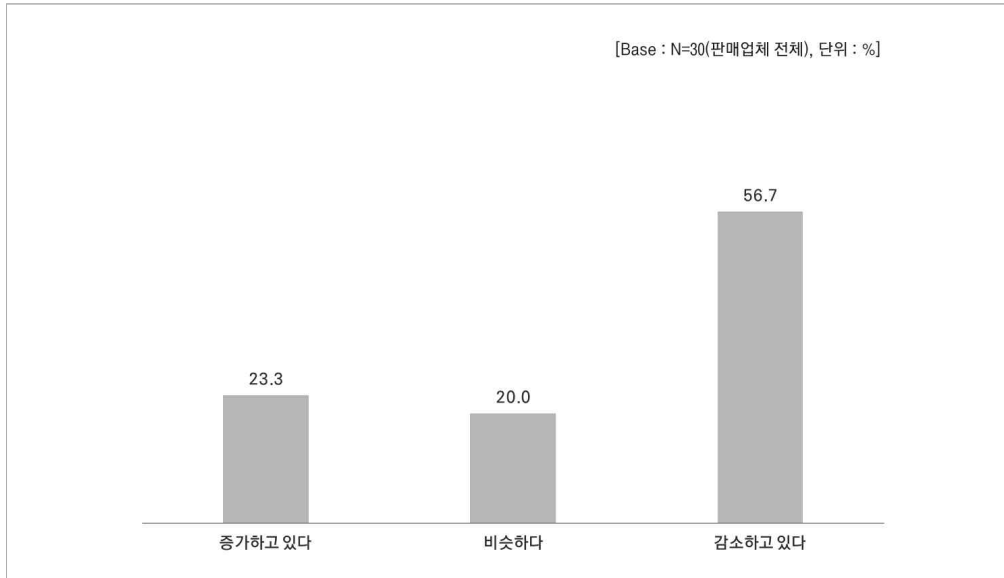
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	40명 미만	40명~150명 미만	150명~250명 미만	250명 이상	모름/무응답
전 체		(30)	43.3	36.7	10.0	3.3	6.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0
	국산브랜드 취급점	(13)	46.2	38.5	7.7	7.7	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	60.0	0.0	0.0	0.0	40.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	55.6	33.3	11.1	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	12.5	62.5	12.5	12.5	0.0
	2,000만원 이상	(7)	57.1	14.3	14.3	0.0	14.3

11) 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수의 변화

» 2017년과 비교하여 2018년 도자제품 구입 고객 수의 변화로는 과반수(56.7%)가 '감소하고 있다'고 답했으며, 뒤따라 '증가하고 있다' 23.3%, '비슷하다' 20.0%로 나타났다.

<그림 4-27> 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수 변화



<표 4-33> 2017년 대비 2018년 도자제품 구입 고객 수 변화

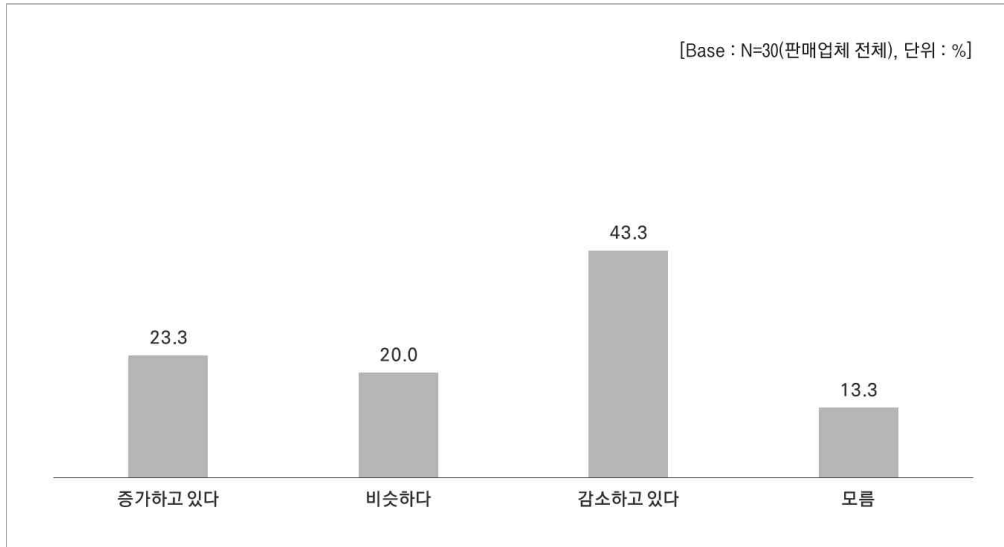
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	증가하고 있다	비슷하다	감소하고 있다
전 체		(30)	23.3	20.0	56.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	25.0	8.3	66.7
	국산브랜드 취급점	(13)	15.4	23.1	61.5
	수입브랜드 취급점	(5)	40.0	40.0	20.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	60.0	0.0	40.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	25.0	75.0
	요장 직판/직영점	(7)	14.3	28.6	57.1
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	20.0	60.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	0.0	100.0
	대형할인점	(4)	50.0	50.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	66.7
	500만원~1,000만원 미만	(9)	11.1	33.3	55.6
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	37.5	0.0	62.5
	2,000만원 이상	(7)	28.6	28.6	42.9

12) 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화

- 2017년과 비교하여 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화로는 '감소하고 있다' 43.3%가 가장 많았고, 다음으로는 '증가하고 있다' 23.3%, '비슷하다' 20.0%로 나타났다.

<그림 4-28> 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화



<표 4-34> 2017년 대비 2018년 수공예 도자제품 구입 고객 수의 변화

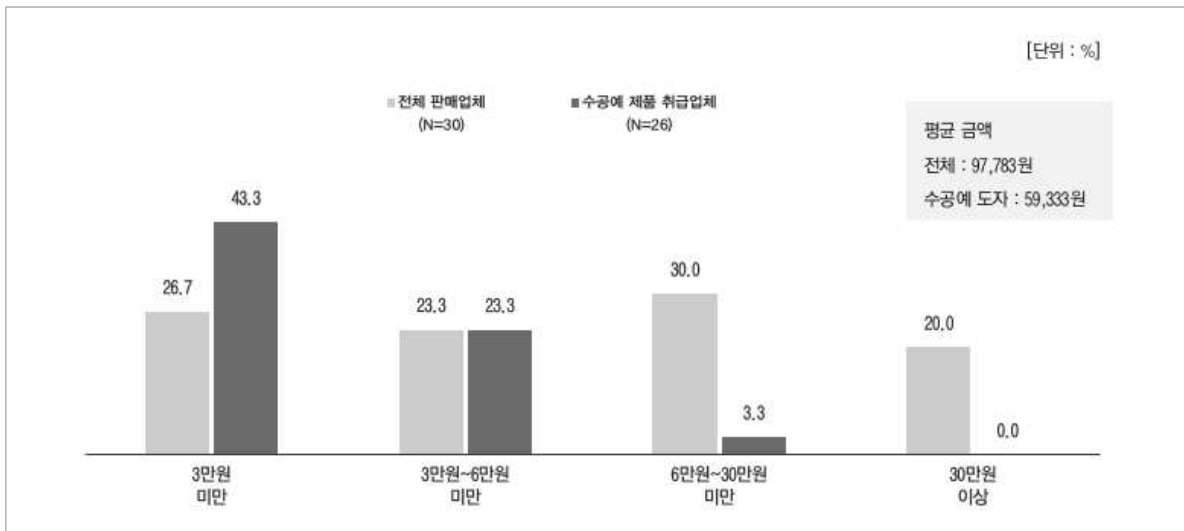
[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	증가하고 있다	비슷하다	감소하고 있다	모름
전체		(30)	23.3	20.0	43.3	13.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	33.3	0.0	58.3	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	15.4	38.5	46.2	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	20.0	0.0	60.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	60.0	0.0	0.0	40.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	0.0	100.0	0.0
	요장 직관/직영점	(7)	14.3	28.6	57.1	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	20.0	0.0	80.0	0.0
	대형할인점	(4)	25.0	25.0	0.0	50.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	66.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	11.1	33.3	55.6	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	50.0	25.0	25.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	0.0	28.6	57.1

13) 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액

- ▶ 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액으로는 '6만원~30만원 미만' 40.0%가 가장 많았고, 다음으로는 '3만원 미만' 26.7%, '3만원~6만원 미만' 23.3%, '30만원 이상' 10.0%의 순으로 나타났다.
- ▶ 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 수공예 도자제품 구매금액으로는 '3만원 미만' 43.3%로 가장 많았고, '3만원~6만원 미만' 23.3%, '6만원~30만원 미만'이 3.3%로 뒤를 이었다.
- ▶ 1인당 구매 금액으로는 전체 도자제품은 평균 9만 8천원으로 나타났고, 수공예 도자제품의 평균은 5만 9천원으로 나타났다.

<그림 4-29> 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액



<표 4-35> 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 도자제품 구매금액

[Base : 판매업자 전체, N=30, 단위 : %, 원]

구분		전체	3만원 미만	3만원 ~6만원미만	6만원 ~30만원 미만	30만원 이상	평균 (원)
전 체		(30)	26.7	23.3	40.0	10.0	97,783
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	25.0	25.0	33.3	16.7	100,833
	국산브랜드 취급점	(13)	30.8	30.8	30.8	7.7	82,192
	수입브랜드 취급점	(5)	20.0	0.0	80.0	0.0	131,000
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	0.0	60.0	40.0	211,000
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	61,250
	요장 직판/직영점	(7)	28.6	28.6	42.9	0.0	81,929
	갤러리/ 전시회	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	42,000
	도자기 도매상	(5)	40.0	20.0	20.0	20.0	89,000
	대형할인점	(4)	25.0	0.0	75.0	0.0	101,250
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	33.3	16.7	33.3	16.7	88,917
	500만원~1,000만원 미만	(9)	22.2	22.2	55.6	0.0	78,889
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	25.0	50.0	12.5	12.5	77,500
	2,000만원 이상	(7)	28.6	0.0	57.1	14.3	152,857

<표 4-36> 최근 한 달간 방문객 1인당 평균 수공예 도자제품 구매금액

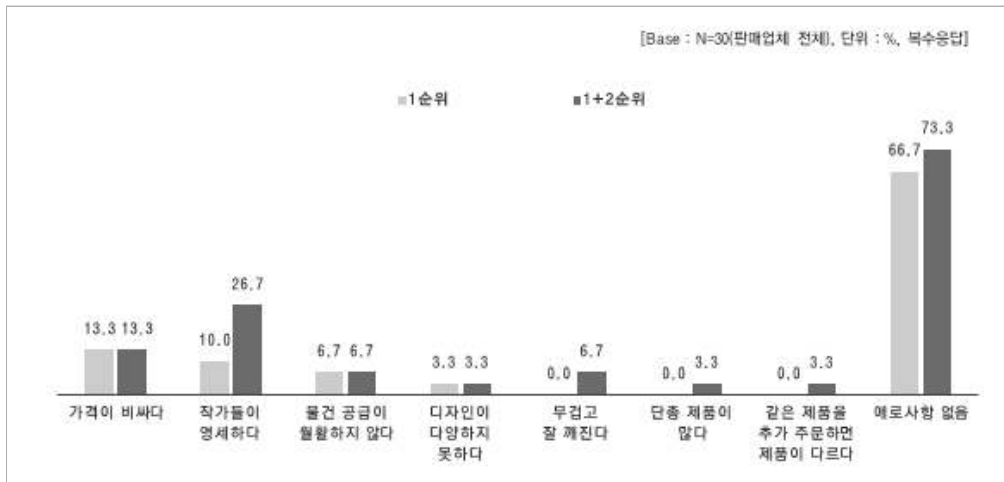
[Base : 판매업자 전체, N=30, 단위 : %, 원]

구분		전체	3만원 미만	3만원 ~6만원미만	6만원 ~30만원 미만	30만원 이상	평균 (원)
전 체		(30)	43.3	23.3	33.3	0.0	59,333
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	41.7	33.3	25.0	0.0	51,667
	국산브랜드 취급점	(13)	38.5	23.1	38.5	0.0	65,769
	수입브랜드 취급점	(5)	60.0	0.0	40.0	0.0	61,000
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	30,000
	도자전문 판매업체	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	60,000
	요장 직판/직영점	(7)	14.3	42.9	42.9	0.0	88,571
	갤러리/ 전시회	(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	54,000
	도자기 도매상	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	39,000
	대형할인점	(4)	50.0	0.0	50.0	0.0	76,250
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	50.0	33.3	16.7	0.0	57,500
	500만원~1,000만원 미만	(9)	33.3	22.2	44.4	0.0	77,222
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	25.0	37.5	37.5	0.0	58,750
	2,000만원 이상	(7)	71.4	0.0	28.6	0.0	38,571

14) 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항

▶ 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항의 1순위로는 과반수(66.7%)가 '애로사항 없음'으로 응답했고, 그 외에는 '가격이 비싸다' 13.3%, '작가들이 영세하다' 10.0% 등의 순으로 나타났다. 1+2순위로는 '애로사항 없음' 73.3%가 가장 높았고, 다음으로는 '작가들이 영세하다' 26.7%, '가격이 비싸다' 13.3%의 순으로 나타났다.

<그림 4-30> 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항



<표 4-37> 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항 : 1순위

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	가격이 비싸다	작가들이 영세하다	물건 공급이 원활하지 않다	디자인이 다양하지 못하다	애로사항 없음
전체		(30)	13.3	10.0	6.7	3.3	66.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	8.3	8.3	16.7	8.3	58.3
	국산브랜드 취급점	(13)	23.1	15.4	0.0	0.0	61.5
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	요장 직판/직영점	(7)	28.6	0.0	0.0	0.0	71.4
	갤러리/ 전시회	(5)	20.0	20.0	0.0	0.0	60.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	20.0	20.0	0.0	60.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	0.0	16.7	16.7	50.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	11.1	22.2	0.0	0.0	66.7
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	25.0	0.0	12.5	0.0	62.5
	2,000만원 이상	(7)	0.0	14.3	0.0	0.0	85.7

<표 4-38> 납품, 직거래 시 도자 제조업체나 도자작가와와의 애로사항 : 1+2순위

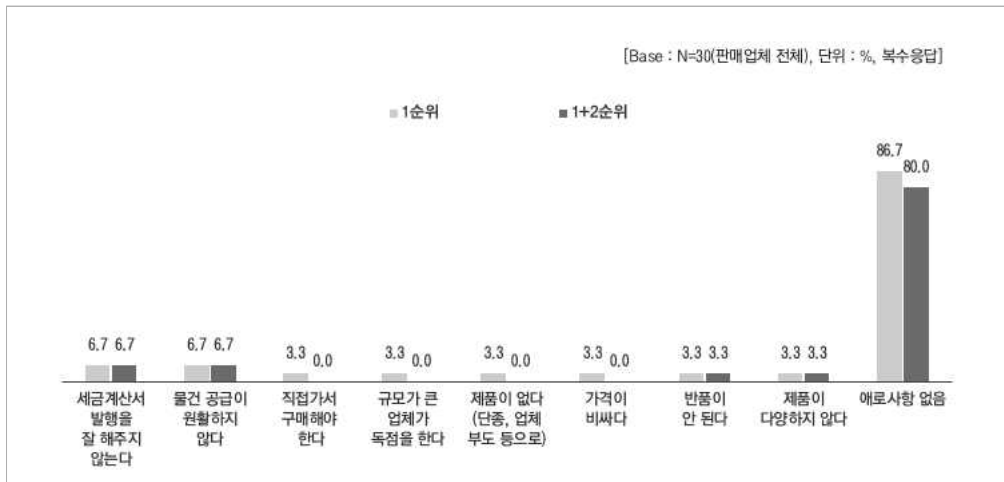
[Base : 판매업체 전체, 복수응답, N=30, 단위 : %]

구분	전체	애로사항 없음	작가들이 영세하다	가격이 비싸다	무겁고 잘 깨진다	물건 공급이 원활하지 않다	단종 제품이 많다	같은 제품을 추가주문 했을 때 제품이 다르다	디자인이 다양하지 못하다
전 체	(30)	73.3	26.7	13.3	6.7	6.7	3.3	3.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	75.0	25.0	8.3	8.3	16.7	0.0	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	61.5	38.5	23.1	7.7	0.0	7.7	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	100.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	100.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0
	요장 직판/직영점	(7)	85.7	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	갤러리/ 전시회	(5)	60.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	80.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	50.0	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	77.8	22.2	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	75.0	25.0	25.0	0.0	12.5	0.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3

15) 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항

▶ 도자제품 도매업체와의 납품, 거래 시 애로사항의 1순위로는 대부분(80.0%)이 '애로사항 없음'으로 응답했고, 그 외에는 '물건 공급이 원활하지 않다'와 '세금계산서를 잘 발행해주지 않는다'가 6.7% 등의 순서로 나타났다. 1+2순위 또한, 동일한 경향으로 나타났다.

<그림 4-31> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항



<표 4-39> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1순위

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	물건 공급이 원활하지 않다	세금계산서 발행을 잘 해주지 않는다	제품이 다양하지 않다	반품이 안 된다	애로사항 없음
전 체	(30)	6.7	6.7	3.3	3.3	80.0
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점 (12)	16.7	8.3	8.3	8.3	58.3
	국산브랜드 취급점 (13)	0.0	7.7	0.0	0.0	92.3
	수입브랜드 취급점 (5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
업체 유형2	시장 내 업체 (5)	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0
	도자전문 판매업체 (4)	25.0	0.0	25.0	0.0	50.0
	요장 직관/직영점 (7)	0.0	28.6	0.0	14.3	57.1
	갤러리/ 전시회 (5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	도자기 도매상 (5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	대형할인점 (4)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만 (6)	16.7	16.7	16.7	0.0	50.0
	500만원~1,000만원 미만 (9)	0.0	11.1	0.0	0.0	88.9
	1,000만원~2,000만원 미만 (8)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	2,000만원 이상 (7)	14.3	0.0	0.0	14.3	71.4

<표 4-40> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1+2순위 (1/2)

[Base : 판매업체 전체, 복수응답, N=30, 단위 : %]

구분		전체	물건 공급이 원활하지 않다	세금계산서 발행을 잘 해주지 않는다	가격이 비싸다	제품이 없다(단종, 업체 부도 등으로)	애로사항 없음
전 체		(30)	6.7	6.7	3.3	3.3	86.7
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	16.7	8.3	0.0	8.3	75.0
	국산브랜드 취급점	(13)	0.0	7.7	7.7	0.0	92.3
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0
	요장 직관/직영점	(7)	0.0	28.6	14.3	0.0	85.7
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	16.7	0.0	50.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	0.0	11.1	0.0	0.0	100.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	2,000만원 이상	(7)	14.3	0.0	0.0	14.3	85.7

<표 4-41> 납품, 거래 시 도자 도매업체와의 애로사항 : 1+2순위 (2/2)

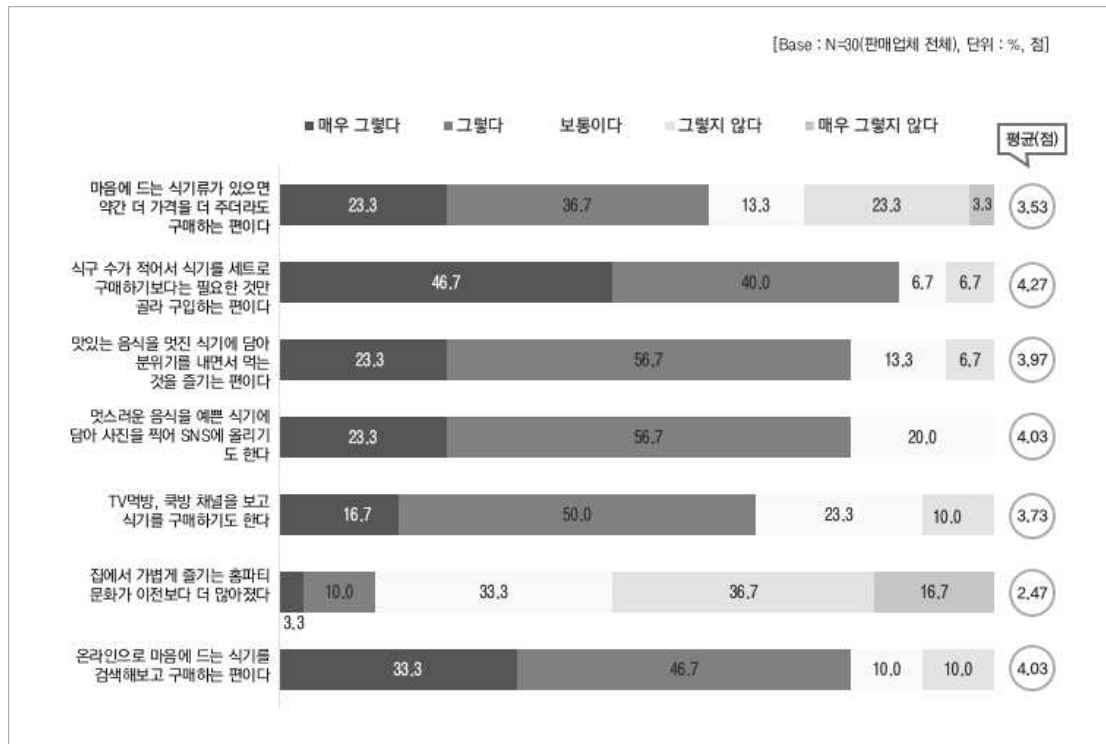
[Base : 판매업체 전체, 복수응답, N=30, 단위 : %]

구분		전체	규모가 큰 업체가 독점을 한다	직접가서 구매해야 한다	제품이 다양하지 않다	반품이 안 된다
전 체		(30)	3.3	3.3	3.3	3.3
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	8.3	8.3	8.3	8.3
	국산브랜드 취급점	(13)	0.0	0.0	0.0	0.0
	수입브랜드 취급점	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	20.0	0.0	0.0	0.0
	도자전문 판매업체	(4)	0.0	25.0	25.0	0.0
	요장 직관/직영점	(7)	0.0	0.0	0.0	14.3
	갤러리/ 전시회	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0
	도자기 도매상	(5)	0.0	0.0	0.0	0.0
	대형할인점	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	16.7	16.7	0.0
	500만원~1,000만원 미만	(9)	0.0	0.0	0.0	0.0
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	0.0	0.0	0.0	0.0
	2,000만원 이상	(7)	0.0	0.0	0.0	14.3

16) 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견

- 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체의 의견으로는 '식구 수가 적어서 식기를 세트로 구매하기보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다'가 5점 평균 기준 4.27점으로 가장 높았고, 다음으로 '멋스러운 음식을 예쁜 식기에 담아 사진을 찍어 SNS에 올리기도 한다'와 '온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다'는 4.03점, '맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다' 3.97점 등의 순으로 나타났다.

<그림 4-32> 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견



<표 4-42> 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견 (5점 평균)

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %, 점 (5점 평균)]

구분	전체	마음에 드는 식기류가 있으면 약간 가격을 더 주더라도 구매하는 편이다	식구 수가 적어서 식기를 세트로 구매하기 보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다	맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다	멋스러운 음식을 예쁜 식기에 담아 사진을 찍어 SNS에 올리기도 한다	TV덕방, 쿡방 채널을 보고 맘에 드는 식기를 구매하기도 한다	집에서 가볍게 즐기는 홈파티 문화가 이전보다 더 많아졌다	온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다	
전 체	(30)	3.53	4.27	3.97	4.03	3.73	2.47	4.03	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	3.67	4.33	4.00	4.17	3.75	2.42	4.25
	국산브랜드 취급점	(13)	3.08	4.54	3.92	3.85	3.38	2.31	3.62
	수입브랜드 취급점	(5)	4.40	3.40	4.00	4.20	4.60	3.00	4.60
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	3.60	4.40	4.20	4.20	4.00	2.20	4.40
	도자전문 판매업체	(4)	3.25	4.25	3.50	3.50	3.25	2.50	4.00
	요장 직판/직영점	(7)	3.57	4.57	4.00	4.00	3.71	2.57	4.29
	갤러리/ 전시회	(5)	3.00	4.40	4.00	4.00	3.60	1.80	2.80
	도자기 도매상	(5)	3.40	4.40	3.80	4.00	3.40	2.60	4.20
	대형할인점	(4)	4.50	3.25	4.25	4.50	4.50	3.25	4.50
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	2.83	4.33	3.67	3.83	3.17	2.33	4.00
	500만원~1,000만원 미만	(9)	3.44	4.56	4.22	4.11	3.78	2.11	3.78
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	3.75	4.25	4.13	4.13	3.75	2.63	3.88
	2,000만원 이상	(7)	4.00	3.86	3.71	4.00	4.14	2.86	4.57

<표 4-43> 소비자의 라이프 스타일에 대한 업체 의견 (동의 비율)

[Base : 판매업체 전체, N=30, 단위 : %(그렇다 + 매우 그렇다)]

구분	전체	마음에 드는 식기류가 있으면 약간 가격을 더 주더라도 구매하는 편이다	식구 수가 적어서 식기를 세트로 구매하기 보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다	맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다	멋스러운 음식을 예쁜 식기에 담아 사진을 찍어 SNS에 올리기도 한다	TV덕방, 쿡방 채널을 보고 맘에 드는 식기를 구매하기도 한다	집에서 가볍게 즐기는 홈파티 문화가 이전보다 더 많아졌다	온라인으로 마음에 드는 식기를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다	
전 체	(30)	60.0	86.7	80.0	80.0	66.7	13.3	80.0	
업체 유형1	여러 가지 브랜드 취급점	(12)	66.7	83.3	75.0	83.3	66.7	8.3	91.7
	국산브랜드 취급점	(13)	38.5	100.0	84.6	76.9	53.8	7.7	69.2
	수입브랜드 취급점	(5)	100.0	60.0	80.0	80.0	100.0	40.0	80.0
업체 유형2	시장 내 업체	(5)	80.0	80.0	80.0	80.0	60.0	0.0	100.0
	도자전문 판매업체	(4)	25.0	75.0	50.0	50.0	50.0	0.0	75.0
	요장 직판/직영점	(7)	57.1	100.0	85.7	85.7	71.4	14.3	100.0
	갤러리/ 전시회	(5)	40.0	100.0	80.0	80.0	60.0	0.0	20.0
	도자기 도매상	(5)	60.0	100.0	80.0	80.0	60.0	20.0	100.0
	대형할인점	(4)	100.0	50.0	100.0	100.0	100.0	50.0	75.0
월 평균 매출액	500만원 미만	(6)	16.7	83.3	66.7	66.7	33.3	0.0	83.3
	500만원~1,000만원 미만	(9)	66.7	100.0	88.9	77.8	66.7	0.0	77.8
	1,000만원~2,000만원 미만	(8)	62.5	87.5	100.0	100.0	75.0	25.0	75.0
	2,000만원 이상	(7)	85.7	71.4	57.1	71.4	85.7	28.6	85.7

제5장 요식업체 조사 결과

1. 조사 개요

1) 조사 목적

- » 본 조사는 전문 요식업계에서의 도자 식기 사용현황을 종합 파악하여, 도자문화와 산업 발전을 위한 정책 수립을 목적으로 한다.

2) 조사 대상

- » 요식업체 유형별(한식, 양식, 중식, 뷔페) 분류를 통하여 30개 업체 조사를 진행하였다.

3) 응답자 특성

<표 5-1> 요식업체 특성

[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

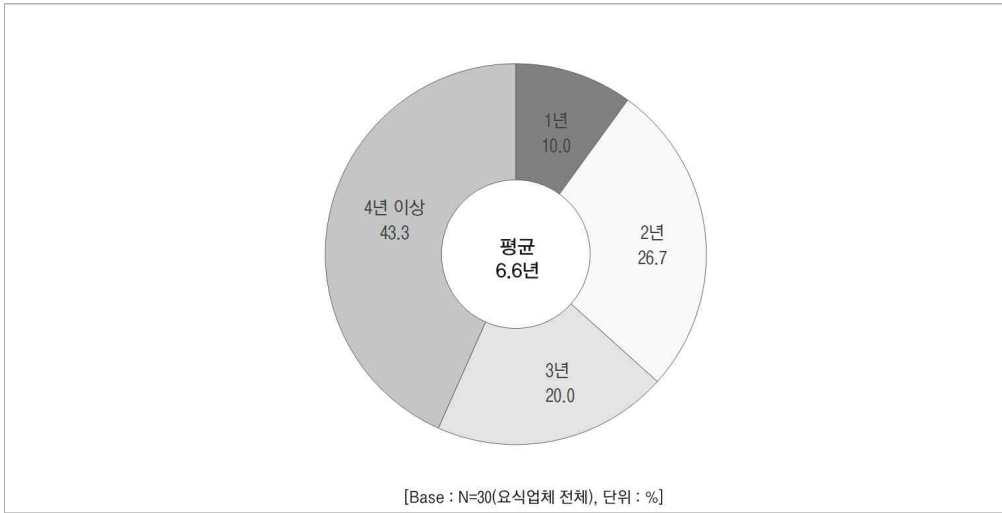
구분		사례수	비중(%)
전 체		(30)	100.0
업체 유형	한식	(5)	16.7
	양식	(11)	36.7
	중식	(4)	13.3
	뷔페	(10)	33.3
매출액	4,000만원 미만	(4)	13.3
	4,000~6,000만원 미만	(4)	13.3
	6,000만원~1억원 미만	(6)	20.0
	1억원 이상	(9)	30.0
	모름/무응답	(7)	23.3

2. 식기류 구매행태

1) 요식업체 창업 경력

- 요식업체 창업 년 수는 평균 6.6년으로 '4년 이상'이 43.3%로 가장 높았고, 다음으로 '2년' 26.7%, '3년' 20%, '1년' 10.0% 순으로 나타났다.

<그림 5-1> 요식업체 창업 경력



<표 5-2> 요식업체 창업 경력

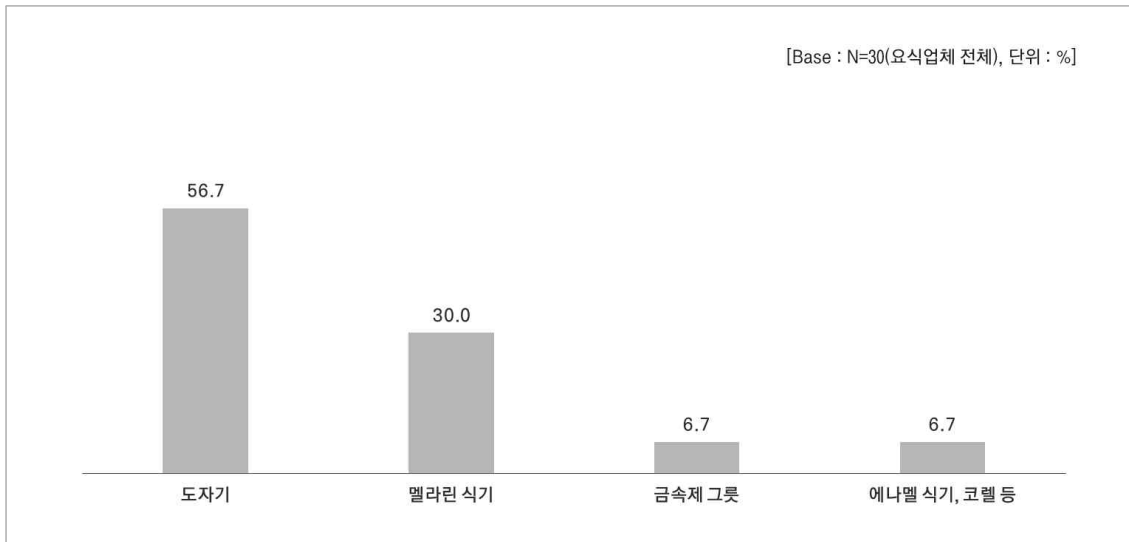
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 년]

구분	전체	1년	2년	3년	4년 이상	평균 (년)	
전 체	(30)	10.0	26.7	20.0	43.3	6.6	
업체 유형	한식	(5)	20.0	20.0	40.0	20.0	7.4
	양식	(11)	9.1	27.3	18.2	45.5	4.0
	중식	(4)	25.0	0.0	25.0	50.0	3.7
	뷔페	(10)	0.0	40.0	10.0	50.0	10.1
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	0.0	50.0	25.0	4.2
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	50.0	25.0	25.0	2.7
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	0.0	16.7	66.7	11.1
	1억원 이상	(9)	0.0	33.3	11.1	55.6	8.8
	모름/무응답	(7)	14.3	42.9	14.3	28.6	3.1

2) 업체에서 주로 사용하는 식기류

- ▶ 업체에서 많이 사용하는 식기류는 과반수(56.7%)가 '도자기류'를 구매한 것으로 나타났고, 다음으로 '멜라민 식기' 30.0%, '금속제 그릇'과 '에나멜 식기' 6.7% 순으로 나타났다.

<그림 5-2> 업체에서 주로 사용하는 식기류



<표 5-3> 업체에서 주로 사용하는 식기류

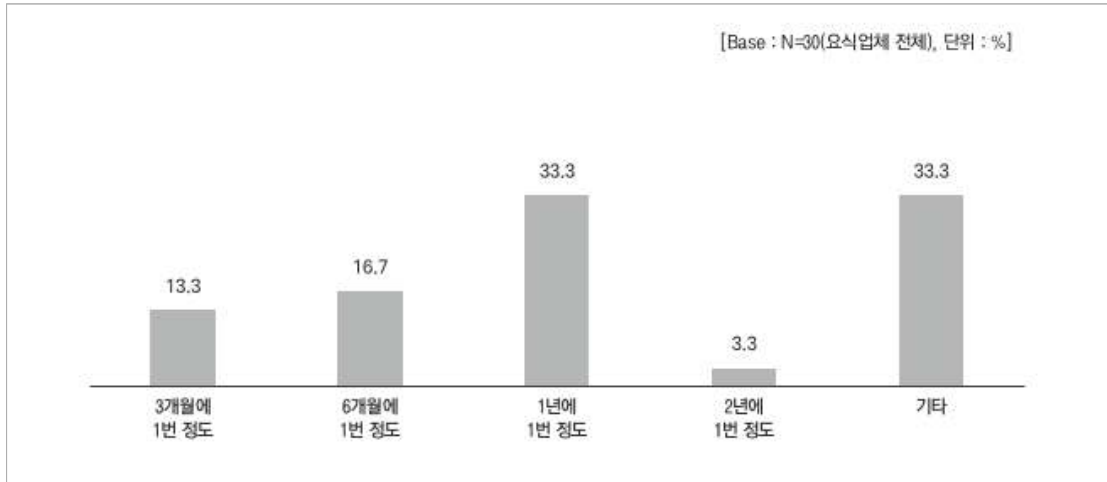
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	도자기	멜라민 식기	금속제 그릇	에나멜 식기, 코렐 등
전 체		(30)	56.7	30.0	6.7	6.7
업체 유형	한식	(5)	80.0	20.0	0.0	0.0
	양식	(11)	54.5	18.2	9.1	18.2
	중식	(4)	25.0	75.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	60.0	30.0	10.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	50.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	66.7	16.7	16.7	0.0
	1억원 이상	(9)	44.4	33.3	0.0	22.2
	모름/무응답	(7)	57.1	28.6	14.3	0.0

3) 업체에서의 식기 구매 주기

- ▶ 업체에서 식기를 1번씩 구매하는 주기는 '1년에 1번 정도'가 33.3%로 가장 많았고, 다음으로 '6개월에 1번 정도' 16.7%, '3개월에 1번 정도' 13.3% 등의 순으로 나타나며, '기타'는 33.3%로 나타났다.

<그림 5-3> 식기 구매 주기



<표 5-4> 식기 구매 주기

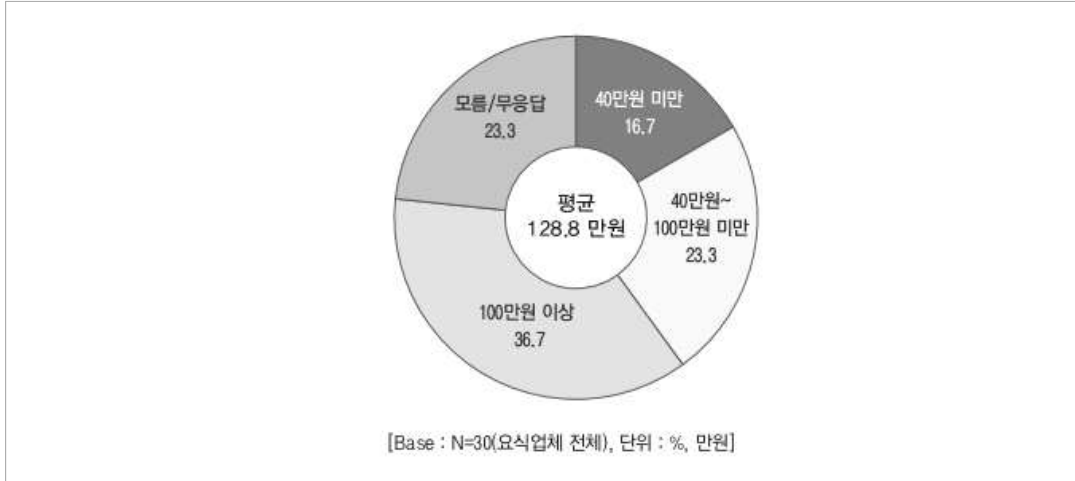
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	3개월에 1번 정도	6개월에 1번 정도	1년에 1번 정도	2년에 1번 정도	기타
전 체		(30)	13.3	16.7	33.3	3.3	33.3
업체 유형	한식	(5)	0.0	0.0	60.0	0.0	40.0
	양식	(11)	0.0	45.5	27.3	0.0	27.3
	중식	(4)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	20.0	0.0	20.0	10.0	50.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	0.0	33.3	16.7	33.3
	1억원 이상	(9)	0.0	0.0	55.6	0.0	44.4
	모름/무응답	(7)	28.6	14.3	14.3	0.0	42.9

4) 1번에 구매하는 금액

- » 식기를 구매 할 때 1번에 구매하는 금액은 평균 128.8만원으로 '100만원 이상'이 36.7%로 가장 많았고, 뒤이어 '40만원 ~100만원 미만' 23.3%, '40만원 미만' 16.7% 순으로 나타났다.

<그림 5-4> 1번에 구매하는 금액



<표 5-5> 1번에 구매하는 금액

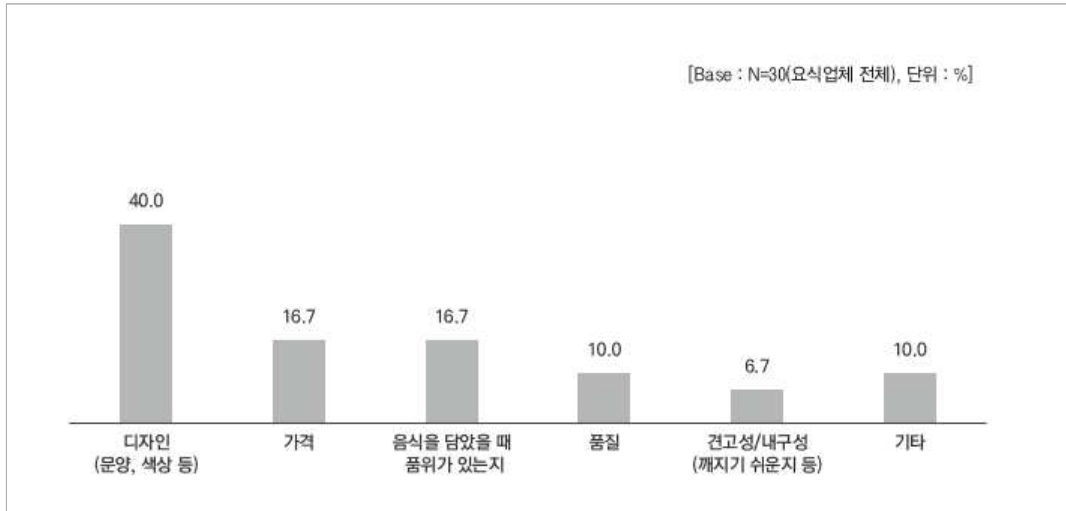
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 만원]

구분	전체	40만원 미만	40만원 ~100만원 미만	100만원 이상	모름/무응답	평균 (만원)
전 체	(30)	16.7	23.3	36.7	23.3	128.8
업체 유형	한식 (5)	20.0	20.0	60.0	0.0	175.0
	양식 (11)	0.0	45.5	45.5	9.1	76.0
	중식 (4)	50.0	0.0	25.0	25.0	339.0
	뷔페 (10)	20.0	10.0	20.0	50.0	62.0
매출액	4,000만원 미만 (4)	50.0	0.0	50.0	0.0	54.3
	4,000~6,000만원 미만 (4)	25.0	50.0	25.0	0.0	56.3
	6,000만원~1억원 미만 (6)	0.0	16.7	50.0	33.3	212.5
	1억원 이상 (9)	0.0	22.2	55.6	22.2	214.3
	모름/무응답 (7)	28.6	28.6	0.0	42.9	42.5

5) 업체에서 가장 고려하는 구매 요인

- » 식당에서 식기를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요인은 '디자인'이 40.0%로 가장 높았고, 그 외에는 '가격'과 '음식을 담았을 때 품위' 16.7%, '품질' 10.0% 등이 있었다.

<그림 5-5> 업체에서 가장 고려하는 구매 요인



<표 5-6> 업체에서 가장 고려하는 구매 요인

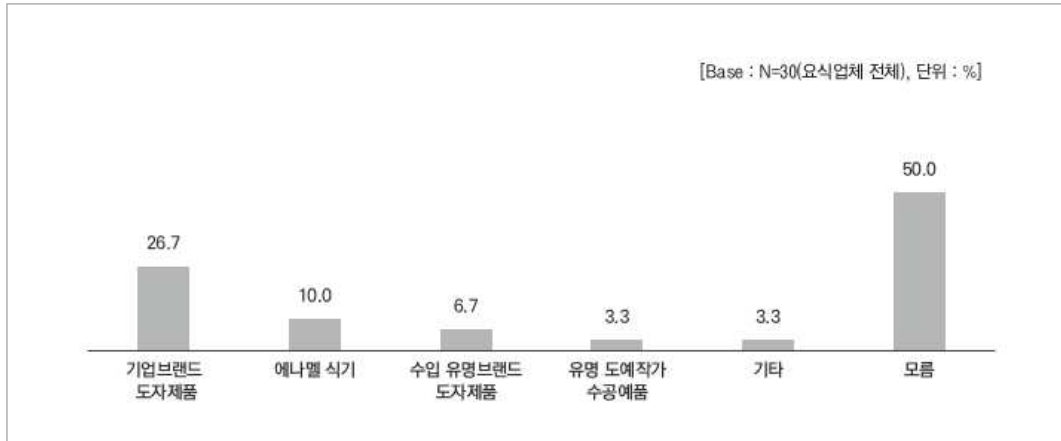
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	디자인(문양, 색상 등)	가격	음식을 담았을 때 품위가 있는지	품질	견고성/내구성(깨지기 쉬운지 등)	기타
전 체		(30)	40.0	16.7	16.7	10.0	6.7	10.0
업체 유형	한식	(5)	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	20.0
	양식	(11)	54.5	0.0	18.2	9.1	9.1	9.1
	중식	(4)	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	뷔페	(10)	50.0	40.0	0.0	0.0	0.0	10.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	33.3
	1억원 이상	(9)	33.3	22.2	22.2	0.0	11.1	11.1
	모름/무응답	(7)	71.4	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0

6) 향후 구매 식기 종류

- 향후 식기를 구매한다면 '기업브랜드 도자제품'이 26.7%로 가장 높았고, 다음으로 '에나멜 식기' 10.0%, '수입 유명 브랜드 도자제품' 6.7%, 등의 순으로 나타났으며, '모름' 응답은 50.0%로 나타났다.

<그림 5-6> 향후 구매 식기 종류



<표 5-7> 향후 구매 식기 종류

[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

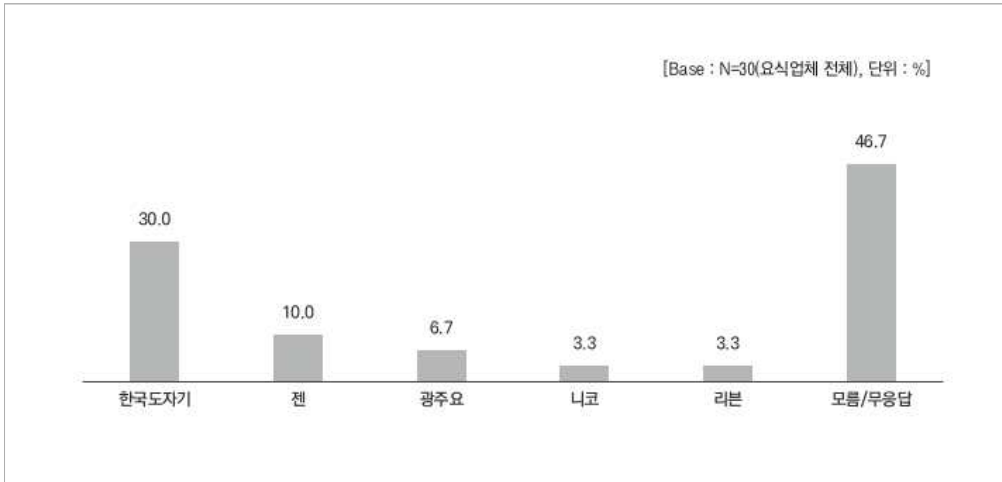
구분	전체	기업브랜드 도자제품	에나멜 식기	수입 유명브랜드 도자제품	유명 도예작가 수공예품	기타	모름	
전 체	(30)	26.7	10.0	6.7	3.3	3.3	50.0	
업체 유형	한식	(5)	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	60.0
	양식	(11)	27.3	9.1	9.1	0.0	0.0	54.5
	중식	(4)	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	뷔페	(10)	30.0	0.0	10.0	0.0	10.0	50.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	66.7
	1억원 이상	(9)	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	88.9
	모름/무응답	(7)	57.1	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0

3. 도자제품 인지도 및 선호도

1) 도자제품으로 떠오르는 브랜드

- ▶ 떠오르는 브랜드로 '한국도자기'가 30.0%로 가장 높았고, 다음으로 '젠' 10.0%, '광주요' 6.7%, '니코', '리븐' 3.3% 순으로 나타났다.

<그림 5-7> 도자제품으로 떠오르는 브랜드



<표 5-8> 도자제품으로 떠오르는 브랜드

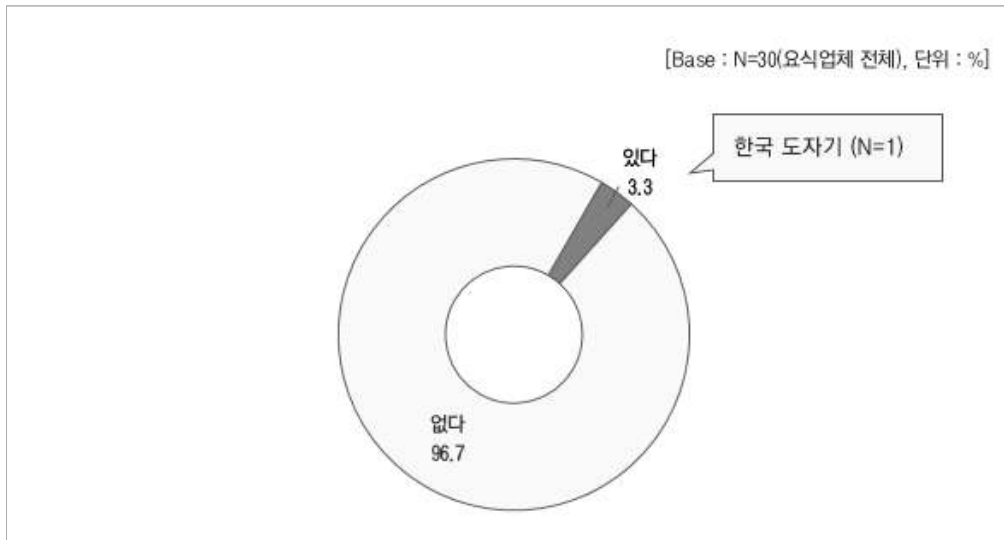
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 복수응답]

구분	전체	한국도자기	젠	광주요	니코	리븐	모름/무응답	
전체	(30)	30.0	10.0	6.7	3.3	3.3	46.7	
업체 유형	한식	(5)	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0
	양식	(11)	27.3	18.2	9.1	0.0	0.0	45.5
	중식	(4)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	뷔페	(10)	20.0	10.0	0.0	10.0	10.0	50.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0
	1억원 이상	(9)	22.2	0.0	0.0	0.0	11.1	66.7
	모름/무응답	(7)	14.3	42.9	0.0	14.3	0.0	28.6

2) 선호하는 브랜드 유무

- ▶ 업체에서 선호하는 브랜드는 대부분(96.7%)이 '없다' 로 나타났고, 반면 '있다'는 3.3%에 그쳤고, '있다(3.3%)로 응답한 1명은 '한국도자기'를 선호한다고 응답했다.

<그림 5-8> 선호하는 브랜드 유무



<표 5-9> 선호하는 브랜드 유무

[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

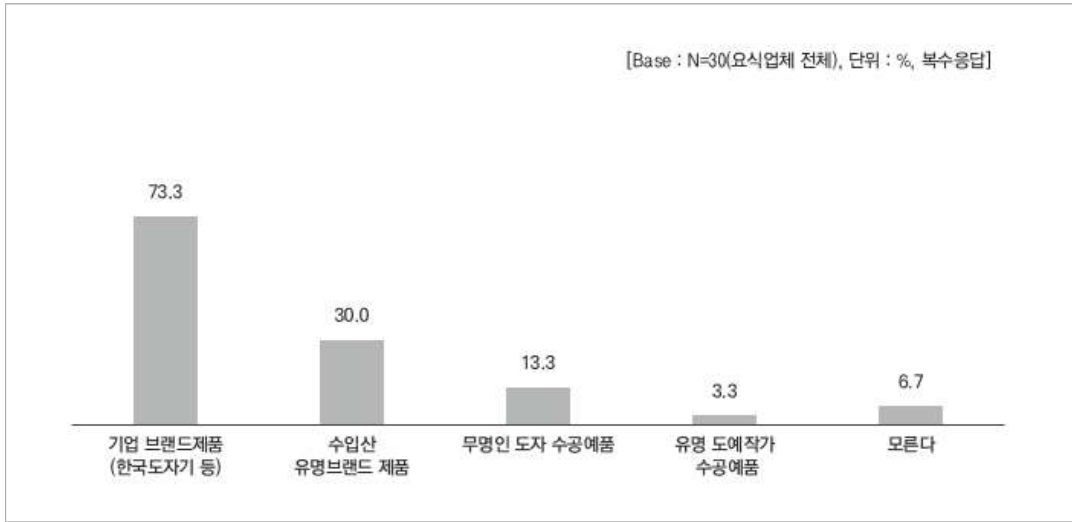
구분		전체	있다	없다
전 체		(30)	3.3	96.7
업체 유형	한식	(5)	0.0	100.0
	양식	(11)	0.0	100.0
	중식	(4)	0.0	100.0
	뷔페	(10)	10.0	90.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	0.0	100.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	100.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	0.0	100.0
	1억원 이상	(9)	11.1	88.9
	모름/무응답	(7)	0.0	100.0

4. 도자제품 구매 및 사용 행태

1) 업체에서 사용 중인 도자제품 형태

- ▶ 업체에서 가장 많이 사용 중인 도자제품은 '기업 브랜드제품'이 73.3%로 가장 높았고, 다음으로 '수입산 유명 브랜드 제품' 30.0%, '무명인 도자 수공예품' 13.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-9> 업체에서 사용 중인 도자제품



<표 5-10> 업체에서 사용 중인 도자제품

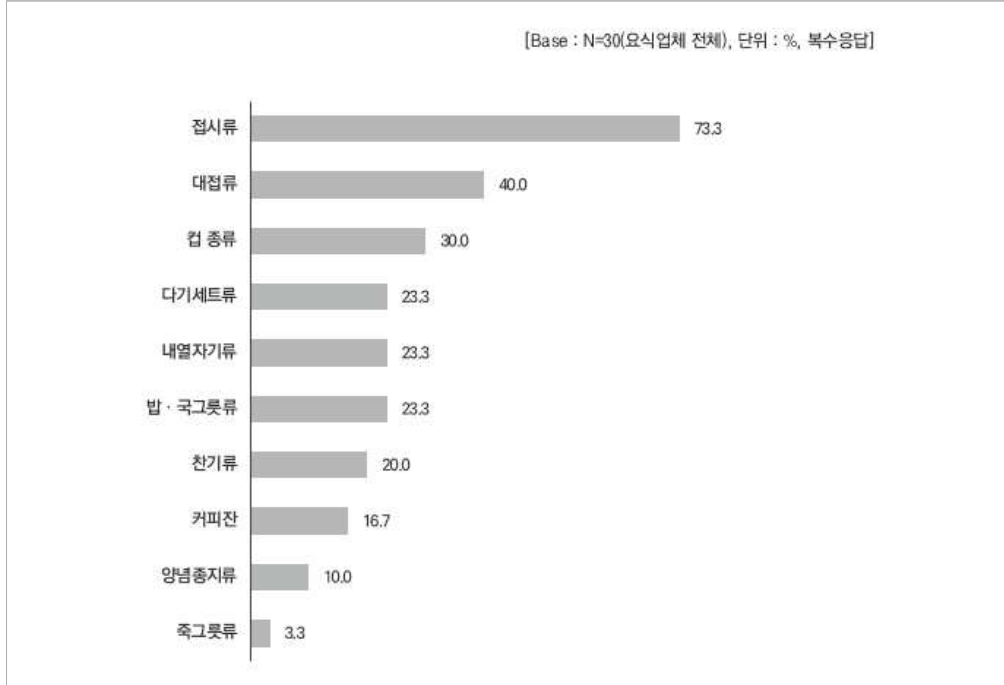
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 복수응답]

구분	전체	기업 브랜드제품(한국도자기 등)	수입산 유명브랜드 제품	무명인 도자 수공예품	유명 도예작가 수공예품	모른다	
전체	(30)	73.3	30.0	13.3	3.3	6.7	
업체 유형	한식	(5)	60.0	20.0	40.0	20.0	0.0
	양식	(11)	54.5	45.5	9.1	0.0	9.1
	중식	(4)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	90.0	30.0	10.0	0.0	10.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	66.7	33.3	50.0	16.7	0.0
	1억원 이상	(9)	66.7	22.2	0.0	0.0	22.2
	모름/무응답	(7)	100.0	28.6	0.0	0.0	0.0

2) 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류

- » 최근 1년 동안 구입한 도자제품의 종류는 '접시류' 73.3%로 가장 높았고, 뒤이어 '대접류' 40.0%, '컵 종류' 30.0%, '다기세트류', '내열자기류', '밥·국그릇류' 23.3%, '찬기류' 20.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-10> 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류



<표 5-11> 최근 1년 동안 구매한 도자제품의 종류

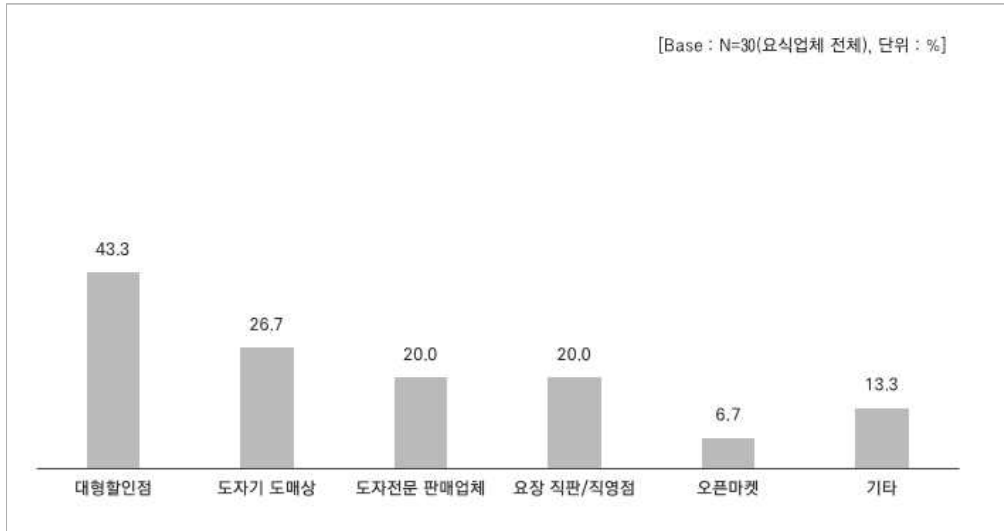
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 복수응답]

구분	전체	접시류	대접류	컵 종류	밥·국 그릇류	내열 자기류	다기 세트류	찬기류	커피잔	양념 종지류	죽 그릇류	
전 체	(30)	73.3	40.0	30.0	23.3	23.3	23.3	20.0	16.7	10.0	3.3	
업체 유형	한식	(5)	40.0	40.0	20.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
	양식	(11)	63.6	36.4	27.3	27.3	18.2	18.2	18.2	36.4	9.1	0.0
	중식	(4)	100.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	90.0	50.0	40.0	20.0	20.0	40.0	30.0	10.0	0.0	10.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	75.0	25.0	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	50.0	50.0	33.3	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0
	1억원 이상	(9)	88.9	44.4	11.1	22.2	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	11.1
	모름/무응답	(7)	85.7	42.9	85.7	0.0	28.6	42.9	28.6	42.9	0.0	0.0

3) 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처

- ▶ 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처로는 '대형할인점'이 43.3%로 가장 높았고, 다음으로 '도자기 도매상' 26.7%, '도자전문 판매업체', '요장 직판/직영점' 20.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-11> 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처



<표 5-12> 최근 1년간 구매한 도자제품의 구매처

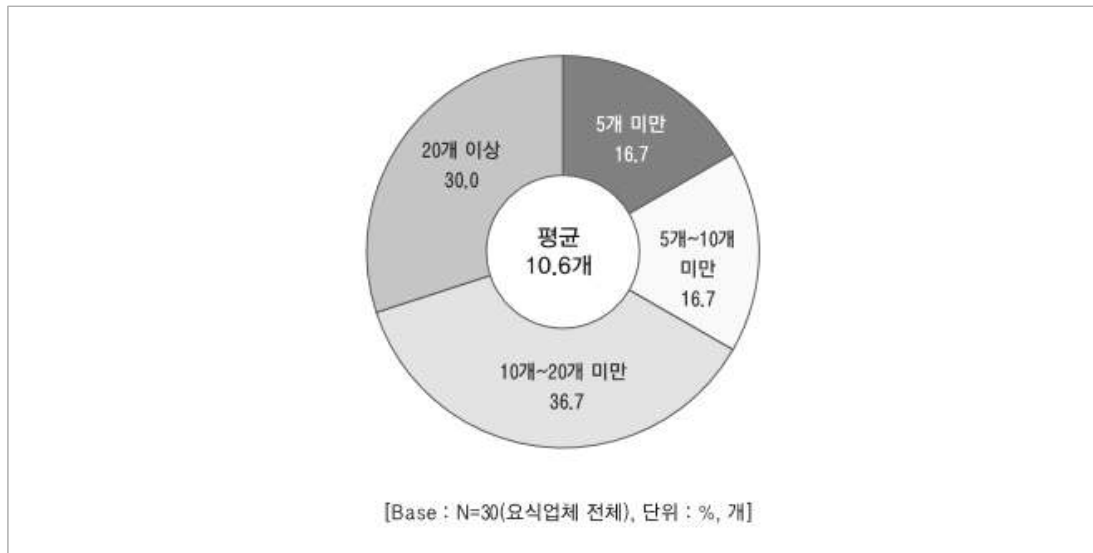
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 복수응답]

구분	전체	대형 할인점	도자기 도매상	도자전문 판매업체 (인사동, 강남구 등에 위치한 도자제품 판매점)	요장 직판/직영점	오픈마켓 (G마켓, 옥션, 쿠팡, 네이버쇼핑 등)	기타	
전 체	(30)	43.3	26.7	20.0	20.0	6.7	13.3	
업체 유형	한식	(5)	20.0	20.0	40.0	60.0	0.0	20.0
	양식	(11)	36.4	45.5	18.2	9.1	9.1	18.2
	중식	(4)	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	50.0	20.0	20.0	10.0	10.0	10.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	50.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	0.0	33.3	66.7	0.0	33.3
	1억원 이상	(9)	11.1	44.4	33.3	11.1	11.1	11.1
	모름/무응답	(7)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

4) 가장 최근에 구매한 도자제품 개수

- » 업체에서 가장 최근에 구매한 도자제품은 평균 10.6개로 나타났다.
 - 이 값은 이상치(outlier)인 4개 업체의 응답 값(100개 이상)을 제외한 평균값으로, 100개 이상이라고 응답한 4개 업체를 포함하여 산출 시 34.2개로 나타났다.

<그림 5-12> 가장 최근에 구매한 도자제품 개수



<표 5-13> 가장 최근에 구매한 도자제품 개수

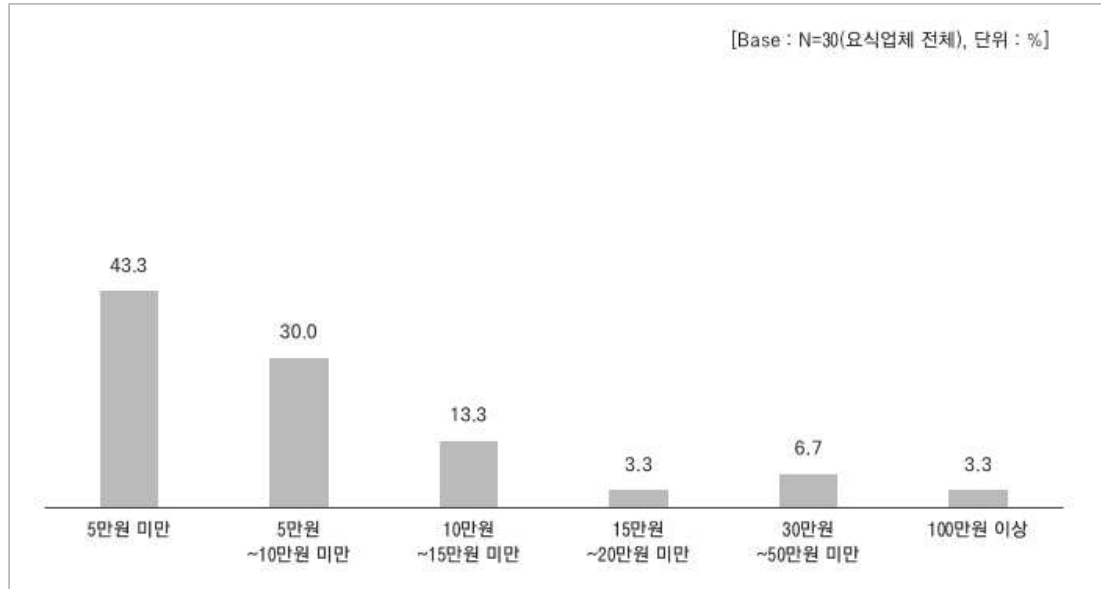
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 개]

구분	전체	5개 미만	5개~10개 미만	10개~20개 미만	20개 이상	평균	
전 체	(30)	16.7	16.7	36.7	30.0	10.6	
업체 유형	한식	(5)	20.0	0.0	20.0	60.0	10.67
	양식	(11)	9.1	27.3	45.5	18.2	11.18
	중식	(4)	25.0	0.0	50.0	25.0	8.00
	뷔페	(10)	20.0	20.0	30.0	30.0	10.78
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	0.0	50.0	25.0	11.00
	4,000~6,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	50.0	0.0	8.00
	6,000만원~1억원 미만	(6)	0.0	16.7	33.3	50.0	11.25
	1억원 이상	(9)	11.1	11.1	22.2	55.6	15.43
	모름/무응답	(7)	28.6	28.6	42.9	0.0	6.71

5) 주로 구입하는 도자제품 가격대(1회 총 구입금액 기준)

- » 최근 1년간 주로 구입한 가격대는 '5만원 미만'이 43.3%로 가장 높았고, 뒤이어 '5만원~10만원 미만' 30.0%, '10만원~15만원 미만' 13.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-13> 주로 구입하는 도자제품 가격대



<표 5-14> 주로 구입하는 도자제품 가격대

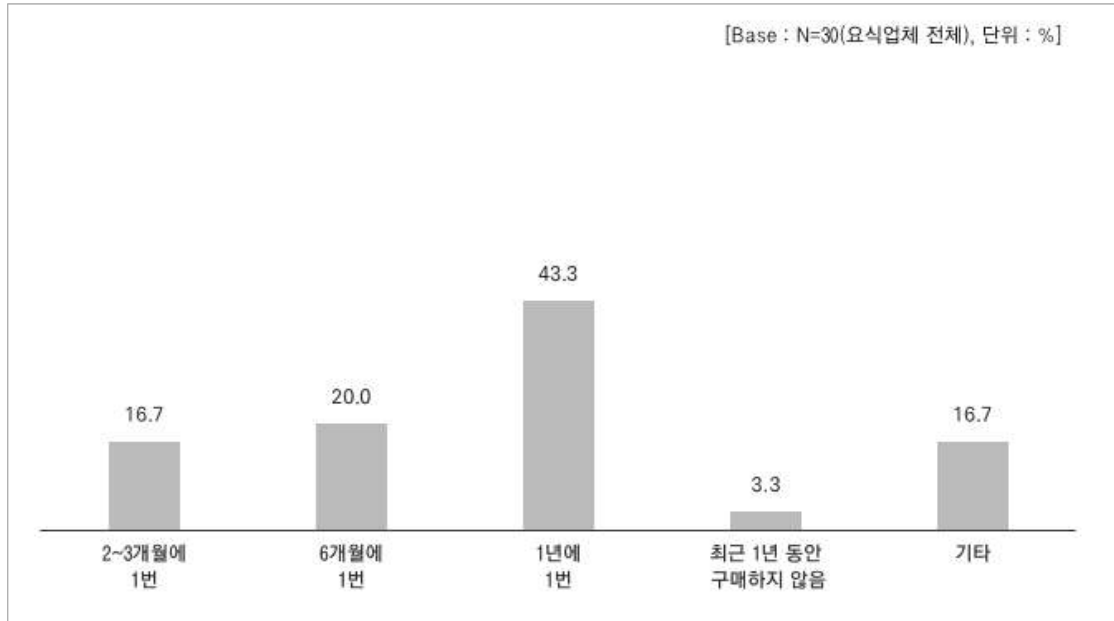
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	5만원 미만	5만원~10만원 미만	10만원~15만원 미만	15만원~20만원 미만	30만원~50만원 미만	100만원 이상
전체		(30)	43.3	30.0	13.3	3.3	6.7	3.3
업체 유형	한식	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	양식	(11)	36.4	27.3	18.2	9.1	9.1	0.0
	중식	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	40.0	30.0	10.0	0.0	10.0	10.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	1억원 이상	(9)	55.6	22.2	11.1	0.0	0.0	11.1
	모름/무응답	(7)	28.6	42.9	0.0	0.0	28.6	0.0

6) 최근 1년간 도자제품 구매 주기

- ▶ 최근 1년간 도자제품을 구매한 주기는 '1년에 1번'이 43.3%로 가장 높았고, 뒤이어 '6개월에 1번' 20.0%, '2~3개월에 1번', '기타' 16.7% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-14> 최근 1년간 도자제품 구매 주기



<표 5-15> 최근 1년간 도자제품 구매 주기

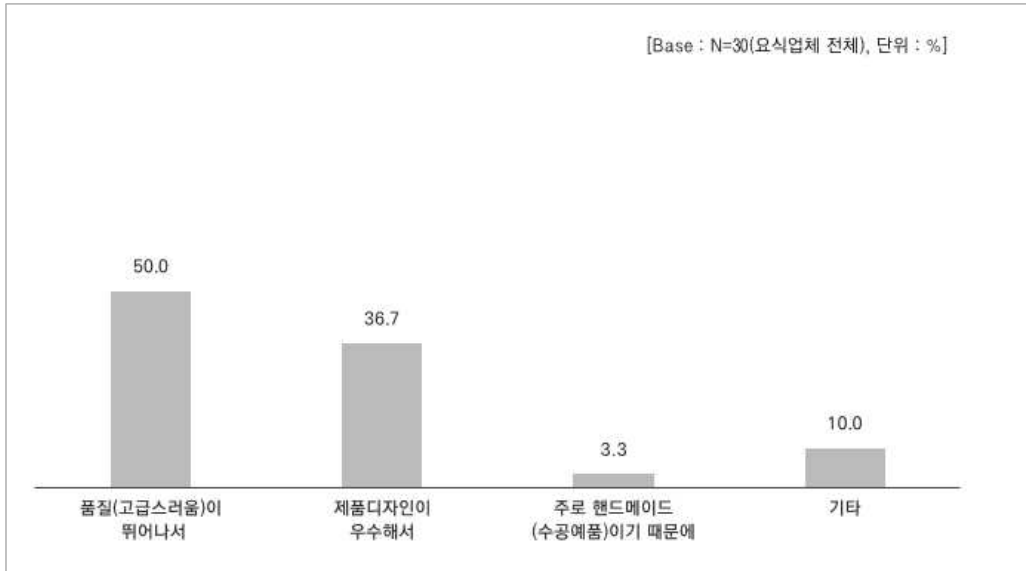
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	2~3개월에 1번	6개월에 1번	1년에 1번	최근 1년 동안 구매하지 않음	기타	
전 체	(30)	16.7	20.0	43.3	3.3	16.7	
업체 유형	한식	(5)	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0
	양식	(11)	0.0	45.5	27.3	9.1	18.2
	중식	(4)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	30.0	10.0	40.0	0.0	20.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	16.7	0.0	83.3	0.0	0.0
	1억원 이상	(9)	11.1	11.1	55.6	11.1	11.1
	모름/무응답	(7)	28.6	14.3	14.3	0.0	42.9

7) 도자제품 구매 동기

- ▶ 도자제품을 구매한 주된 동기는 '품질이 뛰어나서'가 50.0%로 가장 높았고, 뒤이어 '제품디자인이 우수해서' 36.7%, '기타' 10.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-15> 도자제품 구매 동기



<표 5-16> 도자제품 구매 동기

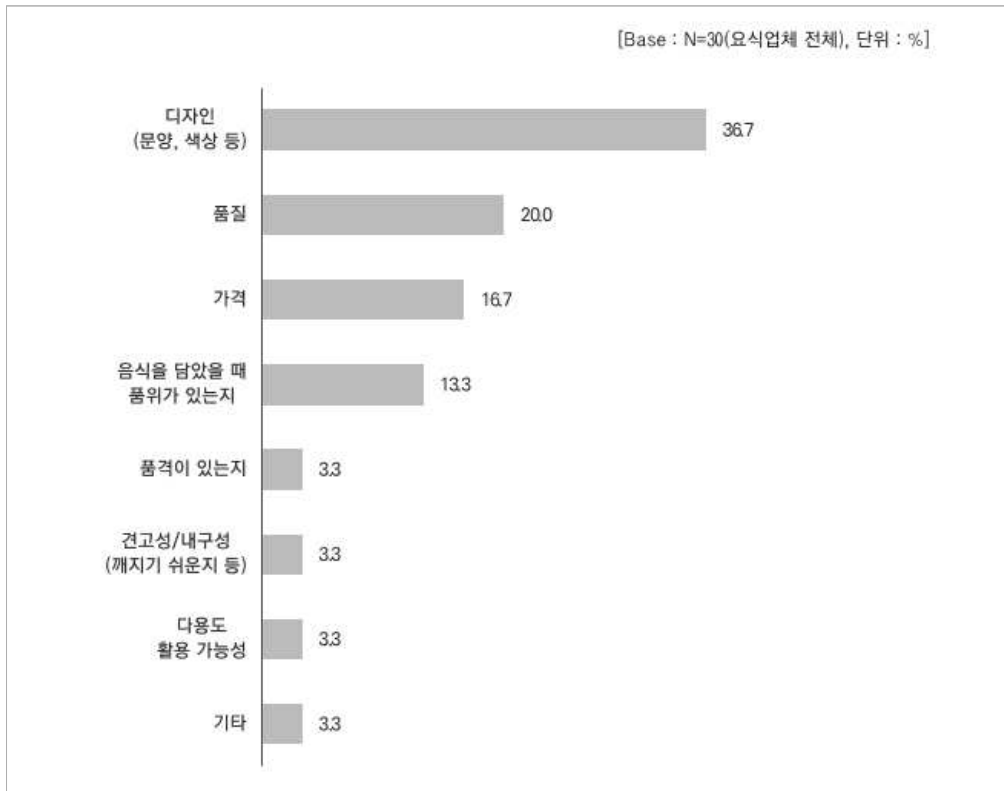
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	품질(고급스러움)이 뛰어나서	제품디자인이 우수해서	주로 핸드메이드(수공예품)이기 때문에	기타
전체		(30)	50.0	36.7	3.3	10.0
업체 유형	한식	(5)	40.0	60.0	0.0	0.0
	양식	(11)	63.6	18.2	9.1	9.1
	중식	(4)	0.0	100.0	0.0	0.0
	뷔페	(10)	60.0	20.0	0.0	20.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	50.0	25.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	75.0	25.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	33.3	50.0	0.0	16.7
	1억원 이상	(9)	55.6	22.2	0.0	22.2
	모름/무응답	(7)	57.1	42.9	0.0	0.0

8) 도자제품 선택/구매 고려 요인

- ▶ 도자제품을 선택/구매할 때 주로 고려하는 요인은 '디자인'이 36.7%로 가장 높았고, 뒤이어 '품질' 20.0%, '가격' 16.7%, '음식을 담았을 때 품위' 13.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-16> 도자제품 선택/구매 고려 요인



<표 5-17> 도자제품 선택/구매 고려 요인

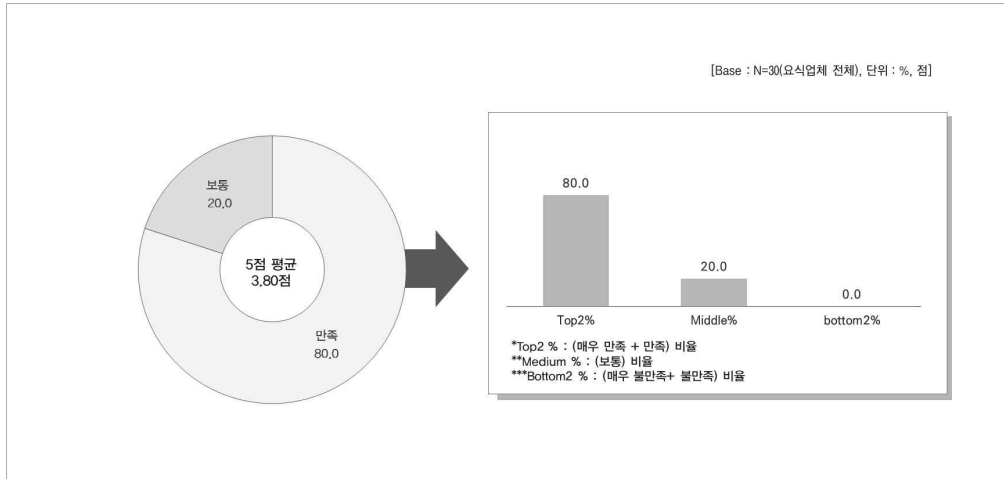
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	디자인 (문양, 색상 등)	품질	가격	음식을 담았을 때 품위가 있는지	품격이 있는지	견고성/내구성 (깨지기 쉬운지 등)	다용도로 활용 가능성	기타
전체	(30)	36.7	20.0	16.7	13.3	3.3	3.3	3.3	3.3
업체 유형	한식 (5)	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	양식 (11)	54.5	9.1	0.0	18.2	0.0	9.1	0.0	9.1
	중식 (4)	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	뷔페 (10)	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만 (4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만 (4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만 (6)	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0
	1억원 이상 (9)	22.2	11.1	22.2	22.2	0.0	11.1	0.0	11.1
	모름/무응답 (7)	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

9) 도자제품 만족도와 이유

» 구매한 도자제품에 대한 만족도로는 5점 평균 3.80점으로 '만족함'은 80.0%, '보통' 20.0%로 나타났다.

<그림 5-17> 도자제품 만족도



<표 5-18> 도자제품 만족도

[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 점]

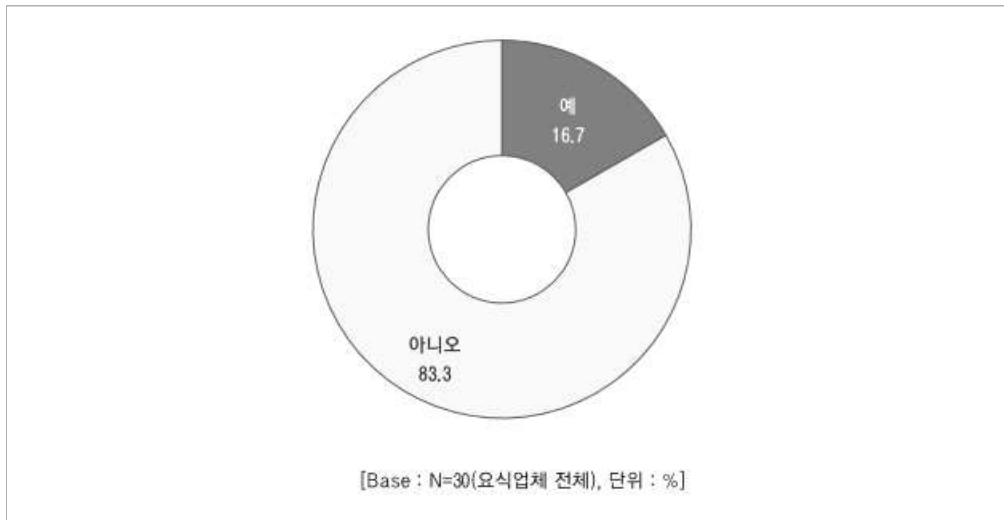
구분	전체	③ 보통	④ 만족	Top2% (④+⑤)	Middle% (③)	5점 평균 (점)
전 체	(30)	20.0	80.0	80.0	20.0	3.80
업체 유형	한식 (5)	20.0	80.0	80.0	20.0	3.80
	양식 (11)	9.1	90.9	90.9	9.1	3.91
	중식 (4)	25.0	75.0	75.0	25.0	3.75
	뷔페 (10)	30.0	70.0	70.0	30.0	3.70
매출액	4,000만원 미만 (4)	0.0	100.0	100.0	0.0	4.00
	4,000~6,000만원 미만 (4)	0.0	100.0	100.0	0.0	4.00
	6,000만원~1억원 미만 (6)	66.7	33.3	33.3	66.7	3.33
	1억원 이상 (9)	0.0	100.0	100.0	0.0	4.00
	모름/무응답 (7)	28.6	71.4	71.4	28.6	3.71

5. 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품 구매행태

1) 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력

- » 최근 1년간 국내 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자제품을 구매한 적이 '있다'는 16.7%인 반면, '아니오'는 83.3%로 나타났다.

<그림 5-18> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력



<표 5-19> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 이력

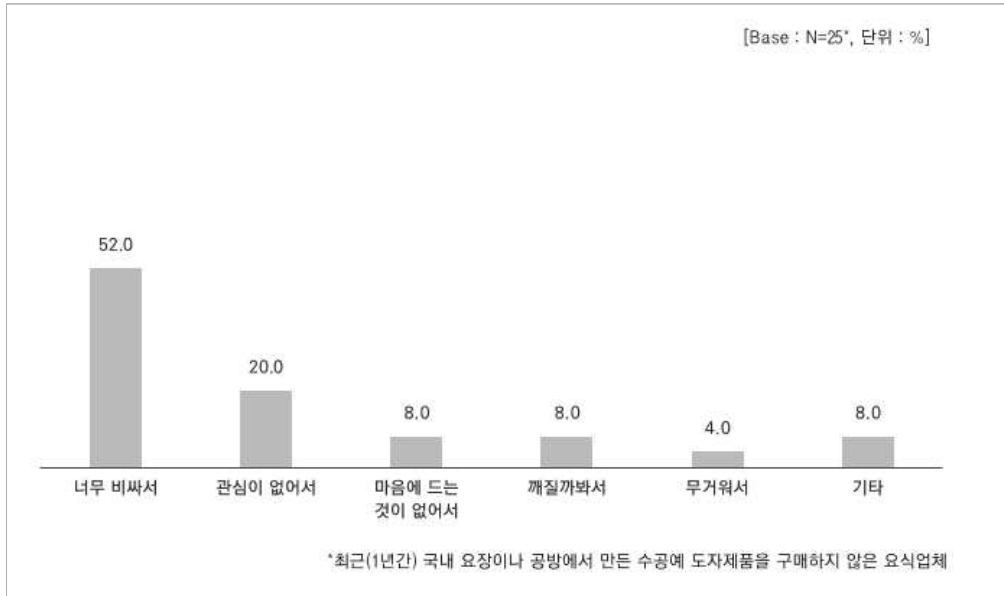
[Base : 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분		전체	예	아니오
전 체		(30)	16.7	83.3
업체 유형	한식	(5)	60.0	40.0
	양식	(11)	9.1	90.9
	중식	(4)	0.0	100.0
	뷔페	(10)	10.0	90.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	75.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	100.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	50.0	50.0
	1억원 이상	(9)	11.1	88.9
	모름/무응답	(7)	0.0	100.0

2) 수공예 도자제품 비 구매 이유

- 비 구매한 사람(25명)에 대한 수공예 도자제품을 구매하지 않는 이유로 과반수(52.0%)가 '너무 비싸서'라고 응답하였고, 다음으로 '관심이 없어서', 20.0%, '마음에 드는 것이 없어서', '깨질까 봐서' 8.0% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-19> 수공예 도자제품을 구매하지 않은 이유



<표 5-20> 수공예 도자제품을 구매하지 않은 이유

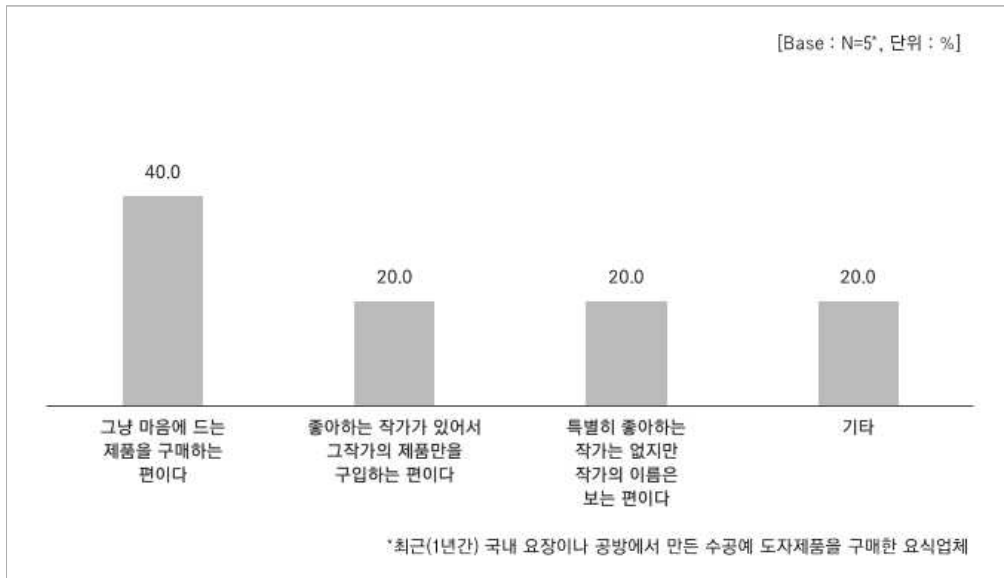
[Base : 수공예 도자제품을 구매하지 않은 요식업체, N=25, 단위 : %]

구분	전체	너무 비싸서	관심이 없어서	마음에 드는 것이 없어서	깨질까 봐서	무거워서	기타	
전 체	(25)	52.0	20.0	8.0	8.0	4.0	8.0	
업체 유형	한식	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	양식	(10)	30.0	20.0	20.0	10.0	0.0	20.0
	중식	(4)	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	뷔페	(9)	66.7	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(3)	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3
	4,000~6,000만원 미만	(4)	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	1억원 이상	(8)	37.5	25.0	25.0	12.5	0.0	0.0
	모름/무응답	(7)	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0

3) 수공예 도자 구매할 때 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항

- » 구매한 사람(5명)에 대한 수공예 도자제품을 구입할 때 선호 사항은 '그냥 마음에 드는 제품을 구매하는 편이다' 가 40.0%로 가장 높았다.

<그림 5-20> 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항



<표 5-21> 작가의 이름과 디자인 중 선호 사항

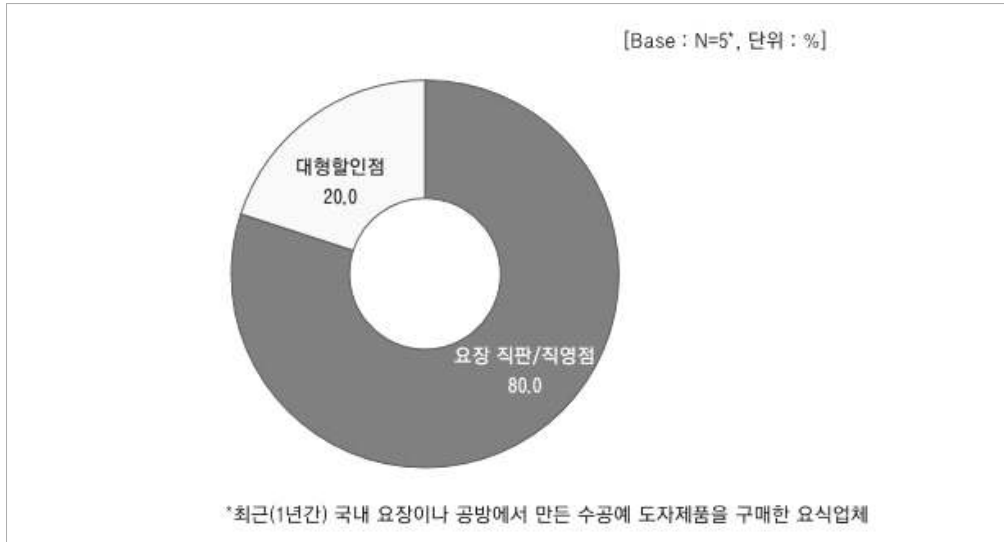
[Base ; 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분		전체	그냥 마음에 드는 제품을 구매하는 편이다	좋아하는 작가가 있어서 그 작가의 제품만을 구입하는 편이다	특별히 좋아하는 작가는 없지만 작가의 이름은 보는 편이다	기타
전체		(5)	40.0	20.0	20.0	20.0
업체 유형	한식	(3)	33.3	0.0	33.3	33.3
	양식	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	뷔페	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	33.3	0.0	33.3	33.3
	1억원이상	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0

4) 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처

- ▶ 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처로는 '요장 직판/직영점'이 80.0%로 가장 높았고, '대형할인점'은 20.0%에 그쳤다.

<그림 5-21> 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처



<표 5-22> 최근 1년간 구매한 수공예 도자제품 구매처

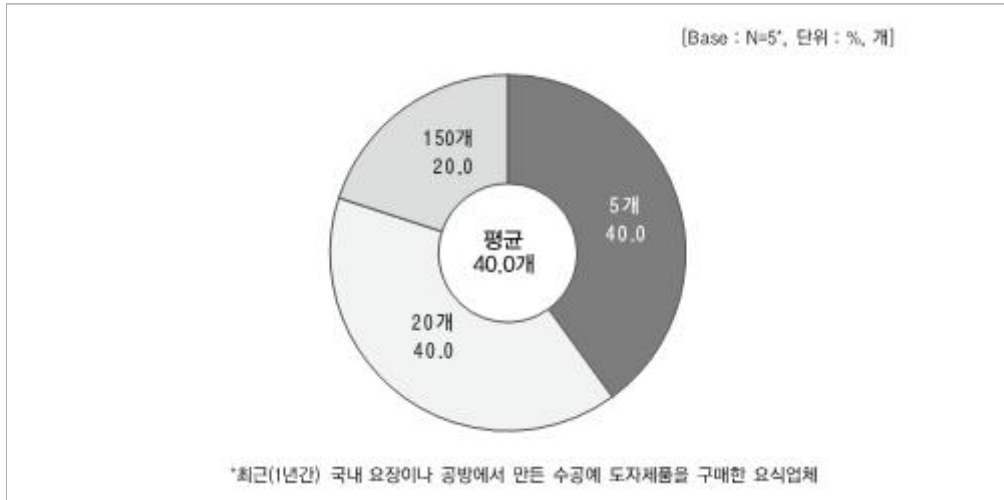
[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분		전체	요장 직판/직영점	대형할인점
전체		(5)	80.0	20.0
업체 유형	한식	(3)	100.0	0.0
	양식	(1)	100.0	0.0
	뷔페	(1)	0.0	100.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	100.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	100.0	0.0
	1억원이상	(1)	0.0	100.0

5) 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수

- 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수는 평균 40.0개로 '5개'와 '20개'가 각각 40.0%로 가장 많았고, 다음으로 '150개' 20.0% 순으로 나타났다.

<그림 5-22> 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수



<표 5-23> 가장 최근에 구매한 수공예 도자제품 개수

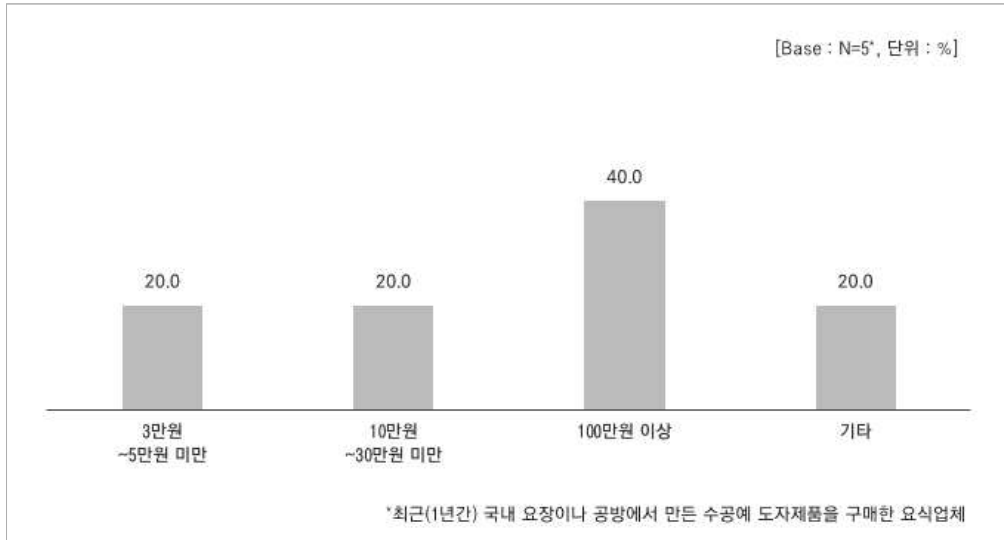
[Base ; 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %, 개]

구분		전체	5개	20개	150개	평균 (개)
전체		(5)	40.0	40.0	20.0	40.0
업체 유형	한식	(3)	33.3	33.3	33.3	58.3
	양식	(1)	0.0	100.0	0.0	20.0
	뷔페	(1)	100.0	0.0	0.0	5.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	0.0	100.0	0.0	20.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	33.3	33.3	33.3	58.3
	1억원이상	(1)	100.0	0.0	0.0	5.0

6) 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대

- » 최근 1년간 수공예 도자제품을 구매한 사람(5명)에 대한 주로 구입하는 수공예 도자제품의 가격대는 '100만원 이상'이 40.0%로 가장 많았다.

<그림 5-23> 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대



<표 5-24> 최근 1년간 주로 구입한 수공예 도자제품 가격대

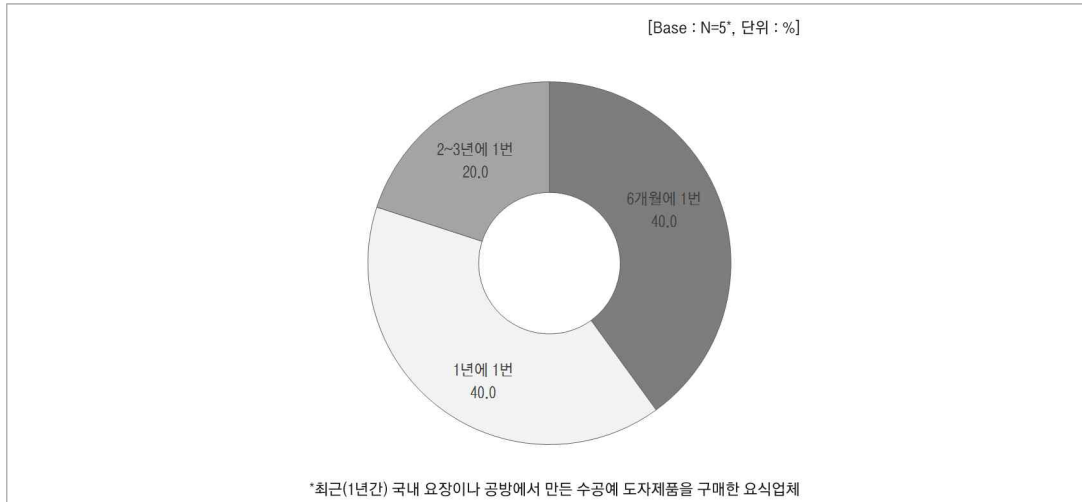
[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분		전체	3만원~5만원 미만	10만원~30만원 미만	100만원 이상	기타
전체		(5)	20.0	20.0	40.0	20.0
업체 유형	한식	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0
	양식	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0
	뷔페	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0
	1억원이상	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0

7) 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기

- ▶ 최근 1년간 수공예 도자제품의 구매 주기는 '6개월에 1번', '1년에 1번'이 각각 40.0%로 가장 많았고, 뒤이어 '2~3년에 1번' 20.0% 순으로 나타났다.

<그림 5-24> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기



<표 5-25> 최근 1년간 수공예 도자제품 구매 주기

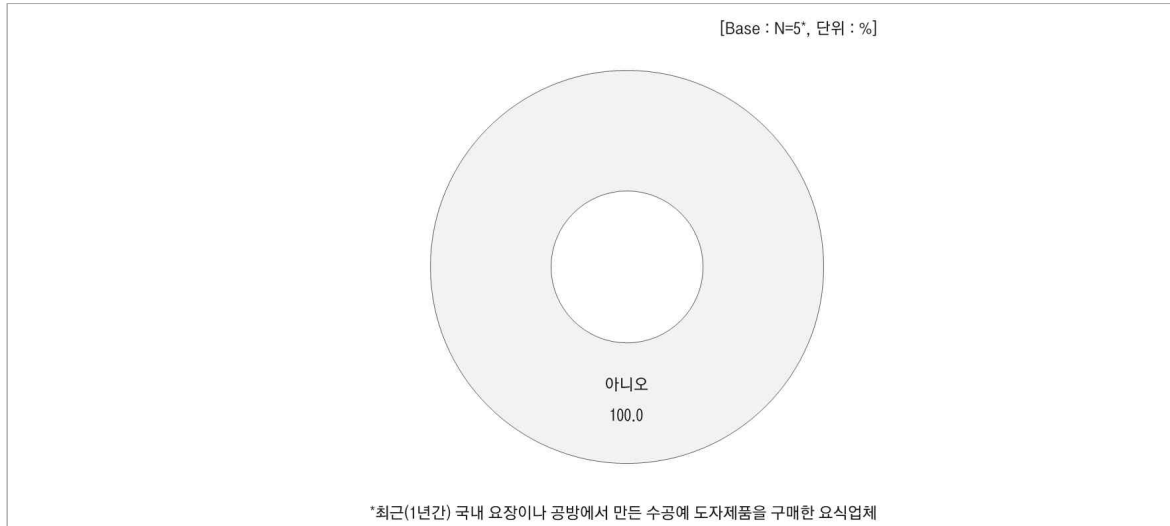
[Base ; 수공예 도자제품을 구매한 요식업체 ,N=5, 단위 : %]

구분		전체	6개월에 1번	1년에 1번	2~3년에 1번
전체		(5)	40.0	40.0	20.0
업체 유형	한식	(3)	0.0	66.7	33.3
	양식	(1)	100.0	0.0	0.0
	뷔페	(1)	100.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	0.0	66.7	33.3
	1억원이상	(1)	100.0	0.0	0.0

8) 수공예 도자제품 온라인 구매 현황

- » 최근 수공예 도자제품을 구매했지만, 온라인상에서 구매해본 요식업체는 없는 것으로 나타났다. ('아니오' 100%)

<그림 5-25> 수공예 도자제품 온라인 구매 현황



<표 5-26> 수공예 도자제품 온라인 구매 현황

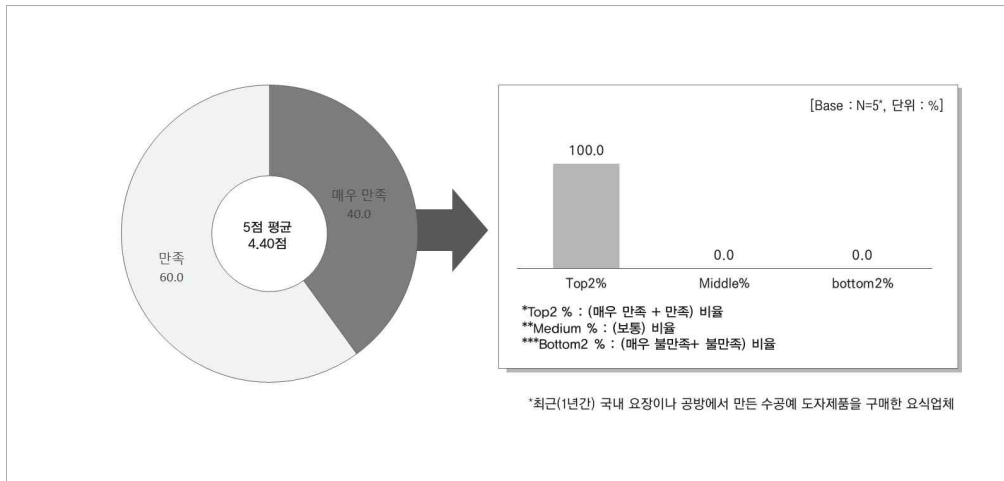
[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분		전체	예	아니오
전 체		(5)	0.0	100.0
업체 유형	한식	(3)	0.0	100.0
	양식	(1)	0.0	100.0
	뷔페	(1)	0.0	100.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	0.0	100.0
	6,000만원~ 1억원 미만	(3)	0.0	100.0
	1억원이상	(1)	0.0	100.0

9) 수공예 도자제품 만족도

» 구매한 도자제품에 대한 만족도로는 5점 평균 4.40점으로 '만족함'은 100.0%('매우 만족' 40.0% +'만족' 60.0%)로 나타났다.

<그림 5-26> 수공예 도자제품 만족도



<표 5-27> 수공예 도자제품 만족도

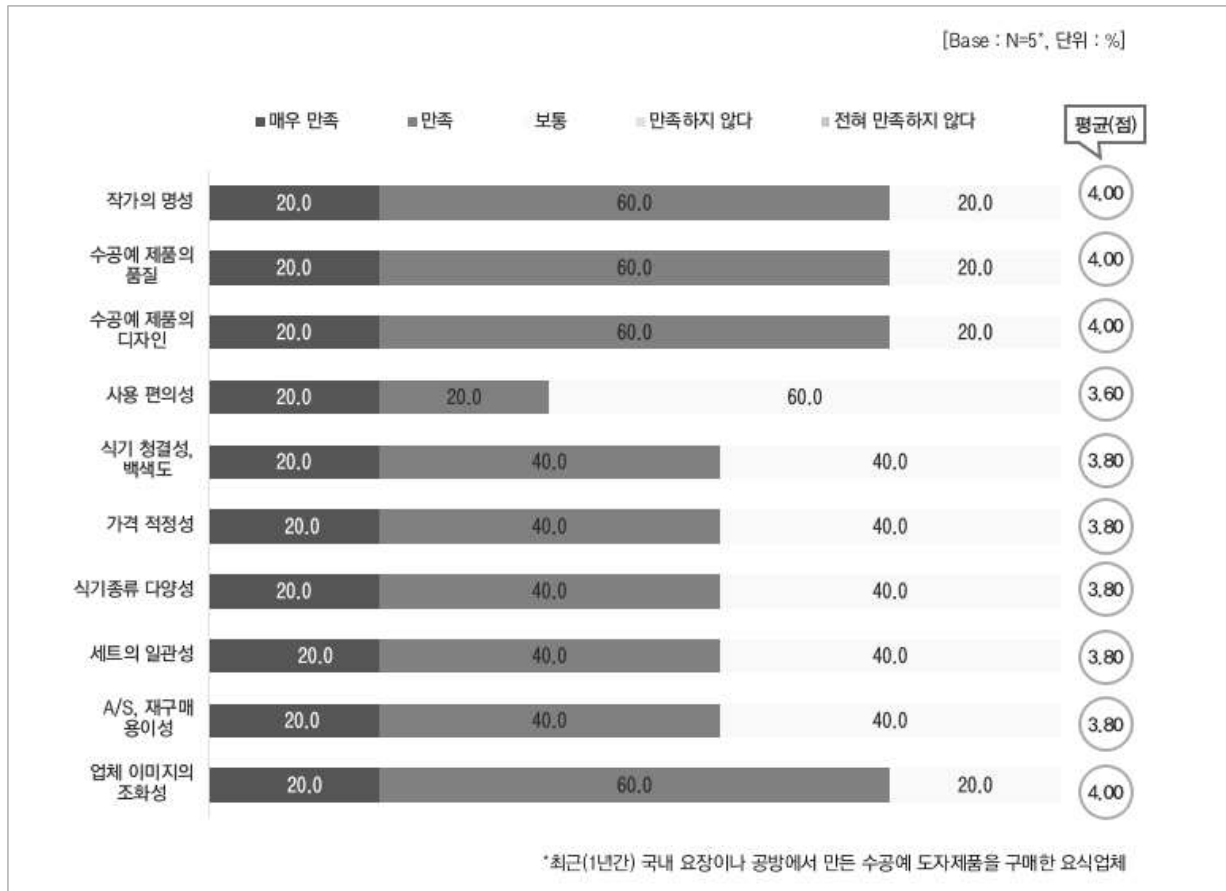
[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %, 점]

구분		전체	④ 만족	⑤ 매우 만족	Top2% (④+⑤)	5점 평균 (점)
전체		(5)	60.0	40.0	100.0	4.40
업체 유형	한식	(3)	66.7	33.3	100.0	4.33
	양식	(1)	0.0	100.0	100.0	5.00
	뷔페	(1)	100.0	0.0	100.0	4.00
매출액	4,000만원 미만	(1)	0.0	100.0	100.0	5.00
	6,000만원~ 1억원 미만	(3)	66.7	33.3	100.0	4.33
	1억원이상	(1)	100.0	0.0	100.0	4.00

10) 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도

- 수공예 도자제품의 사용 만족도는 '작가의 명성', '수공예 제품의 품질', '수공예 제품의 디자인', '업체 이미지의 조화성'이 5점 평균 기준 4.00점으로 가장 높았다.

<그림 5-27> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도



<표 5-28> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품 사용 만족도

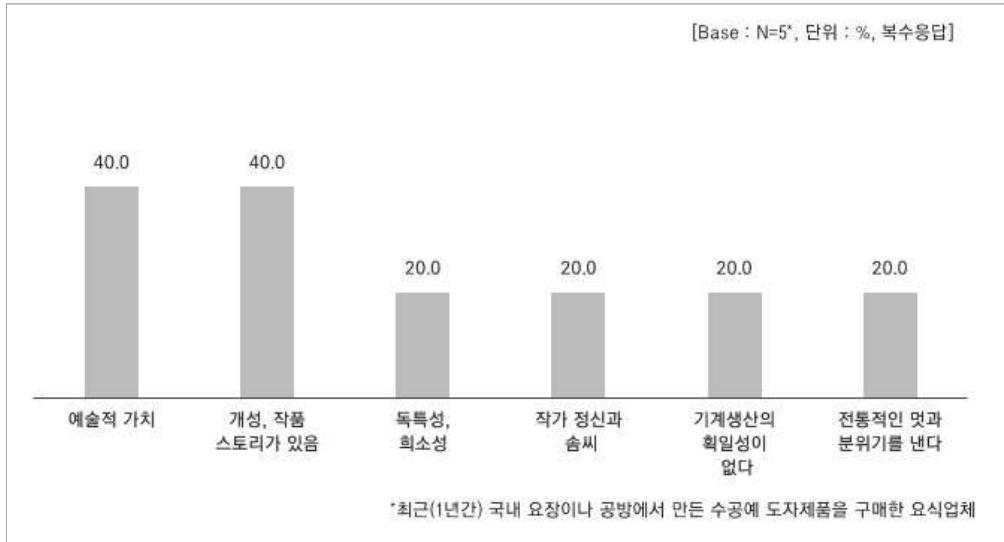
[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : 점]

구분	전체	작가의 명성	품질	디자인	사용 편의성	청결성 백색도	가격 적정성	다양성	세트의 일관성	A/S, 재구매 용이성	업체 이미지의 조화성	
전체	(5)	4.00	4.00	4.00	3.60	3.80	3.80	3.80	3.80	3.80	4.00	
업체 유형	한식	(3)	3.67	3.67	3.67	3.33	3.67	3.33	3.33	3.67	3.33	3.67
	양식	(1)	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	뷔페	(1)	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
매출액	4,000만원 미만	(1)	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	6,000만원~1억원 미만	(3)	3.67	3.67	3.67	3.33	3.67	3.33	3.67	3.33	3.67	3.67
	1억원 이상	(1)	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00

11) 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점

- ▶ 요장이나 공방에서 제조된 도자제품이 기업 브랜드 제품에 비해 장점인 요소는 '예술적 가치', '개성, 작품 스토리가 있음'이 40.0%로 가장 높았다.

<그림 5-28> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점



<표 5-29> 기업브랜드 대비 수공예 도자제품의 장점

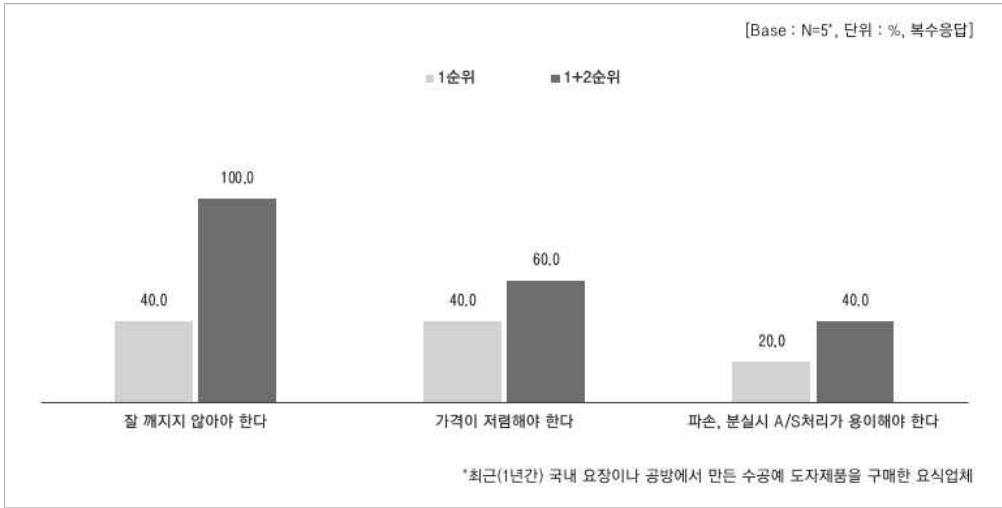
[Base ; 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분	전체	예술적 가치	개성, 작품 스토리가 있음	독특성, 희소성	작가 정신과 숨씨	기계생산의 획일성이 없다	전통적인 멋과 분위기를 낸다	
전 체	(5)	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	
업체 유형	한식	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3
	양식	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	뷔페	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(1)	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(3)	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3
	1억원이상	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

12) 수공예 도자제품 보강요소

수공예 도자식기의 보강할 점으로 1순위는 '잘 깨지지 않아야 한다', '가격이 저렴해야 한다' 가 40.0%로 높게 나타났고, 뒤이어 '파손, 분실 시 A/S처리가 용이해야 한다' 20.0% 순으로 나타났고, 반면 1+2순위는 '잘 깨지지 않아야 한다'가 100.0%로 가장 높았고 뒤이어 '가격이 저렴해야 한다' 60.0%, '파손, 분실 시 A/S처리가 용이해야 한다' 40.0%의 순으로 나타났다.

<그림 5-29> 수공예 도자제품 보강요소



<표 5-30> 수공예 도자제품 보강요소 1순위

[Base ; 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, N=5, 단위 : %]

구분	전체	잘 깨지지 않아야 한다	가격이 저렴해야 한다	파손, 분실시 A/S처리가 용이해야 한다
전 체	(5)	40.0	40.0	20.0
업체 유형	한식 (3)	33.3	66.7	0.0
	양식 (1)	0.0	0.0	100.0
	뷔페 (1)	100.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만 (1)	0.0	0.0	100.0
	6,000만원~1억원 미만 (3)	33.3	66.7	0.0
	1억원이상 (1)	100.0	0.0	0.0

<표 5-31> 수공예 도자제품 보강요소 1+2순위

[Base : 수공예 도자제품을 구매한 요식업체, 복수응답, N=5, 단위 : %]

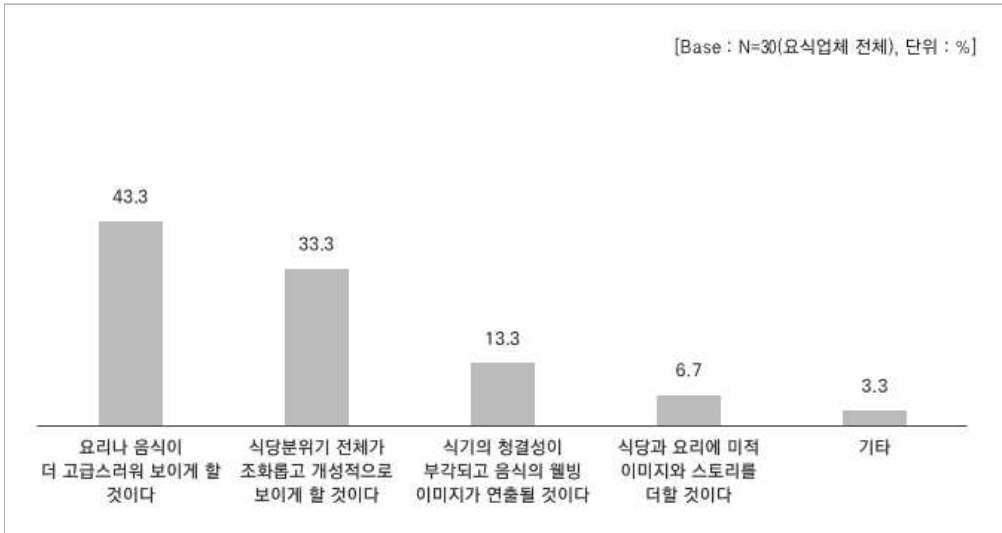
구분	전체	잘 깨지지 않아야 한다	가격이 저렴해야 한다	파손, 분실시 A/S처리가 용이해야 한다
전 체	(5)	100.0	60.0	40.0
업체 유형	한식 (3)	100.0	66.7	33.3
	양식 (1)	100.0	0.0	100.0
	뷔페 (1)	100.0	100.0	0.0
매출액	4,000만원 미만 (1)	100.0	0.0	100.0
	6,000만원~1억원 미만 (3)	100.0	66.7	33.3
	1억원이상 (1)	100.0	100.0	0.0

13) 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장·단점

가. 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장점

- » 업체 적용 시 예상되는 장점은 '요리나 음식이 더 고급스러워 보이게 할 것이다'가 43.3%로 가장 많았고, 다음으로 '식당 분위기 전체가 조화롭고 개성적으로 보이게 할 것이다' 33.3%, '식기의 청결성이 부각되고 음식의 웰빙 이미지가 연출될 것이다' 13.3% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-30> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장점



<표 5-32> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 장점

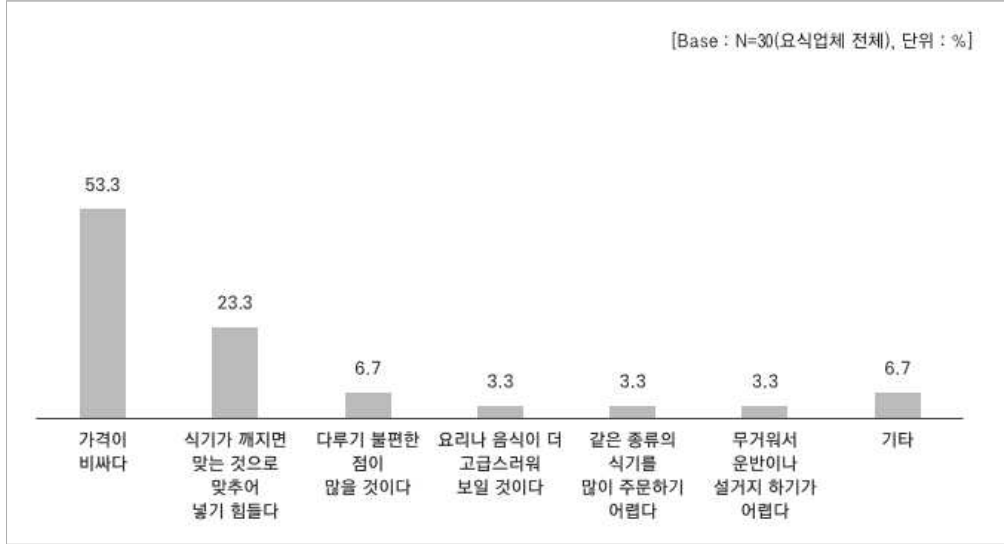
[Base ; 요식업체 전체, 복수응답, N=30, 단위 : %]

구분	전체	요리나 음식이 더 고급스러워 보이게 할 것이다	식당 분위기 전체가 조화롭고 개성적으로 보이게 할 것이다	식기의 청결성이 부각되고 음식의 웰빙 이미지가 연출될 것이다	식당과 요리에 미적 이미지와 스토리를 더할 것이다	기타
전체	(30)	43.3	33.3	13.3	6.7	3.3
업체 유형	한식 (5)	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	양식 (11)	45.5	18.2	18.2	9.1	9.1
	중식 (4)	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	뷔페 (10)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
매출액	4,000만원 미만 (4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만 (4)	0.0	50.0	25.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만 (6)	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0
	1억원 이상 (9)	66.7	11.1	11.1	11.1	0.0
	모름/무응답 (7)	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0

나. 요식업 운영에 적용 시 예상되는 단점

- 예상되는 단점으로는 '가격이 비싸다'가 53.3%로 가장 높았고, 다음으로 '식기가 깨지면 맞는 것으로 맞추어 넣기 힘들다' 23.3%, '다루기 불편한 점이 많을 것이다' 6.7% 등의 순으로 나타났다.

<그림 5-31> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 단점



<표 5-33> 요식업 운영에 적용 시 예상되는 단점

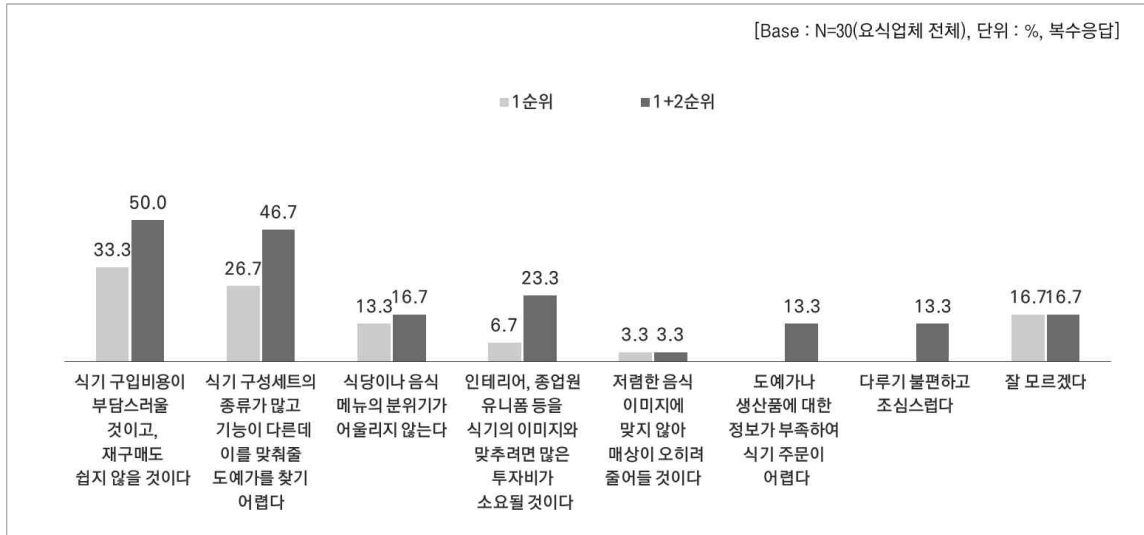
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %]

구분	전체	가격이 비싸다	식기가 깨지면 맞는 것으로 맞추어 넣기가 힘들다	다루기 불편한 점이 많을 것이다	요리나 음식이 더 고급스러워 보이게 할 것이다	같은 종류의 식기를 많이 주문하기가 어렵다	무거워서 운반이나 설거지 하기가 힘들다	기타
전체	(30)	53.3	23.3	6.7	3.3	3.3	3.3	6.7
업체 유형	한식 (5)	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	양식 (11)	45.5	27.3	9.1	0.0	0.0	0.0	18.2
	중식 (4)	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	뷔페 (10)	70.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0
매출액	4,000만원 미만 (4)	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	4,000~6,000만원 미만 (4)	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	6,000만원~1억원 미만 (6)	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	1억원 이상 (9)	66.7	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1
	모름/무응답 (7)	57.1	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0

14) 수공예 도자기 이용 장애요소

수공예 도자기제품을 요식업에 이용하기 어려운 장애요소 1순위로는 '식기 구입비용이 부담스러울 것이고, 재구매도 쉽지 않을 것이다'가 33.3%로 가장 많았고, 다음으로 '식기 구성 세트의 종류가 많고 기능이 다른데 이를 맞춰줄 도예가를 찾기 어렵다' 26.7%, '식당이나 음식 메뉴의 분위기가 어울리지 않는다' 13.3% 등의 순으로 나타났고, 1+2순위도 비슷한 경향으로 나타났으나, '인테리어, 종업원 유니폼 등을 식기의 이미지와 맞추려면 많은 투자비가 소요될 것이다'가 1+2순위 기준 23.3%로 높게 나타났다.

<그림 5-32> 수공예 도자기 이용 장애요소



<표 5-34> 수공예 도자기 이용 장애요소 1순위

구분	전체	식기 구입비용이 부담스러울 것이고, 재구매도 쉽지 않을 것이다	식기 구성 세트의 종류가 많고 기능이 다른데 이를 맞춰줄 도예가를 찾기 어렵다	식당이나 음식 메뉴의 분위기가 어울리지 않는다	인테리어, 종업원 유니폼 등을 식기의 이미지와 맞추려면 많은 투자비가 소요될 것이다	저렴한 음식 이미지에 맞지 않아 매상이 오히려 줄어들 것이다	잘 모르겠다
전체	(30)	33.3	26.7	13.3	6.7	3.3	16.7
업체 유형	한식 (5)	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0
	양식 (11)	9.1	36.4	18.2	9.1	0.0	27.3
	중식 (4)	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0
	뷔페 (10)	70.0	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0
매출액	4,000만원 미만 (4)	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	50.0
	4,000~6,000만원 미만 (4)	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만 (6)	50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7
	1억원 이상 (9)	44.4	0.0	33.3	0.0	0.0	22.2
	모름/무응답 (7)	42.9	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0

<표 5-35> 수공예 도자기 이용 장애요소 1+2순위

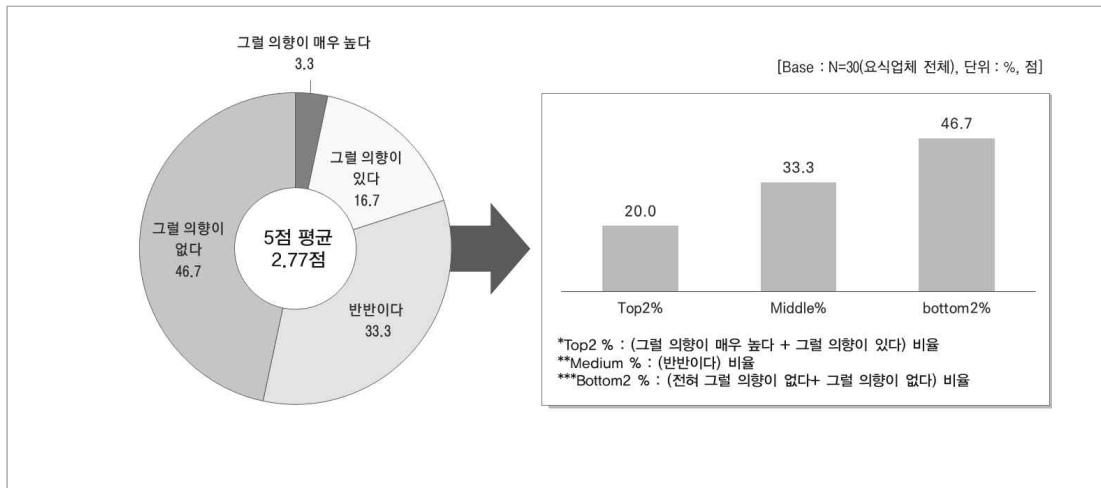
[Base : 요식업체 전체, 복수응답, N=30, 단위 : %]

구분	전체	식기 구입비용이 부담스러울 것이고, 재구매도 쉽지 않을 것이다	식기 구성세트의 종류가 많고 기능이 다른데 이를 줄여줄 도예가	인테리어원종업원, 유니폼 등을 식기의 이미지와 맞추려면	식당이나 음식점 메뉴의 분위기가 어울리지 않는다	도예가나 생산품에 대한 정보가 부족하여 식기 주문이 어렵다	다루기 불편하고 조심스럽다	저렴한 이미지에 맞지 않아 상상하더라도 오졸것	잘 모르겠다	
전체	(30)	50.0	46.7	23.3	16.7	13.3	13.3	3.3	16.7	
업체 유형	한식	(5)	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	양식	(11)	18.2	45.5	27.3	27.3	18.2	9.1	0.0	27.3
	중식	(4)	75.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	뷔페	(10)	80.0	50.0	20.0	10.0	10.0	20.0	10.0	0.0
매출액	4,000만원 미만	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	4,000~6,000만원 미만	(4)	50.0	75.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	6,000만원~1억원 미만	(6)	66.7	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7
	1억원 이상	(9)	44.4	11.1	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	22.2
	모름/무응답	(7)	42.9	85.7	14.3	0.0	42.9	0.0	14.3	0.0

15) 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향

▶ 포인트 식기로 수공예 도자제품의 사용 여부는 5점 평균 2.77점으로 '그럴 의향이 있음'은 20.0%('그럴 의향이 매우 높다' 3.3% + '그럴 의향이 있다' 16.7%), '반반이다' 33.3%, '그럴 의향이 없음' 46.7%('전혀 그럴 의향이 없다' 46.7%)로 나타났다.

<그림 5-33> 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향



<표 5-36> 포인트 식기로 수공예 도자제품 사용 의향

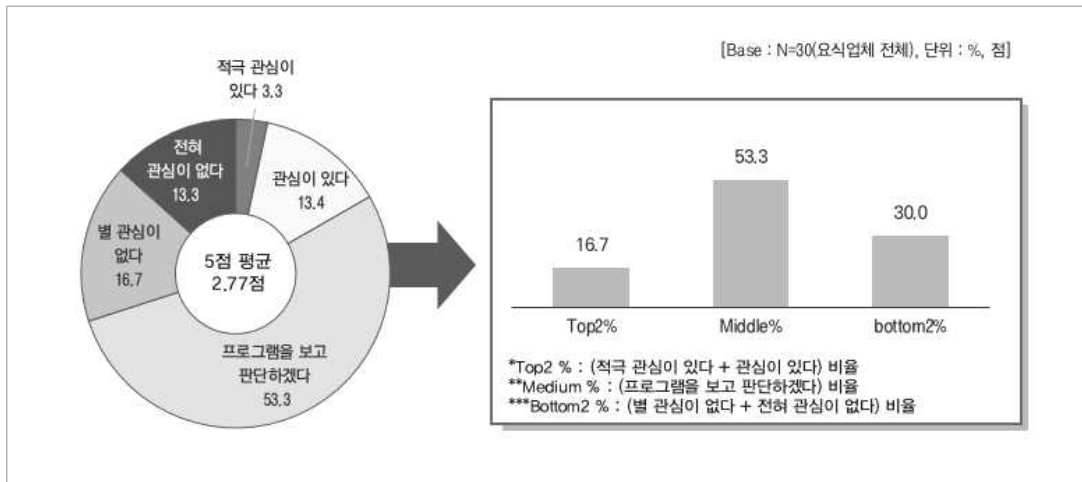
[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 점]

구분		전체	② 그릴 의향이 없다	③ 반반이다	④ 그릴 의향이 있다	⑤ 그릴 의향이 매우 높다	Top2% (④+⑤)	Middle% (③)	Bottom2% (①+②)	5점 평균 (점)
전체		(30)	46.7	33.3	16.7	3.3	20.0	33.3	46.7	2.77
업체 유형	한식	(5)	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	40.0	60.0	2.40
	양식	(11)	36.4	36.4	18.2	9.1	27.3	36.4	36.4	3.00
	중식	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	50.0	2.75
	뷔페	(10)	50.0	30.0	20.0	0.0	20.0	30.0	50.0	2.70
매출액	4,000만원 미만	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	75.0	25.0	0.0	4.00
	4,000~6,000만원 미만	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	50.0	2.75
	6,000만원~1억원 미만	(6)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	2.33
	1억원 이상	(9)	66.7	22.2	11.1	0.0	11.1	22.2	66.7	2.44
	모름/무응답	(7)	28.6	57.1	14.3	0.0	14.3	57.1	28.6	2.86

16) 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부

- ▶ 매칭 프로그램을 진행한다면 5점 평균 2.77점으로 '관심이 있음'은 16.7%('적극 관심이 있다' 3.3% + '관심이 있다' 13.4%), '프로그램을 보고 판단' 53.3%, '관심이 없음' 30.0%('별 관심이 없다' 16.7% + '전혀 관심이 없다' 13.3%) 순으로 나타났다.

<그림 5-34> 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부



<표 5-37> 요식업체와 도예가의 매칭 프로그램 관심 여부

[Base ; 요식업체 전체, N=30, 단위 : %, 점]

구분	전체	① 적극 관심이 있다	② 관심이 있다	③ 프로그램을 보고 판단하겠다	④ 별 관심이 없다	⑤ 전혀 관심이 없다	Top2% (①+②)	Middle% (③)	Bottom2% (④+⑤)	5점 평균 (점)	
전체	(30)	3.3	13.4	53.3	16.7	13.3	16.7	53.3	30.0	2.77	
업체 유형	한식	(5)	0.0	0.0	60.0	20.0	20.0	0.0	60.0	40.0	2.40
	양식	(11)	9.1	9.1	63.6	18.2	0.0	18.2	63.6	18.2	3.09
	중식	(4)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.50
	뷔페	(10)	0.0	10.0	40.0	20.0	30.0	10.0	40.0	50.0	2.30
매출액	4,000만원 미만	(4)	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	3.75
	4,000~6,000만원 미만	(4)	0.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0	75.0	25.0	2.50
	6,000만원~1억원 미만	(6)	0.0	16.7	50.0	33.3	0.0	16.7	50.0	33.3	2.83
	1억원 이상	(9)	0.0	11.1	44.4	33.3	11.1	11.1	44.4	44.4	2.56
	모름/무응답	(7)	0.0	14.3	57.1	0.0	28.6	14.3	57.1	28.6	2.57

제6장 경기도 수공예 도자시장 발전방안

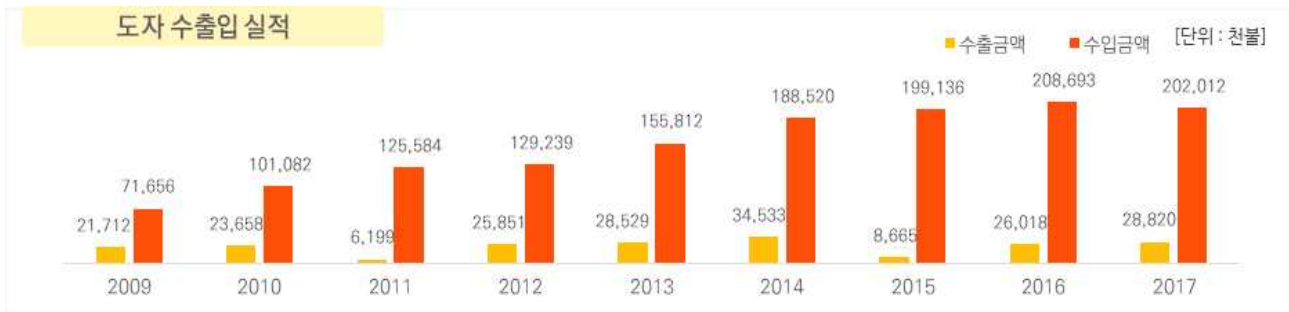
1. 전문가 인터뷰 진행 현황

- 경기도 수공예 도자 시장 심층 조사는 도예가 11명, 도자사업 협동조합 이사장 4명, 도자 전문가 2명, 생산판매 업체, 갤러리, 체험교실, 카페 매니저 등 총 22명을 만나 인터뷰 진행하였다.

2. 도자 시장 현황

1) 전반적 현황

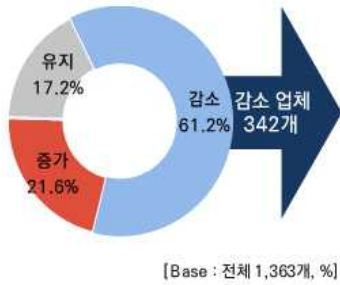
- 수출 시장은 유동적인 반면, 수입시장은 매년 지속적 확대 중, 수요 중 대부분이 수입에 대체되고 있다.
- 매출액 또한 전년 대비 약 8억 9천 3백만원 감소하였으며, 평균 매출액 또한 2015년 대비 2천 8백만원 감소하였다.



2) 매출 감소 이유

김영란 법, 핵가족화, 외식문화 등으로 인한 도자시장의 전반적 침체기..

(2017, 2018년 매출 증가/감소 비율)



“1980년대부터 90년대가 가장 황금기였어요. 그 이후 점점 수요가 줄어들고 있어요. 생활 패턴이 달라져서 전통도자는 살아남기가 어려워진 것 같아요. 예전에는 일본에서 한일 수교 이후 많은 관광객들이 오면서 청자가 많이 팔렸어요. 그 당시 이천의 도자 공방에서 돈을 많이 번 사람들도 많았어요. 그런데 어느 순간부터 일본에서 판매가 전혀 안 되고 있어요”

“예전에는 선물용으로 명절이나 연말연시, 고위층 진급, 감사 인사 등으로 유통이 많이 되었는데 최근 김영란법 이후로 판매가 많이 줄어 들었어요. 거의 대부분이 외국인 밖에 판매가 이루어지지 않고 있어요”

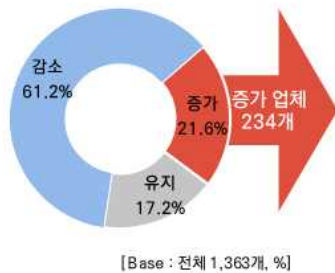
“도자시장이 가장 활발했던 때가 1988년부터 월드컵 전 2001년이 도자시장의 르네상스 시대였어요. 약 20년 동안, 정말 그때 도자기가 없어서 팔지 못할 정도였으니까요. 침체된 원인은 핵가족화 때문인 것 같아요. 집에서 음식을 안하고 외식문화가 발달해서 식기 문화가 많이 어려운 것 같아요”

“80년대 이전에 돈을 벌었던 사람들은 대부분 수요처가 일본이었어요. 일본에서 청자를 많이 사갔거든요. 그런데 당시 도자기를 좋아했던 연령층들이 사라져서 지금은 수요가 거의 없어요. 전통도자기를 좋아했던 수요처가 사라지다 보니 수출이 전혀 안 되고 있고요.”

3) 매출 증가 이유

끊임없는 노력과 투자로 차별화된 노하우 발견

(2017, 2018년 매출 증가/감소 비율)



“제품이 레스토랑과 VIP 선물 등으로 잘 팔리고 있어요. 사용해본 웨프들끼리 서로 추천하기도 해서 매출이 발생하고 있어요. 소지와 유약 등을 다양하게 사용하면서 새로운 제품을 만들기 위해 많은 노력과 투자를 하고 있어요. 또 인스타그램과 유튜브에 예쁘게 플레이팅 한 제품을 올려서 홍보도 하고, 실제로 해외 레스토랑에서 구입 문의가 많이 오고 있어요, 그렇게 판매도 되고 있고요.”

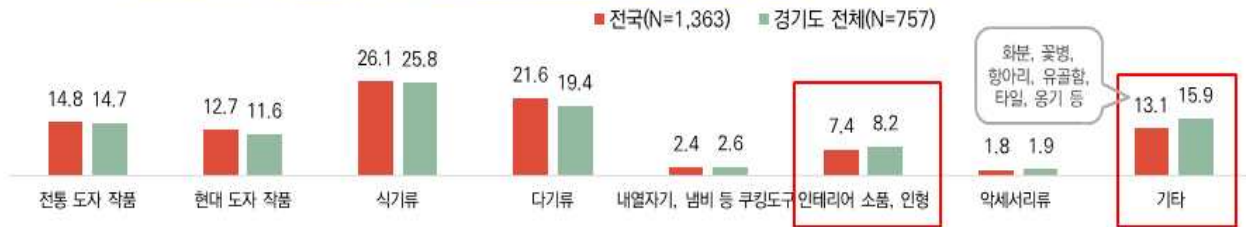
“약 28년 동안 꾸준히 한 시장만 개척해서 잘되는 것 같아요. 주로 옹기와 똑배기만 만들고 있거든요. 10년 전에 생산한 제품을 지금도 생산하고 있어서 업체에서도 저희를 믿고 계속해서 구입을 해주고 있어요. 서로 간의 신뢰가 쌓인 거죠. 그래도 예전보다는 못하고 있어요. 집마다 식생활 문화가 바뀌어서, 요즘 새로 짓는 아파트들은 인덕션이 깔려서 똑배기를 사는 소비자들이 점점 줄어들고 있어 걱정이예요.”

“특별한 건 없는 거 같아요. 도자를 너무나 사랑하는 마음, 매일 머릿속에 어떻게 하면 잘 만들지 하는 생각밖에 없는 것 같아요. 특히 저희는 디자인 쪽에 많이 신경을 쓰고 있어요. 그래서 별도의 디자인 인력팀이 상주하여 새로운 제품을 만드는 데 힘을 많이 쏟고 있어요.”

“저희는 주로 호텔 쪽에 제품을 납품하는 업체예요. 아무래도 호텔이라는 고정 단골이 있다 보니 매출이 좋은 것 같아요. 저희는 무엇보다도 고객과의 약속 날짜를 철저히 지키도록 노력을 해요, 신속하게 대응하기 위해서 시스템적으로 준비하고, 고객의 니즈를 잘 파악해서 진행하다 보니 잘되는 것 같아요.”

3. 품목별 다변화 필요

인테리어 소품과 인형, 기타(화분, 꽃병) 등의 비중도 약 20 %를 차지하여 새로운 판매 방안을 위한 마련 필요



<벽걸이용 도자>

“제품이 레스토랑과 VIP 선물 등으로 잘 팔리고 있어요, 사용해본 쉑프들끼리 서로 추천하기도 해서 매출이 발생하고 있어요. 소지와 유약 등을 다양하게 사용하면서 새로운 제품을 만들기 위해 많은 노력과 투자를 하고 있어요. 또 인스타그램과 유튜브에 예쁘게 플레이팅 한 제품을 올려서 홍보도 하고, 실제로 해외 레스토랑에서 구입 문의가 많이 오고 있어요, 그렇게 판매도 되고 있고요.”



<화분을 활용한 도자>

“관상용 도자기가 요즘은 대부분 벽에 붙는 것 같아요. 최근 젊은 친구들 보면 액자용을 많이 만들고 있어요. 도자기 자체가 전통적으로 식기나 생활보다는 주변의 생활 소품으로 영역이 확장되고 있죠(홈데코 등), 화분이나, 시계 등 리빙 페어나 홈데코 페어 등을 방문하더라도 많이 볼 수 있어요. 시대가 변한 것 같아요.”

4. 온라인을 통한 판매 방안 고려

20~40대 작가들의 경우 온라인을 통한 판매 경험이 높으며, 실제 소비자는 약 58%가 온라인을 통한 도자 제품 구매 경험 보유

〈센서스 조사 결과: 연령 별 도자 판매 현황〉

구분	사례수	요장작판/작명점	온라인 판매	
전체	(1,363)	72.1	16.3	
연령	20대	(15)	53.3	46.7
	30대	(119)	63.9	35.3
	40대	(363)	74.9	22.3
	50대	(500)	71.2	12.0
	60대	(288)	71.9	8.7
	70대 이상	(78)	82.1	9.0

〈소비자 조사 결과: 도자제품 구입 장소〉



<인스타그램 속 도자기 공방들>

“홈페이지를 통해서도 많이 판매가 되는 것 같아요. 특히나 디자인들이 특이한 제품들은 작가들이 직접 SNS에 올려서 사람들이 보고 많이 사는 것 같아요. 그래서 요즘 젊은 작가들 보면 남들과 다른 디자인과 감각적인 작품들이 인스타그램에 많이 올라오는 것 같아요. 그걸 통해서 직접 구매가 이루어지는 것도 많고요.”

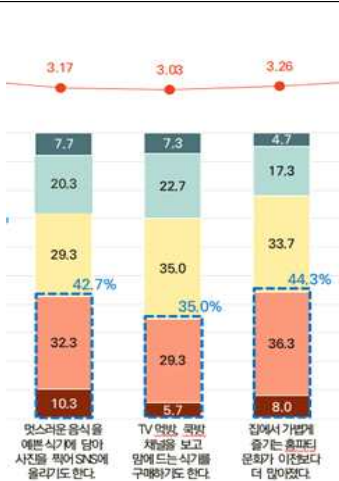


<인스타그램을 통해 홍보>

“요즘 젊은 작가들을 보면 개인 SNS를 통해서 홍보나 판매를 많이 하는 것 같아요. 전시회는 잘 하지 않고요. 예전에는 작가가 프로모션에 가장 적극적으로 활동을 했던 게 전시회 개인전이었지만 요즘 젊은 작가들은 개인전보다는 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등을 통해 홍보와 판매를 하고 있는 것으로 보여요. 그만큼 잘되는 공방은 SNS를 통해 판매가 되는 것으로 보이기도 해요.”

5. 트렌드를 활용한 시장공략

개인의 SNS와 파티 문화 등 변화된 라이프 스타일에 따른 식기 구매 트렌드 파악



<소비자 조사 결과: 라이프 스타일에 따른 구매 현황>

“자신이 구매한 제품 중에 디자인들이 특이한 제품들은 SNS등 본인의 만족도를 위해 지인들에게 자랑하기 위해서, 그리고 생활 자체가 파티문화 등이 많이 생겨 그런 추세를 따라가는 것 같아요. 과거 시간 많고 공이 많이 들어가는 작업은 안 하려고 해요, 도예가의 감각적인 모습을 보여주는 디자인과 파스텔톤 색 등이 요즘 추세인 것 같아요”



<파티 용 그릇 세트>

“요즘은 방송매체를 통해 드라마, 쿡방, 아프리카 TV, 유튜브 등의 개인 먹방을 통해서도 구매가 종종 이루어지고 있는 것 같아요. 방송을 보고 특이하거나 예쁜 식기 등은 나도 사고 싶다는 충동을 느껴 비슷한 제품이 구매까지 이루어지는 것 같아요.”



<방송을 통해 홍보되는 그릇들>

6. 도자 판매처를 통한 방안

- ▶ 도자 센서스 조사 결과 중 요장의 생산품 판매 경로 이용 비중은 전국 기준 요장직판/직영점 41.8%로 가장 높게 나타났으며, 축제/페어 또한 11.5%로 판매 비중이 높다.



- ▶ 전통도자 중 수출하는 요장의 경우 해외 전시회나 갤러리를 통한 수출 방식이 높은 비중을 차지하여 그에 따른 준비가 필요한 것으로 보인다.

해외수출 방식(N=114)

구분	해외수출 방식					
	사례수	직접 해외 수출	해외 전시회 판매	갤러리를 통한 수출	오픈마켓 입점 수출	기타
전체	(114)	39.5	28.9	16.7	3.5	11.4
전통 도자 작품	(31)	25.8	38.7	29.0	3.2	3.2
생활 자기	(61)	41.0	24.6	13.1	3.3	18.0
현대 작품 도자	(11)	45.5	36.4	18.2	0.0	0.0
기타	(11)	63.6	18.2	0.0	9.1	9.1

페어 및 축제를 통한 매출 발생, 주 구매층은 30~50대



<페어를 통한 매출 발생>

“페어를 통해 매출이 발생하는 편임. 페어를 잘 활용해도 괜찮은 것 같아요, 끝나고 나서도 약 6개월 정도의 일이 생길 수 있거든요. 현장에서는 판매 수요가 적을지 몰라도 그 이후 지속적인 거래가 될 수 있어서, 샀이 아닌 페어만 나가는 사람들도 있어요, 판로를 페어로 생각해서 나가는 분들도 많고요. 구매층은 과거에는 40~60대, 요즘은 30~40대, 디자인 계통이나 자영업 등 경제적 여유가 있는 사람, 그리고 SNS를 많이 하는 사람, 고학력층, 파티문화를 즐기는 사람 등이 구매력 높은 것 같아요.”



<도자 축제를 통한 매출 발생>

“대부분 축제를 통해 매출을 기대하고 있어요. 그해 선호하는 제품이 매년 달라서 많으면 5~6천만원, 적으면 부스비도 못 벌만큼 편차가 커요. 젊은 도예인들이 잘 파는 것 같아요. 축제를 통해 15일 동안 중간 도매상들이 와서 판매의 흐름 파악 후 물건을 사가기도 해요, 시에서 각 행사에 나가는 것을 지원해 주기도 하고요. 연령대는 다양한 것 같아요. 그중 예전에 비해 연령층이 30~50대로 젊어지기도 했어요.”

7. 수출 활성화 방안

해외 진출한 114개 업체 중 일부 인터뷰한 결과 해외 진출 위해 디자인 개발과 연구개발 투자 등을 바탕으로 수출 진행함

수출 여부

수출하지 않는다 91.6%

수출한다 8.4% **114개**

“수출은 바이어를 통해 진행, 중국업체에서 선호하는 디자인을 만들어서 중국 광저우 쪽에 주로 수출을 하고 있어요. 저희가 지속적으로 수출할 수 있었던 건 불의 조화와 유약의 변화 등을 파악해서 제품에 대한 차별화를 위해 끊임없이 노력해서 계속적으로 수출이 가능한 것 같아요.”

“지역에 '수출 영농조합법인'이 있어 그 곳을 잘 활용하여 중국 쪽에 수출을 진행 하였습니다. 그쪽에서 원하는 디자인과 제품을 잘 반영해서 해주고 있고요, 제가 생각할 때 수출을 하기 위해선 그곳 현지에도 자주 가고, 직접 영업도 해보고 부딪쳐 봐야 할 것 같아요. 정말 아무 노력 없이 본인의 실력만으로 수출을 하려면 힘들죠.”

“수출은 기존 중국에 없는 제품을 개발하여 진출이 가능했던 것 같아요. 이 제품을 만들기 까지 저희도 약 2억원을 연구개발에 투자했고, 계속 제품을 만들기 위해 계속 노력을 했던 것 같아요. 뭐든 한 번에 되지 않으니 정말 노력밖에 없는 것 같아요”

“지자체에서 해외 진출을 하기 위해 작가들 작품을 심사를 했어요. 그때 제 작품이 선택이 되어서 중국에 수출할 수 있었어요. 대중성보다는 마니아 쪽 위주로 진행을 하면서 잘 된 것 같아요. 제 작품이 좋아서라기보다는 약 50년 동안 작품 생활을 하였고, 꼭 전통자기만이 아닌 그들이 원하는 대로 입맛에 맞게 변형해서 제품을 내놓으니 잘되는 것 같아요.”

시장진출을 위한 끊임없는 노력과, 차별화된 노하우를 발견해야 성공 (기계식 요장업체)

“현재 베트남(2년), 대만(23년), 중국(17년) 등에 가장 많이 수출하고 있어요, 이곳에서 생산하는 품목은 대부분 수출용 도자기들이예요. 직접 수출을 하기도 하고 무역회사를 통해 간접으로도 진행하고 있어요. 수출에 성공할 수 있었던 이유는 중국이 할 수 없는 차별화된 점을 찾아 생산하려고 했어요, 그래서 중국과 일본을 정말 자주 방문해서 그곳의 장단점 파악을 하고, 내가 잘 할 수 있는 부분을 끊임없이 연구하고 노력했어요. 그러다 실리콘소재(패드)만 열심히 하다 보니 노하우를 발견하게 되었어요. 중국은 집념과 투자를 하지 않으면 그들이 쉽게 모방하는 것 같아요. 전사지는 특히 중국과의 경쟁에서 이길 수 없는 것 같아요. 그래서 저희 회사는 디자인 쪽에 집중적으로 투자하고 있어요, 디자인 전문가 3명을 두고 월1,000~1,500만원씩 그들에게 투자하고 있어요. 다른 시장과 경쟁하지 않고는 시장에서 이길 수 없거든요. 지금은 우리만의 고유 시장이 있어서 충분히 앞으로 수출시장은 어렵지 않을 거라 생각해요.”

〈국가별 도자 생산 특징〉

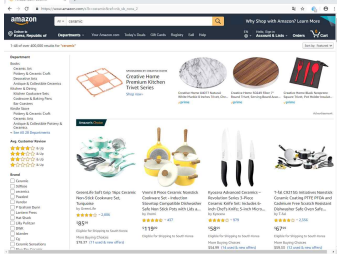
국가	생산 기술	특 징
일본	모든 기술의 자동화	소품종 대량생산
중국	자동화 시작 단계	다품종 대량생산
한국(인터뷰 업체)	일부 자동화	다품종 대량생산

일본 수공예 전산화 시스템 참고 / 아마존 등 오픈마켓과의 연결



<일본 나고야 도자기 마을>

“일본의 나고야의 경우 공방에 있는 물건을 조합에서 판매를(인터넷, 책자, 수출 등) 지원해주고 있어요, 그리고 모든 시스템이 전산화로 되어 있어 주문 및 판매 등도 관리 되어 공방에서는 물건만 만들면 돼요. 다른 건 다 조합에서 관리를 해주고 있어요. (*일본의 나고야, 나루미 등과 자매결연 맺어 그들의 장단점을 파악하면 좋을 것 같음) 그들이 다 좋은 건 아니고 우리 환경에 맞게 많은 검토를 한 후 우리가 받아들일 수 있는 부분만 참고하여 가져오면 도움이 될 것 같아요. 무작정 도입하기보다는 일본이 하는 것을 정확하게 이해하고, 차이점 등을 파악하여 시도하면 좋을 것 같아요.”



<아마존 웹사이트>

“중국 경덕진에 한국 도예가들을 상주시켜 그곳에서 수출 이상의 효과를 누리도록 해야 합니다. 경덕진 등에 도자센터를 만들어서 투자를 해야 하고요. 경덕진이 중국 도자 시장의 약 70% 이상을 차지하고 있을 정도로 시장이 커요. 그리고 해외 사이트인 아마존, 알리바바와 같은 곳에 우리나라 전통 도자 제품을 넣어 팔아야 합니다. 배송 또한 아마존의 배송시스템을 연계해서 제품만 좋으면 충분히 수출 가능할 것으로 생각해요. 누군가가 도예인과 오픈마켓을 연결해 브릿지 역할을 해줄 수 있는 사람이 필요해요.”

정부나 지자체 등에서의 교류 활성화 방안 제공 / 경덕진에 전시 판매점 등 진행 필요



<해외 전시회 관로>

“정부나 지자체에서 직접 다른 나라와 교류를 할 수 있게 진행해주고 있어요, 그리고 해외 바이어들이 방문하여 해외 쪽 전시회도 참가하기도 하고요. 그런데 대부분 도예인들이 개인의 이력을 높이기 위해 참가 하는 편이에요. 일종의 이력서처럼 해외 전시회를 참가 하면 그래도 알아주는 편이거든요. 그리고 더 많은 나라에 수출하기 위해선 정부나 재단의 역할이 필요하다고 생각해요. 중국 등과 교류 뿐 아니라 대만, 베트남 등에 판로를 개척하고, 해외 나가 있는 문화원 등을 통해서 수출 가능하도록 준비해야 해요.”

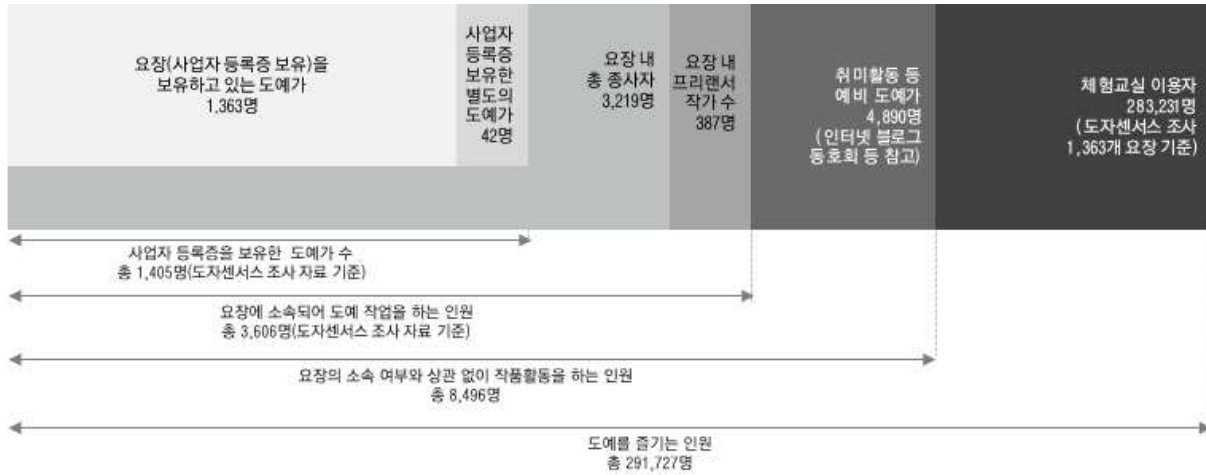


<이천 경덕진 교류 20주년 기념 도예 명장 전>

“다른 지역도 중국 경덕진 시장을 뚫어야 해요., 정부에서 지속적으로 개입하고 지원을 해줘야 해요. 현재 조합에서 약 60평 규모의 전시판매점을 설치하여 약 2년 진행했는데 아직은 적자예요, 그래도 물건은 팔리고 있고요. 문제점이 해외 배송이다 보니 필요로 할 때 물건을 맞춰서 배송 못 해요, 그리고 공장에서 대량생산이 아닌 수공예 공업이다 보니 시간차도 생기고, 운송비 등이 포함되니 한국보다 가격도 비싸고요. 그래서 몇몇 작가들을 선별해서 직접 현지에서 작업 할 수 있게 지원을 해줘야 해요. 숙박과 숙식을 제공을 하면서 말이죠.”

8. 도예 관련 인력 및 수요

- ▶ 도자센서스 조사를 통한 요장을 운영하는 도예가는 총 1,363명으로, 도예를 즐기는 전체 인원은 총 291,727명으로 추정된다.



도자에 대해 관심을 갖거나, 취미로 배우기 위한 카페 가입자 수는 계속 증가

<도예 관련 커뮤니티>

“현재 카페에 가입 되어있는 수가 약 16,300명이예요, 그 중에 40%가(약 6,520명) 도자기 관련 종사자 분들, 30%인 4,890명은 취미로 활동하거나 공방 수강생이 그 정도 되고요, 나머지 30%(4,890명)는 도자기에 관심을 갖거나 흥미를 갖고 가입하신 일반인들인 것 같아요. 카페 회원 수는 매년 늘고 있고요, 특히 도자기를 사기엔 비싸서 취미로 배우시는 분들이 많고, 계속 늘어나고 있어요. 그중에서 또 공방을 차리는 사람도 많고요, 카페가 생긴 지 약 20년이 조금 넘었습니다. 카페에 작업하는 동영상을 올려주고, 의문사항이나 어려운 점, 그리고 개인적인 글들도 올리면서 카페 사람들끼리 가족 같은 유대감들이 생기는 것 같아요. 도자를 잘 몰랐던 사람들도 점점 관심을 갖게 되는 것 같아요. 오프라인 모임 등도 함께 진행되어 워크샵 뿐 아니라 공방 운영자들끼리 전시회도 하고 판매도 이루어지고 있습니다. 약 20년 넘게 카페가 운영되어 그동안 그곳에 사람들이 올린 관련 논문 자료나 동영상 자료, 사진 자료들이 엄청나게 쌓여 그 곳에 저장된 데이터만 잘 활용하면 충분히 공방을 운영하는데 많은 도움이 될 것이라 생각해요.

도예가 마을, 도예관련 학과를 통해 도자 관련 종사자는 해마다 증가



“이천의 도예인은 약 400명 정도, 조합원 수는 250명, 그 중 체험교실을 하는 곳은 20여 곳, 취미로 배우 다 전업으로 바뀐 사람 수는 약 4~50명 정도 되는 것 같아요. 도예가 마을을 통해 아직은 큰 장점은 없지만 충분히 잠재 능력이 있다고 생각해요. 도자 공방을 한곳에 모여서 볼 수 있는 마을을 만들어서 그곳에서 앞으로 행사 등을 하면서 홍보나 완벽하게 조성이 완료되면 그 곳 만큼 좋은 도예를 홍보할 수 있는 곳은 없을 거라 생각해요. 그리고 사람들도 많이 유입이 될 것 같고요”



“광주의 요장 수는 약 80업체, 그중 다른 직업도 함께 갖는 분은 약 20~30%, 취미 도예가는 없어요. 대학교에서 도예과는 많이 줄었지만, 대신 사회교육원이 생겼어요. 단국대, 경기대, 명지대 등 한 기수는 1년 주기로 약 14명 정도 배출되는데 그 중 실제로 도자 관련 일을 하거나 공방을 차리는 사람들이 많이 있어요.”

“여주는 약 400명의 도예인으로 있는데 그중 1/3인(약 100개 업체)만 잘되고 나머지 1/3은 그러저러 먹고 살고, 나머지 1/3은 잘 안되는 것 같아요. 도자에 대한 사람들의 관심은 많은 것 같아요”

도자체험장의 수요는 매년 증가, 부모와 아이가 함께 만들며 정서적 안정 갖게 됨



<도자 체험장>

“매주 월요일 휴무, 상시로 진행이 돼요. 모집은 따로 안 하고, 개인 손님은 방문 하는 대로 진행을 하고 단체는 예약 해야 하고요. 대상은 유아부터 노년층까지 제한이 없어요. 주로 학생이 많고, 노인정, 회사에서도 워크숍으로 가족프로그램으로 많이 와요(삼성 등 대기업), 워크숍의 경우 20~70명, 교회 성당, 미군부대 등 방문하여 교육을 진행해요. 특히 주말의 경우 가족 단위로 오는데, 곤지암 리조트에서 스키 타고 오기도 하고, 가을에는 화담숲 갔다가 들리기도 하고요, 일부러 체험하러 오는 사람도 있고, 그 중에 외부에서도 멀리 오기도 해요.

1회성 수업이기도 하지만 주기적으로 오는 사람도 많아요 (3주에 한 번씩), 만든 자기를 다시 찾으러 오면서 또 만들고, 하면서 계속 연계작업을 하기도 해요. 일부러 체험을 하기 위해서 찾아오기 때문에 교육에 대한 수요는 많은 것 같아요, 인원도 해마다 늘고 있고요, 많을 때는 한 달에 몇 천명 씩은 와서 들으니까요, 아이들은 흙을 만지고, 또 집에서 부모님과 밀가루나 점토를 통해 정서적 안정을 갖게 하여 좋은 것 같아요.”

구분	대상자
도자 체험장	어린이, 장애인, 고령층 등 도자를 처음 접하는 사람 대상
공방	도자체험장 등을 통해 좀더 전문적으로 배우고 싶은 사람 대상

9. 재단의 역할

한국도자재단의 역할로 홍보, 마케팅이 가장 높게 나타났으며, 그 외 활성화 방안 필요



<도자기 실습 교육에 대한 활성화>

“소비자가 생산하는 시대, 그런 시대를 만들기 위해 공예를 산업으로 만드는 것이 어렵지. 우리나라뿐만 아니라 선진국 들도 40대 일반인들이 공예 교육에 대한 수요가 많아지고 있어요. 예전에는 디자이너가 직접 생산은 못했지만 현재는 생산도 가능해져 1인 생산체계가 열려 (3D프린터 등), 직접 소비자가 만드는 시대가 앞으로 더 발전하지 않을까 싶어요. 공예에 대한 전문 기술을 전업 도예가에게만 전수받는 게 아니라 일반인 등도 사회 교육 차원에서의 교육의 활성화가 필요한 것 같아요. 그래서 각자 원하는 기술을 배우고 만드는 쪽에 포커스를 두면 도자시장이 더욱 활성화되지 않을까 싶어요.”

도예인들의 마케팅 및 기획 관련 교육 필요

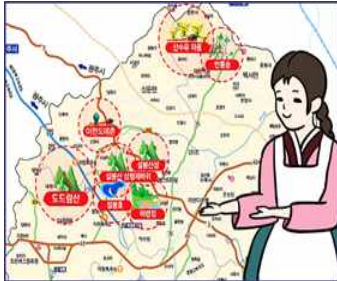


“앞으로 시장은 희망적이라 보고 있어요. 우리나라처럼 그릇을 많이 쓰는 나라도 별로 없고, 특히나 인터넷과 SNS, 택배 시스템 등이 활성화 되어 있어서 충분히 소비자가 쉽게 고르고 구입할 수 있어요. 그만큼 변화되는 흐름에 맞게 공부를 해야 할 것 같아요. 제품 자체에 집중 하는 것도 좋지만 마케팅과 기획 쪽의 교육이 많이 필요한 것 같아요. 실무 교육뿐 아니라 도예 마케팅과 홍보방안 등 관련된 커리큘럼을 만들어 교육을 듣게 해서 도예인들도 좀 더 전문화될 수 있게 하면 좋을 것 같아요”



“도예인들에게 전문 교육을 해주면 좋을 것 같아요. 변화되는 시대에 맞게 도예인들도 그만큼 따라가야 해요. 현재는 만들기만 해서는 안 되죠. 마케팅도 해야 되고 기획력 있게 일도 추진도 하고, 그래서 도예인들을 대상으로 전문 교육을 해주면 좋을 것 같아요.”

지역별 대표적 관광지를 코스로 활용해 도자 시장 활성화



<관광 코스 활용>

“지역 관광코스로 뺏어 많이 이곳의 방문객을 늘리면 좋을 것 같아요. 가까운 곳에 남한산성 유네스코와 광주 분원 등이 연계코스가 되고, 그래서 판매장에서 도자를 구입하고, 또 체험 교실이 활성화되면 조합에서 할 수 있도록 시장을 키우는 것도 좋은 것 같아요. 기존에는 학교에 방문해서 도자기 수업을 했는데, 학교에서는 아이들이 밖으로 나오는 것을 좋아하더라고요. 하루코스로, 하다가 그만둔 이유는 학교와 도예인들의 가격차 때문에. 최소 인건비는 나와야 하는데 학교는 계속 줄이려고 해서, 정부에서 지원을 해주면 좋을 것 같아요.”

<경기도 지역별 관광지>

지역	대표적 관광지
이천	이천도예촌, 설봉공원, 도드람 산, 산수유 마을, 덕평 공룡 수목원, 별빛우주공원 등
광주	남한산성, 곤지암 스키장, 화담 숲, 곤지암 도자공원, 영은미술관, 신현리 카페 등
여주	신륵사, 영녕릉, 황학산 수목원, 명성황후 생가, 금은모래강변공원, 여주 아울렛 등

공예문화산업진흥법 등을 통한 지자체 예산 적극 활용



<공예문화산업진흥법 제정>

“제대로 지자체 예산을 활용을 잘하면 좋을 것 같아요. 기회가 될 수 있는데 지자체와 작가에게 공유를 잘 안 하려고 하는 것 같아요. 이 분야 시장은 작지만 도예인 사람은 너무 많아요. 제품 자체에 집중하는 것도 좋지만 기획 쪽에 교육이 많이 필요한 것 같아요. 공예문화산업진흥법으로 지자체별로 책정된 금액이 있으니 잘 활용해서 기획력을 갖고 예산을 쓰도록 해야 할 것 같아요. 그래서 수출에 관한 도움도 받고요.”



<포천 아트밸리 공예 전시>

“기획력이 있는 작가들의 경우는 지자체와 함께 협업해서 아트밸리 등의 성과를 만들고 있어요. 기획만 잘해 준비한다면 정부의 예산을 활용해서 과업 등을 진행할 수 있는 것 같아요.”

도자공예 클러스터를 통해 산업간 유통 생태계를 구축하고, 누구나 쉽게 체험하고 도자에 관심을 갖을 수 있는 인프라 운영

비전

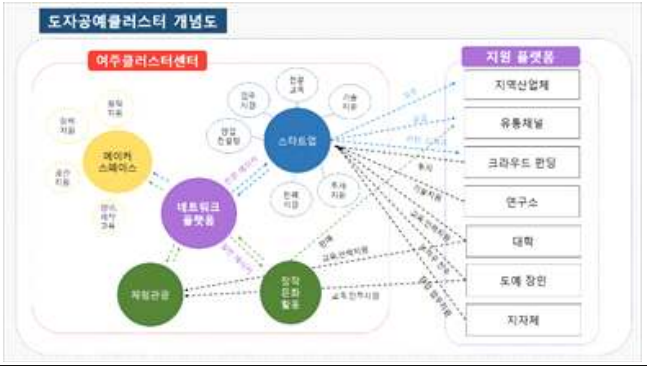
도자공예문화산업 창조 메카

목표

- ◇ '여주 도자세상' 중심 지역특화 클러스터 구축
- ◇ 클러스터를 활용한 도자공예산업 혁신
- ◇ 누구나 체험하고, 창작자가 되는 열린 공간

추진전략	1. 클러스터센터 구축	2. 혁신 네트워크 플랫폼 운영
<p>추진방향</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 메이커스페이스 인프라 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 메이커스 활동공간조성 - 혁신, 체험, 제작 등 공간 조성 - 공유 장비시설 구축 - 3D프린터, CNC, CAD 등 ▶ 민·관·산·학 협력 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 상주 메이커 및 민관산·학 기관 협업 공간 조성 및 운영 - 여주시, 대학, 연구소 등 교육인력 운용 ▶ 브랜드 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 정책성 특화, 과감히 육성 및 부가 가치 창출 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 창의혁신 인터페이스 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 메이커 교육, 지원 온·오프라인 플랫폼운영 - 지역 관광자원, 지역사회와 유기적 협업으로 상호 발전적 공공관계 형성 ▶ 메이커 맞춤형 역량 강화프로그램 <ul style="list-style-type: none"> - 전문 메이커 대상 스타트업 교육지원 - 스타트업 전문교육, 기술지원 등 - 창업컨설팅, 판매 및 투자 지원 등 - 소보 메이커 및 관심층 대상 교육지원 - 창작 및 제작 교육 지원 - 장비, 공간 지원 제형프로그램 운영 등 ▶ 메이커 확대 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> - 도민 및 공예 관심층, 관광객 대상 문화체험 프로그램 운영 	<p>도자공예클러스터 개념도</p>

- ▶ 사업 기간 : 2019. 1월 ~ 12월
- ▶ 시행주체 : 道(한국도자재단
공기관등에 대한 위탁사업비)
- ▶ 위 치 : 여주시 *도자세상 내
물의회랑 A동 2,200㎡, B동
280㎡(도유재산)
- ▶ '19년 사업비 : 1,700백만원
(도비(주민참여예산))
- ▶ 주요 사업내용
: 여주클러스터센터 구축
 - 메이커 스페이스 구축
 - 혁신 네트워크 플랫폼 구축



10. 판매업체를 통한 매출 방안



<인사동 도자 판매업체>

“매년 판매시장은 감소하고 있어요. 인터넷이 더 저렴해서 거기서 많이 사는 것 같아요. 주로 판매는 외국 관광객이 80%정도 되고요. 5천원에서 5만원 사이로 많이 사고 있어요. 쇼핑으로 많이 사고, 인테리어도 많이 사가는 것 같아요. 우리나라 사람은 40~50대가 많이 사고, 간혹 젊은 연령층은 도자를 좀 아는 사람이 사가고 있어요. 요즘은 작가 이름보다는 디자인을 보고 많이 사고요. 여러 작가의 작품 보고 사고 있어요. 아무래도 판매가 잘되려면 외국인들이 인사동에 많이 방문해야 하는데 주로 명동에 화장품 사러 많이 가는 것 같아요.”



<인사동 인형도자기 작가>

“사람들이 호기심에 찾아 오지만 판매까지는 쉽지 않아요. 현재 작품은 한국문화재단, 인천공항 제2청사, 면세점, 호텔 등에 소장하거나 전시되고 있어요. 이곳 인사동에 온 건 2년. 그전에는 작품만 하고 판매는 다른 분이 하고 있다가. 직접 하게 되었어요. 요장은 춘천에 있고요. 인형분야가 필요한데 하는 사람이 없고, 배울 곳이 없어서 혼자서 하다 보니 힘들었어요. 그렇게 수많은 시행착오를 반복해서 겪고 노력하다 보니 현재까지 온 거 같아요.”

11. 경기도 수공예 활성화 방안 결론

1) 수공예 도자산업 창의와 혁신(Business-UP)

수공예적인 경제적 부가가치를 극대화하기 위해서는 수공예 도자상품이 모든 상품 군까지 확대/융·복합할 수 있는 생활밀착형 고부가가치산업으로 창의와 혁신 전략이 요구됨

가. 모든 상품군까지 확대/융·복합 할 수 있는 생활밀착형 고부가가치산업으로 도자 영역 확대

- » 요장 별 생산품 비중은 인테리어 소품과 인형, 기타(화분, 꽃병) 등의 비중이 약 20%를 차지, 도자의 영역이 관상용 도자기에서 생활 소품용으로 영역이 확장되고 있다는 것을 볼 수 있고, 그에 맞게 전시용 자기가 아닌 벽걸이, 액자, 화분, 시계 등으로 다양한 형태 변화도 필요하다.

나. 끊임없는 노력과 투자로 차별화된 노하우 발견

- » 2017년 대비 2018년 매출이 증가한 업체의 매출 증가 이유로는 소지와 유약 등을 다양하게 사용하면서 새로운 제품을 만들기 위해 많은 노력과 투자를 하고 있고, 별도의 디자인 인력팀을 상주하여 새로운 제품을 만드는데 힘을 많이 쏟고 있다.
- » 오랜 기간 꾸준하게 한 시장만 개척하고 10년 전 생산한 제품도 지금도 생산하고 있어서, 거래 업체에서도 믿고 계속해서 구입하고 있고, 무엇보다도 고객과의 약속을 철저히 지키기 위한 신뢰성이 가장 큰 영향으로 보여진다.

다. 중국 경덕진을 활용, 현지에 작가/장인을 진출시키는 방안 적극 지원 검토

- » 전체 요장 중 114개 업체 8.4%만 해외 수출을 경험하고 있으며 매년 도자산업 무역수지는 악화되고 있다. 한국 도자의 수출과 세계화 실현을 위해서 기존 제품 수출의 한계를 상호/보완하는 인력수출 지원방식을 도입하여 도자수출의 새로운 방안을 모색해야 할 것으로 보인다.
- » 참고로 이천도자기사업조합의 경우 2016년 10월에 중국 경덕진에 전시 판매장을 설치, 운영 중에 있으며, 이미 많은 작가와 장인들이 중국 경덕진에 공방을 운영하면서 세계의 많은 작가들과 워크숍을 통해 한국 도자의 우수성과 세계화를 선도하고 있다.

라. 일본 수공예 전산화 시스템 참고, 우리나라 환경에 맞게 검토

- » 수공예 공방의 물건을 전산화 하여 직접 판매를 지원해 주고 있는 일본 나고야 조합의 정책을 벤치마킹 하여 도입 가능한 범위 내에서 참고, 우리 환경에 맞게 검토 후 도입이 필요하다.
- » 기존에 운영 중인 B2C쇼핑몰의 한계 및 운영 관리상의 한계를 극복하여 일본의 경우처럼 도자산업의 대표 쇼핑몰로서의 온라인 유통채널을 확보하고, B2B 중심의 오픈마켓 형태로 전환하여 G마켓, 옥션, 알리바바, 아마존 등과의 온라인 통합 연계 플랫폼을 구축할 수 있도록 한다.

마. 온라인 플랫폼 구축사업 추진

- ▶ 정보기술사회의 발달은 오프라인에서의 전통적인 제조중심의 생산과 유통방식에 의존하기 보단 온라인상의 플랫폼 비즈니스(Platform Business)를 통한 거래가 활성화되고 있다. 향후 모든 비즈니스의 성공여부는 플랫폼을 선점하는 것에 달려있으며, 애플, 아마존, 페이스북, 구글, 카카오톡, 네이버 등이 이 같은 사실을 입증하고 있다.
- ▶ 플랫폼 구축은 사용자 또는 조직 간에 관계를 형성하고 비즈니스적인 거래를 형성할 수 있는 정보 시스템 환경을 제공해 줌으로서 개인, 기업 할 것 없이 모두에게 새로운 가치와 혜택을 제공해줄 수 있다.
- ▶ 플랫폼 비즈니스 공간은 도자산업의 문화적, 경제적 가치의 공유와 상생의 관계형성을 통해 새로운 형태의 도자산업발전을 도모할 수 있다.

바. 문화콘텐츠의 정보화 구축 사업 추진

- ▶ 지식정보사회와 IT기술의 결합은 정보의 생산과 가공 그리고 유통의 방식에 있어 획기적인 변화를 이뤄오고 있다. 최근 구글의 구글 아트 프로젝트는 가상현실(VR), 360도 영상, 스트리트 뷰, 기가 픽셀 이미지 등의 첨단 기술을 활용해 온라인 미술관을 선보이고 있다.
- ▶ 정보사회에서 정보의 이동성과 접근성은 시공간의 제약을 뛰어 넘어 정보제공의 방식에 혁신을 일으키고 있다. 즉 온라인 가상 서비스가 발전하고 있다. 구글은 2012년 기준, 총 40개국의 151개의 미술관이 참여하는 온라인 가상 미술관을 운영해 오고 있으며, 현재 국내 미술관의 참여 또한 추진되고 있다.
- ▶ 디지털 정보사회에 적극 대비하기 위해선 재단이 보유하고 있는 콘텐츠와 관련 분야의 인적, 물적 자원에 대한 아카이브 사업이 필수적으로 필요하며, 이를 위한 디지털 정보화 구축사업은 필수적이다. 또한 장기적으로는 인공지능 솔루션과 결합된 빅 데이터(Big Data) 구축사업을 통해, 도자문화산업 분야에 있어 세계의 중심에 설 수 있도록 준비해 나가야 한다.

2) 수공예 도자산업의 소통과 상생(Cluster-UP)

수공예 도자산업의 소비 확산을 위해서는 소비자의 라이프스타일과 트렌드에 맞는 수요자 대면형 클러스터 환경 구축을 통하여 고객과의 연결고리를 강화시키는 소통과 상생 전략이 요구됨

가. 젊은 작가들의 개인 SNS를 활용한 홍보 및 판매 진행

- ▶ 젊은 작가들(20~30대 작가의 온라인 판매 비중은 약 35% 이상 나타남)의 경우 개인 SNS(인스타그램, 페이스북, 유튜브)등을 통해 자기가 만든 도자기를 올려 홍보 및 판매 진행, 디자인이 특이하거나 젊은 층이 좋아할 만한 감각적인 제품은 본인의 만족도 및 지인들에게 자랑하기 위해 주로 구매하는 것으로 나타나 그에 따른 전략이 필요해 보인다.
 - 소비자 조사 결과 약 58%가 온라인으로 도자제품 구매 경험 보유한 것으로 나타났다.

나. 라이프 스타일에 따른 식기 구매 트렌드 변화

- ▶ 드라마, 쿡방, 아프리카 tv, 유튜브 등의 방송매체를 통해 특이하거나 예쁜 식기의 경우 소비자들이 검색 등을 통해 손쉽게 구매가 이루어 지고 있음, 지인들과의 파티 문화 등이 활성화 되어 그에 따른 구매도 진행 되고 있다.
- ▶ 매출이 증가한 작가의 경우 직접 플레이팅 한 작품을 인스타와 유튜브 등에 올려 제품을 간접적으로 홍보도 하고 실제로 해외 레스토랑에서 구입문의가 오고 있다고 하였다.
 - 소비자 조사 결과 약 35% 이상이 매체 등을 본 후 마음에 들어하는 식기를 구매한다고 응답하였다

- » 지역축제 형태의 도자기 축제에서 한 단계 벗어나 시카고가정용품박람회와 같은 도자를 중심을 한 라이프스타일 용품 전문 박람회를 개최하여 수공예 도자제품이 라이프스타일 식기 소비문화를 리드해 나갈 수 있도록 트렌드세터 역할을 수행토록 한다.

다. 도자에 대해 관심을 갖거나 취미로 배우기 위한 종사자는 해마다 증가

- » 도예 관련 커뮤니티에 가입되어 있는 수는 16,300명, 그 중 40%(약 6,520명)가 도자기 관련 종사자 분, 30%인 4,809명은 취미로 활동하거나 공방 수강생임. 카페 회원 수는 매년 늘고 있고 그 중 공방을 차리는 사람도 많다.
- » 이천의 도예인은 약 400명 정도로 그 중 조합원 수는 250명 정도 됨, 도자 공방이 한곳에 모인 도예가 마을을 통해 행사와 홍보 등이 진행 된다면 더욱 많은 사람들이 즐겨 찾는 명소가 되고 도예인들도 많이 유입될 것으로 보인다.
- » 단순 체험교육 중심에서 도자 감상, 체험이 자연스럽게 소비로 전이/확대될 수 있는 수요창출형 체험교육으로 개선이 요구 된다. 그러기 위해서는 도자교육과 도자체험을 통한 도자문화 확산이라는 전략하여 단순체험에서 창업형 체험, 평생공예 배움터, 공예자격증 시장, 평생학습도시와의 연계, 온/오프라인 교육/체험 시스템 구축 등 다각도의 입체적 접근이 요구된다.

라. 지역관광코스를 통한 시장 활성화 방안

- » 드라마, 쿡방, 아프리카 tv, 유튜브 등의 방송매체를 통해 특이하거나 예쁜 식기의 경우 소비자들이 검색 등을 통해 손쉽게 구매가 이루어 지고 있음, 지인들과의 파티 문화 등이 활성화 되어 그에 따른 구매도 진행 되고 있다.
- » 매출이 증가한 작가의 경우 직접 플레이팅 한 작품을 인스타그램과 유튜브 등에 올려 제품을 간접적으로 홍보도 하고 실제로 해외 레스토랑에서 구입 문의가 오고 있다고 하였다.
 - 소비자 조사 결과 약 35% 이상이 매체 등을 본 후 마음에 들어하는 식기를 구매한다고 응답하였다.
- » 여주, 이천, 광주는 경기도 내 최고의 도자도시다. 단순히 중복된 시설과 프로그램으로 배치하기 보다는 각 3개지역을 특화 시켜 자연스럽게 도자와 관광이라는 벨트로 이어지도록 고려해야한다. 예를 들면 광주는 곤지암 도자공원을 활용한 도자복합 관광으로, 이천은 도예인종합지원센터를 통한 교육/정보/마케팅의 중심으로, 여주는 공예거리, 유통허브를 통한 산학협력과 유통의 중심으로 차별화 한다.

마. 클러스터를 통해 누구나 쉽게 체험하고 관심을 가질 수 있는 인프라 제공

- » 도자공예 클러스터를 통해 산업간 유통 생태계를 구축하고, 누구나 쉽게 체험하고 창작자가 되는 열린 공간을 제공함으로써 도자에 관심을 가질 수 있는 인프라가 제공되어야 한다.
- » 도자산업의 원료-창작-제작-유통-소비의 장/원/시(장인+원료+시장_ 3박자 원스톱 도자 생태계 구축을 전제한 클러스터 접근이 필요하다.

3) 수공예 도자산업의 범위와 역할(Synergy-UP)

수공예 도자산업의 범위와 역할 확대는 도자산업의 경쟁력의 출발점이다. 도자산업의 수요창출, 고부가가치 산업의 확대, 융·복합산업의 핵심산업 등 도자산업의 가치역량제고는 도자산업 발전의 필수요건이다.

가. 도자세상 플래그쉽 스토어 개설

- » 이천 조합의 경우 중국 경덕진에 전시 판매점을 설치 하여, 판매를 진행하고 있다. 타 지역 조합도 정부의 도움을 받아 경덕진 등에 진출하여 판매가 진행되고 있다.

- » 도예업체들이 개별적으로 브랜드를 알리고, 수도권에 별도의 유통거점을 만드려에는 역부족이고, 개별 브랜드 홍보만으로는 도자제품의 우수성을 인식하는 한계가 따른다. 따라서 도자세상 플래그쉽 스토어를 국내외 주요 거점지역에 개설하여 우수한 경기도자제품의 전체를 대표하는 통합 브랜드 이미지를 구축하고, 나아가 주요 거점지역의 유통허브와 해외 진출을 위한 전초기지로 활용할 필요가 있다.
- » 플래그쉽 스토어는 단일 도자제품만을 판매하는 로드숍 개념이 아니라 한샘의 플래그샵과 홈 & 하우스웨어 컨셉의 토탈 라이프스타일 복합매장(전시/판매/체험/홍보/정보) 공간으로서의 운영방안 및 프로그램 개발 도입이 요구된다.

나. 도예인들의 마케팅 및 기획 관련 교육 필요

- » 빠르게 변화하는 시대 흐름에 맞게 도예인들도 관련 전문 교육 및 마케팅 홍보방안 등 커리큘럼을 만들어 교육을 수강할 수 있게 하면 좋을 것 같다.

다. 학교교육사업으로의 진행

- » 교육사업은 기존의 문화체험 수준에서 생산적 문화향유의 차원으로 발전시키며, 학교교육과 사회교육으로 나뉘어 사업을 진행한다.
- » 학교교육은 경기도 교육청과의 긴밀한 협의 하에 진행하며, 교육수요조사와 교재개발을 통해 초등학교 4~6학년을 대상으로 실시한다. 중학교 과정은 자유학기제와 연계하여 진행하도록 한다. 고등학교는 직업교육을 목표로 진행하도록 한다. 수요조사와 교재개발은 재단 예산으로 집행하되, 교육지원사업비는 경기도 교육청과의 협의를 통해 확보토록 한다.
- » 사회교육은 취미와 창업 및 전문가 재교육을 목표로 나뉘어지며, 대상 및 교육내용은 아래와 같다

대상	교육 내용
일반 도민(성인)	관심 있는 시민을 대상으로 취미 및 생활공예 교육
창업자	일반인 및 전공 졸업 예정자 등을 대상으로 하는 창업교육
전문가	도자공예를 직업으로 하는 전문가 대상의 심화교육

라. 아이템 및 디자인 상품개발 지원 필요

- » 과거 상품개발지원은 아래와 같은 문제점을 지니고 있으며 향후 지원은 이를 개선하기 위한 방향으로 나아가야 한다

과거 지원방향	향후 개선방향
고객 대상에 대해 수공예 가치에 대한 이해 및 홍보	고객 니즈에 부합하는 가치의 발견
공급에 대한 Focus	시장에 대한 Focus
육성 중심 관련자 및 집단의 애로사항 해결 방식의 지원	산업 기반 구축을 위한 가치사슬 전반에 대한 종합 지원

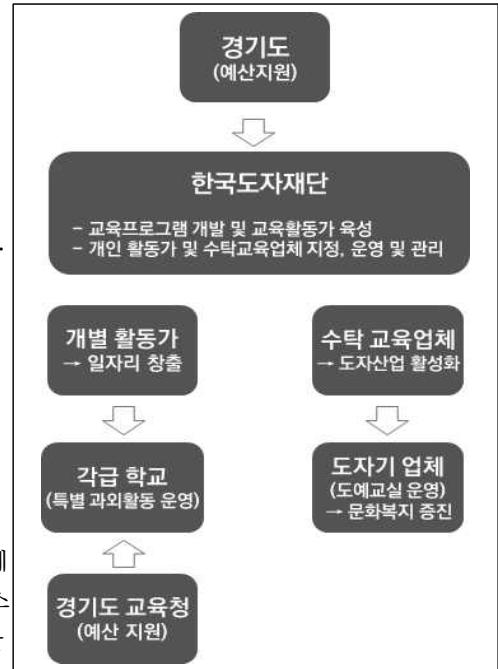
- » 전통수공업 관계자들은 판로 및 마케팅이 문제라고 하나 시장은 고객의 니즈에 부합하는 상품력에서 문제를 지적한다.
- » 전통수공업 관계자들은 수공예 자체만으로 최고의 상품이라고 인식하나, 이와 더불어 새로운 가치를 만들기 위한 상품력 제고가 필요하며, 이는 고객니즈 기반이어야 한다.
- » 전통수공업 관계자들은 본인들의 분야 전체를 홍보하고 분야를 기반으로 육성하기를 바라나, 시장은 타제품 대비 모든 면에서 경쟁력이 있는 단 하나의 상품을 바라며, 즉 각 분야의 개별 아이템 중심의 산업화를 추진해야 한다.

마. 공예문화산업진흥법 등을 통한 지자체 예산 적극 활용

- » 전체 도예인 중 공예문화산업진흥법이나 조례에 의한 도자산업 육성에 대해 65.7%인 895명이 아직 모르고 있는 것으로 나타났다.
- » 지자체 별로 책정된 공예문화산업진흥법에 대해 도예인들에게 알려주고, 기획력을 갖고 잘 활용할 수 있도록 도움을 주면 좋을 것 같다.

바. 분야별 역할 필요

- » 경기도는 경기도민을 대상으로 한 문화복지지원과 경기도 도자공예 산업 활성화를 목적으로 교육사업에 예산을 지원한다.
- » 한국도자재단은 생애주기별 평생교육 차원에서 교육프로그램을 개발하고 이를 매개할 수 있는 문화활동가 양성을 위한 교육사업을 운영한다. 또한 경기도내 일반인을 대상으로 교육할 수 있는 시설과 능력을 갖춘 업체를 수탁교육기관으로 지정해 교육사업을 지원하고 관리한다.
- » 한국도자재단에 의해 육성된 문화활동가는 경기도 내 각급 학교의 특별과외활동에 출장 지원함으로써 청년 일자리를 창출한다.
- » 수탁교육업체로 지정된 도자기업체는 한국도자재단의 지원 하에 지속적인 수익활동을 보장케 하며, 경기도 도민을 대상으로 한 문화복지의 실현을 가능케 한다.
- » 경기도내 각급 학교는 특별과외활동에 도자공예교육을 적극 포함시키고 이를 경기도 교육청이 지원한다.
- » 수탁교육업체의 지원은 공예문화산업진흥법과 국민여가활성화기본법에 근거해 관련 정부 부처의 지원을 받을 수 있도록 한다. 특히 메이커스페이스(Makerspace)에 대한 정부의 지원에 주목하여 이를 적극 활용할 수 있도록 노력해야 한다.



제7장 부록 (통계표 및 설문지)

1. 도자센서스 통계표

<표 6-1> 응답자 성별

(단위 : %)

구 분		응답자수	남자	여자	
전체		(1,363)	69.6	30.4	
지역별	경기	이천	(258)	78.7	21.3
		여주	(236)	79.7	20.3
		광주	(44)	68.2	31.8
		김포/파주/고양	(43)	58.1	41.9
		용인/안성	(36)	66.7	33.3
		동북부	(37)	43.2	56.8
	경남	서남부	(103)	53.4	46.6
		김해	(46)	80.4	19.6
	경북	기타	(53)	88.7	11.3
		경주	(33)	93.9	6.1
	전남	기타	(61)	82.0	18.0
		강진/무안/영암/목포	(44)	84.1	15.9
	지역별	기타	(35)	85.7	14.3
		제주	(13)	46.2	53.8
		광주	(15)	46.7	53.3
		전북	(39)	74.4	25.6
		부산	(33)	60.6	39.4
		서울	(72)	25.0	75.0
		울산	(26)	80.8	19.2
		인천	(17)	41.2	58.8
대구		(12)	58.3	41.7	
충남		(48)	58.3	41.7	
충북		(27)	66.7	33.3	
대전		(12)	50.0	50.0	
강원		(20)	45.0	55.0	
매출액별		2000만원 미만	(273)	49.8	50.2
	2000만원~5000만원 미만	(438)	68.5	31.5	
	5000만원~1억원 미만	(261)	80.8	19.2	
	1억원 이상	(391)	77.2	22.8	
종사자수별	1명	(627)	60.1	39.9	
	2명	(439)	74.9	25.1	
	3명	(153)	82.4	17.6	
	4~5명	(78)	87.2	12.8	
	6명 이상	(66)	74.2	25.8	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	85.0	15.0	
	생활 자기	(689)	67.8	32.2	
	현대 작품 도자	(233)	68.2	31.8	
	기타	(188)	57.4	42.6	

<표 6-2> 응답자 연령

(단위 : %)

구 분		응답자수	20대	30대	40대	50대	60대	70대 이상	
전체		(1,363)	1.1	8.7	26.6	36.7	21.1	5.7	
지역별	경기	이천	(258)	0.8	9.7	28.3	31.4	22.9	7.0
		여주	(236)	0.8	5.1	17.8	49.2	23.7	3.4
		광주	(44)	0.0	9.1	15.9	31.8	29.5	13.6
		김포/파주/고양	(43)	2.3	9.3	32.6	39.5	11.6	4.7
		용인/안성	(36)	2.8	8.3	27.8	25.0	30.6	5.6
		동북부	(37)	0.0	13.5	10.8	45.9	27.0	2.7
	경남	서남부	(103)	1.0	17.5	25.2	35.0	16.5	4.9
		김해	(46)	0.0	4.3	28.3	34.8	30.4	2.2
	경북	기타	(53)	0.0	0.0	18.9	30.2	37.7	13.2
		경주	(33)	0.0	3.0	30.3	33.3	24.2	9.1
	전남	기타	(61)	0.0	8.2	32.8	37.7	18.0	3.3
		강진/무안/영암/목포	(44)	0.0	0.0	22.7	43.2	18.2	15.9
		기타	(35)	0.0	2.9	34.3	34.3	22.9	5.7
		제주	(13)	0.0	7.7	46.2	38.5	7.7	0.0
		광주	(15)	6.7	6.7	33.3	26.7	26.7	0.0
		전북	(39)	0.0	2.6	28.2	41.0	28.2	0.0
		부산	(33)	6.1	6.1	33.3	30.3	12.1	12.1
		서울	(72)	4.2	25.0	44.4	23.6	2.8	0.0
		울산	(26)	0.0	7.7	15.4	50.0	15.4	11.5
		인천	(17)	5.9	11.8	52.9	11.8	17.6	0.0
		대구	(12)	0.0	25.0	16.7	33.3	25.0	0.0
		충남	(48)	2.1	8.3	25.0	43.8	16.7	4.2
		충북	(27)	0.0	11.1	22.2	37.0	14.8	14.8
	대전	(12)	0.0	8.3	58.3	33.3	0.0	0.0	
	강원	(20)	0.0	5.0	35.0	35.0	20.0	5.0	
매출액별	2000만원 미만	(273)	3.7	13.2	20.1	33.3	23.1	6.6	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	0.9	9.8	27.2	40.9	17.4	3.9	
	5000만원~1억원 미만	(261)	0.0	5.7	33.3	40.6	15.7	4.6	
	1억원 이상	(391)	0.3	6.4	26.1	31.7	27.6	7.9	
종사자수별	1명	(627)	2.1	11.6	29.0	36.2	17.2	3.8	
	2명	(439)	0.5	6.8	27.8	40.5	18.2	6.2	
	3명	(153)	0.0	5.9	19.0	30.1	33.3	11.8	
	4~5명	(78)	0.0	5.1	19.2	32.1	38.5	5.1	
	6명 이상	(66)	0.0	4.5	22.7	36.4	28.8	7.6	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	0.0	2.0	15.8	40.3	28.9	13.0	
	생활 자기	(689)	0.9	10.0	30.5	36.6	18.7	3.3	
	현대 작품 도자	(233)	2.1	10.7	27.0	34.8	18.9	6.4	
	기타	(188)	2.1	10.6	26.6	34.6	22.3	3.7	

<표 6-3> 도자 입문년도

(단위 : %)

구 분		응답자수	1960년 대	1970년 대	1980년 대	1990~ 1994년	1995~ 1999년	2000년 이후	모름	
전체		(1,363)	0.6	1.9	11.2	11.5	17.0	57.3	0.4	
지역별	경기	이천	(258)	1.2	1.6	13.6	11.2	19.4	52.7	0.4
		여주	(236)	0.0	3.0	9.7	12.7	23.3	50.8	0.4
		광주	(44)	0.0	6.8	22.7	13.6	20.5	36.4	0.0
		김포/파주/고양	(43)	0.0	0.0	9.3	11.6	20.9	58.1	0.0
		용인/안성	(36)	2.8	0.0	19.4	5.6	13.9	58.3	0.0
		동북부	(37)	0.0	2.7	2.7	8.1	21.6	64.9	0.0
	경남	서남부	(103)	0.0	0.0	4.9	10.8	6.9	77.5	0.0
		김해	(46)	0.0	2.2	26.1	13.0	15.2	43.5	0.0
	경북	기타	(53)	1.9	3.8	15.1	15.1	20.8	43.4	0.0
		경주	(33)	3.0	6.1	18.2	15.2	24.2	33.3	0.0
	전남	기타	(61)	0.0	3.3	14.8	16.4	13.1	50.8	1.6
		강진/무안/영암/목포	(44)	0.0	6.8	9.1	9.1	18.2	56.8	0.0
	지역별	기타	(35)	0.0	0.0	17.1	11.4	14.3	54.3	2.9
		제주	(13)	0.0	0.0	7.7	0.0	15.4	76.9	0.0
		광주	(15)	0.0	0.0	6.7	0.0	20.0	73.3	0.0
		전북	(39)	0.0	0.0	10.3	12.8	28.2	48.7	0.0
		부산	(33)	0.0	3.0	15.2	6.1	3.0	72.7	0.0
		서울	(72)	0.0	0.0	1.4	2.8	1.4	94.4	0.0
		울산	(26)	3.8	0.0	11.5	7.7	34.6	42.3	0.0
		인천	(17)	0.0	0.0	5.9	5.9	0.0	88.2	0.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	91.7	8.3
		충남	(48)	2.1	0.0	8.3	18.8	10.4	60.4	0.0
		충북	(27)	0.0	0.0	7.4	18.5	22.2	48.1	3.7
대전		(12)	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	66.7	0.0	
강원		(20)	0.0	0.0	0.0	30.0	10.0	60.0	0.0	
매출액별		2000만원 미만	(273)	0.0	2.2	9.6	9.6	13.2	64.7	0.7
	2000만원~5000만원 미만	(438)	0.2	1.6	8.4	11.4	16.0	62.3	0.0	
	5000만원~1억원 미만	(261)	1.5	1.1	12.3	13.0	19.2	52.1	0.8	
	1억원 이상	(391)	0.8	2.6	14.6	12.0	19.4	50.1	0.5	
종사자수별	1명	(627)	0.2	1.3	8.1	8.8	15.3	65.8	0.5	
	2명	(439)	0.2	2.5	10.3	15.7	17.5	53.8	0.0	
	3명	(153)	1.3	3.9	21.6	11.1	14.4	47.1	0.7	
	4~5명	(78)	1.3	1.3	20.5	10.3	28.2	35.9	2.6	
	6명 이상	(66)	4.5	0.0	10.6	12.1	22.7	50.0	0.0	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	1.2	5.5	19.8	17.8	19.8	35.6	0.4	
	생활 자기	(689)	0.6	0.9	8.6	10.5	16.6	62.4	0.6	
	현대 작품 도자	(233)	0.4	2.1	12.0	10.3	14.2	60.9	0.0	
	기타	(188)	0.0	0.5	8.0	8.5	18.6	63.8	0.5	

<표 6-4> 요장 설립년도

(단위 : %)

구 분		응답자수	1960년 대	1970년 대	1980년 대	1990~ 1994년	1995~ 1999년	2000년 이후	모름	
전체		(1362)	0.6	1.9	11.2	11.5	17.0	57.3	0.4	
지역	경기	이천	(258)	1.2	1.6	13.6	11.2	19.4	52.7	0.4
		여주	(236)	0.0	3.0	9.7	12.7	23.3	50.8	0.4
		광주	(44)	0.0	6.8	22.7	13.6	20.5	36.4	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	0.0	9.3	11.6	20.9	58.1	0.0
		용인/안성	(36)	2.8	0.0	19.4	5.6	13.9	58.3	0.0
		동북부	(37)	0.0	2.7	2.7	8.1	21.6	64.9	0.0
		서남부	(102)	0.0	0.0	4.9	10.8	6.9	77.5	0.0
	경남	김해	(46)	0.0	2.2	26.1	13.0	15.2	43.5	0.0
		기타	(53)	1.9	3.8	15.1	15.1	20.8	43.4	0.0
	경북	경주	(33)	3.0	6.1	18.2	15.2	24.2	33.3	0.0
		기타	(61)	0.0	3.3	14.8	16.4	13.1	50.8	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	0.0	6.8	9.1	9.1	18.2	56.8	0.0
		기타	(35)	0.0	0.0	17.1	11.4	14.3	54.3	2.9
		제주	(13)	0.0	0.0	7.7	0.0	15.4	76.9	0.0
		광주	(15)	0.0	0.0	6.7	0.0	20.0	73.3	0.0
		전북	(39)	0.0	0.0	10.3	12.8	28.2	48.7	0.0
		부산	(33)	0.0	3.0	15.2	6.1	3.0	72.7	0.0
		서울	(72)	0.0	0.0	1.4	2.8	1.4	94.4	0.0
		울산	(26)	3.8	0.0	11.5	7.7	34.6	42.3	0.0
		인천	(17)	0.0	0.0	5.9	5.9	0.0	88.2	0.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	91.7	8.3
		충남	(48)	2.1	0.0	8.3	18.8	10.4	60.4	0.0
		충북	(27)	0.0	0.0	7.4	18.5	22.2	48.1	3.7
	대전	(12)	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	66.7	0.0	
	강원	(20)	0.0	0.0	0.0	30.0	10.0	60.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(272)	0.0	2.2	9.6	9.6	13.2	64.7	0.7	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	0.2	1.6	8.4	11.4	16.0	62.3	0.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	1.5	1.1	12.3	13.0	19.2	52.1	0.8	
	1억원 이상	(391)	0.8	2.6	14.6	12.0	19.4	50.1	0.5	
종사자	1명	(626)	0.2	1.3	8.1	8.8	15.3	65.8	0.5	
	2명	(439)	0.2	2.5	10.3	15.7	17.5	53.8	0.0	
	3명	(153)	1.3	3.9	21.6	11.1	14.4	47.1	0.7	
	4~5명	(78)	1.3	1.3	20.5	10.3	28.2	35.9	2.6	
	6명 이상	(66)	4.5	0.0	10.6	12.1	22.7	50.0	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	1.2	5.5	19.8	17.8	19.8	35.6	0.4	
	생활 자기	(688)	0.6	0.9	8.6	10.5	16.6	62.4	0.6	
	현대 작품 도자	(233)	0.4	2.1	12.0	10.3	14.2	60.9	0.0	
	기타	(188)	0.0	0.5	8.0	8.5	18.6	63.8	0.5	

<표 6-5> 사업자 유형

(단위 : %)

구 분		응답자수	개인	법인	
전체		(1363)	97.7	2.3	
지역	경기	이천	(258)	96.5	3.5
		여주	(236)	98.3	1.7
		광주	(44)	97.7	2.3
		김포/파주/ 고양	(43)	95.3	4.7
		용인/안성	(36)	100.0	0.0
		동북부	(37)	100.0	0.0
		서남부	(103)	100.0	0.0
	경남	김해	(46)	100.0	0.0
		기타	(53)	96.2	3.8
	경북	경주	(33)	100.0	0.0
		기타	(61)	100.0	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	88.6	11.4
		기타	(35)	100.0	0.0
		제주	(13)	100.0	0.0
		광주	(15)	100.0	0.0
		전북	(39)	97.4	2.6
		부산	(33)	100.0	0.0
		서울	(72)	98.6	1.4
		울산	(26)	96.2	3.8
		인천	(17)	100.0	0.0
		대구	(12)	100.0	0.0
		충남	(48)	93.8	6.3
		충북	(27)	96.3	3.7
	대전	(12)	91.7	8.3	
	강원	(20)	100.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	99.3	0.7	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	98.9	1.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	98.9	1.1	
	1억원 이상	(391)	94.6	5.4	
종사자	1명	(627)	99.0	1.0	
	2명	(439)	98.9	1.1	
	3명	(153)	98.0	2.0	
	4~5명	(78)	97.4	2.6	
	6명 이상	(66)	77.3	22.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	100.0	0.0	
	생활 자기	(689)	96.4	3.6	
	현대 작품 도자	(233)	98.7	1.3	
	기타	(188)	98.4	1.6	

<표 6-6> 사업자등록증을 보유한 도예가 현황

(단위 : 명)

구 분		응답자수	합계	평균	
전체		(1363)	1,405.0	1.0	
지역	경기	이천	(258)	279.0	1.1
		여주	(236)	243.0	1.0
		광주	(44)	48.0	1.1
		김포/파주/ 고양	(43)	43.0	1.0
		용인/안성	(36)	36.0	1.0
		동북부	(37)	37.0	1.0
		서남부	(103)	109.0	1.1
	경남	김해	(46)	46.0	1.0
		기타	(53)	54.0	1.0
	경북	경주	(33)	34.0	1.0
		기타	(61)	63.0	1.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	44.0	1.0
		기타	(35)	35.0	1.0
		제주	(13)	13.0	1.0
		광주	(15)	15.0	1.0
		전북	(39)	39.0	1.0
		부산	(33)	33.0	1.0
		서울	(72)	72.0	1.0
		울산	(26)	26.0	1.0
		인천	(17)	17.0	1.0
		대구	(12)	12.0	1.0
		충남	(48)	48.0	1.0
		충북	(27)	27.0	1.0
	대전	(12)	12.0	1.0	
	강원	(20)	20.0	1.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	279.0	1.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	445.0	1.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	280.0	1.1	
	1억원 이상	(391)	401.0	1.0	
종사자	1명	(627)	628.0	1.0	
	2명	(439)	460.0	1.0	
	3명	(153)	165.0	1.1	
	4~5명	(78)	81.0	1.0	
	6명 이상	(66)	71.0	1.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	262.0	1.0	
	생활 자기	(689)	709.0	1.0	
	현대 작품 도자	(233)	235.0	1.0	
	기타	(188)	199.0	1.1	

<표 6-7> 프리랜서 작가 보유 현황

(단위 : %, 명)

구 분		응답자수	예	아니오	합계	평균	
전체		(1363)	11.6	88.4	387.0	2.4	
지역	경기	이천	(258)	10.9	89.1	45.0	1.6
		여주	(236)	4.7	95.3	24.0	2.2
		광주	(44)	15.9	84.1	10.0	1.4
		김포/파주/ 고양	(43)	9.3	90.7	9.0	2.3
		용인/안성	(36)	5.6	94.4	4.0	2.0
		동북부	(37)	16.2	83.8	7.0	1.2
		서남부	(103)	18.4	81.6	57.0	3.0
	경남	김해	(46)	6.5	93.5	5.0	1.7
		기타	(53)	7.5	92.5	12.0	3.0
	경북	경주	(33)	6.1	93.9	2.0	1.0
		기타	(61)	11.5	88.5	12.0	1.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	20.5	79.5	18.0	2.0
		기타	(35)	11.4	88.6	11.0	2.8
		제주	(13)	23.1	76.9	7.0	2.3
		광주	(15)	20.0	80.0	22.0	7.3
		전북	(39)	12.8	87.2	20.0	4.0
		부산	(33)	21.2	78.8	33.0	4.7
		서울	(72)	18.1	81.9	42.0	3.2
		울산	(26)	11.5	88.5	3.0	1.0
		인천	(17)	11.8	88.2	3.0	1.5
		대구	(12)	8.3	91.7	2.0	2.0
		충남	(48)	8.3	91.7	12.0	3.0
		충북	(27)	22.2	77.8	10.0	1.7
	대전	(12)	33.3	66.7	7.0	1.8	
	강원	(20)	5.0	95.0	10.0	10.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	6.2	93.8	42.0	2.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	12.3	87.7	111.0	2.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	9.2	90.8	55.0	2.3	
	1억원 이상	(391)	16.1	83.9	179.0	2.8	
종사자	1명	(627)	8.5	91.5	143.0	2.7	
	2명	(439)	12.5	87.5	79.0	1.4	
	3명	(153)	15.0	85.0	62.0	2.7	
	4~5명	(78)	20.5	79.5	34.0	2.1	
	6명 이상	(66)	16.7	83.3	69.0	6.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	13.4	86.6	84.0	2.5	
	생활 자기	(689)	11.0	89.0	165.0	2.2	
	현대 작품 도자	(233)	12.0	88.0	90.0	3.2	
	기타	(188)	10.6	89.4	48.0	2.4	

<표 6-8> 종사자 수 및 유/무급 종사자 현황

(단위 : 명)

구 분		응답자수	전체 종사자 합계	전체 종사자 평균	유급 종사자 합계	유급 종사자 평균	무급 종사자 합계	무급 종사자 평균	
전체		(1363)	3,219.0	2.4	2,430.0	1.8	789.0	0.6	
지역	경기	이천	(258)	509.0	2.0	376.0	1.5	133.0	0.5
		여주	(236)	660.0	2.8	438.0	1.9	222.0	0.9
		광주	(44)	113.0	2.6	78.0	1.8	35.0	0.8
		김포/파주/ 고양	(43)	73.0	1.7	57.0	1.3	16.0	0.4
		용인/안성	(36)	58.0	1.6	48.0	1.3	10.0	0.3
		동북부	(37)	57.0	1.5	44.0	1.2	13.0	0.4
		서남부	(103)	174.0	1.7	138.0	1.3	36.0	0.3
	경남	김해	(46)	90.0	2.0	52.0	1.1	38.0	0.8
		기타	(53)	165.0	3.1	125.0	2.4	40.0	0.8
	경북	경주	(33)	72.0	2.2	50.0	1.5	22.0	0.7
		기타	(61)	110.0	1.8	79.0	1.3	31.0	0.5
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	339.0	7.7	311.0	7.1	28.0	0.6
		기타	(35)	80.0	2.3	69.0	2.0	11.0	0.3
		제주	(13)	24.0	1.8	17.0	1.3	7.0	0.5
		광주	(15)	36.0	2.4	29.0	1.9	7.0	0.5
		전북	(39)	109.0	2.8	91.0	2.3	18.0	0.5
		부산	(33)	45.0	1.4	34.0	1.0	11.0	0.3
		서울	(72)	98.0	1.4	83.0	1.2	15.0	0.2
		울산	(26)	49.0	1.9	27.0	1.0	22.0	0.8
		인천	(17)	21.0	1.2	18.0	1.1	3.0	0.2
		대구	(12)	32.0	2.7	26.0	2.2	6.0	0.5
		충남	(48)	204.0	4.3	164.0	3.4	40.0	0.8
		충북	(27)	50.0	1.9	34.0	1.3	16.0	0.6
		대전	(12)	23.0	1.9	20.0	1.7	3.0	0.3
	강원	(20)	28.0	1.4	22.0	1.1	6.0	0.3	
매출액	2000만원 미만	(273)	376.0	1.4	290.0	1.1	86.0	0.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	727.0	1.7	523.0	1.2	204.0	0.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	535.0	2.0	343.0	1.3	192.0	0.7	
	1억원 이상	(391)	1,581.0	4.0	1,274.0	3.3	307.0	0.8	
종사자	1명	(627)	627.0	1.0	626.0	1.0	1.0	0.0	
	2명	(439)	878.0	2.0	506.0	1.2	372.0	0.8	
	3명	(153)	459.0	3.0	257.0	1.7	202.0	1.3	
	4~5명	(78)	347.0	4.4	219.0	2.8	128.0	1.6	
	6명 이상	(66)	908.0	13.8	822.0	12.5	86.0	1.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	483.0	1.9	307.0	1.2	176.0	0.7	
	생활 자기	(689)	1,885.0	2.7	1,500.0	2.2	385.0	0.6	
	현대 작품 도자	(233)	467.0	2.0	353.0	1.5	114.0	0.5	
	기타	(188)	384.0	2.0	270.0	1.4	114.0	0.6	

<표 6-9> 구인 어려운 인력 여부

(단위 : %)

구 분		응답자수	있음	없음	
전체		(1363)	22.1	77.9	
지역	경기	이천	(258)	19.4	80.6
		여주	(236)	27.5	72.5
		광주	(44)	4.5	95.5
		김포/파주/ 고양	(43)	20.9	79.1
		용인/안성	(36)	16.7	83.3
		동북부	(37)	18.9	81.1
		서남부	(103)	13.6	86.4
	경남	김해	(46)	45.7	54.3
		기타	(53)	13.2	86.8
	경북	경주	(33)	15.2	84.8
		기타	(61)	23.0	77.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	15.9	84.1
		기타	(35)	28.6	71.4
		제주	(13)	7.7	92.3
		광주	(15)	20.0	80.0
		전북	(39)	23.1	76.9
		부산	(33)	18.2	81.8
		서울	(72)	26.4	73.6
		울산	(26)	34.6	65.4
		인천	(17)	23.5	76.5
	대구	(12)	16.7	83.3	
	충남	(48)	27.1	72.9	
	충북	(27)	37.0	63.0	
	대전	(12)	25.0	75.0	
	강원	(20)	25.0	75.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	15.0	85.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	19.6	80.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	25.3	74.7	
	1억원 이상	(391)	27.6	72.4	
종사자	1명	(627)	19.0	81.0	
	2명	(439)	22.8	77.2	
	3명	(153)	21.6	78.4	
	4~5명	(78)	34.6	65.4	
	6명 이상	(66)	33.3	66.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	18.2	81.8	
	생활 자기	(689)	23.4	76.6	
	현대 작품 도자	(233)	22.3	77.7	
	기타	(188)	22.3	77.7	

<표 6-10> 구인 어려운 생산파트 인력

(단위 : %)

구 분		응답자수	컴퓨터 디자이너	몰레대장	화공	조각사	기타	
전체		(301)	24.6	20.9	15.0	4.3	35.2	
지역	경기	이천	(50)	40.0	12.0	8.0	6.0	34.0
		여주	(65)	10.8	16.9	12.3	1.5	58.5
		광주	(2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
		김포/파주/ 고양	(9)	22.2	44.4	22.2	0.0	11.1
		용인/안성	(6)	16.7	16.7	33.3	0.0	33.3
		동북부	(7)	0.0	28.6	14.3	28.6	28.6
		서남부	(14)	21.4	42.9	7.1	7.1	21.4
	경남	김해	(21)	57.1	19.0	9.5	0.0	14.3
		기타	(7)	14.3	14.3	14.3	0.0	57.1
	경북	경주	(5)	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0
		기타	(14)	14.3	14.3	42.9	7.1	21.4
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(7)	28.6	28.6	0.0	0.0	42.9
		기타	(10)	10.0	10.0	30.0	10.0	40.0
		제주	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		광주	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
		전북	(9)	0.0	44.4	11.1	11.1	33.3
		부산	(6)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
		서울	(19)	36.8	26.3	15.8	5.3	15.8
		울산	(9)	22.2	33.3	11.1	0.0	33.3
		인천	(4)	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0
	대구	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	
	충남	(13)	23.1	15.4	23.1	0.0	38.5	
	충북	(10)	20.0	20.0	10.0	0.0	50.0	
	대전	(3)	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	
	강원	(5)	40.0	40.0	0.0	0.0	20.0	
매출액	2000만원 미만	(41)	26.8	31.7	19.5	4.9	17.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(86)	23.3	23.3	18.6	7.0	27.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(66)	25.8	24.2	12.1	1.5	36.4	
	1억원 이상	(108)	24.1	13.0	12.0	3.7	47.2	
종사자	1명	(119)	31.9	23.5	12.6	5.0	26.9	
	2명	(100)	20.0	20.0	21.0	5.0	34.0	
	3명	(33)	33.3	15.2	12.1	3.0	36.4	
	4~5명	(27)	11.1	33.3	14.8	0.0	40.7	
	6명 이상	(22)	9.1	4.5	4.5	4.5	77.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(46)	23.9	32.6	17.4	2.2	23.9	
	생활 자기	(161)	26.7	19.3	15.5	2.5	36.0	
	현대 작품 도자	(52)	25.0	11.5	13.5	5.8	44.2	
	기타	(42)	16.7	26.2	11.9	11.9	33.3	

<표 6-11> 필요 인력 구인 애로사항

(단위 : %)

구 분		응답자수	인력을 구할 자금 부족	전문성을 가진 전문 인력 부족	어디서 인력을 구해야 할지 몰라서	기타	애로사항 없음	
전체		(1363)	24.9	12.6	0.8	2.1	59.6	
지역	경기	이천	(258)	20.2	9.7	0.4	0.4	69.4
		여주	(236)	27.1	14.4	1.3	3.8	53.4
		광주	(44)	15.9	2.3	0.0	0.0	81.8
		김포/파주/고양	(43)	20.9	11.6	0.0	2.3	65.1
		용인/안성	(36)	16.7	2.8	2.8	2.8	75.0
		동북부	(37)	10.8	13.5	0.0	2.7	73.0
		서남부	(103)	25.2	6.8	0.0	0.0	68.0
	경남	김해	(46)	54.3	15.2	0.0	2.2	28.3
		기타	(53)	24.5	7.5	0.0	0.0	67.9
	경북	경주	(33)	60.6	3.0	3.0	3.0	30.3
		기타	(61)	19.7	19.7	4.9	3.3	52.5
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	13.6	43.2	0.0	4.5	38.6
		기타	(35)	28.6	25.7	0.0	0.0	45.7
		제주	(13)	0.0	0.0	0.0	7.7	92.3
		광주	(15)	26.7	6.7	0.0	0.0	66.7
		전북	(39)	10.3	20.5	2.6	2.6	64.1
		부산	(33)	24.2	6.1	0.0	0.0	69.7
		서울	(72)	22.2	9.7	1.4	1.4	65.3
		울산	(26)	38.5	3.8	0.0	11.5	46.2
		인천	(17)	11.8	11.8	0.0	5.9	70.6
	대구	(12)	25.0	16.7	0.0	0.0	58.3	
	충남	(48)	39.6	25.0	0.0	4.2	31.3	
	충북	(27)	44.4	18.5	0.0	0.0	37.0	
	대전	(12)	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0	
	강원	(20)	25.0	10.0	0.0	0.0	65.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	23.8	7.3	0.4	1.8	66.7	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	24.4	10.7	0.9	1.8	62.1	
	5000만원~1억원 미만	(261)	26.8	14.9	0.4	0.8	57.1	
	1억원 이상	(391)	25.1	16.9	1.3	3.3	53.5	
종사자	1명	(627)	23.1	9.4	1.0	1.1	65.4	
	2명	(439)	28.5	11.2	0.9	1.6	57.9	
	3명	(153)	23.5	17.6	0.7	4.6	53.6	
	4~5명	(78)	30.8	23.1	0.0	2.6	43.6	
	6명 이상	(66)	15.2	28.8	0.0	7.6	48.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	20.9	13.8	0.8	0.8	63.6	
	생활 자기	(689)	26.3	13.2	1.0	2.8	56.7	
	현대 작품 도자	(233)	24.5	12.9	0.4	1.3	60.9	
	기타	(188)	26.1	8.5	0.5	2.1	62.8	

<표 6-12> 1년 중 도자기 생산 기간 현황

(단위 : 개월)

구 분		응답지수	평균	
전체		(1363)	11.0	
지역	경기	이천	(258)	11.1
		여주	(236)	10.9
		광주	(44)	11.5
		김포/파주/ 고양	(43)	11.0
		용인/안성	(36)	11.3
		동북부	(37)	11.0
		서남부	(103)	11.3
	경남	김해	(46)	10.6
		기타	(53)	11.0
	경북	경주	(33)	11.1
		기타	(61)	11.5
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	11.5
		기타	(35)	10.9
	제주	(13)	10.2	
	광주	(15)	11.3	
	전북	(39)	11.4	
	부산	(33)	11.0	
	서울	(72)	10.6	
	울산	(26)	10.4	
	인천	(17)	10.4	
	대구	(12)	10.8	
	충남	(48)	11.0	
	충북	(27)	10.4	
대전	(12)	11.0		
강원	(20)	10.6		
매출액	2000만원 미만	(273)	10.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	11.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	11.4	
	1억원 이상	(391)	11.3	
종사자	1명	(627)	10.7	
	2명	(439)	11.1	
	3명	(153)	11.4	
	4~5명	(78)	11.6	
	6명 이상	(66)	11.6	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	11.2	
	생활 자기	(689)	11.0	
	현대 작품 도자	(233)	11.0	
	기타	(188)	10.9	

<표 6-13> 요장 생산품 구성 비율

(단위 : %)

구 분		응답자수	전통 도자 작품	현대 도자 작품	식기류	다기류	내열자기, 냄비 쿠킹도구	인테리어 소품, 인형	악세 서리	기타	
전체		(1363)	14.8	12.7	26.1	21.6	2.4	7.4	1.8	13.1	
지역	경기	이천	(258)	21.4	10.1	27.6	20.0	2.2	8.5	2.1	8.0
		여주	(236)	11.9	6.2	23.3	16.7	5.0	6.0	0.8	30.1
		광주	(44)	28.9	8.2	21.8	25.3	1.6	4.9	2.3	7.0
		김포/파주/ 고양	(43)	4.1	18.2	29.8	20.0	0.7	8.0	1.6	17.7
		용인/안성	(36)	10.0	17.2	27.5	19.8	0.1	6.4	2.7	16.3
		동북부	(37)	6.5	21.2	28.3	17.6	0.7	18.9	0.9	5.9
		서남부	(103)	7.5	20.8	25.7	21.6	0.7	10.5	3.7	9.5
	경남	김해	(46)	21.2	2.8	32.6	32.5	4.2	4.0	0.1	2.5
		기타	(53)	23.4	9.4	25.2	26.8	4.3	4.0	0.4	6.5
	경북	경주	(33)	16.7	6.2	27.4	35.0	5.9	0.9	0.0	7.9
		기타	(61)	24.8	8.8	19.4	38.1	0.2	2.7	0.4	5.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	21.6	8.8	34.3	26.7	1.5	1.5	1.7	3.9
		기타	(35)	12.9	23.4	22.7	21.9	1.0	2.1	0.1	15.9
		제주	(13)	10.0	10.8	26.2	23.8	0.4	12.3	0.8	15.8
		광주	(15)	6.7	22.0	31.5	25.7	0.0	4.0	5.3	4.8
		전북	(39)	20.4	5.1	23.6	17.1	2.2	3.6	1.3	26.7
		부산	(33)	20.0	24.1	22.3	17.5	1.5	6.2	2.0	6.4
		서울	(72)	0.6	27.3	23.8	18.8	1.3	13.4	5.3	9.5
		울산	(26)	26.3	9.0	19.9	17.2	1.3	3.5	1.9	20.7
		인천	(17)	4.7	12.6	26.5	13.8	0.0	27.9	4.1	10.3
	대구	(12)	8.8	13.8	24.2	20.8	8.3	15.8	0.0	8.3	
	충남	(48)	6.8	12.0	37.3	17.9	2.6	10.6	1.1	11.8	
	충북	(27)	10.4	27.6	20.6	21.6	0.4	8.1	2.0	9.3	
	대전	(12)	6.7	10.0	32.5	35.8	1.7	0.8	0.4	12.1	
	강원	(20)	4.8	27.0	33.7	14.7	5.5	7.0	4.6	2.9	
매출액	2000만원 미만	(273)	16.2	14.7	23.9	22.7	0.7	9.4	2.8	9.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	15.1	12.6	25.3	23.6	1.3	7.5	1.9	12.8	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	16.8	9.4	26.5	22.7	2.4	7.0	1.1	14.1	
	1억원 이상	(391)	12.3	13.8	28.4	17.6	5.0	6.2	1.5	15.1	
종사자	1명	(627)	13.3	17.3	25.0	21.4	1.4	9.1	2.7	9.8	
	2명	(439)	17.9	9.6	25.2	23.6	2.1	6.2	0.8	14.7	
	3명	(153)	19.6	9.1	22.4	21.1	3.9	5.0	0.7	18.2	
	4~5명	(78)	11.2	6.7	34.4	13.6	5.2	5.8	2.5	20.6	
	6명 이상	(66)	2.5	6.1	42.6	19.7	8.0	6.2	1.4	13.6	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	69.5	4.2	9.7	11.2	0.3	1.9	0.3	2.9	
	생활 자기	(689)	3.2	4.2	43.4	34.4	4.6	4.1	1.4	4.6	
	현대 작품 도자	(233)	1.3	55.8	10.1	7.6	0.2	3.0	0.6	21.4	
	기타	(188)	0.7	2.1	4.7	5.7	0.3	32.2	6.5	47.7	

<표 6-14> 요장 생산품 특성1

(단위 : %)

구 분		응답자수	수작업	기계작업	
전체		(1363)	82.2	17.8	
지역	경기	이천	(258)	78.9	21.1
		여주	(236)	67.4	32.6
		광주	(44)	84.3	15.7
		김포/파주/ 고양	(43)	92.8	7.2
		용인/안성	(36)	90.6	9.4
		동북부	(37)	88.2	11.8
		서남부	(103)	94.1	5.9
	경남	김해	(46)	68.6	31.4
		기타	(53)	82.9	17.1
	경북	경주	(33)	98.7	1.3
		기타	(61)	90.5	9.5
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	66.8	33.2
		기타	(35)	96.6	3.4
		제주	(13)	90.0	10.0
		광주	(15)	90.0	10.0
		전북	(39)	85.1	14.9
		부산	(33)	88.8	11.2
		서울	(72)	88.8	11.3
		울산	(26)	87.7	12.3
		인천	(17)	97.1	2.9
	대구	(12)	93.3	6.7	
	충남	(48)	72.6	27.4	
	충북	(27)	96.7	3.3	
	대전	(12)	90.0	10.0	
	강원	(20)	92.0	8.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	89.4	10.6	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	85.7	14.3	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	83.6	16.4	
	1억원 이상	(391)	72.4	27.6	
종사자	1명	(627)	88.7	11.3	
	2명	(439)	84.8	15.2	
	3명	(153)	76.3	23.7	
	4~5명	(78)	58.8	41.2	
	6명 이상	(66)	44.0	56.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	88.9	11.1	
	생활 자기	(689)	77.8	22.2	
	현대 작품 도자	(233)	86.9	13.1	
	기타	(188)	83.5	16.5	

<표 6-15> 요장 생산품 특성2

(단위 : %)

구 분		응답자수	단품(소량)생산 평균	대량생산 평균	
전체		(1363)	85.9	14.1	
지역	경기	이천	(258)	83.0	17.0
		여주	(236)	72.7	27.3
		광주	(44)	93.4	6.6
		김포/파주/ 고양	(43)	95.8	4.2
		용인/안성	(36)	86.0	14.0
		동북부	(37)	96.8	3.2
		서남부	(103)	98.3	1.7
	경남	김해	(46)	87.8	12.2
		기타	(53)	88.3	11.7
	경북	경주	(33)	95.5	4.5
		기타	(61)	93.5	6.5
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	54.0	46.0
		기타	(35)	96.7	3.3
		제주	(13)	96.9	3.1
		광주	(15)	96.0	4.0
		전북	(39)	87.2	12.8
		부산	(33)	90.9	9.1
		서울	(72)	95.6	4.4
		울산	(26)	87.3	12.7
		인천	(17)	97.1	2.9
		대구	(12)	99.2	0.8
	충남	(48)	72.0	28.0	
	충북	(27)	93.7	6.3	
	대전	(12)	95.8	4.2	
	강원	(20)	94.5	5.5	
매출액	2000만원 미만	(273)	94.6	5.4	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	91.2	8.8	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	88.7	11.3	
	1억원 이상	(391)	72.0	28.0	
종사자	1명	(627)	93.5	6.5	
	2명	(439)	88.7	11.3	
	3명	(153)	82.7	17.3	
	4~5명	(78)	55.6	44.4	
	6명 이상	(66)	37.1	62.9	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	93.8	6.2	
	생활 자기	(689)	81.3	18.7	
	현대 작품 도자	(233)	89.7	10.3	
	기타	(188)	87.1	12.9	

<표 6-16> 요장 생산품 특성3

(단위 : %)

구 분		응답자수	전통성 중시 평균	현대적 개성 중시 평균	
전체		(1363)	35.3	64.7	
지역	경기	이천	(258)	37.2	62.8
		여주	(236)	33.9	66.1
		광주	(44)	36.8	63.2
		김포/파주/ 고양	(43)	25.5	74.5
		용인/안성	(36)	29.2	70.8
		동북부	(37)	25.7	74.3
		서남부	(103)	22.8	77.2
	경남	김해	(46)	51.3	48.7
		기타	(53)	48.3	51.7
	경북	경주	(33)	54.5	45.5
		기타	(61)	56.1	43.9
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	43.3	56.7
		기타	(35)	50.3	49.7
		제주	(13)	36.2	63.8
		광주	(15)	13.3	86.7
		전북	(39)	41.9	58.1
		부산	(33)	30.9	69.1
		서울	(72)	15.1	84.9
		울산	(26)	51.5	48.5
		인천	(17)	21.2	78.8
	대구	(12)	31.7	68.3	
	충남	(48)	33.3	66.7	
	충북	(27)	38.5	61.5	
	대전	(12)	17.5	82.5	
	강원	(20)	17.5	82.5	
매출액	2000만원 미만	(273)	36.1	63.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	36.3	63.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	36.9	63.1	
	1억원 이상	(391)	32.7	67.3	
종사자	1명	(627)	30.5	69.5	
	2명	(439)	40.6	59.4	
	3명	(153)	44.6	55.4	
	4~5명	(78)	35.3	64.7	
	6명 이상	(66)	24.2	75.8	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	70.6	29.4	
	생활 자기	(689)	29.4	70.6	
	현대 작품 도자	(233)	24.6	75.4	
	기타	(188)	22.9	77.1	

<표 6-17> LPG가스 가마 현황

(단위 : %, 기, 루베, 회)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	61.3	1.2	2.6	34.8	1.4	2.6	45.0	
지역	경기	이천	(258)	61.2	4.7	1.9	32.2	1.3	1.4	28.7
		여주	(236)	83.5	0.0	7.2	9.3	1.6	3.1	73.9
		광주	(44)	77.3	0.0	0.0	22.7	1.4	1.6	23.6
		김포/파주/ 고양	(43)	62.8	0.0	4.7	32.6	1.1	1.0	35.2
		용인/안성	(36)	44.4	2.8	5.6	47.2	1.2	0.9	27.3
		동북부	(37)	48.6	5.4	2.7	43.2	1.2	1.0	24.5
		서남부	(103)	42.7	1.0	0.0	56.3	1.1	0.9	28.7
	경남	김해	(46)	73.9	0.0	0.0	26.1	1.2	1.4	25.0
		기타	(53)	64.2	0.0	1.9	34.0	1.5	2.7	38.1
	경북	경주	(33)	69.7	0.0	0.0	30.3	1.1	1.4	15.8
		기타	(61)	37.7	0.0	0.0	62.3	1.6	6.3	40.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	65.9	0.0	2.3	31.8	1.8	3.7	68.3
		기타	(35)	77.1	0.0	0.0	22.9	1.2	1.8	20.2
		제주	(13)	69.2	0.0	0.0	30.8	1.3	1.2	25.1
		광주	(15)	33.3	0.0	0.0	66.7	1.0	1.0	131.3
		전북	(39)	87.2	0.0	2.6	10.3	1.5	2.8	36.1
		부산	(33)	45.5	0.0	0.0	54.5	1.1	0.8	29.4
		서울	(72)	16.7	1.4	4.2	77.8	1.0	0.8	36.6
		울산	(26)	53.8	0.0	0.0	46.2	1.1	2.2	18.9
		인천	(17)	35.3	0.0	0.0	64.7	1.3	0.9	16.5
	대구	(12)	58.3	0.0	0.0	41.7	1.0	0.6	20.3	
	충남	(48)	77.1	0.0	4.2	18.8	1.5	8.9	107.2	
	충북	(27)	66.7	0.0	3.7	29.6	1.5	1.6	21.5	
	대전	(12)	41.7	0.0	0.0	58.3	1.0	1.2	66.4	
	강원	(20)	45.0	0.0	0.0	55.0	1.2	24.5	31.4	
매출액	2000만원 미만	(273)	48.0	1.1	2.9	48.0	1.1	1.2	14.6	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	54.8	0.7	3.4	41.1	1.3	1.5	23.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	69.3	3.1	1.1	26.4	1.3	2.4	36.7	
	1억원 이상	(391)	72.4	0.8	2.6	24.3	1.6	4.5	84.0	
종사자	1명	(627)	49.9	0.6	2.6	46.9	1.2	1.9	22.5	
	2명	(439)	67.7	1.6	3.2	27.6	1.3	2.0	29.4	
	3명	(153)	74.5	2.6	2.0	20.9	1.5	2.5	43.2	
	4~5명	(78)	79.5	0.0	1.3	19.2	1.8	6.8	107.7	
	6명 이상	(66)	74.2	3.0	3.0	19.7	2.4	6.6	209.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	65.2	1.2	0.8	32.8	1.4	1.7	26.9	
	생활 자기	(689)	61.2	1.2	3.2	34.4	1.4	2.8	53.8	
	현대 작품 도자	(233)	60.5	1.3	3.0	35.2	1.3	3.4	45.1	
	기타	(188)	56.9	1.6	2.7	38.8	1.3	2.4	37.1	

<표 6-18> 도시가스 가마 현황

(단위 : %, 기, 루베, 회)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	4.1	0.1	0.1	95.7	1.3	1.6	47.2	
지역	경기	이천	(258)	17.4	0.8	0.0	81.8	1.3	1.2	32.2
		여주	(236)	2.1	0.0	0.0	97.9	1.6	4.2	103.6
		광주	(44)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		용인/안성	(36)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		동북부	(37)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		서남부	(103)	1.9	0.0	0.0	98.1	1.0	0.5	12.0
	경남	김해	(46)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		기타	(53)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
	경북	경주	(33)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		기타	(61)	1.6	0.0	0.0	98.4	0.0	0.0	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	2.3	0.0	0.0	97.7	7.0	15.3	720.0
		기타	(35)	2.9	0.0	0.0	97.1	0.0	0.0	0.0
		제주	(13)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		광주	(15)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		전북	(39)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		부산	(33)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		서울	(72)	0.0	0.0	1.4	98.6	0.0	3.0	12.0
		울산	(26)	0.0	0.0	0.0	100.0	.	.	.
		인천	(17)	5.9	0.0	0.0	94.1	1.0	0.3	0.0
	대구	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
	충남	(48)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
	충북	(27)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
	대전	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
	강원	(20)	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
매출액	2000만원 미만	(273)	2.9	0.0	0.0	97.1	1.3	0.9	7.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	4.1	0.5	0.0	95.4	1.2	1.6	15.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	4.6	0.0	0.4	95.0	0.9	1.1	21.5	
	1억원 이상	(391)	4.6	0.0	0.0	95.4	1.8	2.3	119.1	
종사자	1명	(627)	4.5	0.0	0.0	95.5	1.1	0.9	12.8	
	2명	(439)	4.1	0.5	0.2	95.2	1.2	1.2	32.2	
	3명	(153)	3.3	0.0	0.0	96.7	1.4	3.6	52.0	
	4~5명	(78)	2.6	0.0	0.0	97.4	1.5	1.9	35.0	
	6명 이상	(66)	4.5	0.0	0.0	95.5	4.0	7.8	473.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	5.1	0.0	0.0	94.9	1.4	1.2	13.7	
	생활 자기	(689)	4.5	0.0	0.1	95.4	1.4	1.7	64.9	
	현대 작품 도자	(233)	2.1	0.0	0.0	97.9	1.0	1.2	32.4	
	기타	(188)	3.7	1.1	0.0	95.2	1.1	2.1	41.0	

<표 6-19> 전기 가마 현황

(단위 : %, 기, 루베, 회)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	50.0	1.2	0.8	48.0	1.4	0.6	56.4	
지역	경기	이천	(258)	41.5	3.5	0.4	54.7	1.5	0.5	51.5
		여주	(236)	23.7	0.0	0.8	75.4	1.4	0.8	84.7
		광주	(44)	38.6	0.0	0.0	61.4	1.4	0.6	52.5
		김포/파주/ 고양	(43)	69.8	4.7	0.0	25.6	1.5	0.3	55.3
		용인/안성	(36)	63.9	0.0	0.0	36.1	1.5	2.7	83.2
		동북부	(37)	75.7	0.0	0.0	24.3	1.4	0.4	57.0
		서남부	(103)	80.6	1.0	1.0	17.5	1.3	0.5	56.0
	경남	김해	(46)	30.4	0.0	6.5	63.0	1.1	0.5	44.4
		기타	(53)	32.1	0.0	1.9	66.0	1.3	0.5	32.7
	경북	경주	(33)	9.1	0.0	0.0	90.9	1.0	0.3	48.0
		기타	(61)	36.1	0.0	0.0	63.9	1.5	0.4	43.1
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	54.5	0.0	0.0	45.5	1.9	0.8	50.0
		기타	(35)	51.4	0.0	0.0	48.6	1.3	0.6	53.7
		제주	(13)	69.2	0.0	0.0	30.8	1.1	0.6	32.6
		광주	(15)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.5	48.1
		전북	(39)	56.4	2.6	0.0	41.0	1.3	0.5	44.9
		부산	(33)	75.8	3.0	0.0	21.2	1.5	0.3	44.4
		서울	(72)	87.5	2.8	2.8	6.9	1.4	0.4	63.0
		울산	(26)	38.5	0.0	0.0	61.5	1.4	0.5	46.9
		인천	(17)	94.1	0.0	0.0	5.9	1.3	0.5	66.3
		대구	(12)	75.0	0.0	8.3	16.7	1.5	0.6	48.6
		충남	(48)	62.5	0.0	0.0	37.5	1.4	0.4	57.6
	충북	(27)	55.6	0.0	0.0	44.4	1.3	0.3	32.4	
	대전	(12)	75.0	0.0	0.0	25.0	1.4	0.6	84.0	
	강원	(20)	85.0	0.0	0.0	15.0	1.1	0.3	64.6	
매출액	2000만원 미만	(273)	54.9	2.2	1.1	41.8	1.3	0.4	43.6	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	50.5	1.1	0.7	47.7	1.4	0.5	54.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	48.3	1.9	0.0	49.8	1.4	0.6	60.2	
	1억원 이상	(391)	47.3	0.0	1.3	51.4	1.5	0.7	67.2	
종사자	1명	(627)	59.2	1.1	1.1	38.6	1.3	0.4	50.5	
	2명	(439)	43.5	1.6	0.5	54.4	1.4	0.4	57.2	
	3명	(153)	39.2	1.3	0.0	59.5	1.6	0.7	51.5	
	4~5명	(78)	41.0	0.0	1.3	57.7	1.8	1.7	75.8	
	6명 이상	(66)	42.4	0.0	1.5	56.1	1.8	1.8	116.2	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	32.8	0.0	0.4	66.8	1.4	0.4	51.7	
	생활 자기	(689)	51.8	1.7	0.7	45.7	1.4	0.5	57.0	
	현대 작품 도자	(233)	62.7	0.4	0.9	36.1	1.5	1.0	52.2	
	기타	(188)	51.1	1.6	1.6	45.7	1.5	0.5	63.8	

<표 6-20> 터널식 가마 현황

(단위 : %, 기, 루베, 회)

구 분		응답자수	본인소유	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	1.6	98.4	1.3	9.4	249.1	
지역	경기	이천	(258)	0.8	99.2	1.0	2.5	50.0
		여주	(236)	1.3	98.7	1.0	5.2	204.3
		광주	(44)	2.3	97.7	1.0	1.0	2.0
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	100.0	-	-	-
		용인/안성	(36)	0.0	100.0	-	-	-
		동북부	(37)	0.0	100.0	-	-	-
		서남부	(103)	0.0	100.0	-	-	-
	경남	김해	(46)	2.2	97.8	1.0	1.5	2.0
		기타	(53)	3.8	96.2	1.0	-	12.0
	경북	경주	(33)	0.0	100.0	-	-	-
		기타	(61)	0.0	100.0	-	-	-
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	18.2	81.8	1.4	17.4	496.5
		기타	(35)	5.7	94.3	2.0	5.0	22.5
		제주	(13)	0.0	100.0	-	-	-
		광주	(15)	0.0	100.0	-	-	-
		전북	(39)	0.0	100.0	-	-	-
		부산	(33)	0.0	100.0	-	-	-
		서울	(72)	0.0	100.0	-	-	-
		울산	(26)	0.0	100.0	-	-	-
		인천	(17)	0.0	100.0	-	-	-
	대구	(12)	0.0	100.0	-	-	-	
	충남	(48)	6.3	93.8	1.3	6.0	161.7	
	충북	(27)	0.0	100.0	-	-	-	
	대전	(12)	0.0	100.0	-	-	-	
	강원	(20)	0.0	100.0	-	-	-	
매출액	2000만원 미만	(273)	0.0	100.0	-	-	-	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	0.7	99.3	1.7	12.5	155.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	1.1	98.9	0.7	0.5	0.7	
	1억원 이상	(391)	4.1	95.9	1.3	11.0	317.6	
종사자	1명	(627)	0.5	99.5	0.7	0.3	0.7	
	2명	(439)	0.0	100.0	.	.	.	
	3명	(153)	1.3	98.7	1.0	3.3	51.0	
	4~5명	(78)	6.4	93.6	1.8	4.4	23.0	
	6명 이상	(66)	18.2	81.8	1.3	16.9	455.6	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	0.8	99.2	1.0	0.5	4.0	
	생활 자기	(689)	2.5	97.5	1.2	12.3	300.8	
	현대 작품 도자	(233)	0.4	99.6	0.0	0.0	0.0	
	기타	(188)	1.1	98.9	2.5	5.8	205.0	

<표 6-21> 석유 가마 현황

(단위 : %, 기, 루베, 회)

구 분		응답자수	본인소유	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	2.0	98.0	1.0	1.7	10.7	
지역	경기	이천	(258)	0.8	99.2	1.0	0.3	10.0
		여주	(236)	0.8	99.2	1.0	0.6	11.0
		광주	(44)	0.0	100.0	-	-	-
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	100.0	-	-	-
		용인/안성	(36)	2.8	97.2	1.0	0.3	12.0
		동북부	(37)	0.0	100.0	-	-	-
		서남부	(103)	1.9	98.1	1.0	1.3	20.0
	경남	김해	(46)	10.9	89.1	1.0	1.4	18.8
		기타	(53)	7.5	92.5	1.0	3.3	6.5
	경북	경주	(33)	3.0	97.0	1.0	2.0	0.0
		기타	(61)	1.6	98.4	1.0	1.0	2.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	0.0	100.0	-	-	-
		기타	(35)	2.9	97.1	0.0	0.0	0.0
		제주	(13)	0.0	100.0	-	-	-
		광주	(15)	0.0	100.0	-	-	-
		전북	(39)	2.6	97.4	1.0	8.0	30.0
		부산	(33)	3.0	97.0	1.0	1.0	0.0
		서울	(72)	0.0	100.0	-	-	-
		울산	(26)	3.8	96.2	1.0	7.0	8.0
		인천	(17)	0.0	100.0	-	-	-
		대구	(12)	0.0	100.0	-	-	-
		충남	(48)	8.3	91.7	1.0	0.4	7.5
		충북	(27)	3.7	96.3	1.0	0.7	5.0
	대전	(12)	0.0	100.0	-	-	-	
	강원	(20)	0.0	100.0	-	-	-	
매출액	2000만원 미만	(273)	1.5	98.5	1.0	0.6	6.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	1.8	98.2	1.0	1.9	8.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	3.1	96.9	0.9	1.9	13.0	
	1억원 이상	(391)	1.8	98.2	1.0	2.0	13.6	
종사자	1명	(627)	2.4	97.6	0.9	1.9	9.0	
	2명	(439)	2.1	97.9	1.0	1.4	13.3	
	3명	(153)	0.7	99.3	1.0	2.0	24.0	
	4~5명	(78)	2.6	97.4	1.0	1.4	5.0	
	6명 이상	(66)	0.0	100.0	-	-	-	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	4.3	95.7	1.0	1.0	12.8	
	생활 자기	(689)	1.2	98.8	1.0	1.6	9.9	
	현대 작품 도자	(233)	3.0	97.0	0.9	3.1	8.1	
	기타	(188)	0.5	99.5	1.0	0.7	12.0	

<표 6-22> 실험용 가마 현황

(단위 : %, 기, 리터, 회)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	사용안함	보유 수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	5.1	0.1	94.9	1.0	39.2	33.7	
지역	경기	이천	(258)	5.4	0.4	94.2	1.1	8.4	23.9
		여주	(236)	3.8	0.0	96.2	1.0	20.2	32.8
		광주	(44)	6.8	0.0	93.2	1.0	0.1	14.3
		김포/파주/ 고양	(43)	2.3	0.0	97.7	1.0	0.1	100.0
		용인/안성	(36)	2.8	0.0	97.2	1.0	0.0	40.0
		동북부	(37)	5.4	0.0	94.6	1.0	100.0	54.0
		서남부	(103)	2.9	0.0	97.1	1.0	17.0	51.0
	경남	김해	(46)	6.5	0.0	93.5	1.0	21.7	61.0
		기타	(53)	17.0	0.0	83.0	1.0	17.8	36.5
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	97.0	1.0	20.0	120.0
		기타	(61)	3.3	0.0	96.7	1.0	35.0	15.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	4.5	0.0	95.5	1.0	0.0	0.0
		기타	(35)	5.7	0.0	94.3	0.5	0.0	2.0
		제주	(13)	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		광주	(15)	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		전북	(39)	5.1	0.0	94.9	1.0	0.0	13.0
		부산	(33)	6.1	0.0	93.9	1.0	0.0	80.0
		서울	(72)	4.2	0.0	95.8	1.0	0.7	40.0
		울산	(26)	7.7	0.0	92.3	1.0	600.1	14.0
		인천	(17)	0.0	0.0	100.0	-	-	-
		대구	(12)	0.0	0.0	100.0	-	-	-
	충남	(48)	4.2	0.0	95.8	1.0	0.1	50.0	
	충북	(27)	11.1	0.0	88.9	1.3	500.0	5.5	
	대전	(12)	25.0	0.0	75.0	1.3	14.5	46.7	
	강원	(20)	0.0	0.0	100.0	-	-	-	
매출액	2000만원 미만	(273)	3.7	0.0	96.3	0.9	0.2	39.4	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	4.1	0.2	95.7	1.1	114.1	26.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	6.5	0.0	93.5	1.0	19.5	37.2	
	1억원 이상	(391)	6.1	0.0	93.9	1.1	14.6	35.3	
종사자	1명	(627)	4.1	0.0	95.9	1.0	21.7	34.8	
	2명	(439)	5.0	0.2	94.8	1.0	90.3	36.5	
	3명	(153)	5.9	0.0	94.1	1.0	4.1	10.7	
	4~5명	(78)	7.7	0.0	92.3	1.2	7.0	47.7	
	6명 이상	(66)	9.1	0.0	90.9	1.2	11.8	41.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	6.7	0.0	93.3	0.9	39.1	32.5	
	생활 자기	(689)	4.5	0.0	95.5	1.1	57.0	32.7	
	현대 작품 도자	(233)	5.2	0.0	94.8	1.0	20.3	38.5	
	기타	(188)	4.8	0.5	94.7	1.1	13.6	33.6	

<표 6-23> 전통 가마 현황

(단위 : %, 기, 봉, 회)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 댓수	가마크기	소성횟수	
전체		(1363)	19.4	2.9	4.0	73.8	1.2	3.7	3.0	
지역	경기	이천	(258)	13.6	3.9	9.3	73.3	1.1	4.2	2.1
		여주	(236)	3.4	3.0	6.8	86.9	1.2	3.3	2.4
		광주	(44)	18.2	6.8	11.4	63.6	1.0	4.3	1.8
		김포/파주/ 고양	(43)	2.3	0.0	0.0	97.7	1.0	3.0	4.0
		용인/안성	(36)	13.9	0.0	2.8	83.3	1.3	2.5	2.3
		동북부	(37)	2.7	2.7	0.0	94.6	1.0	4.5	1.0
		서남부	(103)	7.8	1.9	1.9	88.3	1.1	3.7	2.4
	경남	김해	(46)	34.8	0.0	0.0	65.2	1.3	4.2	5.5
		기타	(53)	56.6	0.0	0.0	43.4	1.2	3.7	3.8
	경북	경주	(33)	57.6	0.0	0.0	42.4	1.1	2.5	2.2
		기타	(61)	62.3	0.0	0.0	37.7	1.3	3.8	4.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	27.3	31.8	2.3	38.6	1.1	2.9	3.4
		기타	(35)	31.4	0.0	0.0	68.6	1.1	3.8	4.0
		제주	(13)	23.1	0.0	0.0	76.9	1.0	2.3	2.0
		광주	(15)	20.0	6.7	0.0	73.3	1.0	3.8	2.3
		전북	(39)	30.8	0.0	0.0	69.2	1.3	3.4	2.3
		부산	(33)	21.2	0.0	0.0	78.8	1.1	3.4	4.1
		서울	(72)	1.4	0.0	2.8	95.8	1.0	1.7	1.0
		울산	(26)	65.4	0.0	3.8	30.8	1.2	4.9	3.1
		인천	(17)	11.8	0.0	5.9	82.4	1.0	2.7	1.7
	대구	(12)	16.7	0.0	0.0	83.3	1.0	2.5	1.5	
	충남	(48)	16.7	2.1	0.0	81.3	1.2	3.2	1.9	
	충북	(27)	48.1	0.0	3.7	48.1	1.1	3.1	3.2	
	대전	(12)	8.3	0.0	0.0	91.7	3.0	4.0	10.0	
	강원	(20)	15.0	0.0	0.0	85.0	1.0	3.3	5.7	
매출액	2000만원 미만	(273)	13.9	1.8	2.6	81.7	1.2	3.5	2.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	19.9	3.4	5.0	71.7	1.1	3.5	2.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	23.0	4.2	5.4	67.4	1.2	3.8	3.1	
	1억원 이상	(391)	20.2	2.0	2.8	74.9	1.2	3.8	3.2	
종사자	1명	(627)	13.9	2.4	2.6	81.2	1.2	3.5	2.9	
	2명	(439)	25.7	3.0	6.2	65.1	1.1	3.5	3.2	
	3명	(153)	27.5	4.6	4.6	63.4	1.2	4.2	2.6	
	4~5명	(78)	21.8	2.6	3.8	71.8	1.2	3.6	3.5	
	6명 이상	(66)	7.6	3.0	1.5	87.9	1.3	4.1	2.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	47.4	6.3	6.3	39.9	1.2	3.8	3.4	
	생활 자기	(689)	15.7	2.3	4.1	77.9	1.1	3.7	2.9	
	현대 작품 도자	(233)	11.2	0.9	3.9	84.1	1.1	3.1	2.3	
	기타	(188)	5.3	2.7	0.5	91.5	1.1	3.3	2.5	

<표 6-24> 교반기 현황

(단위 : % 대)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	27.1	0.4	0.3	72.2	1.4	
지역	경기	이천	(258)	30.2	1.2	0.0	68.6	1.3
		여주	(236)	48.3	0.0	0.4	51.3	1.5
		광주	(44)	22.7	0.0	0.0	77.3	1.1
		김포/파주/ 고양	(43)	7.0	0.0	0.0	93.0	1.3
		용인/안성	(36)	13.9	2.8	0.0	83.3	1.5
		동북부	(37)	10.8	2.7	0.0	86.5	1.0
		서남부	(103)	10.7	0.0	0.0	89.3	1.1
	경남	김해	(46)	43.5	0.0	4.3	52.2	1.2
		기타	(53)	24.5	0.0	0.0	75.5	1.5
	경북	경주	(33)	42.4	0.0	0.0	57.6	1.1
		기타	(61)	9.8	0.0	0.0	90.2	1.3
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	61.4	0.0	0.0	38.6	1.7
		기타	(35)	20.0	0.0	0.0	80.0	1.3
		제주	(13)	30.8	0.0	0.0	69.2	1.3
		광주	(15)	6.7	0.0	0.0	93.3	1.0
		전북	(39)	20.5	0.0	0.0	79.5	1.1
		부산	(33)	12.1	0.0	0.0	87.9	1.0
		서울	(72)	9.7	0.0	0.0	90.3	1.0
		울산	(26)	7.7	0.0	0.0	92.3	1.0
		인천	(17)	11.8	0.0	0.0	88.2	1.0
	대구	(12)	16.7	0.0	0.0	83.3	0.5	
	충남	(48)	43.8	0.0	2.1	54.2	1.8	
	충북	(27)	14.8	3.7	0.0	81.5	1.2	
	대전	(12)	8.3	0.0	0.0	91.7	2.0	
	강원	(20)	5.0	0.0	0.0	95.0	1.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	17.6	0.0	0.7	81.7	1.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	21.0	0.2	0.5	78.3	1.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	28.7	0.4	0.0	70.9	1.3	
	1억원 이상	(391)	39.4	1.0	0.0	59.6	1.6	
종사자	1명	(627)	17.1	0.3	0.6	82.0	1.2	
	2명	(439)	27.6	0.0	0.0	72.4	1.2	
	3명	(153)	38.6	2.0	0.0	59.5	1.3	
	4~5명	(78)	52.6	0.0	0.0	47.4	1.7	
	6명 이상	(66)	62.1	1.5	0.0	36.4	2.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	31.6	0.4	0.4	67.6	1.2	
	생활 자기	(689)	27.0	0.3	0.3	72.4	1.5	
	현대 작품 도자	(233)	22.3	0.9	0.4	76.4	1.3	
	기타	(188)	27.1	0.5	0.0	72.3	1.3	

<표 6-25> 토련기 현황

(단위 : % 대)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	83.9	1.4	1.0	13.8	1.6	
지역	경기	이천	(258)	84.9	5.0	1.2	8.9	1.8
		여주	(236)	87.7	0.0	1.7	10.6	1.6
		광주	(44)	88.6	0.0	0.0	11.4	1.5
		김포/파주/ 고양	(43)	76.7	0.0	2.3	20.9	1.3
		용인/안성	(36)	75.0	0.0	2.8	22.2	1.4
		동북부	(37)	67.6	8.1	0.0	24.3	1.4
		서남부	(103)	77.7	0.0	1.0	21.4	1.4
	경남	김해	(46)	91.3	2.2	4.3	2.2	1.6
		기타	(53)	98.1	0.0	0.0	1.9	2.1
	경북	경주	(33)	87.9	0.0	0.0	12.1	1.8
		기타	(61)	96.7	0.0	0.0	3.3	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	100.0	0.0	0.0	0.0	1.6
		기타	(35)	94.3	0.0	0.0	5.7	1.7
		제주	(13)	76.9	0.0	0.0	23.1	1.4
		광주	(15)	93.3	0.0	0.0	6.7	1.4
		전북	(39)	92.3	0.0	0.0	7.7	1.8
		부산	(33)	84.8	0.0	0.0	15.2	1.3
		서울	(72)	48.6	1.4	0.0	50.0	1.1
		울산	(26)	96.2	0.0	0.0	3.8	1.4
		인천	(17)	64.7	0.0	5.9	29.4	1.1
	대구	(12)	75.0	0.0	0.0	25.0	1.6	
	충남	(48)	83.3	0.0	0.0	16.7	2.0	
	충북	(27)	88.9	3.7	0.0	7.4	1.7	
	대전	(12)	58.3	0.0	0.0	41.7	2.0	
	강원	(20)	75.0	0.0	0.0	25.0	1.2	
매출액	2000만원 미만	(273)	71.8	1.1	1.1	26.0	1.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	84.0	1.4	1.4	13.2	1.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	92.3	2.3	0.4	5.0	1.7	
	1억원 이상	(391)	86.4	1.0	0.8	11.8	1.9	
종사자	1명	(627)	78.3	0.8	1.3	19.6	1.4	
	2명	(439)	89.3	1.4	0.7	8.7	1.6	
	3명	(153)	86.3	4.6	0.7	8.5	1.8	
	4~5명	(78)	91.0	0.0	0.0	9.0	2.1	
	6명 이상	(66)	86.4	1.5	1.5	10.6	2.6	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	94.9	1.2	0.4	3.6	1.6	
	생활 자기	(689)	84.8	1.5	1.0	12.8	1.7	
	현대 작품 도자	(233)	81.5	0.9	0.9	16.7	1.5	
	기타	(188)	68.6	2.1	1.6	27.7	1.4	

<표 6-26> 전기물레 현황

(단위 : % 대)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	88.6	1.4	0.4	9.7	2.7	
지역	경기	이천	(258)	87.6	4.7	0.4	7.4	2.1
		여주	(236)	75.0	0.0	0.4	24.6	1.8
		광주	(44)	95.5	0.0	0.0	4.5	2.3
		김포/파주/ 고양	(43)	95.3	2.3	0.0	2.3	3.4
		용인/안성	(36)	97.2	0.0	0.0	2.8	2.5
		동북부	(37)	89.2	5.4	0.0	5.4	2.8
		서남부	(103)	93.2	1.0	0.0	5.8	3.3
	경남	김해	(46)	95.7	0.0	4.3	0.0	2.3
		기타	(53)	92.5	0.0	0.0	7.5	2.6
	경북	경주	(33)	97.0	0.0	0.0	3.0	2.1
		기타	(61)	98.4	0.0	0.0	1.6	3.1
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	86.4	0.0	0.0	13.6	3.8
		기타	(35)	88.6	0.0	0.0	11.4	4.7
		제주	(13)	92.3	0.0	0.0	7.7	7.5
		광주	(15)	100.0	0.0	0.0	0.0	3.4
		전북	(39)	97.4	0.0	0.0	2.6	4.0
		부산	(33)	93.9	3.0	0.0	3.0	2.6
		서울	(72)	83.3	2.8	1.4	12.5	2.5
		울산	(26)	92.3	0.0	0.0	7.7	2.6
		인천	(17)	88.2	0.0	0.0	11.8	2.8
		대구	(12)	91.7	0.0	0.0	8.3	3.5
	충남	(48)	85.4	0.0	0.0	14.6	3.3	
	충북	(27)	100.0	0.0	0.0	0.0	2.7	
	대전	(12)	91.7	0.0	0.0	8.3	2.5	
	강원	(20)	90.0	0.0	0.0	10.0	3.4	
매출액	2000만원 미만	(273)	89.0	1.5	0.7	8.8	2.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	91.8	1.4	0.5	6.4	2.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	91.6	2.7	0.0	5.7	2.8	
	1억원 이상	(391)	82.6	0.5	0.3	16.6	3.1	
종사자	1명	(627)	92.0	0.8	0.8	6.4	2.5	
	2명	(439)	92.0	1.1	0.0	6.8	2.7	
	3명	(153)	83.7	4.6	0.0	11.8	3.3	
	4~5명	(78)	76.9	0.0	0.0	23.1	3.1	
	6명 이상	(66)	57.6	3.0	0.0	39.4	3.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	95.3	1.2	0.8	2.8	3.1	
	생활 자기	(689)	87.5	1.5	0.4	10.6	2.6	
	현대 작품 도자	(233)	89.3	0.9	0.0	9.9	2.8	
	기타	(188)	82.4	2.1	0.0	15.4	2.4	

<표 6-27> 지거렁기 현황

(단위 : % 대)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	21.0	1.0	0.4	77.6	1.7	
지역	경기	이천	(258)	45.0	3.5	0.4	51.2	1.4
		여주	(236)	16.5	0.0	0.8	82.6	2.1
		광주	(44)	22.7	0.0	0.0	77.3	1.4
		김포/파주/ 고양	(43)	14.0	0.0	2.3	83.7	2.6
		용인/안성	(36)	16.7	2.8	0.0	80.6	3.6
		동북부	(37)	5.4	0.0	2.7	91.9	1.3
		서남부	(103)	7.8	0.0	1.0	91.3	1.0
	경남	김해	(46)	47.8	0.0	0.0	52.2	2.0
		기타	(53)	11.3	0.0	0.0	88.7	1.5
	경북	경주	(33)	0.0	0.0	0.0	100.0	-
		기타	(61)	6.6	0.0	0.0	93.4	1.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	43.2	2.3	0.0	54.5	2.1
		기타	(35)	14.3	0.0	0.0	85.7	1.4
		제주	(13)	23.1	0.0	0.0	76.9	1.3
		광주	(15)	20.0	0.0	0.0	80.0	0.7
		전북	(39)	20.5	0.0	0.0	79.5	2.3
		부산	(33)	18.2	0.0	0.0	81.8	1.0
		서울	(72)	2.8	1.4	0.0	95.8	1.0
		울산	(26)	7.7	0.0	0.0	92.3	2.0
		인천	(17)	5.9	0.0	0.0	94.1	1.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0	-
	충남	(48)	22.9	0.0	0.0	77.1	1.7	
	충북	(27)	14.8	3.7	0.0	81.5	3.0	
	대전	(12)	16.7	0.0	0.0	83.3	1.0	
	강원	(20)	5.0	0.0	0.0	95.0	1.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	12.8	0.7	1.1	85.3	1.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	18.9	0.9	0.0	80.1	1.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	27.6	1.1	0.0	71.3	1.7	
	1억원 이상	(391)	24.6	1.0	0.8	73.7	1.9	
종사자	1명	(627)	15.5	0.6	0.8	83.1	1.3	
	2명	(439)	24.4	1.4	0.0	74.3	1.8	
	3명	(153)	20.9	1.3	0.0	77.8	1.7	
	4~5명	(78)	37.2	0.0	0.0	62.8	2.4	
	6명 이상	(66)	31.8	1.5	1.5	65.2	2.4	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	19.8	1.2	0.8	78.3	1.5	
	생활 자기	(689)	25.3	1.0	0.0	73.7	1.7	
	현대 작품 도자	(233)	14.6	1.3	1.3	82.8	1.6	
	기타	(188)	14.9	0.0	0.5	84.6	2.2	

<표 6-28> 도판기 현황

(단위 : % 대)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	32.8	1.2	0.4	65.6	1.0	
지역	경기	이천	(258)	44.2	5.0	0.4	50.4	1.1
		여주	(236)	25.4	0.0	0.4	74.2	1.0
		광주	(44)	15.9	0.0	0.0	84.1	1.0
		김포/파주/ 고양	(43)	23.3	0.0	2.3	74.4	0.9
		용인/안성	(36)	22.2	2.8	0.0	75.0	1.1
		동북부	(37)	27.0	0.0	0.0	73.0	1.0
		서남부	(103)	27.2	1.0	0.0	71.8	1.0
	경남	김해	(46)	43.5	0.0	2.2	54.3	1.0
		기타	(53)	32.1	0.0	0.0	67.9	1.1
	경북	경주	(33)	48.5	0.0	0.0	51.5	1.0
		기타	(61)	37.7	0.0	0.0	62.3	1.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	34.1	0.0	0.0	65.9	1.1
		기타	(35)	45.7	0.0	0.0	54.3	1.1
		제주	(13)	46.2	0.0	0.0	53.8	1.3
		광주	(15)	53.3	0.0	0.0	46.7	1.0
		전북	(39)	30.8	0.0	0.0	69.2	1.2
		부산	(33)	21.2	0.0	0.0	78.8	1.0
		서울	(72)	23.6	1.4	1.4	73.6	1.0
		울산	(26)	26.9	0.0	0.0	73.1	1.0
		인천	(17)	11.8	0.0	0.0	88.2	1.0
		대구	(12)	50.0	0.0	0.0	50.0	1.0
	충남	(48)	37.5	0.0	0.0	62.5	1.2	
	충북	(27)	44.4	3.7	0.0	51.9	1.0	
	대전	(12)	25.0	0.0	0.0	75.0	1.0	
	강원	(20)	25.0	0.0	0.0	75.0	1.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	27.8	0.7	1.1	70.3	1.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	33.8	1.6	0.2	64.4	1.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	37.5	1.1	0.0	61.3	1.1	
	1억원 이상	(391)	32.0	1.3	0.3	66.5	1.1	
종사자	1명	(627)	31.4	1.0	0.8	66.8	1.0	
	2명	(439)	37.4	1.4	0.0	61.3	1.0	
	3명	(153)	30.7	2.6	0.0	66.7	1.0	
	4~5명	(78)	32.1	0.0	0.0	67.9	1.2	
	6명 이상	(66)	21.2	1.5	0.0	77.3	1.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	33.2	1.2	0.4	65.2	1.1	
	생활 자기	(689)	35.6	1.3	0.3	62.8	1.1	
	현대 작품 도자	(233)	30.9	1.7	0.9	66.5	1.0	
	기타	(188)	24.5	0.5	0.0	75.0	1.0	

<표 6-29> 이장 주입기 현황

(단위 : %, 대)

구 분		응답자수	본인소유	사용안함	사용 대수	
전체		(1363)	9.1	90.9	1.4	
지역	경기	이천	(258)	11.6	88.4	1.3
		여주	(236)	13.1	86.9	1.5
		광주	(44)	4.5	95.5	1.0
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	100.0	-
		용인/안성	(36)	0.0	100.0	-
		동북부	(37)	0.0	100.0	-
		서남부	(103)	3.9	96.1	1.0
	경남	김해	(46)	4.3	95.7	1.0
		기타	(53)	3.8	96.2	1.0
	경북	경주	(33)	3.0	97.0	1.0
		기타	(61)	4.9	95.1	1.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	45.5	54.5	1.6
		기타	(35)	5.7	94.3	1.5
		제주	(13)	23.1	76.9	1.0
		광주	(15)	0.0	100.0	.
		전북	(39)	17.9	82.1	1.3
		부산	(33)	3.0	97.0	1.0
		서울	(72)	1.4	98.6	1.0
		울산	(26)	3.8	96.2	4.0
		인천	(17)	0.0	100.0	-
	대구	(12)	0.0	100.0	-	
	충남	(48)	22.9	77.1	1.2	
	충북	(27)	3.7	96.3	2.0	
	대전	(12)	8.3	91.7	1.0	
	강원	(20)	5.0	95.0	1.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	2.6	97.4	0.7	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	6.2	93.8	1.3	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	10.0	90.0	1.2	
	1억원 이상	(391)	16.4	83.6	1.5	
종사자	1명	(627)	4.8	95.2	1.1	
	2명	(439)	7.7	92.3	1.2	
	3명	(153)	12.4	87.6	1.1	
	4~5명	(78)	25.6	74.4	1.4	
	6명 이상	(66)	31.8	68.2	2.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	9.5	90.5	1.2	
	생활 자기	(689)	10.9	89.1	1.5	
	현대 작품 도자	(233)	3.9	96.1	1.1	
	기타	(188)	8.5	91.5	1.4	

<표 6-30> 석고 진공교반기 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	사용안함	
전체		(1363)	5.4	94.6	
지역	경기	이천	(258)	9.3	90.7
		여주	(236)	4.7	95.3
		광주	(44)	4.5	95.5
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	100.0
		용인/안성	(36)	8.3	91.7
		동북부	(37)	0.0	100.0
		서남부	(103)	1.9	98.1
	경남	김해	(46)	4.3	95.7
		기타	(53)	1.9	98.1
	경북	경주	(33)	0.0	100.0
		기타	(61)	1.6	98.4
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	22.7	77.3
		기타	(35)	2.9	97.1
		제주	(13)	15.4	84.6
		광주	(15)	0.0	100.0
		전북	(39)	7.7	92.3
		부산	(33)	0.0	100.0
		서울	(72)	1.4	98.6
		울산	(26)	0.0	100.0
		인천	(17)	0.0	100.0
	대구	(12)	0.0	100.0	
	충남	(48)	14.6	85.4	
	충북	(27)	3.7	96.3	
	대전	(12)	8.3	91.7	
	강원	(20)	5.0	95.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	2.2	97.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	3.7	96.3	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	7.3	92.7	
	1억원 이상	(391)	8.2	91.8	
종사자	1명	(627)	3.8	96.2	
	2명	(439)	4.8	95.2	
	3명	(153)	5.2	94.8	
	4~5명	(78)	14.1	85.9	
	6명 이상	(66)	13.6	86.4	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	3.2	96.8	
	생활 자기	(689)	6.0	94.0	
	현대 작품 도자	(233)	4.7	95.3	
	기타	(188)	6.9	93.1	

<표 6-31> 석고 제형실 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	사용안함	
전체		(1363)	5.8	94.2	
지역	경기	이천	(258)	7.4	92.6
		여주	(236)	4.7	95.3
		광주	(44)	6.8	93.2
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	100.0
		용인/안성	(36)	8.3	91.7
		동북부	(37)	0.0	100.0
		서남부	(103)	1.0	99.0
	경남	김해	(46)	13.0	87.0
		기타	(53)	1.9	98.1
	경북	경주	(33)	3.0	97.0
		기타	(61)	3.3	96.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	22.7	77.3
		기타	(35)	2.9	97.1
		제주	(13)	15.4	84.6
		광주	(15)	0.0	100.0
		전북	(39)	5.1	94.9
		부산	(33)	9.1	90.9
		서울	(72)	2.8	97.2
		울산	(26)	3.8	96.2
		인천	(17)	0.0	100.0
	대구	(12)	0.0	100.0	
	충남	(48)	16.7	83.3	
	충북	(27)	3.7	96.3	
	대전	(12)	8.3	91.7	
	강원	(20)	5.0	95.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	3.7	96.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	4.6	95.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	7.7	92.3	
	1억원 이상	(391)	7.4	92.6	
종사자	1명	(627)	4.3	95.7	
	2명	(439)	5.5	94.5	
	3명	(153)	7.2	92.8	
	4~5명	(78)	10.3	89.7	
	6명 이상	(66)	13.6	86.4	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	3.2	96.8	
	생활 자기	(689)	6.1	93.9	
	현대 작품 도자	(233)	4.7	95.3	
	기타	(188)	9.6	90.4	

<표 6-32> 건조실 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	41.6	1.2	0.7	56.6	
지역	경기	이천	(258)	36.4	4.3	0.4	58.9
		여주	(236)	58.5	0.0	2.5	39.0
		광주	(44)	56.8	4.5	0.0	38.6
		김포/파주/ 고양	(43)	20.9	0.0	0.0	79.1
		용인/안성	(36)	38.9	0.0	0.0	61.1
		동북부	(37)	35.1	5.4	0.0	59.5
		서남부	(103)	34.0	0.0	0.0	66.0
	경남	김해	(46)	47.8	0.0	4.3	47.8
		기타	(53)	32.1	0.0	0.0	67.9
	경북	경주	(33)	12.1	0.0	0.0	87.9
		기타	(61)	34.4	0.0	0.0	65.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	90.9	0.0	0.0	9.1
		기타	(35)	40.0	0.0	0.0	60.0
		제주	(13)	38.5	0.0	0.0	61.5
		광주	(15)	40.0	0.0	0.0	60.0
		전북	(39)	35.9	0.0	0.0	64.1
		부산	(33)	42.4	0.0	0.0	57.6
		서울	(72)	27.8	1.4	0.0	70.8
		울산	(26)	38.5	0.0	0.0	61.5
		인천	(17)	17.6	0.0	0.0	82.4
		대구	(12)	33.3	0.0	0.0	66.7
	충남	(48)	62.5	0.0	0.0	37.5	
	충북	(27)	33.3	0.0	0.0	66.7	
	대전	(12)	25.0	0.0	0.0	75.0	
	강원	(20)	15.0	0.0	0.0	85.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	29.3	1.5	0.4	68.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	37.9	0.9	1.4	59.8	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	42.1	2.3	0.0	55.6	
	1억원 이상	(391)	54.0	0.5	0.5	45.0	
종사자	1명	(627)	31.3	0.3	0.8	67.6	
	2명	(439)	40.8	1.6	0.5	57.2	
	3명	(153)	56.2	3.9	1.3	38.6	
	4~5명	(78)	69.2	0.0	0.0	30.8	
	6명 이상	(66)	78.8	1.5	0.0	19.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	39.5	0.8	0.4	59.3	
	생활 자기	(689)	41.5	1.3	0.9	56.3	
	현대 작품 도자	(233)	40.8	0.4	0.4	58.4	
	기타	(188)	45.7	2.1	0.5	51.6	

<표 6-33> 유약실험실 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	26.1	1.0	0.3	72.6	
지역	경기	이천	(258)	26.0	3.1	0.4	70.5
		여주	(236)	22.0	0.4	0.4	77.1
		광주	(44)	29.5	4.5	0.0	65.9
		김포/파주/ 고양	(43)	16.3	0.0	0.0	83.7
		용인/안성	(36)	25.0	0.0	0.0	75.0
		동북부	(37)	18.9	5.4	0.0	75.7
		서남부	(103)	26.2	0.0	0.0	73.8
	경남	김해	(46)	34.8	0.0	4.3	60.9
		기타	(53)	26.4	0.0	0.0	73.6
	경북	경주	(33)	9.1	0.0	0.0	90.9
		기타	(61)	26.2	0.0	0.0	73.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	68.2	0.0	0.0	31.8
		기타	(35)	17.1	0.0	0.0	82.9
		제주	(13)	23.1	0.0	0.0	76.9
		광주	(15)	53.3	0.0	0.0	46.7
		전북	(39)	15.4	0.0	0.0	84.6
		부산	(33)	33.3	3.0	0.0	63.6
		서울	(72)	20.8	0.0	0.0	79.2
		울산	(26)	34.6	0.0	0.0	65.4
		인천	(17)	11.8	0.0	0.0	88.2
		대구	(12)	41.7	0.0	0.0	58.3
		충남	(48)	41.7	0.0	0.0	58.3
		충북	(27)	22.2	0.0	0.0	77.8
	대전	(12)	8.3	0.0	0.0	91.7	
	강원	(20)	15.0	0.0	0.0	85.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	22.0	1.5	0.4	76.2	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	25.3	0.7	0.5	73.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	24.1	1.5	0.0	74.3	
	1억원 이상	(391)	31.2	0.8	0.3	67.8	
종사자	1명	(627)	22.8	0.5	0.6	76.1	
	2명	(439)	26.0	1.1	0.0	72.9	
	3명	(153)	33.3	3.9	0.0	62.7	
	4~5명	(78)	26.9	0.0	0.0	73.1	
	6명 이상	(66)	40.9	0.0	0.0	59.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	32.8	0.8	0.0	66.4	
	생활 자기	(689)	26.1	1.0	0.3	72.6	
	현대 작품 도자	(233)	24.5	0.9	0.4	74.2	
	기타	(188)	19.1	1.6	0.5	78.7	

<표 6-34> 스프레이 부스 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	사용안함	
전체		(1363)	11.4	0.4	88.3	
지역	경기	이천	(258)	9.7	1.6	88.8
		여주	(236)	11.9	0.4	87.7
		광주	(44)	25.0	0.0	75.0
		김포/파주/ 고양	(43)	7.0	0.0	93.0
		용인/안성	(36)	8.3	0.0	91.7
		동북부	(37)	8.1	0.0	91.9
		서남부	(103)	9.7	0.0	90.3
	경남	김해	(46)	13.0	0.0	87.0
		기타	(53)	3.8	0.0	96.2
	경북	경주	(33)	0.0	0.0	100.0
		기타	(61)	11.5	0.0	88.5
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	52.3	0.0	47.7
		기타	(35)	11.4	0.0	88.6
		제주	(13)	15.4	0.0	84.6
		광주	(15)	13.3	0.0	86.7
		전북	(39)	7.7	0.0	92.3
		부산	(33)	15.2	0.0	84.8
		서울	(72)	4.2	0.0	95.8
		울산	(26)	11.5	0.0	88.5
		인천	(17)	0.0	0.0	100.0
		대구	(12)	16.7	0.0	83.3
	충남	(48)	14.6	0.0	85.4	
	충북	(27)	7.4	0.0	92.6	
	대전	(12)	0.0	0.0	100.0	
	강원	(20)	5.0	0.0	95.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	9.5	0.0	90.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	9.1	0.5	90.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	11.9	0.8	87.4	
	1억원 이상	(391)	14.8	0.3	84.9	
종사자	1명	(627)	8.9	0.0	91.1	
	2명	(439)	9.6	0.7	89.7	
	3명	(153)	12.4	1.3	86.3	
	4~5명	(78)	25.6	0.0	74.4	
	6명 이상	(66)	27.3	0.0	72.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	12.3	0.0	87.7	
	생활 자기	(689)	10.0	0.3	89.7	
	현대 작품 도자	(233)	14.2	0.4	85.4	
	기타	(188)	11.7	1.1	87.2	

<표 6-35> 포장실 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	26.6	0.8	0.1	72.4	
지역	경기	이천	(258)	18.6	2.7	0.4	78.3
		여주	(236)	47.9	0.4	0.4	51.3
		광주	(44)	15.9	0.0	0.0	84.1
		김포/파주/ 고양	(43)	11.6	0.0	0.0	88.4
		용인/안성	(36)	11.1	0.0	0.0	88.9
		동북부	(37)	24.3	5.4	0.0	70.3
		서남부	(103)	21.4	0.0	0.0	78.6
	경남	김해	(46)	34.8	0.0	0.0	65.2
		기타	(53)	9.4	0.0	0.0	90.6
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	0.0	97.0
		기타	(61)	26.2	0.0	0.0	73.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	100.0	0.0	0.0	0.0
		기타	(35)	20.0	0.0	0.0	80.0
		제주	(13)	15.4	0.0	0.0	84.6
		광주	(15)	6.7	0.0	0.0	93.3
		전북	(39)	15.4	0.0	0.0	84.6
		부산	(33)	24.2	0.0	0.0	75.8
		서울	(72)	26.4	1.4	0.0	72.2
		울산	(26)	11.5	0.0	0.0	88.5
		인천	(17)	11.8	0.0	0.0	88.2
		대구	(12)	25.0	0.0	0.0	75.0
		충남	(48)	31.3	0.0	0.0	68.8
	충북	(27)	18.5	0.0	0.0	81.5	
	대전	(12)	8.3	0.0	0.0	91.7	
	강원	(20)	5.0	0.0	0.0	95.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	17.9	1.1	0.4	80.6	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	22.8	0.9	0.2	76.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	24.5	1.1	0.0	74.3	
	1억원 이상	(391)	38.4	0.3	0.0	61.4	
종사자	1명	(627)	21.1	0.3	0.2	78.5	
	2명	(439)	23.5	0.9	0.2	75.4	
	3명	(153)	30.1	3.3	0.0	66.7	
	4~5명	(78)	51.3	0.0	0.0	48.7	
	6명 이상	(66)	63.6	0.0	0.0	36.4	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	22.5	0.0	0.0	77.5	
	생활 자기	(689)	28.0	0.7	0.1	71.1	
	현대 작품 도자	(233)	26.6	0.9	0.4	72.1	
	기타	(188)	27.1	2.1	0.0	70.7	

<표 6-36> 비포장 점토숙성 저장소 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	8.1	0.4	0.1	91.3	
지역	경기	이천	(258)	3.9	1.2	0.4	94.6
		여주	(236)	3.0	0.0	0.0	97.0
		광주	(44)	4.5	0.0	0.0	95.5
		김포/파주/ 고양	(43)	4.7	0.0	0.0	95.3
		용인/안성	(36)	13.9	0.0	0.0	86.1
		동북부	(37)	8.1	5.4	0.0	86.5
		서남부	(103)	6.8	0.0	0.0	93.2
	경남	김해	(46)	30.4	0.0	2.2	67.4
		기타	(53)	17.0	0.0	0.0	83.0
	경북	경주	(33)	9.1	0.0	0.0	90.9
		기타	(61)	14.8	0.0	0.0	85.2
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	20.5	0.0	0.0	79.5
		기타	(35)	17.1	0.0	0.0	82.9
		제주	(13)	23.1	0.0	0.0	76.9
		광주	(15)	6.7	0.0	0.0	93.3
		전북	(39)	7.7	0.0	0.0	92.3
		부산	(33)	9.1	0.0	0.0	90.9
		서울	(72)	2.8	0.0	0.0	97.2
		울산	(26)	11.5	0.0	0.0	88.5
		인천	(17)	5.9	0.0	0.0	94.1
		대구	(12)	25.0	0.0	0.0	75.0
		충남	(48)	4.2	0.0	0.0	95.8
		충북	(27)	11.1	0.0	0.0	88.9
	대전	(12)	8.3	0.0	0.0	91.7	
	강원	(20)	0.0	0.0	0.0	100.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	7.0	0.4	0.4	92.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	6.2	0.0	0.2	93.6	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	6.9	0.4	0.0	92.7	
	1억원 이상	(391)	12.0	0.8	0.0	87.2	
종사자	1명	(627)	6.2	0.2	0.2	93.5	
	2명	(439)	8.2	0.5	0.2	91.1	
	3명	(153)	11.8	0.7	0.0	87.6	
	4~5명	(78)	10.3	0.0	0.0	89.7	
	6명 이상	(66)	15.2	1.5	0.0	83.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	12.6	0.4	0.4	86.6	
	생활 자기	(689)	7.8	0.3	0.1	91.7	
	현대 작품 도자	(233)	8.2	0.4	0.0	91.4	
	기타	(188)	3.2	0.5	0.0	96.3	

<표 6-37> 점토 수비(수리)시설 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	7.9	0.2	91.9	
지역	경기	이천	(258)	3.1	0.4	96.5
		여주	(236)	5.9	0.4	93.6
		광주	(44)	4.5	0.0	95.5
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	0.0	100.0
		용인/안성	(36)	8.3	0.0	91.7
		동북부	(37)	0.0	0.0	100.0
		서남부	(103)	1.9	0.0	98.1
	경남	김해	(46)	52.2	2.2	45.7
		기타	(53)	9.4	0.0	90.6
	경북	경주	(33)	9.1	0.0	90.9
		기타	(61)	14.8	0.0	85.2
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	25.0	0.0	75.0
		기타	(35)	17.1	0.0	82.9
		제주	(13)	30.8	0.0	69.2
		광주	(15)	0.0	0.0	100.0
		전북	(39)	2.6	0.0	97.4
		부산	(33)	6.1	0.0	93.9
		서울	(72)	1.4	0.0	98.6
		울산	(26)	19.2	0.0	80.8
		인천	(17)	0.0	0.0	100.0
	대구	(12)	8.3	0.0	91.7	
	충남	(48)	4.2	0.0	95.8	
	충북	(27)	14.8	0.0	85.2	
	대전	(12)	0.0	0.0	100.0	
	강원	(20)	0.0	0.0	100.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	5.1	0.0	94.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	8.4	0.5	91.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	9.2	0.0	90.8	
	1억원 이상	(391)	8.2	0.3	91.6	
종사자	1명	(627)	5.7	0.2	94.1	
	2명	(439)	9.6	0.2	90.2	
	3명	(153)	12.4	0.0	87.6	
	4~5명	(78)	3.8	0.0	96.2	
	6명 이상	(66)	10.6	1.5	87.9	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	13.8	0.0	86.2	
	생활 자기	(689)	8.7	0.4	90.9	
	현대 작품 도자	(233)	3.4	0.0	96.6	
	기타	(188)	2.1	0.0	97.9	

<표 6-38> 재고품 창고 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	49.4	1.2	0.8	48.6	
지역	경기	이천	(258)	37.2	3.9	1.9	57.0
		여주	(236)	66.5	0.0	1.7	31.8
		광주	(44)	31.8	4.5	0.0	63.6
		김포/파주/ 고양	(43)	37.2	2.3	0.0	60.5
		용인/안성	(36)	47.2	0.0	0.0	52.8
		동북부	(37)	51.4	5.4	0.0	43.2
		서남부	(103)	40.8	0.0	0.0	59.2
	경남	김해	(46)	82.6	0.0	4.3	13.0
		기타	(53)	56.6	0.0	0.0	43.4
	경북	경주	(33)	18.2	0.0	0.0	81.8
		기타	(61)	45.9	0.0	0.0	54.1
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	90.9	0.0	0.0	9.1
		기타	(35)	40.0	0.0	0.0	60.0
		제주	(13)	46.2	0.0	0.0	53.8
		광주	(15)	26.7	0.0	0.0	73.3
		전북	(39)	46.2	0.0	0.0	53.8
		부산	(33)	57.6	0.0	0.0	42.4
		서울	(72)	38.9	1.4	0.0	59.7
		울산	(26)	50.0	0.0	0.0	50.0
		인천	(17)	35.3	0.0	0.0	64.7
		대구	(12)	41.7	0.0	0.0	58.3
		충남	(48)	64.6	0.0	0.0	35.4
	충북	(27)	59.3	0.0	0.0	40.7	
	대전	(12)	33.3	0.0	0.0	66.7	
	강원	(20)	35.0	0.0	0.0	65.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	38.5	1.1	0.7	59.7	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	44.7	0.9	0.9	53.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	54.0	1.9	0.4	43.7	
	1억원 이상	(391)	59.3	1.0	1.0	38.6	
종사자	1명	(627)	38.6	0.3	1.1	60.0	
	2명	(439)	52.6	2.1	0.5	44.9	
	3명	(153)	60.1	2.6	0.0	37.3	
	4~5명	(78)	76.9	0.0	0.0	23.1	
	6명 이상	(66)	74.2	1.5	3.0	21.2	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	51.8	0.8	0.8	46.6	
	생활 자기	(689)	50.1	1.3	0.9	47.8	
	현대 작품 도자	(233)	49.8	0.4	0.4	49.4	
	기타	(188)	43.6	2.1	1.1	53.2	

<표 6-39> 폐자재 적치장소 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	14.5	0.4	0.5	84.6	
지역	경기	이천	(258)	18.6	0.8	1.6	79.1
		여주	(236)	11.9	0.4	0.4	87.3
		광주	(44)	11.4	0.0	0.0	88.6
		김포/파주/ 고양	(43)	11.6	0.0	0.0	88.4
		용인/안성	(36)	13.9	0.0	0.0	86.1
		동북부	(37)	5.4	5.4	0.0	89.2
		서남부	(103)	9.7	0.0	0.0	90.3
	경남	김해	(46)	47.8	0.0	4.3	47.8
		기타	(53)	24.5	0.0	0.0	75.5
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	0.0	97.0
		기타	(61)	16.4	0.0	0.0	83.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	11.4	0.0	0.0	88.6
		기타	(35)	8.6	0.0	0.0	91.4
		제주	(13)	23.1	0.0	0.0	76.9
		광주	(15)	0.0	0.0	0.0	100.0
		전북	(39)	12.8	0.0	0.0	87.2
		부산	(33)	21.2	0.0	0.0	78.8
		서울	(72)	6.9	0.0	0.0	93.1
		울산	(26)	15.4	0.0	0.0	84.6
		인천	(17)	5.9	0.0	0.0	94.1
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0
		충남	(48)	12.5	0.0	0.0	87.5
		충북	(27)	18.5	0.0	0.0	81.5
	대전	(12)	16.7	0.0	0.0	83.3	
	강원	(20)	15.0	0.0	0.0	85.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	8.8	0.4	0.7	90.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	10.0	0.0	0.7	89.3	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	17.2	0.8	0.4	81.6	
	1억원 이상	(391)	21.7	0.5	0.3	77.5	
종사자	1명	(627)	10.2	0.2	0.8	88.8	
	2명	(439)	13.4	0.2	0.2	86.1	
	3명	(153)	21.6	0.7	0.0	77.8	
	4~5명	(78)	17.9	1.3	0.0	80.8	
	6명 이상	(66)	42.4	1.5	1.5	54.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	15.8	0.4	0.0	83.8	
	생활 자기	(689)	17.0	0.3	0.9	81.9	
	현대 작품 도자	(233)	11.2	0.4	0.4	88.0	
	기타	(188)	8.0	0.5	0.0	91.5	

<표 6-40> 하수 정화 처리시설 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	13.3	2.6	1.0	83.1	
지역	경기	이천	(258)	8.1	4.7	0.8	86.4
		여주	(236)	13.1	5.1	3.0	78.8
		광주	(44)	31.8	4.5	0.0	63.6
		김포/파주/ 고양	(43)	7.0	0.0	0.0	93.0
		용인/안성	(36)	11.1	0.0	0.0	88.9
		동북부	(37)	2.7	2.7	0.0	94.6
		서남부	(103)	3.9	1.0	0.0	95.1
	경남	김해	(46)	65.2	10.9	8.7	15.2
		기타	(53)	13.2	0.0	0.0	86.8
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	0.0	97.0
		기타	(61)	8.2	0.0	0.0	91.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	45.5	0.0	0.0	54.5
		기타	(35)	22.9	2.9	0.0	74.3
		제주	(13)	30.8	0.0	0.0	69.2
		광주	(15)	0.0	0.0	0.0	100.0
		전북	(39)	5.1	2.6	0.0	92.3
		부산	(33)	9.1	0.0	0.0	90.9
		서울	(72)	4.2	0.0	0.0	95.8
		울산	(26)	23.1	0.0	0.0	76.9
		인천	(17)	0.0	0.0	0.0	100.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0
		충남	(48)	14.6	0.0	0.0	85.4
		충북	(27)	14.8	0.0	0.0	85.2
	대전	(12)	0.0	0.0	8.3	91.7	
	강원	(20)	15.0	0.0	0.0	85.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	8.1	1.1	0.0	90.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	11.0	2.5	2.3	84.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	17.6	2.3	0.4	79.7	
	1억원 이상	(391)	16.6	3.8	0.8	78.8	
종사자	1명	(627)	6.5	1.4	1.0	91.1	
	2명	(439)	17.1	2.3	1.1	79.5	
	3명	(153)	21.6	4.6	0.7	73.2	
	4~5명	(78)	21.8	5.1	0.0	73.1	
	6명 이상	(66)	22.7	7.6	3.0	66.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	15.0	2.0	0.8	82.2	
	생활 자기	(689)	17.0	2.5	1.2	79.4	
	현대 작품 도자	(233)	5.2	3.4	1.3	90.1	
	기타	(188)	7.4	2.7	0.5	89.4	

<표 6-41> 가마 굴뚝 집진기 보유 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	본인소유	공동소유	임대	사용안함	
전체		(1363)	3.3	0.3	0.3	96.1	
지역	경기	이천	(258)	2.3	1.6	1.2	95.0
		여주	(236)	1.7	0.0	0.4	97.9
		광주	(44)	9.1	0.0	0.0	90.9
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	0.0	0.0	100.0
		용인/안성	(36)	0.0	0.0	0.0	100.0
		동북부	(37)	0.0	0.0	0.0	100.0
		서남부	(103)	1.0	0.0	0.0	99.0
	경남	김해	(46)	6.5	0.0	0.0	93.5
		기타	(53)	3.8	0.0	0.0	96.2
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	0.0	97.0
		기타	(61)	4.9	0.0	0.0	95.1
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	22.7	0.0	0.0	77.3
		기타	(35)	2.9	0.0	0.0	97.1
		제주	(13)	7.7	0.0	0.0	92.3
		광주	(15)	6.7	0.0	0.0	93.3
		전북	(39)	2.6	0.0	0.0	97.4
		부산	(33)	3.0	0.0	0.0	97.0
		서울	(72)	0.0	0.0	0.0	100.0
		울산	(26)	7.7	0.0	0.0	92.3
		인천	(17)	0.0	0.0	0.0	100.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0
	충남	(48)	4.2	0.0	0.0	95.8	
	충북	(27)	7.4	0.0	0.0	92.6	
	대전	(12)	0.0	0.0	0.0	100.0	
	강원	(20)	0.0	0.0	0.0	100.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	1.1	0.0	0.4	98.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	2.5	0.0	0.0	97.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	5.0	0.4	0.8	93.9	
	1억원 이상	(391)	4.6	0.8	0.3	94.4	
종사자	1명	(627)	1.6	0.0	0.2	98.2	
	2명	(439)	3.6	0.7	0.7	95.0	
	3명	(153)	5.2	0.0	0.0	94.8	
	4~5명	(78)	7.7	0.0	0.0	92.3	
	6명 이상	(66)	7.6	1.5	0.0	90.9	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	5.1	0.4	0.4	94.1	
	생활 자기	(689)	3.9	0.4	0.3	95.4	
	현대 작품 도자	(233)	1.7	0.0	0.0	98.3	
	기타	(188)	0.5	0.0	0.5	98.9	

<표 6-42> 업체의 외부용역 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	포장 용기 주문	전자지 주문	석고틀 제작	마더 몰드 (가다) 제작	맞춤형 접두 주문	초받기 하청	기물 성형	컴퓨터 3D 그래픽	기타	외부 용역 없음	
전체		(1363)	41.3	27.7	20.5	20.4	13.2	6.8	4.8	1.5	0.6	39.3	
지역	경기	이천	(258)	26.7	24.8	25.6	22.1	13.6	9.7	5.4	3.1	0.8	40.3
		여주	(236)	69.5	35.2	45.8	48.7	37.7	6.8	10.2	2.1	0.0	16.5
		광주	(44)	27.3	18.2	11.4	11.4	2.3	2.3	4.5	0.0	2.3	56.8
		김포/파주/ 고양	(43)	20.9	18.6	14.0	4.7	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0	60.5
		용인/안성	(36)	25.0	11.1	16.7	22.2	11.1	5.6	0.0	0.0	0.0	47.2
		동북부	(37)	32.4	32.4	8.1	16.2	5.4	8.1	8.1	0.0	0.0	40.5
		서남부	(103)	35.9	23.3	8.7	8.7	5.8	4.9	3.9	1.0	1.0	49.5
	경남	김해	(46)	39.1	8.7	10.9	10.9	2.2	6.5	8.7	0.0	0.0	47.8
		기타	(53)	32.1	18.9	7.5	5.7	1.9	0.0	3.8	0.0	0.0	54.7
	경북	경주	(33)	75.8	24.2	3.0	3.0	3.0	3.0	0.0	3.0	0.0	24.2
		기타	(61)	45.9	19.7	6.6	6.6	4.9	1.6	0.0	0.0	0.0	44.3
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	97.7	79.5	50.0	47.7	40.9	9.1	9.1	4.5	0.0	0.0
		기타	(35)	37.1	28.6	11.4	5.7	5.7	2.9	0.0	0.0	8.6	37.1
		제주	(13)	30.8	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	69.2
		광주	(15)	40.0	40.0	6.7	0.0	0.0	20.0	0.0	6.7	0.0	46.7
		전북	(39)	35.9	15.4	15.4	12.8	5.1	5.1	2.6	0.0	0.0	46.2
		부산	(33)	24.2	9.1	3.0	3.0	0.0	6.1	3.0	0.0	0.0	63.6
		서울	(72)	40.3	45.8	19.4	19.4	6.9	15.3	5.6	2.8	0.0	26.4
		울산	(26)	11.5	19.2	0.0	7.7	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0	65.4
		인천	(17)	23.5	17.6	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	70.6
		대구	(12)	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0
	충남	(48)	52.1	45.8	16.7	27.1	12.5	10.4	2.1	2.1	0.0	31.3	
	충북	(27)	18.5	14.8	11.1	3.7	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7	59.3	
	대전	(12)	33.3	33.3	8.3	8.3	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	41.7	
	강원	(20)	15.0	30.0	0.0	10.0	0.0	15.0	5.0	0.0	0.0	55.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	30.4	20.1	9.5	10.3	7.0	7.3	2.9	1.5	0.0	51.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	37.4	22.8	14.4	13.7	10.5	3.0	3.2	1.1	0.7	44.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	44.8	28.0	24.1	24.1	14.2	8.0	5.0	0.8	0.8	33.0	
	1억원 이상	(391)	50.9	38.1	32.5	32.5	19.9	10.0	7.9	2.6	0.8	29.7	
종사자	1명	(627)	31.7	22.5	11.8	11.3	7.5	5.7	3.5	1.1	0.3	49.6	
	2명	(439)	41.0	26.2	18.7	18.0	13.4	4.8	3.6	1.1	0.5	38.7	
	3명	(153)	53.6	30.7	29.4	28.1	24.2	9.2	7.2	2.0	1.3	26.1	
	4~5명	(78)	69.2	50.0	52.6	59.0	30.8	15.4	10.3	2.6	2.6	10.3	
	6명 이상	(66)	72.7	53.0	56.1	59.1	19.7	15.2	13.6	6.1	0.0	9.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	39.1	22.5	13.0	11.1	13.4	5.1	2.0	0.4	0.8	42.3	
	생활 자기	(689)	43.1	29.5	22.6	23.7	11.8	7.4	6.2	1.6	0.6	38.9	
	현대 작품 도자	(233)	34.8	31.8	22.3	19.7	15.9	6.4	4.3	1.3	0.4	40.8	
	기타	(188)	45.7	22.9	20.2	21.8	14.9	7.4	4.3	3.2	0.5	34.6	

<표 6-43> 점토 사용여부

(단위 : %)

구 분		응답자수	백자토	분청토	청자토	조합토	산청토	옹기토	기타	
전체		(1343)	69.5	34.7	32.0	24.2	19.3	18.5	14.0	
지역	경기	이천	(255)	67.8	38.0	37.3	27.1	16.5	11.8	9.4
		여주	(231)	63.6	31.2	17.7	16.0	14.3	19.9	9.1
		광주	(44)	72.7	36.4	34.1	27.3	13.6	6.8	15.9
		김포/파주/ 고양	(43)	74.4	32.6	51.2	25.6	27.9	25.6	18.6
		용인/안성	(36)	69.4	19.4	22.2	22.2	16.7	19.4	11.1
		동북부	(37)	73.0	32.4	35.1	27.0	16.2	21.6	16.2
		서남부	(101)	81.2	26.7	41.6	31.7	19.8	20.8	17.8
	경남	김해	(46)	67.4	71.7	23.9	41.3	41.3	32.6	19.6
		기타	(52)	71.2	50.0	34.6	25.0	30.8	21.2	15.4
	경북	경주	(33)	60.6	48.5	27.3	42.4	36.4	27.3	18.2
		기타	(61)	83.6	54.1	24.6	29.5	37.7	23.0	18.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	59.1	20.5	52.3	11.4	9.1	13.6	15.9
		기타	(34)	52.9	47.1	47.1	20.6	26.5	38.2	20.6
		제주	(13)	53.8	23.1	46.2	23.1	15.4	23.1	38.5
		광주	(15)	73.3	26.7	40.0	13.3	6.7	13.3	13.3
		전북	(39)	51.3	30.8	30.8	10.3	20.5	35.9	12.8
		부산	(30)	83.3	33.3	40.0	40.0	23.3	16.7	6.7
		서울	(69)	84.1	11.6	24.6	18.8	4.3	4.3	18.8
		울산	(25)	60.0	44.0	40.0	16.0	20.0	36.0	12.0
		인천	(17)	82.4	17.6	23.5	29.4	17.6	5.9	29.4
	대구	(12)	75.0	33.3	41.7	8.3	8.3	8.3	25.0	
	충남	(47)	68.1	23.4	21.3	23.4	14.9	19.1	10.6	
	충북	(27)	70.4	51.9	33.3	22.2	29.6	14.8	11.1	
	대전	(12)	91.7	41.7	33.3	41.7	25.0	25.0	8.3	
	강원	(20)	60.0	15.0	35.0	20.0	15.0	5.0	25.0	
매출액	2000만원 미만	(269)	72.9	29.0	33.5	24.9	17.1	13.0	14.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(434)	68.2	39.4	36.4	25.3	22.6	21.2	14.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(259)	69.5	37.5	28.6	22.0	18.1	17.0	13.9	
	1억원 이상	(381)	68.8	31.5	28.3	23.9	17.8	20.5	13.6	
종사자	1명	(617)	70.7	32.6	30.6	26.4	18.3	15.9	14.1	
	2명	(434)	68.7	38.2	35.9	23.5	20.5	18.9	12.9	
	3명	(151)	65.6	40.4	33.1	25.2	22.5	22.5	11.9	
	4~5명	(77)	72.7	33.8	31.2	15.6	18.2	28.6	18.2	
	6명 이상	(64)	70.3	18.8	17.2	15.6	14.1	20.3	20.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(250)	69.6	44.4	45.2	17.2	20.0	15.6	10.8	
	생활 자기	(680)	74.1	38.1	30.6	25.4	20.3	18.5	14.7	
	현대 작품 도자	(229)	63.8	20.1	28.4	27.9	14.4	20.1	16.6	
	기타	(184)	59.8	27.2	23.9	24.5	20.7	20.7	12.5	

<표 6-44> 점토 년 평균 사용량

(단위 : 톤)

구 분		응답자수	백자토	청자토	조합토	용기토	분청토	산청토	기타	
전체		(1343)	14.4	3.7	5.3	20.3	4.9	14.8	17.2	
지역	경기	이천	(255)	5.4	2.5	3.6	1.6	2.5	2.9	2.9
		여주	(231)	44.6	13.8	28.2	25.9	16.0	18.6	72.3
		광주	(44)	5.1	1.9	1.5	1.0	2.2	1.1	1.9
		김포/파주/ 고양	(43)	2.7	2.4	2.8	1.7	2.2	2.3	0.9
		용인/안성	(36)	2.9	2.1	3.2	68.7	3.6	52.3	4.1
		동북부	(37)	1.6	0.9	0.8	0.3	9.0	0.8	2.5
		서남부	(101)	1.6	1.4	0.5	1.1	1.3	0.7	1.1
	경남	김해	(46)	3.7	2.5	2.5	10.4	4.4	3.5	1.8
		기타	(52)	4.8	1.8	1.2	7.0	4.3	170.7	4.2
	경북	경주	(33)	3.7	3.0	3.1	3.1	1.4	1.4	4.4
		기타	(61)	5.1	1.1	1.1	0.5	1.7	1.8	2.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	99.9	9.3	1.7	184.8	2.0	0.4	172.7
		기타	(34)	3.1	2.8	1.2	7.1	2.8	2.5	33.0
		제주	(13)	3.7	6.5	7.9	7.8	3.8	12.2	11.5
		광주	(15)	1.2	3.7	1.1	1.5	1.5	0.1	0.2
		전북	(39)	4.7	5.9	5.1	46.7	2.6	3.0	2.3
		부산	(30)	2.0	1.4	1.9	0.5	1.4	5.9	0.5
		서울	(69)	1.0	0.4	0.5	0.0	1.2	0.1	0.8
		울산	(25)	3.2	1.9	1.5	9.0	3.5	1.2	6.5
		인천	(17)	1.7	1.5	0.7	0.3	0.4	0.2	0.6
		대구	(12)	1.1	1.5	1.0	0.5	0.8	0.2	2.7
		충남	(47)	49.6	2.5	4.1	118.5	7.7	4.0	3.4
		충북	(27)	2.1	1.3	1.5	5.0	2.0	1.8	5.0
	대전	(12)	11.1	3.5	0.8	0.5	2.2	0.6	1.0	
	강원	(20)	1.2	1.5	0.4	1.0	1.2	0.6	0.6	
매출액	2000만원 미만	(269)	1.3	1.3	1.3	2.5	1.3	2.6	0.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(434)	4.5	2.0	1.7	4.1	3.0	1.5	2.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(259)	7.2	3.0	3.3	9.8	5.8	6.0	4.4	
	1억원 이상	(381)	40.6	8.3	13.7	52.1	9.1	47.0	52.3	
종사자	1명	(617)	2.2	1.4	1.2	3.3	2.6	1.4	2.0	
	2명	(434)	5.2	3.0	2.3	6.8	4.7	5.8	4.8	
	3명	(151)	13.8	5.1	5.2	18.2	8.3	17.1	16.4	
	4~5명	(77)	47.6	18.3	8.5	89.7	13.0	10.8	34.7	
	6명 이상	(64)	151.0	12.3	97.3	118.8	9.7	267.2	164.8	
생산품 별	전통 도자 작품	(250)	5.6	4.2	2.0	11.9	2.6	1.6	2.0	
	생활 자기	(680)	19.7	2.5	7.8	8.7	3.8	24.0	26.5	
	현대 작품 도자	(229)	10.9	3.2	2.1	48.8	8.9	1.9	3.7	
	기타	(184)	9.2	8.8	3.8	32.8	12.0	10.3	16.6	

<표 6-45> 점토 조달 방식

(단위 : %)

구 분		응답자수	구매하여 사용	자체생산 함	생산 또는 구매 사용하지 않음	
전체		(1363)	94.0	14.8	1.2	
지역	경기	이천	(258)	95.0	10.5	1.2
		여주	(236)	94.9	6.4	1.7
		광주	(44)	95.5	18.2	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	100.0	7.0	0.0
		용인/안성	(36)	100.0	13.9	0.0
		동북부	(37)	100.0	18.9	0.0
		서남부	(103)	96.1	11.7	1.9
	경남	김해	(46)	91.3	10.9	0.0
		기타	(53)	86.8	39.6	0.0
	경북	경주	(33)	84.8	36.4	3.0
		기타	(61)	88.5	31.1	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	88.6	22.7	0.0
		기타	(35)	85.7	34.3	0.0
		제주	(13)	84.6	30.8	0.0
		광주	(15)	100.0	13.3	0.0
		전북	(39)	92.3	23.1	0.0
		부산	(33)	87.9	21.2	6.1
		서울	(72)	95.8	2.8	4.2
		울산	(26)	96.2	23.1	0.0
		인천	(17)	100.0	0.0	0.0
		대구	(12)	91.7	16.7	0.0
	충남	(48)	97.9	4.2	2.1	
	충북	(27)	92.6	33.3	0.0	
	대전	(12)	91.7	16.7	0.0	
	강원	(20)	100.0	5.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	94.1	13.9	1.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	94.1	15.3	0.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	94.3	14.9	0.4	
	1억원 이상	(391)	93.6	14.8	1.5	
종사자	1명	(627)	95.5	11.0	1.4	
	2명	(439)	92.5	19.6	0.7	
	3명	(153)	94.1	18.3	0.7	
	4~5명	(78)	92.3	15.4	1.3	
	6명 이상	(66)	90.9	10.6	3.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	88.1	27.7	0.0	
	생활 자기	(689)	95.5	13.4	1.5	
	현대 작품 도자	(233)	94.0	13.7	0.9	
	기타	(188)	96.3	4.3	2.1	

<표 6-46> 점토 구입 장소

(단위 : %)

구 분		응답자수	생산 공장에서 직접 구입	도매상에게 구입	원료 소재 마켓에서 구입	온라인으로 주문	다른 도예가에게 구입	기타	
전체		(1283)	67.9	29.9	4.3	1.0	0.2	1.2	
지역	경기	이천	(246)	80.5	16.3	3.7	0.0	0.4	1.6
		여주	(225)	92.0	7.6	1.3	0.0	0.0	1.3
		광주	(42)	92.9	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	30.2	60.5	9.3	0.0	0.0	0.0
		용인/안성	(36)	61.1	38.9	0.0	2.8	0.0	2.8
		동북부	(37)	48.6	43.2	10.8	0.0	2.7	2.7
		서남부	(99)	54.5	40.4	7.1	2.0	0.0	0.0
	경남	김해	(42)	50.0	57.1	4.8	0.0	0.0	7.1
		기타	(46)	67.4	32.6	4.3	0.0	0.0	0.0
	경북	경주	(28)	100.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0
		기타	(54)	74.1	25.9	1.9	0.0	0.0	3.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(39)	84.6	5.1	10.3	0.0	0.0	0.0
		기타	(30)	50.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(11)	18.2	72.7	0.0	9.1	0.0	0.0
		광주	(15)	33.3	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(36)	66.7	41.7	0.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(29)	41.4	34.5	17.2	3.4	3.4	3.4
		서울	(69)	34.8	56.5	10.1	5.8	0.0	0.0
		울산	(25)	68.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		인천	(17)	17.6	88.2	0.0	0.0	0.0	0.0
		대구	(11)	54.5	45.5	0.0	9.1	0.0	0.0
	충남	(47)	70.2	27.7	2.1	4.3	0.0	0.0	
	충북	(25)	60.0	44.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	대전	(11)	72.7	36.4	9.1	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	15.0	75.0	5.0	5.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(257)	51.8	41.6	8.6	2.3	0.0	0.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(413)	65.4	32.9	3.9	0.5	0.2	1.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(247)	75.7	24.7	3.2	0.4	0.0	2.0	
	1억원 이상	(366)	76.8	21.6	2.5	1.1	0.5	1.1	
종사자	1명	(599)	55.1	39.6	6.5	1.7	0.3	1.2	
	2명	(407)	76.2	24.6	2.9	0.2	0.0	1.5	
	3명	(144)	78.5	22.9	2.1	0.0	0.7	0.0	
	4~5명	(72)	91.7	9.7	0.0	1.4	0.0	0.0	
	6명 이상	(61)	85.2	9.8	1.6	1.6	0.0	3.3	
생산품 별	전통 도자 작품	(224)	79.5	21.4	2.2	0.0	0.4	2.7	
	생활 자기	(658)	68.1	31.9	3.0	0.9	0.3	0.8	
	현대 작품 도자	(220)	59.5	33.2	8.2	1.4	0.0	0.5	
	기타	(181)	63.0	28.7	6.6	2.2	0.0	1.7	

<표 6-47> 점토 사용 비율

(단위 : %)

구 분		응답자수	자체생산	구매	
전체		(1363)	10.1	89.9	
지역	경기	이천	(258)	7.7	92.3
		여주	(236)	5.7	94.3
		광주	(44)	8.5	91.5
		김포/파주/ 고양	(43)	5.3	94.7
		용인/안성	(36)	4.0	96.0
		동북부	(37)	5.3	94.7
		서남부	(103)	5.8	94.2
	경남	김해	(46)	16.2	83.8
		기타	(53)	28.1	71.9
	경북	경주	(33)	28.4	71.6
		기타	(61)	14.6	85.4
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	25.0	75.0
		기타	(35)	31.0	69.0
		제주	(13)	20.8	79.2
		광주	(15)	2.7	97.3
		전북	(39)	12.3	87.7
		부산	(33)	9.0	91.0
		서울	(72)	0.6	99.4
		울산	(26)	16.0	84.0
		인천	(17)	5.9	94.1
	대구	(12)	16.7	83.3	
	충남	(48)	3.2	96.8	
	충북	(27)	18.5	81.5	
	대전	(12)	4.2	95.8	
	강원	(20)	4.5	95.5	
매출액	2000만원 미만	(273)	10.2	89.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	10.1	89.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	10.1	89.9	
	1억원 이상	(391)	10.2	89.8	
종사자	1명	(627)	7.4	92.6	
	2명	(439)	13.2	86.8	
	3명	(153)	12.2	87.8	
	4~5명	(78)	11.8	88.2	
	6명 이상	(66)	9.1	90.9	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	21.0	79.0	
	생활 자기	(689)	8.4	91.6	
	현대 작품 도자	(233)	8.6	91.4	
	기타	(188)	3.4	96.6	

<표 6-48> 점토 특성 중 고려하는 사항 - 1순위

(단위 : %)

구 분		응답자수	발색 (색상)	가소성 (점력)	강도	유약과의 반응	기물표현 (겨칠기)	기타	
전체		(1363)	45.5	35.3	8.7	5.9	3.6	1.0	
지역	경기	이천	(258)	53.3	26.7	9.0	6.7	2.7	1.6
		여주	(236)	37.5	44.8	7.3	6.0	2.2	2.2
		광주	(44)	43.2	43.2	4.5	2.3	6.8	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	46.5	37.2	2.3	11.6	0.0	2.3
		용인/안성	(36)	36.1	52.8	8.3	2.8	0.0	0.0
		동북부	(37)	64.9	21.6	0.0	8.1	5.4	0.0
		서남부	(103)	43.6	42.6	5.9	2.0	5.0	1.0
	경남	김해	(46)	67.4	10.9	10.9	2.2	4.3	4.3
		기타	(53)	35.8	35.8	20.8	1.9	5.7	0.0
	경북	경주	(33)	31.3	25.0	28.1	9.4	6.3	0.0
		기타	(61)	54.1	14.8	14.8	9.8	6.6	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	45.5	34.1	4.5	4.5	11.4	0.0
		기타	(35)	34.3	40.0	11.4	5.7	8.6	0.0
		제주	(13)	30.8	38.5	7.7	15.4	7.7	0.0
		광주	(15)	53.3	33.3	6.7	6.7	0.0	0.0
		전북	(39)	33.3	51.3	5.1	7.7	2.6	0.0
		부산	(33)	38.7	45.2	9.7	0.0	3.2	3.2
		서울	(72)	53.6	31.9	4.3	7.2	2.9	0.0
		울산	(26)	30.8	46.2	7.7	15.4	0.0	0.0
		인천	(17)	47.1	41.2	5.9	5.9	0.0	0.0
	대구	(12)	41.7	25.0	16.7	8.3	8.3	0.0	
	충남	(48)	53.2	31.9	12.8	2.1	0.0	0.0	
	충북	(27)	51.9	33.3	7.4	7.4	0.0	0.0	
	대전	(12)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	40.0	40.0	10.0	5.0	5.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	48.1	34.0	6.0	6.7	4.9	0.4	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	49.1	30.0	8.1	7.1	3.7	2.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	47.3	34.2	10.0	5.4	1.9	1.2	
	1억원 이상	(391)	38.4	43.1	10.4	4.2	3.6	0.3	
종사자	1명	(627)	47.6	34.3	6.1	5.7	4.5	1.8	
	2명	(439)	47.2	32.8	10.3	6.2	3.2	0.2	
	3명	(153)	47.4	32.9	9.9	6.6	2.0	1.3	
	4~5명	(78)	26.0	53.2	15.6	5.2	0.0	0.0	
	6명 이상	(66)	32.8	46.9	10.9	4.7	4.7	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	50.2	36.0	6.7	3.6	2.8	0.8	
	생활 자기	(689)	47.6	31.4	10.2	6.6	3.2	1.0	
	현대 작품 도자	(233)	39.0	43.7	7.4	4.8	4.3	0.9	
	기타	(188)	39.7	38.6	7.6	7.6	4.9	1.6	

<표 6-49> 점토 특성 중 고려하는 사항 - 1+2순위

(단위 : %)

구 분		응답자수	발색 (색상)	가소성 (점력)	강도	유약과의 반응	기물표현 (겨칠기)	기타	
전체		(1363)	45.5	35.3	8.7	5.9	3.6	1.0	
지역	경기	이천	(258)	53.3	26.7	9.0	6.7	2.7	1.6
		여주	(236)	37.5	44.8	7.3	6.0	2.2	2.2
		광주	(44)	43.2	43.2	4.5	2.3	6.8	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	46.5	37.2	2.3	11.6	0.0	2.3
		용인/안성	(36)	36.1	52.8	8.3	2.8	0.0	0.0
		동북부	(37)	64.9	21.6	0.0	8.1	5.4	0.0
		서남부	(103)	43.6	42.6	5.9	2.0	5.0	1.0
	경남	김해	(46)	67.4	10.9	10.9	2.2	4.3	4.3
		기타	(53)	35.8	35.8	20.8	1.9	5.7	0.0
	경북	경주	(33)	31.3	25.0	28.1	9.4	6.3	0.0
		기타	(61)	54.1	14.8	14.8	9.8	6.6	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	45.5	34.1	4.5	4.5	11.4	0.0
		기타	(35)	34.3	40.0	11.4	5.7	8.6	0.0
		제주	(13)	30.8	38.5	7.7	15.4	7.7	0.0
		광주	(15)	53.3	33.3	6.7	6.7	0.0	0.0
		전북	(39)	33.3	51.3	5.1	7.7	2.6	0.0
		부산	(33)	38.7	45.2	9.7	0.0	3.2	3.2
		서울	(72)	53.6	31.9	4.3	7.2	2.9	0.0
		울산	(26)	30.8	46.2	7.7	15.4	0.0	0.0
		인천	(17)	47.1	41.2	5.9	5.9	0.0	0.0
		대구	(12)	41.7	25.0	16.7	8.3	8.3	0.0
	충남	(48)	53.2	31.9	12.8	2.1	0.0	0.0	
	충북	(27)	51.9	33.3	7.4	7.4	0.0	0.0	
	대전	(12)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	40.0	40.0	10.0	5.0	5.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	48.1	34.0	6.0	6.7	4.9	0.4	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	49.1	30.0	8.1	7.1	3.7	2.1	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	47.3	34.2	10.0	5.4	1.9	1.2	
	1억원 이상	(391)	38.4	43.1	10.4	4.2	3.6	0.3	
종사자	1명	(627)	47.6	34.3	6.1	5.7	4.5	1.8	
	2명	(439)	47.2	32.8	10.3	6.2	3.2	0.2	
	3명	(153)	47.4	32.9	9.9	6.6	2.0	1.3	
	4~5명	(78)	26.0	53.2	15.6	5.2	0.0	0.0	
	6명 이상	(66)	32.8	46.9	10.9	4.7	4.7	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	50.2	36.0	6.7	3.6	2.8	0.8	
	생활 자기	(689)	47.6	31.4	10.2	6.6	3.2	1.0	
	현대 작품 도자	(233)	39.0	43.7	7.4	4.8	4.3	0.9	
	기타	(188)	39.7	38.6	7.6	7.6	4.9	1.6	

<표 6-50> 점토의 부족한 점

(단위 : %)

구 분		응답자수	성분 균일성 (수결 은도 부족)	점력 (성형성) 부족	건조 수축성이 불규칙적	유약과의 반응불 만	성분과 제품정보 상세부 족	백색도 미흡	기타	불만사항 없음	
전체		(1343)	24.9	12.9	10.7	8.5	4.0	4.0	3.1	51.9	
지역	경기	이천	(255)	19.8	11.6	12.0	14.0	5.8	5.4	3.5	54.7
		여주	(231)	25.8	12.3	11.4	5.9	2.5	3.8	2.1	52.1
		광주	(44)	22.7	9.1	11.4	2.3	2.3	0.0	2.3	56.8
		김포/파주/ 고양	(43)	32.6	16.3	20.9	9.3	2.3	4.7	2.3	41.9
		용인/안성	(36)	19.4	11.1	11.1	8.3	8.3	2.8	2.8	50.0
		동북부	(37)	24.3	13.5	8.1	10.8	8.1	8.1	8.1	40.5
		서남부	(101)	29.1	21.4	12.6	5.8	1.0	5.8	1.9	47.6
	경남	김해	(46)	34.8	10.9	2.2	28.3	0.0	0.0	6.5	41.3
		기타	(52)	28.3	18.9	20.8	1.9	0.0	0.0	0.0	54.7
	경북	경주	(33)	12.1	3.0	0.0	12.1	0.0	6.1	0.0	72.7
		기타	(61)	24.6	6.6	13.1	8.2	3.3	1.6	6.6	50.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	11.4	2.3	2.3	2.3	4.5	0.0	4.5	77.3
		기타	(34)	25.7	17.1	0.0	8.6	5.7	5.7	0.0	54.3
		제주	(13)	15.4	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	7.7	61.5
		광주	(15)	20.0	26.7	0.0	13.3	6.7	0.0	0.0	53.3
		전북	(39)	17.9	10.3	7.7	2.6	2.6	5.1	5.1	64.1
		부산	(30)	36.4	9.1	15.2	6.1	6.1	3.0	6.1	42.4
		서울	(69)	26.4	22.2	11.1	9.7	5.6	5.6	1.4	43.1
		울산	(25)	34.6	3.8	3.8	7.7	7.7	3.8	3.8	50.0
		인천	(17)	29.4	11.8	5.9	5.9	11.8	5.9	5.9	41.2
	대구	(12)	33.3	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	
	충남	(47)	18.8	10.4	10.4	2.1	6.3	4.2	2.1	58.3	
	충북	(27)	33.3	18.5	3.7	11.1	7.4	3.7	7.4	37.0	
	대전	(12)	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0	8.3	0.0	33.3	
	강원	(20)	40.0	10.0	15.0	10.0	10.0	5.0	0.0	35.0	
매출액	2000만원 미만	(269)	22.3	14.7	10.6	8.8	3.3	2.2	1.5	53.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(434)	26.3	13.2	10.0	7.1	3.9	4.6	4.1	50.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(259)	21.8	10.7	10.0	10.7	4.6	4.2	4.6	53.6	
	1억원 이상	(381)	27.1	12.8	12.0	8.4	4.3	4.3	2.0	51.9	
종사자	1명	(617)	24.6	14.7	11.5	7.5	4.0	4.5	3.7	50.7	
	2명	(434)	25.5	11.8	11.2	9.3	3.9	4.6	3.4	51.5	
	3명	(151)	22.9	9.8	7.2	11.8	4.6	1.3	2.6	56.2	
	4~5명	(77)	21.8	15.4	10.3	7.7	3.8	2.6	0.0	56.4	
	6명 이상	(64)	31.8	7.6	9.1	6.1	4.5	3.0	0.0	51.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(250)	21.7	14.2	14.2	6.3	3.6	3.2	3.2	55.7	
	생활 자기	(680)	26.0	12.8	8.3	10.6	3.9	4.4	3.5	49.5	
	현대 작품 도자	(229)	27.9	14.6	12.4	6.0	4.7	3.9	2.1	52.4	
	기타	(184)	21.3	9.6	12.8	6.9	4.3	3.7	2.7	55.3	

<표 6-51> 유약 조달 방식

(단위 : %)

구 분		응답자수	자체 생산	구매하여 사용	유약 사용 안함	
전체		(1363)	55.0	71.3	1.3	
지역	경기	이천	(258)	62.4	68.2	0.8
		여주	(236)	22.9	85.6	3.0
		광주	(44)	68.2	61.4	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	69.8	74.4	0.0
		용인/안성	(36)	63.9	61.1	0.0
		동북부	(37)	56.8	86.5	0.0
		서남부	(103)	50.5	78.6	0.0
	경남	김해	(46)	43.5	65.2	0.0
		기타	(53)	77.4	60.4	0.0
	경북	경주	(33)	69.7	33.3	6.1
		기타	(61)	77.0	65.6	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	61.4	54.5	0.0
		기타	(35)	80.0	65.7	0.0
		제주	(13)	53.8	69.2	0.0
		광주	(15)	60.0	86.7	0.0
		전북	(39)	74.4	61.5	0.0
		부산	(33)	57.6	66.7	0.0
		서울	(72)	43.1	81.9	4.2
		울산	(26)	84.6	26.9	3.8
		인천	(17)	29.4	100.0	0.0
		대구	(12)	58.3	75.0	0.0
		충남	(48)	50.0	77.1	2.1
	충북	(27)	77.8	66.7	3.7	
	대전	(12)	58.3	66.7	0.0	
	강원	(20)	55.0	85.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	51.6	71.8	1.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	56.8	73.1	1.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	59.8	70.5	1.5	
	1억원 이상	(391)	51.9	69.6	1.0	
종사자	1명	(627)	55.2	73.7	0.8	
	2명	(439)	60.1	69.9	1.6	
	3명	(153)	52.9	64.7	1.3	
	4~5명	(78)	44.9	70.5	3.8	
	6명 이상	(66)	34.8	74.2	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	76.3	53.0	0.4	
	생활 자기	(689)	51.7	75.3	1.2	
	현대 작품 도자	(233)	56.2	71.2	2.1	
	기타	(188)	36.7	81.4	2.1	

<표 6-52> 유약 구입 장소

(단위 : %)

구 분		응답자수	도매상에게 구입	생산 공장에서 직접 구입	원료 소재 마켓에서 구입	온라인으로 주문	다른 도예가에게 구입	기타	
전체		(972)	47.2	31.7	20.1	2.1	1.0	1.2	
지역	경기	이천	(176)	35.8	30.1	35.2	0.6	2.8	2.8
		여주	(202)	15.8	70.8	14.9	0.0	0.0	0.5
		광주	(27)	55.6	37.0	7.4	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/ 고양	(32)	81.3	6.3	12.5	0.0	0.0	0.0
		용인/안성	(22)	72.7	18.2	4.5	4.5	0.0	0.0
		동북부	(32)	59.4	18.8	18.8	0.0	3.1	0.0
		서남부	(81)	56.8	21.0	19.8	3.7	0.0	1.2
	경남	김해	(30)	26.7	6.7	60.0	3.3	6.7	6.7
		기타	(32)	59.4	25.0	12.5	0.0	0.0	3.1
	경북	경주	(11)	18.2	54.5	27.3	0.0	0.0	0.0
		기타	(40)	70.0	25.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(24)	37.5	25.0	37.5	0.0	0.0	0.0
		기타	(23)	73.9	17.4	8.7	0.0	0.0	0.0
		제주	(9)	66.7	0.0	22.2	11.1	0.0	0.0
		광주	(13)	61.5	7.7	30.8	0.0	0.0	0.0
		전북	(24)	70.8	12.5	8.3	8.3	4.2	0.0
		부산	(22)	40.9	22.7	27.3	13.6	0.0	0.0
		서울	(59)	67.8	8.5	22.0	5.1	1.7	1.7
		울산	(7)	85.7	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
		인천	(17)	88.2	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0
	대구	(9)	77.8	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	
	충남	(37)	45.9	43.2	5.4	5.4	0.0	2.7	
	충북	(18)	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
	대전	(8)	75.0	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(17)	76.5	17.6	0.0	5.9	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(196)	59.7	16.8	22.4	3.1	1.0	1.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(320)	53.1	22.5	22.8	1.6	0.9	0.9	
	5000만원~ 1억원 미만	(184)	42.4	35.3	21.7	1.6	1.6	1.6	
	1억원 이상	(272)	34.6	50.7	14.0	2.2	0.7	1.5	
종사자	1명	(462)	57.6	18.2	21.9	2.6	1.3	0.9	
	2명	(307)	43.6	34.5	21.8	1.6	1.0	1.3	
	3명	(99)	32.3	53.5	18.2	0.0	0.0	3.0	
	4~5명	(55)	25.5	61.8	9.1	3.6	0.0	1.8	
	6명 이상	(49)	26.5	63.3	8.2	2.0	2.0	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(134)	45.5	26.9	27.6	1.5	0.7	2.2	
	생활 자기	(519)	49.3	31.4	18.5	1.3	1.3	1.2	
	현대 작품 도자	(166)	48.8	31.3	18.1	2.4	0.0	1.2	
	기타	(153)	39.9	37.3	20.9	4.6	1.3	0.7	

<표 6-53> 유약 선택 시 중요한 점

(단위 : %)

구 분		응답자수	색상	점토와의 반응	소성 온도	표면성질	재료 가격	기타	유약 사용 안함	
전체		(1363)	69.3	16.1	10.1	1.7	1.0	0.4	1.3	
지역	경기	이천	(258)	75.6	11.6	8.5	3.1	0.0	0.4	0.8
		여주	(236)	55.5	15.3	20.8	0.8	3.8	0.8	3.0
		광주	(44)	88.6	2.3	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	72.1	23.3	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0
		용인/안성	(36)	86.1	11.1	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0
		동북부	(37)	81.1	5.4	5.4	5.4	2.7	0.0	0.0
		서남부	(103)	68.0	22.3	8.7	1.0	0.0	0.0	0.0
	경남	김해	(46)	78.3	8.7	10.9	0.0	0.0	2.2	0.0
		기타	(53)	83.0	13.2	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	경북	경주	(33)	39.4	24.2	30.3	0.0	0.0	0.0	6.1
		기타	(61)	50.8	36.1	8.2	3.3	0.0	0.0	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	72.7	15.9	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0
		기타	(35)	65.7	25.7	8.6	0.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(13)	53.8	38.5	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(15)	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(39)	84.6	5.1	5.1	2.6	2.6	0.0	0.0
		부산	(33)	87.9	6.1	0.0	3.0	0.0	3.0	0.0
		서울	(72)	62.5	20.8	9.7	2.8	0.0	0.0	4.2
		울산	(26)	65.4	15.4	11.5	3.8	0.0	0.0	3.8
		인천	(17)	70.6	23.5	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0
	대구	(12)	66.7	16.7	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	
	충남	(48)	72.9	16.7	4.2	0.0	2.1	2.1	2.1	
	충북	(27)	70.4	14.8	11.1	0.0	0.0	0.0	3.7	
	대전	(12)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	65.0	25.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	70.0	16.8	8.4	2.9	0.0	0.4	1.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	70.5	14.6	11.2	1.4	0.5	0.5	1.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	66.7	15.7	11.5	3.1	1.5	0.0	1.5	
	1억원 이상	(391)	69.3	17.6	9.0	0.3	2.0	0.8	1.0	
종사자	1명	(627)	72.1	16.6	7.5	2.6	0.2	0.3	0.8	
	2명	(439)	67.0	15.5	13.2	0.9	1.4	0.5	1.6	
	3명	(153)	68.0	18.3	8.5	1.3	2.0	0.7	1.3	
	4~5명	(78)	61.5	15.4	16.7	0.0	2.6	0.0	3.8	
	6명 이상	(66)	71.2	12.1	9.1	1.5	3.0	1.5	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	71.5	13.0	11.5	2.4	0.8	0.4	0.4	
	생활 자기	(689)	70.0	16.8	9.3	1.3	1.0	0.4	1.2	
	현대 작품 도자	(233)	68.7	16.3	10.7	1.7	0.0	0.4	2.1	
	기타	(188)	64.9	17.6	10.1	2.1	2.7	0.5	2.1	

<표 6-54> 유약의 아쉬운 점 (1/2)

(단위 : %)

구 분		응답자수	반응 온도가 일정치 않음	점토에 따라 다른 반응을 보임	유약원료의 균일성 부족	색채 반응이 부족함	성분, 등 원산지 등 제품정보 부족	유약 표면 성질이 불만족스러움	
전체		(1363)	18.0	15.8	13.8	12.3	3.5	2.6	
지역	경기	이천	(258)	15.9	15.5	16.7	14.0	3.9	4.3
		여주	(236)	11.0	6.8	16.5	5.9	0.8	2.5
		광주	(44)	13.6	6.8	25.0	15.9	2.3	0.0
		김포/파주/고양	(43)	30.2	27.9	16.3	16.3	7.0	2.3
		용인/안성	(36)	27.8	16.7	13.9	11.1	2.8	0.0
		동북부	(37)	24.3	16.2	21.6	10.8	0.0	2.7
	서남부	(103)	30.1	28.2	14.6	14.6	5.8	4.9	
	경남	김해	(46)	2.2	10.9	4.3	28.3	4.3	0.0
		기타	(53)	30.2	28.3	13.2	9.4	1.9	1.9
	경북	경주	(33)	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		기타	(61)	18.0	16.4	13.1	6.6	8.2	3.3
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	2.3	9.1	6.8	15.9	9.1	4.5
		기타	(35)	17.1	5.7	8.6	11.4	5.7	0.0
		제주	(13)	23.1	30.8	7.7	15.4	0.0	0.0
		광주	(15)	40.0	40.0	6.7	40.0	0.0	6.7
		전북	(39)	10.3	7.7	2.6	7.7	0.0	2.6
		부산	(33)	24.2	21.2	6.1	12.1	3.0	0.0
		서울	(72)	18.1	29.2	12.5	11.1	5.6	2.8
		울산	(26)	15.4	15.4	19.2	3.8	11.5	0.0
		인천	(17)	35.3	11.8	17.6	23.5	0.0	0.0
		대구	(12)	16.7	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	충남	(48)	12.5	10.4	8.3	18.8	0.0	2.1	
	충북	(27)	11.1	11.1	18.5	3.7	7.4	3.7	
	대전	(12)	50.0	41.7	25.0	66.7	0.0	0.0	
	강원	(20)	45.0	20.0	10.0	10.0	5.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	16.1	18.7	12.5	9.9	3.7	2.6	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	17.4	16.7	15.8	12.3	3.4	3.7	
	5000만원~1억원 미만	(261)	12.6	12.6	12.3	12.3	5.0	2.7	
	1억원 이상	(391)	23.5	14.8	13.6	14.1	2.6	1.3	
종사자	1명	(627)	20.6	17.9	12.6	12.3	4.1	2.9	
	2명	(439)	15.9	16.9	15.7	12.8	3.9	2.7	
	3명	(153)	15.0	10.5	11.1	11.8	1.3	2.0	
	4~5명	(78)	11.5	7.7	12.8	9.0	2.6	1.3	
	6명 이상	(66)	21.2	10.6	19.7	15.2	1.5	1.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	16.2	12.6	10.7	12.6	5.5	3.6	
	생활 자기	(689)	16.3	15.5	14.8	12.5	3.2	2.6	
	현대 작품 도자	(233)	24.0	17.6	12.9	13.3	1.3	1.7	
	기타	(188)	19.1	18.6	15.4	10.1	4.8	2.1	

<표 6-55> 유약의 아쉬운 점 (2/2)

(단위 : %)

구 분		응답자수	유약의 침전현상이 심함	유약 구입처별로 성분이나 명칭이 다름	유약에 유해성분 포함여부 미확인	기타	불만사항 없음	유약 사용 안함	
전체		(1363)	2.1	1.8	1.3	2.3	54.7	1.3	
지역	경기	이천	(258)	5.0	2.7	1.9	3.1	51.6	0.8
		여주	(236)	0.8	2.5	0.4	1.7	64.0	3.0
		광주	(44)	0.0	0.0	0.0	0.0	56.8	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	0.0	2.3	4.7	4.7	34.9	0.0
		용인/안성	(36)	0.0	0.0	0.0	0.0	58.3	0.0
		동북부	(37)	2.7	0.0	0.0	2.7	48.6	0.0
		서남부	(103)	0.0	0.0	0.0	2.9	39.8	0.0
	경남	김해	(46)	2.2	0.0	2.2	0.0	58.7	0.0
		기타	(53)	0.0	0.0	0.0	0.0	54.7	0.0
	경북	경주	(33)	3.0	0.0	6.1	0.0	81.8	6.1
		기타	(61)	8.2	3.3	3.3	1.6	55.7	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	4.5	6.8	6.8	4.5	63.6	0.0
		기타	(35)	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4	0.0
		제주	(13)	0.0	0.0	0.0	0.0	53.8	0.0
		광주	(15)	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
		전북	(39)	0.0	0.0	0.0	0.0	76.9	0.0
		부산	(33)	0.0	0.0	0.0	3.0	63.6	0.0
		서울	(72)	1.4	1.4	1.4	6.9	40.3	4.2
		울산	(26)	0.0	0.0	0.0	3.8	53.8	3.8
		인천	(17)	0.0	0.0	0.0	0.0	29.4	0.0
		대구	(12)	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0
		충남	(48)	2.1	4.2	0.0	8.3	54.2	2.1
		충북	(27)	0.0	3.7	0.0	0.0	63.0	3.7
	대전	(12)	8.3	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	
	강원	(20)	0.0	5.0	5.0	0.0	40.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	1.8	0.4	1.5	2.2	54.9	1.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	2.7	2.1	1.4	1.8	53.4	1.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	2.3	4.2	1.1	2.7	57.1	1.5	
	1억원 이상	(391)	1.3	1.0	1.3	2.8	54.2	1.0	
종사자	1명	(627)	1.9	1.3	1.1	2.1	52.8	0.8	
	2명	(439)	2.7	3.0	1.4	2.3	53.3	1.6	
	3명	(153)	2.6	2.0	1.3	1.3	62.7	1.3	
	4~5명	(78)	0.0	1.3	2.6	5.1	62.8	3.8	
	6명 이상	(66)	0.0	0.0	1.5	4.5	53.0	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	2.0	2.0	2.0	1.2	58.9	0.4	
	생활 자기	(689)	2.9	1.9	1.9	2.2	55.2	1.2	
	현대 작품 도자	(233)	0.4	1.3	0.0	2.1	52.8	2.1	
	기타	(188)	1.1	2.1	0.0	4.8	49.5	2.1	

<표 6-56> 생산품 디자인의 중요사항 - 1순위

(단위 : %)

구 분		응답자수	생산품의 외관(미려함, 품격)	요장의 독자성과 차별성	용도의 적합성과 사용 편리성	구매자의 취향	전통의 재현성	기타	
전체		(1363)	29.7	25.9	25.5	12.0	6.3	0.5	
지역	경기	이천	(258)	31.4	23.6	20.9	14.3	9.3	0.4
		여주	(236)	37.3	21.2	28.4	10.6	1.7	0.8
		광주	(44)	22.7	40.9	11.4	11.4	11.4	2.3
		김포/파주/ 고양	(43)	55.8	7.0	23.3	11.6	2.3	0.0
		용인/안성	(36)	27.8	22.2	25.0	16.7	8.3	0.0
		동북부	(37)	29.7	37.8	24.3	5.4	2.7	0.0
		서남부	(103)	42.7	30.1	18.4	6.8	1.9	0.0
	경남	김해	(46)	10.9	28.3	41.3	13.0	4.3	2.2
		기타	(53)	34.0	22.6	28.3	9.4	5.7	0.0
	경북	경주	(33)	21.2	27.3	12.1	12.1	27.3	0.0
		기타	(61)	23.0	24.6	37.7	4.9	9.8	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	0.0	34.1	22.7	38.6	4.5	0.0
		기타	(35)	20.0	25.7	34.3	8.6	11.4	0.0
		제주	(13)	38.5	15.4	30.8	7.7	7.7	0.0
		광주	(15)	40.0	6.7	40.0	0.0	13.3	0.0
		전북	(39)	15.4	20.5	30.8	20.5	12.8	0.0
		부산	(33)	15.2	48.5	12.1	18.2	6.1	0.0
		서울	(72)	31.9	33.3	22.2	11.1	1.4	0.0
		울산	(26)	15.4	23.1	30.8	7.7	23.1	0.0
		인천	(17)	29.4	17.6	29.4	23.5	0.0	0.0
		대구	(12)	41.7	16.7	25.0	8.3	0.0	8.3
		충남	(48)	25.0	27.1	31.3	12.5	2.1	2.1
		충북	(27)	18.5	33.3	33.3	7.4	7.4	0.0
	대전	(12)	33.3	25.0	41.7	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	30.0	40.0	25.0	5.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	25.3	32.6	23.4	11.0	6.6	1.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	27.2	27.9	25.8	11.6	6.8	0.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	29.9	24.5	26.1	12.6	6.9	0.0	
	1억원 이상	(391)	35.5	19.9	26.3	12.8	5.1	0.3	
종사자	1명	(627)	28.2	30.5	25.8	10.7	4.6	0.2	
	2명	(439)	30.5	24.1	24.1	12.3	8.2	0.7	
	3명	(153)	30.7	24.2	22.2	11.1	11.1	0.7	
	4~5명	(78)	29.5	15.4	33.3	16.7	3.8	1.3	
	6명 이상	(66)	36.4	10.6	30.3	19.7	1.5	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	26.9	30.4	15.0	5.5	21.7	0.4	
	생활 자기	(689)	29.2	21.2	31.9	14.4	2.6	0.7	
	현대 작품 도자	(233)	34.3	32.6	21.0	8.6	3.0	0.4	
	기타	(188)	29.8	28.7	21.8	16.5	3.2	0.0	

<표 6-57> 생산품 디자인의 중요사항 - 1+2순위

(단위 : %)

구 분		응답자수	용도의 적합성과 사용 편리성	생산품의 외관(미려함, 품격)	요장의 독자성과 차별성	구매자의 취향	전통의 재현성	기타	
전체		(1363)	53.3	52.2	47.8	29.0	10.3	1.1	
지역	경기	이천	(258)	47.3	52.7	46.9	28.3	15.5	1.2
		여주	(236)	54.7	60.2	39.8	32.6	6.4	2.5
		광주	(44)	40.9	45.5	61.4	18.2	25.0	2.3
		김포/파주/고양	(43)	53.5	65.1	39.5	23.3	4.7	0.0
		용인/안성	(36)	61.1	44.4	50.0	30.6	8.3	0.0
		동북부	(37)	54.1	48.6	51.4	35.1	2.7	0.0
		서남부	(103)	41.7	66.0	55.3	23.3	2.9	1.0
	경남	김해	(46)	58.7	34.8	58.7	28.3	8.7	2.2
		기타	(53)	52.8	52.8	52.8	24.5	13.2	0.0
	경북	경주	(33)	42.4	48.5	36.4	33.3	33.3	0.0
		기타	(61)	57.4	55.7	55.7	16.4	13.1	0.0
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	56.8	22.7	43.2	68.2	4.5	0.0
		기타	(35)	60.0	54.3	34.3	28.6	20.0	0.0
		제주	(13)	61.5	61.5	46.2	23.1	7.7	0.0
		광주	(15)	53.3	53.3	40.0	20.0	13.3	0.0
		전북	(39)	69.2	38.5	38.5	38.5	12.8	2.6
		부산	(33)	39.4	48.5	66.7	24.2	9.1	0.0
		서울	(72)	56.9	54.2	58.3	25.0	2.8	0.0
		울산	(26)	61.5	30.8	46.2	23.1	38.5	0.0
		인천	(17)	76.5	35.3	29.4	52.9	0.0	0.0
		대구	(12)	58.3	41.7	50.0	33.3	0.0	8.3
	충남	(48)	72.9	47.9	37.5	29.2	4.2	2.1	
	충북	(27)	51.9	59.3	59.3	18.5	7.4	0.0	
	대전	(12)	58.3	58.3	50.0	25.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	55.0	50.0	60.0	20.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	49.8	50.9	54.2	24.5	12.8	1.8	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	53.9	51.4	49.3	28.3	11.2	0.9	
	5000만원~1억원 미만	(261)	55.6	49.4	47.9	29.9	10.7	0.4	
	1억원 이상	(391)	53.7	56.0	41.4	32.2	7.4	1.3	
종사자	1명	(627)	53.3	52.0	52.3	26.0	8.0	0.6	
	2명	(439)	50.3	53.5	49.0	28.9	12.3	1.1	
	3명	(153)	51.0	51.6	45.1	26.8	18.3	2.0	
	4~5명	(78)	61.5	51.3	29.5	41.0	9.0	2.6	
	6명 이상	(66)	69.7	48.5	24.2	48.5	3.0	1.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	31.6	56.9	54.5	15.8	34.8	1.2	
	생활 자기	(689)	65.3	48.2	41.1	34.3	4.4	1.5	
	현대 작품 도자	(233)	44.6	60.9	56.7	22.3	5.6	0.9	
	기타	(188)	49.5	50.0	52.1	35.6	5.3	0.0	

<표 6-58> 디자인 개선 방법

(단위 : %)

구 분		응답자수	자체 개발을 주로 함	디자인 변경보다는 품질 완성도에 주력함	자체개발과 외부의뢰를 결합	주로 외부 인력이나 업체에 개발 의뢰	
전체		(1363)	92.5	3.9	2.8	0.8	
지역	경기	이천	(258)	92.2	4.3	3.1	0.4
		여주	(236)	82.2	8.5	6.8	2.5
		광주	(44)	93.2	4.5	2.3	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	100.0	0.0	0.0	0.0
		용인/안성	(36)	100.0	0.0	0.0	0.0
		동북부	(37)	100.0	0.0	0.0	0.0
		서남부	(103)	99.0	0.0	1.0	0.0
	경남	김해	(46)	97.8	0.0	2.2	0.0
		기타	(53)	94.3	1.9	3.8	0.0
	경북	경주	(33)	72.7	24.2	3.0	0.0
		기타	(61)	90.2	8.2	0.0	1.6
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	86.4	11.4	2.3	0.0
		기타	(35)	100.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(13)	100.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(15)	93.3	0.0	6.7	0.0
		전북	(39)	100.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(33)	93.9	0.0	6.1	0.0
		서울	(72)	100.0	0.0	0.0	0.0
		울산	(26)	100.0	0.0	0.0	0.0
		인천	(17)	100.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(12)	100.0	0.0	0.0	0.0	
	충남	(48)	83.3	2.1	8.3	6.3	
	충북	(27)	100.0	0.0	0.0	0.0	
	대전	(12)	100.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	100.0	0.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	96.7	1.8	1.5	0.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	95.0	2.3	2.3	0.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	93.5	3.1	3.1	0.4	
	1억원 이상	(391)	86.2	7.7	4.1	2.0	
종사자	1명	(627)	96.5	1.8	1.6	0.2	
	2명	(439)	94.8	2.7	2.1	0.5	
	3명	(153)	88.2	5.9	4.6	1.3	
	4~5명	(78)	76.9	12.8	6.4	3.8	
	6명 이상	(66)	68.2	16.7	10.6	4.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	93.7	4.0	2.4	0.0	
	생활 자기	(689)	91.0	4.5	3.2	1.3	
	현대 작품 도자	(233)	92.7	3.9	3.0	0.4	
	기타	(188)	96.3	1.6	1.6	0.5	

<표 6-59> 디자인 보호를 위한 조치 방법

(단위 : %)

구 분		응답자수	특별한 조치가 필요 없음	디자인 특허 및 저작권 등록을 통한 법적 조치	본인 생산품에 특별한 노하우가 있어서 도용당할 염려가 없음	전시회나 도록·사진 등의 저작물로 보관	기타	
전체		(1363)	51.1	18.4	16.7	12.5	1.2	
지역	경기	이천	(258)	60.5	20.2	9.3	8.5	1.6
		여주	(236)	56.8	13.1	21.6	5.9	2.5
		광주	(44)	70.5	15.9	9.1	4.5	0.0
		김포/파주/고양	(43)	46.5	23.3	23.3	7.0	0.0
		용인/안성	(36)	69.4	19.4	2.8	8.3	0.0
		동북부	(37)	54.1	18.9	10.8	16.2	0.0
		서남부	(103)	36.9	13.6	29.1	20.4	0.0
	경남	김해	(46)	60.9	2.2	23.9	8.7	4.3
		기타	(53)	56.6	11.3	24.5	7.5	0.0
	경북	경주	(33)	57.6	21.2	15.2	6.1	0.0
		기타	(61)	37.7	32.8	16.4	11.5	1.6
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	52.3	15.9	11.4	18.2	2.3
		기타	(35)	40.0	25.7	14.3	20.0	0.0
		제주	(13)	23.1	15.4	23.1	38.5	0.0
		광주	(15)	53.3	13.3	20.0	13.3	0.0
		전북	(39)	51.3	15.4	17.9	15.4	0.0
		부산	(33)	36.4	21.2	24.2	18.2	0.0
		서울	(72)	37.5	22.2	15.3	25.0	0.0
		울산	(26)	34.6	23.1	11.5	26.9	3.8
		인천	(17)	35.3	23.5	5.9	35.3	0.0
		대구	(12)	33.3	25.0	16.7	25.0	0.0
		충남	(48)	45.8	35.4	8.3	8.3	2.1
		충북	(27)	55.6	11.1	18.5	14.8	0.0
	대전	(12)	33.3	8.3	16.7	41.7	0.0	
	강원	(20)	30.0	30.0	25.0	10.0	5.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	50.9	13.6	17.9	16.5	1.1	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	49.5	18.9	15.8	13.7	2.1	
	5000만원~1억원 미만	(261)	50.6	21.1	14.9	12.3	1.1	
	1억원 이상	(391)	53.5	19.4	17.9	8.7	0.5	
종사자	1명	(627)	48.3	17.9	18.0	15.0	0.8	
	2명	(439)	53.3	16.6	16.9	11.4	1.8	
	3명	(153)	50.3	20.9	16.3	11.1	1.3	
	4~5명	(78)	62.8	14.1	12.8	9.0	1.3	
	6명 이상	(66)	51.5	34.8	7.6	4.5	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	50.6	16.2	19.4	11.9	2.0	
	생활 자기	(689)	54.1	19.3	13.5	11.6	1.5	
	현대 작품 도자	(233)	42.9	16.3	23.6	17.2	0.0	
	기타	(188)	51.1	20.7	16.0	11.2	1.1	

<표 6-60> 디자인 무단 도용 시 대처 방법

(단위 : %)

구 분		응답자수	여러 면을 고려하여 특별한 대응을 하지 않을 것이다	개인적으로 주의를 주거나 항의할 것이다	고소, 고발 등 법적 조치를 강구할 것이다	기타	
전체		(1363)	72.2	19.1	7.3	1.4	
지역	경기	이천	(258)	74.8	15.5	7.0	2.7
		여주	(236)	77.1	11.9	9.7	1.3
		광주	(44)	81.8	13.6	4.5	0.0
		김포/파주/고양	(43)	72.1	20.9	4.7	2.3
		용인/안성	(36)	72.2	22.2	2.8	2.8
		동북부	(37)	81.1	10.8	8.1	0.0
		서남부	(103)	68.9	25.2	5.8	0.0
	경남	김해	(46)	60.9	39.1	0.0	0.0
		기타	(53)	84.9	13.2	1.9	0.0
	경북	경주	(33)	54.5	24.2	21.2	0.0
		기타	(61)	60.7	32.8	4.9	1.6
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	59.1	22.7	11.4	6.8
		기타	(35)	71.4	14.3	11.4	2.9
		제주	(13)	53.8	38.5	0.0	7.7
		광주	(15)	80.0	6.7	13.3	0.0
		전북	(39)	79.5	15.4	5.1	0.0
		부산	(33)	81.8	18.2	0.0	0.0
		서울	(72)	56.9	29.2	12.5	1.4
		울산	(26)	73.1	19.2	7.7	0.0
		인천	(17)	70.6	17.6	11.8	0.0
		대구	(12)	66.7	16.7	16.7	0.0
		충남	(48)	72.9	20.8	6.3	0.0
		충북	(27)	74.1	22.2	3.7	0.0
	대전	(12)	66.7	33.3	0.0	0.0	
	강원	(20)	80.0	10.0	10.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	74.0	19.0	6.2	0.7	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	71.5	20.3	6.6	1.6	
	5000만원~1억원 미만	(261)	69.7	23.0	5.4	1.9	
	1억원 이상	(391)	73.4	15.1	10.2	1.3	
종사자	1명	(627)	73.2	18.7	6.7	1.4	
	2명	(439)	72.4	19.8	6.6	1.1	
	3명	(153)	71.9	19.0	6.5	2.6	
	4~5명	(78)	76.9	14.1	9.0	0.0	
	6명 이상	(66)	56.1	24.2	18.2	1.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	75.5	18.2	5.5	0.8	
	생활 자기	(689)	70.4	19.4	8.4	1.7	
	현대 작품 도자	(233)	76.0	15.5	7.3	1.3	
	기타	(188)	69.7	23.4	5.9	1.1	

<표 6-61> 생산품 판매 경로

(단위 : %)

구분	응답자수	요강/직접영점	추제어	갤러리/전회	도매상	온라인판매	도전문매점	단체주문	백화점/면점	마트/할인점	기타		
전체	(1363)	72.1	35.7	31.3	20.5	16.3	14.8	7.5	2.3	0.5	9.8		
지역	경기	이천	(258)	74.0	53.1	27.1	30.2	21.7	27.1	8.9	5.0	0.8	5.8
		여주	(236)	39.4	19.1	16.5	49.6	7.2	10.6	5.9	1.7	0.4	20.3
		광주	(44)	77.3	54.5	29.5	13.6	15.9	22.7	6.8	6.8	2.3	11.4
		김포/파주/고양	(43)	67.4	23.3	46.5	11.6	25.6	18.6	2.3	2.3	0.0	9.3
		용인/안성	(36)	77.8	16.7	27.8	25.0	16.7	13.9	5.6	0.0	0.0	8.3
		동북부	(37)	75.7	35.1	43.2	5.4	16.2	13.5	5.4	0.0	0.0	5.4
	서남부	(103)	83.5	35.0	43.7	5.8	14.6	10.7	2.9	0.0	0.0	4.9	
	경남	김해	(46)	69.6	52.2	23.9	39.1	2.2	2.2	6.5	0.0	0.0	4.3
		기타	(53)	86.8	28.3	30.2	15.1	13.2	7.5	3.8	1.9	0.0	3.8
	경북	경주	(33)	97.0	36.4	9.1	12.1	30.3	12.1	6.1	6.1	0.0	9.1
		기타	(61)	91.8	49.2	31.1	1.6	9.8	16.4	8.2	0.0	0.0	13.1
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	70.5	56.8	50.0	13.6	25.0	38.6	38.6	6.8	4.5	29.5
		기타	(35)	82.9	20.0	31.4	2.9	8.6	8.6	14.3	0.0	0.0	5.7
		제주	(13)	61.5	23.1	23.1	0.0	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	23.1
		광주	(15)	73.3	40.0	60.0	0.0	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0
		전북	(39)	97.4	20.5	20.5	5.1	5.1	10.3	7.7	0.0	0.0	2.6
		부산	(33)	81.8	33.3	36.4	3.0	24.2	3.0	0.0	0.0	0.0	3.0
		서울	(72)	65.3	29.2	58.3	0.0	30.6	12.5	4.2	1.4	0.0	9.7
		울산	(26)	96.2	30.8	42.3	7.7	0.0	11.5	7.7	0.0	0.0	0.0
		인천	(17)	76.5	35.3	41.2	0.0	41.2	11.8	11.8	0.0	0.0	11.8
		대구	(12)	91.7	25.0	25.0	0.0	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	충남	(48)	81.3	22.9	25.0	16.7	27.1	6.3	4.2	2.1	0.0	10.4	
	충북	(27)	88.9	48.1	40.7	7.4	14.8	14.8	3.7	7.4	0.0	0.0	
	대전	(12)	83.3	75.0	41.7	16.7	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	75.0	15.0	40.0	10.0	10.0	0.0	20.0	0.0	5.0	10.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	74.4	35.2	34.1	7.3	10.3	11.7	2.2	0.4	0.0	8.4	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	73.7	41.8	34.7	19.4	17.8	17.8	6.6	0.9	0.7	5.7	
	5000만원~1억원 미만	(261)	72.8	43.7	32.2	27.2	18.8	19.2	6.9	2.7	0.0	10.0	
	1억원 이상	(391)	68.3	23.8	24.8	26.6	17.1	10.7	12.5	5.1	1.0	15.1	
종사자	1명	(627)	75.0	35.9	35.1	12.0	16.1	15.0	5.1	1.0	0.3	7.2	
	2명	(439)	74.7	41.0	31.4	23.9	15.7	17.3	7.3	2.3	0.2	7.5	
	3명	(153)	65.4	34.6	28.1	27.5	13.7	12.4	9.8	4.6	0.0	15.0	
	4~5명	(78)	65.4	26.9	24.4	41.0	15.4	10.3	21.8	5.1	2.6	17.9	
	6명 이상	(66)	51.5	10.6	9.1	39.4	28.8	7.6	9.1	7.6	3.0	27.3	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	87.0	37.9	33.6	13.0	8.7	19.0	8.3	3.2	0.4	7.9	
	생활 자기	(689)	72.4	39.6	27.0	23.2	22.1	17.0	7.4	2.8	0.9	10.3	
	현대 작품 도자	(233)	67.4	26.6	46.4	15.5	9.0	7.3	6.4	1.3	0.0	6.0	
	기타	(188)	56.9	29.3	25.0	27.1	14.4	10.6	8.0	1.1	0.0	14.9	

<표 6-62> 생산품 판매 경로별 비율

(단위 : %)

구분	응답자수	요장직영점	도자판매점	도매상	갤러리/전회	온라인판매	축제/페어	백화점/면점	단체주문	마트/형인점	기타		
전체	(1363)	41.8	5.9	12.4	12.3	5.2	11.5	0.8	3.4	0.2	6.6		
지역	경기	이천	(258)	35.7	11.4	11.8	9.5	5.9	16.8	1.5	4.2	0.2	3.0
		여주	(236)	19.9	4.9	38.9	8.1	2.3	6.9	0.4	2.2	0.3	16.0
		광주	(44)	38.5	8.1	7.8	12.4	4.3	14.1	3.6	5.0	0.7	5.5
		김포/파주/고양	(43)	32.9	9.4	8.4	16.7	12.3	9.3	0.7	2.3	0.0	7.9
		용인/안성	(36)	43.2	8.1	17.3	14.7	4.2	5.0	0.0	1.1	0.0	6.4
		동북부	(37)	50.3	6.8	1.4	16.4	5.8	10.8	0.0	3.8	0.0	4.9
		서남부	(103)	48.5	5.0	2.6	18.6	5.6	14.9	0.0	1.4	0.0	3.4
	경남	김해	(46)	44.3	0.1	22.1	14.2	0.1	15.5	0.0	1.6	0.0	2.0
		기타	(53)	63.1	3.3	10.0	8.2	4.4	5.5	0.9	0.8	0.0	3.6
	경북	경주	(33)	60.4	3.9	5.5	2.4	6.5	11.8	1.2	1.8	0.0	6.4
		기타	(61)	59.4	4.1	0.7	11.3	0.8	13.9	0.0	3.9	0.0	5.9
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	30.6	8.0	5.3	9.5	3.6	13.3	0.5	9.6	0.6	19.0
		기타	(35)	57.9	4.3	0.7	12.3	2.7	5.3	0.0	12.0	0.0	4.9
		제주	(13)	51.5	0.8	0.0	8.5	13.1	8.5	0.0	0.0	0.0	17.7
		광주	(15)	59.7	0.7	0.0	17.7	1.0	12.3	6.7	2.0	0.0	0.0
		전북	(39)	72.3	3.6	3.8	8.7	1.8	5.5	0.0	3.4	0.0	0.8
		부산	(33)	55.6	1.5	3.0	18.9	9.7	9.1	0.0	0.0	0.0	2.1
		서울	(72)	29.3	6.1	0.0	28.9	14.3	10.5	1.4	2.6	0.0	6.9
		울산	(26)	76.5	3.1	2.7	6.7	0.0	6.3	0.0	4.6	0.0	0.0
		인천	(17)	44.1	4.7	0.0	11.8	20.6	10.0	0.0	5.3	0.0	3.5
		대구	(12)	63.3	0.0	0.0	8.8	3.8	15.8	0.0	8.3	0.0	0.0
		충남	(48)	51.4	3.3	8.3	8.6	10.2	8.9	0.2	2.7	0.0	6.4
		충북	(27)	53.1	3.7	3.9	11.7	3.7	18.6	1.9	3.5	0.0	0.0
	대전	(12)	36.7	2.5	9.2	18.3	1.7	28.3	0.0	3.3	0.0	0.0	
	강원	(20)	50.5	0.0	5.0	22.5	2.7	6.4	0.0	7.5	3.5	2.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	51.5	6.5	4.5	14.5	4.3	13.6	0.0	0.6	0.0	4.6	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	40.4	6.7	11.2	13.9	6.1	14.0	0.3	3.3	0.2	3.9	
	5000만원~1억원 미만	(261)	40.2	7.6	16.0	10.7	4.7	12.1	0.9	2.2	0.0	5.5	
	1억원 이상	(391)	37.6	3.5	16.9	9.9	5.3	6.7	1.8	6.1	0.5	11.7	
종사자	1명	(627)	44.8	6.4	6.3	15.7	5.9	13.1	0.3	3.1	0.2	4.2	
	2명	(439)	42.2	6.9	14.1	11.1	4.8	12.7	0.7	2.1	0.0	5.3	
	3명	(153)	40.5	3.1	19.5	9.6	2.6	7.9	1.0	4.6	0.0	11.2	
	4~5명	(78)	33.5	3.9	26.0	4.7	4.9	4.3	1.1	8.4	1.1	12.1	
	6명 이상	(66)	23.2	3.3	27.0	2.2	8.4	3.8	4.5	5.6	0.8	21.3	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	55.7	7.4	5.6	11.4	1.3	10.4	1.0	3.2	0.0	4.0	
	생활 자기	(689)	39.8	6.8	13.4	9.0	7.5	12.4	0.9	2.8	0.4	7.0	
	현대 작품 도자	(233)	42.4	2.3	10.5	23.9	2.3	10.0	0.2	3.6	0.0	4.8	
	기타	(188)	29.7	5.2	20.6	10.8	5.8	11.1	0.6	5.2	0.0	11.0	

<표 6-63> 온라인 판매채널

(단위 : %)

구 분		응답자수	온라인 쇼핑몰 직접 운영	오픈마켓 입점	SNS 등의 소셜마켓을 활용한 판매	온라인 쇼핑몰 위탁 판매	온라인 디자이너 편집샵 활용	기타	
전체		(222)	36.5	34.2	28.4	20.7	1.4	5.4	
지역	경기	이천	(56)	33.9	28.6	25.0	33.9	0.0	1.8
		여주	(17)	58.8	29.4	17.6	23.5	0.0	0.0
		광주	(7)	57.1	14.3	28.6	28.6	0.0	0.0
		김포/파주/ 고양	(11)	54.5	54.5	18.2	18.2	0.0	0.0
		용인/안성	(6)	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
		동북부	(6)	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
		서남부	(15)	40.0	26.7	26.7	20.0	0.0	0.0
	경남	김해	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		기타	(7)	14.3	14.3	57.1	14.3	0.0	14.3
	경북	경주	(10)	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0
		기타	(6)	0.0	16.7	33.3	16.7	0.0	33.3
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(11)	36.4	81.8	45.5	0.0	0.0	0.0
		기타	(3)	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
		제주	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(8)	0.0	25.0	25.0	37.5	12.5	12.5
		서울	(22)	27.3	50.0	27.3	9.1	4.5	9.1
		인천	(7)	28.6	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0
		대구	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0
	충남	(13)	69.2	38.5	15.4	15.4	0.0	15.4	
	충북	(4)	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	대전	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(2)	100.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(28)	14.3	42.9	39.3	21.4	0.0	7.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(78)	25.6	35.9	33.3	11.5	2.6	2.6	
	5000만원~ 1억원 미만	(49)	44.9	30.6	30.6	26.5	0.0	2.0	
	1억원 이상	(67)	52.2	31.3	16.4	26.9	1.5	10.4	
종사자	1명	(101)	24.8	36.6	30.7	20.8	2.0	5.0	
	2명	(69)	31.9	23.2	34.8	20.3	1.4	7.2	
	3명	(21)	61.9	33.3	19.0	23.8	0.0	0.0	
	4~5명	(12)	58.3	41.7	33.3	16.7	0.0	0.0	
	6명 이상	(19)	73.7	57.9	0.0	21.1	0.0	10.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(22)	50.0	18.2	40.9	22.7	0.0	4.5	
	생활 자기	(152)	38.8	35.5	27.0	19.1	2.0	4.6	
	현대 작품 도자	(21)	28.6	33.3	42.9	23.8	0.0	4.8	
	기타	(27)	18.5	40.7	14.8	25.9	0.0	11.1	

<표 6-64> 온라인 판매를 하지 않는 이유

(단위 : %)

구 분		응답자수	온라인 이용의 필요성을 못 느껴서	온라인 이용방법을 몰라서	온라인 수요가 없기 때문에	판로가 이미 확보되어 있어서	기타	
전체		(1141)	41.3	16.2	15.2	7.9	20.4	
지역	경기	이천	(202)	43.1	19.3	11.9	7.4	18.8
		여주	(219)	27.4	16.0	13.7	17.4	26.5
		광주	(37)	54.1	13.5	13.5	13.5	5.4
		김포/파주/ 고양	(32)	50.0	12.5	12.5	0.0	25.0
		용인/안성	(30)	40.0	16.7	10.0	10.0	23.3
		동북부	(31)	54.8	9.7	16.1	3.2	16.1
		서남부	(88)	51.1	8.0	14.8	3.4	25.0
	경남	김해	(45)	6.7	33.3	40.0	0.0	26.7
		기타	(46)	60.9	21.7	4.3	0.0	13.0
	경북	경주	(23)	47.8	8.7	26.1	0.0	17.4
		기타	(55)	30.9	10.9	34.5	3.6	20.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(33)	6.1	24.2	42.4	18.2	9.1
		기타	(32)	50.0	25.0	6.3	6.3	12.5
		제주	(11)	45.5	9.1	9.1	9.1	27.3
		광주	(13)	69.2	7.7	7.7	7.7	7.7
		전북	(37)	59.5	21.6	2.7	8.1	10.8
		부산	(25)	48.0	12.0	24.0	0.0	16.0
		서울	(50)	50.0	8.0	10.0	10.0	24.0
		울산	(26)	46.2	19.2	11.5	0.0	23.1
		인천	(10)	70.0	0.0	10.0	0.0	20.0
		대구	(10)	60.0	10.0	10.0	0.0	20.0
		충남	(35)	45.7	14.3	14.3	8.6	17.1
		충북	(23)	47.8	17.4	13.0	4.3	17.4
	대전	(10)	50.0	30.0	0.0	0.0	20.0	
	강원	(18)	38.9	16.7	5.6	5.6	38.9	
매출액	2000만원 미만	(245)	43.7	18.0	16.7	5.3	17.6	
	2000만원~ 5000만원 미만	(360)	38.9	18.9	16.9	4.2	22.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(212)	33.0	17.0	13.7	10.8	25.9	
	1억원 이상	(324)	47.5	11.4	13.0	12.0	16.7	
종사자	1명	(526)	43.9	16.0	15.4	5.5	20.5	
	2명	(370)	39.5	19.2	14.1	5.7	22.4	
	3명	(132)	37.1	10.6	20.5	12.9	19.7	
	4~5명	(66)	36.4	19.7	10.6	15.2	18.2	
	6명 이상	(47)	44.7	6.4	12.8	27.7	8.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(231)	42.0	16.9	22.5	4.3	15.6	
	생활 자기	(537)	36.9	18.2	14.9	8.9	21.6	
	현대 작품 도자	(212)	51.9	11.3	14.6	6.1	17.9	
	기타	(161)	41.0	14.9	6.2	11.8	26.7	

<표 6-65> 직관/위탁판매 비중

(단위 : %)

구 분		응답자수	직관	위탁판매	
전체		(1363)	80.9	19.1	
지역	경기	이천	(258)	89.9	10.1
		여주	(236)	51.7	48.3
		광주	(44)	93.3	6.7
		김포/파주/ 고양	(43)	86.5	13.5
		용인/안성	(36)	87.2	12.8
		동북부	(37)	77.6	22.4
		서남부	(103)	86.8	13.2
	경남	김해	(46)	83.5	16.5
		기타	(53)	84.8	15.2
	경북	경주	(33)	95.9	4.1
		기타	(61)	94.2	5.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	75.4	24.6
		기타	(35)	90.0	10.0
		제주	(13)	84.6	15.4
		광주	(15)	96.0	4.0
		전북	(39)	96.2	3.8
		부산	(33)	86.9	13.1
		서울	(72)	74.3	25.7
		울산	(26)	95.4	4.6
		인천	(17)	85.9	14.1
	대구	(12)	97.5	2.5	
	충남	(48)	79.3	20.7	
	충북	(27)	84.3	15.7	
	대전	(12)	80.0	20.0	
	강원	(20)	88.0	12.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	88.1	11.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	79.5	20.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	78.6	21.4	
	1억원 이상	(391)	79.1	20.9	
종사자	1명	(627)	86.6	13.4	
	2명	(439)	79.3	20.7	
	3명	(153)	74.1	25.9	
	4~5명	(78)	67.8	32.2	
	6명 이상	(66)	69.3	30.7	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	88.2	11.8	
	생활 자기	(689)	80.5	19.5	
	현대 작품 도자	(233)	83.3	16.7	
	기타	(188)	69.6	30.4	

<표 6-66> 최근 1년 내 전시회 평균 참여 횟수

(단위 : 회)

구 분		응답자수	공모전	개인전	단체전	축제/페어/ 박람회	해외 전시/판매전	기타	
전체		(1363)	0.4	0.3	1.5	1.1	0.2	0.0	
지역	경기	이천	(258)	0.2	0.1	0.9	1.4	0.3	0.0
		여주	(236)	0.2	0.2	0.4	0.7	0.1	0.0
		광주	(44)	0.5	0.2	0.9	1.1	0.2	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	0.4	0.2	1.5	1.3	0.2	0.0
		용인/안성	(36)	0.1	0.1	1.2	0.9	0.1	0.0
		동북부	(37)	0.5	0.5	2.1	0.8	0.2	0.0
		서남부	(103)	0.3	0.3	1.9	1.2	0.3	0.0
	경남	김해	(46)	1.5	0.4	1.9	2.5	0.2	0.0
		기타	(53)	0.5	0.3	1.4	0.8	0.4	0.0
	경북	경주	(33)	0.5	0.4	0.6	1.3	0.0	0.0
		기타	(61)	1.0	0.2	3.5	1.4	0.5	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	0.3	0.5	1.6	1.1	0.3	0.0
		기타	(35)	0.2	0.3	2.8	0.8	0.4	0.0
		제주	(13)	0.0	0.4	1.1	0.5	0.0	0.0
		광주	(15)	0.7	0.6	2.9	0.8	0.6	0.0
		전북	(39)	0.2	0.4	2.5	0.5	0.2	0.0
		부산	(33)	1.1	0.5	2.6	0.7	0.0	0.0
		서울	(72)	0.1	0.2	1.6	0.7	0.2	0.0
		울산	(26)	0.7	0.2	1.8	1.1	0.0	0.2
		인천	(17)	0.3	0.4	1.4	1.4	0.1	0.0
		대구	(12)	0.1	0.2	1.4	1.1	0.2	0.0
		충남	(48)	0.1	0.2	1.8	0.6	0.3	0.0
		충북	(27)	0.3	0.5	2.3	1.4	0.3	0.0
	대전	(12)	1.5	0.4	4.9	2.2	0.1	0.0	
	강원	(20)	0.3	0.8	1.6	0.9	0.1	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	0.3	0.2	1.3	0.9	0.1	0.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	0.4	0.2	1.7	1.1	0.3	0.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	0.5	0.3	1.5	1.5	0.3	0.0	
	1억원 이상	(391)	0.3	0.3	1.2	0.8	0.2	0.0	
종사자	1명	(627)	0.3	0.3	1.7	1.0	0.2	0.0	
	2명	(439)	0.4	0.2	1.6	1.4	0.3	0.0	
	3명	(153)	0.4	0.3	1.2	0.9	0.2	0.0	
	4~5명	(78)	0.3	0.1	0.8	0.8	0.2	0.0	
	6명 이상	(66)	0.5	0.2	0.3	0.5	0.3	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	0.6	0.3	1.7	1.0	0.4	0.0	
	생활 자기	(689)	0.4	0.2	1.3	1.2	0.2	0.0	
	현대 작품 도자	(233)	0.2	0.4	2.3	1.0	0.2	0.0	
	기타	(188)	0.1	0.2	0.7	0.9	0.2	0.0	

<표 6-67> 고유상표 표기 방법

(단위 : %)

구 분		응답자수	요장 명칭이나 작가의 아호, 서명을 생산품에 표기한다	요장 명칭이나 작가의 아호를 생산품과 포장재에 표기한다	요장 명칭이나 작가의 아호를 특별히 내세우지 않고 남품처의 브	포장재에만 요장 명칭이나 제품 명칭을 기입한다	기타	
전체		(1363)	70.1	15.2	8.5	2.6	3.6	
지역	경기	이천	(258)	69.4	19.0	7.4	3.9	0.4
		여주	(236)	52.1	7.6	22.0	3.8	14.4
		광주	(44)	93.2	6.8	0.0	0.0	0.0
		김포/과주/고양	(43)	67.4	18.6	9.3	2.3	2.3
		용인/안성	(36)	69.4	19.4	8.3	2.8	0.0
		동북부	(37)	78.4	16.2	2.7	0.0	2.7
		서남부	(103)	81.6	10.7	2.9	1.9	2.9
	경남	김해	(46)	89.1	10.9	0.0	0.0	0.0
		기타	(53)	83.0	11.3	3.8	1.9	0.0
	경북	경주	(33)	93.9	6.1	0.0	0.0	0.0
		기타	(61)	82.0	13.1	1.6	1.6	1.6
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	36.4	47.7	9.1	2.3	4.5
		기타	(35)	74.3	17.1	5.7	2.9	0.0
		제주	(13)	61.5	15.4	23.1	0.0	0.0
		광주	(15)	53.3	26.7	20.0	0.0	0.0
		전북	(39)	82.1	12.8	0.0	0.0	5.1
		부산	(33)	72.7	21.2	6.1	0.0	0.0
		서울	(72)	69.4	20.8	4.2	2.8	2.8
		울산	(26)	76.9	23.1	0.0	0.0	0.0
		인천	(17)	70.6	11.8	5.9	11.8	0.0
	대구	(12)	91.7	0.0	8.3	0.0	0.0	
	충남	(48)	60.4	18.8	14.6	2.1	4.2	
	충북	(27)	81.5	7.4	3.7	7.4	0.0	
	대전	(12)	66.7	25.0	8.3	0.0	0.0	
	강원	(20)	70.0	10.0	15.0	5.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	83.5	9.5	2.9	2.2	1.8	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	71.0	16.4	5.5	2.7	4.3	
	5000만원~1억원 미만	(261)	68.6	18.8	6.5	1.9	4.2	
	1억원 이상	(391)	60.9	15.3	17.1	3.1	3.6	
종사자	1명	(627)	76.2	13.7	5.4	2.6	2.1	
	2명	(439)	72.4	15.0	6.2	2.7	3.6	
	3명	(153)	65.4	17.6	11.1	2.0	3.9	
	4~5명	(78)	44.9	16.7	23.1	2.6	12.8	
	6명 이상	(66)	37.9	22.7	30.3	3.0	6.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	75.9	20.9	2.4	0.0	0.8	
	생활 자기	(689)	67.8	16.5	9.6	2.3	3.8	
	현대 작품 도자	(233)	76.4	9.9	8.6	3.9	1.3	
	기타	(188)	63.3	9.0	12.8	5.3	9.6	

<표 6-68> 수출 여부

(단위 : %)

구 분		응답자수	수출을 하고 있다	수출하지 않는다	
전체		(1363)	8.4	91.6	
지역	경기	이천	(258)	15.1	84.9
		여주	(236)	7.6	92.4
		광주	(44)	11.4	88.6
		김포/파주/ 고양	(43)	11.6	88.4
		용인/안성	(36)	2.8	97.2
		동북부	(37)	2.7	97.3
		서남부	(103)	4.9	95.1
	경남	김해	(46)	6.5	93.5
		기타	(53)	7.5	92.5
	경북	경주	(33)	6.1	93.9
		기타	(61)	6.6	93.4
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	22.7	77.3
		기타	(35)	5.7	94.3
		제주	(13)	7.7	92.3
		광주	(15)	13.3	86.7
		전북	(39)	5.1	94.9
		부산	(33)	3.0	97.0
		서울	(72)	6.9	93.1
		울산	(26)	7.7	92.3
		인천	(17)	0.0	100.0
		대구	(12)	0.0	100.0
	충남	(48)	4.2	95.8	
	충북	(27)	0.0	100.0	
	대전	(12)	0.0	100.0	
	강원	(20)	0.0	100.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	2.6	97.4	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	6.6	93.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	10.7	89.3	
	1억원 이상	(391)	12.8	87.2	
종사자	1명	(627)	5.3	94.7	
	2명	(439)	9.6	90.4	
	3명	(153)	7.8	92.2	
	4~5명	(78)	14.1	85.9	
	6명 이상	(66)	24.2	75.8	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	12.3	87.7	
	생활 자기	(689)	8.9	91.1	
	현대 작품 도자	(233)	4.7	95.3	
	기타	(188)	5.9	94.1	

<표 6-69> 해외수출 방식

(단위 : %)

구 분		응답자수	직접 해외 수출	해외 전시회 판매	갤러리를 통한 수출	오픈마켓 입점 수출	기타	
전체		(114)	39.5	28.9	16.7	3.5	11.4	
지역	경기	이천	(39)	35.9	33.3	23.1	7.7	0.0
		여주	(18)	44.4	5.6	22.2	0.0	27.8
		광주	(5)	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/고양	(5)	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0
		용인/안성	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
		동북부	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		서남부	(5)	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0
	경남	김해	(3)	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
		기타	(4)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	경북	경주	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		기타	(4)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0
	전남	강진/무안/영암/목포	(10)	50.0	40.0	0.0	0.0	10.0
		기타	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		광주	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		서울	(5)	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0
		울산	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
		충남	(2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
매출액	2000만원 미만	(7)	42.9	28.6	0.0	0.0	28.6	
	2000만원~5000만원 미만	(29)	24.1	31.0	24.1	6.9	13.8	
	5000만원~1억원 미만	(28)	50.0	32.1	14.3	0.0	3.6	
	1억원 이상	(50)	42.0	26.0	16.0	4.0	12.0	
종사자	1명	(33)	42.4	33.3	15.2	0.0	9.1	
	2명	(42)	28.6	31.0	26.2	4.8	9.5	
	3명	(12)	25.0	41.7	25.0	8.3	0.0	
	4~5명	(11)	36.4	27.3	0.0	9.1	27.3	
	6명 이상	(16)	75.0	6.3	0.0	0.0	18.8	
생산품 별	전통 도자 작품	(31)	25.8	38.7	29.0	3.2	3.2	
	생활 자기	(61)	41.0	24.6	13.1	3.3	18.0	
	현대 작품 도자	(11)	45.5	36.4	18.2	0.0	0.0	
	기타	(11)	63.6	18.2	0.0	9.1	9.1	

<표 6-70> 해외수출 주요 국가 및 수출액 현황

(단위 : %, 백만원)

구 분		응답자수	중국	미국	일본	기타	유럽	동남아	수출액 합계	수출액 평균	
전체		(114)	41.2	30.7	22.8	22.8	11.4	1.8	2,022.5	19.3	
지역	경기	이천	(39)	33.3	30.8	25.6	28.2	20.5	0.0	616.6	17.6
		여주	(18)	55.6	27.8	33.3	11.1	0.0	0.0	303.5	16.9
		광주	(5)	0.0	40.0	60.0	40.0	0.0	0.0	59.8	12.0
		김포/과주/ 고양	(5)	20.0	40.0	0.0	40.0	20.0	0.0	74.1	18.5
		용인/안성	(1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	1.0	1.0
		동북부	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	30.0
		서남부	(5)	40.0	0.0	60.0	20.0	0.0	0.0	76.0	19.0
	경남	김해	(3)	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	11.0	3.7
		기타	(4)	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	22.0	5.5
	경북	경주	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	4.5	2.3
		기타	(4)	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	9.4	3.1
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(10)	70.0	40.0	20.0	10.0	0.0	10.0	365.4	36.5
		기타	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.1	0.1
		제주	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	1.0	1.0
		광주	(2)	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	9.0	4.5
		전북	(2)	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	10.2	5.1
		부산	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		서울	(5)	20.0	40.0	0.0	20.0	40.0	0.0	59.0	14.8
		울산	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	5.0
	충남	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	360.0	180.0	
매출액	2000만원 미만	(7)	42.9	14.3	14.3	28.6	14.3	0.0	20.0	2.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(29)	55.2	27.6	27.6	20.7	6.9	0.0	214.7	7.4	
	5000만원~ 1억원 미만	(28)	32.1	28.6	28.6	21.4	17.9	0.0	431.8	17.3	
	1억원 이상	(50)	38.0	36.0	18.0	24.0	10.0	4.0	1,356.0	30.8	
종사자	1명	(33)	45.5	24.2	21.2	24.2	18.2	0.0	390.2	13.0	
	2명	(42)	38.1	35.7	21.4	26.2	2.4	2.4	395.4	10.1	
	3명	(12)	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	172.3	14.4	
	4~5명	(11)	45.5	18.2	18.2	18.2	9.1	9.1	345.1	38.3	
	6명 이상	(16)	31.3	43.8	31.3	12.5	12.5	0.0	719.5	48.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(31)	32.3	25.8	32.3	29.0	9.7	3.2	341.2	12.2	
	생활 자기	(61)	47.5	36.1	18.0	18.0	11.5	1.6	1,319.8	23.6	
	현대 작품 도자	(11)	36.4	27.3	18.2	27.3	18.2	0.0	165.6	15.1	
	기타	(11)	36.4	18.2	27.3	27.3	9.1	0.0	196.0	19.6	

<표 6-71> 수출의 어려움을 느끼는 부분

(단위 : %)

구분	응답자수	수출에 필요한 통관절차나 세금, 포장, 운송처리 과정이 번거롭고 복잡하다	수출에 소요되는 세금, 운송비, 수수료 등의 비용이 커서 수익률이 낮다	외국어 불편 등으로 생산품 해외홍보가 거의 없고 주문도 어렵다	수출에 관심이 없다	매장에 방문하는 내외국인들의 주문이 많아 특별히 수출의 필요성을 느끼지 못한다	기타		
전체	(1363)	54.7	32.6	24.1	23.5	5.2	7.3		
지역	경기	이천	(258)	42.6	22.9	24.4	31.0	2.3	8.9
		여주	(236)	45.3	25.4	30.9	25.8	3.8	12.7
		광주	(44)	40.9	18.2	13.6	38.6	0.0	6.8
		김포/파주/고양	(43)	62.8	51.2	18.6	25.6	4.7	2.3
		용인/안성	(36)	58.3	33.3	25.0	25.0	8.3	5.6
		동북부	(37)	64.9	37.8	29.7	18.9	5.4	5.4
	경남	서남부	(103)	65.0	32.0	24.3	22.3	2.9	2.9
		김해	(46)	45.7	39.1	30.4	8.7	0.0	2.2
	경북	기타	(53)	62.3	32.1	18.9	24.5	11.3	1.9
		경주	(33)	57.6	60.6	36.4	21.2	9.1	3.0
	전남	기타	(61)	67.2	49.2	21.3	13.1	8.2	4.9
		강진/무안/영암/목포	(44)	75.0	84.1	4.5	4.5	0.0	6.8
	지역	기타	(35)	57.1	20.0	17.1	17.1	14.3	2.9
		제주	(13)	46.2	30.8	46.2	15.4	7.7	0.0
		광주	(15)	66.7	20.0	20.0	33.3	13.3	13.3
		전북	(39)	56.4	25.6	20.5	28.2	12.8	5.1
		부산	(33)	63.6	30.3	24.2	21.2	6.1	9.1
		서울	(72)	70.8	38.9	19.4	16.7	4.2	9.7
		울산	(26)	53.8	11.5	23.1	23.1	11.5	7.7
		인천	(17)	52.9	11.8	29.4	29.4	11.8	5.9
대구		(12)	83.3	41.7	25.0	16.7	0.0	0.0	
충남		(48)	62.5	43.8	18.8	16.7	8.3	6.3	
충북		(27)	51.9	37.0	18.5	25.9	11.1	11.1	
대전		(12)	58.3	33.3	41.7	16.7	8.3	0.0	
강원		(20)	55.0	40.0	20.0	25.0	5.0	15.0	
매출액		2000만원 미만	(273)	54.9	34.4	22.0	28.6	4.4	5.9
	2000만원~5000만원 미만	(438)	53.0	31.1	23.5	24.4	4.3	8.0	
	5000만원~1억원 미만	(261)	52.9	33.3	26.8	17.6	5.7	11.5	
	1억원 이상	(391)	57.8	32.7	24.3	22.8	6.4	4.9	
종사자	1명	(627)	57.1	35.1	22.2	24.6	5.6	6.1	
	2명	(439)	52.4	29.6	25.1	23.2	4.8	10.3	
	3명	(153)	51.6	30.7	30.1	20.3	5.2	5.2	
	4~5명	(78)	56.4	26.9	23.1	25.6	2.6	5.1	
	6명 이상	(66)	53.0	40.9	22.7	19.7	7.6	7.6	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	56.9	31.6	27.3	19.0	4.7	8.3	
	생활 자기	(689)	54.3	33.8	23.7	23.5	6.0	7.1	
	현대 작품 도자	(233)	60.1	35.6	19.7	24.9	4.3	4.3	
	기타	(188)	46.8	26.1	26.6	27.7	4.3	10.6	

<표 6-72> 요장의 소유형태

(단위 : %)

구 분		응답자수	자가 소유	임대(전세)	임대(월세)	기타	
전체		(1363)	68.6	5.5	24.1	1.8	
지역	경기	이천	(258)	74.4	5.0	19.4	1.2
		여주	(236)	73.3	4.2	20.8	1.7
		광주	(44)	77.3	4.5	13.6	4.5
		김포/파주/ 고양	(43)	44.2	9.3	46.5	0.0
		용인/안성	(36)	55.6	0.0	44.4	0.0
		동북부	(37)	40.5	13.5	37.8	8.1
		서남부	(103)	47.6	2.9	45.6	3.9
	경남	김해	(46)	87.0	8.7	4.3	0.0
		기타	(53)	83.0	5.7	7.5	3.8
	경북	경주	(33)	93.9	6.1	0.0	0.0
		기타	(61)	85.2	1.6	9.8	3.3
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	90.9	4.5	2.3	2.3
		기타	(35)	71.4	8.6	20.0	0.0
		제주	(13)	69.2	7.7	15.4	7.7
		광주	(15)	60.0	20.0	20.0	0.0
		전북	(39)	74.4	7.7	15.4	2.6
		부산	(33)	66.7	6.1	27.3	0.0
		서울	(72)	25.0	4.2	69.4	1.4
		울산	(26)	88.5	3.8	7.7	0.0
		인천	(17)	41.2	11.8	47.1	0.0
		대구	(12)	58.3	0.0	41.7	0.0
	충남	(48)	83.3	4.2	12.5	0.0	
	충북	(27)	70.4	11.1	14.8	3.7	
	대전	(12)	33.3	16.7	50.0	0.0	
	강원	(20)	70.0	5.0	25.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	61.5	6.2	30.0	2.2	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	68.5	5.0	24.9	1.6	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	66.7	6.1	24.5	2.7	
	1억원 이상	(391)	74.9	5.1	18.7	1.3	
종사자	1명	(627)	59.5	5.4	33.5	1.6	
	2명	(439)	73.8	6.4	17.5	2.3	
	3명	(153)	78.4	5.9	13.1	2.6	
	4~5명	(78)	82.1	2.6	15.4	0.0	
	6명 이상	(66)	81.8	3.0	13.6	1.5	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	83.4	4.3	9.9	2.4	
	생활 자기	(689)	66.9	5.1	26.4	1.6	
	현대 작품 도자	(233)	63.9	7.7	26.6	1.7	
	기타	(188)	60.6	5.9	31.4	2.1	

<표 6-73> 도자 생산 외 도예활동 관련 업무

(단위 : %)

구 분		응답자수	도예체험교실	도예 관련 출장 강의	다른 도자기를 구입해서 판매	도자재료 판매	
전체		(571)	69.2	64.3	2.8	2.3	
지역	경기	이천	(59)	50.8	49.2	10.2	0.0
		여주	(30)	60.0	36.7	6.7	13.3
		광주	(13)	61.5	46.2	0.0	0.0
		김포/파주/고양	(28)	57.1	82.1	0.0	0.0
		용인/안성	(16)	56.3	75.0	0.0	0.0
		동북부	(25)	68.0	68.0	0.0	0.0
		서남부	(71)	78.9	62.0	1.4	0.0
	경남	김해	(8)	62.5	50.0	12.5	0.0
		기타	(27)	81.5	66.7	3.7	3.7
	경북	경주	(15)	60.0	26.7	13.3	20.0
		기타	(34)	76.5	73.5	0.0	0.0
	전남	강진/무안/영암/목포	(19)	63.2	68.4	0.0	0.0
		기타	(21)	81.0	61.9	0.0	0.0
		제주	(8)	100.0	50.0	0.0	0.0
		광주	(9)	66.7	77.8	0.0	0.0
		전북	(21)	81.0	66.7	0.0	4.8
		부산	(26)	73.1	61.5	3.8	0.0
		서울	(48)	64.6	75.0	0.0	0.0
		울산	(11)	100.0	72.7	0.0	18.2
		인천	(12)	83.3	66.7	0.0	0.0
		대구	(6)	100.0	50.0	0.0	0.0
	충남	(18)	83.3	77.8	5.6	11.1	
	충북	(17)	76.5	76.5	0.0	0.0	
	대전	(11)	54.5	90.9	9.1	0.0	
	강원	(18)	44.4	83.3	0.0	0.0	
매출액	2000만원 미만	(113)	65.5	63.7	0.0	1.8	
	2000만원~5000만원 미만	(224)	72.3	67.9	1.3	1.3	
	5000만원~1억원 미만	(103)	68.0	68.9	4.9	2.9	
	1억원 이상	(131)	67.9	55.0	6.1	3.8	
종사자	1명	(301)	66.1	68.1	1.3	1.0	
	2명	(181)	73.5	64.6	2.2	2.8	
	3명	(54)	66.7	61.1	7.4	3.7	
	4~5명	(20)	85.0	40.0	10.0	10.0	
	6명 이상	(15)	66.7	26.7	13.3	6.7	
생산품별	전통 도자 작품	(104)	76.0	60.6	2.9	2.9	
	생활 자기	(292)	69.2	66.1	3.8	2.1	
	현대 작품 도자	(100)	66.0	64.0	1.0	2.0	
	기타	(75)	64.0	62.7	1.3	2.7	

<표 6-74> 1년간 체험교실을 통해 도예를 배운 사람 수

(단위 : 명)

구 분		응답자수	체험교실 합계	체험교실 평균	
전체		(395)	283,231.0	739.5	
지역	경기	이천	(30)	10,543.0	376.5
		여주	(18)	2,135.0	118.6
		광주	(8)	2,539.0	317.4
		김포/파주/ 고양	(16)	13,130.0	820.6
		용인/안성	(9)	1,606.0	178.4
		동북부	(17)	11,460.0	674.1
		서남부	(56)	27,953.0	527.4
	경남	김해	(5)	2,340.0	468.0
		기타	(22)	9,820.0	467.6
	경북	경주	(9)	2,600.0	325.0
		기타	(26)	27,889.0	1,072.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(12)	3,275.0	297.7
		기타	(17)	16,830.0	990.0
		제주	(8)	9,440.0	1,180.0
		광주	(6)	39,150.0	6,525.0
		전북	(17)	12,590.0	786.9
		부산	(19)	3,549.0	186.8
		서울	(31)	4,397.0	151.6
		울산	(11)	2,330.0	211.8
		인천	(10)	3,195.0	319.5
		대구	(6)	22,250.0	3,708.3
	충남	(15)	43,070.0	3,076.4	
	충북	(13)	7,615.0	585.8	
	대전	(6)	1,015.0	169.2	
	강원	(8)	2,510.0	313.8	
매출액	2000만원 미만	(74)	20,124.0	279.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(162)	52,023.0	327.2	
	5000만원~ 1억원 미만	(70)	36,698.0	556.0	
	1억원 이상	(89)	174,386.0	2,027.7	
종사자	1명	(199)	45,732.0	237.0	
	2명	(133)	102,681.0	802.2	
	3명	(36)	43,329.0	1,238.0	
	4~5명	(17)	33,899.0	1,994.1	
	6명 이상	(10)	57,590.0	5,759.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(79)	40,703.0	542.7	
	생활 자기	(202)	108,649.0	551.5	
	현대 작품 도자	(66)	80,287.0	1,254.5	
	기타	(48)	53,592.0	1,140.3	

<표 6-75> 도자재료 판매 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	점토(소지)	유약	기타	
전체		(13)	30.8	15.4	53.8	
지역	경기	여주	(4)	0.0	50.0	50.0
	경남	기타	(1)	0.0	0.0	100.0
	경북	경주	(3)	100.0	0.0	0.0
	전북		(1)	0.0	0.0	100.0
	울산		(2)	0.0	0.0	100.0
	충남		(2)	50.0	0.0	50.0
매출액	2000만원 미만		(2)	50.0	0.0	50.0
	2000만원~ 5000만원 미만		(3)	0.0	0.0	100.0
	5000만원~ 1억원 미만		(3)	0.0	66.7	33.3
	1억원 이상		(5)	60.0	0.0	40.0
종사자	1명		(3)	33.3	0.0	66.7
	2명		(5)	0.0	20.0	80.0
	3명		(2)	0.0	50.0	50.0
	4~5명		(2)	100.0	0.0	0.0
	6명 이상		(1)	100.0	0.0	0.0
생산품 별	전통 도자 작품		(3)	0.0	0.0	100.0
	생활 자기		(6)	66.7	16.7	16.7
	현대 작품 도자		(2)	0.0	0.0	100.0
	기타		(2)	0.0	50.0	50.0

<표 6-76> 기업 종류

(단위 : %)

구 분		응답자수	농사	커피, 차 등 다과류 판매	식당업	게스트하우스 운영	기타	
전체		(174)	25.9	16.7	4.0	2.3	53.4	
지역	경기	이천	(21)	28.6	0.0	4.8	9.5	66.7
		여주	(17)	23.5	0.0	5.9	0.0	70.6
		광주	(6)	16.7	0.0	33.3	0.0	50.0
		김포/파주/ 고양	(9)	0.0	44.4	0.0	0.0	55.6
		용인/안성	(6)	16.7	50.0	0.0	0.0	33.3
		동북부	(10)	0.0	30.0	0.0	0.0	70.0
		서남부	(21)	14.3	28.6	0.0	0.0	57.1
	경남	김해	(3)	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0
		기타	(4)	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0
	경북	경주	(11)	72.7	9.1	0.0	0.0	27.3
		기타	(13)	30.8	7.7	0.0	15.4	46.2
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(5)	60.0	20.0	0.0	0.0	20.0
		기타	(6)	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3
		제주	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		전북	(10)	50.0	10.0	0.0	0.0	40.0
		부산	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		서울	(7)	0.0	14.3	0.0	0.0	85.7
		울산	(3)	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7
		인천	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
		대구	(3)	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7
	충남	(8)	37.5	37.5	0.0	0.0	25.0	
	충북	(3)	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	
	강원	(3)	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	
매출액	2000만원 미만	(44)	29.5	11.4	2.3	4.5	54.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(60)	33.3	13.3	5.0	1.7	46.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(15)	13.3	13.3	6.7	6.7	66.7	
	1억원 이상	(55)	18.2	25.5	3.6	0.0	56.4	
종사자	1명	(84)	19.0	14.3	4.8	2.4	59.5	
	2명	(58)	32.8	17.2	5.2	3.4	46.6	
	3명	(19)	26.3	15.8	0.0	0.0	57.9	
	4~5명	(6)	50.0	50.0	0.0	0.0	16.7	
	6명 이상	(7)	28.6	14.3	0.0	0.0	57.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(27)	44.4	11.1	3.7	7.4	44.4	
	생활 자기	(92)	29.3	20.7	4.3	2.2	44.6	
	현대 작품 도자	(32)	15.6	9.4	3.1	0.0	71.9	
	기타	(23)	4.3	17.4	4.3	0.0	73.9	

<표 6-77> 요장 면적 현황

(단위 : 평)

구 분		응답자수	작업시설	전시/판매시설	체험교육시설	비도자분야 시설	전체 면적	
전체		(1363)	85.3	15.7	6.0	6.8	113.9	
지역	경기	이천	(258)	54.0	18.9	4.5	3.1	80.5
		여주	(236)	102.9	11.6	0.8	5.2	120.6
		광주	(44)	57.3	12.1	1.7	0.5	71.6
		김포/파주/ 고양	(43)	38.3	9.6	9.3	2.0	59.1
		용인/안성	(36)	59.9	13.3	3.3	3.7	80.2
		동북부	(37)	79.1	15.8	4.1	6.6	105.5
		서남부	(103)	31.9	7.5	4.9	2.1	46.5
	경남	김해	(46)	43.8	11.9	4.7	1.5	61.8
		기타	(53)	100.7	22.6	10.5	0.2	133.9
	경북	경주	(33)	116.6	34.6	10.5	2.7	164.3
		기타	(61)	76.6	27.9	13.1	52.5	170.2
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	384.8	22.7	2.3	43.0	452.7
		기타	(35)	110.8	15.9	9.0	3.9	139.6
		제주	(13)	55.2	39.4	28.7	0.0	123.3
		광주	(15)	37.3	12.9	11.3	68.0	129.5
		전북	(39)	123.3	19.0	11.5	0.0	153.8
		부산	(33)	36.3	13.2	2.9	0.0	52.4
		서울	(72)	22.0	2.9	1.1	0.2	26.2
		울산	(26)	81.2	28.5	18.2	1.6	129.5
		인천	(17)	26.9	3.7	7.4	2.4	40.4
		대구	(12)	177.9	11.1	11.7	0.0	200.7
		충남	(48)	245.0	26.9	12.7	0.5	285.1
		충북	(27)	68.3	14.9	22.8	0.0	106.0
	대전	(12)	37.7	5.5	7.9	0.0	51.1	
	강원	(20)	60.2	5.8	4.5	1.0	71.4	
매출액	2000만원 미만	(273)	45.7	9.8	4.1	1.4	61.0	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	56.2	12.6	6.6	8.5	84.0	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	71.7	17.2	7.4	3.2	99.6	
	1억원 이상	(391)	154.5	22.4	5.9	11.1	194.0	
종사자	1명	(627)	50.7	10.3	4.3	6.6	71.9	
	2명	(439)	57.6	16.9	7.6	2.4	84.6	
	3명	(153)	108.5	22.8	9.3	3.9	144.6	
	4~5명	(78)	190.2	27.8	7.3	9.3	234.6	
	6명 이상	(66)	420.4	28.9	2.7	42.1	494.1	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	101.5	25.2	9.7	3.5	139.9	
	생활 자기	(689)	84.3	15.0	5.7	8.9	113.9	
	현대 작품 도자	(233)	74.0	12.2	4.4	6.3	96.9	
	기타	(188)	81.1	10.2	4.3	4.2	99.8	

<표 6-78> 요장 면적 비율

(단위 : %)

구 분		응답자수	작업시설	전시/판매시설	체험교육시설	비 도자분야 시설	
전체		(1363)	60.4	12.5	3.6	1.8	
지역	경기	이천	(258)	60.5	16.7	2.2	1.4
		여주	(236)	58.7	5.6	0.6	2.1
		광주	(44)	62.8	12.2	1.7	0.9
		김포/파주/ 고양	(43)	57.3	8.9	6.8	1.5
		용인/안성	(36)	66.3	13.4	3.4	3.0
		동북부	(37)	62.5	11.8	4.0	2.8
		서남부	(103)	66.2	11.2	5.2	2.0
	경남	김해	(46)	55.0	10.5	3.5	2.8
		기타	(53)	58.5	18.9	5.4	0.2
	경북	경주	(33)	47.5	27.9	7.2	2.2
		기타	(61)	44.1	20.2	6.0	6.7
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	84.3	11.2	1.4	3.2
		기타	(35)	43.8	8.0	2.7	2.7
		제주	(13)	40.6	15.4	5.5	0.0
		광주	(15)	62.8	14.0	3.0	6.9
		전북	(39)	49.9	10.6	8.7	0.0
		부산	(33)	70.2	14.5	3.5	0.0
		서울	(72)	70.2	9.5	1.5	0.6
		울산	(26)	51.7	22.4	5.5	1.1
		인천	(17)	40.3	9.4	7.1	2.1
	대구	(12)	73.3	9.2	0.8	0.0	
	충남	(48)	69.6	11.1	6.5	0.3	
	충북	(27)	60.8	13.6	10.8	0.0	
	대전	(12)	75.1	9.7	6.9	0.0	
	강원	(20)	70.5	6.1	8.5	0.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	63.6	11.9	3.8	0.9	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	59.8	12.5	4.1	1.8	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	56.9	12.4	3.3	1.8	
	1억원 이상	(391)	61.2	12.9	3.1	2.4	
종사자	1명	(627)	64.7	11.0	3.1	1.2	
	2명	(439)	56.6	15.0	4.5	2.2	
	3명	(153)	52.6	13.5	3.8	1.8	
	4~5명	(78)	54.8	10.8	3.9	3.5	
	6명 이상	(66)	69.7	8.8	0.7	2.6	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	56.9	18.4	4.7	1.9	
	생활 자기	(689)	58.7	12.2	3.6	1.6	
	현대 작품 도자	(233)	68.6	10.1	2.7	1.7	
	기타	(188)	61.3	8.4	3.5	2.3	

<표 6-79> 최근 2개년 매출액 현황

(단위 : 백만원)

구 분		응답자수	2017년 매출액 합계	2017년 매출액 평균	2018년 매출액 합계	2018년 매출액 평균	
전체		(1363)	158,032.0	115.9	157,139.0	115.3	
지역	경기	이천	(258)	19,385.0	75.1	19,247.0	74.6
		여주	(236)	30,300.0	128.4	29,145.0	123.5
		광주	(44)	7,977.0	181.3	7,793.0	177.1
		김포/파주/ 고양	(43)	2,809.0	65.3	2,852.0	66.3
		용인/안성	(36)	2,604.0	72.3	2,635.0	73.2
		동북부	(37)	1,551.0	41.9	1,469.0	39.7
		서남부	(103)	5,719.0	55.5	5,843.0	56.7
	경남	김해	(46)	2,756.0	59.9	2,805.0	61.0
		기타	(53)	7,962.0	150.2	7,877.0	148.6
	경북	경주	(33)	3,081.0	93.4	2,799.0	84.8
		기타	(61)	6,392.0	104.8	6,277.0	102.9
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	27,461.0	624.1	28,443.0	646.4
		기타	(35)	5,261.0	150.3	5,349.0	152.8
		제주	(13)	1,724.0	132.6	1,635.0	125.8
		광주	(15)	1,160.0	77.3	1,556.0	103.7
		전북	(39)	4,404.0	112.9	4,095.0	105.0
		부산	(33)	1,482.0	44.9	1,486.0	45.0
		서울	(72)	3,528.0	49.0	3,530.0	49.0
		울산	(26)	1,174.0	45.2	1,121.0	43.1
		인천	(17)	858.0	50.5	865.0	50.9
		대구	(12)	852.0	71.0	933.0	77.8
		충남	(48)	15,747.0	328.1	15,639.0	325.8
		충북	(27)	1,610.0	59.6	1,568.0	58.1
	대전	(12)	1,282.0	106.8	1,235.0	102.9	
	강원	(20)	953.0	47.7	942.0	47.1	
매출액	2000만원 미만	(273)	3,576.0	13.1	2,598.0	9.5	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	13,566.0	31.0	12,946.0	29.6	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	16,790.0	64.3	16,247.0	62.2	
	1억원 이상	(391)	124,100.0	317.4	125,348.0	320.6	
종사자	1명	(627)	29,589.0	47.2	28,719.0	45.8	
	2명	(439)	28,963.0	66.0	28,124.0	64.1	
	3명	(153)	20,765.0	135.7	19,791.0	129.4	
	4~5명	(78)	17,354.0	222.5	16,617.0	213.0	
	6명 이상	(66)	61,361.0	929.7	63,888.0	968.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	20,108.0	79.5	19,815.0	78.3	
	생활 자기	(689)	102,277.0	148.4	101,873.0	147.9	
	현대 작품 도자	(233)	20,615.0	88.5	20,067.0	86.1	
	기타	(188)	15,032.0	80.0	15,384.0	81.8	

<표 6-80> 2018년 매출액 구성 비율 평균

(단위 : %)

구 분		응답자수	도자기 생산/ 판매	다른 도예가 작품 판매	도자 체험교실	도자 재료판매	겸업	강의	기타	
전체		(1363)	77.2	0.4	9.3	0.3	5.4	8.7	0.5	
지역	경기	이천	(258)	91.6	0.3	3.2	0.0	3.5	1.9	0.0
		여주	(236)	93.5	0.6	1.3	0.6	2.3	1.4	1.3
		광주	(44)	81.6	2.0	5.7	0.0	6.6	5.3	0.0
		김포/파주/ 고양	(43)	61.5	0.0	13.9	0.0	4.9	21.0	0.1
		용인/안성	(36)	73.0	0.0	7.8	0.0	8.0	9.6	2.4
		동북부	(37)	52.7	0.0	17.6	0.0	12.3	19.0	0.0
		서남부	(103)	57.2	0.5	21.0	0.0	8.8	13.0	0.0
	경남	김해	(46)	93.9	0.2	1.8	0.0	0.9	2.2	1.5
		기타	(53)	78.8	0.4	11.6	0.1	3.1	6.4	0.0
	경북	경주	(33)	67.1	2.4	4.0	3.0	22.7	1.7	0.0
		기타	(61)	74.5	0.0	11.3	0.0	7.0	9.4	0.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	81.7	0.0	7.3	0.0	5.2	9.1	0.0
		기타	(35)	68.7	0.0	13.1	0.0	11.1	6.0	1.5
		제주	(13)	50.4	0.0	26.9	0.0	13.5	5.4	3.8
		광주	(15)	66.0	0.0	11.7	0.0	0.0	22.3	0.0
		전북	(39)	69.0	0.0	15.8	0.1	7.2	7.7	0.2
		부산	(33)	60.4	0.6	16.5	2.4	2.7	17.9	0.0
		서울	(72)	59.2	0.0	16.3	0.0	6.5	17.9	0.7
		울산	(26)	81.2	0.0	8.5	1.2	5.0	4.0	0.4
		인천	(17)	63.4	0.0	17.5	0.0	1.2	19.1	0.0
		대구	(12)	57.5	0.0	27.9	0.0	11.7	3.2	0.0
		충남	(48)	75.1	0.1	15.3	1.9	2.6	5.2	0.0
		충북	(27)	65.6	0.0	13.1	0.0	5.7	16.8	0.0
		대전	(12)	54.0	0.8	15.8	0.0	0.0	29.3	0.0
		강원	(20)	52.3	0.0	13.3	0.0	9.0	25.5	0.0
	매출액	2000만원 미만	(273)	72.4	0.0	9.3	0.4	6.4	11.9	1.4
2000만원~ 5000만원 미만		(438)	73.1	0.1	12.2	0.2	5.5	11.1	0.0	
5000만원~ 1억원 미만		(261)	84.5	0.7	7.1	0.2	2.1	6.5	0.3	
1억원 이상		(391)	80.3	0.8	7.4	0.5	6.8	5.1	0.4	
종사자	1명	(627)	72.0	0.1	10.4	0.3	6.5	11.7	0.6	
	2명	(439)	78.3	0.3	10.0	0.4	4.9	7.6	0.3	
	3명	(153)	83.4	1.0	6.6	0.2	4.7	5.0	0.5	
	4~5명	(78)	92.0	0.2	4.3	0.1	2.6	1.1	0.0	
	6명 이상	(66)	86.8	2.1	5.6	1.4	3.7	0.6	0.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	82.6	0.2	7.6	0.1	4.6	6.0	0.1	
	생활 자기	(689)	76.5	0.6	9.7	0.2	5.4	9.3	0.2	
	현대 작품 도자	(233)	73.6	0.3	10.4	0.8	6.5	9.1	0.5	
	기타	(188)	76.9	0.0	8.6	0.5	4.9	9.8	1.9	

<표 6-81> 협회/단체 가입 현황

(단위 : %)

구 분		응답자수	협회	협동조합	동문회	동호회	온라인 커뮤니티	가입단체 없음	
전체		(1363)	49.1	32.4	15.6	7.9	7.3	29.8	
지역	경기	이천	(258)	43.4	55.4	16.3	7.8	3.9	24.8
		여주	(236)	20.8	46.2	5.9	5.1	1.3	39.4
		광주	(44)	59.1	63.6	9.1	4.5	9.1	11.4
		김포/파주/ 고양	(43)	53.5	16.3	20.9	7.0	9.3	27.9
		용인/안성	(36)	44.4	11.1	16.7	13.9	5.6	47.2
		동북부	(37)	62.2	10.8	27.0	10.8	5.4	24.3
		서남부	(103)	52.4	3.9	21.4	9.7	5.8	34.0
	경남	김해	(46)	95.7	43.5	19.6	15.2	0.0	4.3
		기타	(53)	47.2	17.0	11.3	3.8	9.4	41.5
	경북	경주	(33)	75.8	6.1	0.0	0.0	3.0	21.2
		기타	(61)	78.7	31.1	8.2	4.9	1.6	18.0
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	59.1	43.2	6.8	2.3	2.3	29.5
		기타	(35)	42.9	8.6	11.4	8.6	8.6	51.4
		제주	(13)	38.5	15.4	7.7	7.7	0.0	53.8
		광주	(15)	73.3	13.3	13.3	13.3	20.0	13.3
		전북	(39)	56.4	30.8	20.5	10.3	10.3	33.3
		부산	(33)	51.5	24.2	33.3	21.2	21.2	21.2
		서울	(72)	54.2	5.6	34.7	5.6	22.2	26.4
		울산	(26)	57.7	30.8	15.4	3.8	15.4	26.9
		인천	(17)	41.2	0.0	11.8	5.9	23.5	47.1
	대구	(12)	58.3	25.0	16.7	25.0	8.3	25.0	
	충남	(48)	39.6	20.8	14.6	10.4	6.3	47.9	
	충북	(27)	66.7	33.3	37.0	22.2	33.3	14.8	
	대전	(12)	91.7	58.3	41.7	8.3	16.7	0.0	
	강원	(20)	60.0	30.0	10.0	0.0	20.0	25.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	49.5	19.0	13.6	6.6	5.9	33.3	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	54.3	33.1	18.9	8.7	8.4	22.6	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	50.2	45.2	17.2	7.7	8.8	28.0	
	1억원 이상	(391)	42.2	32.5	12.3	7.9	5.9	36.6	
종사자	1명	(627)	51.8	25.2	17.7	8.0	8.6	28.5	
	2명	(439)	50.3	39.6	13.9	9.1	6.8	26.9	
	3명	(153)	49.7	41.2	18.3	7.2	7.2	30.1	
	4~5명	(78)	34.6	44.9	11.5	3.8	3.8	35.9	
	6명 이상	(66)	30.3	18.2	6.1	4.5	1.5	53.0	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	58.1	44.7	11.1	5.1	5.1	24.1	
	생활 자기	(689)	48.9	31.8	16.8	8.1	7.5	28.7	
	현대 작품 도자	(233)	51.1	22.7	21.0	9.9	6.9	33.9	
	기타	(188)	35.1	30.3	10.6	8.0	9.6	36.2	

<표 6-82> 협회/단체 가입 주된 목적 - 1순위

(단위 : %)

구분	응답자수	정보 교류	축제/전시회/공모전 등 기획/주최	조합원 단합/권익 도모	홍보	공동 판매 및 공동의 추	유통 개척	시설 동 확보	정책금/은행과 연결	도자 재료 등 공동 개발 및 공동 구매	교육, 정책 등 의 교류	기타			
전체	(957)	52.6	20.6	12.9	9.0	2.3	1.1	0.3	0.3	0.2	0.1	0.6			
지역	경기	이천	(194)	45.9	28.9	8.8	5.7	5.7	2.1	1.5	0.5	0.5	0.0	0.5	
		여주	(143)	49.7	18.9	17.5	11.2	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7
		광주	(39)	64.1	17.9	7.7	5.1	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/고양	(31)	48.4	22.6	22.6	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		용인/안성	(19)	63.2	10.5	10.5	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0
		동북부	(28)	42.9	28.6	10.7	14.3	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경남	서남부	(68)	63.2	14.7	10.3	8.8	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
		김해	(44)	36.4	36.4	22.7	2.3	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	경북	기타	(31)	54.8	19.4	16.1	9.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		경주	(26)	26.9	19.2	19.2	26.9	0.0	0.0	0.0	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0
	전남	기타	(50)	52.0	22.0	8.0	10.0	6.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		강진/무안/영암/목포	(31)	54.8	9.7	3.2	32.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역	기타	(17)	58.8	17.6	11.8	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(6)	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(13)	69.2	7.7	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(26)	61.5	23.1	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(26)	38.5	19.2	26.9	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		서울	(53)	66.0	15.1	5.7	9.4	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		울산	(19)	47.4	15.8	31.6	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		인천	(9)	66.7	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
		대구	(9)	33.3	44.4	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
충남		(25)	68.0	8.0	12.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	
충북		(23)	65.2	8.7	26.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
대전		(12)	58.3	8.3	16.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
강원		(15)	80.0	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	
매출액		2000만원 미만	(182)	60.4	19.8	7.7	7.7	3.3	0.5	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	2000만원~5000만원 미만	(339)	43.7	24.2	15.6	10.0	2.4	1.8	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	1.2	
	5000만원~1억원 미만	(188)	53.7	20.2	10.6	10.6	2.7	1.6	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	1억원 이상	(248)	58.1	16.5	14.5	7.3	1.2	0.4	0.0	0.0	0.8	0.4	0.8		
종사자	1명	(448)	56.3	20.1	12.1	8.3	1.3	1.1	0.0	0.2	0.2	0.0	0.4		
	2명	(321)	44.5	23.7	15.6	9.0	3.4	1.6	0.6	0.6	0.0	0.0	0.9		
	3명	(107)	56.1	20.6	9.3	8.4	3.7	0.0	0.9	0.0	0.0	0.9	0.0		
	4~5명	(50)	52.0	14.0	18.0	14.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	6명 이상	(31)	71.0	6.5	0.0	12.9	0.0	3.2	0.0	0.0	3.2	0.0	3.2		
생산품별	전통 도자 작품	(192)	52.1	23.4	13.0	7.8	1.0	0.5	0.0	0.5	0.0	0.0	1.6		
	생활 자기	(491)	50.7	19.1	13.0	10.4	2.9	2.0	0.2	0.4	0.4	0.2	0.6		
	현대 작품 도자	(154)	54.5	23.4	13.0	7.1	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	기타	(120)	58.3	18.3	11.7	7.5	2.5	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0		

<표 6-83> 협회/단체 가입 주된 목적 - 1+2순위

(단위 : %)

구분	응답자수	정보교류	축제/전시회/공모전 등 기획/주최	홍보	조합원 단합/권익도모	공동구매 및 공동의 추구	유통개척	교육, 청회 등 견류	정책자문/행과 연결	시설동 확보	도자재료 등 공동개발 및 공동구매	기타		
전체	(957)	73.5	45.4	27.1	26.5	7.3	6.8	2.4	1.9	1.1	0.8	0.8		
지역	경기	이천	(194)	62.4	55.2	20.6	24.7	13.9	5.7	2.1	2.6	3.6	1.5	1.0
		여주	(143)	65.0	39.2	25.2	38.5	7.0	14.7	2.1	1.4	0.0	1.4	0.7
		광주	(39)	82.1	33.3	35.9	23.1	10.3	2.6	2.6	5.1	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/고양	(31)	74.2	35.5	29.0	25.8	3.2	9.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		용인/안성	(19)	84.2	26.3	26.3	21.1	0.0	5.3	15.8	5.3	0.0	5.3	0.0
		동북부	(28)	67.9	60.7	32.1	21.4	3.6	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	경남	서남부	(68)	85.3	48.5	17.6	23.5	4.4	4.4	0.0	1.5	0.0	0.0	2.9
		김해	(44)	86.4	45.5	6.8	34.1	6.8	11.4	0.0	0.0	6.8	0.0	0.0
	경북	기타	(31)	77.4	45.2	29.0	35.5	6.5	3.2	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0
		경주	(26)	57.7	34.6	34.6	34.6	3.8	7.7	7.7	11.5	3.8	3.8	0.0
	전남	기타	(50)	70.0	46.0	30.0	20.0	12.0	14.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0
		강진/무안/영암/목포	(31)	64.5	61.3	58.1	12.9	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	지역	기타	(17)	94.1	29.4	47.1	17.6	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		제주	(6)	100.0	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(13)	84.6	23.1	53.8	15.4	7.7	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(26)	80.8	46.2	46.2	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
		부산	(26)	65.4	30.8	23.1	50.0	11.5	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		서울	(53)	84.9	54.7	34.0	11.3	3.8	1.9	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0
		울산	(19)	78.9	47.4	15.8	36.8	5.3	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0
		인천	(9)	88.9	44.4	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
대구		(9)	44.4	55.6	22.2	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	
충남		(25)	80.0	52.0	28.0	20.0	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	
충북		(23)	87.0	39.1	30.4	39.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
대전		(12)	100.0	8.3	33.3	33.3	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
강원		(15)	93.3	40.0	26.7	0.0	0.0	6.7	6.7	13.3	0.0	0.0	6.7	
매출액	2000만원 미만	(182)	76.9	50.5	30.2	14.8	8.8	5.5	3.3	2.7	0.0	1.1	0.0	
	2000만원~5000만원 미만	(339)	69.3	49.6	24.2	28.9	7.7	6.8	1.8	1.5	1.5	0.6	1.5	
	5000만원~1억원 미만	(188)	73.9	47.3	29.3	25.0	5.9	9.0	2.1	0.5	1.6	0.5	0.5	
	1억원 이상	(248)	76.2	34.3	27.0	33.1	6.9	6.0	2.8	2.8	1.2	1.2	0.8	
종사자	1명	(448)	73.9	47.1	28.8	23.9	6.0	5.4	2.0	2.2	0.4	0.9	0.4	
	2명	(321)	72.0	48.9	24.3	29.3	7.8	6.9	2.5	1.2	1.2	0.6	1.2	
	3명	(107)	75.7	36.4	23.4	30.8	8.4	10.3	3.7	1.9	3.7	0.9	0.9	
	4~5명	(50)	68.0	36.0	28.0	32.0	14.0	8.0	2.0	4.0	2.0	0.0	0.0	
	6명 이상	(31)	83.9	29.0	41.9	12.9	6.5	12.9	3.2	0.0	0.0	3.2	3.2	
생산품별	전통 도자 작품	(192)	73.4	50.0	25.0	28.1	4.7	4.7	1.6	1.6	1.0	2.1	2.1	
	생활 자기	(491)	71.5	43.6	27.7	25.1	9.0	8.6	2.9	2.4	1.2	0.8	0.6	
	현대 작품 도자	(154)	76.0	48.1	27.3	29.2	6.5	3.9	2.6	0.0	0.6	0.0	0.6	
	기타	(120)	78.3	41.7	27.5	26.7	5.8	6.7	1.7	2.5	1.7	0.0	0.0	

<표 6-84> 지자체와의 협력교류사업 등의 행사 참여 경험

(단위 : %, 회)

구 분		응답자수	참여 경험이 있다	참여 경험이 없다	참여 평균	
전체		(1363)	34.2	65.8	1.9	
지역	경기	이천	(258)	49.2	50.8	3.4
		여주	(236)	17.4	82.6	0.8
		광주	(44)	59.1	40.9	2.9
		김포/파주/ 고양	(43)	4.7	95.3	0.3
		용인/안성	(36)	19.4	80.6	0.5
		동북부	(37)	21.6	78.4	0.8
		서남부	(103)	28.2	71.8	0.8
	경남	김해	(46)	87.0	13.0	8.5
		기타	(53)	35.8	64.2	1.2
	경북	경주	(33)	42.4	57.6	1.8
		기타	(61)	54.1	45.9	4.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	63.6	36.4	3.0
		기타	(35)	28.6	71.4	2.6
		제주	(13)	30.8	69.2	2.6
		광주	(15)	6.7	93.3	0.1
		전북	(39)	23.1	76.9	0.6
		부산	(33)	33.3	66.7	0.8
		서울	(72)	6.9	93.1	0.2
		울산	(26)	38.5	61.5	1.1
		인천	(17)	17.6	82.4	0.3
		대구	(12)	33.3	66.7	0.7
		충남	(48)	25.0	75.0	0.5
	충북	(27)	40.7	59.3	0.7	
	대전	(12)	41.7	58.3	0.7	
	강원	(20)	35.0	65.0	1.2	
매출액	2000만원 미만	(273)	26.7	73.3	1.1	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	40.0	60.0	2.3	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	43.3	56.7	2.5	
	1억원 이상	(391)	26.9	73.1	1.6	
종사자	1명	(627)	30.0	70.0	1.5	
	2명	(439)	44.4	55.6	2.6	
	3명	(153)	38.6	61.4	2.5	
	4~5명	(78)	21.8	78.2	1.5	
	6명 이상	(66)	10.6	89.4	0.2	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	46.2	53.8	2.9	
	생활 자기	(689)	35.6	64.4	2.0	
	현대 작품 도자	(233)	24.9	75.1	0.9	
	기타	(188)	24.5	75.5	1.3	

<표 6-85> 지자체와의 협력사업 필요도

(단위 : % 점)

구분	응답지수	매우 필요 하다 ①	필요 하다 ②	그저 그렇 다 ③	필요 하지 않다 ④	전혀 필요 하지 않다 ⑤	①+②	③	④+⑤	5점 평균	100점 평균		
전체	(1363)	23.5	54.7	12.5	8.2	1.1	78.2	12.5	9.3	3.9	72.8		
지역	경기	이천	(258)	36.0	43.4	12.0	7.0	1.6	79.5	12.0	8.5	4.1	76.4
		여주	(236)	18.6	55.1	12.3	11.0	3.0	73.7	12.3	14.0	3.8	68.9
		광주	(44)	47.7	40.9	11.4	0.0	0.0	88.6	11.4	0.0	4.4	84.1
		김포/파주/ 고양	(43)	11.6	55.8	25.6	7.0	0.0	67.4	25.6	7.0	3.7	68.0
		용인/안성	(36)	16.7	44.4	25.0	13.9	0.0	61.1	25.0	13.9	3.6	66.0
		동북부	(37)	18.9	59.5	16.2	5.4	0.0	78.4	16.2	5.4	3.9	73.0
	경남	서남부	(103)	15.5	61.2	13.6	9.7	0.0	76.7	13.6	9.7	3.8	70.6
		김해	(46)	39.1	54.3	6.5	0.0	0.0	93.5	6.5	0.0	4.3	83.2
	경북	기타	(53)	18.9	49.1	18.9	13.2	0.0	67.9	18.9	13.2	3.7	68.4
		경주	(33)	21.2	60.6	12.1	6.1	0.0	81.8	12.1	6.1	4.0	74.2
	전남	기타	(61)	26.2	65.6	6.6	1.6	0.0	91.8	6.6	1.6	4.2	79.1
		강진/무안/ 영암/목포	(44)	43.2	38.6	9.1	2.3	6.8	81.8	9.1	9.1	4.1	77.3
	지역	기타	(35)	17.1	62.9	8.6	11.4	0.0	80.0	8.6	11.4	3.9	71.4
		제주	(13)	15.4	61.5	7.7	15.4	0.0	76.9	7.7	15.4	3.8	69.2
		광주	(15)	20.0	60.0	13.3	6.7	0.0	80.0	13.3	6.7	3.9	73.3
		전북	(39)	15.4	51.3	10.3	23.1	0.0	66.7	10.3	23.1	3.6	64.7
		부산	(33)	15.2	54.5	18.2	12.1	0.0	69.7	18.2	12.1	3.7	68.2
		서울	(72)	11.1	76.4	9.7	1.4	1.4	87.5	9.7	2.8	3.9	73.6
		울산	(26)	15.4	61.5	15.4	7.7	0.0	76.9	15.4	7.7	3.8	71.2
		인천	(17)	11.8	52.9	11.8	23.5	0.0	64.7	11.8	23.5	3.5	63.2
대구		(12)	8.3	83.3	8.3	0.0	0.0	91.7	8.3	0.0	4.0	75.0	
충남		(48)	16.7	56.3	10.4	16.7	0.0	72.9	10.4	16.7	3.7	68.2	
충북		(27)	33.3	59.3	3.7	3.7	0.0	92.6	3.7	3.7	4.2	80.6	
대전		(12)	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	4.3	81.3	
강원		(20)	5.0	65.0	25.0	5.0	0.0	70.0	25.0	5.0	3.7	67.5	
매출액		2000만원 미만	(273)	22.3	56.0	16.5	4.8	0.4	78.4	16.5	5.1	4.0	73.8
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	24.2	57.3	12.3	4.8	1.4	81.5	12.3	6.2	4.0	74.5	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	33.3	51.3	6.9	8.0	0.4	84.7	6.9	8.4	4.1	77.3	
	1억원 이상	(391)	16.9	52.9	13.8	14.6	1.8	69.8	13.8	16.4	3.7	67.1	
종사자	1명	(627)	20.3	57.6	13.2	7.7	1.3	77.8	13.2	8.9	3.9	72.0	
	2명	(439)	29.8	52.4	10.5	6.6	0.7	82.2	10.5	7.3	4.0	76.0	
	3명	(153)	28.1	48.4	13.1	9.2	1.3	76.5	13.1	10.5	3.9	73.2	
	4~5명	(78)	14.1	62.8	9.0	12.8	1.3	76.9	9.0	14.1	3.8	68.9	
	6명 이상	(66)	12.1	47.0	22.7	16.7	1.5	59.1	22.7	18.2	3.5	62.9	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	32.4	46.6	12.3	7.5	1.2	79.1	12.3	8.7	4.0	75.4	
	생활 자기	(689)	23.1	56.3	12.0	7.7	0.9	79.4	12.0	8.6	3.9	73.3	
	현대 작품 도자	(233)	19.3	56.2	16.3	7.3	0.9	75.5	16.3	8.2	3.9	71.5	
	기타	(188)	18.1	57.4	10.1	12.2	2.1	75.5	10.1	14.4	3.8	69.3	

<표 6-86> 공예문화산업진흥법 인지도

(단위 : %)

구 분		응답자수	매우 잘 알고 있다	알고 있다	모른다	
전체		(1363)	5.7	28.6	65.7	
지역	경기	이천	(258)	2.7	20.5	76.7
		여주	(236)	3.8	27.5	68.6
		광주	(44)	11.4	29.5	59.1
		김포/파주/ 고양	(43)	2.3	51.2	46.5
		용인/안성	(36)	5.6	27.8	66.7
		동북부	(37)	8.1	27.0	64.9
		서남부	(103)	4.9	27.2	68.0
	경남	김해	(46)	2.2	45.7	52.2
		기타	(53)	5.7	24.5	69.8
	경북	경주	(33)	12.1	60.6	27.3
		기타	(61)	14.8	34.4	50.8
	전남	강진/무안/ 영암/목포	(44)	0.0	36.4	63.6
		기타	(35)	0.0	31.4	68.6
		제주	(13)	15.4	30.8	53.8
		광주	(15)	0.0	40.0	60.0
		전북	(39)	2.6	28.2	69.2
		부산	(33)	6.1	21.2	72.7
		서울	(72)	5.6	23.6	70.8
		울산	(26)	15.4	26.9	57.7
		인천	(17)	17.6	0.0	82.4
		대구	(12)	0.0	25.0	75.0
	충남	(48)	12.5	29.2	58.3	
	충북	(27)	14.8	37.0	48.1	
	대전	(12)	8.3	25.0	66.7	
	강원	(20)	10.0	25.0	65.0	
매출액	2000만원 미만	(273)	5.9	22.3	71.8	
	2000만원~ 5000만원 미만	(438)	4.8	31.5	63.7	
	5000만원~ 1억원 미만	(261)	7.7	28.7	63.6	
	1억원 이상	(391)	5.4	29.7	65.0	
종사자	1명	(627)	5.7	29.5	64.8	
	2명	(439)	5.9	30.8	63.3	
	3명	(153)	8.5	22.2	69.3	
	4~5명	(78)	1.3	21.8	76.9	
	6명 이상	(66)	3.0	28.8	68.2	
생산품 별	전통 도자 작품	(253)	7.9	28.1	64.0	
	생활 자기	(689)	5.5	30.0	64.4	
	현대 작품 도자	(233)	3.9	27.9	68.2	
	기타	(188)	5.9	25.0	69.1	

<표 6-87> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1순위 (1/2)

(단위 : %)

구분	응답자수	홍보, 마케팅 (공동 판매)	도자 소비 활성화를 위한 노력	단체 전시 및 행사원	창작 공간, 작동원	금융/제용원	전통 문화 보호/전원	디자인 보호 및 복제 방지 시스템 마련	도예가 교류	정보 제공		
전체	(1,363)	39.2	14.3	10.0	7.4	7.0	3.2	2.8	2.4	2.3		
지역별	경기	이천	(258)	41.1	15.9	14.3	6.6	5.0	3.1	4.3	1.6	0.8
		여주	(236)	40.7	22.5	5.9	5.5	8.1	1.7	3.0	1.7	1.7
		광주	(44)	43.2	15.9	13.6	0.0	6.8	2.3	4.5	2.3	4.5
		김포/파주/고양	(43)	34.9	14.0	7.0	9.3	7.0	4.7	2.3	4.7	4.7
		용인/안성	(36)	33.3	13.9	5.6	8.3	5.6	2.8	5.6	2.8	0.0
		동북부	(37)	37.8	10.8	18.9	8.1	8.1	2.7	2.7	0.0	2.7
		서남부	(103)	39.8	8.7	9.7	12.6	4.9	3.9	2.9	1.9	3.9
	경남	김해	(46)	39.1	17.4	17.4	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0	2.2
		기타	(53)	39.6	9.4	3.8	13.2	11.3	1.9	1.9	5.7	1.9
	경북	경주	(33)	30.3	15.2	18.2	3.0	3.0	9.1	6.1	3.0	3.0
		기타	(61)	36.1	6.6	9.8	4.9	11.5	4.9	1.6	6.6	3.3
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	68.2	6.8	0.0	6.8	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0
		기타	(35)	34.3	17.1	8.6	2.9	5.7	5.7	0.0	0.0	0.0
	제주	(13)	38.5	23.1	7.7	7.7	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	
	광주	(15)	40.0	6.7	6.7	26.7	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	전북	(39)	41.0	5.1	5.1	2.6	12.8	5.1	0.0	5.1	7.7	
	부산	(33)	36.4	6.1	12.1	18.2	0.0	6.1	3.0	0.0	3.0	
	서울	(72)	38.9	5.6	18.1	13.9	12.5	0.0	1.4	0.0	5.6	
	울산	(26)	30.8	19.2	3.8	0.0	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	
	인천	(17)	35.3	11.8	11.8	0.0	11.8	0.0	0.0	5.9	0.0	
	대구	(12)	33.3	0.0	8.3	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
	충남	(48)	33.3	22.9	4.2	0.0	10.4	6.3	2.1	2.1	4.2	
	충북	(27)	33.3	14.8	14.8	11.1	3.7	7.4	0.0	7.4	0.0	
대전	(12)	25.0	16.7	0.0	16.7	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0		
강원	(20)	25.0	15.0	5.0	5.0	10.0	0.0	10.0	20.0	5.0		
매출액별	2000만원 미만	(273)	34.4	14.7	13.6	8.4	7.3	2.9	3.3	2.6	2.6	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	40.0	11.2	9.8	8.7	7.8	3.0	3.9	2.3	2.7	
	5000만원~1억원 미만	(261)	39.1	16.1	12.3	4.2	5.7	3.1	2.7	2.3	2.3	
종사자 수별	1억원 이상	(391)	41.7	16.4	6.1	7.4	6.9	3.6	1.3	2.6	1.5	
	1명	(627)	37.8	11.5	12.1	9.9	5.4	2.6	3.2	2.4	3.2	
	2명	(439)	40.3	14.1	9.6	5.9	7.7	3.6	3.2	3.0	1.6	
	3명	(153)	34.0	18.3	10.5	5.2	8.5	5.9	1.3	1.3	1.3	
	4~5명	(78)	50.0	23.1	0.0	2.6	12.8	0.0	2.6	0.0	1.3	
생산품별	6명 이상	(66)	43.9	22.7	3.0	4.5	7.6	3.0	0.0	4.5	1.5	
	전통 도자 작품	(253)	34.8	14.2	9.1	7.1	5.5	9.1	1.2	2.0	2.4	
	생활 자기	(689)	42.4	16.0	10.2	4.8	6.1	1.5	3.5	2.8	2.3	
	현대 작품 도자	(233)	30.0	10.7	12.0	15.9	9.0	3.4	2.1	3.0	2.6	
기타	(188)	44.7	12.8	8.0	6.9	10.1	1.1	3.2	1.1	1.6		

<표 6-88> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1순위 (2/2)

(단위 : %)

구 분		응답자수	협력네트워킹, 거버넌스, 포등의 활성화	경쟁력제고에 필요한 전문교육	도자 공모전 개최	도자 후양성 지원	도자 소(집)트 품질 관리	공예산업진흥에 따른 시장조사	명장관리 및 도자 스타가제	원산지 표시 및 제품 인증제도 등 신뢰성 제고	기타	
전체		(1,363)	1.9	1.8	1.0	1.0	0.6	0.4	0.4	0.1	4.2	
지역별	경기	이천	(258)	0.8	0.0	0.4	0.4	0.8	0.8	1.6	0.8	1.9
		여주	(236)	1.7	2.1	0.0	1.3	0.0	0.0	0.4	0.0	3.8
		광주	(44)	2.3	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		김포/파주/고양	(43)	2.3	4.7	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
		용인/안성	(36)	5.6	2.8	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
		동북부	(37)	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	2.7	0.0	0.0	2.7
	경남	서남부	(103)	1.0	1.0	1.0	0.0	1.0	1.9	0.0	0.0	5.8
		김해	(46)	0.0	2.2	2.2	4.3	0.0	2.2	0.0	0.0	4.3
	경북	기타	(53)	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.5
		경주	(33)	6.1	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전남	기타	(61)	3.3	0.0	0.0	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	8.2
		강진/무안/영암/목포	(44)	6.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
	지역별	기타	(35)	2.9	2.9	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
		제주	(13)	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(15)	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(39)	2.6	2.6	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
		부산	(33)	0.0	3.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
		서울	(72)	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4
		울산	(26)	0.0	15.4	3.8	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	7.7
		인천	(17)	5.9	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
대구		(12)	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	
충남		(48)	4.2	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	
충북		(27)	0.0	3.7	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
대전		(12)	0.0	0.0	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
강원		(20)	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
매출액별		2000만원 미만	(273)	1.5	1.8	1.1	1.8	0.7	0.4	0.4	0.0	2.6
	2000만원~5000만원 미만	(438)	1.8	1.6	0.9	0.7	0.5	0.5	0.5	0.2	4.1	
	5000만원~1억원 미만	(261)	1.9	2.3	1.1	1.5	0.8	0.8	0.4	0.4	3.1	
	1억원 이상	(391)	2.3	1.5	1.0	0.5	0.5	0.3	0.3	0.0	6.1	
종사자 수별	1명	(627)	1.9	2.2	0.6	1.1	0.6	0.2	0.3	0.2	4.8	
	2명	(439)	1.6	1.4	2.1	0.5	0.5	0.9	0.5	0.2	3.4	
	3명	(153)	2.0	2.6	0.7	1.3	1.3	0.7	0.7	0.0	4.6	
	4~5명	(78)	2.6	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	
	6명 이상	(66)	3.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	2.0	2.0	1.6	2.4	1.2	0.4	0.4	0.0	4.7	
	생활 자기	(689)	1.9	1.9	1.3	0.7	0.1	0.6	0.3	0.0	3.8	
	현대 작품 도자	(233)	2.1	0.9	0.4	1.3	1.3	0.4	0.4	0.4	3.9	
	기타	(188)	1.6	2.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.5	0.5	5.3	

<표 6-89> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1+2순위 (1/2)

(단위 : %)

구분	응답자수	홍보, 마케팅 (공동 판매)	도자 소비 활성화를 위한 노력	단체 전시 및 행사 지원	창작 공간, 작동원	금융/제용원	전문화 보호 지원	도예 교류	협력네트워킹, 거버넌스, 포럼 등의 활성화	디자인 보호 및 복제 방지 시스템 마련		
전체	(1,363)	55.9	30.0	22.2	14.0	13.3	10.3	8.2	6.1	6.0		
지역별	경기	이천	(258)	58.9	30.6	28.7	14.0	11.2	11.2	6.6	4.3	8.5
		여주	(236)	61.9	50.4	12.7	7.6	14.4	7.6	4.7	7.2	4.2
		광주	(44)	59.1	25.0	22.7	15.9	9.1	4.5	18.2	11.4	9.1
		김포/파주/고양	(43)	44.2	27.9	18.6	18.6	16.3	9.3	14.0	2.3	9.3
		용인/안성	(36)	47.2	22.2	19.4	16.7	13.9	19.4	8.3	5.6	5.6
		동북부	(37)	59.5	18.9	29.7	21.6	18.9	5.4	10.8	5.4	8.1
		서남부	(103)	51.5	19.4	30.1	22.3	8.7	11.7	4.9	2.9	7.8
	경남	김해	(46)	56.5	34.8	32.6	15.2	6.5	8.7	2.2	0.0	0.0
		기타	(53)	47.2	22.6	13.2	20.8	18.9	9.4	7.5	3.8	7.5
	경북	경주	(33)	54.5	27.3	27.3	3.0	3.0	18.2	12.1	18.2	6.1
		기타	(61)	55.7	13.1	21.3	9.8	13.1	16.4	18.0	11.5	3.3
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	86.4	31.8	15.9	9.1	2.3	0.0	9.1	22.7	4.5
		기타	(35)	45.7	31.4	25.7	5.7	8.6	14.3	5.7	2.9	5.7
		제주	(13)	61.5	23.1	23.1	15.4	15.4	7.7	23.1	7.7	0.0
		광주	(15)	60.0	13.3	20.0	33.3	13.3	20.0	20.0	13.3	0.0
		전북	(39)	53.8	23.1	15.4	2.6	17.9	7.7	10.3	5.1	5.1
		부산	(33)	48.5	18.2	18.2	24.2	15.2	12.1	12.1	6.1	6.1
		서울	(72)	52.8	16.7	30.6	25.0	20.8	6.9	4.2	4.2	5.6
		울산	(26)	50.0	30.8	7.7	11.5	19.2	15.4	7.7	0.0	3.8
		인천	(17)	47.1	35.3	29.4	0.0	17.6	5.9	17.6	5.9	5.9
		대구	(12)	58.3	25.0	25.0	25.0	16.7	25.0	0.0	0.0	0.0
	충남	(48)	52.1	37.5	18.8	8.3	18.8	8.3	8.3	8.3	4.2	
	충북	(27)	51.9	25.9	22.2	11.1	18.5	22.2	7.4	0.0	3.7	
	대전	(12)	33.3	33.3	33.3	16.7	16.7	8.3	0.0	0.0	16.7	
	강원	(20)	35.0	25.0	15.0	25.0	15.0	5.0	20.0	5.0	10.0	
매출액별	2000만원 미만	(273)	52.7	25.6	28.9	16.5	13.6	9.5	10.6	7.0	5.5	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	57.8	26.9	24.7	13.7	14.2	9.1	6.2	4.6	8.2	
	5000만원~1억원 미만	(261)	55.9	32.6	25.3	9.6	13.4	10.0	8.8	6.5	4.6	
종사자 수별	1억원 이상	(391)	56.0	34.8	12.8	15.6	12.0	12.3	8.4	6.9	4.9	
	1명	(627)	53.6	23.8	27.3	18.7	10.7	9.4	9.4	5.3	6.2	
	2명	(439)	57.4	30.5	21.6	11.2	15.5	10.7	8.7	6.2	7.1	
	3명	(153)	54.2	33.3	19.0	9.8	14.4	12.4	5.9	7.8	4.6	
	4~5명	(78)	66.7	50.0	3.8	6.4	17.9	12.8	2.6	7.7	5.1	
	6명 이상	(66)	59.1	54.5	7.6	7.6	15.2	7.6	6.1	7.6	1.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	53.8	27.3	20.6	10.7	11.5	21.3	6.7	7.5	5.1	
	생활 자기	(689)	58.8	32.9	24.2	11.5	13.4	5.8	9.0	5.4	6.8	
	현대 작품 도자	(233)	46.8	23.2	21.5	22.3	13.3	15.0	9.0	6.0	5.6	
	기타	(188)	59.6	31.4	18.1	17.6	15.4	5.9	6.4	6.9	4.8	

<표 6-90> 도자재단 및 정부의 도자산업 육성을 위한 역할 - 1+2순위 (2/2)

(단위 : %)

구 분		응답자수	경쟁력 제고에 필요한 전문 교육	정보 제공	도자 후양성 지원	도자 공모전 개최	도자 소지(점토) 품질 관리	명장 관리 및 도자 스타가 제도	공예·문화산업진흥법에 따른 실태조사	원산지 표시 및 품질 제고 인증·신뢰성 제고	기타	
전체		(1,363)	4.3	4.1	3.6	3.4	2.3	1.3	1.2	0.7	6.2	
지역별	경기	이천	(258)	1.9	1.6	3.5	2.3	3.1	4.3	1.2	0.8	2.7
		여주	(236)	5.5	5.1	3.4	1.7	0.8	0.8	1.3	0.8	5.5
		광주	(44)	0.0	9.1	6.8	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	2.3
		김포/과주/고양	(43)	9.3	9.3	2.3	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7
		용인/안성	(36)	8.3	2.8	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
		동북부	(37)	0.0	2.7	2.7	2.7	0.0	0.0	5.4	0.0	2.7
		서남부	(103)	3.9	5.8	2.9	4.9	1.9	0.0	1.9	1.9	6.8
	경남	김해	(46)	4.3	4.3	8.7	6.5	2.2	0.0	6.5	0.0	10.9
		기타	(53)	5.7	3.8	3.8	0.0	5.7	1.9	0.0	1.9	9.4
	경북	경주	(33)	0.0	3.0	3.0	9.1	6.1	3.0	3.0	0.0	3.0
		기타	(61)	1.6	3.3	3.3	6.6	3.3	1.6	0.0	0.0	11.5
	전남	강진/무안/영암/목포	(44)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	11.4
		기타	(35)	8.6	2.9	5.7	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
		제주	(13)	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		광주	(15)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		전북	(39)	2.6	10.3	5.1	0.0	5.1	2.6	0.0	2.6	7.7
		부산	(33)	3.0	6.1	6.1	3.0	3.0	0.0	0.0	3.0	12.1
		서울	(72)	4.2	8.3	2.8	2.8	2.8	0.0	1.4	0.0	5.6
		울산	(26)	15.4	0.0	7.7	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0	7.7
		인천	(17)	17.6	0.0	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구	(12)	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	
	충남	(48)	8.3	6.3	2.1	2.1	2.1	0.0	4.2	0.0	6.3	
	충북	(27)	3.7	0.0	3.7	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	7.4	
	대전	(12)	8.3	0.0	8.3	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	강원	(20)	5.0	5.0	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	5.0	15.0	
매출액별	2000만원 미만	(273)	4.0	3.7	4.0	3.3	2.2	0.4	1.1	0.4	4.0	
	2000만원~5000만원 미만	(438)	5.7	5.5	3.2	4.1	1.6	1.1	1.1	0.7	6.6	
	5000만원~1억원 미만	(261)	3.8	3.8	3.8	2.3	2.7	1.9	1.5	1.5	5.0	
	1억원 이상	(391)	3.1	3.1	3.6	3.3	3.1	1.8	1.3	0.5	7.9	
종사자 수별	1명	(627)	4.8	5.1	3.3	2.9	2.6	0.6	0.6	0.6	7.0	
	2명	(439)	4.6	3.2	2.7	4.8	1.6	1.4	1.4	0.9	5.2	
	3명	(153)	3.3	3.3	4.6	2.6	3.9	4.6	2.6	0.7	7.2	
	4~5명	(78)	3.8	2.6	3.8	0.0	2.6	1.3	2.6	1.3	3.8	
	6명 이상	(66)	0.0	4.5	9.1	4.5	1.5	0.0	1.5	0.0	4.5	
생산품별	전통 도자 작품	(253)	3.2	4.0	5.5	2.4	4.0	2.8	0.4	1.2	6.7	
	생활 자기	(689)	3.9	4.2	3.2	4.1	1.9	0.9	1.9	0.4	5.7	
	현대 작품 도자	(233)	4.3	3.9	4.3	1.7	2.1	1.3	1.3	1.3	6.4	
	기타	(188)	6.9	4.3	1.6	4.3	2.1	1.1	0.0	0.5	6.9	

2018 도자센서스 설문조사에 귀한 시간 내주셔서 깊이 감사드립니다.
 우리 한국도자재단은 이 조사를 통해 우리나라 도자문화산업 전반 상황을 파악하고,
 경쟁력 향상과 지속 발전의 토대를 갖추도록 노력하고자 합니다.
 귀하의 의견이 소중히 활용될 수 있도록 적극 협조를 부탁드립니다.

주관 : (재)한국도자재단
조사 : (주)메가리서치 이승민 대리
TEL : 02-3447-6259, Fax : 02-6455-2901

※ 통계법 13조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

I. 일반현황

대표자	대표자 성명		대표자의 아호		요장명	
	대표자 연령	만 _____세		대표자 성별	① 남 ② 여	
	대표자 핸드폰 번호	01 - -		대표자 도예 입문년도	_____년	
요장	요장 전화번호	() -		요장 설립년도	_____년	
	사업자 등록번호			사업자 유형	① 개인 ② 법인	
	요장 주소					
	요장 홈페이지 주소	http://		이메일 주소	@	
응답자	응답자 성명		대표자와의 관계		응답자 핸드폰 번호	01 - -

* 모든 설문문항의 응답은 “2018년 현재 기준”으로 응답해 주세요.

II. 인력 활용

 문1. 귀 요장에는 “사업자등록증”을 가지고 있는 도예가가 몇 분이나 계십니까? ()명

 → “사업자등록증”을 가진 분들은 각각 별도의 설문지를 작성해 주세요.

 문1-1. 귀 요장에는 “사업자 등록증”은 없으면서 종업원이 아닌 도자기를 만드는 “프리랜서 작가” 분은 계십니까?

① 예 (몇 분이나 되십니까? _____명) ② 아니오.

 문2. 귀 요장에서 종사하는 사람은 총 몇 분입니까? (대표자 포함, 기술실습생 포함) ()명

 문2-1. 현재 요장에서 종사하는 사람 중 유급 종사자와 무급 종사자(가족)는 각각 몇 분입니까?

‘기술 실습생’ : 잔업무를 하면서 기술을 배우는 직원으로 급여를 받으면 유급, 안 받으면 무급으로 넣어주세요.

구분	전체 종사자(대표자 포함)	유급 종사자	무급 종사자(가족 등)
종사자 수	명	명	명

구분	LPG가스 가마	도시가스 가마	전기 가마	터널식 가마	석유 가마	실험용 가마
문6-1. 보유수	기	기	기	기	기	기
문6-2. 보유/사용 형태	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대
문6-3. 가마 크기(합)	루베(m3)	루베(m3)	루베(m3)	루베(m3)	루베(m3)	리터(L)
문6-4. 년 평균 소성횟수	회	회	회	회	회	회

문7. 귀 요장은 전통 장작가마도 보유하거나 사용하고 계십니까? (년 평균 사용횟수를 체크해 주세요.)

구분	보유 및 사용형태	사용하는 댓수	가마 크기	년 평균 소성횟수
전통 장작가마	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	기	합 ____ 봉	회

문8. 귀 요장의 다음 설비에 대한 보유 및 사용 형태와 사용댓수는 어떻게 되십니까? (없는 경우 '0'대로 표시해 주세요.)

구분	교반기	토련기	전기물레	지저렁기	도판기	이장 주입기
보유 및 사용 형태	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대
사용댓수	()대	()대	()대	()대	()대	()대

문8-1. 귀 요장에 다음 설비를 보유 및 사용하고 있는 지를 체크(✓)해 주세요.

구분	석고 진공 교반기	석고 제형실	건조실	유약실험실	스프레이 부스	포장실
보유 및 사용 형태	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함

구분	비포장 점토속성 저장소	점토 수리시설	재고품 창고	폐자재 적치장소	하수 정화 처리시설	가마 굴뚝 집진기
보유 및 사용 형태	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함	① 본인소유 ② 공동소유 ③ 임대 ④ 사용안함

문9. 귀 요장에서 외부용역을 주는 작업이 있다면 어느 공정인가요? (복수응답 가능, ✓표시)

- | | | |
|-----------|---------------|-------------|
| ① 석고틀 제작 | ② 마더몰드(가다) 제작 | ③ 기물성형 |
| ④ 초벌기 하청 | ⑤ 전사지 주문 | ⑥ 맞춤형 점토 주문 |
| ⑦ 포장용기 주문 | ⑧ 컴퓨터, 3D 그래픽 | ⑨ 기타 () |

IV. 도자 재료 현황

문10. 선생님이 사용하시는 점토(소지)에 대한 사용현황을 답해주시시오.

- 년 평균 사용하는 톤수를 말씀해 주세요. 500kg이면 0.5톤으로 표시해 주세요.

구분	백자토	청자토	조합토	옹기토	분청토	산청토	__토
사용여부(✓)							
년 평균 사용량	__톤	__톤	__톤	__톤	__톤	__톤	__톤

문11. 선생님께서는 점토(흙, 소지)를 어떤 방식으로 조달하십니까? (복수응답가능)

- ① 자체생산 함 ☞ 문11-2로 ② 구매하여 사용 ☞ 문11-1로 가시오.

문11-1. (문11. ②에 응답한 응답자) 점토(흙, 소지)를 어디서 구입하십니까?

- ① 다른 도예가에게 구입 ② 도매상에게 구입 ③ 원료 소재 마켓에서 구입
④ 온라인으로 주문 ⑤ 생산 공장에서 직접 구입 ⑥ 기타 ()

문11-2. 선생님이 점토(흙, 소지)를 자체생산 또는 구매하여 사용하는 비율은 어떻게 되십니까?

(1) 자체생산 ()% + (2) 구매 ()% = 합계 100%

문11-3. 선생님이 점토의 특성에서 중요하게 여기시는 부분은 무엇입니까? 중요한 순서대로 1,2순위를 말씀해 주세요. 1순위(), 2순위()

- ① 가소성(점력) ② 발색(색상) ③ 강도
④ 유약과의 반응 ⑤ 기물 표현(거칠기) ⑥ 기타 : ()

문12. 현재 사용하는 점토(흙, 소지)에서 부족하다고 여기는 부분은 무엇입니까? (복수응답, 번호에 ✓)

- ① 점력(성형성) 부족 ② 성분 균일성(소결 온도 부족) ③ 유약과의 반응 불만
④ 성분과 제품 상세정보 부족 ⑤ 건조 수축성이 불규칙적 ⑥ 백색도 미흡
⑦ 기타 : () ⑧ 불만사항 없음

문13. 선생님께서는 유약을 어떤 방식으로 조달하시나요? (복수응답가능)

- ① 자체 생산 ☞ 문14로 ② 구매하여 사용 ☞ 문13-1로 가시오.

문13-1. (문13. ②에 응답한 응답자) 유약을 어디서 구입하십니까?

- ① 다른 도예가에게 구입 ② 도매상에게 구입 ③ 원료 소재 마켓에서 구입
④ 온라인으로 주문 ⑤ 생산 공장에서 직접 구입 ⑥ 기타 ()

문14. 선생님은 유약을 선택할 때 어떤 점을 가장 중요하게 생각하십니까? (단일응답)

- ① 색상 ② 소성 온도 ③ 점토(소지)와의 반응
④ 재료 가격 ⑤ 표면성질 ⑥ 기타 ()

문15. 현재 사용하시는 유약에서 아쉬운 부분이 있다면 무엇입니까? (복수응답, 번호에 ✓)

- ① 반응 온도가 일정치 않음 ② 유약원료의 균일성 부족
③ 점토(흙, 소지)에 따라 다른 반응을 보임 ④ 성분, 원산지 등 제품정보 부족
⑤ 색채 반응이 부족함 ⑥ 유약 표면 성질이 불만족스러움
⑦ 유약 구입처별로 성분이나 명칭이 다름 ⑧ 유약에 유해성분 포함여부 미확인
⑨ 유약의 침전현상이 심함 ⑩ 기타 : ()
⑪ 불만사항 없음

V. 제품 디자인 및 디자인 보호

문16. 선생님은 생산품의 디자인에서 중요하게 여기는 사항이 무엇입니까?

(중요 순서대로 1,2 순위를 응답해 주십시오) 1순위(), 2순위()

- ① 생산품의 외관(미려함, 품격) ② 용도의 적합성과 사용 편리성 ③ 구매자의 취향
 ④ 요장의 독자성과 차별성 ⑤ 전통의 재현성 ⑥ 기타 : ()

문17. 선생님은 요장 생산품의 디자인을 개선하실 때 어떤 방법으로 하십니까? (단일응답)

- ① 자체 개발을 주로 함 ② 주로 외부 인력이나 업체에 개발 의뢰
 ③ 자체개발과 외부의뢰를 겸함 ④ 디자인 변경보다는 품질 완성도에 주력함

문18. 선생님은 요장 생산품의 디자인 보호를 위해서 어떤 조치가 필요하다고 여기십니까? (단일응답)

- ① 디자인 특허 및 저작권 등록을 통한 법적 조치
 ② 전시회나 도록·사진 등의 저작물로 보관
 ③ 본인 생산품에 특별한 노하우가 있어서 도용당할 염려가 없음
 ④ 특별한 조치가 필요 없음 (위낙 만연된 사안이라 어떤 조치도 효용이 없다고 봄)
 ⑤ 기타 : ()

문19. 만일 선생님 요장 생산품의 디자인을 타인이 무단 도용한다면 어떻게 하시겠습니까? (단일응답)

- ① 고소, 고발 등 법적 조치를 강구할 것이다
 ② 개인적으로 주의를 주거나 항의할 것이다
 ③ 여러 면을 고려하여 특별한 대응을 하지 않을 것이다
 ④ 기타 : ()

VI. 마케팅 · 유통

문20. 선생님 요장의 생산품 판매 경로와 그 비율에 대해 응답해주세요 (복수응답, ✓와 비율 표시)

매체	요장직판/ 직영점	도자 전문판매점	도매상	갤러리/ 전시회	온라인 판 매 (앱 포함)	축제·페어	백화점/ 면세점	단체주문	마트/ 대형할인점	기타 ()
이용 여부	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()
이용 비중	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%

문21-1. (문21. “온라인 판매”를 하는 응답자만) 온라인 판매 채널은 어떻게 되십니까? (복수응답)

- ① 오픈마켓(G마켓, 쿠팡, 네이버팜, 아이디어스 등)입점 ② 온라인 쇼핑몰 직접 운영
 ③ 온라인 쇼핑몰 위탁 판매 ④ SNS 등의 소셜마켓을 활용한 판매
 ⑤ 온라인 디자이너 편집샵(카카오 메이커스 등)활용 ⑥ 기타()

문21-2. (문21. “온라인 판매”를 하지 않는 응답자만) 온라인 판매를 하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 온라인 이용방법을 몰라서 ② 온라인 수요가 없기 때문에
 ③ 온라인 이용의 필요성을 못 느껴서 ④ 판로가 이미 확보되어 있어서 ⑤기타()

문22. 직판과 위탁판매(팔리는 대로 수급)의 비중은 어떻습니까?

(1) 직판 ()% + (2) 위탁판매 ()% = 합계 100%

문23. 최근 1년 내에 선생님은 전시회(공모전, 개인전, 단체전, 축제 판매전, 해외 전시판매전)에 어느 정도 참여하셨습니까? (출품한 전시회에 모두 기입 바랍니다.)

	공모전	개인전	단체전	축제·페어·박람회	해외 전시·판매전	기타 ()
참여횟수 (최근 1년 기준)	_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회	_____ 회

문24. 선생님은 요장의 고유상표(브랜드)를 어떻게 표기하십니까? (단일응답)

- ① 요장 명칭이나 작가의 아호, 서명을 생산품에 표기한다.
- ② 요장 명칭이나 작가의 아호를 생산품과 포장재에 표기한다.
- ③ 포장재에만 요장 명칭이나 제품 명칭을 기입한다.
- ④ 요장 명칭이나 작가의 아호를 특별히 내세우지 않고 납품처의 브랜드를 쓴다.
- ⑤ 기타 : ()

문25. 선생님은 요장 생산품의 해외 수출도 하십니까? (번호에 ✓표시)

- ① 수출을 하고 있다 ☞ 문25-1로
- ② 수출하지 않는다 ☞ 문26로

문25-1. 해외 수출은 어떤 방식으로 하시는지요?

- ① 직접 해외 수출
- ② 갤러리를 통한 수출
- ③ 해외 전시회 판매
- ④ 현지 수출 (현지생산해서 현지수출)
- ⑤ 오픈마켓(아마존, 알리바바 등) 입점 수출
- ⑥ 기타 : ()

문25-2. 해외 수출 시 주요 수출 국가와 2018년 수출액은 어떻게 되십니까?

수출대상 국가 (복수응답가능)	_____
2018년 수출액	_____만원

문26. 수출을 하지 않거나 수출에 어려움을 느끼는 부분이 있다면 무엇입니까? (복수응답, ✓표시)

- ① 수출에 필요한 통관절차나 세금, 포장, 운송처리 등 과정이 번거롭고 복잡하다
- ② 수출에 소요되는 세금, 운송비, 수수료 등의 비용이 커서 수익률이 낮다
- ③ 외국어 불편 등으로 생산품 해외홍보가 거의 없고 주문도 드문 편이다
- ④ 매장에 방문하는 내·외국인들의 주문이 많아 특별히 수출의 필요성을 느끼지 못한다
- ⑤ 수출에 관심이 없다
- ⑥ 기타 : ()

VII. 요장 현황

문27. 현재 선생님께서 운영하시는 요장의 소유형태는 어떻게 됩니까?

- ① 자가 소유
- ② 임대(전세)
- ③ 임대(월세)
- ④ 기타 ()

문28. 선생님은 요장에서 도자생산, 판매 외에 '도예활동과 관련된 일'로서 하시는 일이 있으신지요? (복수응답)

- ① 도예체험교실 ☞ 문28-1.로 가시오.
- ② 도자 재료 판매 ☞ 문28-2.로 가시오.
- ③ 다른 도자기를 구입해서 판매
- ④ 도예 관련 출장 강의
- ⑤ 없음 ☞ 문29번으로.

문28-1. (문28. ①에 응답한 응답자) 최근1년 간 도예체험교실을 통해 도예를 배운 사람 수는 몇 명이나 되십니까?

문28-2. (문28. ②에 응답한 응답자) 어떤 도자 재료를 판매하십니까?

- ① 점토(소지) ② 유약 ③기타 (구체적으로: _____)

문29. 선생님은 '겸업'으로 하시는 일이 있으신지요? (복수응답)

- ① 게스트하우스 운영 ② 커피, 차 등 다과류 판매 ③ 식당업
- ④ 농사 ⑤ 기타 () ⑥ 겸업으로 하는 일 없음

문30. 현재 선생님 요장의 작업시설 면적과 차지하는 비율은 어느 정도입니까? (없는 경우 '0'으로 표시해주세요)

작업시설	약 _____평(%)	전시/판매시설 면적	약 _____평(%)
체험교육시설	약 _____평(%)	비도자분야 시설 ()	약 _____평(%)

문31. 최근 2개년(2017~2018년)간 선생님의 총 매출액은 대략 얼마인지 말씀해주시길 바랍니다.
(도자 생산 및 판매, 도자 관련 활동 및 겸업 활동 포함)

2017년 총 매출액 (1~12월)	_____백만원	2018년 예상 매출액 (1~12월)	_____백만원
------------------------	----------	-------------------------	----------

※ 2018년 매출액의 경우 12월의 매출액을 예상하여 총 2018년 1년 치에 대한 예상매출액으로 답해주시길 바랍니다.

문32. 2018년 선생님의 총 매출액에 대한 항목별 구성비가 어떻게 됩니까?

항목	도자기 생산·판매	다른 도예가의 도자기를 구입해서 판매	도자 체험교실	도자 재료 판매	겸업	총매출액
구성비	_____%	_____%	_____%	_____%	_____%	100%

VIII. 도예협회/단체·기관 협력교류

문33. 선생님은 도예 관련 협회/단체에 가입하고 계신가요? (복수응답 가능)

- ① 협회 ② 협동조합
- ③ 동문회 ④ 동호회
- ⑤ 온라인커뮤니티(블로그, 카페 등) ⑥ 가입단체 없음 ☞ **문34번으로**

문33-1. 도예 관련 협회/단체에 가입하신 주된 목적은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?
(중요 순서대로 1,2순위를 응답해주세요)

1순위 () 2순위 ()

- ① 정보 교류 ② 홍보
- ③ 축제/전시회/공모전 등 기획/주최 ④ 공동판매 및 공동이익 추구
- ⑤ 유통망 개척 ⑥ 도자 재료 등 공동개발 및 공동구매
- ⑦ 조합원 단합/권익도모 ⑧ 시설 공동확보(도예촌, 판매장 건립 등)
- ⑨ 정책자금/은행과 연결 ⑩ 교육, 공청회 등 의견교류
- ⑪ 기타 : ()

문34. 선생님께서는 지자체와의 협력교류사업의 일환으로 시행되는 문화행사 등에 참여하신 경험이 있습니까?

- ① 경험이 있다 ☞ 문34-1로 ② 경험이 없다 ☞ 문35.으로

문34-1. 어느 지자체 또는 단체에 어떤 행사에 참여한 경험이 몇 번이나 있습니까? (지역축제 포함)

지자체 또는 단체명 (복수응답가능)	
행사명	
행사 참여 경험	_____번/회

문35. 선생님께서는 지자체와의 문화행사 등 이러한 협력사업이 필요하다고 생각하십니까?

- ①매우 필요하다 ②필요하다 ③그저 그렇다 ④필요하지 않다 ⑤전혀 필요하지 않다

문36. 선생님께서는 2015년에 제정된 공예문화산업진흥법이나 조례에 의해 도자산업을 육성하고 있습니다. 이에 대해 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있다 ② 알고 있다 ③ 모른다

문36-1. 이런 공예문화산업진흥법이나 조례가 도자산업 육성에 영향을 미치고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 영향이 크다 ② 영향이 있다 ③ 영향이 없다

IX. 한국도자재단의 역할

문37. 정부나 도자관련 공공기관이 도예문화계를 위해 꼭 해야 할 일은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?
(중요 순서대로 1,2순위를 응답해 주십시오.)

1순위 (), 2순위 ()

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| ① <u>홍보, 마케팅</u> (공동판매) | ② <u>도예가 교류</u> |
| ③ <u>협력네트워크, 거버넌스, 포럼</u> 등의 활성화 | ④ <u>단체전시 및 행사</u> 지원 |
| ⑤ 경쟁력 제고에 필요한 <u>전문교육</u> | ⑥ <u>디자인 보호 및 복제방지</u> 시스템 마련 |
| ⑦ 창작공간(레지던시 프로그램 등) <u>창작활동 지원</u> | ⑧ 도자 <u>공모전 개최</u> |
| ⑨ <u>도자소비 활성화</u> 를 위한 노력 | ⑩ <u>전통문화 보호, 발전 지원</u> |
| ⑪ <u>공예문화산업진흥법 제정</u> 에 따른 실천사항 | ⑫ <u>도자소지(점토)</u> 품질 관리 |
| ⑬ <u>원산지 표시 및 제품 인증제</u> 등으로 신뢰성 제고 | ⑭ <u>명장관리</u> 및 도자 <u>스타작가 제도</u> |
| ⑮ 도자 <u>후학양성지원</u> | ⑯ <u>금융·세계</u> 활용 지원 |
| ⑰ <u>정보 제공</u> | ⑱ 기타 : () |

문38. 전반적으로 도자산업을 발전시키려면 어떻게 해야 한다고 생각하십니까? 좋은 의견을 주시면 감사하겠습니다.

* 바쁘심에도 불구하고 귀한 시간 내주심에 진심으로 감사드립니다. *

* 귀하의 소중한 의견은 성심껏 자료에 담아 도자문화 발전의 초석이 되도록 최선을 다 하겠습니다. *

SQ1. 귀 요장에서는 화분 또는 꽃병을 제조하십니까?

- ① 제조하고 있다 ② 제조하지 않고 있다

SQ2. (문1-1에서 ①에 응답한 응답자만) 아래의 프리랜서 도예가(작가) 수에 대해 작성해주시길 바랍니다.

※ 위 문항에서 프리랜서 작가의 정의는 사업자등록증을 보유하고 있지 않는 도예가(작가)를 말합니다.

구분	요장 내 전체 프리랜서 도예가(작가) (문1-1의 ① 응답값)	도예활동만 하는 도예가	도예활동뿐만 아니라 겸업을 수행하는 도예가 (겸업 내용 :)	요장 내 프리랜서 작가 중 공방 오픈 준비를 하고 있는 도예가
도예가 수	명	명	명	명

SQ3. 요장 내 프리랜서 작가 외에 취미활동으로 도자기를 만들기 위해 요장을 이용하시는 분이 있으십니까?

있다면, 몇 명 정도 이십니까?

- ① 예 (몇 분이나 되십니까? _____명) ② 아니요.

X. 개인정보 공개 및 사진촬영 등의 여부

2018 도자센서스에서 조사한 일부 정부는 한국도자재단의 “도예가등록제” DB에 입력하여 요장 홍보 및 선생님들의 작품의 성향 등을 파악하여 전시회, 박람회 개최 등에 적극 활용함은 물론 일반인 열람이 가능하도록 할 계획입니다. 그러나 아래의 표에서 선생님께서 비공개를 요구한 자료는 비공개와 보안에 최선을 다하도록 하겠습니다.

“개인과 요장의 정보를 어느 정도 공개할 지와 사진촬영과 사진 공개에 동의하시는지 여부”를 확인하시어 다음의 표의 해당사항 체크를 통해 알려주시길 바랍니다.

대표자 (작가)	대표자 성명	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개	생년월일	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개
	대표자 핸드폰 번호	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개	이메일 주소	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개
요장	요장 주소	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개	홈페이지 주소	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개
	요장 전경 사진	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개	생산시설 사진	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개
	요장 전화번호	<input type="checkbox"/> 공개		<input type="checkbox"/> 비공개		
생산품	대표작 사진 (3~5점)	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개	추천작 사진 (3~5점)	<input type="checkbox"/> 공개	<input type="checkbox"/> 비공개
기타 (공개를 희망하는 자료)						

DQ1. 선생님의 요장 전경, 생산시설, 대표작/추천작 사진 중 하나라도 공개를 원하시는 경우 희망하시는 사진 제출 방법은 무엇입니까?

- ① 방문 면접원의 사진 촬영 ② 이메일을 통한 사진 제출 ☞ DQ2.로

DQ2. 이메일을 통한 사진 제출을 희망하시는 선생님께서는 아래의 메일 주소로 사진 파일을 전송 부탁드립니다.

사진 파일 제출 이메일 주소 : survey@megaresearch.co.kr 또는 psh@megaresearch.co.kr

요장명 : _____, 대표자명 : _____ (서명)

아래의 내용은 면접원이 작성하는 부분입니다.

면접원 명		면접원 코드	
면접 일시		에디팅 요원	
검증 일시		검증 결과	

도자제품 소비자 수요조사 설문지

안녕하십니까?

본 설문조사는 도자기에 대한 소비자들의 사용현황과 의견을 종합 파악하여, 도자 소비문화를 촉진하고

나아가 식문화와 조화된 도자기로 발전하기 위한 정책을 수립하기 위한 조사입니다.

귀하의 귀한 의견은 우리나라 도자 산업을 발전시키는데 귀한 자료로 활용될 것입니다.

바쁘시지만 적극적인 협조를 부탁드립니다.

주관 : (재)한국도자재단 / 조사 : (주)메가리서치 TEL 02-3447-2040/02-3447-1557, Fax 02-6455-2901

※ 통계법 13조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

응답자 선정질문

거주 지역	① 서울	② 부산	③ 대구	④ 광주	⑤ 대전
성별	① 남성 ☞ 조사종료	② 여성			
나이 (만 나이 기준)	① 19세 이하 ☞ 조사종료	② 20~29세(20대)	③ 30~39세(30대)		
	④ 40~49세(40대)	⑤ 50세 이상			
최근 1년간 도자제품 구매경험	① 구매경험 있다 ② 구매경험 없다 ☞ 조사종료 (성별, 연령별 카운트 요망)				

I. 도자제품 인지도 및 선호도

문1. 귀하께서는 도자기 또는 도자제품이라고 하면 떠오르는 브랜드는 무엇입니까? _____

문1-1. 그 외에 도자제품으로 더 알고 계신 브랜드는 무엇입니까? 아시는 대로 응답해 주세요.

문2. 귀하는 도자기 또는 도자제품으로 선호하는 브랜드가 있습니까?

①있다 ☞ 문2-1로 ②없다 ☞ 문3으로

문2-1. 귀하가 선호하는 도자기 브랜드는 무엇입니까? _____

II. 최근 1년 동안 구입한 도자제품

문3. 귀하께서 최근 1년 동안 구입한 도자제품은 어떤 종류입니까? (중복응답 가능)

- ① 생활식기(밥그릇, 찬기류, 접시류) ② 커피, 다기류(차잔 등) ③ 내열자기, 냄비, 쿠킹도구
 ④ 전승자기(백자, 고려청자,분청 등) ⑤ 예술창작품(오브제 등) ⑥ 인테리어 소품, 인형
 ⑦ 약세서리류 (장신구 등) ⑧ 문구류 ⑨ 기타 ()

문4. 귀하께서 최근 1년 동안 구입한 도자제품은 어떤 형태의 제품이었습니까? (중복응답 가능)

- ① 국산 브랜드 제품 (어떤 브랜드입니까? _____)
- ② 국내 저가 제품 (브랜드 없는 제품)
- ③ 수입 브랜드 제품 (어떤 브랜드입니까? _____)
- ④ 수입산 저가제품 (브랜드 없는 수입품)
- ⑤ 도예작가 수공예품 (어떤 작가 수공예품입니까? _____)
- ⑥ 기타 (구체적으로: _____)

문4-1. 위 도자제품 중 가장 자주 구매하는 도자제품은 어떤 것입니까? (문4.보기 참조) ()

문5. 귀하께서 최근(1년간)에 구입한 도자제품은 어디에서 구입하셨습니까? (중복응답 가능)

일반 판매점	① 일반도자 제품 판매점/동네 그릇점	② 시장 내 업체 (남대문시장 등 대규모 그릇상가 내 그릇판매점)
도자 전문	③ 도자전문 판매업체 (인사동, 강남구 등에 위치한 도자제품 판매점)	④ 요장 직판/직영점
	⑤ 갤러리/ 전시회	⑥ 축제·페어 등
	⑦ 도자기 도매상	
유통업체	⑧ 백화점	⑨ 대형할인점
	⑩ 화랑/문화상품권 (도자포함, 문화상품판매점)	⑪ 면세점(공항면세점 등)
	⑫ 디자이너 편집샵(아이디어스, 카카오 메이커스 등)	
온라인 판매	⑬ 일반 온라인 쇼핑몰	⑭ 도자기 전문 온라인 쇼핑몰
	⑮ 오픈마켓(G마켓, 옥션, 쿠팡 네이버팜 등)	
기타	⑯ 단체주문	⑰ 기타()

문6. 귀하께서 가장 최근에 도자제품을 구매할 때 몇 가지 제품을 구매하십니까? 구매한 개수를 말씀해 주세요.

(예: 밥공기 1개, 국그릇 1개, 접시2개이면 총 4개로 응답해 주세요.) _____개

문7. 귀하께서 최근(1년간) 주로 구입하는 도자제품의 가격대는 다음 중 어디에 해당됩니까?

(여러 개 구입 시 1회 총 구입금액을 기준으로 응답해주시길 바랍니다.)

- ① 1만원 미만
- ② 1만원~3만원 미만
- ③ 3만원~5만원 미만
- ④ 5만원~10만원 미만
- ⑤ 10만원~30만원 미만
- ⑥ 30만원~50만원 미만
- ⑦ 50만원~100만원 미만
- ⑧ 100만원 이상
- ⑨ 기타()

문8. 귀하의 경우 최근(1년간) 도자제품을 몇 번이나 구매하셨습니까?

- ① 1달에 2~3번
- ② 1달에 1번
- ③ 2~3개월에 1번
- ④ 6개월에 1번
- ⑤ 1년에 1번
- ⑥ 2~3년에 1번
- ⑦ 최근 1년 동안 구매하지 않음
- ⑧ 기타 ()

문9. 귀하께서 도자제품을 구입하신 주된 동기(이유)를 용도 부분에 대해 체크해주시길 바랍니다.

- ① 실용적인 생활용품 용도로
- ② 지인 등의 선물을 위해서
- ③ 장식품 용도
- ④ 소장품 용도(작가, 요장의 명성 등)로
- ⑤ 식탁을 예쁘게 꾸미기 위해서
- ⑥ 기타 ()

문10 귀하께서 도자제품을 구입하신 주된 동기(이유)를 품질의 특성 부분에 대해 체크해주시길 바랍니다.

- ① 친환경소재이기 때문에
- ② 주로 핸드메이드(수공예품)이기 때문에
- ③ 품질(고급스러움)이 뛰어나서
- ④ 제품디자인이 우수해서
- ⑤ 유행/트렌드 제품이어서
- ⑥ 기타 : ()

문22. 기업브랜드의 도자제품 대비 수공예 도자제품의 사용 만족도를 평가해주시길 바랍니다.

구분	전혀 만족하지 않다	만족하지 않다	보통이다	만족한다	매우 만족한다	잘 모르겠다
1. 작가의 명성	①	②	③	④	⑤	⑥
2. 수공예 제품의 품질	①	②	③	④	⑤	⑥
3. 수공예 제품의 디자인	①	②	③	④	⑤	⑥
4. 사용 만족도	①	②	③	④	⑤	⑥
5. 가격 적정성	①	②	③	④	⑤	⑥

문23. 귀하께서는 수공예 도자제품이 기업브랜드 제품에 비해 우선적으로 보완해야할 점은 무엇이라 생각하십니까?
중요 순서대로 1,2 순위를 응답해 주십시오.

1순위(), 2순위()

- ① 기능성 ② 견고성 ③ 안전성
- ④ 디자인의 독창성(색상, 형태 등) ⑤ 편리성(세척, 수납 등) ⑥ 포장 디자인
- ⑦ 가격의 적정성 ⑧ A/S ⑨ 기타 : ()

문24. 귀하께서는 예술품 또는 장식용으로 도자제품을 구입하실 때 유리나 금속, 목기 등 다른 재료의 공예품도 함께 비교하여 구입하십니까? 아니면 별다른 비교 없이 그냥 도자제품을 선택하십니까?

- ① 타 재료와 비교하여 구매 ② 타 재료와 비교 없이 구매

문25. 귀하께서 최근에 구입한 도자제품은 작가의 서명 또는 브랜드 표기가 있는 제품이었습니까?

- ① 도자제품 작가의 서명 있는 제품 ② 브랜드 표기가 있는 제품
- ③ 브랜드 표기가 없는 제품 ④ 확인하지 않음

IV. 라이프 스타일

문26. 최근에 생활식기를 구매하는 라이프 스타일에 대한 문항입니다. 귀하의 경우 얼마나 그런지를 응답해 주세요.

구분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 마음에 드는 식기류가 있으면 약간 더 가격을 더 주더라도 구매하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 식구수가 적어서 식기를 셋트로 구매하기 보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다	①	②	③	④	⑤
4. 멋스러운 음식을 예쁜 식기에 담아 사진을 찍어 SNS에 올리기도 한다.	①	②	③	④	⑤
5. TV먹방, 쿡방 채널을 보고 맘에 드는 식기를 구매하기도 한다.	①	②	③	④	⑤
6. 집에서 가볍게 즐기는 홈파티 문화가 이전에 비해 더 많아졌다.	①	②	③	④	⑤
7. 온라인으로 마음에 드는 식기류를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

응답자 특성

DQ1. 귀하께서 지금 현재 거주하고 계시는 집의 형태는 어떤 종류입니까?

- ① 아파트 ② 단독주택 ③ 연립주택 ④ 기타()

요식업체 도자식기 현황조사 설문지

안녕하십니까?

본 설문조사는 전문 요식업계에서의 도자식기 사용현황을 종합 파악하여, 요식업체가 필요로 하는 도자기는 어떤 형태인지 등을 파악함으로써 도자기 산업 발전을 위한 정책을 수립하기 위한 조사입니다.

이에 귀하의 의견을 귀중한 자료로 활용하고자 하오니, 바쁘시더라도 협조를 부탁드립니다.,

주관 : (재)한국도자재단 / 조사 : (주)메가리서치 TEL 02-3447-2040/02-3447-1557, Fax 02-6455-2901

※ 통계법 13조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

I. 요식업체 특성

요식업체명		업체 전화번호	()- -
응답자 성명		응답자 전화번호	()- -
응답자 직위		응답자 이메일	
업체 주소			
업체 영업 종목	① 한식 ② 양식 ③ 일식 ④ 중식 ⑤ 기타()	업체의 주 메뉴	

II. 식기류 구매행태

문1. 귀 요식업체는 창업한지 몇 년이나 되었습니까? ()년째

문2. 귀 업체에서는 어떤 식기류를 주로 사용하십니까?

- | | | |
|----------------|-----------|----------|
| ① 유리, 크리스탈 | ② 목기 | ③ 금속제 그릇 |
| ④ 에나멜 식기(코렐 등) | ⑤ 플라스틱 그릇 | ⑥ 펠라린 식기 |
| ⑦ 도자기 | ⑧ 기타 () | |

문3. 귀 업체에서는 식기를 몇 년에 1번씩 구입하시는 편입니까?

- | | | |
|--------------|--------------|-------------|
| ① 3개월에 1번 정도 | ② 6개월에 1번 정도 | ③ 1년에 1번 정도 |
| ④ 2년에 1번 정도 | ⑤ 3년에 1번 정도 | ⑥ 기타 () |

문3-1. 식기를 구매하실 때 1번에 구매하는 금액은 대략 어느 정도 됩니까? ()만원 정도

문4. 식당에서 사용하는 식기를 구입할 때 가장 중요하게 고려하는 요인이 무엇입니까?

- | | |
|---------------------|----------------------|
| ① 브랜드의 명성 | ② 품질 |
| ③ 디자인(문양, 색상 등) | ④ 포장 디자인 |
| ⑤ 가격 | ⑥ 품격이 있는지 |
| ⑦ 무게감(가벼운지) | ⑧ 견고성/내구성(깨지기 쉬운지 등) |
| ⑨ 음식을 담았을 때 품위가 있는지 | ⑩ 교환 및 환불의 용이성 |
| ⑪ 다용도로 활용 가능성 | ⑫ 기타 () |

문18. 귀 업소에서는 요장이나 공방에서 만든 수공예 도자를 구입할 때 작가의 이름을 보고 구입하는 편입니까? 아니면 작가의 이름은 보지 않고 디자인만 보는 편입니까?

- ① 좋아하는 작가가 있어서 그 작가의 제품만을 구입하는 편이다 (좋아하는 작가는? _____)
- ② 특별히 좋아하는 작가는 없지만 작가의 이름은 보는 편이다
- ③ 특별히 좋아하는 작가가 없고, 디자인만 보는 편이다.
- ④ 그냥 마음에 드는 제품을 구매하는 편이다.
- ⑤ 기타 (_____)

문19. 귀 업소에서는 최근(1년간)에 구입한 수공예 도자제품은 어디에서 구입하셨습니다? (중복응답 가능)

일반 판매점	① 일반도자 제품 판매점/동네 그릇점	② 시장 내 업체 (남대문시장 등 대규모 그릇상가 내 그릇판매점)
도자 전문	③ 도자전문 판매업체 (인사동, 강남구 등에 위치한 도자제품 판매점)	④ 요장 직판/직영점
	⑤ 갤러리/ 전시회	⑥ 축제·페어 등
	⑦ 도자기 도매상	
유통업체	⑧ 백화점	⑨ 대형할인점
	⑩ 화랑/문화상품권 (도자포함, 문화상품판매점)	⑪ 면세점(공항면세점 등)
	⑫ 디자이너 편집샵(아이디어스, 카카오 메이커스 등)	
온라인 판매	⑬ 일반 온라인 쇼핑몰	⑭ 도자기 전문 온라인 쇼핑몰
	⑮ 오픈마켓(G마켓, 옥션, 쿠팡 네이버팜 등)	
기타	⑯ 단체주문	⑰ 기타(_____)

문20. 귀 업소에서 가장 최근에 수공예 도자제품을 구매할 때 몇 개 제품을 구매했습니다? 구매한 개수를 말씀해 주세요. (예: 밥공기 1개, 국그릇 1개, 접시2개이면 총 4개로 응답해 주세요.) _____개

문21. 귀 업소에서 최근(1년간) 주로 구입하는 수공예 도자제품의 가격대는 다음 중 어디에 해당됩니까?
(여러 개 구입 시 1회 총 구입금액을 기준으로 응답해주시길 바랍니다.)

- ① 1만원 미만
- ② 1만원~3만원 미만
- ③ 3만원~5만원 미만
- ④ 5만원~10만원 미만
- ⑤ 10만원~30만원 미만
- ⑥ 30만원~50만원 미만
- ⑦ 50만원~100만원 미만
- ⑧ 100만원 이상
- ⑨ 기타(_____)

문22. 귀 업소에서는 최근(1년간) 수공예 도자제품을 몇 번이나 구매하셨습니다?

- ① 1달에 2~3번
- ② 1달에 1번
- ③ 2~3개월에 1번
- ④ 6개월에 1번
- ⑤ 1년에 1번
- ⑥ 2~3년에 1번
- ⑦ 최근 1년 동안 구매하지 않음
- ⑧ 기타 (_____)

문23. 귀 업소에서는 수공예 도자제품을 온라인 상(인터넷이나 앱을 이용해서)에서 구매해 본 적이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오

문24. 귀 업소에서는 구입하신 수공예 도자제품에 대해서는 얼마나 만족하십니까?

- ① 매우 불만족
- ② 불만족
- ③ 보통
- ④ 만족
- ⑤ 매우 만족

문24-1. 귀 업소에서는 구매하신 수공예 도자제품에 대해서 만족/불만족 하신 이유는 무엇입니까?

문29. 사용에 불편함이 좀 있더라도 식당과 요리의 품격과 만족도를 올리기 위해 수공예 도자기를 요식업에 쓰고는 싶지만 장애 요소가 있다면 무엇이라고 생각하십니까?
중요 순서대로 1,2 순위를 응답해 주십시오. 1순위(), 2순위()

- ① 도예가나 생산품에 대한 정보가 부족하여 식기 주문이 어렵다
- ② 식기 구성세트의 종류가 많고 기능이 다른데 이를 맞춰줄 도예가를 찾기가 어렵다
- ③ 식기 구입비용이 부담스러울 것이고, 재구매도 쉽지 않을 것이다
- ④ 식당이나 음식 메뉴의 분위기가 어울리지 않는다
- ⑤ 인테리어, 종업원 유니폼 등을 식기의 이미지와 맞추려면 많은 투자비가 소요될 것이다
- ⑥ 저렴한 음식 이미지에 맞지 않아 매상이 오히려 줄어들 것이다
- ⑦ 다루기 불편하고 조심스럽다
- ⑧ 잘 모르겠다

문30. 최근에는 요식 업체에서 전체적인 식기가 아니라 포인트 식기로서 2~3개의 수공예도자기를 사용하는 경우가 있는데 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 즉, 귀 업체에도 이렇게 사용하실 의향이 있습니까?

- ① 전혀 그럴 의향이 없다 ② 그럴 의향이 없다 ③ 반반이다 ④ 그럴 의향이 있다 ⑤ 그럴 의향이 매우 높다

문30-1. 귀 업체에서는 포인트 식기로 수공예도자기를 사용할 의향/사용하지 않을 의향의 이유는 무엇입니까?

문31. 도자전문 공공기관 등이 요식 업체와 도예가의 적극적 매칭프로그램을 진행한다면 어떻게 생각하십니까?

- ① 적극 관심이 있다 ② 관심이 있다 ③ 프로그램을 보고 판단하겠다
- ④ 별 관심이 없다 ⑤ 전혀 관심이 없다

응답자 특성

DQ1. 2018년 선생님 업체의 월 평균 매출액은 대략 얼마정도 입니까?

- ① 500만원 미만 ② 500만원~1,000만원 미만
- ③ 1,000만원~2,000만원 미만 ④ 2,000만원~4,000만원 미만
- ⑤ 4,000만원~6,000만원 미만 ⑥ 6,000만원~1억원 미만
- ⑦ 1억원~2억원 미만 ⑧ 2억원~5억원 미만
- ⑨ 5억원~10억원 미만 ⑩ 10억원 이상
- ⑪ 기타 : ()

DQ2. 선생님의 업체의 1일 평균 고객 수는 대략 얼마정도 됩니까? 약()명

DQ3. 선생님의 업체에서 고정 급여를 받는 종업원 수는 대략 어느 정도 됩니까? 약()명

DQ4. 선생님의 업체의 평수(순수 영업 공간)은 어느 정도 됩니까? 약()평

* 바쁘심에도 불구하고 귀한 시간 내주심에 진심으로 감사드립니다. *

도자제품 판매업체 실태조사 설문지

안녕하십니까?

(재)한국도자재단의 의뢰를 받아서 도자제품 판매업체 실태를 파악하고 있습니다.
본 조사는 우리나라 도자산업의 경쟁력을 향상하고 지속발전을 위한 토대를 마련하기 위한 조사이오니 바쁘시지만 협조를 부탁드립니다.

주관 : (재)한국도자재단 / 조사 : (주)메가리서치 TEL 02-3447-2040/02-3447-1557, Fax 02-6455-2901

※ 통계법 13조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.

I. 판매 업체 일반현황

업체명			
업체 주소			
응답자 성명		응답자 전화번호	()- -
요장 운영 형태	① 독립 판매업체 ②직영점 ③ 대리점 ④ 기타 ()	응답자 이메일	@

II. 판매 업체 특성

문1. 귀하의 업체는 어떤 유형에 속합니까? (단일응답)

- ① 여러 가지 브랜드 취급점 ② 수공예 도자전문 판매업체 ③ 국산브랜드 취급점
④ 수입브랜드 취급점 ⑤ 기타 : ()

문2. 귀 업체의 세부 유형은 무엇입니까?

일반 판매점	① 일반도자 제품 판매점/동네 그릇점	② 시장 내 업체 (남대문시장 등 대규모 그릇상가 내 그릇판매점)
도자 전문	③ 도자전문 판매업체 (인사동, 강남구 등에 위치한 도자제품 판매점)	④ 요장 직관/직영점
	⑤ 갤러리/ 전시회	⑥ 축제·페어 등
	⑦ 도자기 도매상	
유통업체	⑧ 백화점	⑨ 대형할인점
	⑩ 화랑/문화상품권 (도자포함, 문화상품판매점)	⑪ 면세점(공항면세점 등)
	⑫ 디자이너 편집샵(아이디어스, 카카오 메이커스 등)	

문3. 귀 업체의 전체 매출액을 100으로 봤을 때 도자제품의 판매 비중은 대략 얼마나 됩니까?

약()%

문4. 귀하의 업체에서 판매하는 도자기는 어떤 종류들입니까? 취급하는 것을 모두 말씀해 주세요.

- ① 생활식기(밥그릇, 찬기류, 접시류) ② 커피, 다기류(차잔 등) ③ 내열자기, 냄비, 쿠키도구
 ④ 전승자기(백자, 고려청자, 분청 등) ⑤ 예술창작품(오브제 등) ⑥ 인테리어 소품, 인형
 ⑦ 약세서리류 (장신구 등) ⑧ 문구류 ⑨ 예술창작형 단품(오브제 등)
 ⑩ 기타 ()

문4-1. (문4.보기 참조) 위 제품 중에서 가장 많이 팔리는 제품은 어떤 제품입니까?

많이 팔리는 순으로 2순위까지 응답해 주세요. 1순위 : (). 2순위: ()

문5. 귀하의 업체에서 많이 판매되는 도자제품의 가격대는 다음 중 대략 어디에 해당됩니까?

- ① 1만원 미만 ② 1만원~3만원 미만 ③ 3만원~5만원 미만
 ④ 5만원~10만원 미만 ⑤ 10만원~30만원 미만 ⑥ 30만원~50만원 미만
 ⑦ 50만원~100만원 미만 ⑧ 100만원 이상

문6. 귀하의 매장에서 최근에 가장 잘 팔리는 도자제품에 대해 작성해주시길 바랍니다.

구분	잘 팔리는 제품				
1.브랜드명					
2.브랜드 유형	① 유명브랜드 고가품	② 비 유명브랜드 중가품	③ 무명브랜드 저가품	④ 도예작가 제품	⑤ 기타()
3.제품 구성	① 세트 4피스 이상	② 2인용 구성	③ 단일품/단품	④ 기타()	
4.가격대	()원				

문7. 귀 업체의 방문객은 주로 어떤 용도로 도자제품을 주로 구입하십니까? (단일응답)

- ① 본인용 구입 ② 선물용 구입 ③ 업소용 제품 구입
 ④ 기타()

문8. 귀 업체에 방문하는 손님들이 선호하는 포장 형태는 무엇입니까?

- ① 종이봉투 ② 제품 종이박스 형태 ③ 오동나무 등 박스
 ④ 보자기류 포장 ⑤ 기타()

문9. 귀 업체의 도자제품이 가장 많이 팔리는 시기는 몇 월경입니까? ()월

문10. 귀 매장을 방문하는 주요 고객층은 어느 연령대입니까?

- ① 20대 여성 ② 30대 여성 ③ 40대 여성
 ④ 50대 여성 ⑤ 60대 여성 ⑦ 기타 ()

문11. 귀 매장에는 외국인이 구매하러 오는 편입니까?

- ① 예→문 11-1.로 가시오 ② 아니오→ 문12.로 가시오.

문11-1. 귀 매장을 찾는 외국인은 월평균 몇 명이나 됩니까? 월평균 ()명

문11-2. 어느 나라 외국인 들이 주로 찾습니까? _____

문22. 최근에 생활식기를 구매하는 소비자의 라이프 스타일에 대한 문항입니다.

귀하가 생각하시기에 소비자의 라이프 스타일에 해당된다고 생각하시는 정도를 응답해 주세요.

구 분	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 소비자는 마음에 드는 식기류가 있으면 약간 더 가격을 더 주더라도 구매하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 최근 소비자는 식구수가 적어서 식기를 셋트로 구매하기 보다는 필요한 것만 골라서 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 최근 소비자는 맛있는 음식을 멋진 식기에 담아 분위기를 내면서 먹는 것을 즐기는 편이다	①	②	③	④	⑤
4. 최근 소비자는 멋스러운 음식을 예쁜 식기에 담아 사진을 찍어 SNS에 올리기도 한다.	①	②	③	④	⑤
5. 소비자는 TV먹방, 쿡방 채널을 보고 맘에 드는 식기를 구매하기도 한다.	①	②	③	④	⑤
6. 소비자들은 집에서 가볍게 즐기는 홈파티 문화가 이전에 비해 더 많아졌다.	①	②	③	④	⑤
7. 소비자 들은 온라인으로 마음에 드는 식기류를 검색해 보고 구매하기도 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

문23. “수공예 도자제품”을 지금보다 더 많이 팔기 위해서는 어떻게 하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

IV. 판매점 특성

DQ1. 귀 업체의 매장 평수는 몇평입니까? ()평

DQ2. 귀 판매 업체의 종사자 수는 평균 몇 명입니까?

	합계	정규직 (사장 포함)	비정규직(계약직)	아르바이트
총 종업원 수	명	명	명	명

DQ3. 2018년 귀 업체의 월 평균 매출액은 대략 어느 정도 됩니까?

- | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| ① 50만원 미만 | ② 50만원~100만원 미만 | ③ 100만원~200만원 미만 |
| ④ 200만원~300만원 미만 | ⑤ 300만원~400만원 미만 | ⑥ 400만원~500만원 미만 |
| ⑦ 500만원~1,000만원 미만 | ⑧ 1,000만원~2,000만원 미만 | ⑨ 2,000만원~3,000만원 미만 |
| ⑩ 3,000만원~4,000만원 미만 | ⑪ 4,000만원 이상 | ⑫ 기타 : () |

DQ4. 귀 업체의 수공예 도자 판매액은 월 평균 얼마 정도 됩니까?

- | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| ① 50만원 미만 | ② 50만원~100만원 미만 | ③ 100만원~200만원 미만 |
| ④ 200만원~300만원 미만 | ⑤ 300만원~400만원 미만 | ⑥ 400만원~500만원 미만 |
| ⑦ 500만원~1,000만원 미만 | ⑧ 1,000만원~2,000만원 미만 | ⑨ 2,000만원~3,000만원 미만 |
| ⑩ 3,000만원~4,000만원 미만 | ⑪ 4,000만원 이상 | ⑫ 기타 : () |

DQ5. 귀 업체의 총매출액 대비 순수익은 대략 %정도입니까?

- ① 10% 미만 ② 10~20% 미만 ③ 20~30% 미만 ④ 30~40% 미만 ⑤ 40% 이상

* 바쁘심에도 불구하고 귀한 시간 내주심에 진심으로 감사드립니다. *

한국도자재단
「2018 도자센서스」

발행일 2019년 4월 30일

발행인 서 정 결

발행처 한국도자재단

주소 : 경기도 이천시 경충대로 2697번길 263

전화 : 031-645-0650

팩스 : 031-631-1614

홈페이지 : www.kocef.org

기 획 한국도자재단

나기정 전략사업본부장

정연중 도자지원센터팀장

진 행 정연중 도자지원센터팀장

조 사 (주)메가리서치

전화 : 02-3447-2900

© 한국도자재단

이 책의 모든 권리는 한국도자재단에 있습니다.

사전 서면동의 없이 무단전제와 복제를 금합니다.