
요약 보고서

제1장 과업의 개요

1. 과업의 배경과 목적

■ 과업의 배경

- 정부는 1975년 수출증대 및 지역균형발전 정책의 일환으로 익산에 귀금속 가공단지를 조성한 이후 익산 보석산업의 급속한 발전이 있었음. 1980년대에서 IMF 외환위기 이전 시기는 익산 귀금속산업의 수출 주력산업으로의 성장기라고 할 수 있음.
- 그러나 IMF 외환위기 이후 국내 인건비 상승으로 인해 생산비가 상대적으로 저렴한 중국으로 귀금속·보석 생산 공장이 이전하기 시작하였고, 익산 보석산업은 생산기지로서의 위상이 약화하고 침체기에 접어듦.
- 이에 익산시에서는 2010년대 초반부터 산업의 특화와 다양한 기능의 공간적 집적을 강조한 클러스터 육성전략에 따라 보석산업의 생산/유통 거점 조성 및 집적지 강화전략을 추진하게 됨.
- 보석산업 클러스터 육성을 통한 구조고도화를 위해 관련 산업인프라의 구축과 다양한 클러스터 육성전략을 추진하였으나 산업의 성장성과는 상대적으로 부진한 것으로 나타남.
- 익산의 귀금속 및 장신용품 제조업 종사자수는 2010년 293명에서 2015년 676명으로 증가하였다가 2020년에는 542명으로 134명이 감소하였음. 2015~2020년 기간 중 전국적으로는 946명이 순증가한 것에 비해 낮은 성과라고 할 수 있음.

■ 과업의 목적

- 따라서 보석산업 클러스터 육성전략에 따른 구조고도화의 성과가 부진해지고 있는 현상황을 극복하고, 익산 보석산업의 지속가능한 활성화를 위해 익산 보석산업의 시스템 개선과 변화가 필요한 시점임.
- 본 연구는 익산시 보석관련 기업에 대한 조사와 시민을 포함한 보석산업 관계자에 대한 심층면접조사를 통해 보석산업의 현황과 실태를 파악하고,
- 익산시 보석산업의 위상과 발전방향을 설정하기 위해 글로벌 차원의 보석

산업 집적지들과의 비교 분석을 통해 익산시 보석산업이 나아가야 할 방향을 새롭게 포지셔닝하도록 함.

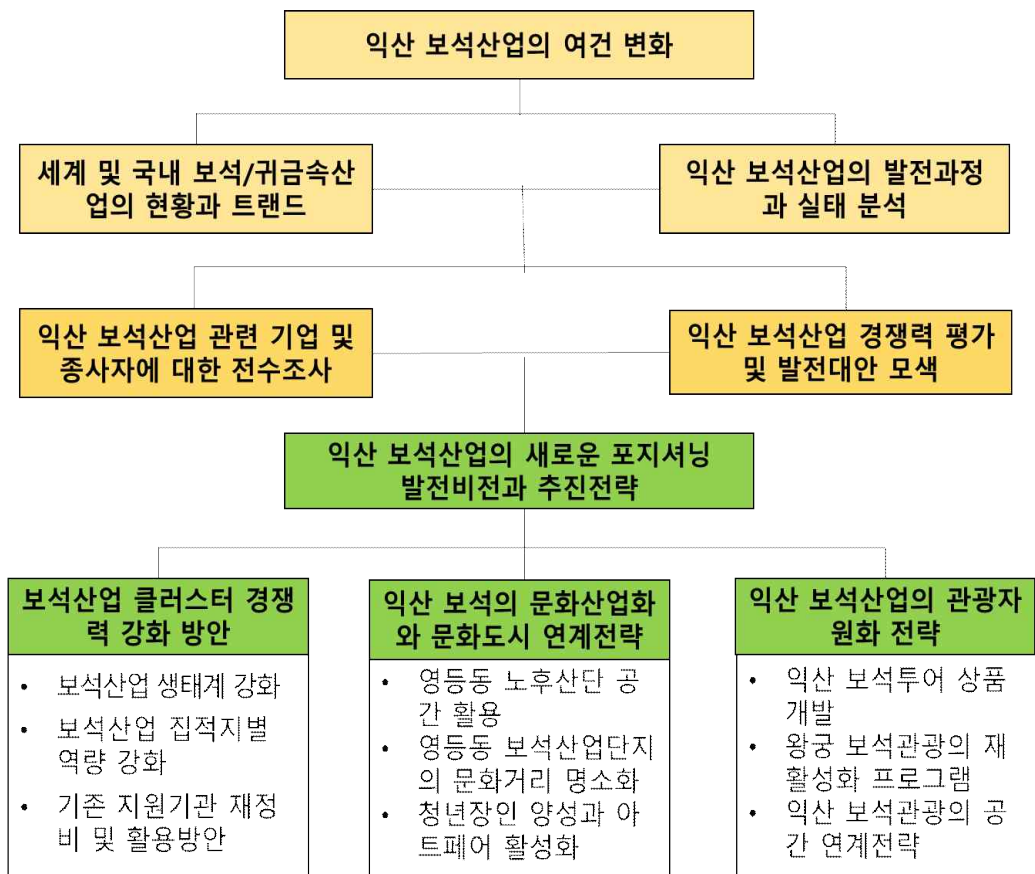
- 이에 기반하여 익산 보석산업의 발전비전과 목표를 수립하고, 이를 달성하기 위한 중장기 발전전략을 도출하도록 함.
- 또한 발전전략의 실행을 위한 추진과제 및 연차별 추진계획 등을 마련하여 체계적이고 계획적인 보석산업 발전 방안을 마련하도록 함.

2. 과업의 범위와 주요내용

■ 공간적, 시간적 범위

- 공간적 범위 : 익산시 전역 및 연계가 필요한 광역경제권, 글로벌 지역
- 시간적 범위 : 기준연도 2023년, 목표연도 2027년

■ 내용적 범위(연구 프로세스)

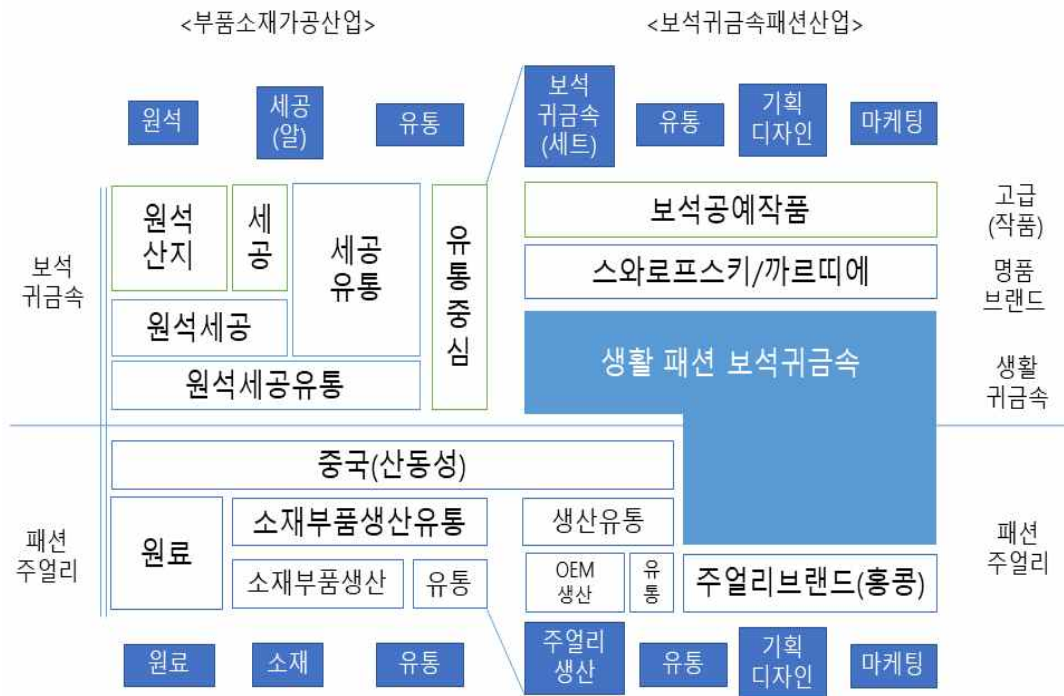


제2장 국내외 보석산업 현황 및 집적지 분석

1. 보석산업의 정의 및 특성

- (정의) 보석산업은 금, 은, 플래티넘과 같은 귀금속과 다이아몬드, 루비, 사파이어 등과 같은 보석 원자재를 장식품의 형태로 디자인 및 가공, 세공한 후 소비자에게 공급하는 산업임.
- (분류) 가치사슬에 따라 보석산업을 분류하면 원석 발굴 및 세공 → 보석 제품 디자인 → 제품 제작 → 유통 및 판매 등으로 분류할 수 있음.

<그림 II-1> 보석산업의 가치사슬과 분류



- (특성) 보석산업은 노동집약적, 경기 및 소비 트렌드에 민감하며, 문화지향적인 특성을 지니고 있음.
- 고도의 가공 및 세공기술이 요구되는 노동중심형 산업으로 고용효과가 큰 특성을 지님.
- 보석과 귀금속의 높은 소재가격에 공임, 브랜드 가치까지 포함하므로 기펜재 특성, 베블렌효과, 파노폴리 효과를 보이기도 하며 패션 아이템으로 경기의 영향을 크게 받음.

2. 보석산업 현황과 경쟁력

[1] 보석산업 현황

■ 세계 보석산업 현황

- 세계 보석산업은 전통적인 보석산업 강국과 신흥국으로 구분되며, 고가의 전통적인 보석·귀금속산업과 인공 모조보석을 활용한 패션주얼리 시장으로 양분되어 있음.
- 전통적인 보석산업 강국은 보석의 가공, 보석상품의 제작, 유통의 중심지인 이탈리아, 벨기에, 이스라엘 등
- 신흥국은 낮은 인건비와 큰 내수시장 또는 원석생산에 기반한 중국, 태국, 인도네시아, 홍콩 등
- 세계 보석산업의 시장규모는 2022년 3,681억 5,300만 달러를 기록하였으며 2013~2022년 동안 연평균 2.1%의 성장률을 보임.
- 명품 패션 브랜드들이 파인주얼리 상품 개발과 마케팅에 힘을 쏟음에 따라 파인 주얼리 시장의 점유율이 87.3%를 차지하고 있으며 코스튬 주얼리 시장의 점유율은 12.7%임.
- 2021년 기준 지역별 글로벌 주얼리 시장 점유율은 아시아 태평양 63.5%, 북미 21.2%, 서유럽 7.7%, 중동과 아프리카 2.8% 등의 순

■ 국내 보석산업 현황

- 2022년 국내 주얼리시장 규모는 6조 3,421억 원으로 전년대비 13.8% 증가
- 그 중에서도 골드, 백금 소재 중심의 주얼리 시장이 전년대비 31.1% 성장하며 시장 확대를 견인함.
- 경기부진으로 소비가 위축되면서 2016년 이후 국내 주얼리시장 규모는 지속적으로 하락세를 보이고 있는 가운데 특히 혼인건수의 감소와 예물 구매 비용 절감 등의 이유로 예물시장의 규모가 빠르게 감소하고 있음.
- 2022년 예물시장의 규모는 8,197억 원으로 전년대비 25.9% 감소한 반면 비예물시장은 전년대비 23.6% 상승하였음.
- 국내 주얼리산업의 수출액은 2022년 3억 3,350만 달러, 수입액은 10억 7,082만 달러를 기록하였으며, 수출입격차가 약 3.2배 벌어진 것으로 나타남.

[2] 국내 소비 트렌드

- 주얼리 유통 채널이 오프라인에서 온라인으로 확대됨에 따라 온라인 주얼리 시장규모가 확대되고 있는 추세임.
- 2021년 국내 온라인 주얼리 시장 규모는 약 3억 7천 달러로 전년대비 4.7% 증가하였음.
- 경기악화와 물가 상승에 따라 소비심리가 위축되었으나 국내 백화점의 주얼리 매출액이 명품 브랜드를 중심으로 증가하고 있으며 이는 주얼리 수입액에 영향을 주고 있음.
- 수입 파인주얼리 브랜드인 까르띠에, 불가리, 반클리프 앤 아펠, 티파니 등의 수요 증가로 국내 3사 백화점의 주얼리 매출액이 증가함.
- 코로나19로 국경간 이동이 제한됨에 따라 해외 여행이 어려워지면서 소비자들이 고가 제품 구매 증가, MZ세대를 중심으로 플렉스 문화가 확산되면서 명품 주얼리 시장의 규모가 확대됨.

[3] 국내 보석산업의 경쟁력

- 귀금속·보석산업은 대외의존도가 높은 산업으로서 글로벌 경제 및 산업여건 변화에 따라 매출액 및 수익성이 크게 영향을 받음.
- 2019년 귀금속·보석산업의 대외의존도는 69.0%로 제조업 평균인 47.6% 보다 21.4%p 높은 것으로 나타남.
- 반면 수출의존도는 2019년 39.3%로 제조업 평균(34.5%)와 4.8%p 다소 높은 것으로 나타났으나, 2017년 이후 지속적으로 하락하고 있음.
- 귀금속·보석 한단위 생산에 투입되는 수입 중간재의 크기를 나타내는 수입침투율도 제조업의 비해 비교적 높은 수준으로 나타남.
- 이는 생산에 필요한 다이아몬드, 금 등을 비롯한 원재료를 대부분 수입에 의존
- 국내 귀금속·보석산업은 금, 은 등을 비롯한 원재료를 수입에 의존하기 때문에 후방연관효과와 부가가치유발계수가 낮은 수준임.

3. 익산 보석산업의 발전과정과 현황

[1] 익산 보석산업의 발전과정

- (1970년대) 정부의 수출 증대와 지역균형개발 정책의 일환으로 1973년 이리수출자유 지역이 조성되기 시작했으며, 1975년 국내 유일의 국가지정 귀금속·보석 가공단지가 조성되었음.
- (1980년대~1990년대 후반) 다이아몬드와 천연보석, 큐빅 등의 합성 보석의 가공, 연마, 수출 등으로 익산 귀금속산업은 빠르게 발전하며 시장 규모를 확대
- (1990년대 후반~2010년대) 1990년 후반까지 호황을 누리던 익산 보석귀금속 시장은 1998년 한국 외환위기로 촉발된 불황으로 인해 크게 위축되었음.
- (이후 현재까지) 익산시는 귀금속·보석산업의 명성을 되찾고 지역 경제를 활성화하기 위해 주얼리 산업의 집적화 방안을 추진함.

[2] 익산 보석산업의 현황

■ 시장 규모

- 2020년 익산의 귀금속 및 장식용품 제조업의 매출액은 1,138억 9,100만 원으로 우리나라 전체 매출액에서 약 3.6%를 차지함.
- 익산의 귀금속 및 장식용품 제조업의 사업체 수는 142개로 전체 귀금속 및 장식용품 제조업 사업체 중에서 익산이 차지하는 비중은 약 3.2%로 나타남.
- 2020년 익산시의 귀금속 및 장식용품 제조업 종사자 수는 542명으로 집계되었으며 전체 귀금속 및 장식용품 제조업 종사자 수에서 차지하는 비중은 4.7%임.

■ 집적지 및 인프라 현황

- 익산시의 보석산업 생산 및 유통단지는 영등동과 왕궁면, 삼기면 등 3개 권역에 대단지의 보석산업 클러스터가 조성되어 있음.
- 영등동 191, 215번지 일대에 1975년에 귀금속 판매센터와 7만m² 규모의 귀금속 가공공단이 조성되었으며, 익산에서 귀금속이 대표산업으로 자리매김하는데 큰 역할
- 1990년대 후반 영등동의 상당수 업체들이 비교적 인건비가 저렴한 중국 청도로 생산기지를 이전하면서 빠르게 쇠퇴하는 양상을 보임.

- 현재 세공, 연마 등 귀금속 공정이 가능한 인프라를 갖추고 있으나 건축물 및 시설, 장비 등이 노후화 되어 근로환경이 열악하며, 4인 이하의 영세업체가 주로 분포
- 왕궁면에는 왕궁보석가공단지, 보석박물관, 주얼팰리스, 전북디자인센터 등이 집적해 있음.

4. 국내외 주요 보석산업 집적지

[1] 인도

- **(다이아몬드 가공)** 인도는 다이아몬드산업의 메카로서 생산은 인도 중앙부에 있는 마다야 프라데쉬(Madhya Pradesh), 절단 및 연마는 인도 서부에 위치한 구자라트(Gujarat)주 수랏(Surat) 지역에서 이루어지고 있음.
- 전 세계 다이아몬드 90%가 수랏 지역에서 가공되며, 약 150만 명 이상이 다이아몬드 산업계에 종사하고 있으며, 약 7천 개의 다이아몬드 절단 및 연마시설이 가동 중
- **(랩그로운 다이아몬드)** 인도 랩그로운 다이아몬드 산업은 관세 철폐, 투자금 확대 등 정부 정책 지원에 힘입어 빠르게 성장하고 있으며, 랩그로운 다이아몬드의 주요 허브가 될 것으로 예상
- 랩그로운 다이아몬드는 가성비와 친환경 등의 이유로 주목받고 있으며 가성비와 친환경 등의 이유로 주목받으며 전 세계적으로 랩그로운 다이아몬드 개발에 힘을 쏟고 있음.

[2] 국내 주요 집적지

■ 서울 종로 귀금속거리 및 서울주얼리지원센터

- 종로 귀금속·보석산업은 1960년대 예지동 일대에 형성되어 1970년대 이후 양적성장을 거듭하며 현재 국내 50% 이상의 귀금속·보석 사업체가 집적
- 2010년 8개 ‘산업·특정개발진흥지구’ 중 하나로 지정되어, 집적해 있는 사업체들은 지방세 감면과 같은 세제 혜택과 경영자금 등의 각종 자금 융자지원을 받을 수 있음.
- 서울주얼리지원센터는 주얼리 종사자, 전공자, 일반시민 등을 대상으로 산업지원, 시민 참여 프로그램, 감정지원, 등의 사업을 추진하고 있음.

■ 부산 골드테마거리 및 귀금속소공인특화센터

- 부산진구 범천동 골드테마거리는 부·울·경 최대 귀금속 시장으로 부산 귀금속 제조업체의 약 85%, 유통업체의 약 70%가 밀집
- 2006년 귀금속특화전문시장으로 지정되었으며, 주변으로 백화점, 전통 재래시장이 자리하고 있어 귀금속 가공 및 제조, 유통, 관광이 연계되는 생태계가 조성
- 부산경제진흥원은 골드테마거리 활성화를 위해 소상공인진흥공단으로부터 소공인특화센터를 유치하여 부산범천귀금속소공인특화센터를 개소하여 지역내 귀금속 소공인 육성을 지원
- 자체 소상공인 지원사업과 연계하고 소상공인진흥공단의 지원을 받아 RP 출력기, 레이저 각인기 등 공동장비실 구축, 라이브 커머스 지원을 통해 소공인들의 온라인 판매 경로 확대 등을 지원

■ 대구 패션주얼리특구

- 2005년 12월 대구 중구 교동 상권이 패션주얼리특구로 지정되었으며 2011년 패션주얼리전문타운을 개관함으로써 인접한 동성로와 연계하여 종합 패션 공간으로 변모
- 대구광역시는 대구패션주얼리특구 역량강화사업을 위해 2023년 기준 1억 5천 만원의 예산을 지원
- 또한, 2014년부터 주얼리소공인특화지원센터 운영을 통해 특구 내 귀금속·주얼리 제조업체의 권익 증진 및 발전을 위한 지원사업을 수립하고 운영

■ 시사점

- 서울, 부산, 대구는 각각 국가와 시에서 산업을 육성하기 위해 서울은 산업·특정개발진흥지구, 부산은 귀금속특화전문시장, 대구는 패션주얼리특구로 지정됨.
- 각 지역에는 주얼리 관련 다양한 협회들도 존재하지만 앵커시설이 구축되어 이를 중심으로 다양한 사업을 진행하고 있음.
- 소공인의 비중이 높은 특성을 감안하여 이들의 지원과 육성을 위해 별도의 지원센터를 운영
- 주얼리 산업 자체 육성뿐만 아니라 역 특성에 맞는 관광코스에 주얼리 집적지구를 포함시켜 거리 활성화 및 주변 확대를 도모

제3장 익산 보석산업 실태조사 결과 및 정책시사점

1. 조사의 개요와 절차

■ 조사 개요

- 조사기간 : 1차 : 2023.02.27 - 2023.03.16.(18일간)
2차 : 2023.03.27 - 2023. 03.29.(3일간)
- 조사기관 : 원광대학교 산학협력단
- 조사대상 :

<표 Ⅲ-1> 조사대상

| 구분 | | 업체수(명) |
|----|----------------------|----------|
| 1차 | 영등동(제1국가산단) 입주 업체 | 69(71) |
| | 왕궁면(보석가공단지 등) 입주 업체 | 14(15) |
| | 삼기·낭산면(제3일반산단) 입주 업체 | 15(20) |
| | 왕궁(주얼팰리스) 입주 업체 | 53(53) |
| | 총 | 151(159) |
| 2차 | 영등동(제1국가산단) 입주 업체 | 65(73) |
| | 왕궁면(보석가공단지 등) 입주 업체 | 13(16) |
| | 삼기·낭산면(제3일반산단) 입주 업체 | 15(21) |
| | 총 | 93(110명) |

- 조사방법
 - 전문조사원 4명을 현장에 파견하여 일대일 면접조사 방식으로 구조화된 설문지를 통한 자기기입식 설문조사

■ 조사내용

<표 Ⅲ-2> 조사내용

| 영등동/왕궁면/삼기·낭산 생산 업체 | 주얼팰리스 입주 업체 |
|---|--------------------------------|
| 1차 조사 익산 보석/귀금속 산업 브랜드 구축에 대한 의견 익산 보석/귀금속산업의 브랜드와 시장 구축에 대한 의견 익산 보석/귀금속 산업의 경쟁요소에 대한 의견 익산 보석산업의 발전전략 수립을 위한 대안에 대한 의견 | 1차 조사 매장 기본현황에 대한 조사 |
| 2차조사 익산 보석/귀금속 산업지원 기관의 역할에 대한 의견 | |

2. 조사결과 요약 및 정책시사점

[1] 보석/귀금속 산업 브랜드 구축에 대한 의견

■ 익산 보석/귀금속 산업 브랜드 구축

- 보석/귀금속 산업 전체에 대해서는 긍정적 의견이 부정적 의견보다 높게 나타남. 그러나 익산 보석/귀금속 산업 전망에 대해서는 부정적인 전망이 보다 강한 것으로 나타남.
- 경제적 문제(경기침체, 운용자금 확보 어려움)와 인력문제(기능인력 부족)가 보석/귀금속 산업 발전을 저해한다고 인식하고 있으며, 익산 보석/귀금속 산업 발전을 위해서는 마케팅 발전과 브랜드 구축을 산업 발전에 중요한 요인으로 인식하고 있음.
- 익산 보석/귀금속을 문화산업으로 발전시키는 방향에 대해 선호도가 높은 것으로 나타났으며, 산업 고급화를 위해서 유통망 지원을 필요로 하고 있음.

■ 조합이나 단체 참여 현황

- 조합이나 단체에 참여하는 목적은 정보 공유 및 획득(마케팅 및 수요처 정보, 생산 및 기술관련 정보)을 위해 주로 참여하는 것으로 나타남.

[2] 익산 보석/귀금속 산업 브랜드와 시장 구축에 대한 의견

■ 익산 보석/귀금속 산업의 대표상품

- 현재 익산을 대표하는 보석/귀금속 제품으로는 파인주얼리(테니스팔찌 등)를 꼽고 있고, 테니스팔찌 다음의 대표 제품으로도 파인주얼리 분야의 상품을 고려하고 있는 것으로 나타남.

■ 익산 보석/귀금속산업의 주요 시장 및 우수한 점

- 현재와 향후 익산 보석/귀금속 산업의 핵심시장은 중저가 시장으로 인식하고 있지만, 앞으로 고가의 고급시장으로의 이동도 고려하고 있는 것으로 나타남.
- 익산은 보석도시 이미지의 강점을 가지고 있으나, 옛날 방식에서 벗어나지 못하는 약점을 보이며, 또한 기술능력과 장인은 존재하나 뒤를 이을 젊고 유망한 인재가 부족한 것으로 나타나 인력문제를 해결할 필요가 큼.

[3] 익산 보석/귀금속산업의 경쟁요소에 대한 의견

■ 익산 보석/귀금속 산업 경쟁요소

- 익산 보석 귀금속 산업 경쟁요소 중 인력 조달(숙련자, 디자이너, 영업전문가 등)에 대한 경쟁력이 비교적 낮은 것으로 보이며, 경쟁력 강화를 위해서는 관련 전문인력 확보가 필요한 상황임.
- 국내 파인주얼리에 대한 해외 시장 잠재력은 긍정적으로 볼 수 있지만 국내 소비자 선호와 욕구 결과를 보았을 때 국내 소비자 트렌드에 대한 맞춤형 디자인 개발이 필요한 것으로 보임.
- 익산 보석/귀금속 업체 응답자는 디자인 개발과 관련 전문인력 확보가 매우 중요하다고 인식하고 있어, 관내 관련 대학 학과 연계 및 지원기관의 역할 강화가 필요함.

[4] 익산 보석/귀금속 산업의 발전전략 대안에 대한 의견

■ 현재의 위상 진단과 바람직한 방향

- 현재와 향후의 익산 보석/귀금속 산업 유형을 「내수형 파인 주얼리 생산유통 집적지」로 생각하고 있으나, 잠재적 가치가 높은 유형으로 「패션 주얼리 브랜드 특화」, 경제적 이익에 맞는 유형은 「파인 주얼리 브랜드 특화」로 인식하고 있음.
- 이에 익산 보석/귀금속 산업 발전을 위해서 기존 「내수형 파인 주얼리 생산유통 집적지」에서 「패션 주얼리 브랜드 특화」, 「파인 주얼리 브랜드 특화」 유형으로 전환 또는 병행할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있음.

■ 보석/귀금속산업의 창업 확대 방안

- 젊은 인재들을 유입하기 위해서는 장비와 시설 등 청년창업 공유공간 구축이 필요한 것으로 나타남.
- 영등동 산단, 보석/귀금속 지원 시설 내에 있는 유희공간을 이용한 청년창업 공유공간 조성을 고려할 필요

■ 영등동, 삼기, 왕궁 활성화 방안

- 영등동 귀금속보석산업단지 활성화 방향에 대해 문화공간으로의 전환 필요

성을 느끼고 있으며, 접근성이 좋아 문화와 관광이 결합된 복합 문화산업 공간으로의 활용을 고려해볼 필요가 있음.

- 왕궁 보석관광단지의 가장 좋은 발전 방안에 대해 「주얼팰리스 판매장과 보석박물관 등 본래의 관광기능에 집중 발전」을 원하고 있어 관광 활성화를 위한 프로그램이 필요해 보임.
- 삼기 패션주얼리산업단지의 가장 좋은 발전 방안에 대해 「적극적 관련 기업 유치」를 원하고 있어 관련 기업 유치를 위한 정책개발이 필요함.

[5] 익산 보석/귀금속 산업지원 기관에 대한 의견

■ 익산 보석/귀금속 산업지원 기관에 대한 의견

- 익산 보석/귀금속 산업지원 지원 기관(전북 디자인센터, 익산패션주얼리 공동개발연구센터, 삼기 보석/귀금속 도금 센터)에 대해서 업체와의 소통, 기관 내 전문인력 확보 및 기술력 향상을 공통적으로 원하는 것으로 나타남.
- 전북 디자인센터, 익산패션주얼리 공동개발연구센터, 삼기 보석/귀금속 도금센터에 대한 이용경험이 상당히 낮은 것으로 나타났으며, 보석/귀금속 산업발전에 대한 현재 기여도와 향후 기여도에 대해서도 부정적인 인식이 있는 것으로 나타남.
- 영등동, 왕궁, 삼기/낭산 생산업체의 제품이 주얼팰리스에 납품이 되지 않는 것으로 나타나 주얼팰리스 판매업체와 생산업체 간의 매매 활동이 적고, 생산업체 상당수가 주얼팰리스에 입점하지 않은 것으로 볼 수 있음.

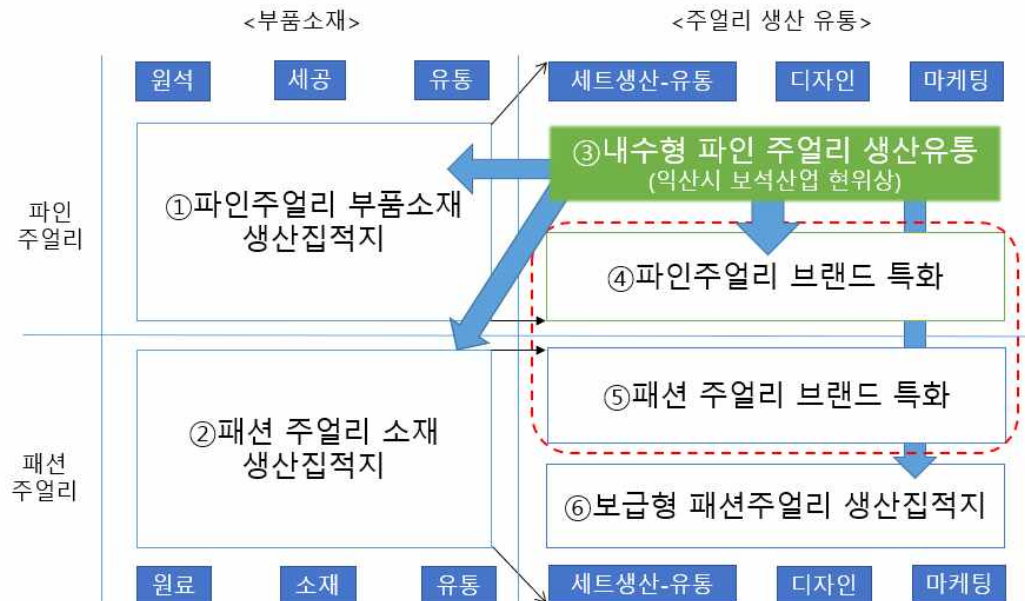
제4장 익산 보석산업의 전략적 대안평가 및 발전목표

1. 익산 보석산업의 포지셔닝 대안

■ 익산 보석산업 발전전략 분석을 위한 포지셔닝 맵

- 익산 보석산업 발전전략 분석을 위한 포지셔닝 맵은 주얼리 산업 시장세그먼트와 가치사슬 활동의 분류를 매핑하여 총 6개의 세부 산업 영역을 구분

<그림 IV-1> 주얼리산업의 포지셔닝 맵



- 시장 분류에서는 파인 주얼리와 패션 주얼리의 2개 영역으로 구분하고, 가치사슬활동은 크게 부품소재 부문과 주얼리 생산·유통 부문으로 구분함.
- 주얼리 생산·유통부문은 파인 주얼리 업종에서는 세트생산 및 유통과 디자인-마케팅-브랜딩 부문 등 2개 부문으로 분류하고, 패션 주얼리 업종에서는 패션주얼리 브랜드 특화와 보급형 패션 주얼리 생산집적지로 양분함.

■ 포지셔닝 대안의 주요 내용

<표 IV-1 포지셔닝 대안별 산업적 특성의 요약>

| | 구분 | 주요 내용(산업 특성) |
|-----|----------------------|---|
| 대안1 | 파인 주얼리 소재 부품 집적지 | <ul style="list-style-type: none"> • 원석 생산, 커팅, 정제, 세공 • 대도시의 풍부한 전문인력 공급 능력 필요 • 예1: 인도 자이푸르, 태국 방콕(원석 산지) • 예2: 벨기에 앤트워프, 이탈리아 피렌체(역사적인 보석유통 중심지) |
| 대안2 | 패션 주얼리 소재 부품 생산 집적지 | <ul style="list-style-type: none"> • 인조보석, 유리, 금속, 플라스틱, 목재 등 소재 및 부품의 양산 기지 • 신소재 개발 역량 확보, 고품질의 소재부품의 생산경쟁력 확보를 위한 대규모 투자 및 R&D 역량 개발 • 예: 중국, 인도, 태국 등 |
| 대안3 | 내수형 파인 주얼리 생산유통 집적지 | <ul style="list-style-type: none"> • 디자인, 세공, 소매 유통 중심의 파인 주얼리 공급자 집적 • 내수시장 수요 기반의 소규모 자영업(금은방 등) 및 일부 중고급형 패션주얼리도 포함 • 예: 서울 종로3가, 부산, 대구, 익산 |
| 대안4 | 파인 주얼리 브랜드 특화 | <ul style="list-style-type: none"> • 보석 세공, 유통의 오랜 역사적인 배경 • 고품질 고급 보석귀금속 세트 상품의 기획디자인, 유통, 마케팅 및 브랜딩 • 예: 까르띠에, 티파니, 불가리, Van Cleef & Arpels, Graff 등 명품 브랜드 |
| 대안5 | 패션 주얼리 브랜드 특화 | <ul style="list-style-type: none"> • 디자인, 마케팅, 브랜딩에 특화하여 고부가가치 추구 • 브랜드, 디자인, 유통 역량의 결집, 생산은 제조기반을 구축한 노동집약적 산지로부터 OEM • 예: 스와로프스키, Pandora, 알렉스&애니, BaubleBar 등 |
| 대안6 | 보급형 패션 주얼리 생산 유통 집적지 | <ul style="list-style-type: none"> • 노동집약적 생산 기반, 제조비용 우위가 중점 • 저임금 노동력에 의한 소품종 양산, OEM 생산, 수출, 도소매 유통의 산업적 특성 • 중국(산둥성, 광둥성의 대도시), 인도(자이푸르), 태국(방콕) 등 |

2. 익산 보석산업의 포지셔닝 대안 평가

[1] 분석 방법론

■ 포지셔닝 매력도(Attractiveness)

- 포지셔닝 매력도는 각 대안에 내재된 경제적 산업적 가치를 의미함. 익산 보석산업이 정책적으로 육성됨으로써 장기적으로 얻을 수 있는 가치와 경제적 이익의 크기로 평가될 수 있음.

<표 IV-2> 포지셔닝 매력도의 구성

| 구분 | 평가항목 | 주요 내용 |
|--------|-------------|-----------------------------|
| 잠재적 가치 | 시장의 크기 | 국내시장과 해외시장 |
| | 성장성 | 타깃 마켓의 성장성 |
| | 경쟁의 강도 | 경쟁상대, 시장조직 |
| 경제적 이익 | 부가가치의 창출 능력 | 부가가치율, 부가가치 성장률 |
| | 고용 및 일자리 창출 | 고기능 숙련인력의 고용, 청년창업 등 일자리 창출 |
| | 산업 파급효과 | 익산의 기존 산업에의 영향 |

■ 목표 달성을 위한 능력의 적합성(Capabilities)

- 목표 달성을 위한 능력에는 현재 익산 보석산업이 목표하는 보석산업 포지션에 도달할 수 있는 역량에 대한 평가임.
- 현재 익산의 보석산업이 목표 시장에서 경쟁우위에 있는지, 그리고 그 경쟁우위의 기반을 구성하는 생산역량, 수요기반, 전통과 명성, 브랜드 및 마케팅 능력 등을 포함함.
- 이는 각 포지션별 차별화된 역량을 요구할 수 있음. 즉, 시장 세그먼트(파인 주얼리와 패션 주얼리)와 가치사슬 위치(소재 및 부품 부문과 완제품 세팅 등)에 따라 요구 능력이 다름.

<표 IV-3> 능력 적합성의 구성

| | 평가항목 | 주요 내용 |
|------------|----------------|--|
| 현재 보유 능력 | 생산 역량 | 디자인 역량, 인적자원(숙련공)의 조달, 품질, 요소가격 및 경쟁력 있는 노동 등 |
| | 수요 기반 | 세련된 소비자 기반 |
| | 전통과 명성 | 품질에 대한 명성, 소비자 신뢰 |
| | 브랜드 및 마케팅 능력 | 브랜드 명성, 제품차별화, 등 |
| 능력 획득의 용이성 | 신속성, 복잡성, 투자비용 | 포지션 달성에 필요한 능력을 획득하는 데 필요한 경제적, 시간적 비용, 능력 획득의 복잡성 등 |

[2] 포지셔닝 대안 평가 결과

■ 익산 보석산업 포지셔닝 대안의 종합 평가

- 보석산업 시장 세그먼트와 가치사슬에 따라 분류한 6개의 포지션의 포지셔닝 매력도와 능력 적합성을 문헌자료, 보석산업 실태조사, 보석산업 전문가 인터뷰 등을 토대로 평가함.

- 익산 보석산업의 발전 전략 수립을 위한 포지셔닝 대안 평가 결과를 포지셔닝 맵에서 살펴보면, 현 시점에서 익산 보석산업이 선택할 수 있는 성공적인 대안은 없는 것으로 나타남.

<표 IV-4> 대안별 매력도 및 능력 적합성 평가 종합>

| | 구분 | 포지셔닝 매력도 | | | 능력 적합성 | | | 전체 평균 |
|-----|----------------------|----------|--------|-----|----------|-----------|------|-------|
| | | 잠재적 가치 | 경제적 이익 | 평균 | 현재 보유 능력 | 능력 획득 용이성 | 평균 | |
| 대안1 | 파인 주얼리 소재 부품 집적지 | 3 | 3 | 3 | 1 | 0.5 | 0.75 | 1.875 |
| 대안2 | 패션 주얼리 소재 부품 생산 집적지 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 대안3 | 내수형 파인 주얼리 생산유통 집적지 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 대안4 | 파인 주얼리 브랜드 특화 | 5 | 4 | 4.5 | 1.5 | 0.5 | 1 | 2.75 |
| 대안5 | 패션 주얼리 브랜드 특화 | 4 | 5 | 4.5 | 1.5 | 1 | 1.25 | 2.875 |
| 대안6 | 보급형 패션 주얼리 생산 유통 집적지 | 2.5 | 1.5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1.5 |

주: 5점 척도(매우 높음 : 5, 약간 높음 : 4, 보통 : 3, 약간 낮음 : 2, 매우 낮음 : 1)

- 평가 결과 내수형 파인주얼리 생산 집적지(대안3, 현 포지션) 대안이 가장 높은 평가를 받았으며, 주얼리 브랜드 특화 대안은 높은 포지셔닝 매력도에 비하여 능력 적합성이 낮은 것으로 나타남.

■ 익산 보석산업의 현 위상과 포지션 맵

- 익산 주얼리산업은 국내 주얼리산업¹⁾에서 차지하는 위상은 관련사업체수, 매출액 등 모든 면에서 매우 낮음.
 - 통계청 경제총조사에 의하면 2020년 기준 익산시 주얼리 산업이 관련 업체는 142개로 전국에서 차지하는 비중은 3.2%. 익산의 주얼리 산업 종사자수는 전국의 4.7%인 542명, 매출액은 전국의 1,139억원으로 전국의 3.6%에 불과함.
- 현재 익산 보석산업은 전북지역을 대표하는 ‘내수형 파인 주얼리 생산 및 유통 집적지’로 자리매김하고 있으나 전국 주얼리시장에서의 위상은 상당히 낮은 것으로 평가할 수 있음.
- 결론적으로 현재, 익산에 남은 보석귀금속산업과 관련된 유산은 보석도시

1) 한국표준산업분류에서 귀금속 및 장신용품 제조업(311) 기준

로서의 지역 브랜드 이미지와 전북지역을 대표하는 소규모의 주얼리산업 역량에 한정됨.

<그림 IV-1> 익산 보석산업의 평가 대안의 포지셔닝 맵



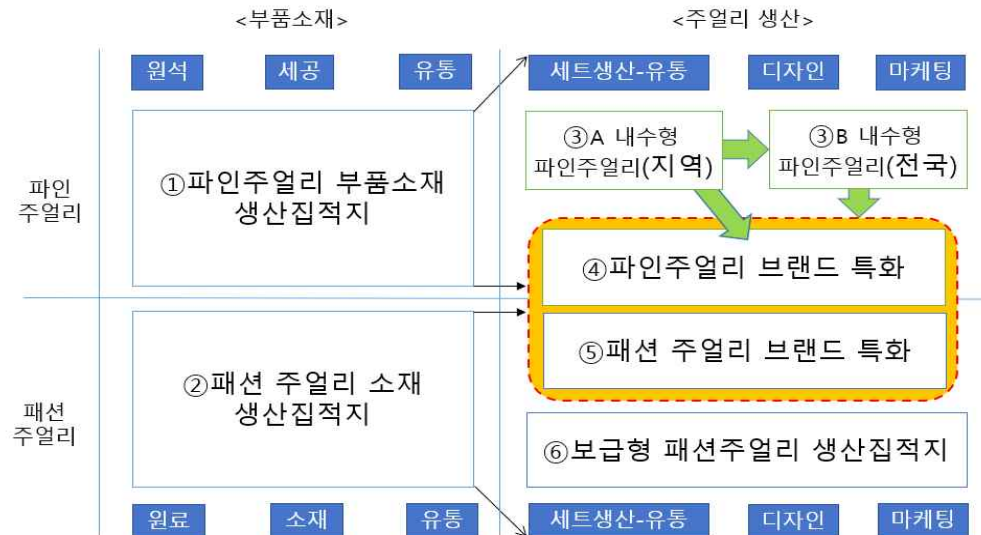
3. 익산 보석산업 발전전략 모색

■ 중기적 대안: 내수시장에서의 입지 강화 전략

- 현재 익산 보석산업이 내수형 파인주얼리 집적지로 평가받고 있지만, 장기적인 포지션은 현재의 파인주얼리와 함께 패션주얼리를 포함하는 브랜드에 특화한 주얼리 산업으로 확장하는 것이 바람직함.
- 익산 보석산업이 장기적인 포지션으로의 이동에 필요한 역량을 축적하는 과정에서 우선적으로 전국적인 주얼리 생산 유통 집적지로 입지를 구축하는 것이 선행되어야 함.
- 익산 주얼리 브랜드가 국내 시장에서 선도적인 입지를 확보한다는 것은 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 역량의 확보를 의미하는 것임.
- 장기적으로 ‘세계적 보석산업도시 익산’이라는 글로벌 브랜드를 확보하게 되는 퀀텀 점프도 이러한 과정을 거쳐야 가능할 것임.

■ 익산 보석산업의 새로운 대안의 모색: Two-track 전략(역량 축적과 외연 확대)

<그림 IV-2> 익산 보석산업의 발전 목표 설정



- 익산 보석산업이 장기적으로 가장 유망한 파인 및 패션 주얼리 브랜드에 특화해 나가기 위해서는 국내 시장에서 주도적인 역할을 하면서 동시에 디자인, 브랜딩, 마케팅 등의 역량을 글로벌 브랜드 수준으로 향상시켜야 함.
- 그 경로는 내수형 파인 주얼리 생산유통 집적지(대안3)를 지역 시장(대안 3A)과 전국 시장(대안 3B)으로 세분하여 중기적으로 대안 3B로 전환하면서 동시적으로 장기목표인 글로벌 시장을 목표로 하는 주얼리 브랜드 특화(대안4, 대안5)로 이동하는 것임.
- 전국 시장을 목표로 하는 전략 대안 설정은 현 수준에서 글로벌 브랜드 특화라는 높은 수준의 전략목표에 비하여 현실적이며, 중기적으로 실현 가능한 목표임.

■ 장기 목표포지션 달성을 위한 능력 개발

- 익산 보석산업이 장기적인 목표 포지션(대안4, 대안5)에 도달하기 위해서는 내수시장에서의 경쟁우위 확보와 익산 보석산업의 고부가가치화를 위한 가치사슬의 고도화가 필수적임.
- 이를 위해서는 익산 보석산업 내부의 경쟁역량 강화를 위한 노력과 세계시장 진출을 확대하기 위한 국내 시장에서의 역량 검증이 과정이 필요함.

<그림 IV-3> 익산 보석산업의 발전 목표 달성을 위한 필요 역량



4. 익산 보석산업의 발전목표와 추진전략

■ 익산 보석산업의 SWOT 분석

<표 IV-5> 익산시 보석산업 SWOT 분석

| 강 점 (Strength) | 약 점 (Weakness) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 보석·귀금속 분야의 업력이 높은 우수한 업체들의 존재 보석·귀금속 관련 인재양성 전문기관을 통한 인력공급 여건 구축 보석·귀금속 공동연구개발센터, 유통시설(주얼팰리스) 운영, 보석 디자인전문기관 입지, 공동활용 도금시설 운영 등 관련 인프라 여건 양호 | <ul style="list-style-type: none"> 브랜드 역량이 강한 앵커기업의 부재 왕궁, 영등동, 삼기 등으로 보석 관련 기업, 지원시설, 인프라 등이 분산되어 시너지 제고에 한계 우수한 청년인력의 지속적 역외 유출 보석산업 관련 협회, 협동조합들의 협력체계 미약 익산 보석산업의 포지셔닝이 불분명하여 명확한 전략방향을 보여주고 있지 못한 점 |
| 기 회 (Opportunity) | 위 험 (Threat) |
| <ul style="list-style-type: none"> 보석제품의 개인화 트렌드가 강화되어 자신의 개성을 표현할 수 있는 보석제품에 대한 수요 증대 보석의 공예화, 문화상품화를 위한 시도와 노력이 지속적으로 전개 보석산업의 집적지라는 중소도시의 지역 특성과 브랜드가 유지되고 있어 도시브랜드로 활용할 수 있는 여건 보유 | <ul style="list-style-type: none"> 외국의 유명 브랜드가 보석·귀금속 시장을 장악하고 있는 속도가 더욱 가속화되는 경향 보석·귀금속산업의 생산집적지, 보석제품 유통거점, 브랜드 특화지역 등의 위상이 지속적으로 약화 수도권과 대도시권으로 보석제품 산업체, 유통시설, 공방 등이 집중되는 추세 지속 |

■ SWOT분석에 기반한 육성전략 모색

① S-O전략(강점을 활용한 기회 극대화 전략)

- 보석산업의 공예 및 문화산업과의 접목을 통해 보석산업의 가치사슬을 확장하고, 보석제품에 공예 및 문화적 요소를 부가하여 고부가가치화
- 보석 관련 인프라 시설들의 활용도 제고를 위한 다양한 프로그램 발굴

② S-T전략(강점을 활용한 위협요소 최소화 전략)

- 보석산업 브랜드 특화지역으로서의 포지셔닝을 명확히 설정함으로써 보석산업 집적지로서의 위상을 강화
- 익산 보석산업의 레거시 자원(보석가공 장인, 오랜 세월 보석제품의 트렌드에 부응해온 기업역량)을 보석산업의 지역브랜드로 정착 -> 보석문화도시 익산

③ W-O전략(약점보완을 통한 기회 극대화 전략)

- 왕궁-영등동-삼기의 3대 집적지 간 역할분담을 명확히하고, 연계성을 제고
- 보석산업의 공예화 및 문화상품화를 통해 청년층의 창업과 지역정착을 확대

④ W-T전략(약점보완을 통한 위협요소 최소화 전략)

- 보석관련 기업 및 지원기관 간의 협력, 기존 보석장인과 청년 간의 협력을 강화하여 네트워크형 앵커기업 체계를 구축 -> 브랜드 특화역량 강화
- 익산의 보석관련 다양한 관광자원 발굴 및 집객력 강화를 위한 프로그램 개발을 통해 보석 관광도시로서의 브랜드 강화

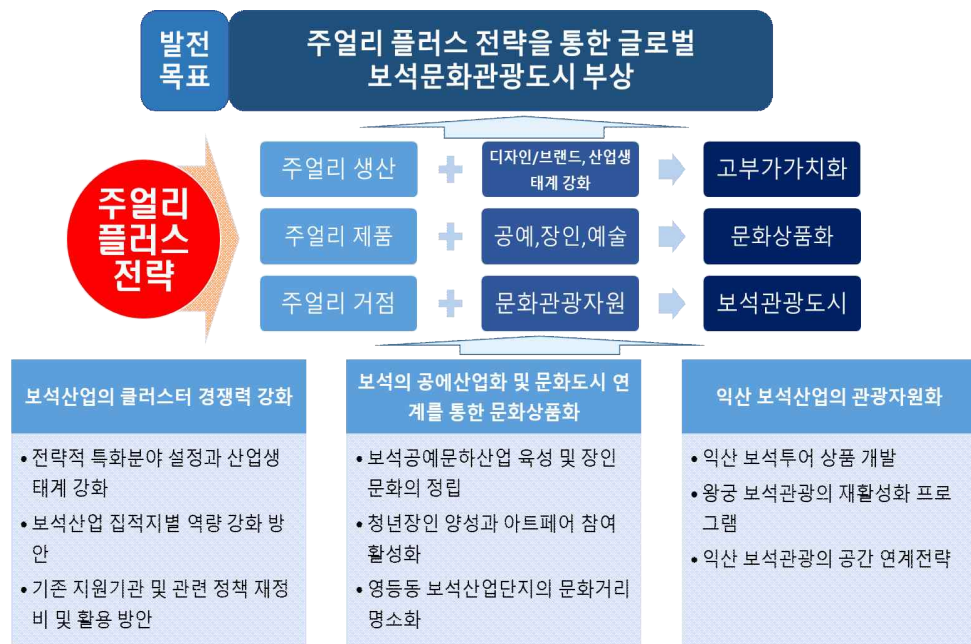
■ 익산 보석산업 4.0 발전목표: 주얼리 플러스 전략을 통한 글로벌 보석 문화관광도시 부상

- SWOT분석에 기반한 4가지 육성전략은 주얼리 플러스 전략으로 종합화 가능
- 주얼리 플러스 전략은 첫째, 익산 보석산업3.0에서 집중적으로 추진한 바 있는 주얼리 생산역량 강화, 클러스터 경쟁력 제고를 업그레이드하는 것으로서 디자인 및 브랜드 역량과 산업생태계 강화를 통해 고부가가치화하는 것
- 주얼리 플러스 전략의 두 번째는 주얼리 제품에 공예, 문화, 예술성을 플러스하여 문화상품화하는 것임.
- 주얼리 플러스 전략의 세 번째는 주얼리 제품의 생산과 유통기능 중심의

거점으로서의 익산시에 보석관련 문화관광자원을 결합하여 익산을 보석문화관광도시로 만드는 것임.

- 이러한 주얼리 플러스 전략을 통해 익산을 글로벌 보석문화관광도시로 만드는 것이 최종적인 발전목표라 할 수 있음. 이를 위한 추진과제는 아래와 같음.

<그림 IV-4> 익산 보석산업4.0 발전목표와 전략



■ 추진과제①: 익산 보석산업의 클러스터 경쟁력 강화

- 전략적 특화 분야 설정과 산업생태계 강화
- 보석산업 집적지별 역량 강화 방안
- 기존 지원기관 및 관련 정책 재정비 및 활용 방안

■ 추진과제②: 익산 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계전략

- 영등동 노후산업단의 재인식과 공간활용
 - 노후화된 산업단지를 현재의 제조업 기능을 유지시키면서도 공방 중심의 새로운 문화산업으로 전환
- 영등동 보석산업단지의 문화거리 명소화
 - 66,142㎡(약 2만여평)에 이르는 현 영등동 국가산단을 제약조건과 기능을 재조정하여 문화거리로 조성

- 문화도시 전략과 연계하여 공방 중심의 체험-판매, 청년창업-보육의 투 트랙 전략 제안
- 보석공방 육성 및 장인문화의 정립
 - 귀금속단지의 특성을 활용하여 소규모 작업장을 장인공방으로 전환시켜 공방문화 조성
 - 귀금속 단지 내 명장·명인의 성과를 시민들과 공유하는 프로그램 개발
- 청년장인 양성과 아트페어 참여 활성화
 - 2019년부터 귀금속 보석산업 분야 청년들이 꾸준히 진입하기 시작함. 청년들의 창업을 지원하고 양성. 성장 후 왕궁 보석가공단지로 확장하도록 지원
 - 청년 장인들의 실력을 양성하기 위해 아트페어를 체계적으로 지원

■ 추진과제③: 익산 보석산업의 관광자원화 전략

- 익산 보석투어 상품 개발
 - 영등동 귀금속단지의 체험-판매, 왕궁리의 생산-관광을 연계한 보석상품 개발과 판매를 추진
- 왕궁 보석관광의 재활성화 프로그램
 - 왕궁의 보석박물관과 주얼팰리스에 대한 지원을 강화하고 시설을 고도화하여 보석관광의 기반으로 발전
- 익산 보석관광의 공간 연계전략
 - 영등동 보석산업단지의 문화거리 명소화, 왕궁의 관광기능과 산업기능 극대화, 삼기 패션주얼리의 고유 기능 개발과 기능 확대 등의 공간 연계전략 제시

■ 중장기 발전목표

| As - Is | To - Be I (~ 2028) | To - Be II (~ 2040) |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 역내 보석관련 사업체수 (2020년) 142개 • 보석산업 관련 종사자수 (2020년) 542명 • 보석 관련 축제 개최 건수 연간 1회 | <ul style="list-style-type: none"> • 역내 보석관련 사업체수(공방 포함) 200개 • 보석산업 관련 신규 종사자수(1인 창업기업, 공방 및 문화 관련 종사자수 포함) 300명 • 자체 브랜드 육성 2건 • 보석 관련 축제 및 아트페어 개최 건수 연간 5회 • 보석관광객 수 연간 20만명 | <ul style="list-style-type: none"> • 익산 보석문화도시 글로벌 브랜드 위상 확보 • 보석 관련 세계적 아트페어 개최지역으로 성장 |

제5장 익산 보석산업 클러스터 경쟁력 강화 방안

1. 전략적 특화 분야 설정과 산업생태계 강화 방안

[1] 전략적 특화 분야의 설정

■ 전략적 특화 분야의 설정 필요성

- 현재 익산 보석산업은 100여개의 사업체가 존재하고 매출액이 1,000억원 수준에 머물고 있어 제한된 자원을 집중하여 주요 특화 제품 분야 중심으로 익산 보석산업의 고부가가치화의 전기를 마련할 필요가 있음.
- 다만, 현재 익산 보석산업은 파인주얼리, 패션주얼리 전 부문에 걸쳐 다양한 제품군을 생산판매하고 있어 일부 전략 제품 중심으로 정책적 지원을 집중할 경우 내부 갈등문제가 더욱 심화될 가능성이 있음.

■ 전략적 특화 분야의 설정 방향

- 다양한 제품군을 전략적 특화 제품으로 설정
 - 파인주얼리와 패션주얼리 각 부문별로 3대 특화 제품 분야를 설정하는 등 비교적 다양한 제품군을 특화 제품 분야로 설정함으로써 현재 익산 보석산업 업체 대다수가 참여할 수 있도록 유도할 필요가 있음.
- 상시적인 전략적 특화 제품군 설정 시스템의 구축
 - 새로운 전략적 특화 제품군을 상시 발굴함으로써 시장 및 기술의 변화를 고려하고 익산 보석산업 산업의 수요 확대를 지속적으로 도모할 수 있음.
- 전략적 특화 분야에 대한 익산 보석업계 전체의 공감대 형성 및 역량 집중
 - 익산 보석업계 전체의 공감대 형성을 통해 익산 업계의 갈등을 완화하여 보석업계 및 지원기관의 역량을 집중하여야 성공 가능성을 높일 수 있음.

[2] 익산 보석산업의 산업생태계 강화 방안

1) 산업생태계의 양적 확대 방안

■ 내생적 발전을 통한 양적 확대 도모

- 익산 보석산업의 양적 확대는 익산 보석산업 클러스터의 새로운 전기를 마

련하고, 규모의 경제를 확보한다는 측면에서 중요함.

- 다만, 이러한 양적 확대를 위해 과도한 비용을 지불하면서 외부로부터 대기업 유치를 위해 노력하는 것은 바람직하지 않을 것으로 판단됨.
- 이는 국내 보석산업의 산업연관효과가 크지 않아 대기업 유치에 따른 익산 보석업체에 미치는 긍정적인 파급효과가 크지 않기 때문임.
- 따라서 영세한 익산 보석업체의 경쟁력 강화를 통한 기업 규모의 확대 및 창업 활성화를 통해 지역 내생적 발전을 통한 양적 확대가 바람직할 것으로 판단됨.

■ 창업 활성화 및 1인 기업과 영세기업의 체계적 지원

- 익산에 위치한 3개 대학의 귀금속관련 전공 졸업자를 대상으로 창업을 유도하고 창업을 지원하기 위한 제도 마련
- 1인-2인 등 영세기업들의 가장 큰 어려움으로 지적되는 판로 확보, 마케팅과 경영컨설팅 등 인큐베이팅과 엑셀러레이팅의 지원 기능을 갖춘 전담 조직을 구성하여 체계적으로 지원
- 익산 보석업계 출신 장인과 기술자를 활용하여 창업 및 1-2인 기업에 대한 기술교육 프로그램을 추진

2) 산업생태계의 질적 고도화 방안

■ 네트워크와 기업간 협력체계 구축

- 현재의 난립된 기업 협회, 조합을 재정비하도록 유도하고 익산 보석산업업체 전체를 포괄하면서 공공지원기관, 대학, 지자체가 함께 할 수 있는 거버넌스 시스템의 마련이 필요함.
- 이러한 거버넌스 체계하에서 익산 보석업계의 네트워크와 협력을 강화하는 소프트웨어 사업을 추진할 필요가 있음.

■ 디자인 기술 등 혁신역량 강화

- 디자인기술이 보석업체 경쟁력의 원천이라는 점에서 익산 보석업체의 디자인 기술역량은 필수불가결함.
- 현재의 전북디자인센터의 귀금속디자인에 대한 조직을 확장하고 지식산업센터 입주기업만이 아니라 익산 귀금속산업 전체 기업지원이 가능하도록 역할 강화 필요

- 한편으로는 익산 보석산업의 전략적 특화 제품군의 디자인 공모를 전국적으로 실시하여 특화 제품의 전국적 인지도 강화 및 디자인에 대한 시장수요를 반영하는 것도 검토할 필요가 있음.

■ 지역 브랜드화, 마케팅 활성화를 통한 지역 특화 제품군의 경쟁력 확보

- 익산 보석업체는 중소기업 중심으로 이루어져 브랜드 파워가 매우 낮고 브랜드 이미지 확산에 한계가 있다는 점에서 지역 공동 브랜드의 필요성이 매우 높음.
- 공동브랜드 사업은 전략적 특화 제품을 중심으로 진행하면서 공동브랜드의 특성을 명확하게 함으로써 마케팅의 효율성을 제고하는 것도 검토할 필요가 있음.
- 또한 공동브랜드 사업에서 마케팅의 효과를 제고하기 위해 제품 인증과 보증체계를 보다 강화할 필요가 있음.

■ 지역 숙련기술자의 양성

- 익산에 귀금속관련 학과가 있는 원광대학교, 원광보건대학교, 한국폴리텍대학 익산캠퍼스 졸업생들이 익산보다는 서울 등 여타 지역으로 유출되고 있는 상황임.
- 이러한 점은 단기간에 해소하기 힘든 측면이 있으나, 이들 대학과 보석업계가 인력양성, 공방실습, 디자인 공모 등 다양한 사업을 통해 연계를 강화함으로써 졸업생들의 익산 보석업체로의 유입을 유도할 필요가 있음.

■ 특화 제품군을 중심으로 익산 보석산업 경쟁력과 기업간 상생 유도

- 전략적 특화 제품군을 중심으로 익산 보석업계의 제한된 자원을 집중하여 타 지역에 비해 특화된 경쟁력을 확보하고 이러한 경쟁력을 지역단위로 공유함으로써 익산 보석산업 업계 전반의 상생을 유도함.

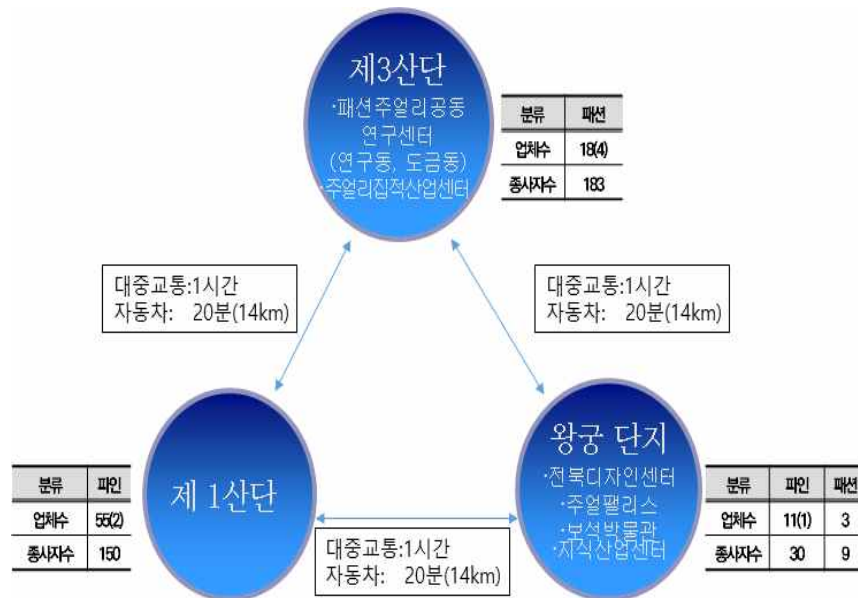
2. 보석산업 집적지별 역량 강화 방안

[1] 익산 보석산업 집적지 개관

■ 익산 보석산업 집적지 입지 현황

- 익산보석산업 집적지는 제1산단(익산 귀금속보석 공업단지), 제3산단(패션단지), 왕궁단지(귀금속보석클러스터)로 구분되어 있음.

- 각 단지의 거리는 서로 14km로 각 단지간의 이동 시간은 대중교통으로 1시간 내외, 자동차로 20분 내외 소요되는 삼각구도로 위치하고 있음.



[2] 집적지별 기능과 역량 강화 방안

■ 집적지별 기능과 역할 분담 조정 방향

- 익산 보석산업의 전체 클러스터가 제대로 기능하기 위해서는 하나의 입지에 기업들과 지원기관들이 집적하여 집적의 이점과 지원기관의 이용 효율성을 제고하는 것이 바람직하나, 현실적으로는 사실상 불가능함.
- 이는 그동안의 관련 정책들에도 불구하고 현재의 3개 집적지로 형성되었다는 점에서 알 수 있음.
- 따라서 3개 집적지로 구성된 현재의 상황을 인정하고 이를 바탕으로 익산 보석산업의 경쟁력 강화에 필요한 기능을 집적지별로 보완하는 것이 현실적 대안이라 할 수 있음.

■ 집적지별 기능과 역할 강화 방안

- 가장 많은 기업들이 집적한 제1산단에는 보석산업 지원 사업을 기획 총괄하는 컨트롤타워 기능과 창업보육기능, 인력양성 기능 등을 두고 필요시 주얼리 디자인 지원기능을 구축
- 컨트롤타워 기능으로 익산보석산업지원센터(가칭)를 구축하고 사무국 기능

을 부여하여 익산 보석업체 전반의 지원사업들을 종합 기획하고 사업조정을 지원하는 기능을 부여

- 창업보육기능은 익산보석산업지원센터(가칭)의 사무국내 인큐베이팅 및 엑셀러레이팅 지원조직과 공유작업실을 설치하여 창업 및 1-2인 영세기업들을 지원
- 인력양성 기능은 익산보석산업지원센터(가칭) 내 공유작업실을 통해 익산 시내 3개 관련 대학과 공동으로 인력양성 사업을 추진
- 패션주얼리 기업들이 집적된 제3산단에는 패션주얼리공동연구개발센터를 중심으로 공동브랜드 운용 및 마케팅 기능, 유티기업 유치 기능, 도금기술 개발 및 도금센터 운영 지원 기능 등을 수행
- 공동브랜드와 관련된 품질인증 및 보상체계 등을 마련하고 시행하고 공동브랜드를 활용한 마케팅 및 디지털 커머스 사업을 추진
- 도금센터와 관련해서는 개발된 도금기술을 위탁업체 및 보석업체로 이전할 수 있는 방안을 마련하고 도금센터 이용과 관련한 바우처제도를 계속 유지
- 왕궁단지는 보석박물관과 판매시설을 활용하여 관광과 연계된 유통 및 고급 귀금속 생산판매 복합단지로 활용
- 전북도 및 전북TP와의 협약 수정을 통해 기 구축된 전북디자인센터의 활용을 높혀 귀금속디자인 기업지원과 관련 인력양성 기능을 확대

3. 기존 지원기관 및 관련 정책 재정비 및 활용 방안

(1) 기존 지원기관 활용 방안

1) 전북디자인센터

■ 현재의 기능과 역할에 대한 평가

- 전북디자인센터의 전체적인 업무영역에서 귀금속산업에 대한 지원이 차지하는 부분은 사업 예산비중으로 보면 1/20 수준에 불과함.
- 또한 지원내용도 ‘디자인’에 대한 지원보다는 귀금속장비 운영과 전북디자인센터내 지식산업센터 운영 및 입주기업 지원에 그치고 있어 전반적인 익산 귀금속산업에 대한 지원은 제대로 이루어지지 않고 있음.
- 익산 귀금속산업 디자인 지원과 관련된 소프트웨어적인 사업은 거의 전무함.

- 익산시의 당초 목적인 익산시 귀금속산업을 위한 디자인기술개발 지원에는 전북디자인센터의 역할이 매우 낮음.

■ 향후 전북디자인센터 활용 확대 방안

- 전북디자인센터 내 귀금속디자인팀 구성
 - 전북디자인센터 내 귀금속디자인팀을 별도로 구성하여 현재의 귀금속관련 장비를 활용한 기업지원 이외, 귀금속디자인과 관련된 각종 소프트웨어사업을 추진하여 기업지원 활성화
 - 익산시는 귀금속디자인팀을 중심으로 주얼리관련 디자인 기술지원 및 인력양성, 디자인공모사업 등 다양한 소프트웨어적 사업을 추진하여 단순한 장비비용이 아닌 실질적 기업지원에 초점
 - 인력양성 사업은 전북디자인센터 귀금속장비를 활용하여 귀금속디자인팀과 익산의 3개 관련 대학과 공동으로 추진하며, 이를 기업의 디자인기술 지원사업과 연계
 - 향후 귀금속디자인팀은 전북디자인센터 내 지식산업센터 입주기업 유치 및 지원에 초점을 둔 운영에서 벗어나 익산시 전체 귀금속산업에 대한 기업지원으로 전환이 필요하며, 이를 위해서는 귀금속업체와의 네트워크와 소통 활성화가 필요함.
 - 이를 위해서는 이러한 사업들에 대한 귀금속디자인팀의 익산 귀금속산업에 대한 책임성을 담보할 수 있도록 팀장은 익산시가 민간전문가를 평가, 선임할 수 있는 별정직 형태로 운용할 수 있도록 전북도 및 전북TP와 협약 체결 필요

2) 익산패션주얼리 공동연구개발센터

■ 현재의 기능과 역할에 대한 평가

- 패션산업시험연구원의 주얼리 국제공인시험기관 인증사업은 귀금속산업의 품질보증에 중요한 요소로서 현재의 기반을 바탕으로 향후 더욱 확장 발전시킬 필요가 있는 것으로 보임.
- 또한, 뿌리산업 특화단지 지원사업은 네트워크 구축과 패션주얼리 분야의 판로 확장에 일정부분 기여한 것으로 긍정적인 것으로 보임.
 - 특히 2023년 뿌리산업 특화단지 지원사업으로 추진되는 공동브랜드 사업은 익산시 보석산업의 주요 핵심사업으로서의 성격을 지니고 있음.
- 다만, 패션주얼리공동연구센터나 위탁기관인 패션산업시험연구원의 영역이

패션주얼리에 주로 치중되어 있다는 점에서 익산 귀금속산업 전반에 대한 지원의 확장성이 필요한 것으로 보임.

■ 향후 패션주얼리공동연구센터의 활용 확대 방안

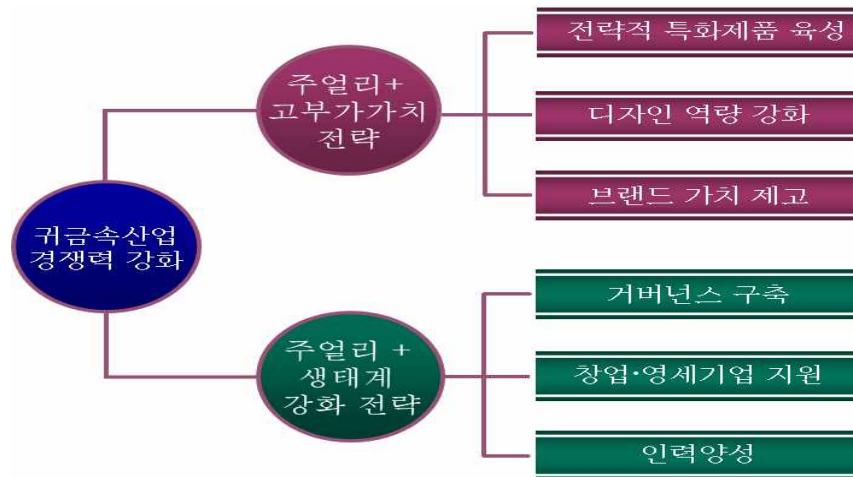
- 패션주얼리공동연구센터의 기능과 역할을 IKSAN-U 주얼리특화단지의 입주기업의 지원이나 패션주얼리에 제한하기 보다는 익산 귀금속산업 전반을 지원하는 방향으로 기능과 역할을 확장할 필요가 있음.
- 패션주얼리공동연구센터의 명칭을 ‘주얼리연구지원센터(가칭)’로 변경하고 업무 영역을 확장하는 것도 검토할 필요가 있음.
- 핵심업무로는 익산 귀금속업체의 시험인증기능, 공동브랜드 운용 및 마케팅 지원기능, 기존 유타기업 유치 기능, 도금기술지원 기능에 중점을 둘 필요가 있음.
 - 특히, 익산 귀금속업체의 공동브랜드와 관련된 품질인증 및 보상체계 등을 마련하고 공동브랜드를 활용한 마케팅 및 디지털 커머스 사업을 추진하는데 역점을 둘 필요가 있음.
 - 패션주얼리공동연구센터가 그동안 도금기술개발에 중점을 두고 사업을 진행하여 왔으나, 개발된 기술의 적용에 한계를 보였다는 점에서 실질적으로 활용될 수 있는 도금기술지원에 초점을 둘 필요가 있음.
 - 즉, 시험인증기능에 필요한 기술개발이나 도금센터에서 새로이 위탁업체로 선정된 기업의 기술개발 지원 요청에 대한 기술지원에 중점을 둘 필요가 있음.

[2] 지원정책 개편 방안

■ 지원정책 추진 방향

- 지원정책은 기본적으로 보석산업클러스터의 경쟁력 강화를 위해 전략적으로 추진될 필요가 있음.
- 보석산업클러스터 경쟁력 강화를 위해 ‘주얼리 플러스 고부가가치’ 전략, ‘주얼리 플러스 생태계 강화’ 전략을 제안함.
 - ‘주얼리 플러스 고부가가치’ 전략은 산업역량이 약화되고 영세화되고 있는 익산시 귀금속산업이 생존과 확장하기 위한 유일한 해결 방향임.
 - ‘주얼리 플러스 생태계 강화’ 전략은 익산시 보석산업의 전반적인 역량을 결집·강화하고 지속가능한 성장을 도모하기 위한 전략임.

<그림 V-1> 익산 귀금속산업 지원정책 추진 전략



■ 전략적 특화 제품 육성 사업

- **목적:** 익산시 귀금속산업의 주요 전략적 특화 제품을 선정하여 제한된 자원을 집중하여 지원함으로써 경쟁력 강화와 함께 고부가가치화를 도모
- **사업주체:** 익산보석산업지원센터(가칭) 또는 익산 보석산업 거버넌스 주체
- **사업내용:** 익산 보석산업의 전략적 특화 제품을 파인주얼리와 패션주얼리 각 부문별로 2-3개 품목을 선정
 - 선정된 전략적 특화 제품에 브랜드, 마케팅, 디자인, 창업 및 영세기업 지원 등 익산시의 보석산업 지원사업들을 우선적으로 추진
 - 전략적 특화 제품외의 제품을 생산·판매하는 익산시의 귀금속업체에 대해 전략적 특화 제품으로의 생산 전환을 지원하기 위한 컨설팅 등을 추진
- **사업 추진방법:** 전략적 특화 제품에 대한 익산시 기업체의 참여와 공감대 형성을 도모하면서 공정한 선정평가위원회를 통해 특화 제품을 선정
 - 국내 귀금속산업의 전문가들로 구성된 선정평가위원회를 구성하고 최근의 귀금속 제품에 대한 소비트렌드 및 익산시 보석업체의 역량을 고려하여 특화 제품 후보군 선정
 - 특화 제품 후보군에 대해 익산시 귀금속업체 협의회와 기업체 공청회를 통해 최종 특화 제품군을 확정
 - 익산보석산업지원센터(가칭)가 사업 추진결과의 연례 보고서를 작성하고 매 5년 단위로 전략적 특화 제품의 변경에 대한 선정평가위원회를 개최

■ 디자인 역량 강화 사업

- 목적: 익산시 귀금속 디자인 역량을 강화로 고부가가치화 도모
- 사업주체: 전북디자인센터내 귀금속디자인지원팀
- 사업내용:
 - (디자인 개발 지원) 전략적 특화 제품에 대해 익산시 귀금속업체들의 상품 기획 및 제품브랜드 디자인 개발을 지원하고, 설계 및 시제품 제작을 지원
 - (디자인 기술 교육 및 장비활용) 전략적 특화 제품을 생산판매하는 익산시의 귀금속업체에 대해 디자인 기술 교육 및 장비활용에 관한 교육을 실시하고 장비활용 비용 지원
 - 귀금속디자인팀과 원광대 디자인학과와 협력하여 디자인 인력양성과 함께 익산시 귀금속업체의 디자인기술 역량 강화를 도모
 - (익산 디자인 공모전 개최) 전략적 특화 제품에 대해 익산시 귀금속업체를 대상으로 디자인 공모전을 개최하고 우수 디자인 선정업체에 대해서는 마케팅 지원과 함께 국내외 공모전 출품을 위한 출품비용 지원
- 사업 추진방법: 전북디자인센터의 우수제품 맞춤형 디자인지원사업 및 전라북도 디자인역량강화사업을 활용하거나, 중소기업부의 시군구연구산업 육성사업을 활용
 - 전북도 및 전북TP·전북디자인센터와의 협의를 통해 전북디자인센터의 우수제품 맞춤형 디자인지원사업 및 전라북도 디자인역량강화사업에 익산 귀금속산업 디자인의 특수성을 고려하여 지원기업수 및 일정 예산을 익산 보석업체에 배정하도록 요청하고 관련 사업을 귀금속디자인팀에서 수행
 - 중기부의 ‘시군구연구산업육성사업’을 활용하여 귀금속디자인팀을 통해 익산시 귀금속 디자인 역량강화를 도모

■ 공동브랜드 활용을 통한 브랜드 가치 제고

- 목적: 전략적 특화 제품에 대한 익산시 공동브랜드를 구축하고 공동브랜드의 신뢰성 제고 및 마케팅을 통해 브랜드 가치를 제고함으로써 익산시 귀금속산업의 고부가가치화를 도모
- 사업주체: 패션주얼리공동연구개발센터의 (사)패션산업시험연구원
- 사업내용:

- (공동브랜드 구축) 산업부의 2023년 뿌리산업 특화단지 지원사업으로 추진되고 있는 공동브랜드 구축 사업을 익산시 전략적 특화 제품을 중심으로 전체 익산시 귀금속업체의 공감대를 형성하면서 추진
- 공동브랜드 참여업체에 대한 교육, 컨설팅 등의 지원사업을 추진
- (시험인증 지원) 공동브랜드 제품에 대한 함량, 도금수준 등 제품의 질과 제조업체 각인 등에 대한 시험인증 지원 및 도금기술을 지원하고 지자체의 보증과 보상체계를 마련
- (공동브랜드 마케팅) 공동브랜드 제품에 대해 웹, 애플리케이션 등의 플랫폼을 통해 상품을 소개하는 라이브커머스를 지원하고, 국내외 전시회 및 행사 공동부스 참여 확대 등 공동브랜드 마케팅 활동을 추진
- 사업 추진방법: 산업부의 ‘뿌리산업 특화단지 지원사업’을 활용하고 이후 중소기업부의 ‘중소기업 혁신바우처’ 사업을 활용하는 방안을 검토

■ 거버넌스 구축 사업

- 목적: 3개 집적지별로 분화된 익산 귀금속산업의 거버넌스체계를 익산 귀금속산업업체 전체를 포괄하면서 공공지원기관, 대학, 지자체가 함께 하면서 실질적인 정책의 기획과 정책 시행 및 네트워크의 중심 역할을 수행하는 거버넌스 시스템을 구축
- 사업주체: 익산시 보석업계 및 익산보석산업지원센터(가칭)
- 사업내용: 제1산단 영등동에 익산보석산업지원센터와 사무국을 설치하여 네트워킹 활동을 비롯한 다양한 소프트웨어 사업을 추진
- (익산보석산업지원센터 및 사무국 설치) 익산보석산업지원센터는 외부 전문가로 센터장을 위촉하고 3-4인의 사무국 인원을 채용
 - 익산보석산업지원센터의 이사회는 기업대표가 이사장을 맡아 익산보석업계가 운영주체가 되고, 기업체 인사 및 익산시와 지원기관, 대학 인사 등으로 구성하여 기업의 자발적 성장을 유도
 - 이사장인 기업대표는 현재 난립된 익산 보석업계의 협회 및 조합들을 단일 조합으로 통합을 유도하여 단일 조합의 조합장으로 위촉하는 것이 바람직
 - 익산시에서의 일부 운영비 지원과 익산 보석업체들의 자발적 운영비 부담 및 익산시의 보석산업 관련 각종 소프트웨어사업의 운영경비, 국비 사업 유치 등 자체 조달 등으로 사무국 경비를 조달

- (네트워크 구축) 익산시 귀금속업체간 소통과 정보교류, 협업문화 구축, 홍보 및 판매망 알선 등 귀금속업체간 정기적인 네트워크를 구축하고 관련 사업을 추진 하며, 기업의 애로사항 등을 발굴하여 익산시와의 정책 협의 창구 역할을 수행
- 사업 추진방법: 익산시 지자체 중심이 아닌 기업들의 내발적 거버넌스 구축이 필요하며, 기업들의 적극적인 참여를 유도

■ 창업·영세기업 지원사업

- 목적: 익산시 귀금속업계의 내생적 발전과 지속가능한 성장을 위해 창업과 영세기업을 지원
- 사업주체: 익산보석산업지원센터(가칭)
- 사업내용: 익산에 위치한 3개대학의 귀금속관련 전공 졸업자를 대상으로 창업을 지원하고 1인-2인 등 영세기업들의 가장 큰 어려움으로 지적되는 판로 확보, 마케팅과 경영컨설팅 등 인큐베이팅과 엑셀러레이팅의 지원
- (창업 지원) 익산시 왕궁동 지식산업센터(파인주얼리)나 삼기 산업집적센터 뿐만 아니라 영등동에서 창업할 경우에도 창업공간 확보 비용 지원
- (영세기업 지원) 판로 확보, 마케팅과 경영컨설팅 등을 지원하고, 익산 보석업계 출신 장인과 기술자를 활용하여 창업 및 1-2인 기업에 대한 기술교육 프로그램을 추진
 - 익산보석산업지원센터내에 공유작업실을 설치하여 창업 및 1-2인 영세기업들이 공동으로 활용할 수 있도록 지원
 - 전북디자인센터나 패션주얼리공동연구개발센터의 장비이용, 교육, 기술지원을 위한 창업 및 1-2인 영세기업들을 위한 바우처제도를 도입

■ 인력양성 사업

- 목적: 귀금속업계의 기술인력 부족난을 해소하기 위한 인력양성 사업 추진
- 사업주체: 익산보석산업지원센터(가칭)
- 사업내용: 익산에 귀금속관련 학과가 있는 원광대학교, 원광보건대학교, 한국폴리텍대학 익산캠퍼스 졸업생들의 익산 보석업체에 취업을 유도하고 기술교육 등을 통해 기술인력을 확보
- (취업 알선) 익산에 귀금속관련 학과가 있는 원광대학교, 원광보건대학교, 한국폴리텍대학 익산캠퍼스 졸업생들을 대상으로 익산시 보석업체로의 취

업을 알선하고 취업시 보조금을 지원

- (기술교육 지원) 보석업체로의 취업 희망자를 모집하고 기술교육 등을 통해 기술인력을 양성하여 익산 보석업체로의 취업을 유도

· 익산 보석업계 출신 장인과 기술자 활용, 취업 희망자의 기술교육을 실시

■ 현재 추진 지원정책의 개편 방안

| 사 업 명 | 추진 내용 | 사업비 (백만원) | 개편방향 |
|----------------------------------|---|--------------|---|
| 귀금속보석 우수 제조업체 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 귀금속보석 우수제조업체(4개 업체 지원) ○ 내용: 시제품개발비 지원(업체별 1백만원), 기업별 홍보물 제작 지원(업체별 3백만원 정도) 등 | 16 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 중단 후 영세기업지원사업으로 예산 전환 ○ 근거: 업체 선정의 어려움 및 정책의 실효성 저하, 창업영세기업의 시제품 지원사업으로 전환 필요 |
| 청년 귀금속보석 제조업체 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 관내 청년 대표의 귀금속 제조업체 ○ 내용: 홍보 물품 및 판매채널 지원 등 | 12 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 창업영세기업지원사업으로 개선 ○ 근거: 창업영세기업의 마케팅 지원 사업으로 전환 필요 |
| 국제보석전시회 참가업체 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 국제보석전시회 참가업체(8개 업체 정도) ○ 내용: 해외전시회 부스 공간 임차비 및 특별관 설치비용 지원 ○ 보조사업자: (재)전라북도경제통상진흥원 | 22 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 공동브랜드 마케팅 사업으로 활용 ○ 근거: 업체의 수요가 많은 사업으로 당분간 유지하면서, 공동브랜드 사업이 본격화되면, 공동브랜드 마케팅 사업의 일환으로 활용 필요 |
| 청년창업인프라 구축 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 익산시에 거주하는 청년 주얼리(예비)창업자(2개소) ○ 내용: 공간 임차료(개소당 720만원) 및 시설개선비(개소당 2천만원) | 55.4 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 창업기업지원사업으로 개선 ○ 근거: 창업기업의 공간 확보사업으로 지원대상 지역을 보다 자유롭게 확대 개편 |
| 왕궁 귀금속 제조기업 출퇴근 교통비 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 왕궁보석가공단지에 입주한 귀금속 제조기업 ○ 내용: 출퇴근 교통비 지원 (1인당 월 10만원씩, 예산소진시까지) | 36 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 폐지 ○ 근거: 특정기업 대상의 지원사업으로 사업의 타당성 미흡 |
| 왕궁지식산업센터 임차료 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 왕궁지식산업센터 입주한 귀금속 제조기업(15호실 정도 지원) ○ 내용: 왕궁지식산업센터 임차료 지원 (호실별 월 20만원 지원) | 36 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 지속 ○ 근거: 왕궁지식산업센터의 유지 및 활용에 필요 |
| 귀금속제조업체 환경·시설개선 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 관내 귀금속보석산업(주얼리) 관련 제조업체 ○ 내용: 제조시설 및 부대시설 등 환경개선, 노후 장비 교체 지원 등 | 50 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 폐지 ○ 근거: 특정기업 대상의 지원사업으로 사업의 타당성 미흡 |
| 도금비 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 관내 귀금속보석산업(주얼리) 관련 제조업체 ○ 내용: 도금센터 이용시 바우처 지원 | 150 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 유지 ○ 근거: 도금시설의 활용도 제고 및 위탁업체의 도금시설의 개선 유도를 위해 필요 |
| 3단계 학교기업 지원사업 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 대상: 원광보건대학교 학교기업 WM주얼리컴퍼니 ○ 내용: 주얼리 전문가 양성, 맞춤형 취업 및 창업교육, 체험프로그램 운영 | 15 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 유지 ○ 근거: 인력양성사업으로서의 성격을 지니고 있어 사업을 유지하되, 개편된 인력양성사업으로 통합 추진 |
| 주얼리팰리스 활성화를 위한 보석대축제 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 내용: 보석대축제 보조금 지원(봄·가을 각 25백만원) - 보석카페 및 보석가공시연, 보석리세팅(뉴디자인교체) - 보석체험부스 운영, 주얼리 작품사진 전시 등 ○ 보조사업자: (사)주얼리팰리스협의회 | 50 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 개편방향: 유지 ○ 근거: 익산보석산업의 문화관광화를 위해 필요하며, 문화관광화 사업에 연계하여 추진방향은 개편 검토 |
| 계 | 10개 사업 | 442.4 | |

■ 익산 보석산업 지원사업의 예산규모 추정

- 기존 사업 중 익산시의 주얼팰리스 활성화를 위한 보석대축제 지원사업 예산을 제외한 3억 9,240억원의 예산 사업들을 포함한 신규사업 및 기존사업의 예산은 연간 약 9.5억원으로 추정

- 공유작업실 설치와 관련된 인프라 사업은 별도로 약 5억원의 예산이 소요

<표 V-1> 익산 보석산업 지원정책의 추진내용과 예산

(단위 : 백만원)

| 사 업 명 | 추진내용 | 연간 사업비 | 인프라 구축비 | 비고 |
|--------------------|--------------------------|-----------|------------|---|
| 전략적 특화 제품 육성 사업 | ○ 전략적 특화 제품 선정 및 관리 | 0 | | ○ 보석업계에서 자체 추진 |
| 디자인 역량 강화사업 | ○ 디자인개발지원 | 50 | | ○ 기존 익산시의 전북디자인센터 지원(1억원) 활용 및 전북디자인 센터의 예산을 활용 ○ 디자인 공모전은 청년장인 육 성을 위한 보석디자인 아트페 어사업과 연계 추진 |
| | ○ 디자인 기술교육 및 장비 활용 | 50 | | |
| | ○ 익산 디자인 공모전 개최 | 0 | | |
| 공동브랜드 사업 | ○ 공동브랜드 구축: 컨설팅 | 50 | | ○ 뿌리산업특화단지사업 예산 국 비포함 4억원 제외, 국비 지원 종료 이후 집행 |
| | ○ 시험인증 지원 | 50 | | |
| | ○ 공동브랜드 마케팅 | 100 | | |
| 거버넌스 구축 사업 | ○ 익산보석산업지원센터 및 사무국 설치 | 100 | | ○ 보석업계의 인프라 구축 비용 및 자체 조달 운영경비 제외 |
| | ○ 네트워크 구축 | 50 | | |
| 창업·영세기업 지원 사업 | ○ 공유작업실 설치 및 운영 | 50 | 500 | ○ 기존 보석·귀금속 우수 제조업 체 지원, 청년 귀금속 제조업 체 지원, 청년 창업인프라 구 축 지원, 왕궁지식산업업체 지 원사업 등의 재원을 활용 |
| | ○ 창업인프라 지원 | 100 | | |
| | ○ 창업영세기업 바우처제도 운용 | 100 | | |
| 인력양성사업 | ○ 취업알선 | 50 | | |
| | ○ 기술교육 지원 | 50 | | |
| 도금비 지원 | ○ 도금센터 이용시 바우처 지원 | 150 | | ○ 기존 지원 유지 |
| 계 | | 950 | 500 | |

제6장 익산 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계전략

1. 귀금속보석산업에 대한 재인식과 문화산업화

■ 귀금속보석산업의 문화지향성

- 귀금속(precious metal)이란 일반금속 또는 비금속에 상대되는 말로 희소가치와 특이한 아름다움 때문에 귀금속으로 불림. 보석(precious stone)은 본질적으로 ‘아름다운 물질이 연마사에 의해 훌륭하게 다듬어진 예술작품’으로 정의
- 2020년대 국내 패션산업에서 두드러진 변화는 MZ세대를 중심으로 한 ‘감성소비’의 트렌드임. 즉 브랜드가 가진 이미지나 역할이 소비자 구매에 큰 영향을 미침.
- 컨셉(concept)과 퀄리티(quality)라는 제품의 질과 성능은 당연한 요소이며, 디자인, 브랜드의 스토리, 매력도 등 자부심과 감동을 주는 러브마크(love mark)가 중요요소로 등장하고 있음.

■ 귀금속보석 산업에서 디자인의 중요성과 확장성

- 패션주얼리 산업은 궁극적으로 의류, 가방, 신발 등 패션산업의 집적화로 이어지는 경향이 있음.

■ 지역특화형 문화산업으로의 발전전략과 가능성

- 2000년대 이후 세계적으로 K-컬처는 매우 중요한 문화현상으로 발전하고 있음. 대중음악과 드라마 등 K-컬처는 국가적으로 중요한 문화융성의 기회를 제공하고 있음.
- 그런 점에서 익산지역이 갖고 있는 귀금속보석산업의 기능적, 기술적 노하우를 어떻게 K-컬처의 흐름에 녹여낼 것인가가 매우 중요함.

2. 보석 문화산업화의 사례분석과 시사점

(1) 티파니의 문화산업화 전략: 특별한 순간을 위한 티파니

■ 티파니의 보석 중심 성공전략²⁾

- 2010년대 이후 보석산업이 정체되고 뉴욕 중심가의 임대료 부담이 커지면

2) 2012년 조선 위클리비즈의 기사 '보석업계의 루스벨트' 코왈스키 티파니 회장 편 참조

서 다른 주얼리 브랜드들이 뉴욕의 중심가에서 철수를 시작할 때 티파니는 오히려 매장 전체를 업그레이드 하면서 건물 전체를 인스타그램이 가능한 블루 박스 카페(Blue Box Café)로 만듦. 당시 티파니의 운영진들은 “새로운 티파니로 들어가는 창” 이라고 표현함.

- 티파니는 고급화전략과 함께 중저가 은(銀)제품까지 폭넓은 상품 가격대를 구축·판매하고 있음. 티파니는 명품 보석 브랜드들이 생각하지 않는 10만 원대의 은 목걸이 같은 저가 제품도 보유
- 이러한 전략은 티파니의 ‘디자인 중심(design driven)정책’ 에서 유래함. 티파니는 세계 최고의 디자이너들을 영입한 다음 그들에게 먼저 은 제품을 만들어줄 것을 주문하여, 저렴한 상품에 최고 디자인을 적용

[2] 스와로브스키의 문화산업화 전략: 디지털 혁신과 B2B전략

■ 스와로브스키의 디지털 혁신

- 스와로브스키는 1895년 설립 이후 다양한 크리스털 제품을 제작·판매하고 있음. 전 세계적으로 스와로브스키 브랜드는 널리 알려졌으나 현재에 만족하지 않고 ‘디지털 혁신’ 이라는 새로운 도전에 나서고 있음.
- 스와로브스키의 디지털 혁신은 웹 사이트, 애플리케이션(앱), 소셜 미디어 등의 온라인 마케팅, B2B(기업 간 거래) 전자상거래, 온라인 소매 전반에 걸쳐 진행중임. 스와로브스키의 디지털 변혁 주요 전략으로 분명한 목적 제시, 디지털 커뮤니케이션 이해, 외부 역량 활용, 강력한 추진력과 조직 내 의견 일치 등을 꼽고 있음.

■ 스타트업과의 협력과 육성

- 스와로브스키는 디지털 혁신 역량을 갖추기 위해 외부 역량을 효과적으로 활용하는 전략을 구사. 스와로브스키는 광범위한 스타트업 네트워크를 갖춘 개방형 혁신팀을 두고 있음.

[3] 공예분야의 명품 및 공방거리의 사례

■ 일본 가나자와: 유네스코 창조도시로 전통공예 및 공예마을 육성

- 역사와 전통문화 등 지역 정체성을 확고히 하고 있는 이시카와 현의 가나자와시는 2009년 유네스코 창조도시로 지정된 상징적인 지역

- 전통공예와 관련한 제조사가 900개, 관련 인력 3,000명 정도가 종사
- 가나자와시 전체의 산업에서 비율로는 기업의 약 20%, 고용의 약 6%를 차지
- 인구 45만 명의 중규모 도시로서 창의도시 네트워크에 가입하는 성과를 이룩
- 가나자와시는 전통 공예산업을 촉진하기 위해 다양한 사업을 추진. ‘가나자와 예술 및 공예 인재개발기금’을 통해 세대 장인을 훈련시키고 기술을 보전하기 위해 설립된 것으로 훈련생에게 인센티브로 제공
- ‘가나자와 브랜드 공예품’을 개발하는 데 보조금을 지급함으로써 새로운 상품을 개발의 촉진과 시장 판로를 확장시키는 데 주효
- 2004년 ‘패션산업도시 선언’을 선포하여 공예 분야에 한정하지 않고 가나자와의 예술과 공예를 촉진도록 노력. 그 결과 인구 46만의 중소도시에 연간 700만 명 이상의 관광객이 찾아오는 관광도시로 자리매김

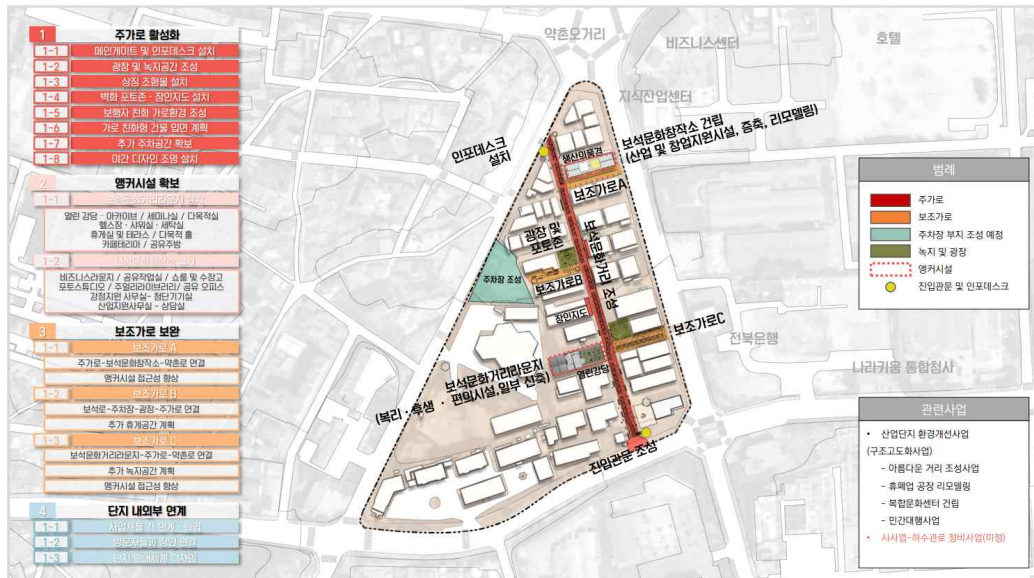
3. 익산 보석문화산업 육성방안

(1) 영등동 노후산단의 문화거리 전략³⁾

■ 브랜드 산업단지로의 재생전략

- 귀금속보석공업단지 고유의 자산과 가치를 활용한 ‘브랜드 산단’ 조성을 목표로 함. 이를 통해 대한민국 유일의 귀금속산업단지의 스토리 및 현장박물관으로 활용
- 산업단지 내 장인들의 ‘생산’의 ‘풍경’이 보이는 상징적 명소 조성. 이는 생산과 소비가 동시에 이뤄지는 살아있는 산업단지로 조성한다는 것을 의미
- 산업단지 기반시설 확충·정비로 청년들이 일하고 싶은 산업단지 조성
- 휴폐업공장 리모델링 등을 통해 청년에게 창업공간 저렴하게 제공
- 산업단지 외부환경 개선으로 청년들이 일하고 싶은 공간으로 재탄생
- 문체부 문화도시조성사업과 연계 ‘문화적 재생’으로 지역 산업 생태계 발전. 폐산업단지가 아닌 살아있는 산업단지의 독특한 특성을 활용한 재생

3) 2023년 2월, 익산문화도시지원센터가 의뢰하여 서울대학교 건축과 백진교수팀이 수립한 ‘익산보석문화거리 조성기본구상’의 내용 참조



■ 주요 공간별 세부사업 계획

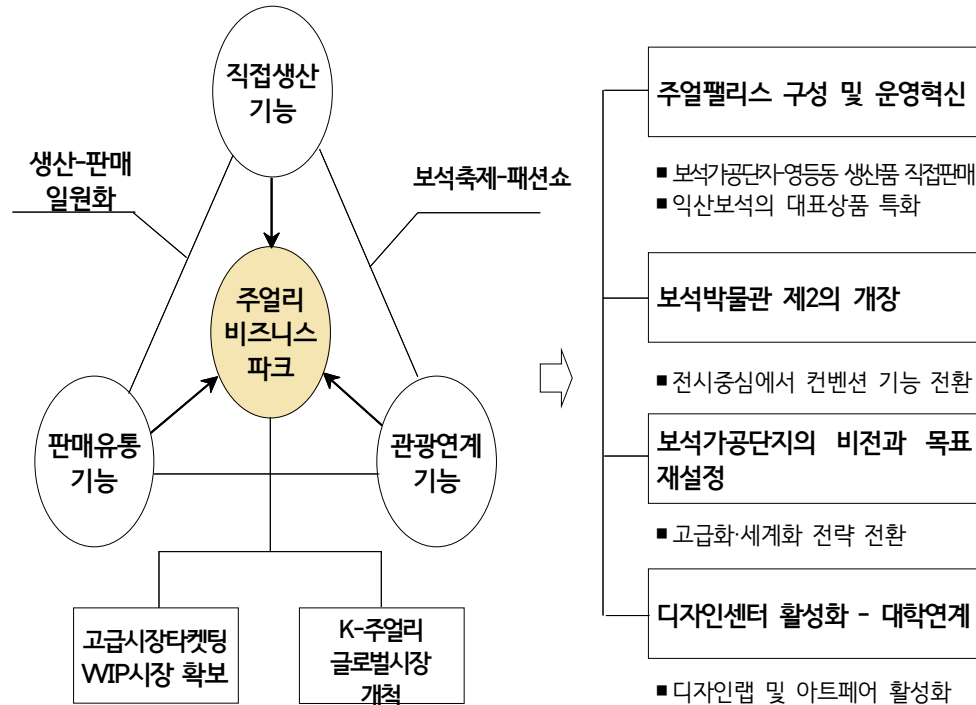
- 주가로는 스토리텔링 및 지역성, 산업단지 브랜드화의 취지에 맞게 공간을 구성함. 메인게이트를 새롭게 정비하고 인포데스크를 설치
- 공간 내 중심지에 보석을 상징조형물 설치. 건축물 상부 혹은 중앙 광장에 상징조형물을 설치로 환영 분위기를 조성
- 2022년 보물찾기 축제 당시 제작한 벽화 포토존 및 장인지도를 활성화함. 벽화 포토존 활용하여 방문객 명소 조성하고, 장인지도를 배치하여 산업명인들을 찾아볼 수 있는 기회 제공

[2] 왕궁 보석산업단지의 문화산업화 방안

■ 왕궁보석산업단지의 문화산업화 기본구상

- 왕궁 지역은 익산 귀금속보석산업의 핵심거점으로 설정되어 있으며, 보석산업의 성장을 위한 대부분의 기반과 조건을 갖추고 있음.
- 이곳은 주얼리 관련 생산-판매-관광의 기능이 집적된 곳으로 일종의 주얼리 비즈니스 파크가 될 수 있는 조건과 가능성을 모두 갖고 있음.
- 그러나 현재 왕궁의 각 시설과 기능들이 문화관광산업으로 발전하기 위해서는 대대적인 혁신과 변화가 필요함.

<그림 VI-1> 왕궁 보석산업의 문화산업화를 위한 기능설정과 방향



■ 생산-판매의 직접연계와 주얼팰리스의 전환

- 장기적으로 왕궁지역의 생산기능은 영등동에서 단순 이전 혹은 확장한 생산방식에서 벗어나 고급시장과 해외시장을 겨냥한 질적인 전환이 필요함.
- 이를 위해서는 주얼팰리스의 현재 상황을 적극적으로 개선하여 보석 가공단지와 영등동의 장인들과 공방에서 직접 생산하는 제품으로 매장을 혁신해야 함.

■ 주얼팰리스 내에 VVIP용 최상위 주얼리숍 오픈

- 특히 주얼팰리스 내에 국내외 VVIP고객을 대상으로 한 시크릿 주얼리숍을 열어 이곳에서 익산이 생산한 최고급 제품의 판매가 이루어지게 해야 함.
- 특히 익산 귀금속보석이 세계적으로 자랑하는 테니스팔찌 등의 고급제품을 브랜드화하여 판매하는 집중적인 전략이 필요함.

■ 보석축제와 패션쇼의 결합 및 스타마케팅 전략

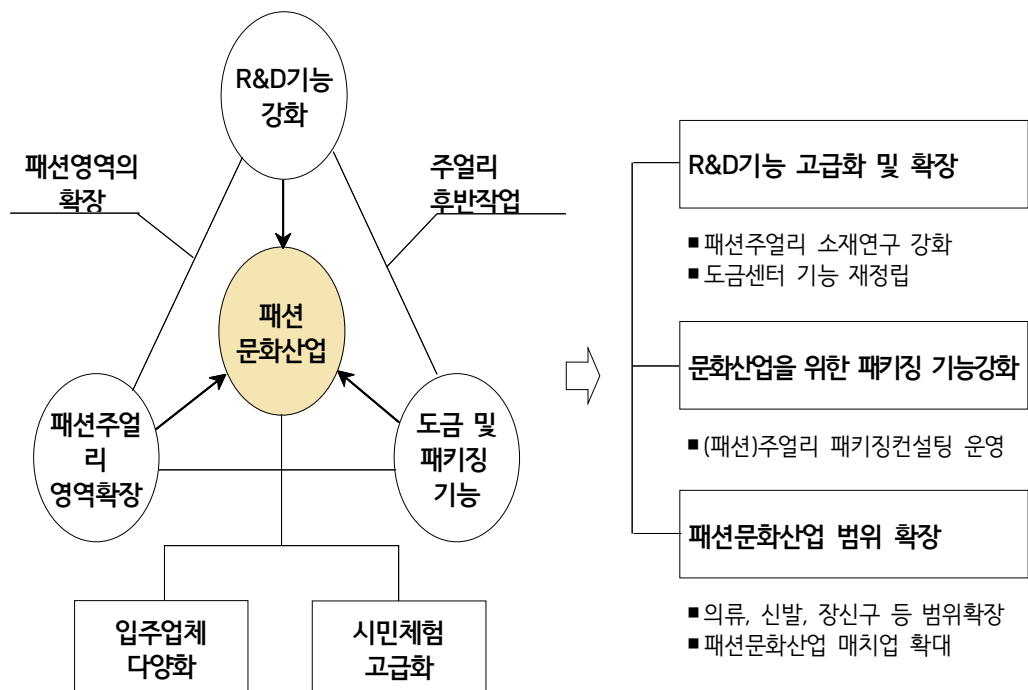
- 현행 익산보석대축제를 패션주얼리산업의 핵심사업으로 활용하기 위해 기존의 틀을 완전히 전환하여 국제적 축제로 재탄생시켜야 함. 특히 패션주얼리축제를 마켓과 결합하여 주얼리 축제에 국내외 바이어들이 참여하고

모델들이 패션쇼를 하는 방식으로 전환해야 함.

[3] 삼기 보석산업의 문화관광 연계전략

■ 삼기 패션주얼리산업의 문화산업화를 위한 기능설정과 방향

<그림 VI-2> 삼기 패션주얼리산업의 문화산업화를 위한 기능설정과 방향



○ 삼기 패션주얼리는 문화산업의 관점에서 다음의 세 가지 방향으로 발전을 제안함.

- ① 패션주얼리공동연구센터의 R&D 기능을 고급화하고 확장하는 방안
 - 패션주얼리산업 전반을 지원하는 소재연구 기능을 확대하고 도금센터의 기능 재정립
- ② 문화산업의 성패를 가름하는 익산 귀금속 및 패션주얼리 분야의 패키징 역량 확대
 - 이를 위해 디자인센터와 연계하여 패키징 컨설팅팀 운영. 패키징은 익산 귀금속보석 및 패션주얼리 분야의 가치를 높이는 핵심과정이므로 과감한 투자와 인력배치 필요
- ③ 패션주얼리 관련 업체 특히 유통기업 중심의 기업유치 전략에서 벗어나 의류, 신발, 장신구 등 다양한 패션업체를 유치하여 패션주얼리의 매치업 기능을 강화하는 운영방식 필요

4. 보석공방 육성 및 장인문화의 정립

(1) 보석공방의 의미와 발전방안

■ 보석공방의 의미

- 귀금속보석 등 주얼리 패션산업이 발전하기 위해서는 문화적 감성과 연계되어야 함. 디자이너나 고도로 숙련된 장인들을 문화예술인으로 평가하고 그에 상응한 대우를 해야 고급 장인들이 보석산업에 지속적으로 종사할 수 있음.
- 이러한 모델을 영등동 국가산단에 유치하여 전국의 보석산업 청년창업가들과 장인들이 모여드는 장인공방촌을 형성함.
- 이러한 산업들의 핵심적인 방향은 디자인이 중시되는 세계적 트렌드에 맞춰 글로벌 경쟁력을 갖춘 디자인 장인공방을 목표로 함.

■ 익산 보석문화산업 발전을 위한 공간연계 전략

- 익산 보석산업이 문화적으로 발전하기 위해서는 세 개의 보석산업 공간이 문화적으로 강하게 연계될 필요가 있음.

○ 보석 산업의 문화산업화 - 세 단지의 공간연계 및 역할



익산 귀금속 단지 각자의 고유성을 바탕으로 방향성 재설정 - 상호 시너지, 상생관계로 재편성

■ 보석문화산업을 위한 공간별 주제와 발전방향

| 거점별 문화산업전략 | 주제 | 문화산업의 방향성 |
|----------------------------------|----------------------|---|
| 귀금속보석 산업단지 (영등동) | 주얼리 창업가들의 시작 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 주얼리 창업가들의 인큐베이팅 공간 ■ 2~3년의 수련과정 이후 독립 ■ 국제 아트페어 참가 예선전 ■ 영등동 성장 or 왕궁 고급화 단지 진출 |
| | 영등동 보석문화거리 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 테니스팔찌 및 디자인 개발을 통한 차세대 대표상품 육성 ■ 삼기-영등동 R&D 센터 간 셔틀 운행 ■ 나만의 팔찌, 반지, 목걸이 만들기 ■ 카페, 작은 공방, 예쁜 보석 진시장, 벽화포토존, 버스킹 ■ 산업단지이자 문화거리로 조성. 전세계 유례없는 체험 문화관광지 |
| 왕궁 보석 테마관광지 | 왕궁 보석가공단지 의 미래 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 주얼팰리스- 고급 주얼리 특화, 팝업스토어 VVIP 주얼리 시크릿존 ■ 보석박물관 - 월별 기획전시전, 영화상영, 토크쇼 ■ 보석가공단지- 글로벌 보석산업체 입주, 내수시장 및 수출 담당. 홍콩 뉴욕 글로벌 주얼리 업체들과 네트워킹 및 패션 선도기업 육성 ■ 왕궁 디자인센터 - 디자인스쿨 및 마케팅 스쿨 옥션 판매 ■ 보석 클러스터 - 주얼리 패션쇼 및 K팝 공연 등 다양한 행사 |
| 패션주얼리 전문산업단지 (삼기면, 낭산면) | 삼기 보석산업의 미래 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 익산 보석브랜드 완성의 후반작업 핵심거점●왕궁 및 영등동 생산 제품의 도금과 패키징 작업 ■ 최고 도금기술자들 유치 ■ 연구센터의 소재연구 활성화(원가절감, 소재발굴, 개선작업) 삼기 월례세미나 개최(연구성과 공유) |

[2] 보석문화산업을 위한 거점별 역할과 청년장인 양성 방안

1) 영등동 보석문화산업 발전방향

■ 청년장인 양성의 거점

- 영등동 귀금속단지는 ① 청년창업과 보육(주얼리 스타트업 집적) ② 공유 공간 ③ 체험중심의 주얼리투어 ④ 명인명장들의 공방으로 구성
- 영등동에서 양성된 청년창업가들은 2-3년의 수련과 성숙과정을 거쳐 창업 공간에서 벗어나 본인의 독자적인 공간으로 이주

■ 영등동 보석문화거리의 브랜드화

- 현재 영등동을 대표하는 제품이자 전국적인 명성을 갖고 있는 테니스팔찌를 최대한 활용하여 익산 보석산업의 브랜드를 구축. 테니스팔찌 특별전, 테니스팔찌 특가 판매전 등 다양한 프로그램으로 대표상품의 가치를 높임.
- 청년창업가들과 장인들을 중심으로 테니스팔찌 다음의 대표상품을 만드는

작업도 진행. 특히 예물시장의 쇠퇴하고 가볍고 고급스러운 느낌의 주얼리를 선호하는 트렌드에 맞춰 커플링을 차세대 대표상품으로 제시

2) 왕궁 보석가공단지 중심의 문화적 변화

■ 주얼팰리스의 변화

- 왕궁 보석가공단지의 성장과 함께 주얼팰리스는 익산의 보석장인과 디자이너들이 만들어낸 보석 명품 브랜드들로 구성
- 주말에는 익산을 대표하는 디자이너들이 제품을 직접 설명하는 팝업 스토어를 열고, 최고가의 고급 제품을 원하는 VVIP고객들을 위한 시크릿 주얼리존 설치
- 분기별로 주얼리 패션쇼를 개최. 실내 매장과 야외의 런웨이에서 열리는 주얼리 패션쇼에는 전세계의 바이어들이 참여하는 주얼리 마켓이 진행됨.
 - 익산의 보석 브랜드와 연계된 K-컬처 공연 등을 초청하여 대중성 확보

■ 보석박물관의 기능 강화

- 보석박물관은 단순 전시에서 월별 테마를 가진 기획전을 열어 보석에 대한 대중적 관심을 높이고 스토리를 제공
- 보석박물관에는 보석업체들과 디자이너, 장인들이 참여하는 컨퍼런스홀과 세미나 공간을 정하여 수시로 세미나가 열리는 공간으로 조성

■ 왕궁 보석가공단지의 글로벌화

- 왕궁 보석가공단지에는 글로벌 보석산업체들이 입주하여 고급 내수시장과 수출을 담당. 홍콩과 뉴욕 등 글로벌 주얼리 업체들과 네트워크를 갖고 주얼리 패션을 선도하는 기업들을 육성

■ 디자인센터의 활성화

- 디자인센터는 디자인스쿨과 마케팅스쿨이 연중 열리면서 전국의 주얼리 창업가들과 디자이너를 꿈꾸는 청년들이 몰려들게 함. 프로젝트 단위로 디자인과 마케팅 실습이 이루어지고 그 결과를 바탕으로 주얼리 디자인 옥션을 수시 개최
- 이곳에서 디자인된 제품들은 영등동이나 왕궁에서 장인들의 손을 거쳐 실제로 제품이 되어 시장의 평가를 받게 함. 3개월 단위로 디자인 스쿨을 개

최하여 주얼리 디자인의 성지가 될 수 있게 함.

3) 삼기 보석산업의 발전방향

■ 도금장인의 초청과 활성화

- 영등동-왕궁과 삼기의 R&D센터 사이에는 매일 정규 서틀을 운행. 삼기는 영등동과 왕궁의 장인들이 만든 제품의 최종 도금과 패키징을 담당하게 함.
- 영등동에서 활동하는 고급 도금 장인들을 삼기로 옮겨가 작업을 전문화, 체계화시켜 국내 최고의 주얼리 도금센터로 발전하게 함.

■ 주얼리 패키징산업과 소재연구

- 삼기 패션주얼리 센터는 보석브랜드를 완성시키는 후반작업(Post-production)의 핵심거점으로 육성. 국내 최고의 도금 기술자들이 디자이너와 장인의 손을 거쳐온 작품들을 최종 완성시키고, 제품들은 다시 패키징 센터로 가서 패키징 전문가들에 의해 포장
- 연구센터에서는 익산 보석브랜드의 성장을 위한 다양한 소재연구를 진행. 참신하고 원가를 절감하는 다양한 소재의 발굴과 개선작업을 진행. 연구성과를 매월 월례세미나를 통해 공유

4) 청년장인 양성과 아트페어 활성화

■ 2024-2030 1천명의 보석공예장인 양성 지원사업

- 보석공예인 양성을 기반으로 보석장인과의 협업네트워크를 구축하고, 이를 토대로 ‘보석도시 익산’이란 가치를 구체적으로 발전시킴. 보석공예인 양성, 보석전시회 및 포럼 개최, 협업회 모델 구축 및 보석 굿즈 개발
- 인력양성 및 보석공예 관련 협의체 사업과 연계하여 수행. 익산시 청년센터, 도시재생 등 인력양성 관련사업과 원광대학교 귀금속보석공예과, 익산주얼리 협동조합, 익산패션주얼리연구센터 등과 연계하여 수행
- 사업내용은 크게 세 가지로 설정
 - ① (보석공예인 양성) 보석공예 인력양성 커리큘럼 기획을 통한 보석공예인 양성
 - ② (익산보석포럼 개최) 보석공예인과 보석공예소상공인 협업네트워크 구축
 - ③ (익산보석 굿즈 개발) 보석공예인들이 창출하는 익산 보석브랜드 가치 및

익산보석 굿즈 개발

■ 청년장인 양성을 위한 아트페어 활성화

- 아트페어는 영등동-왕궁-삼기 전체 귀금속단지에 입주한 청년과 대학에서 공부하는 예비 창업가들을 대상으로 하며 연간 2-4회의 페어를 개최
- 아트페어에서 선발된 디자이너들을 다시 디자인센터의 디자인랩으로 연계하여 3개월여의 공동작업을 통해 대표 디자인을 선정
- 선정된 대표 디자이너는 국제 아트페어에 출품하고 익산시는 이를 전면적으로 지원하여 익산 귀금속보석산업의 브랜드 구축의 기회로 발전시킴

제7장 익산 보석산업의 관광자원화 전략

1. 익산 보석테마관광 산업의 요소와 목표

[1] 보석 테마관광산업의 요소

■ K-주얼리 관광산업의 필요성

- 2020년대 들어 K-컬처는 세계 문화사의 새로운 장면을 만들고 있음. 드라마, 음악, 영화, 게임, 뮤지컬, 모바일콘텐츠, 웹툰과 웹드라마 등 대중문화 영역에서 시작된 K-컬처는 한국의 문화 전반에 대한 관심으로 확대되고 있음.
- 그런 점에서 익산의 보석 문화산업은 K-컬처의 붐을 패션문화 특히 K-주얼리의 성장으로 연결할 수 있는 기회이며, 익산은 K-주얼리의 거점으로 조성하는 전략적 목표를 두고 이를 실천할 수 있는 선도 프로젝트가 필요한 시점임.

[2] 보석 테마관광산업의 브랜드 전략

■ 익산 보석산업의 브랜드와 스토리를 통한 관광산업 연계

- 보석관광의 첫 번째 전략은 브랜드 창조전략임. 보석산업은 어떤 산업보다 문화적 기반이 중요한 영역임. 보석에는 늘 보석말이 있고, 그 자체로 아름다움과 행복을 추구하는 속성이 있음. 주얼리 브랜드는 ‘스토리와 신화, 동경심을 먹고 자란다’ 는 말을 기억해야 함.

[3] 보석 테마관광산업의 목표

■ 익산 보석관광산업의 목표

- 익산 보석관광의 목표는 장기적으로 익산을 아시아의 대표적인 보석도시로 발전시키는 것임.
- 익산이 국제적인 보석도시로 성장하기 위해서는 패션주얼리에서 파인주얼리로 성장, 발전해야 하며 상품의 질, 축제, 마켓, 장인공방, 컨벤션 등이 복합적으로 성장, 발전하는 총체적인 발전이 이루어져야 함.

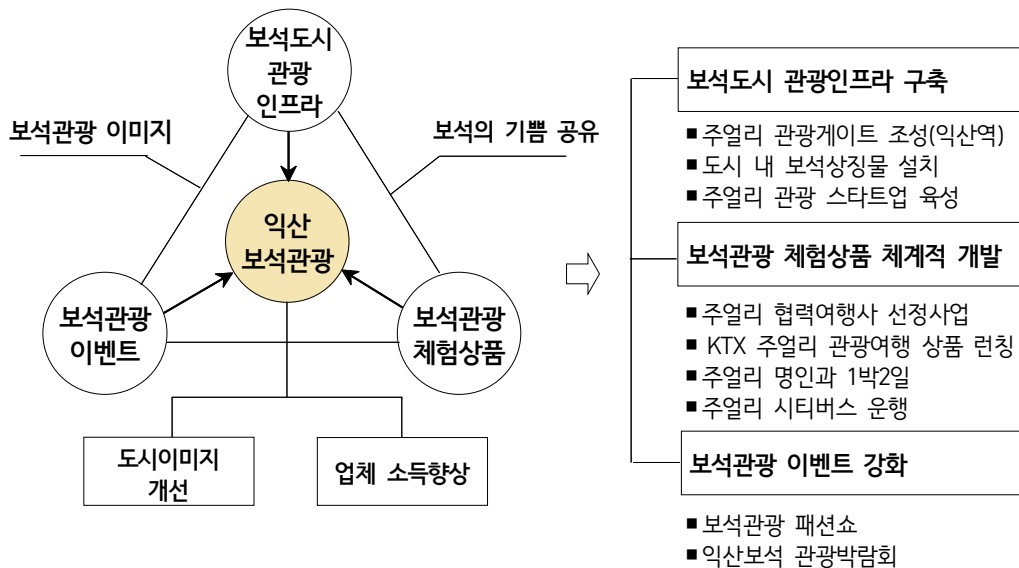
2. 익산 보석테마관광 산업 활성화 전략

(1) 보석 테마 관광산업의 전략

■ 익산 보석관광산업의 전략

- 익산의 보석관광의 발전을 위해서는 세 가지 방향에서 전략을 구성함. 첫째 보석도시의 관광인프라 구축, 둘째, 보석관광 체험상품의 발굴과 개발, 셋째, 보석관광의 핵심이벤트 발굴임.

<그림 VII-1> 익산 보석관광산업의 기본전략과 사업구성



■ 보석도시의 관광 인프라 구축

- 익산이 보석도시로 발전하기 위해서는 보석도시의 브랜드를 구축하고 강화하는 물리적 변화가 필요함.
- 특히 익산은 호남지역의 대표적인 철도교통 거점도시로서 익산 KTX역사는 전국적으로 이동인구가 가장 많은 거점임. KTX 역사에 익산 보석을 상징하고 안내하는 관광게이트 등을 구축함.
- 익산 귀금속보석산단 및 주요 도시거점에 보석을 상징하는 상징물 조성
- 익산의 관광산업을 발전시키기 위한 인력양성과 로컬관광 창업을 관광 스타트업을 육성하는 프로그램 필요

■ 보석관광 체험상품 체계적 개발

- 최근의 관광트렌드는 체험과 학습임. 체험을 중심으로 한 주얼리 협력여행사 선정, KTX 주얼리 관광여행 상품개발과 런칭, 주얼리 명인과 1박2일, 주얼리 시티버스 운행 등의 프로그램 진행

■ 보석관광 이벤트 강화

- 익산 보석관광의 꽃이 될 수 있는 보석관광 패션쇼를 현재의 보석축제와 결합하여 추진. 현재 소매 중심의 보석축제를 의류, 가방 등 패션업체와 다양하게 연계한 B2B 중심의 패션쇼로 전환
- 익산보석박람회를 매년 혹은 비엔날레로 개최하여 익산 보석이 아시아 최고 보석도시로 성장하는 기반으로 삼음.

[2] 익산 보석투어 상품개발

■ 주얼리 관광게이트 조성(익산역)

- 익산 KTX역사는 전국적으로 이동인구가 가장 많은 거점역 중의 하나임. 익산 KTX역을 중심으로 유동하는 외지인들에게 익산 보석산업의 이미지를 심어주는 관광게이트 조성 필요
- 익산역에 관광객들의 편의시설을 대폭 보강하고 문화시설을 포괄하는 복합 문화공간을 개발, 이곳을 익산의 보석관광을 안내하고 투어상품을 판매하는 복합관광의 여행자센터로 발전시킴.

■ 도시 내 보석상징물 설치

- 도시상징은 범세계적 차원에서 특정도시가 차지하는 위치를 대변하는 척도가 되면서 그 도시의 역사와 문화가 반영된 거울이라 할 수 있음.
- 현재 익산의 도시상징은 명확하지 않음. 도시민과 관광객이 공유할 수 있는 확실한 메시지를 가지지 못함. 따라서 보석을 주제로 한 상징조형물, 상징스토리 등 상품화로 연계될 수 있는 상징물 개발이 필요함.
- 핸드메이드 보석산업과 연계하여 익산시를 상징할 수 있는 상징물 개발
- 독일 베를린의 베를리너 베어(Berliner Bear)는 도시를 상징하는 기념물이

자 시민들의 자랑임. 베를린의 상징은 곰이며, 베를린을 관광하다보면 곳곳에 곰 모형물이 배치되어 있으며, 암펠만(신호등 사람/Ampelman)은 베를린만의 상징물인 신호등 디자인임.

■ 주얼리 관광 스타트업 육성

- 관광 창업기업이 활성화되면 관광산업 생태계를 확장하고 및 관광수요 및 관광공급의 격차를 좁힘으로서 관광트렌드 변화에 적극적으로 대응할 수 있음.
- 관광일자리 창출 및 관광인프라의 질적수준 향상을 위하여 지역 관광기업 육성을 위한 지원정책이 필요함.

[3] 보석관광 체험상품 체계적 개발

■ 주얼리 협력여행사 선정사업

- 최근 전남지역에서는 관광산업 활성화를 위해 수도권 일대의 세컨라인 여행사⁴⁾들을 중심으로 지역의 특성을 활용한 인센티브 투어 및 연수관광을 진행
- 보석투어를 바탕으로 익산시 특화 MICE 관광프로그램의 발전으로 연결. 회의 산업의 이전과 이후 관광프로그램을 개발하여 도시의 새로운 수익모델 구축

■ KTX 주얼리 관광여행 상품 런칭

- KTX 및 코레일 주얼리 관광열차를 조성하여 익산의 보석관광을 철도여행과 연결하는 철도관광 상품 개발 필요
- KTX 개통 이후 익산역 이용객은 이전과 비교하여 거의 60% 내외의 증가세를 보여 이 유동인구를 활용한 철도관광 상품의 개발이 매우 시급함.

■ 주얼리 명인과 1박2일

- 익산의 보석명장을 만나 공방체험을 하며 그들이 가진 기술과 작품을 같이 만들어보는 체험 중심의 여행을 통해 감동을 얻을 수 있는 관광상품 개발
- 1박2일 또는 2박3일 등의 상품으로 구성하되 보석 및 패션주얼리 핸드메이드와 관련된 다양한 전문가 또는 상인들을 통해 익산의 매력을 느낄 수 있도록 구성

4) 현재 한국에서 활동하고 있는 메이저 여행사들이 아닌, 준메이저 여행사들을 말함. 메이저 여행사들은 자체 개발한 여행상품의 판매에 주력하므로 지역의 관광수요와 매칭하기 어려우므로 준메이저 여행사를 파트너로 함

■ 주얼리 시티버스 운행

- 익산역에서 익산의 주요 관광지를 연계하는 ‘익산 명품 시내버스’를 투어버스로 발전시켜 운행하는 사업임.
- 익산역에서 출발하여 익산귀금속보석산단, 미륵사지, 왕궁리, 웅포 등의 관광지로 연결하는 운행노선을 기획하여 운행함.

[4] 보석관광 이벤트 강화

■ 보석관광 패션쇼

- 패션산업이 성공하기 위한 필수전략은 마켓기능이 활성화된 축제임. 현재의 보석대축제는 지역축제의 성격이 강하지만, 이를 국내에서 가장 화려한 마켓형 축제로 발전시켜야 함.
- 패션문화산업은 밀라노와 같이 일년 내내 패션쇼와 박람회, 컨벤션 등이 열리는 문화도시로의 전환을 의미함.
- 현행 익산보석대축제를 패션주얼리산업의 핵심사업으로 활용하기 위해 기존의 틀을 완전히 전환하여 국제적 축제로 재탄생시켜야 함.
- 특히 패션주얼리축제를 마켓과 결합하여 주얼리 축제에 국내외 바이어들이 참여하고 모델들이 패션쇼를 하는 방식으로 전환해야 함.

■ 익산보석 관광박람회

- 현행 익산보석대축제를 패션주얼리산업의 핵심사업으로 활용하기 위해 기존의 틀을 완전히 전환하여 국제적 박람회 형 축제로 재탄생시켜야 함.
- 이 바젤 보석박람회에는 전세계의 전문 소매업체 및 도매업체들이 최신 트렌드를 배우고 시계와 주얼리 업계의 최신 디자인 상품을 보기 위해 모임
- 바젤월드에는 스위스의 보석분야를 더욱 더 크게 추진시킬 수 있는 영향력있는 비즈니스 행사중 하나임. 전세계의 저명한 업계 전문가들 뿐만 아니라 보석과 원석 전문가들이 참여하여 보석산업의 현황과 전망을 공유하는 컨퍼런스와 약 1800개의 시계, 주얼리, 보석 및 관련 분야 기업들이 전시회에 참여

■ 익산주얼리산업 발전을 위한 국제컨퍼런스

- 익산의 보석이 국가적 보석산업의 중심지임을 알리고 장기적으로 실효성있는 보석도시로 성장하기 위해서는 익산의 위상에 맞는 국제적 이벤트를 지속적으로 개최해야 함.

제8장 주요 사업계획 요약 및 기대효과

1. 부문별 사업계획 요약

■ 보석산업 클러스터 경쟁력 강화 분야

(단위 : 백만원)

| 사 업 명 | 추진 내용 | 연간 사업비 | 인프라 구축비 | 비고 |
|-----------------|-----------------------|--------|---------|--|
| 전략적 특화 제품 육성 사업 | ○ 전략적 특화 제품 선정 및 관리 | 0 | | ○ 보석업계에서 자체 추진 |
| 디자인 역량 강화사업 | ○ 디자인 개발지원 | 50 | | ○ 기존 익산시의 전북디자인센터 지원(1억원) 활용 및 전북디자인센터의 예산을 활용 ○ 디자인 공모전은 청년장인 육성을 위한 보석디자인 아트페어사업과 연계 추진 |
| | ○ 디자인 기술교육 및 장비 활용 | 50 | | |
| | ○ 익산 디자인 공모전 개최 | 0 | | |
| 공동브랜드 사업 | ○ 공동브랜드 구축·컨설팅 | 50 | | ○ 뿌리산업특화단지사업 예산 국비포함 4억원 제외, 국비 지원 종료 이후 집행 |
| | ○ 시험인증 지원 | 50 | | |
| | ○ 공동브랜드 마케팅 | 100 | | |
| 거버넌스 구축 사업 | ○ 익산보석산업지원센터 및 사무국 설치 | 100 | | ○ 보석업계의 인프라 구축 비용 및 자체 조달 운영경비 제외 |
| | ○ 네트워크 구축 | 50 | | |
| 창업·영세기업 지원 사업 | ○ 공유작업실 설치 및 운영 | 50 | 500 | ○ 기존 보석·귀금속 우수 제조업체 지원, 청년 귀금속 제조업체 지원, 청년 창업인프라 구축 지원, 왕궁지식산업업체 지원사업 등의 재원을 활용 |
| | ○ 창업인프라 지원 | 100 | | |
| | ○ 창업·영세기업 바우처제도 운용 | 100 | | |
| 인력양성사업 | ○ 취업알선 | 50 | | |
| | ○ 기술교육 지원 | 50 | | |
| 도금비 지원 | ○ 도금센터 이용시 바우처 지원 | 150 | | ○ 기존 지원 유지 |
| 계 | | 950 | 500 | |

■ 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계 분야

(단위 : 백만원)

| 사 업 명 | 추진 내용 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 합 계 |
|--------------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 주얼팰리스 운영 혁신사업 | ○VVIP 주얼리숍 설치 등 | 20 | 30 | | | | 50 |
| 왕궁 보석축제의 전환 | ○패션산업형 보석축제 컨설팅 ○패션산업형 보석축제 개최 | 50 | 200 | 200 | 200 | 200 | 850 |
| 보석박물관 제2 개장 | ○보석박물관 운영 컨설팅 ○보석박물관 내외부 전면 개편 | 200 | 500 | 500 | | | 1,200 |
| 디자인센터 활성화 사업 | ○디자인센터 운영사업비 ○디자인랩 장비구축 및 랩 운영 | 100 | 400 | 400 | 400 | 400 | 1,700 |
| 청년장인 양성과 아트페어 운영사업 | ○보석디자인 아트페어(연2회) ○보석공예인 양성 지원 ○익산보석 굿즈개발(연1회) | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 2,000 |
| 삼기 R&D 센터 기능 강화 사업 | ○R&D센터의 소재연구 강화 ○패키징센터 신설 및 운영 | 2,200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 3,000 |
| 보석공예창작지원센터 건립 및 운영 | ○기반 조성 및 센터 운영 | 650 | 350 | 250 | 150 | 150 | 1,550 |
| 총계 | | 3,620 | 2,080 | 1,950 | 1,350 | 1,350 | 10,350 |

■ 보석산업의 관광자원화 분야

(단위 : 백만원)

| 사 업 명 | 추진 내용 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 합 계 |
|----------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 익산 주얼리 관광게이트 및 도심상징물 조성 사업 | ○KTX역사 관광게이트 조성 ○중심가로 보석상징물 제작 | 200 | 800 | 1,000 | | | 2,000 |
| 주얼리 관광 스타트업 양성 사업 | ○관광창업 프로젝트 공모전 ○프로젝트 지원사업 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1,500 |
| 주얼리 협력여행사 선정사업 : 인센티브 투어 | ○협력여행사 선정(공모) ○협력여행사 인센티브 부여 | 430 | 400 | 400 | 400 | 400 | 2,030 |
| KTX 주얼리 관광여행 상품 런칭 | ○보석열차 협약 및 운행 ○체험 등 관광객 인센티브 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 2,000 |
| 주얼리 명인과 1박2일 | ○체험상품 개발(공모) ○체험활동 인센티브(작가수당 및 체험활동비) | 150 | 100 | 100 | 100 | 100 | 550 |
| 주얼리 시티버스 운행 | ○시티투어버스 운영자 지원 ○전문해설사 등 가이드 교육 | 250 | 250 | 250 | 250 | 250 | 1,250 |
| 합 계 | | 1,730 | 2,250 | 2,450 | 1,450 | 1,450 | 9,330 |

■ 사업분야별 연도별 투자계획 종합

(단위 : 백만원)

| 구 분 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 합 계 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 보석산업 클러스터 경쟁력 강화 분야 | 1,200 | 1,200 | 950 | 950 | 950 | 5,250 |
| 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계분야 | 3,620 | 2,080 | 1,950 | 1,350 | 1,350 | 10,350 |
| 보석산업의 관광자원화 분야 | 1,730 | 2,250 | 2,450 | 1,450 | 1,450 | 9,330 |
| 총 계 | 6,550 | 5,530 | 5,350 | 3,750 | 3,750 | 24,930 |

■ 2029년 이후 2단계 사업으로의 기간연장 시 사업추진 로드맵 조정(안)

- 본 연구에서는 2028년까지 5년간 추진 필요성이 큰 사업을 중심으로 제안
- 다만, 재원 확보 가능성을 고려하여 사업기간을 연장한다면, 3대 분야별 사업내용 중 2단계 추진사업(2029~2033년)으로 연기할 수 있는 사업 리스트를 제안하면 다음과 같음.
- 보석산업 클러스터 경쟁력 강화분야의 제안 사업들은 매년 추진하지 않으면 안되는 사업들로서 2단계에서도 지속 추진될 필요가 있는 사업들임.
- 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계 분야에서 2단계 연기 가능성이 있는 사업
 - 보석박물관 제2 개장사업과 삼기 R&D센터 기능 강화사업은 2단계 사업으로 연기 가능
- 보석산업의 관광자원화 분야에서 2단계 연기 가능성이 있는 사업
 - 주얼리 협력여행사 선정사업(인센티브 투어), KTX 주얼리 관광여행 상품 런칭. 주얼리 시티버스 운행사업은 2단계 사업으로 연기 가능
- 2단계 사업으로 연기 가능성을 제시한 사업을 제외한 다른 사업들은 모두 우선순위가 높은 사업이라고 할 수 있음.
- 그러나 익산 보석산업의 발전비전과 목표를 달성하기 위해서는 2단계 사업으로의 연기 없이 상기 제안사업들이 1단계 사업기간에 집약적으로 추진될 필요가 있음.

2. 자원별 투자계획

■ 자원별 투자계획 종합

(단위 : 백만원)

| 사업분야 | 사업명 | 국비 | 지방비 | 민자 | 합 계 |
|--------------------------------|---------------------------|-------|--------|-------|--------|
| 보석산업 클러스터 경쟁력 강화 분야 | 디자인 역량 강화사업 | | 500 | | 500 |
| | 공동브랜드 사업 | | 1,000 | | 1,000 |
| | 거버넌스 구축 사업 | | 750 | | 750 |
| | 창업·영세기업 지원 사업 | | 1,750 | | 1,750 |
| | 인력양성사업 | | 500 | | 500 |
| | 도급비 지원 | | 750 | | 750 |
| | 소계 | | 5,250 | | 5,250 |
| 보석의 문화산업화 및 문화도시 연계분야 | 주얼팰리스 운영 혁신사업 | | 50 | | 50 |
| | 왕궁 보석축제의 전환 | | 450 | 400 | 850 |
| | 보석박물관 제2 개장 | | 1,200 | | 1,200 |
| | 디자인센터 활성화 사업 | | 1,300 | 400 | 1,700 |
| | 청년장인 양성을 위한 아트페어 운영사업 | | 2,000 | | 2,000 |
| | 삼기 R&D 센터 기능 전환 사업 | | 3,000 | | 3,000 |
| | 보석공예창작지원센터 건립 및 운영 | 800 | 750 | | 1,550 |
| | 소계 | 800 | 8,750 | 800 | 10,350 |
| 보석산업의 관광자원화 분야 | 익산 주얼리 관광게이트 및 도심상징물 조성사업 | | 2,000 | | 2,000 |
| | 주얼리 관광 스타트업 양성 사업 | 500 | 1,000 | | 1,500 |
| | 주얼리 협력여행사 선정사업 : 인센티브 투어 | 1,000 | 1,030 | | 2,030 |
| | KTX 주얼리 관광여행 상품 런칭 | | 2,000 | | 2,000 |
| | 주얼리 명인과 1박2일 | | 550 | | 550 |
| | 주얼리 시티버스 운행 | | 750 | 500 | 1,250 |
| | 소계 | 1,500 | 7,330 | 500 | 9,330 |
| 총 계 | | 2,300 | 21,330 | 1,300 | 24,930 |

2. 기대효과

■ 보석산업의 고부가가치화와 강건한 산업생태계 형성

- 파인주얼리와 일부 패션주얼리의 특화 제품을 중심으로 축적된 생산역량에 디자인, 브랜딩, 마케팅 등 개발 역량을 접목함으로써 익산 주얼리 산업계의 고부가 가치사슬 역량이 강화
- 익산 보석산업의 생산 및 공급 능력 고도화와 디자인, 브랜드 역량의 제고 등 가치사슬 활동의 고부가가치화를 통해 국제적 명성을 갖는 보석산업 브

랜드 특화지역으로 부상

- 보석 관련 민간기업과 공방, 보석장인, 문화관광 인력 등이 전국 및 국제적 시장수요에 주도적으로 대응하는 자생적 발전체계를 형성

■ 보석의 생산중심지에서 보석문화도시로 브랜드 전환

- 보석산업 기반을 보석문화거리 조성, 공방을 통한 문화상품화, 보석 체험관광 프로그램 개발 등과 연계시킴으로써 보석의 생산중심지에서 한국을 대표하는 보석 패션문화도시로서의 이미지를 확고히 구축
- 익산 보석산업에 대한 전국적인 문화관광 수요를 흡수할 수 있는 정책수단(엑스포, 전시회, 축제 등)을 적극 활용하여 익산 보석제품과 보석문화상품에 대한 전국적 집객 역량을 강화

■ 보석산업의 글로벌 브랜드 특화지역으로 부상

- 보석산업 기반을 문화관광과 접목시켜 보석 패션문화도시로 성장함으로써 보석산업 도시로서의 국제적 브랜드를 강화
- 익산 보석의 문화관광 자원화를 통해 한류 붐과 연계하여 외국인 관광객을 유치하고, 다양한 유형의 부가가치 창출의 기회로 활용