

2022 한복산업 실태조사

- 사업체 조사 및 소비자 인식 조사 -

CONTENTS

제1장 소비자 인식 조사	제1절 조사배경 및 목적
	1. 조사 배경 3
	2. 조사 목적 5
	3. 선행 연구 6
	제2절 조사 설계
	1. 주요지표 분석 7
	2. 사업체 조사 8
	3. 소비자 인식 조사 9
	제3절 문항 설계
	1. 주요지표 분석 10
	2. 사업체 조사 11
	3. 소비자 인식 조사 12
	제4절 용어 정의
	1. 한복 관련 용어 정의 13
	2. 통계 관련 용어 정의 14
	제5절 응답자 특성
	1. 주요지표 분석 15
	2. 사업체 조사 16
	3. 소비자 인식 조사 17
	제6절 일러두기

CONTENTS

제2장 주요 결과	제1절 한복산업 규모
	1. 한복산업 규모 23 2. 산업 규모 추이 25 1) 한복 제조업 25 2) 한복 소매업 31
	제2절 조사 결과 요약
	1. 사업체 조사 37 1) 일반 현황 37 2) 인력 현황 39 3) 사업 분야별 현황 41 4) 매출 현황 44 5) 홍보 및 마케팅 현황 45 6) 코로나19 사업체 영향 46 2. 소비자 인식 조사 47 1) 한복 이미지 47 2) 한복 구매 경험 48 3) 한복 비구매자의 한복 구매의향 50 4) 한복 대여 경험 51 5) 한복 구매 의향 52 6) 한복 디자인 인식 53 7) 한복 관련 프로그램 경험 실태 54
제3장 주요지표 분석	제1절 조사 개요 요약
	제2절 결과 분석
	1. 사업체 특성 58 1) 상위산업분류 대비 한복 사업체 수 58 2) 한복 사업체 수 60 3) 온라인쇼핑 거래 여부 62

CONTENTS

제3장 주요지표 분석	제2절 결과 분석
	2. 인력 현황 63 1) 종사자수 63 3. 매출 현황 65 1) 매출액 65 2) 매출원가 66 3) 영업비용 67 4) 임차료 68 5) 광고선전비 69
	제3절 부록
제4장 사업체 조사	제1절 조사 개요 요약
	제2절 결과 분석 1. 일반 현황 75 1) 사업 운영 형태 75 2) 사업체 형태 77 3) 설립년도 78 4) 사업장 형태 79 5) 경영 형태 80 6) 대표자 성별 및 연령 81 7) 사업체(영업장) 소유 형태 83 8) 사업체(영업장) 유형 84 9) 종사 분야 85 10) 자본금 87 11) 매출액 88 2. 인력 현황 90 1) 총 근로자수 90 2) 성/연령별 인력 현황 92 3) 학력/자격증별 인력 현황 94

CONTENTS

제4장 사업체 조사	제2절 결과 분석
	4)종사 유형별 인력현황 ----- 96
	5)경력별 인력 현황 ----- 97
	6)평균 임금별 인력현황 ----- 98
	7)직종별 인력 현황 ----- 99
	8)정규직, 비정규직 근로자수 ----- 100
	9)신규 인력 채용 계획_총 근로자수 ----- 104
	10)신규 인력 채용 계획_정규직, 비정규직 근로자수 ----- 105
	11)한복문화산업계 인력 고용 여건 ----- 107
	12)한복문화산업계 인력 필요 직종 ----- 108
	13)한복문화산업계 인력 부족 원인 ----- 109
	14)인력난 해소 정부 추진 정책 ----- 110
	3.사업 분야별 현황 ----- 111
	1)제조/판매업 ----- 111
	2)대여(임대) 사업 ----- 122
	3)기타 교육 사업 ----- 132
	4.매출 현황 ----- 135
	1)매출액 ----- 135
	2)매출액 추이 ----- 138
	3)매출액 증가/감소 예상 이유 ----- 139
	4)유형별 매출액 ----- 140
	5.홍보 및 마케팅 현황 ----- 142
	1)홍보 활동 현황 ----- 142
	2)홍보 시 이용 채널 ----- 144
	3)향후 홍보 시 이용 채널 ----- 145
	6.정부 지원 수혜 현황 ----- 146
	1)정부 지원 수혜 여부 ----- 146
	2)정부 지원 사업명 ----- 148

CONTENTS

제4장 사업체 조사	제2절 결과 분석
	3)정부 지원 공공기관별 도움정도 149 4)정부 지원 필요분야 152 7.코로나19사업체 영향 153 1)코로나19영향력 153 2)코로나19정부 지원 경험정도 164 8.한복문화산업 진흥 건의 및개선 의견 166
제5장 소비자 인식 조사	제1절 조사 개요 요약
	제2절 결과 분석
	1.한복 이미지 171 1)한복 최초상기 이미지 171 2)한복에 어울리는 이미지 177 2.한복 디자인 인식 179 1)전통한복 디자인 변형 개선사항 179 2)전통한복 디자인 변형 고수사항 181 3)선호 한복 문양 183 4)선호 문양 표현기법 184 5)한복 생활화/일상화 중요요소 185 3.한복 구매 의향 187 1)향후 한복 구입의향 187 2)향후 한복 구매시 지불 가능가격 189 4.한복구매자 191 1)구매 한복 종류 191 2)한복 구매 목적 192 3)한복 구매 정보수집 채널 196 4)최근 한복 구매장소 200 5)우선 고려 항목 202 6)최근 구매 한복가격대 204

CONTENTS

제5장 소비자 인식 조사	제2절 결과 분석
	7)보유 한복 개수 206 8)한복 착용 빈도 208 9)한복 주용도 210 5.한복 비구매자 212 1)한복 구매 미경험이유 212 2)구매 희망 한복종류 216 3)향후 한복 구매목적 217 4)향후 한복 구매시 정보수집채널 221 5)향후 한복 구매시 우선 고려항목 225 6)향후 한복 구매시 주용도 227 6.한복 대여 경험 229 1)대여 한복 종류 229 2)대여 한복 매장위치 230 3)한복 1회대여시간(관광지) 232 4)한복 1회대여시간(비관광지) 234 5)한복 대여 비용(관광지_2시간 기준) 236 6)한복 대여 비용(비관광지_1일 기준) 238 7)한복 대여 용도(관광지) 240 8)한복 대여 용도(비관광지) 242 9)한복 대여 만족도(관광지) 244 10)한복 대여만족도(비관광지) 246 7.한복 관련 프로그램 경험 실태 248 1)한복 관련 프로그램 경험 248 2)한복 관련 프로그램 인지 경로 252 3)한복 관련 프로그램 동반 유형 253 4)한복 관련 프로그램 전반적 만족도 254 5)한복 관련 필요 프로그램 257
	부록1. 설문지 - 사업체 조사
	부록2. 설문지 - 소비자 인식 조사

CONTENTS

표 목 차

[표1-1] 조사 내용_주요지표 분석	7
[표1-2] 조사 설계_사업체 조사	8
[표1-3] 사전조사 현황_사업체 조사	8
[표1-4] 본 조사 표본 할당_사업체 조사	8
[표1-5] 조사 설계_소비자 인식 조사	9
[표1-6] 표본 할당_소비자 인식 조사	9
[표1-7] 조사 내용_주요지표 분석	10
[표1-8] 조사 내용_사업체 조사	11
[표1-9] 조사 내용_소비자 인식 조사	12
[표1-10] 한복 관련용어 정의	13
[표1-11] 한국표준산업분류(제10차 개정)	13
[표1-12] 통계 관련용어 정의	14
[표1-13] 응답자 특성_주요지표 분석	15
[표1-14] 응답자 특성_사업체 조사	16
[표1-15] 응답자 특성_소비자 인식 조사	17
[표2-1] 한복산업 규모	24
[표2-2] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_사업체 수	26
[표2-3] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_종사자 수	28
[표2-4] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_매출액	30
[표2-5] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_사업체 수	32
[표2-6] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_종사자 수	34
[표2-7] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_매출액	36
[표2-8] 일반 현황 (1)	37
[표2-9] 일반 현황 (2)	38
[표2-10] 인력 현황	39
[표2-11] 유형별 매출액	44
[표2-12] 유형별 코로나19 영향력	46

CONTENTS

표 목 차

[표2-13] 유형별 코로나19전후감소 정도	46
[표2-14] 한복 상기 이미지	47
[표2-15] 한복 구매 경험(1)	48
[표2-16] 한복 구매 경험(2)	49
[표2-17] 한복 비구매자의 한복 구매 의향	50
[표2-18] 한복 대여 경험	51
[표2-19] 한복 구매 의향	52
[표2-20] 한복 디자인 인식	53
[표2-21] 한복 관련 프로그램 경험 실태	54
[표3-1] 조사 내용_주요지표 분석	57
[표3-2] 상위산업 대비 한복 사업체 수	59
[표3-3] 대표자 성별 및 지역별 한복 사업체 수	61
[표3-4] 영업 기간별 한복 사업체 수	61
[표3-5] 온라인쇼핑 거래 여부	62
[표3-6] 종사자 성별 및 지역별 종사자 수 평균	64
[표3-7] 종사상지위별 종사자 수 평균	64
[표3-8] 매출액 평균	65
[표3-9] 매출원가 평균	66
[표3-10] 영업비용 평균	67
[표3-11] 임차료 평균	68
[표3-12] 광고선전비 평균	69
[표3-13] 주요지표_한복산업 총괄표(합계)	70
[표4-1] 조사 설계_사업체	73
[표4-2] 응답자 특성_사업체	74
[표4-3] 사업 운영 형태_한복문화산업 및 타 사업 운영 여부	76
[표4-4] 사업 운영 형태_한복문화산업 및 관련 단체/협회 가입 여부	76
[표4-5] 사업체 형태	77

CONTENTS

표 목 차

[표4-6] 설립년도	78
[표4-7] 사업장 형태	79
[표4-8] 경영 형태	80
[표4-9] 대표자 성별	82
[표4-10] 대표자 연령	82
[표4-11] 사업체(영업장) 소유 형태	83
[표4-12] 사업체(영업장) 유형	84
[표4-13] 종사 분야(업종구분)	86
[표4-14] 종사 분야(세부업종)	86
[표4-15] 자본금 (2021.12.31. 기준)	87
[표4-16] 매출액_전체 (2021.12.31. 기준)	89
[표4-17] 매출액_한복문화산업 (2021.12.31. 기준)	89
[표4-18] 매출액_기타 산업(2021.12.31. 기준)	89
[표4-19] 총근로자 수_2021	91
[표4-20] 총근로자 수_2022	91
[표4-21] 총근로자 수_2023 추정	91
[표4-22] 성별 인력 현황	93
[표4-23] 연령별 인력 현황	93
[표4-24] 학력별 인력 현황	95
[표4-25] 취득 자격증별 인력 현황	95
[표4-26] 종사 유형별 인력 현황	96
[표4-27] 경력별 인력 현황	97
[표4-28] 평균 임금별 인력 현황	98
[표4-29] 직종별 인력 현황	99
[표4-30] 2021년 정규직 근로자 수	101
[표4-31] 2021년 비정규직 근로자 수	101
[표4-32] 2022년 정규직 근로자 수	102

CONTENTS

표 목 차

[표4-33] 2022년 비정규직 근로자수	102
[표4-34] 2023년 정규직 근로자수(추정)	103
[표4-35] 2023년 비정규직 근로자수(추정)	103
[표4-36] 신규 인력채용 계획_총 근로자수	104
[표4-37] 신규 인력채용 계획_정규직 근로자수	106
[표4-38] 신규 인력채용 계획_비정규직 근로자수	106
[표4-39] 한복문화산업계 인력 고용 여건	107
[표4-40] 한복문화산업계 인력 필요 직종	108
[표4-41] 한복문화산업계 인력 부족 원인	109
[표4-42] 인력난 해소 정부 추진 정책	110
[표4-43] 제조 및 판매활동_전체	111
[표4-44] 제조 및 판매활동_원부자재	113
[표4-45] 제조 및 판매활동_2차 가공	113
[표4-46] 제조 및 판매활동_완제품	113
[표4-47] 원/부자재 조달 경로	114
[표4-48] 상품 생산 경로	115
[표4-49] 판매 생산 형태	116
[표4-50] 상품 유통 경로	118
[표4-51] 상품 세부유통 경로(소매 판매업)	118
[표4-52] 성수기(소매 판매업)	119
[표4-53] 방문자수_성수기 기준(소매 판매업)	120
[표4-54] 실제 구입자비중_성수기 기준(소매 판매업)	120
[표4-55] 방문자수_비수기 기준(소매 판매업)	121
[표4-56] 실제 구입자비중_비수기 기준(소매 판매업)	121
[표4-57] 대여 고객 유형	122
[표4-58] 외국인 고객 유형_비중	124
[표4-59] 외국인 고객 유형_국적	124

CONTENTS

표 목 차

[표4-60]대여 한복구비	125
[표4-61]대여 한복조달 방법	126
[표4-62]신상품 공급주기	127
[표4-63]성수기(대여업)	128
[표4-64]방문자수_성수기 기준(대여업)	129
[표4-65]실제 대여자비중_성수기 기준	129
[표4-66]방문자수_비수기 기준(대여업)	130
[표4-67]실제 대여자비중_비수기 기준	130
[표4-68]대여 시장전망	131
[표4-69]한복 교육사업체의 교육 사업비중	132
[표4-70]운영 형태_별도 공간 운영 여부	134
[표4-71]운영 형태_교육 사업 내용	134
[표4-72]매출액_2021	137
[표4-73]매출액_2022 추정	137
[표4-74]매출액 추이	138
[표4-75]유형별 매출액_2021	141
[표4-76]유형별 매출액_2022 추정	141
[표4-77]홍보 활동현황_경영 상 어려움이 많은 분야	143
[표4-78]홍보 활동현황_홍보활동 여부	143
[표4-79]홍보 시 이용 채널	144
[표4-80]향후 홍보시 이용채널	145
[표4-81]정부 지원수혜 현황_지원 수혜 여부	147
[표4-82]정부 지원수혜 현황_지원 받은 공공기관 유형	147
[표4-83]정부 지원사업명	148
[표4-84]정부 지원 공공기관별 도움 정도_문화체육관광부 산하	150
[표4-85]정부 지원 공공기관별 도움 정도_산업통상자원부 산하	150
[표4-86]정부 지원 공공기관별 도움 정도_중소벤처기업부 산하	151

CONTENTS

표 목 차

[표4-87] 정부 지원 공공기관별 도움 정도_지방자치단체 산하	151
[표4-88] 정부 지원 필요 분야	152
[표4-89] 코로나19 영향력_전체	153
[표4-90] 코로나19 영향력_매출액	155
[표4-91] 코로나19 전후 감소 정도_매출액	155
[표4-92] 코로나19 영향력_고용인력: 정규직	157
[표4-93] 코로나19 전후 감소 정도_고용인력: 정규직	157
[표4-94] 코로나19 영향력_고용인력: 비정규직	159
[표4-95] 코로나19 전후 감소 정도_고용인력: 비정규직	159
[표4-96] 코로나19 영향력_임금수준: 정규직	161
[표4-97] 코로나19 전후 감소 정도_임금수준: 정규직	161
[표4-98] 코로나19 영향력_임금수준: 비정규직	163
[표4-99] 코로나19 전후 감소 정도_임금수준: 비정규직	163
[표4-100] 코로나19 정부 지원 경험 정도	165
[표4-101] 코로나19 정부 지원 미경험 이유	165
[표5-1] 조사 설계_소비자 인식 조사	169
[표5-2] 응답자 특성_소비자 인식 조사	170
[표5-3] 한복 최초 상기 이미지-긍/부정 여부	171
[표5-4] 한복 최초 상기 이미지	172
[표5-5] 전통한복 최초 상기 이미지-긍/부정 여부	173
[표5-6] 전통한복 최초 상기 이미지	174
[표5-7] 생활한복 최초 상기 이미지-긍/부정 여부	175
[표5-8] 생활한복 최초 상기 이미지	176
[표5-9] 전통한복에 어울리는 이미지	177
[표5-10] 생활한복에 어울리는 이미지	178
[표5-11] 전통한복 디자인 변형 개선 사항(1순위)	180
[표5-12] 전통한복 디자인 변형 개선 사항(1+2+3순위)	180

CONTENTS

표 목 차

[표5-13] 전통한복 디자인 변형 고수 사항(1순위)	182
[표5-14] 전통한복 디자인 변형 고수 사항(1+2+3순위)	182
[표5-15] 선호 한복 문양	183
[표5-16] 선호 문양 표현 기법	184
[표5-17] 한복 생활화/일상화 중요 요소(1순위)	186
[표5-18] 한복 생활화/일상화 중요 요소(1+2+3순위)	186
[표5-19] 향후 전통한복 구입 의향	187
[표5-20] 향후 생활한복 구입 의향	188
[표5-21] 향후 전통한복 구매 시 지불 가능 가격	189
[표5-22] 향후 생활한복 구매 시 지불 가능 가격	190
[표5-23] 구매 한복 종류	191
[표5-24] 전통한복 구매 목적 대상	192
[표5-25] 타인의 전통한복 구매 이유	193
[표5-26] 생활한복 구매 목적 대상	194
[표5-27] 타인의 생활한복 구매 이유	195
[표5-28] 전통한복 구매 정보 수집 채널(1순위)	197
[표5-29] 전통한복 구매 정보 수집 채널(1+2+3순위)	197
[표5-30] 생활한복 구매 정보 수집 채널(1순위)	199
[표5-31] 생활한복 구매 정보 수집 채널(1+2+3순위)	199
[표5-32] 최근 전통한복 구매 장소	200
[표5-33] 최근 생활한복 구매 장소	201
[표5-34] 전통한복 우선 고려 항목	202
[표5-35] 생활한복 우선 고려 항목	203
[표5-36] 최근 구매 전통한복 가격대	204
[표5-37] 최근 구매 생활한복 가격대	205
[표5-38] 보유 전통한복 개수	206
[표5-39] 보유 생활한복 개수	207

CONTENTS

표 목 차

[표5-40] 전통한복 착용 빈도	208
[표5-41] 생활한복 착용 빈도	209
[표5-42] 전통한복 주 용도	210
[표5-43] 생활한복 주 용도	211
[표5-44] 전통한복 구매 미경험 이유(1순위)	213
[표5-45] 전통한복 구매 미경험 이유(1+2+3순위)	213
[표5-46] 생활한복 구매 미경험 이유(1순위)	215
[표5-47] 생활한복 구매 미경험 이유(1+2+3순위)	215
[표5-48] 구매 희망한복 종류	216
[표5-49] 향후 전통한복 구매 목적 대상	217
[표5-50] 타인의 전통한복 구매 희망 이유	218
[표5-51] 향후 생활한복 구매 목적 대상	219
[표5-52] 타인의 생활한복 구매 희망 이유	220
[표5-53] 향후 전통한복 구매 시 정보수집 채널(1순위)	222
[표5-54] 향후 전통한복 구매 시 정보수집 채널(1+2+3순위)	222
[표5-55] 향후 생활한복 구매 시 정보수집 채널(1순위)	224
[표5-56] 향후 생활한복 구매 시 정보수집 채널(1+2+3순위)	224
[표5-57] 향후 전통한복 구매 시 우선 고려 항목	225
[표5-58] 향후 생활한복 구매 시 우선 고려 항목	226
[표5-59] 향후 전통한복 구매 시 주 용도	227
[표5-60] 향후 생활한복 구매 시 주 용도	228
[표5-61] 대여한복 종류	229
[표5-62] 대여 전통한복 매장 위치	230
[표5-63] 대여 생활한복 매장 위치	231
[표5-64] 전통한복 1회 대여시간(관광지)	232
[표5-65] 생활한복 1회 대여시간(관광지)	233
[표5-66] 전통한복 1회 대여시간(비관광지)	234

CONTENTS

표 목 차

[표5-67] 생활한복 1회대여시간(비관광지)	235
[표5-68] 전통한복 대여비용(관광지_2시간 기준)	236
[표5-69] 생활한복 대여비용(관광지_2시간 기준)	237
[표5-70] 전통한복 대여비용(비관광지_1일 기준)	238
[표5-71] 생활한복 대여비용(비관광지_1일 기준)	239
[표5-72] 전통한복 대여용도(관광지)	240
[표5-73] 생활한복 대여용도(관광지)	241
[표5-74] 전통한복 대여용도(비관광지)	242
[표5-75] 생활한복 대여용도(비관광지)	243
[표5-76] 전통한복 대여만족도(관광지)	244
[표5-77] 생활한복 대여만족도(관광지)	245
[표5-78] 전통한복 대여만족도(비관광지)	246
[표5-79] 생활한복 대여만족도(비관광지)	247
[표5-80] 한복 관련 프로그램 경험	248
[표5-81] 한복 관련 프로그램 경험-전시 및 축제	249
[표5-82] 한복 관련 프로그램 경험-박람회	249
[표5-83] 한복 관련 프로그램 경험-교육 및 특강	250
[표5-84] 한복 관련 프로그램 경험-한복 입기 체험	250
[표5-85] 한복 관련 프로그램 경험-온라인 콘텐츠	251
[표5-86] 한복 관련 프로그램 인지 경로	252
[표5-87] 한복 관련 프로그램 동반 유형	253
[표5-88] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도-전시 및 축제	254
[표5-89] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도-박람회	255
[표5-90] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도-교육 및 특강	255
[표5-91] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도-한복 입기 체험	256
[표5-92] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도-온라인 콘텐츠	256
[표5-93] 한복 관련 필요 프로그램	257

CONTENTS

그림 목 차

[그림1-1] 조사배경	3
[그림1-2] 2022 한복산업 실태조사 개요	4
[그림1-3] 선행 연구	6
[그림1-4] 주요지표 분석 진행 절차	7
[그림2-1] 한복산업 사업체 수 규모	23
[그림2-2] 한복산업 종사자 수 규모	24
[그림2-3] 한복산업 매출액 규모	24
[그림2-4] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_사업체 수	25
[그림2-5] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_종사자 수	27
[그림2-6] 상위산업 대비 한복제조업 규모 추이_매출액	29
[그림2-7] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_사업체 수	31
[그림2-8] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_종사자 수	33
[그림2-9] 상위산업 대비 한복소매업 규모 추이_매출액	35
[그림2-10] 한복문화산업 근로자 수	40
[그림2-11] 제조/판매업 현황	41
[그림2-12] 임대업(대여) 현황	42
[그림2-13] 교육 사업 현황	43
[그림2-14] 매출 현황	44
[그림2-15] 홍보 및 마케팅 현황	45
[그림2-16] 코로나19 사업체 영향	46
[그림3-1] 상위산업 대비 한복 사업체 비중	58
[그림3-2] 한복 사업체 수	60
[그림3-3] 온라인쇼핑 거래 여부	62
[그림3-4] 사업체당 평균 종사자 수	63
[그림3-5] 매출액 평균	65
[그림3-6] 매출원가 평균	66
[그림3-7] 영업비용 평균	67

CONTENTS

그림 목 차

[그림3-8]임차료 평균	68
[그림3-9]광고선전비 평균	69
[그림4-1]사업 운영 형태	75
[그림4-2]사업체 형태	77
[그림4-3]설립년도	78
[그림4-4]사업장 형태	79
[그림4-5]경영 형태	80
[그림4-6]대표자 성별 및 연령	81
[그림4-7]사업체(영업장) 소유 형태	83
[그림4-8]사업체(영업장) 유형	84
[그림4-9]종사 분야(업종구분 및 세부업종)	85
[그림4-10]자본금 (2021.12.31. 기준)	87
[그림4-11]매출액 (2021.12.31. 기준)	88
[그림4-12]총 근로자수	90
[그림4-13]성/연령별 인력 현황	92
[그림4-14]학력/자격증별 인력 현황	94
[그림4-15]종사 유형별 인력 현황	96
[그림4-16]경력별 인력 현황	97
[그림4-17]평균 임금별 인력 현황	98
[그림4-18]직종별 인력 현황	99
[그림4-19]정규직, 비정규직 근로자수	100
[그림4-20]신규 인력채용 계획_총 근로자수	104
[그림4-21]신규 인력채용 계획_정규직, 비정규직 근로자수	105
[그림4-22]한복문화산업계 인력 고용 여건	107
[그림4-23]한복문화산업계 인력 필요 직종	108
[그림4-24]한복문화산업계 인력 부족 원인	109
[그림4-25]인력난 해소 정부 추진 정책	110

CONTENTS

그림 목 차

[그림4-26] 제조 및 판매활동	111
[그림4-27] 제조 및 판매활동_세부 업종	112
[그림4-28] 원/부자재 조달 경로	114
[그림4-29] 상품 생산경로	115
[그림4-30] 판매 생산형태	116
[그림4-31] 상품 유통 경로	117
[그림4-32] 방문자수 및 실제 구입자비중	119
[그림4-33] 대여 고객유형	122
[그림4-34] 외국인 고객유형	123
[그림4-35] 대여 한복구비	125
[그림4-36] 대여 한복 조달 방법	126
[그림4-37] 신상품 공급주기	127
[그림4-38] 방문자수 및 실제 대여자비중	128
[그림4-39] 대여 시장전망	131
[그림4-40] 한복 교육사업체의 교육 사업비중	132
[그림4-41] 운영 형태	133
[그림4-42] 매출액_2016년대비	135
[그림4-43] 매출액_2022 추정	136
[그림4-44] 매출액 추이	138
[그림4-45] 매출액 증가/감소 예상 이유	139
[그림4-46] 유형별 매출액	140
[그림4-47] 홍보 활동 현황	142
[그림4-48] 홍보시 이용 채널	144
[그림4-49] 향후 홍보시 이용 채널	145
[그림4-50] 정부 지원수혜 현황	146
[그림4-51] 정부 지원사업명	148
[그림4-52] 정부 지원 공공기관별 도움 정도	149

CONTENTS

그림 목 차

[그림4-53] 정부 지원 필요 분야	152
[그림4-54] 코로나19 영향력_전체	153
[그림4-55] 코로나19 영향력_매출액	154
[그림4-56] 코로나19 영향력_고용인력: 정규직	156
[그림4-57] 코로나19 영향력_고용인력: 비정규직	158
[그림4-58] 코로나19 영향력_임금수준: 정규직	160
[그림4-59] 코로나19 영향력_임금수준: 비정규직	162
[그림4-60] 코로나19 정부 지원 경험 정도	164
[그림4-61] 한복문화산업 진흥 건의 및 개선 의견	166
[그림5-1] 한복 최초 상기 이미지-금/부정 여부	171
[그림5-2] 한복 최초 상기 이미지	172
[그림5-3] 전통한복 최초 상기 이미지-금/부정 여부	173
[그림5-4] 전통한복 최초 상기 이미지	174
[그림5-5] 생활한복 최초 상기 이미지-금/부정 여부	175
[그림5-6] 생활한복 최초 상기 이미지	176
[그림5-7] 전통한복에 어울리는 이미지	177
[그림5-8] 생활한복에 어울리는 이미지	178
[그림5-9] 전통한복 디자인 변형 개선 사항	179
[그림5-10] 전통한복 디자인 변형 고수 사항	181
[그림5-11] 선호 한복 문양	183
[그림5-12] 선호 문양표현 기법	184
[그림5-13] 한복 생활화/일상화 중요 요소	185
[그림5-14] 향후 전통한복 구입 의향	187
[그림5-15] 향후 생활한복 구입 의향	188
[그림5-16] 향후 전통한복 구매 시 지불 가능 가격	189
[그림5-17] 향후 생활한복 구매 시 지불 가능 가격	190
[그림5-18] 구매 한복 종류	191

CONTENTS

그림 목 차

[그림5-19]전통한복 구매 목적 대상	192
[그림5-20]타인의 전통한복 구매 이유	193
[그림5-21]생활한복 구매 목적 대상	194
[그림5-22]타인의 생활한복 구매 이유	195
[그림5-23]전통한복 구매 정보 수집 채널	196
[그림5-24]생활한복 구매 정보 수집 채널	198
[그림5-25]최근 전통한복 구매 장소	200
[그림5-26]최근 생활한복 구매 장소	201
[그림5-27]전통한복 우선 고려 항목	202
[그림5-28]생활한복 우선 고려 항목	203
[그림5-29]최근 구매 전통한복 가격대	204
[그림5-30]최근 구매 생활한복 가격대	205
[그림5-31]보유 전통한복 개수	206
[그림5-32]보유 생활한복 개수	207
[그림5-33]전통한복 착용 빈도	208
[그림5-34]생활한복 착용 빈도	209
[그림5-35]전통한복 주용도	210
[그림5-36]생활한복 주용도	211
[그림5-37]전통한복 구매 미경험 이유	212
[그림5-38]생활한복 구매 미경험 이유	214
[그림5-39]구매 희망한복 종류	216
[그림5-40]향후 전통한복 구매 목적 대상	217
[그림5-41]타인의 전통한복 구매 희망 이유	218
[그림5-42]향후 생활한복 구매 목적 대상	219
[그림5-43]타인의 생활한복 구매 희망 이유	220
[그림5-44]향후 전통한복 구매 시 정보수집 채널	221
[그림5-45]향후 생활한복 구매 시 정보수집 채널	223

CONTENTS

그림 목 차

[그림5-46] 향후 전통한복구매 시 우선고려 항목	225
[그림5-47] 향후 생활한복구매 시 우선고려 항목	226
[그림5-48] 향후 전통한복구매 시 주용도	227
[그림5-49] 향후 생활한복구매 시 주용도	228
[그림5-50] 대여 한복종류	229
[그림5-51] 대여 전통한복매장 위치	230
[그림5-52] 대여 생활한복매장 위치	231
[그림5-53] 전통한복 1회 대여시간(관광지)	232
[그림5-54] 생활한복 1회 대여시간(관광지)	233
[그림5-55] 전통한복 1회 대여시간(비관광지)	234
[그림5-56] 생활한복 1회 대여시간(비관광지)	235
[그림5-57] 전통한복 대여비용(관광지_2시간 기준)	236
[그림5-58] 생활한복 대여비용(관광지_2시간 기준)	237
[그림5-59] 전통한복 대여비용(비관광지_1일 기준)	238
[그림5-60] 생활한복 대여비용(비관광지_1일 기준)	239
[그림5-61] 전통한복 대여용도(관광지)	240
[그림5-62] 생활한복 대여용도(관광지)	241
[그림5-63] 전통한복 대여용도(비관광지)	242
[그림5-64] 생활한복 대여용도(비관광지)	243
[그림5-65] 전통한복 대여만족도(관광지)	244
[그림5-66] 생활한복 대여만족도(관광지)	245
[그림5-67] 전통한복 대여만족도(비관광지)	246
[그림5-68] 생활한복 대여만족도(비관광지)	247
[그림5-69] 한복 관련 프로그램 경험	248
[그림5-70] 한복 관련 프로그램 인지 경로	252
[그림5-71] 한복 관련 프로그램 동반 유형	253
[그림5-72] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도	254
[그림5-73] 한복 관련 필요 프로그램	257

CHAPTER

01

조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

제2절 조사 설계

제3절 문항 설계

제4절 용어 정의

제5절 응답자 특성

제6절 일러두기

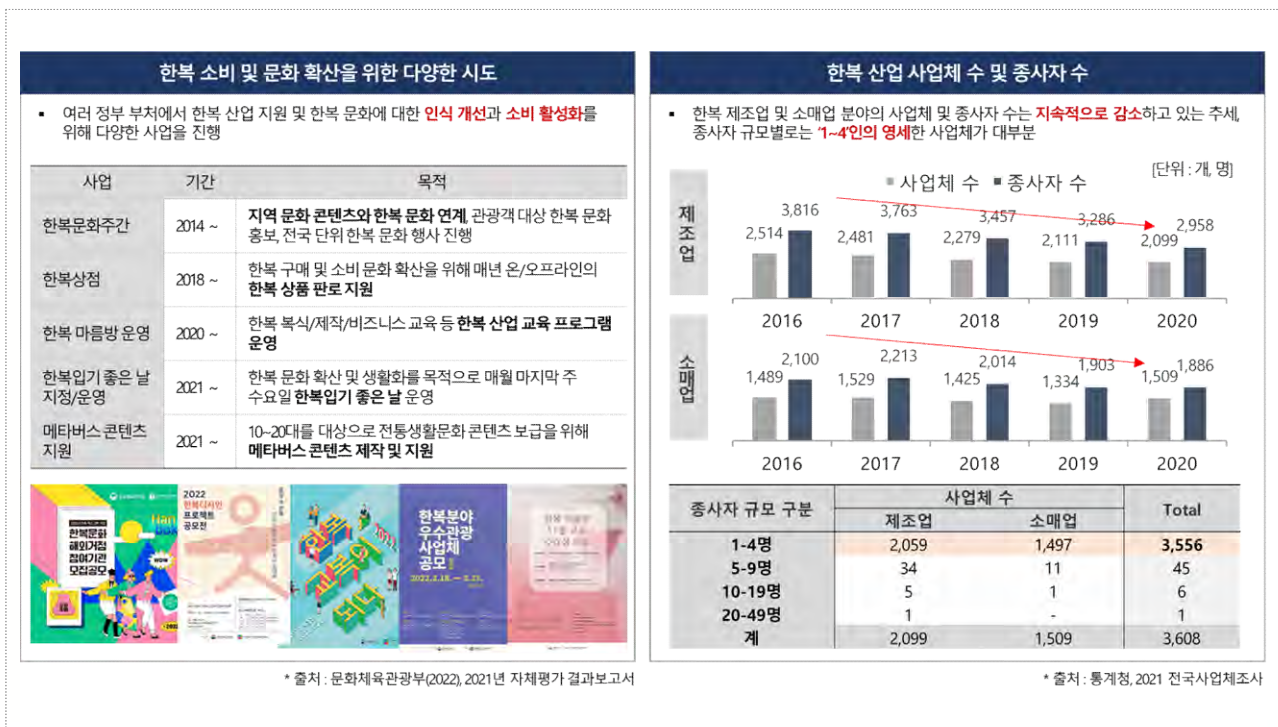
제1장 조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

1. 조사 배경

- 최근 여러 정부 부처에서 한복산업 지원 및 한복 문화에 대한 인식 개선과 소비 활성화를 위한 다양한 사업을 진행하고 있음
- 그러나 한복산업은 디자이너 1인이 제작부터 생산, 유통, 판매까지 책임지는 형태라 산업기반 구축의 어려움으로 점차 하락세에 들어서고 있음
- 본 과업은 지속적으로 한복산업의 실태를 면밀히 파악할 수 있도록 기획됨

[그림1-1] 조사 배경



- 한복산업 실태를 보다 면밀하게 평가하고자 3개의 자료를 취합하여 분석을 실시하는 것으로 기획됨
- 통계청의 MDIS(Micro Data Integrated Service) 데이터를 활용하여 한복산업과 관련된 주요 지표를 분석하고 제조업 및 소매업 내 한복 관련 사업 규모 확인
- 한복산업을 운영하고 있는 사업체 실태 조사를 통해 전반적 운영 실태를 점검하고 이를 바탕으로 향후 정책 수립의 방향성 탐색
- 마지막으로 소비자 조사를 통해 한복에 대한 소비자들의 인식을 파악하고 과거 대비 인식 개선이 얼마나 이루어졌는지 확인하고자 함

[그림1-2] 2022 한복산업 실태조사 개요

- ① **한복산업 주요지표 분석**
 - 제조업·소매업 내 한복 관련 산업 규모 비교 분석
 - 한복산업의 전반적인 추이를 파악(산업분류별, 지역별, 연도별 등)
- ② **한복산업 운영 실태조사**
 - 한복 관련 사업체들의 전반적인 운영 실태를 점검
 - 사업체 운영 과정 중 성장의 동기 및 저해 요인을 발굴
- ③ **한복산업 소비자 인식조사**
 - 한복에 대한 소비자의 인식이 어떻게 구성되어 있는지 파악
 - 과거 대비 인식 개선이 얼마나 이루어졌는지 확인

**시장구조 변화 및 소비자 인식 변화에 대한
한복산업 발전의 방향성 탐색**

2. 조사 목적

- 본 조사를 통해 한복 산업체의 실질적인 현황을 파악하고, 한복에 대한 소비자의 인식을 확인하여 한복 문화 확산 및 산업 활성화의 기반을 마련하고자 함
- 추가적으로 한복산업 정책 수립 및 지원 사업 추진 시, 합리적 지표로 활용할 수 있는 신뢰성 있는 통계 자료를 마련하고자 함
- 이를 위해 총 3가지 유형의 조사를 실시
- 한복산업 주요지표 분석을 통해 제조업·소매업 내 한복 관련 산업 규모를 비교 분석하고 이를 통해 한복산업의 전반적인 추이를 파악하고자 함
- 한복산업을 운영하는 사업체 실태조사를 통해 전반적 운영 실태를 점검하고, 사업체 운영 과정 중 성장 동기 및 저해 요인을 발굴하여 향후 지원 정책 수립 시 활용할 수 있는 기초 자료를 구축함
- 한복산업에 관한 소비자 인식 조사를 통해 한복에 관한 소비자 인식이 어떻게 구성되어 있는지 파악하고, 과거 대비 인식의 변화가 얼마나 이루어졌는지 확인하고자 함
- 추가적으로 MDIS 자료와 사업체 조사 자료를 비교 분석하여 신뢰성 있는 통계 자료를 마련하고자 함
- 소비자 인식 조사와 사업체 조사 결과를 비교 분석하여 한복산업과 관련하여 심층적인 분석을 하고자 함

3. 선행 연구

- 한국공예·디자인문화진흥원(2017), 「한복문화산업 진흥계획 수립을 위한 현황분석」 연구 용역 보고서
- 한국공예·디자인문화진흥원(2018), 「2017 한복시장 실태조사 결과 보고서」
 - 본 보고서는 사업체 조사 부문에서 한국공예·디자인문화진흥원 '2017 한복시장 실태조사 결과 보고서'와의 시계열 분석을 진행함

[그림1-3] 선행 연구

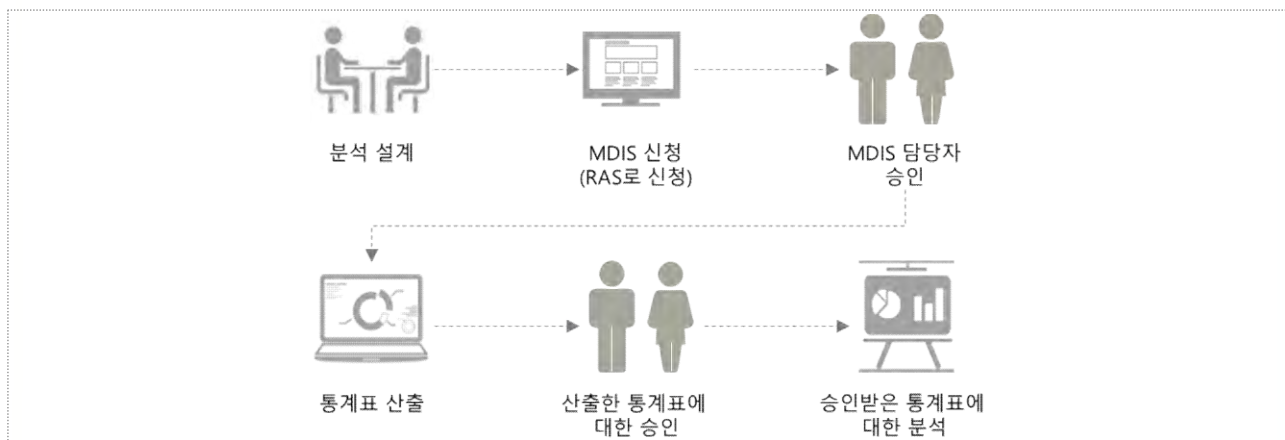


제2절 조사 설계

1. 주요지표 분석

- 주요지표 분석을 통한 데이터 분석은 산업세세분류(한복 제조업, 한복 소매업)의 시도별 분석이 필요하여 한국통계진흥원에서 제공하는 MDIS(마이크로데이터 통합서비스) RAS(원격접근 서비스)를 통한 테이블 산출이 필요함

[그림1-4] 주요지표 분석 진행 절차



- 본 조사는 시계열 분석을 위해 2010, 2015, 2020년의 경제총조사 데이터를 활용함
- 경제총조사는 2020년도부터 별도의 사업장이 없는 사업체도 조사대상에 포함하여 시계열 비교 시에 주의가 필요함

[표1-1] 조사 내용_주요지표 분석

구 분	기준연도
한복 사업체 수	2010, 2015, 2020
한복 종사자 수	2010, 2015, 2020
매출액	2010, 2015, 2020 (한복 제조업: 2010년 KOSIS 활용)
영업비용	2010, 2015, 2020 (한복 제조업: 2010년 KOSIS 활용)
매출원가 (한복 소매업만 해당)	2010, 2015, 2020
임차료	2010, 2015, 2020
광고선전비	2015, 2020
온라인쇼핑 거래 여부 (한복 소매업만 해당)	2010, 2015, 2020

2. 사업체 조사

- 사업체 조사의 기본 설계는 다음과 같음

[표1-2] 조사 설계_사업체 조사

구 분		사업체
조사 대상		한복문화산업을 운영하는 사업체
조사 지역		17개 시/도
조사 방법		온라인 및 오프라인 조사
표본 크기		1,000명
표본 오차		95% 신뢰수준에서 표본오차 $\pm 3.10\%p$
표본 추출방법		업종별 할당
조사 기준 시점		2022년 (자본금 및 매출액의 경우 2021.12.31. 기준)
조사 실시 기간	사전조사	2022.07.29. ~ 2022.09.15
	본조사	2022.10.11. ~ 2022.11.14
조사 기관		(주) 피엠아이

- 한국 콘텐츠미디어 주소록 CD와 한국 평가데이터, 한국공예·디자인문화진흥원 보유리스트, 웹 서핑을 통해 확보한 업체에 사전 전화조사를 하여 컨택을 진행함

[표1-3] 사전조사 현황_사업체 조사

누적	총합	조사완료	거절	비수신	결번	비대상	기타	이외
1차 (~ 8/1)	3,858	193	1,109	1,767	621	153	15	0
2차 (~ 9/1)	5,324	407	1,508	1,595	732	479	65	538
3차 (~ 9/15)	5,324	433	1,610	1,612	756	494	66	353

- 본 조사는 오프라인 조사와 온라인 조사를 병행하였으며, 표본 추출 할당은 다음과 같음

[표1-4] 본 조사 표본 할당_사업체 조사

표본 수	제조	판매	임대
1,000	300 이상	300 이상	200 이상

3. 소비자 인식 조사

- 소비자 인식 조사는 온라인 조사로 진행되며 기본 설계는 다음과 같음

[표1-5] 조사 설계_소비자 인식 조사

구 분	소비자
조사 대상	만 20세 이상 남녀 소비자
조사 지역	17개 시/도
조사 방법	온라인 조사
표본 크기	1,000명
표본 오차	95% 신뢰수준에서 표본오차 $\pm 3.10\%$
표본 추출방법	성/연령 균등 할당 한복 구매 경험 유무에 따른 할당
조사 기간	2022.09.30. ~ 2022.10.14
조사 기관	(주) 피엠아이

- 본 조사의 표본 할당은 성/연령 균등 할당으로 진행되며, 구매자와 구매 의향자 할당을 추가함

[표1-6] 표본 할당_소비자 인식 조사

	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	계
남성	100	100	100	100	100	500
여성	100	100	100	100	100	500
계	200	200	200	200	200	1,000

	구매자	구매 의향자	계
표본 수	500	500	1,000

제3절 문항 설계

1. 주요지표 분석

- 주요지표 분석은 2010년, 2015년, 2020년 한복 사업체 비교를 위해 아래 항목으로 구성하여 진행함

[표1-7] 조사 내용_주요지표 분석

구 분	내 용
한복 사업체 수	- 기준연도별, 대표자 성별, 대표자 연령별, 지역별, 창설연도별, 상위산업 대비 현황
한복 종사자 수	- 기준연도별, 종사자 성별/종사상지위별, 지역별, 상위산업 대비 현황
매출액	- 기준연도별, 지역별, 상위산업 대비 현황
영업비용	- 기준연도별, 지역별
매출원가	- 기준연도별, 지역별
임차료	- 기준연도별, 지역별
광고선전비	- 기준연도별, 지역별
온라인쇼핑 거래 여부	- 기준연도별, 지역별

2. 사업체 조사

- 사업체 조사는 시계열 분석을 위해 이전 설문지를 바탕으로 작성하되, 개인/기업형 사업체 설문을 통합하여 하나로 구성하였음

[표1-8] 조사 내용_사업체 조사

구 분	내 용	문항 수
응답자 특성	- 업체명/대표자 성명/전화번호/FAX 번호/e-mail/Homepage/소재지/세부 주소/응답자 기본정보(성명, 부서, 직급, 연락처) - 한복문화산업 여부 및 한복문화산업 외 타 사업 운영 여부	11
Part I. 일반현황	- 사업체 형태 (사업체 형태/사업장 형태/설립 연도/경영 형태/대표자 성별/대표자 연령/사업체 소유 형태/사업체 유형/업종 구분/세부 업종/자본금/매출액) - 한복문화산업 단체 및 협회 가입 여부	13
Part II. 인력현황	- 인력 현황 (총 근로자 수/연령별/학력별/성별/취득 자격증별/종사 유형별/경력별/평균 임금별/직종별) - 연도별 인력 현황 및 신규 인력 채용 계획 - 인력 고용 여건	14
Part III. 제조 및 판매 현황	- 활동 분야, 상품의 원/부자재, 상품의 생산 장소, 생산 형태, 유통 경로, 세부 유통 경로 - 성수기, 성수기와 비수기 기준 총 방문자 수 및 실제 구입자 비중	8
Part IV. 대여 및 교육 현황	- 한복 대여 대상, 구비 디자인, 대여 고객 중 외국인 비중 및 국적, 대여가 가장 많은 성수기, 성수기와 비수기 기준 총 방문자 수 및 실제 대여자 비중, 대여 한복 조달 방법, 신상품 공급 주기, 시장 전망 - 전체 사업 중 교육 사업 비중, 교육 내용, 교육/체험 공간 별도 여부	12
Part V. 매출 현황	- 매출처 유형별 매출 비율 및 연간 매출액 - 향후 매출 추이 및 이유	4
Part VI. 홍보 및 마케팅 현황	- 홍보활동 여부, 홍보 시 이용 채널, 향후 이용 채널 - 경영상 어려운 분야	4
Part VII. 정부 지원 수혜 현황	- 공공기관 지원 여부, 지원받은 공공기관 및 사업명, 도움 정도, 불만족 이유, 지원이 필요한 정부 분야	6
Part VIII. 코로나19 사업체 영향	- 코로나19 발생 이후 사업 운영상의 위기의식 정도, 코로나19 사업체 영향, 코로나19 피해로 인한 정부 지원제도 경험 여부 및 비 경험 이유	4
Part IX. 건의사항	- 건의 사항	1

3. 소비자 인식 조사

- 소비자 조사는 크게 인구사회학적 응답자 특성, 한복 인지 및 구매 경험, 한복 대여 경험 및 구매 의향, 한복 디자인 인식, 한복 관련 프로그램 경험 실태로 구분되어 있으며, 세부 항목은 다음과 같음

[표1-9] 조사 내용_소비자 인식 조사

구 분	내 용	문항 수
응답자 특성	- 성/연령/거주 지역 - 유사 직종 근무 여부 - 결혼 유무 및 자녀 유무 - 한복 구매 또는 대여 경험 여부 - 직업 및 월 가구 소득	12
Part I. 한복 인지 및 구매 경험	- 한복 구매 또는 대여 경험 여부 - 한복에 대한 이미지 - 향후 한복 구입 희망 정도 및 구매 시 지불 가능한 가격대	29
Part II. 한복 대여 경험 및 구매 의향	- 대여 경험 한복 종류 - 향후 한복 구입 의향 및 구매 시 지불의향 금액	9
Part III. 한복 디자인 인식	- 전통한복 개선점 - 전통한복 디자인 변경 시, 고수해야 하는 부분 - 한복 선호 문양 - 선호 문양 표현 기법 - 한복의 생활화를 위해 중요한 요소	5
Part IV. 한복 관련 프로그램 경험 실태	- 경험해 본 한복 관련 프로그램 - 한복산업 발전을 위해 필요한 점	5

제4절 용어 정의

1. 한복 관련 용어 정의

● 본 보고서에서 사용한 한복 관련 용어는 다음과 같음

[표1-10] 한복 관련 용어 정의¹⁾

구분		내용																		
한복		한국의 역사적 전통성을 지닌 옷으로 한국의 전통 복식과 이를 계승·발전시킨 복식 - 전통한복 : 우리나라 고유의 의복 (치마/저고리/바지/두루마기/조끼/마고자 포함) - 생활한복 : 전통한복을 일상생활에 적합하도록 소재와 디자인을 개선한 한복																		
한복문화산업	한복문화	한복 디자인·기술·관습·모양·행위·의식 등 한복과 관련하여 변화·발전되어 온 유·무형의 활동과 그 결과물																		
	한복산업	한복 또는 한복 문화의 기획·개발·제작·생산·유통 및 소비와 관련된 산업 통계청의 한국표준산업분류체계(10차 개정)에 따르면 다음과 같이 산업을 분류할 수 있음. 한복 제조업과 소매업은 각각 봉제의복제조업(제조업)과 의복소매업(도매 및 소매업) 내에 속함 [표1-11] 한국표준산업분류(제10차 개정)²⁾ <table><tr><th>봉제의복제조업</th><th>의복소매업</th></tr><tr><td>겉옷 제조업</td><td>남자용 겉옷 소매업</td></tr><tr><td>속옷 및 잠옷 제조업</td><td>여자용 겉옷 소매업</td></tr><tr><td>한복 제조업</td><td>속옷 및 잠옷 소매업</td></tr><tr><td>기타 봉제의복 제조업</td><td>셔츠 및 블라우스 소매업</td></tr><tr><td></td><td>한복 소매업</td></tr><tr><td></td><td>가족 및 모피 의복 소매업</td></tr><tr><td></td><td>유아용 의류 소매업</td></tr><tr><td></td><td>기타 의복 소매업</td></tr></table>	봉제의복제조업	의복소매업	겉옷 제조업	남자용 겉옷 소매업	속옷 및 잠옷 제조업	여자용 겉옷 소매업	한복 제조업	속옷 및 잠옷 소매업	기타 봉제의복 제조업	셔츠 및 블라우스 소매업		한복 소매업		가족 및 모피 의복 소매업		유아용 의류 소매업		기타 의복 소매업
	봉제의복제조업	의복소매업																		
겉옷 제조업	남자용 겉옷 소매업																			
속옷 및 잠옷 제조업	여자용 겉옷 소매업																			
한복 제조업	속옷 및 잠옷 소매업																			
기타 봉제의복 제조업	셔츠 및 블라우스 소매업																			
	한복 소매업																			
	가족 및 모피 의복 소매업																			
	유아용 의류 소매업																			
	기타 의복 소매업																			

1) 한복문화산업 진흥법안(임오경 의원 등 11인)

2) 제10차 기준 한국표준산업분류 실무 적용 가이드북(통계청), 각 한복산업의 상위 단계 산업분류 기준으로 제시(한복 제조업: 세분류, 한복 소매업: 세세 분류)

2. 통계 관련 용어 정의

[표1-12] 통계 관련 용어 정의

구분	내용
MDIS	통계청에서 자체 작성하는 마이크로데이터뿐만 아니라 정부 각 부처, 지자체, 연구 기관 등 타 통계 작성기관의 마이크로데이터를 한곳에 모아 다양한 통계자료를 편리하게 이용할 수 있도록 하는 서비스
사업체	영리·비영리를 불문하고 개개의 상점, 사무소, 영업소, 은행, 학교, 병원, 여관, 식당, 학원, 교회, 사찰, 공공기관, 사회복지시설 등과 같이 일정한 장소에서 재화의 생산·판매, 서비스 제공 등 경제활동을 독립적으로 수행하고 있는 모든 경영 단위
조직형태	사업체 경영 주체(기업체)의 법적 조직 형태 - 회사 법안 상법에 의하여 설립된 주식회사, 유한회사, 합자회사, 합명회사, 유한책임회사 - 회사이외의 법안: 민법 및 특별법에 의하여 설립된 법인과 국가, 지자체를 포함한 구분 - 개인: 법인이 아닌 개인소유의 사업체 - 비법인 단체: 법인격이 없는 조합과 같은 임의 단체
종사자수	자영업주, 무급가족종사자, 상용종사자, 임시, 일용종사자, 무급종사자, 파견 받은 종사자를 종사상 지위별로 연말과 조업 기간 중 월평균 기준으로 각각 해당 사업체의 종사자수를 조사함
온라인쇼핑 거래 여부	지난 1년간 영업활동과 관련하여 컴퓨터 통신망 시스템을 통한 판매 또는 구매 활동 여부
매출액	지난 1년간 영업활동으로 벌어들인 영업수입액으로써 매출 부가가치세는 제외하였음
영업(사업)비용	지난 1년간 영업활동과 관련하여 지출된 비용으로써 매출원가와 판매비 및 일반관리비로 구분되며 영업 외 비용은 제외하였음
매출원가	지난 1년간 매출과 관련하여 직접적으로 지출된 영업비용 * 매출원가 = 기초 상품 재고액 + 당기 상품 매입액 - 기말 상품 재고액
임차료	사업체가 사업을 목적으로 임차한 건물, 토지, 기계장비 및 장치 등에 대하여 지난 1년간 지불한 비용
광고선전비	상품, 제품, 용역 등의 판매 촉진이나 기업 이미지 개선 등의 선전 효과를 위해 불특정 다수를 상대로 지출한 비용

제5절 응답자 특성

1. 주요지표 분석

[표1-13] 응답자 특성_주요지표 분석

[단위: %]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사례 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
대표자 성별	남성	13.2	13.7	15.5	21.7	20.0	20.0
	여성	86.8	86.3	84.5	78.3	80.0	80.0
대표자 연령별	29세 이하	-	0.8	2.0	-	1.8	2.0
	30~39세	-	3.6	6.1	-	6.9	8.8
	40~49세	-	11.4	23.3	-	16.3	18.0
	50~59세	-	34.1	26.7	-	32.3	26.4
	60세 이상	-	50.2	42.0	-	42.7	44.7
지역	서울	22.1	22.6	22.3	21.4	20.7	21.3
	부산	17.6	18.1	18.2	9.2	10.3	10.4
	대구	8.5	8.2	7.3	5.1	5.7	6.7
	인천	4.3	4.0	3.8	3.0	3.1	3.8
	광주	5.1	4.8	3.9	3.0	2.6	2.6
	대전	5.9	6.5	6.3	1.3	1.6	1.4
	울산	2.2	2.4	2.2	3.9	4.8	3.7
	세종	-	0.0	0.1	-	0.3	0.3
	경기	7.6	6.6	8.5	13.5	13.2	14.1
	강원	2.7	2.9	2.6	3.4	3.7	3.6
	충북	1.6	1.8	1.7	3.5	3.0	2.8
	충남	2.1	2.0	2.0	3.5	3.3	3.7
	전북	3.7	3.0	3.2	5.8	5.0	4.2
	전남	3.3	3.3	3.2	4.1	3.9	3.8
	경북	4.4	4.4	4.8	10.2	9.8	9.1
	경남	7.4	8.1	8.3	7.7	7.6	7.2
	제주	1.5	1.4	1.7	1.4	1.2	1.3
창설연도	5년 이하	25.2	23.0	25.7	29.8	35.5	35.3
	6-10년	23.1	17.7	17.2	19.5	15.9	21.1
	11-15년	20.8	17.9	16.8	17.9	12.6	13.8
	16-20년	13.5	16.3	14.1	11.9	11.2	8.8
	21년 이상	17.3	25.0	26.2	20.8	24.8	20.9

※ 표 안 수치(비율)는 통계처리 과정 중 소수점 둘째 자리 이하에서 반올림되었으므로 세목의 합계가 총계와 일치하지 않을 수 있음

※ 대표자 연령별 항목은 KOSIS 통계표(전국사업체조사) 수치를 활용함. 2010년 데이터는 KOSIS 통계표 내 미제공

2. 사업체 조사

[표1-14] 응답자 특성_사업체 조사

구 분		2017		2022	
		사례 수	비율(%)	사례 수	비율(%)
전 체		(1,208)	100	(1,000)	100
사업체 형태	회사법인	(18)	1.5	(9)	0.9
	개인사업자	(1,120)	92.7	(914)	91.4
	미등록사업자	(70)	5.8	(77)	7.7
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(1,028)	85.1	(750)	75.0
	기성복 제작/판매	(293)	24.3	(283)	28.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(418)	34.6	(164)	16.4
	부자재 제작/판매	(76)	6.3	(112)	11.2
	바느질·자수 가공	(448)	37.1	(177)	17.7
	염색·염직 가공	(31)	2.6	(15)	1.5
	한복대여(임대)	(629)	52.1	(349)	34.9
	한복교육	(36)	3.0	(12)	1.2
	한복수선	(223)	18.5	-	-
	기타	-	-	(1)	0.1
권역	서울	(269)	22.3	(219)	21.9
	인천/경기	(146)	12.1	(105)	10.5
	충청권	(169)	14.0	(187)	18.7
	대구/경북권	(168)	13.9	(191)	19.1
	부산/경남권	(244)	20.2	(154)	15.4
	호남권	(154)	12.7	(116)	11.6
	강원	(46)	3.8	(24)	2.4
	제주	(12)	1.0	(4)	0.4
종사자 규모	1명	(709)	58.7	(775)	77.5
	2~5명 미만	(434)	35.9	(217)	21.7
	5~10명 미만	(28)	2.3	(7)	0.7
	10명 이상	(25)	2.1	(1)	0.1
	2017년 오픈	(12)	1.0	-	-

※ 2017년 오픈은 2017년에 개업한 사업체를 뜻함

3. 소비자 인식 조사

[표1-15] 응답자 특성_소비자 인식 조사

구 분		사례 수	비율(%)
전 체		(1,000)	100
성별	남성	(500)	50.0
	여성	(500)	50.0
연령	20대	(200)	20.0
	30대	(200)	20.0
	40대	(200)	20.0
	50대	(200)	20.0
	60대	(200)	20.0
한복 구매 및 대여 경험 여부 (중복응답)	한복 구매 경험자	(500)	59.1
	한복 대여 경험자	(654)	77.3
한복 구매 예정 여부	한복 구매 예정자	(500)	100
월 평균 가구소득	300만원 미만	(178)	17.8
	300~600만원 미만	(469)	46.9
	600~900만원 미만	(233)	23.3
	900만원 이상	(120)	12.0

제6절 일러두기

- 자료 처리: 조사 결과는 데이터 처리(Editing, Coding, Punching) 과정을 거쳐 통계분석 프로그램 SPSS 21.0을 이용해 분석함
- 자료 분석: 통계량은 기본적으로 평균값(100점 평균)을 사용, 명목 척도인 경우 백분율을 사용함
- 분석 기법: 평균 분석, 빈도 분석, 교차 분석 기법을 사용하였으며, 빈도 분석은 원자료의 분포 현황을 파악하여 변수의 특성 파악을 위해, 교차 분석은 각 변수 간의 연관성을 파악하기 위해 실시함
- 평가 척도: 만족도 및 인식은 5점 척도로 측정하였으며, 5점 척도는 가장 일반적인 측정 도구로, 응답자의 응답 및 척도의 언어화가 쉽고, 100점 환산이 편리하다는 점에서 가장 많이 사용됨
- 점수 환산: 평가 척도에 따른 분석은 5점 척도를 100점 만점으로 환산하여 산출된 값을 사용함
100점 환산은 '전혀 그렇지 않다' 항목에 0점(응답 값-1)을 부여하여, 긍정, 부정값의 영향력이 상대적으로 명확하게 드러나도록 설정함
- 본 산출식을 사용한 경우, 5점 척도에서 4점은 100점 환산값으로 75점을 나타내기 때문에, 100점 환산 점수가 70점 이상이라면 '긍정' 수준으로 파악이 가능함

구분	설명																						
항목별 측정 척도	5점 척도 (5 Point Interval Scale)																						
만족도 척도의 언어화	<table><tr><td rowspan="2">평가 척도</td><td>전혀 그렇지 않다</td><td>그렇지 않다</td><td>보통이다</td><td>그렇다</td><td>매우 그렇다</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr><tr><td rowspan="2">점수 환산</td><td>0점</td><td>25점</td><td>50점</td><td>75점</td><td>100점</td></tr><tr><td colspan="2">BOTTOM 2 (부정 또는 불만족)</td><td>보통 비율</td><td colspan="2">TOP 2 (긍정 또는 만족)</td></tr></table>	평가 척도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	1	2	3	4	5	점수 환산	0점	25점	50점	75점	100점	BOTTOM 2 (부정 또는 불만족)		보통 비율	TOP 2 (긍정 또는 만족)	
평가 척도	전혀 그렇지 않다		그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다																	
	1	2	3	4	5																		
점수 환산	0점	25점	50점	75점	100점																		
	BOTTOM 2 (부정 또는 불만족)		보통 비율	TOP 2 (긍정 또는 만족)																			
5점 척도 환산 식	$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_i = \frac{a_1+a_2+\cdots+a_n}{n}$																						
5점 척도의 100점 환산 식	[(응답값 - 1) / (척도항목개수 - 1)] X 100 Ex) 5점 척도의 응답값이 4일 경우, [(4-1) / (5-1)] X 100=75점																						

- 본 보고서의 내용을 전재(轉載) 또는 역재(譯載)할 경우에는 「2022 한복산업 실태조사 총괄보고서 ○쪽에서 전재 또는 역재」 라고 기재하여야 함
- 통계표에 수록된 숫자는 소수점 이하 둘째 자리에서 반올림하였기 때문에 세부 항목의 합이 전체(또는 합계)와 일치하지 않을 수도 있음
- 통계표에 사용된 부호의 뜻은 다음과 같음.
 - 『 - 』 : 해당 숫자 없음
 - 『 0 』 : 단위 미만
 - 『 X 』 : 사례수 3개 미만

CHAPTER

02

주요 결과

제1절 한복산업 규모

제2절 조사 결과 요약

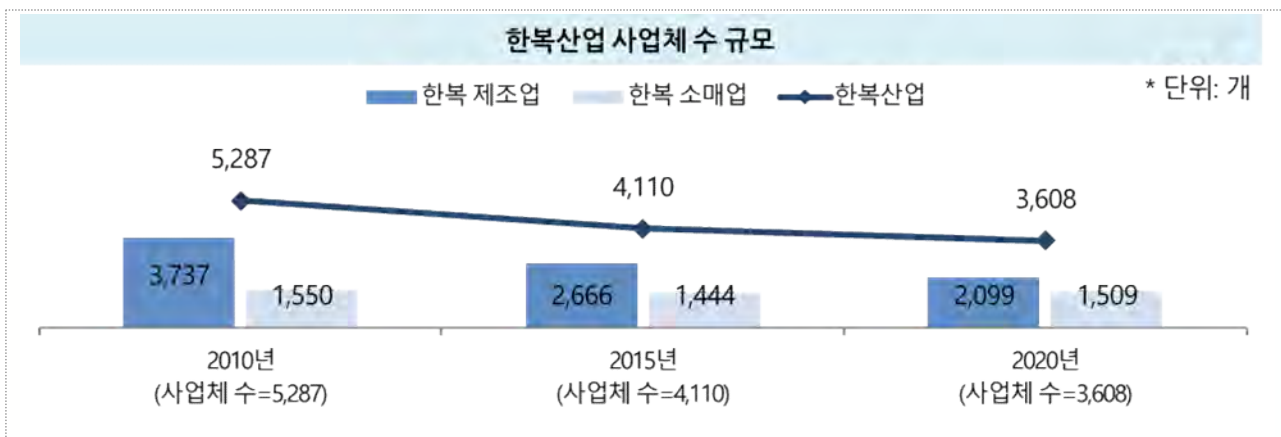
제2장 주요 결과

제1절 한복산업 규모

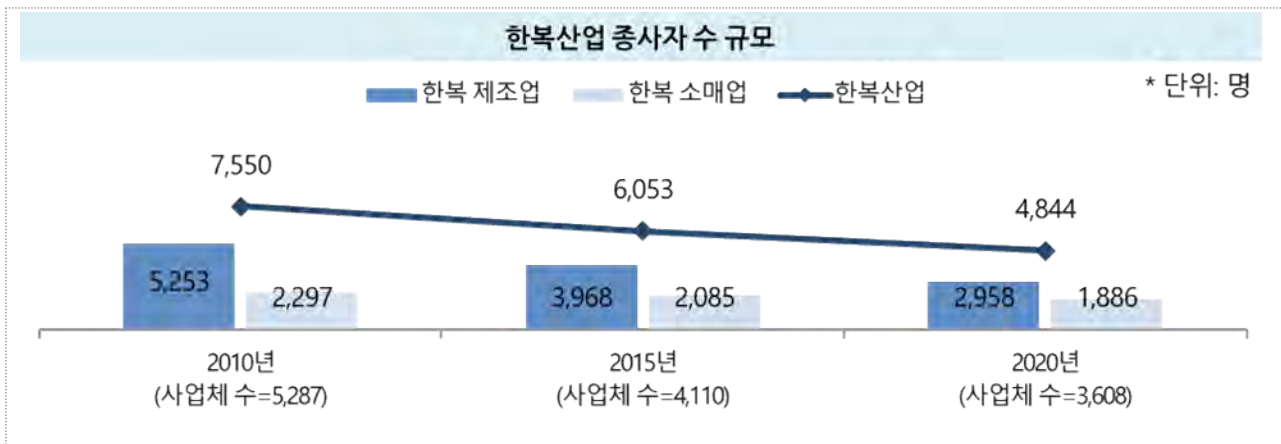
1. 한복산업 규모

- 2020년 한복산업 규모를 살펴보면, 사업체 수는 3,608개, 종사자 수 4,844명, 매출액 1,420억 원으로 파악됨
- 한복산업(한복 제조업+한복 소매업)은 사업체 수가 감소함에 따라 종사자 수 및 매출액의 규모도 축소되는 경향임
- 특히, 한복 제조업 사업체 수가 2010년 ~ 2020년 동안 지속적으로 감소한 것이 한복산업 규모 축소에 영향을 준 것으로 보여짐

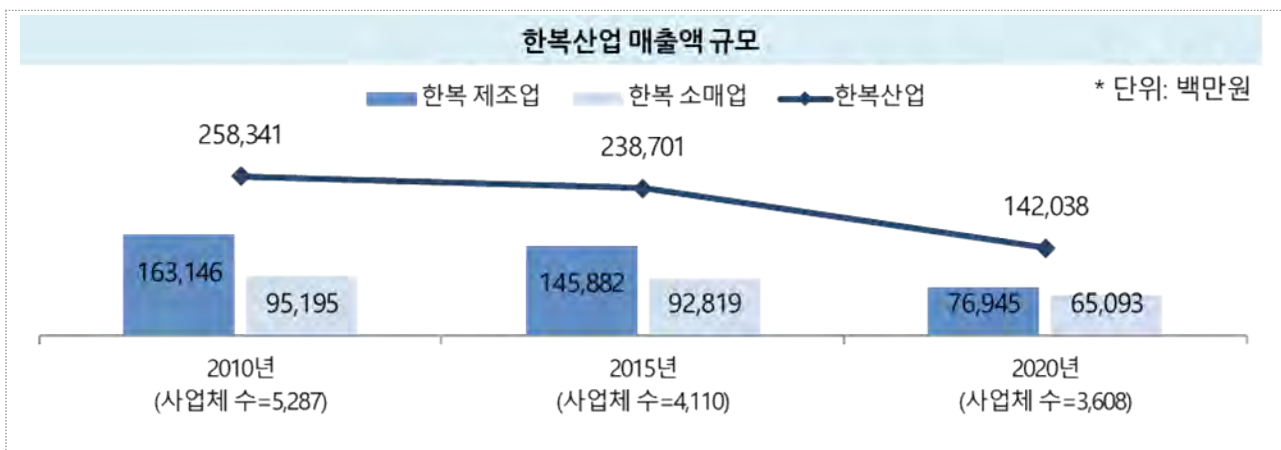
[그림2-1] 한복산업 사업체 수 규모



[그림2-2] 한복산업 종사자 수 규모



[그림2-3] 한복산업 매출액 규모



[표2-1] 한복산업 규모

[단위: 개, 명, 백만원]

	한복산업		
	2010년	2015년	2020년
사업체 수	5,287	4,110	3,608
종사자 수	7,550	6,053	4,844
매출액	258,341	238,701	142,038

※ 한복산업은 한복 제조업과 한복 소매업을 포함한 산업을 일컫음

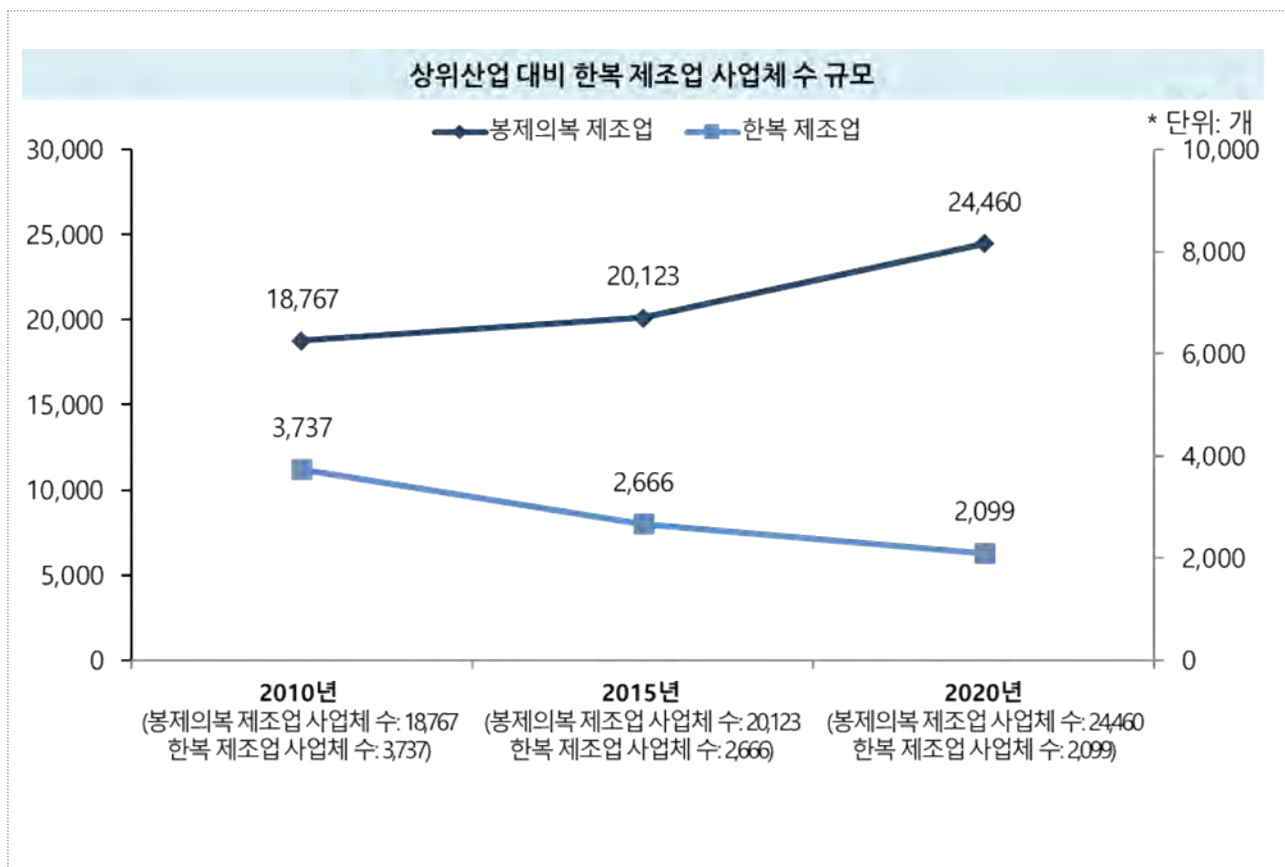
2. 산업 규모 추이

1) 한복 제조업

(가) 사업체 수

- 2020년 봉제의복 제조업 사업체 수는 24,460개, 한복 제조업 사업체 수는 2,099개로 파악됨
- 봉제의복 제조업의 사업체 수 규모는 2015년 대비 2020년에 4,337개 증가했으나, 한복 제조업은 567개 감소
- 특히, 수도권(서울/경기/인천) 지역에서 봉제의복 제조업의 사업체 수는 2010년 ~ 2020년 동안 증가했으나, 한복 제조업 사업체 수는 감소

[그림2-4] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_사업체 수



[표2-2] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_사업체 수

[단위: 개]

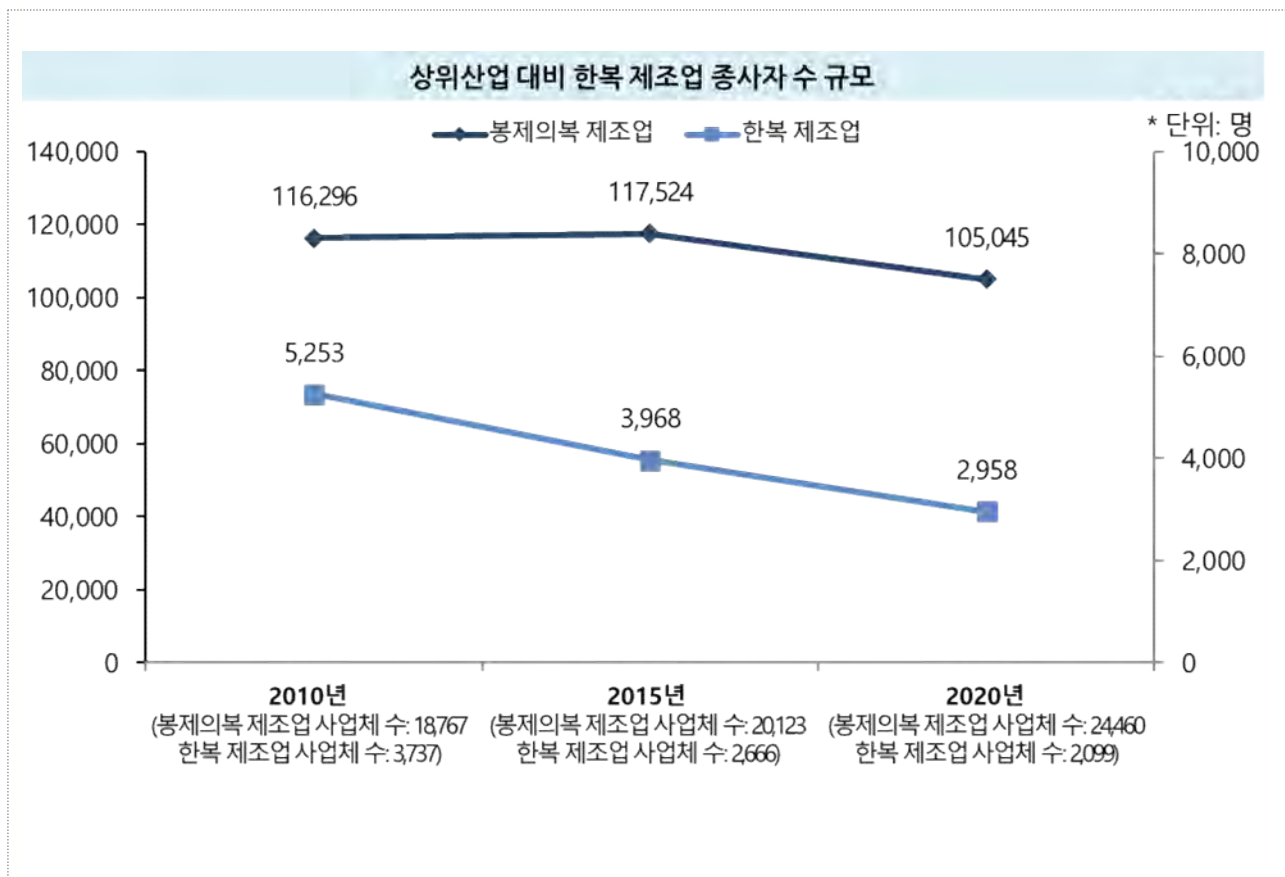
		봉제의복 제조업			한복 제조업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		18,767	20,123	24,460	3,737	2,666	2,099
조직 형태	개인사업체	17,513	18,140	21,241	3,733	2,639	2,060
	회사법인	1,230	1,937	3,142	3	24	36
	회사이외법인	20	42	76	1	3	2
	비법인단체	4	4	1	-	-	1
종사자 규모	1명	5,594	4,920	8,770	2,763	1,919	1,575
	2~4명	7,658	8,870	10,225	924	682	484
	5~9명	3,230	4,333	3,909	39	55	34
	10~19명	1,401	1,323	1,062	11	7	5
	20명 이상	884	677	494	-	3	1
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	7,945	7,409	9,800	2,950	2,100	1,822
	50~100 미만	3,604	3,882	4,365	538	371	166
	100~500 미만	4,864	5,873	6,956	225	175	97
	500~1,000 미만	882	1,270	1,468	16	13	9
	1,000 이상	1,472	1,689	1,871	8	7	5
지역 권역	서울	10,296	12,432	15,580	827	603	469
	인천/경기	1,883	2,004	3,196	445	282	258
	충청권	807	702	746	358	275	211
	대구/경북권	1,553	1,333	1,399	483	335	253
	부산/울산/경남권	2,565	2,302	2,329	1,018	761	604
	호남권	1,354	1,103	971	449	295	215
	강원/제주	309	252	250	157	115	89

※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

(나) 종사자 수

- 2020년 봉제의복 제조업 종사자 수는 105,045명 한복 제조업 종사자 수는 2,958명으로 파악됨
- 상위산업인 봉제의복 제조업과 한복 제조업 모두 2020년도에 종사자 수가 감소(봉제의복 제조업: 12,479명 감소, 한복 제조업: 1,010명 감소)
- 1인 기업이 많은 한복 제조업의 특성상, 한복 제조업의 종사자 수는 사업체 수 규모에 비해 다소 적은 것으로 판단됨

[그림2-5] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_종사자 수



[표2-3] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_종사자 수

[단위: 명]

		봉제의복 제조업			한복 제조업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		18,767	20,123	24,460	3,737	2,666	2,099
종사자 수 합계		116,296	117,524	105,045	5,253	3,968	2,958
조직 형태	개인사업체	75,517	72,906	65,354	5,227	3,794	2,804
	회사법인	40,226	43,841	38,636	24	170	150
	회사이외법인	493	638	X	2	4	X
	비법인단체	60	139	X	-	-	X
종사자 규모	1명	5,594	4,920	8,770	2,763	1,919	1,575
	2~4명	21,530	23,991	27,401	2,081	1,550	1,083
	5~9명	21,428	28,262	25,145	265	347	220
	10~19명	18,387	16,728	13,432	144	87	X
	20명 이상	49,357	43,623	30,297	-	65	X
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	12,498	12,801	15,629	3,460	2,495	2,194
	50~100 미만	11,230	11,643	11,501	900	690	326
	100~500 미만	31,467	32,169	29,025	734	597	320
	500~1,000 미만	10,736	11,568	9,628	97	86	55
	1,000 이상	50,365	49,343	39,262	62	100	63
지역 권역	서울	73,172	80,528	71,307	1,310	1,024	733
	인천/경기	13,283	12,882	13,072	617	419	367
	충청권	3,086	2,709	2,516	485	382	290
	대구/경북권	5,891	5,077	4,649	676	471	344
	부산/울산/경남권	13,842	12,419	9,856	1,399	1,130	829
	호남권	5,108	4,412	3,561	566	400	290
	강원/제주	990	797	704	200	142	105

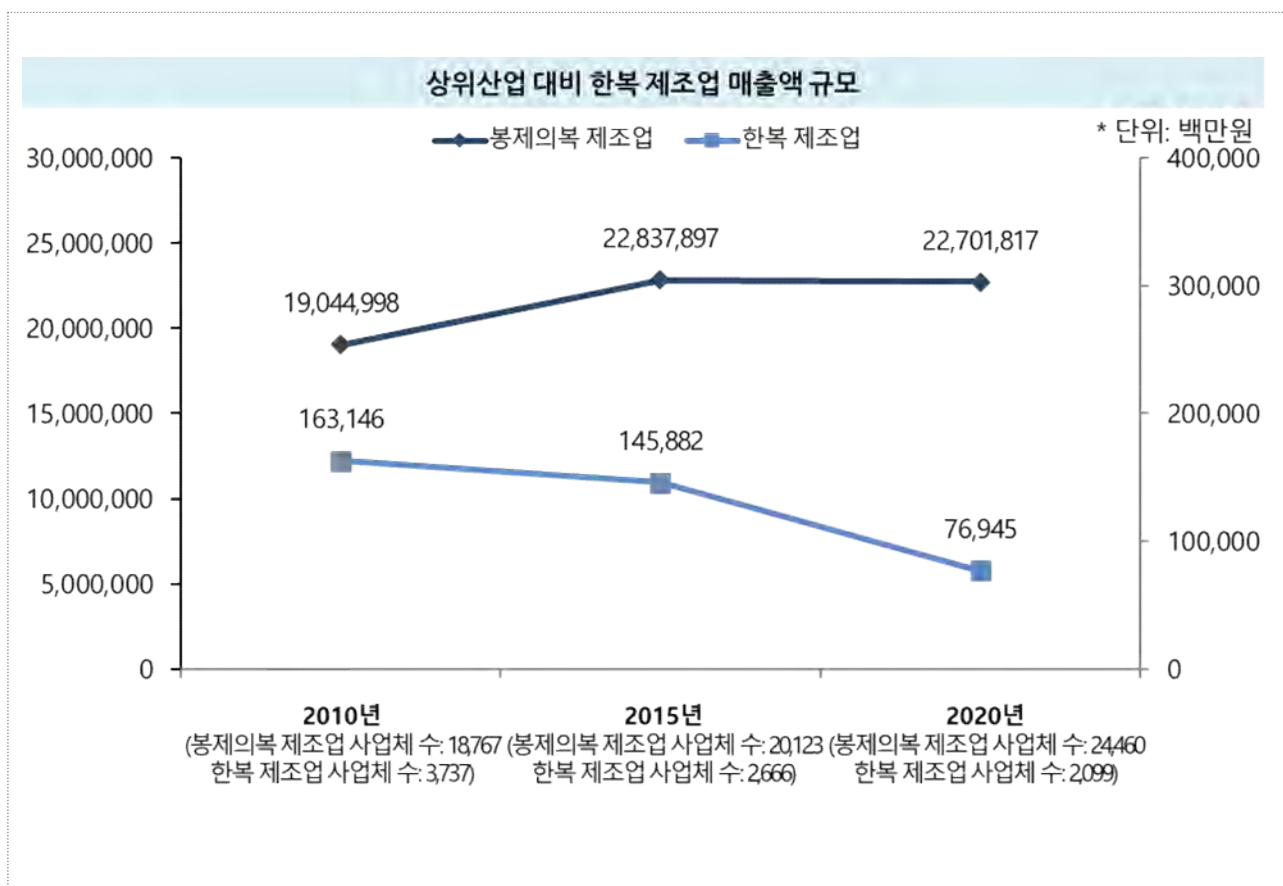
※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

(다) 매출액

- 2020년 봉제의복 제조업 매출액은 22조 7,018억 원, 한복 제조업 매출액은 769억 원으로 파악됨
- 상위산업인 봉제의복 제조업의 2015년도 대비 2020년 매출액은 유지되었으나, 한복 제조업의 매출액은 대폭 감소
- 한복 제조업의 매출액 규모는 2010년 ~ 2020년 동안 지속적으로 감소하는 추세

[그림2-6] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_매출액



[표2-4] 상위산업 대비 한복 제조업 규모 추이_매출액

[단위: 백만원]

		봉제의복 제조업			한복 제조업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		18,767	20,123	24,460	3,737	2,666	2,099
매출액 합계		19,044,998	22,837,897	22,701,817	163,146	145,882	76,945
조직 형태	개인사업체	3,231,236	3,548,522	3,730,489	161,637	112,155	62,516
	회사법인	15,784,142	19,229,699	18,890,560	1,465	33,663	14,359
	회사이외법인	28,987	47,880	X	44	64	X
	비법인단체	633	11,796	X	-	-	X
종사자 규모	1명	177,164	217,304	933,015	69,802	48,661	30,711
	2~4명	1,022,748	1,563,884	2,043,023	68,473	47,518	25,722
	5~9명	1,661,295	2,487,729	2,294,895	19,025	19,872	10,751
	10~19명	1,925,349	1,819,994	2,191,822	5,846	8,297	X
	20명 이상	14,258,442	16,748,986	15,239,062	-	21,534	X
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	191,002	190,963	210,892	62,450	46,716	29,519
	50~100 미만	252,547	270,957	307,925	35,059	23,993	11,155
	100~500 미만	1,013,371	1,283,973	1,559,961	37,955	31,887	19,539
	500~1,000 미만	602,893	894,958	1,021,519	11,674	9,317	6,536
	1,000 이상	16,985,185	20,197,046	19,601,520	16,008	33,969	10,196
지역 권역	서울	15,767,857	20,461,042	18,733,857	53,752	53,034	28,061
	인천/경기	1,143,737	1,558,436	2,283,863	19,397	20,186	10,367
	충청권	194,741	158,289	198,555	14,092	9,986	5,344
	대구/경북권	385,809	357,504	383,207	21,729	12,832	6,372
	부산/울산/경남권	1,195,517	1,182,090	1,085,174	36,684	31,178	17,088
	호남권	310,274	297,453	323,853	12,300	15,587	7,295
	강원/제주	47,063	43,370	86,612	5,192	3,079	2,418

※ KOSIS 자료 (2015, 2020년도 지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

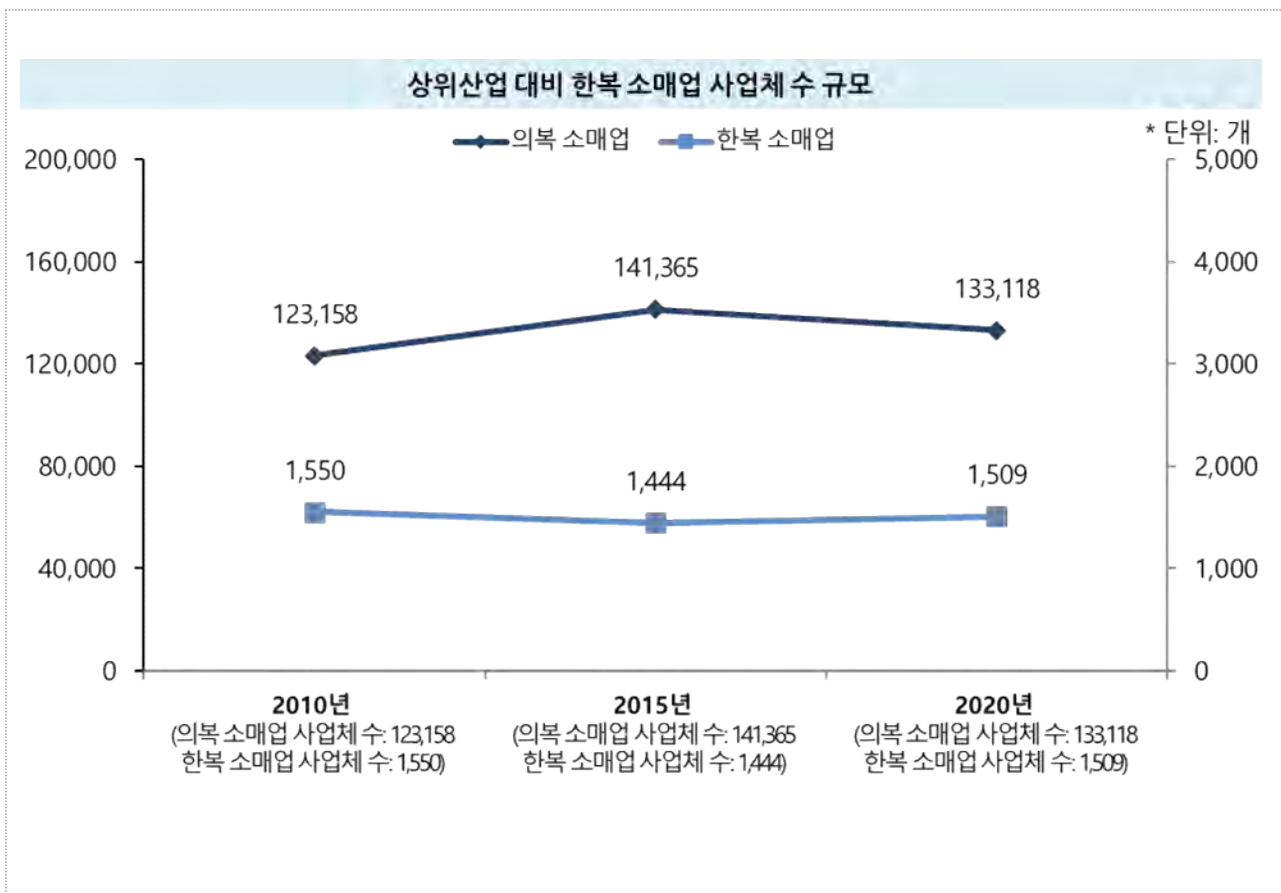
※ X: 사례수 3미만 항목

2) 한복 소매업

(가) 사업체 수

- 2020년 의복 소매업 사업체 수는 133,118개, 한복 소매업 사업체 수는 1,509개로 파악됨
- 한복 소매업의 상위산업인 의복 소매업의 2015년 대비 2020년도 사업체 수는 감소한 반면, 한복 소매업은 소폭 증가(의복 소매업: 8,247개 감소, 한복 소매업: 65개 증가)
- 의복 소매업과 한복 소매업은 모두 1인 기업의 비중이 높게 나타남

[그림2-7] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_사업체 수



[표2-5] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_사업체 수

[단위: 개]

		의복 소매업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		123,158	141,365	133,118	1,550	1,444	1,509
조직 형태	개인사업체	117,275	131,438	120,051	1,537	1,424	1,465
	회사법인	5,852	9,865	13,012	12	17	42
	회사외법인	16	45	54	-	1	2
	비법인단체	15	17	1	1	2	-
종사자 규모	1명	67,070	75,528	106,405	1,029	986	1,246
	2~4명	53,949	61,613	24,186	512	441	251
	5~9명	1,658	3,363	1,823	7	14	11
	10~19명	349	525	475	1	3	1
	20명 이상	132	366	229	1	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	64,520	57,748	75,781	1,048	927	1,237
	50~100 미만	21,932	36,665	24,843	303	340	151
	100~500 미만	28,679	37,705	26,048	183	162	109
	500~1,000 미만	5,064	5,375	3,528	11	9	8
	1,000 이상	2,963	3,872	2,918	5	6	4
지역 권역	서울	25,883	28,781	26,244	332	299	321
	인천/경기	28,792	34,328	35,400	256	235	271
	충청권	12,566	15,247	14,221	128	119	123
	대구/경북권	14,434	16,357	14,598	237	224	238
	부산/울산/경남권	21,775	24,681	22,786	323	329	321
	호남권	13,395	15,136	13,839	200	167	160
	강원/제주	6,313	6,835	6,030	74	71	75

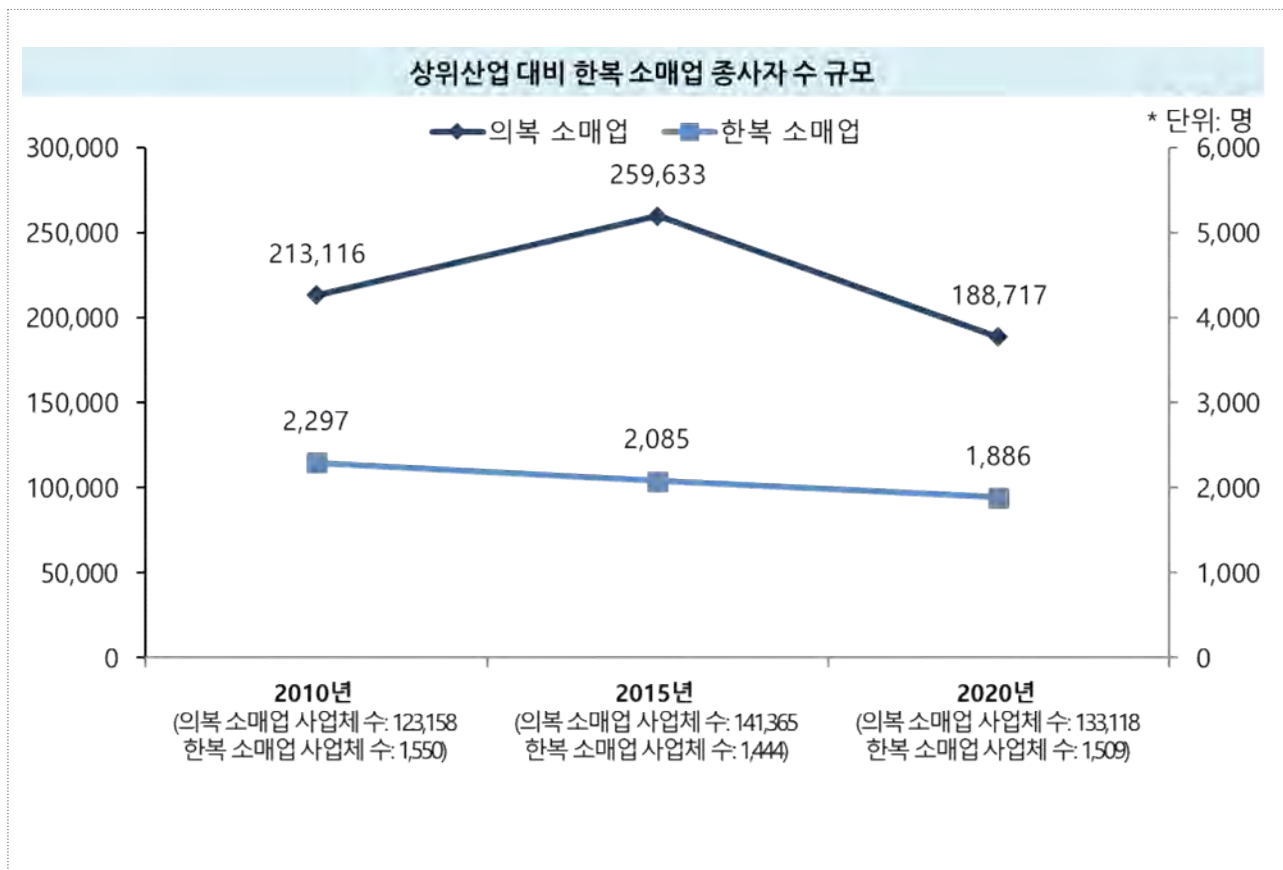
※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ 한복 소매업의 상위산업은 '10, '15: 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업, '20: 의복소매업으로 분류체계가 변경되었으나, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

(나) 종사자 수

- 2020년 의복 소매업 종사자 수는 188,717명, 한복 소매업 종사자 수는 1,886명으로 파악됨
- 의복 소매업과 한복 소매업의 2015년 대비 2020년 종사자 수는 감소
- 특히, 의복 소매업의 종사자 수가 대폭 감소(의복 소매업: 70,916명 감소, 한복 소매업: 199명 감소)
- 2010년 ~ 2020년 동안, 한복 소매업의 종사자 수는 지역별로 모두 감소한 것으로 나타남

[그림2-8] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_종사자 수



[표2-6] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_종사자 수

[단위: 명]

		의복 소매업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		123,158	141,365	133,118	1,550	1,444	1,509
종사자 수 합계		213,116	259,633	188,717	2,297	2,085	1,886
조직 형태	개인사업체	189,081	216,813	153,138	2,170	2,004	1,791
	회사법인	23,864	42,548	35,407	123	73	X
	회사이외법인	120	192	X	-	X	X
	비법인단체	51	80	X	4	X	-
종사자 규모	1명	67,070	75,528	106,405	1,029	986	1,246
	2~4명	126,479	145,724	56,608	1,117	967	551
	5~9명	10,115	19,845	11,147	45	86	X
	10~19명	4,469	6,855	6,185	X	46	X
	20명 이상	4,983	11,681	8,372	X	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	80,967	73,130	82,214	1,305	1,115	1,401
	50~100 미만	34,997	55,907	31,217	448	512	213
	100~500 미만	62,680	81,881	43,475	402	356	203
	500~1,000 미만	16,114	18,314	9,473	29	43	34
	1,000 이상	18,358	30,401	22,338	113	59	35
지역 권역	서울	50,596	63,189	42,775	551	521	470
	인천/경기	51,929	65,547	51,152	372	346	322
	충청권	20,326	26,006	18,750	182	176	142
	대구/경북권	22,812	26,490	19,193	311	293	286
	부산/울산/경남권	35,406	42,348	30,020	411	429	378
	호남권	22,218	25,202	18,653	373	227	197
	강원/제주	9,829	10,851	8,174	97	93	91

※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

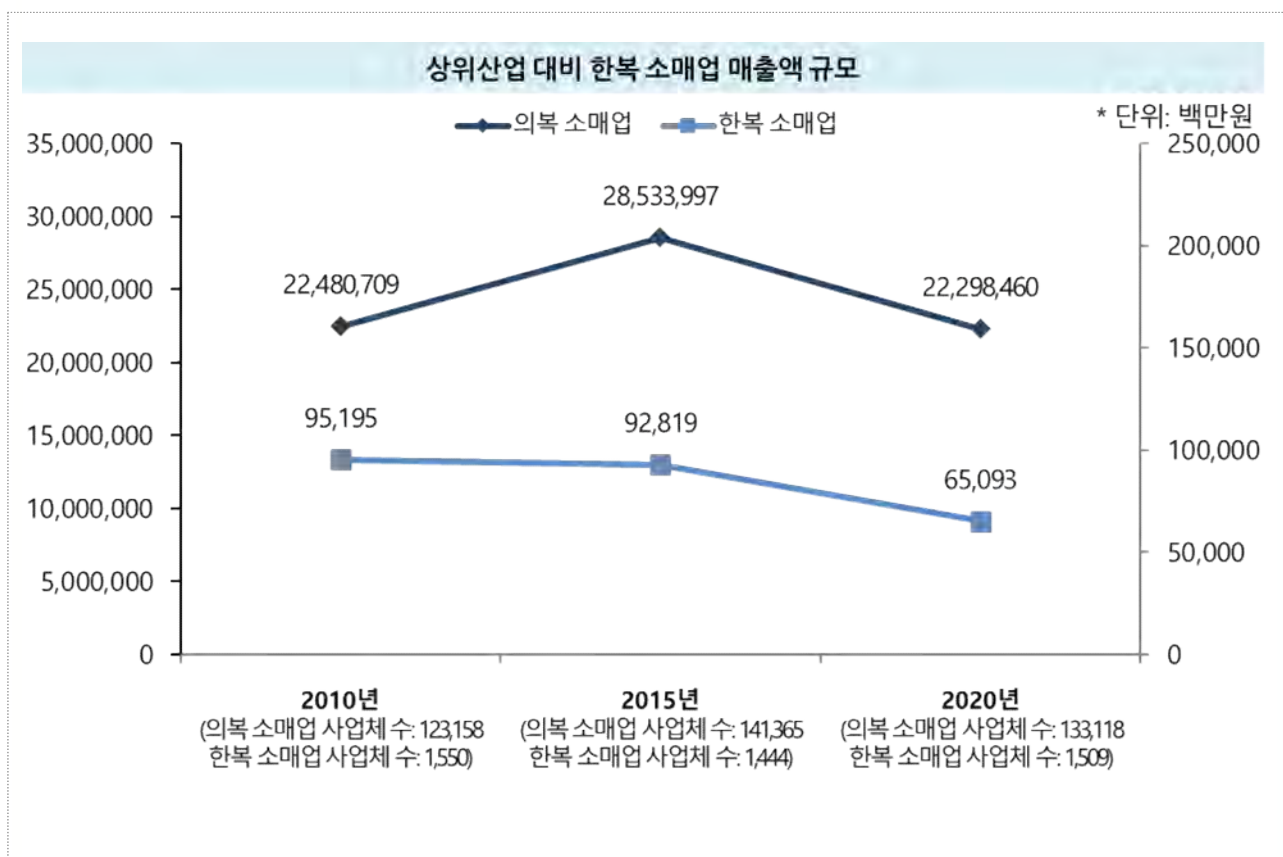
※ X: 사례수 3미만 항목

※ 한복 소매업의 상위산업은 '10, '15: 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업, '20: 의복소매업으로 분류체계가 변경되었으나, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

(다) 매출액

- 2020년 의복 소매업 매출액은 22조 2,984억 원, 한복 제조업 매출액은 650억 원으로 파악됨
- 2015년 대비 2020년 의복 소매업과 한복소매업 매출액은 감소(의복 소매업: 6조 2,355억 원 감소, 한복 소매업: 277억 원 감소)
- 특히, 호남권에서 2010년 매출액은 141억, 2020년 매출액은 50억으로 대폭 하락

[그림2-9] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_매출액



[표2-7] 상위산업 대비 한복 소매업 규모 추이_매출액

[단위: 백만원]

		의복 소매업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		123,158	141,365	133,118	1,550	1,444	1,509
매출액 합계		22,480,709	28,533,997	22,298,460	95,195	92,819	65,093
조직 형태	개인사업체	12,761,699	14,960,130	10,364,915	86,700	84,283	56,571
	회사법인	9,699,029	13,545,460	11,921,284	8,282	8,370	X
	회사이외법인	19,130	26,834	X	-	X	X
	비법인단체	851	1,573	X	213	X	-
종사자 규모	1명	3,239,407	4,549,112	7,581,725	36,351	38,441	34,959
	2~4명	13,874,335	13,492,232	6,268,842	50,284	38,499	20,606
	5~9명	2,724,224	3,892,048	3,134,625	3,506	10,855	X
	10~19명	1,324,113	2,374,706	2,157,945	X	5,024	X
	20명 이상	1,318,630	4,225,899	3,155,323	X	-	-
매출액 규모 (단위: 백만원)	50 미만	1,526,352	1,507,879	1,684,530	22,776	23,906	21,616
	50~100 미만	1,561,364	2,580,334	1,741,053	20,799	23,022	10,262
	100~500 미만	6,313,837	7,852,688	5,448,807	31,704	28,265	20,608
	500~1,000 미만	3,422,208	3,692,329	2,401,348	7,744	6,086	4,772
	1,000 이상	9,656,948	12,900,767	11,022,722	12,172	11,540	7,835
지역 권역	서울	7,058,466	9,424,717	6,438,971	29,234	33,052	22,480
	인천/경기	5,719,952	7,286,302	6,774,822	18,107	14,248	14,610
	충청권	1,950,212	2,435,934	1,732,861	6,613	6,337	3,126
	대구/경북권	1,993,940	2,340,897	1,726,003	9,814	11,493	7,428
	부산/울산/경남권	3,073,931	3,908,682	3,070,543	13,985	16,000	10,157
	호남권	1,933,656	2,233,267	1,830,976	14,140	8,280	5,069
	강원/제주	750,552	904,198	724,284	3,302	3,409	2,223

※ KOSIS 자료 (지역 권역의 경우, MDIS 자료를 활용)

※ X: 사례수 3미만 항목

※ 한복 소매업의 상위산업은 '10, '15: 섬유, 직물, 의복 및 의복액세서리 소매업, '20: 의복소매업으로 분류체계가 변경되었으나, 보고서 내에는 '의복 소매업'으로 기재

제2절 조사 결과 요약

1. 사업체 조사

1) 일반 현황

- 한복문화산업을 운영하고 있는 사업체는 주로 '개인사업자 (91.4%)'의 형태를 하고 있으며, '1990년 ~ 2000년 미만'에 설립된 경우가 34.3%로 가장 많음
- 사업장 형태는 '매장'인 경우가 90.0%로 가장 많았으며, 경영 형태는 주로 '창업 (85.0%)'으로 이루어져 있음
- 대표자는 '여성'이 81.8%로 대부분을 차지하고 있으며, '60대 이상 (64.6%)'인 경우가 과반수를 차지하는 것으로 보아 한복문화산업의 고령화 현상이 진행되고 있는 것으로 판단됨
- 사업체는 '임차(월세)'로 운영되는 경우가 61.8%로 가장 많음

[표2-8] 일반 현황 (1)

사업체 형태	개인사업자: 91.4%	미등록사업자: 7.7%	회사법인: 0.9%
설립년도	1990년 ~ 2000년 미만: 34.3% > 2010년 이상: 25.5%		
사업장 형태 (중복 응답)	매장: 90.0%	공장: 11.9%	온라인쇼핑몰: 3.3%
경영 형태	창업: 85.0%	가업계승: 11.1%	인수: 3.5% 동업: 0.3%
대표자 성별	남성: 18.2%		여성: 81.8%
대표자 연령	60대 이상: 64.6% > 50대: 24.2% > 40대: 8.1% > 30대: 2.7% > 10~20대: 0.4%		
사업체 소유 형태	자가: 26.1%	임차(전세): 11.8%	임차(월세): 61.8%

- 한복문화산업을 운영하는 사업체는 '5평 미만'인 경우가 31.7%로 많고, 그다음 '5평 ~ 10평 미만 (28.8%)', '10평 ~ 20평 미만 (23.5%)' 순으로, '20평 미만'의 영세한 규모로 운영되는 업체가 84%임
- 사업체 업종이 '판매업'인 경우가 78.6%로 가장 많았고, 그다음 '제조업 (57.4%)', '임대업 (35.2%)', '기타 산업 (1.7%)' 순으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴본 결과 '기성복 및 부자재 제작/판매'를 제외하고 '17년 대비 감소하는 양상을 보이고 있음
- 2021년 12월 31일 기준으로 자본금은 평균 5,390만 원이며, 전체 매출액은 평균 3,010만 원임

[표2-9] 일반 현황 (2)

사업체(영업장) 유형	5평 미만: 31.7% > 5평 ~ 10평 미만: 28.8% > 10평 ~ 20평 미만: 23.5%			
업종 구분 (중복 응답)	판매업	제조업	임대업(대여)	기타(교육 등)
	78.6%	57.4%	35.2%	1.7%
세부 업종 (중복 응답)	* Base: 전체응답자, 단위: %, 중복응답 2017 (n=1,208) 2022 (n=1,000) 맞춤복 제작/판매 85.1 75.0 한복대여(임대) 52.1 34.9 기성복 제작/판매 24.3 28.3 바느질·자수 가공 37.1 17.7 원사·연사·원단 제작/판매 34.6 16.4 부자재 제작/판매 6.3 11.2 염색·염직 가공 2.6 1.5 한복교육 3.0 1.2 한복수선 18.5 기타 0.1			
	자본금 (2021.12.31. 기준)	평균 5,390 만원	매출액 (2021.12.31. 기준)	전체
			한복문화산업	평균 2,920 만원
			기타산업	평균 2,530 만원

2) 인력 현황

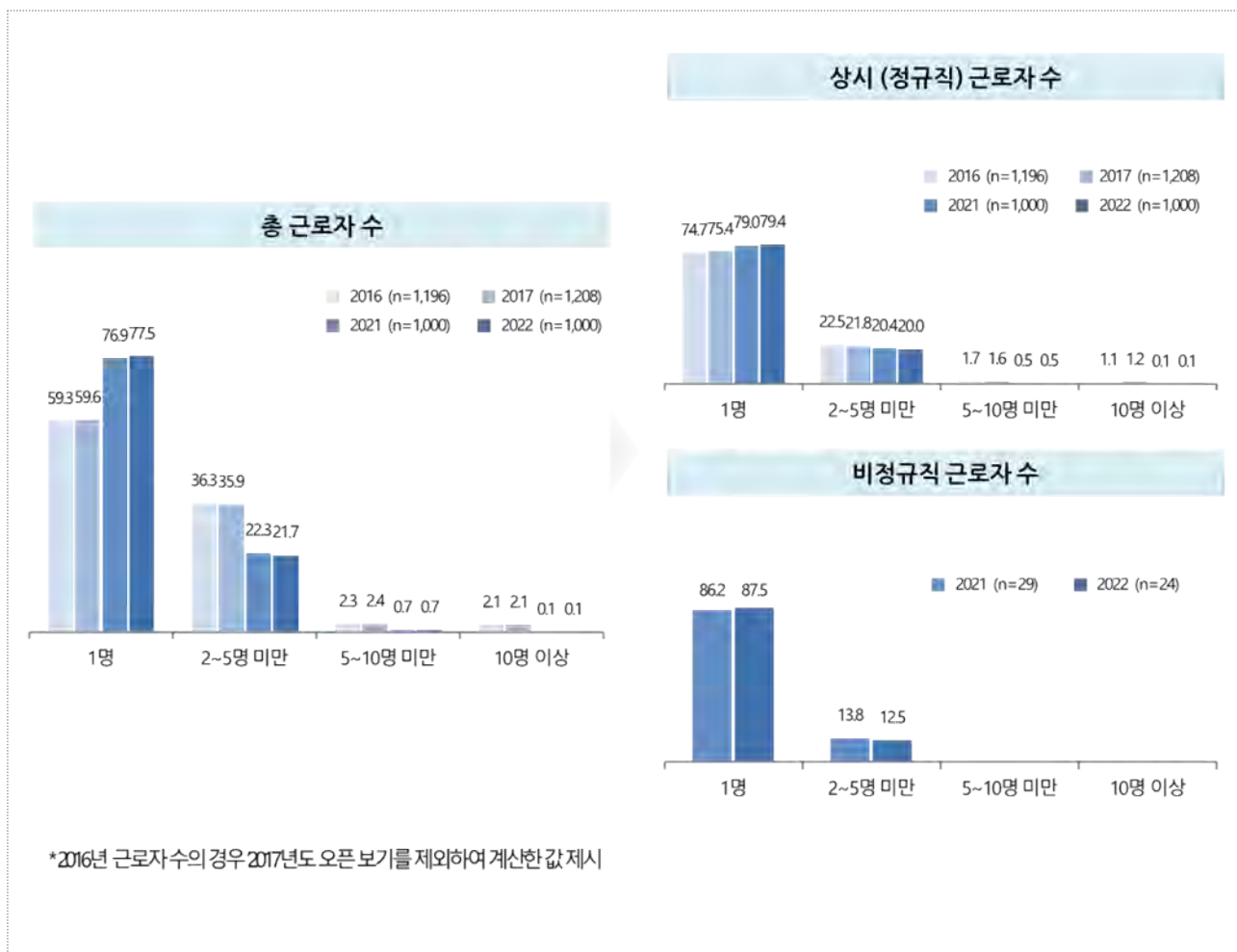
- 한복문화산업에 종사하는 총 근로자 수는 평균 1.3명으로 영세한 규모로 운영되고 있음
- '여성 (84.4%), 60대 이상 (65.9%), 고졸 이하 (75.4%)'의 근로자가 대다수를 차지하고 있음
- '자격증을 보유하고 있지 않은 사람'이 95.5%이며, '정규직'의 비중이 98.8%임
- '20년 이상'의 경력을 보유한 근로자가 67.3%로 한복문화산업의 고령화 영향을 받은 것으로 판단됨

[표2-10] 인력 현황

총 근로자 수	평균 1.3명					
성별	남성			여성		
	15.6%			84.4%		
연령별	30대 이하	40대	50대	60대 이상		
	4.6%	7.9%	21.6%	65.9%		
학력별	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상		
	75.4%	10.7%	13.0%	0.9%		
취득 자격증별	없음(미취득자)	한복산업기사		한복기능사		
	95.5%	1.1%		3.4%		
종사 유형별	정규직			비정규직		
	98.8%			1.2%		
경력별	1년 미만	1년 ~ 5년 미만	5년 ~ 10년 미만	10년 ~ 20년 미만	20년 이상	
	1.1%	8.2%	10.8%	12.6%	67.3%	
평균 임금별	150만원 미만	150~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400만원 이상	
	60.7%	20.2%	14.7%	2.6%	1.8%	
직종별	디자이너	2차가공 기술	생산직	사무직	매장관리/영업	기타
	5.5%	9.5%	6.4%	0.6%	76.6%	1.4%

- 한복문화산업에 종사하는 총 근로자 수가 '1명'인 경우는 77.5%로 '16년 이후 계속해서 증가하는 양상을 보임
- 반면, 근로자 수가 '2~5명 미만'인 경우는 21.7%로 '16년 이후 계속해서 감소하고 있음
- 한복문화산업은 1명의 영세한 규모로 운영되는 경우가 많은 것으로 판단됨

[그림2-10] 한복문화산업 근로자 수

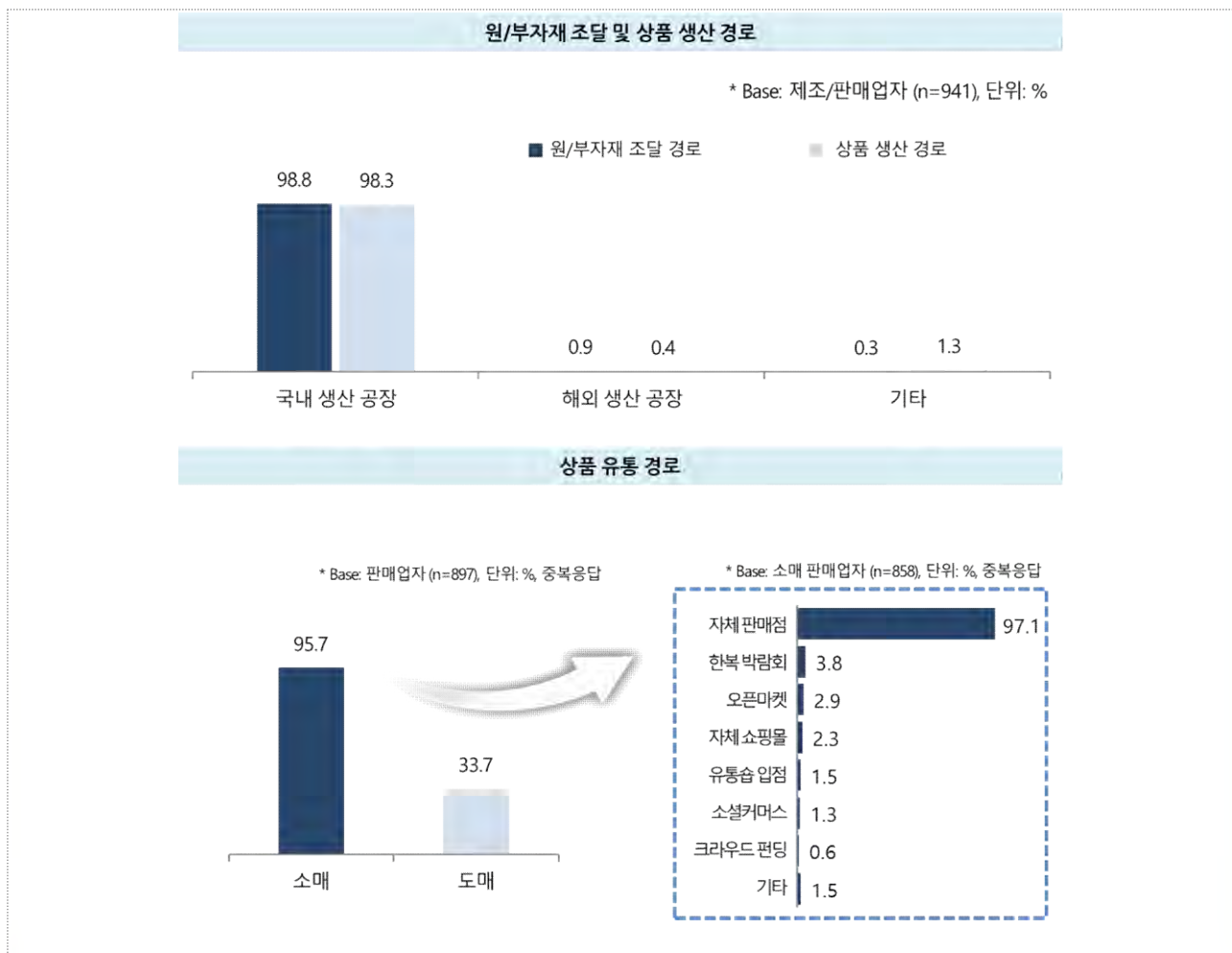


3) 사업 분야별 현황

(가) 제조/판매업

- 제조 및 판매업은 원/부자재 조달 및 상품 생산 시 '국내 생산 공장'을 이용하는 경우가 98% 이상으로 대부분을 차지하고 있음
- 상품 유통 시에는 '소매'로 하는 경우가 95.7%로 가장 많았으며, 소매업 중에서도 자체 판매점을 이용하는 경우가 97.1%로 대다수를 차지함
- 이외 상품 유통 경로로는 '한복 박람회 (3.8%)', '오픈마켓 (2.9%)', '자체 쇼핑몰 (2.3%)' 순이었는데 상품 유통 경로 다양화를 통해 사람들의 한복 구매율을 높일 필요가 있음

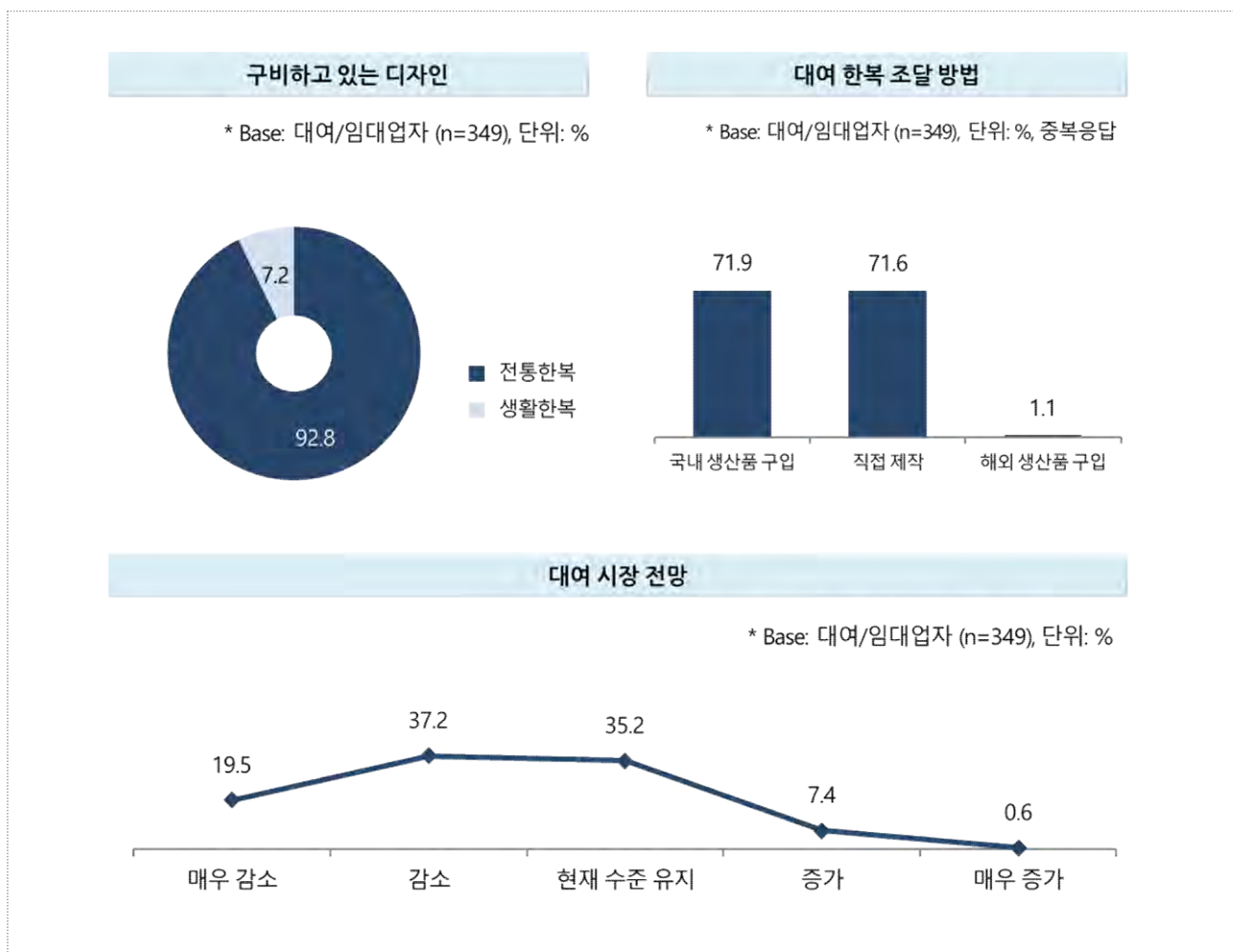
[그림2-11] 제조/판매업 현황



(나) 임대업(대여)

- 임대업을 하는 사람들은 주로 '전통한복 (92.8%)'을 구비하고 있으며, 대여 한복 조달을 위해 '국내 생산품을 구입 (71.9%)' 하거나 '직접 제작 (71.6%)' 하는 방식을 사용하고 있음
- 대여 시장 전망과 관련해 향후 3년 이내 '현재 수준을 유지'할 것이라는 응답이 35.2%이고, '감소'할 것이라는 응답이 37.2%, '매우 감소'할 것이라는 응답이 19.5%인 것으로 보아 부정적으로 바라보고 있음

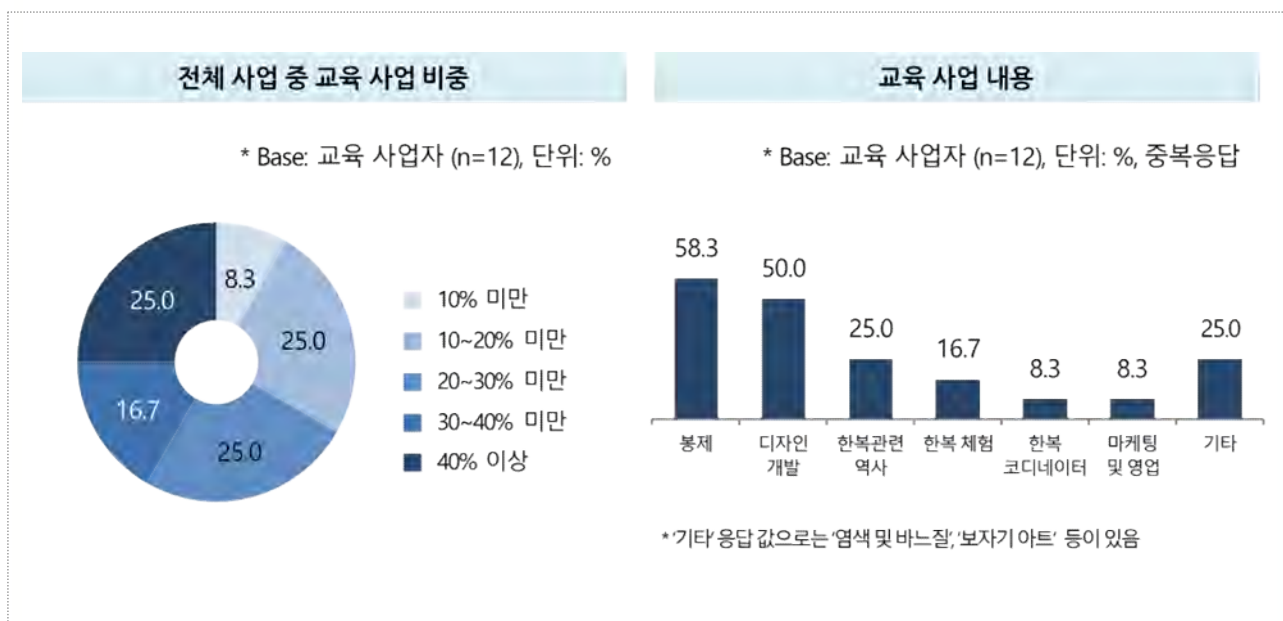
[그림2-12] 임대업(대여) 현황



(다) 기타 교육 사업

- 한복문화산업 중 교육 사업을 운영하는 사업체는 전체 1,000명 중 12명으로 1.2%의 매우 낮은 수준
- 교육 사업을 운영하는 사업체 중 '전체 사업에서 교육 사업이 차지하는 비중'은 평균 30% 정도로 높은 수준은 아님
- 교육 사업의 내용으로는 '봉제 (58.3%)', '디자인 개발 (50.0%)', '한복 관련 역사 (25.0%)' 등이 있음

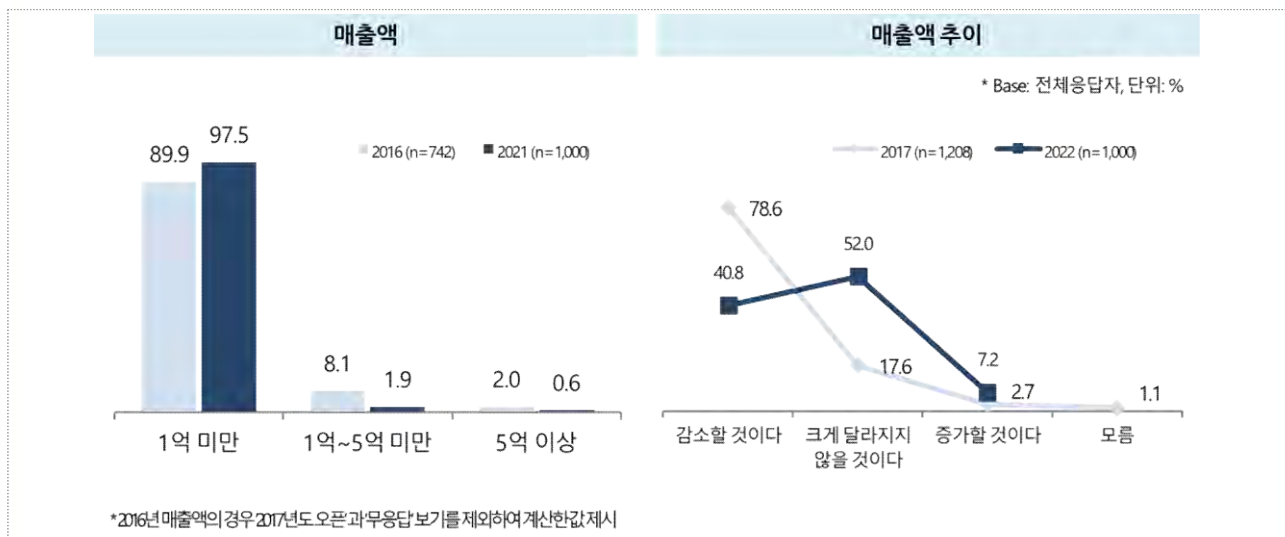
[그림2-13] 교육 사업 현황



4) 매출 현황

- 2021년 매출액은 '1억 미만'인 경우가 97.5%로 대다수를 차지하였으며, 이는 '17년도와 유사한 양상을 보이고 있음
- 매출액 추이와 관련해서 '크게 달라지지 않을 것이다'라는 응답이 52.0%로 과반수를 차지하였는데, 이는 '17년도 대비 유의미하게 상승한 결과임
- '17년도의 경우 '매출액이 감소할 것이다'라는 응답이 78.6%였는데, 본 조사에서는 40.8%로 감소함

[그림2-14] 매출 현황



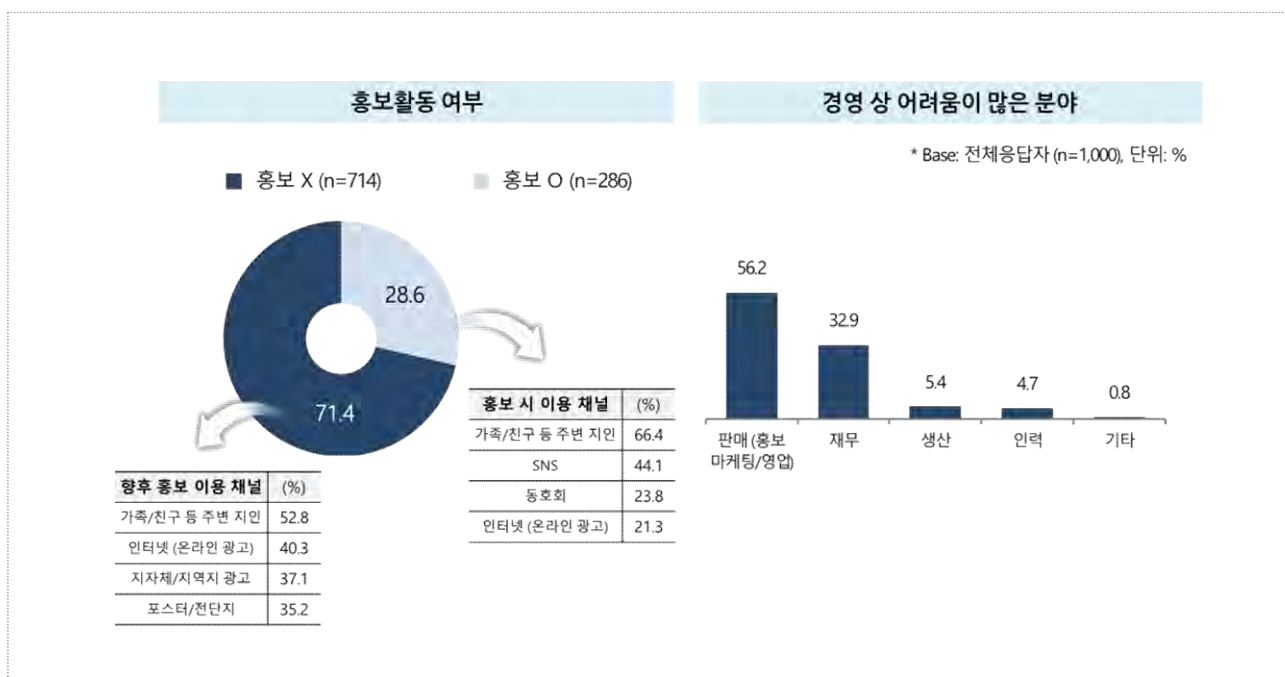
[표2-11] 유형별 매출액

연도	매출처 유형			
	국내		해외	기타
	공공	민간		
2021년	0.4%	99.0%	0.2%	0.4%
2022년 (추정)	0.7%	98.8%	0.2%	0.3%

5) 홍보 및 마케팅 현황

- 한복문화산업과 관련한 홍보 및 마케팅을 하고 있지 않는 사업체의 비중이 71.4%로 대다수를 차지함
- 게다가 경영 상 어려움이 많은 분야로 '판매(홍보 마케팅/영업)'을 선택한 비중이 56.2%로 과반수를 차지, 홍보 활동과 관련하여 지원 요구가 가장 높음
- 홍보활동 경험 유무와 상관없이 홍보 채널로 '가족/친구 등 주변 지인'을 활용하는 비율이 높는데 소비자의 구매 태도와 일치하는 방향의 채널을 활성화하는 것이 필요할 것으로 판단됨

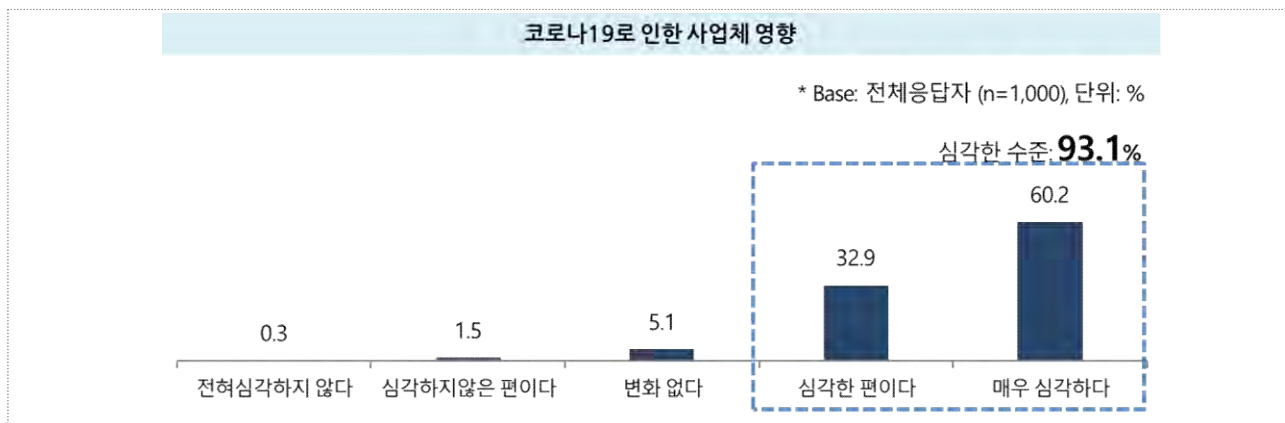
[그림2-15] 홍보 및 마케팅 현황



6) 코로나19 사업체 영향

- 코로나19로 인한 사업체 영향이 '심각한 수준 (심각한 편 + 매우 심각함)'이라는 응답이 93.1%로 대다수를 차지하고 있음
- 유형별 코로나19 영향력을 살펴본 결과 '고용인력과 임금 수준에 있어서는 변화 없다'는 응답이 60% 이상임
- 반면, 매출액에서는 '감소했다'는 응답이 98.2%로 매우 높음 → 코로나19가 매출액과 관련하여 부정적인 영향을 미친 것으로 판단됨

[그림2-16] 코로나19 사업체 영향



[표2-12] 유형별 코로나19 영향력

	감소 (%)	변화 없음 (%)	증가 (%)
매출액	98.2	1.6	0.2
고용인력: 정규직	22.7	76.9	0.4
고용인력: 비정규직	22.6	77.1	0.3
임금 수준: 정규직	36.2	62.6	1.2
임금 수준: 비정규직	21.0	78.1	0.9

[표2-13] 유형별 코로나19 전후 감소 정도

	감소 (%)					
	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
매출액	74.5	11.6	11.6	1.4	0.6	0.2
고용인력: 정규직	54.6	10.6	4.0	1.8	8.8	20.3
고용인력: 비정규직	53.5	8.8	5.8	3.5	6.2	22.1
임금 수준: 정규직	53.9	13.8	9.9	3.6	5.0	13.8
임금 수준: 비정규직	51.4	4.8	6.2	4.8	8.6	24.3

2. 소비자 인식 조사

1) 한복 이미지

- 전통한복은 '아름답지만 불편한' 이미지이며, 생활한복은 '편의성이 좋은' 이미지로 나타남
- 전통한복에 어울리는 이미지로 '고전적인' 이미지가 73.8%로 가장 높고, 생활한복은 '현대적인' 이미지가 66.6%로 나타남

[표2-14] 한복 상기 이미지

	한복	전통한복	생활한복
최초 상기 이미지 (중복응답)	긍정 비율: 85.7%	긍정 비율: 76.1%	긍정 비율: 78.2%
	전통적인(21.9%) > 고유익(12.9%) > 아름다운(11.5%)	아름다운(12.2%) > 불편한(8.9%) > 고유익(6.7%)	편안한(32.1%) > 편리한(18.0%) > 개량익(7.9%)
어울리는 이미지 (중복응답)	전통한복		생활한복
	고전적인(73.8%) > 단아한(68.5%) > 고급스러운(58.8%)		현대적인(66.6%) > 소박한(51.6%) > 평범한(41.1%)

2) 한복 구매 경험

- 생활한복보다는 전통한복을 구매한 비율이 높음. 구매 시장에서 전통한복이 우위를 점하고 있는 것으로 판단됨
- 전통한복과 생활한복 구매자는 최근 '전통시장'에서 구매하였다는 비율이 높음. 정보 수집 채널에서 '전통시장 (54.5%)'이 가장 높은 전통한복과 달리 생활한복의 정보 수집 채널은 '백화점 매장, 브랜드 직영점 (50.0%)'이 높게 나타남
- 한복 구매 시 가장 고려한 항목은 외관(디자인과 색상/무늬) 관련 요소가 높게 나타나, 한복은 트렌드를 반영한 외관적인 요소 중심의 발전이 필요해 보임

[표2-15] 한복 구매 경험(1)

	전통한복	생활한복
구매 한복 종류 (중복응답)	94.0%	26.0%
구매 목적 대상 (중복응답)	본인(77.7%) > 배우자(38.7%) > 자녀(28.9%)	본인(74.6%) > 배우자(36.2%) > 자녀(28.5%)
최근 정보 수집 채널 (1+2+3순위)	전통시장(54.5%) > 주변 사람의 추천(51.3%) > 백화점 매장, 브랜드 직영점(42.1%)	백화점 매장, 브랜드 직영점(50.0%) > 전통시장(46.2%) > 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(37.7%)
최근 구매 장소	전통시장(40.2%) > 한복 브랜드 직영점(22.6%) > 한복박람회(13.4%)	전통시장(22.3%) > 한복 브랜드 직영점(16.2%) > 백화점(14.6%)
최근 한복 구매 시 가장 고려한 항목	디자인(35.3%) > 색상/무늬(28.9%) > 가격(17.2%)	디자인(35.4%) > 색상/무늬(20.0%) > 관리의 용이성(18.5%)

- 한복 구매가격대는 전통한복의 경우 '10만원~50만원 미만'이 67%, 생활한복은 '30만원 미만'이 80%로 구매 비중이 높음
- 전통한복은 '예복 (86.8%)'의 용도로 주로 착용하며, 생활한복은 '평상복 (31.5%)', '예복 (26.2%)', '외출복 (23.1%)' 등 다양한 용도에서 착용하는 것으로 나타남
- 한복 구매 미경험자의 이유는 '착용할 일이 많지 않아서'가 높게 나타났는데, 이는 한복이 '예복' 중심으로 착용하기 때문으로 판단됨

[표2-16] 한복 구매 경험(2)

	전통한복	생활한복
최근 구매 한복 가격대	30만원~50만원 미만(24.7%) > 20만원~30만원 미만(23.8%) > 10만원~20만원 미만(18.5%)	10만원~20만원 미만(29.2%) > 20만원~30만원 미만(28.5%) > 10만원 미만(22.3%)
보유 한복 개수	평균: 1.44벌	평균: 1.56벌
한복 착용 빈도	거의 입지 않음(48.5%) > 1년에 1~2회 정도(33.8%) > 6개월에 1~2회 정도(9.4%)	6개월에 1~2회 정도(23.8%) > 한달에 1~2회 정도(20.0%) = 1년에 1~2회 정도(20.0%)
한복 주 용도	예복(86.8%) > 여행용(5.5%) > 외출복(3.2%)	평상복(31.5%) > 예복(26.2%) > 외출복(23.1%)
한복 구매 미경험 이유 (1+2+3순위)	착용할 일이 많지 않아서(81.2%) > 가격이 비싸서(69.6%) > 착용/보관/관리 등이 어려워서(66.8%)	착용할 일이 많지 않아서(72.8%) > 가격이 비싸서(51.6%) > 착용/보관/관리 등이 어려워서(43.6%)

3) 한복 비구매자의 한복 구매 의향

- 한복 비구매자는 전통한복보다 생활한복의 구매 의향이 높게 나타남
- 구매 목적 대상은 구매자의 구매 목적 대상과 유사하게 '본인'의 비율이 높으며, 향후 한복 구매 시 우선적으로 고려할 항목 또한 구매자와 동일하게 '디자인'이 높게 나타남
- 정보 수집 채널의 경우, 전통한복은 '백화점 매장, 브랜드 직영점'이 39.6%, 생활한복은 '인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰'가 41.6%로 가장 높아 구매 경험자와 다른 경향이 나타남. 이에 따라 마케팅 전략의 변화가 필요함
- 향후 한복 구매 시 주 용도는 구매자의 주 용도 대비 '예복'의 비중이 감소함. 비구매자의 주 용도가 상이함에 따라 디자인적 변경이 고려돼야 함

[표2-17] 한복 비구매자의 한복 구매 의향

	전통한복	생활한복
구매하고 싶은 한복	55.0%	70.2%
구매 목적 대상	본인(92.0%) > 가족/친지(29.1%) > 배우자(26.5%)	본인(88.9%) > 배우자(29.1%) > 가족/친지(21.9%)
최근 정보 수집 채널 (1+2+3순위)	백화점 매장, 브랜드 직영점(39.6%) > 전통시장(37.1%) > 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(34.9%)	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰(41.6%) > 영상 정보(35.9%) > 인터넷 커뮤니티(33.6%)
향후 한복 구매 시 우선 고려 항목	디자인(42.9%) > 색상/무늬(19.6%) > 가격(18.9%)	디자인(43.0%) > 가격(19.4%) > 관리의 용이성(12.5%)
향후 한복 구매 시 주 용도	예복(69.8%) > 여행용(13.8%) > 외출복(10.2%)	평상복(29.1%) > 외출복(27.4%) > 여행용(21.9%)

4) 한복 대여 경험

- 대여 경험은 전통한복과 관광지의 비중이 높게 나타남
- 한복은 '여행용'으로 대여하는 비율이 전반적으로 높지만 비관광지에서의 전통한복은 '예복'의 용도가 높게 나타남
- 비관광지 전통한복을 제외한 한복 대여 경험은 만족도가 긍정적인 수준

[표2-18] 한복 대여 경험

		전통한복	생활한복
대여 한복 종류 (중복응답)		83.5%	28.9%
대여 한복 매장 위치 (중복응답)		관광지(61.9%) > 비관광지(49.5%)	관광지(65.6%) > 비관광지(54.5%)
대여 시간 (1회)	관광지	2시간 이하(50.9%) > 2시간 초과 4시간 이하(42.3%) > 4시간 초과(6.8%)	2시간 이하(46.8%) > 2시간 초과 4시간 이하(44.4%) > 4시간 초과(8.9%)
	비관광지	1일 이하(50.0%) > 1일 초과 2일 이하(38.9%) > 2일 초과(11.1%)	1일 초과 2일 이하(43.7%) > 1일 이하(41.7%) > 2일 초과(14.6%)
대여 지불 비용	관광지 (2시간 기준)	10,000~30,000원 미만(63.3%) > 30,000~50,000원 미만(21.3%) > 10,000원 미만(10.1%)	10,000~30,000원 미만(58.1%) > 30,000~50,000원 미만(20.2%) > 10,000원 미만(15.3%)
	비관광지 (1일 기준)	10만원 이상 30만원 미만(45.9%) > 10만원 미만(35.6%) > 30만원 이상 50만원 미만(14.8%)	10만원 이상 30만원 미만(40.8%) > 10만원 미만(36.9%) > 30만원 이상 50만원 미만(19.4%)
대여 용도	관광지	여행용(69.5%) > 예복(21.6%) > 외출복(5.9%)	여행용(50.0%) > 외출복(23.4%) > 예복(17.7%)
	비관광지	예복(72.2%) > 여행용(18.9%) > 외출복(5.9%)	여행용(31.1%) > 예복(29.1%) > 외출복(21.4%)
대여 만족도	관광지	긍정 비율: 73.7%	긍정 비율: 71.8%
	비관광지	긍정 비율: 67.8%	긍정 비율: 71.8%

5) 한복 구매 의향

- 전통한복의 구매 의향은 39.1%로 낮은 비율이었지만, 생활한복은 53.0%로 과반수가 의향이 있다고 응답함. 구매 시장에서 전통한복보다는 생활한복의 비중을 증가시킬 필요가 있음

[표2-19] 한복 구매 의향

	전통한복	생활한복
향후 한복 구입 의향	긍정 비율: 39.1%	긍정 비율: 53.0%
향후 한복 구매 시 지불 가능 가격	20만원 이상 30만원 미만(26.1%) > 10만원 이상 20만원 미만(25.1%) > 30만원 이상 50만원 미만(22.1%)	10만원 미만(32.9%) > 10만원 이상 20만원 미만(30.9%) > 20만원 이상 30만원 미만(19.5%)

6) 한복 디자인 인식

- 전통한복 디자인 변형 시 개선 사항은 '옷고름 (61.1%)'과 '치마의 폭, 길이 (54.4%)'가 높게 나타남. 전통한복의 '불편한' 이미지의 개선을 위해 빠르게 반영하는 것이 필요할 것으로 판단됨
- 반면 전통한복에서 고수해야 하는 사항으로 '색상과 문양'이 58.4%, '곡선'은 50.3%의 높은 비중을 차지함. 한복의 '고전적'이고 '단아한' 이미지를 유지하기 위함으로 보임
- 선호하는 한복 문양은 '식물 문양 (33.7%)', 선호하는 문양 표현 기법은 '직조 문양 (43.2%)'이 높게 나타남
- 한복 생활화/일상화를 위해서는 '한복의 구입가격 (46.1%)'과 '한복의 디자인 (44.6%)', '한복의 관리/세탁 방법 (43.5%)'의 개선 및 변화가 중요하다는 의견이 높은 비중으로 나타남

[표2-20] 한복 디자인 인식

전통한복 디자인 변형 개선 사항 (1+2+3순위)	옷고름(61.1%) > 치마의 폭, 길이(54.4%) > 곡선(44.7%)
전통한복 디자인 변형 고수 사항 (1+2+3순위)	색상과 문양(58.4%) > 곡선(50.3%) > 소재(45.0%)
선호 한복 문양	식물 문양(33.7%) > 자연 문양(26.0%) > 기하 문양(17.5%)
선호 문양 표현 기법	직조 문양(43.2%) > 자수 문양(23.6%) > 프린트 문양(12.4%)
한복 생활화/일상화 중요 요소 (1+2+3순위)	한복의 구입 가격(46.1%) > 한복의 디자인(44.6%) > 한복 관리/세탁 방법(43.5%)

7) 한복 관련 프로그램 경험 실태

- 한복 관련 프로그램은 '한복 입기 체험 (31.8%)'을 가장 많이 경험한 것으로 나타남
- 한복 관련 프로그램은 온라인(인터넷, SNS)에서 인지한 비율이 높아 홍보 수단으로써 온라인 매체를 이용하는 것이 필요해 보임
- 한복 관련 프로그램은 '가족 (51.4%)'이 동반된 경우가 많았으며, '전시 및 축제 (69.1%)'의 긍정 비율이 가장 높게 나타남
- 향후 한복산업 발전을 위해 필요한 한복 관련 프로그램은 '현대적인 한복 디자인 개발 및 유통지원 (41.9%)'이 가장 높아, 트렌드에 따른 한복 디자인의 변화가 필요하다고 생각하는 소비자의 니즈를 확인할 수 있음

[표2-21] 한복 관련 프로그램 경험 실태

한복 관련 프로그램 경험	한복입기 체험(31.8%) > 전시 및 축제(26.9%) > 온라인 콘텐츠(22.4%) > (경험해 본 적 없음: 37.4%)
한복 관련 프로그램 인지 경로 (중복응답)	인터넷(36.6%) > SNS(33.5%) > 가족/친구 등 주변 지인(30.5%)
한복 관련 프로그램 동반 유형	배우자/자녀 등 가족(51.4%) > 친구(31.0%) > 혼자(20.8%)
한복 관련 프로그램 전반적 만족도 -긍정 비율	전시 및 축제(69.1%) > 한복입기 체험(65.7%) > 박람회(58.3%)
한복 관련 필요 프로그램	현대적인 한복 디자인 개발 및 유통지원(41.9%) > 한복 체험 및 교육 확대(22.3%) > 한복의 적극적인 홍보(20.5%)

CHAPTER

03

주요지표 분석

제1절 조사 개요 요약

제2절 결과분석

제3절 부록

제3장 주요지표 분석

제1절 조사 개요 요약

- 주요지표 분석을 통한 데이터 분석은 산업 세세분류(한복 제조업, 한복 소매업)의 시도별 분석이 필요하여 한국통계진흥원에서 제공하는 MDIS(마이크로데이터 통합서비스) RAS(원격접근서비스)를 통한 테이블 산출이 필요함
- 본 조사는 시계열 분석을 위해 2010, 2015, 2020년의 경제총조사 데이터를 활용함
- 경제총조사는 2020년도부터 별도의 사업장이 없는 사업체도 조사대상에 포함하여 시계열 비교 시에 주의가 필요함

[표3-1] 조사 내용_주요지표 분석

구 분	기준연도
한복 사업체 수	2010, 2015, 2020
한복 종사자 수	2010, 2015, 2020
매출액	2010, 2015, 2020 (한복 제조업: 2010년 KOSIS 활용)
영업비용	2010, 2015, 2020 (한복 제조업: 2010년 KOSIS 활용)
매출원가 (한복 소매업만 해당)	2010, 2015, 2020
임차료	2010, 2015, 2020
광고선전비	2015, 2020
온라인쇼핑 거래 여부 (한복 소매업만 해당)	2010, 2015, 2020

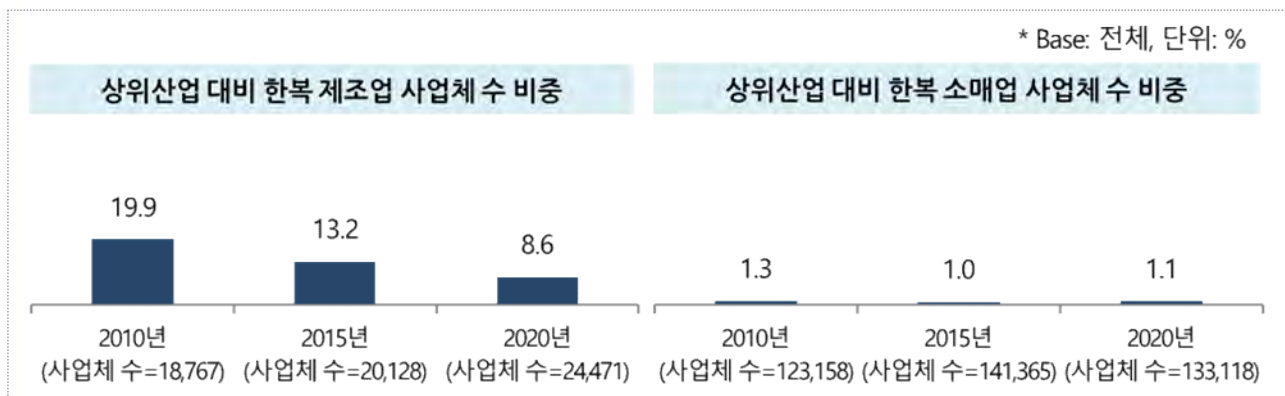
제2절 결과분석

1. 사업체 특성

1) 상위산업분류 대비 한복 사업체 수

- 한복 제조업의 상위산업은 '봉제의복 제조업'이고, 한복 소매업의 상위산업은 '의복 소매업'임
- 상위산업분류인 봉제의복 제조업 사업체 수('10: 18,767, '15: 20,128, '20: 24,471)는 증가하는 추세이나, 한복 제조업 사업체 수의 비중은 감소
- 상위산업분류인 의복 소매업 대비 한복 소매업 사업체 수 비중은 2015년에 다소 감소하였으나, 2020년도에 소폭 증가

[그림3-1] 상위산업 대비 한복 사업체 비중



[표3-2] 상위산업 대비 한복 사업체 수

[단위: %]

2010년			2015년			2020년		
사업체 수		(18,767)	사업체 수		(20,128)	사업체 수		(24,471)
봉제 의복 제조업	정장 제조업	32.7	봉제 의복 제조업	정장 제조업	32.0	봉제 의복 제조업	겉옷 제조업	38.8
	내의 및 잠옷 제조업	3.1		내의 및 잠옷 제조업	3.5		속옷 및 잠옷 제조업	3.2
	한복 제조업	19.9		한복 제조업	13.2		한복 제조업	8.6
	기타 봉제의복 제조업	44.3		기타 봉제의복 제조업	51.3		기타 봉제의복 제조업	49.4

2010년			2015년			2020년		
사업체 수		(123,158)	사업체 수		(141,365)	사업체 수		(133,118)
섬유, 직물, 의복 및 의복 액세 서리 소매업	가정용 직물제품 소매업	8.3	섬유, 직물, 의복 및 의복 액세 서리 소매업	가정용 직물제품 소매업	7.6	의복 소매업	남자용 겉옷 소매업	7.9
	한복 소매업	1.3		한복 소매업	1.0		여자용 겉옷 소매업	33.7
	남녀용 정장 소매업	17.2		남녀용 정장 소매업	17.3		속옷 및 잠옷 소매업	7.8
	유아용 의류 소매업	3.0		유아용 의류 소매업	4.1		셔츠 및 블라우스 소매업	21.5
	내의 소매업	6.3		내의 소매업	5.7		한복 소매업	1.1
	셔츠 및 기타 의복 소매업	55.1		셔츠 및 기타 의복 소매업	54.8		가죽 및 모피 의복 소매업	3.5
	기타 섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업	8.9		기타 섬유, 직물 및 의복액세서리 소매업	9.5		유아용 의류 소매업	5.4
						기타 의복 소매업	19.1	

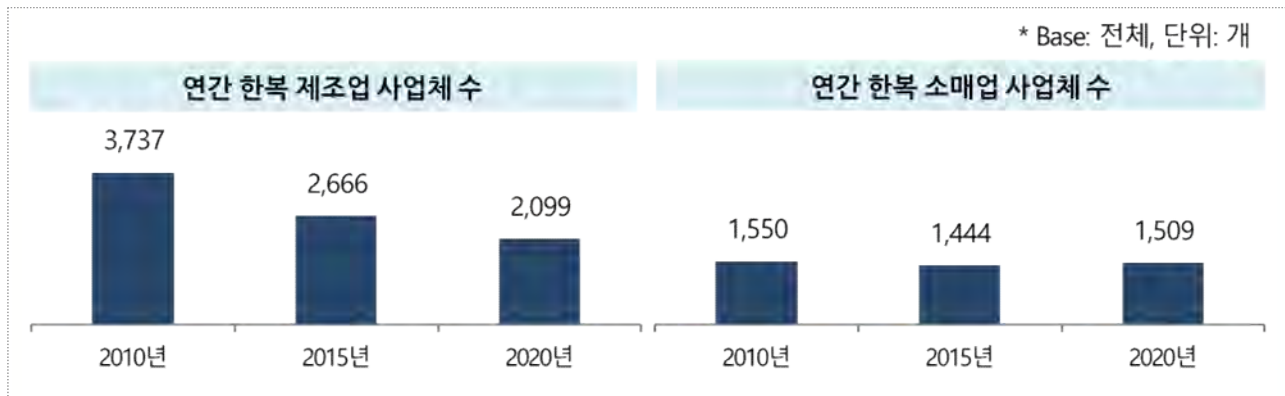
※ 한복 소매업의 상위산업은 2020년 기준 '섬유, 직물, 의복 및 의복 액세서리 소매업'에서 '의복 소매업'으로 변경됨

※ 소수점 둘째 자리에서 반올림되어 합계가 100이 아닐 수 있음

2) 한복 사업체 수

- 한복 제조업 사업체 수는 감소하는 추세이며, 한복 소매업은 매년 유사한 수준으로 사업체 수를 유지하고 있음
- 한복 사업체는 대표자가 여성인 경우가 상대적으로 높으며, 사업체 지역은 서울이 가장 높음
- 대표자 연령은 2020년 기준 '60대 이상'이 40% 이상으로 높은 수준
- 한복 사업체는 '개인사업체'인 형태가 가장 많음
- 한복 제조업체의 업력은 2020년 기준 '21년 이상'이 26.2%, '5년 이하'가 25.7%인 운영업체의 비중이 높으며, 한복 소매업은 '5년 이하' > '6-10년' > '21년 이상' 등의 비율임

[그림3-2] 한복 사업체 수



[표3-3] 대표자 성별 및 지역별 한복 사업체 수

[단위: %]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
대표자 성별	남성	13.2	13.7	15.5	21.7	20.0	20.0
	여성	86.8	86.3	84.5	78.3	80.0	80.0
대표자 연령	29세 이하	-	0.8	2.0	-	1.8	2.0
	30~39세	-	3.6	6.1	-	6.9	8.8
	40~49세	-	11.4	23.3	-	16.3	18.0
	50~59세	-	34.1	26.7	-	32.3	26.4
	60세 이상	-	50.2	42.0	-	42.7	44.7
조직형태	개인사업체	99.9	99.0	98.1	99.2	98.6	97.1
	회사법인	0.1	0.9	1.7	0.8	1.2	2.8
	회사외법인	0.0	0.1	0.1	-	0.1	0.1
	비법인단체	-	-	0.0	0.1	0.1	-
지역	서울	22.1	22.6	22.3	21.4	20.7	21.3
	부산	17.6	18.1	18.2	9.2	10.3	10.4
	대구	8.5	8.2	7.3	5.1	5.7	6.7
	인천	4.3	4.0	3.8	3.0	3.1	3.8
	광주	5.1	4.8	3.9	3.0	2.6	2.6
	대전	5.9	6.5	6.3	1.3	1.6	1.4
	울산	2.2	2.4	2.2	3.9	4.8	3.7
	세종	-	0.0	0.1	-	0.3	0.3
	경기	7.6	6.6	8.5	13.5	13.2	14.1
	강원	2.7	2.9	2.6	3.4	3.7	3.6
	충북	1.6	1.8	1.7	3.5	3.0	2.8
	충남	2.1	2.0	2.0	3.5	3.3	3.7
	전북	3.7	3.0	3.2	5.8	5.0	4.2
	전남	3.3	3.3	3.2	4.1	3.9	3.8
	경북	4.4	4.4	4.8	10.2	9.8	9.1
	경남	7.4	8.1	8.3	7.7	7.6	7.2
	제주	1.5	1.4	1.7	1.4	1.2	1.3

※ 조직형태 데이터는 KOSIS 통계표(경제총조사) 수치를 활용함

※ 대표자 연령 데이터는 KOSIS 통계표(전국사업체조사) 수치를 활용함

[표3-4] 영업 기간별 한복 사업체 수

[단위: %]

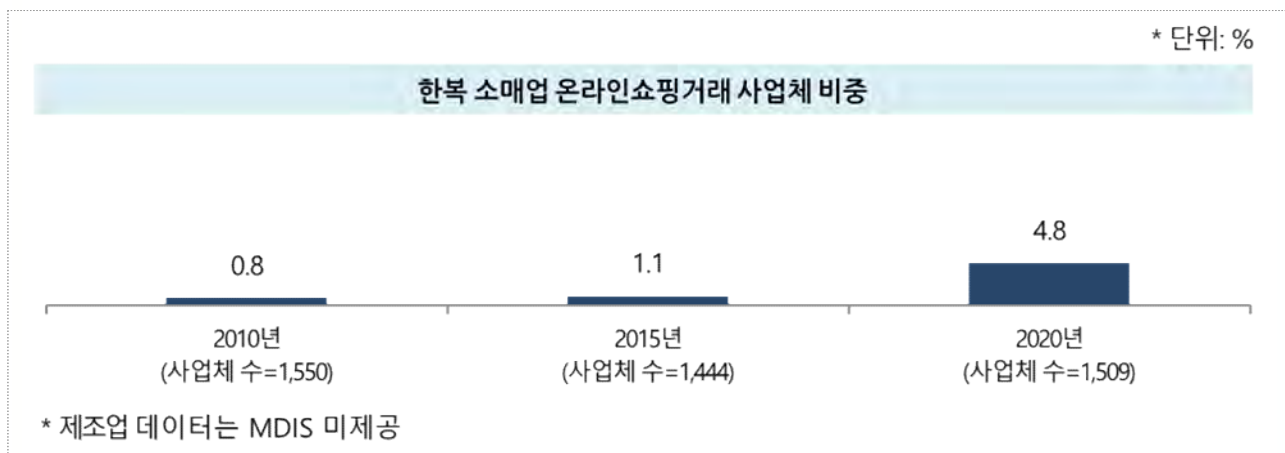
		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
평균(년)		12.42	14.30	14.21	12.68	13.09	12.52
영업 기간	5년 이하	25.2	23.0	25.7	29.8	35.5	35.3
	6-10년	23.1	17.7	17.2	19.5	15.9	21.1
	11-15년	20.8	17.9	16.8	17.9	12.6	13.8
	16-20년	13.5	16.3	14.1	11.9	11.2	8.8
	21년 이상	17.3	25.0	26.2	20.8	24.8	20.9

※ 경제총조사는 2020년도부터 별도의 사업장이 없는 사업체도 조사대상에 포함하여 시계열 비교 시에 주의가 필요함

3) 온라인쇼핑 거래 여부

- 한복 소매업의 온라인쇼핑 거래 사업체 비중이 대체로 높지 않으나 증가하는 추세이며 2010년도 대비 2020년 4.0%p 증가
- 지역별로 살펴보면, 2020년 기준 '제주'에서 타 지역에 비해 온라인쇼핑 거래 사업체 비중이 상대적으로 가장 높음

[그림3-3] 온라인쇼핑 거래 여부



[표3-5] 온라인쇼핑 거래 여부

[단위: %]

		2010년 한복 소매업			2015년 한복 소매업			2020년 한복 소매업		
		사업체 수	거래O	거래X	사업체 수	거래O	거래X	사업체 수	거래O	거래X
전체		(1550)	0.8	99.2	(1444)	1.1	98.9	(1509)	4.8	95.2
지역	서울	(332)	1.8	98.2	(299)	2.0	98.0	(321)	7.8	92.2
	부산	(142)	-	100.0	(149)	1.3	98.7	(157)	2.5	97.5
	대구	(79)	2.5	97.5	(82)	-	100.0	(101)	2.0	98.0
	인천	(47)	-	100.0	(45)	-	100.0	(58)	-	100.0
	광주	(46)	2.2	97.8	(38)	-	100.0	(39)	-	100.0
	대전	(20)	5.0	95.0	(23)	-	100.0	(21)	-	100.0
	울산	(61)	-	100.0	(70)	1.4	98.6	(56)	-	100.0
	세종	(0)	-	-	(4)	-	100.0	(4)	-	100.0
	경기	(2)	1.0	99.0	(3)	1.6	98.4	(35)	16.4	83.6
	강원	(53)	0.0	100.0	(54)	5.6	94.4	(55)	-	100.0
	충북	(54)	0.0	100.0	(44)	0.0	100.0	(42)	4.8	95.2
	충남	(54)	-	100.0	(48)	-	100.0	(56)	-	100.0
	전북	(90)	-	100.0	(72)	-	100.0	(64)	-	100.0
	전남	(64)	-	100.0	(57)	-	100.0	(57)	-	100.0
	경북	(158)	-	100.0	(142)	0.7	99.3	(137)	-	100.0
	경남	(120)	0.8	99.2	(110)	-	100.0	(108)	-	100.0
	제주	(21)	-	100.0	(17)	-	100.0	(20)	25.0	75.0

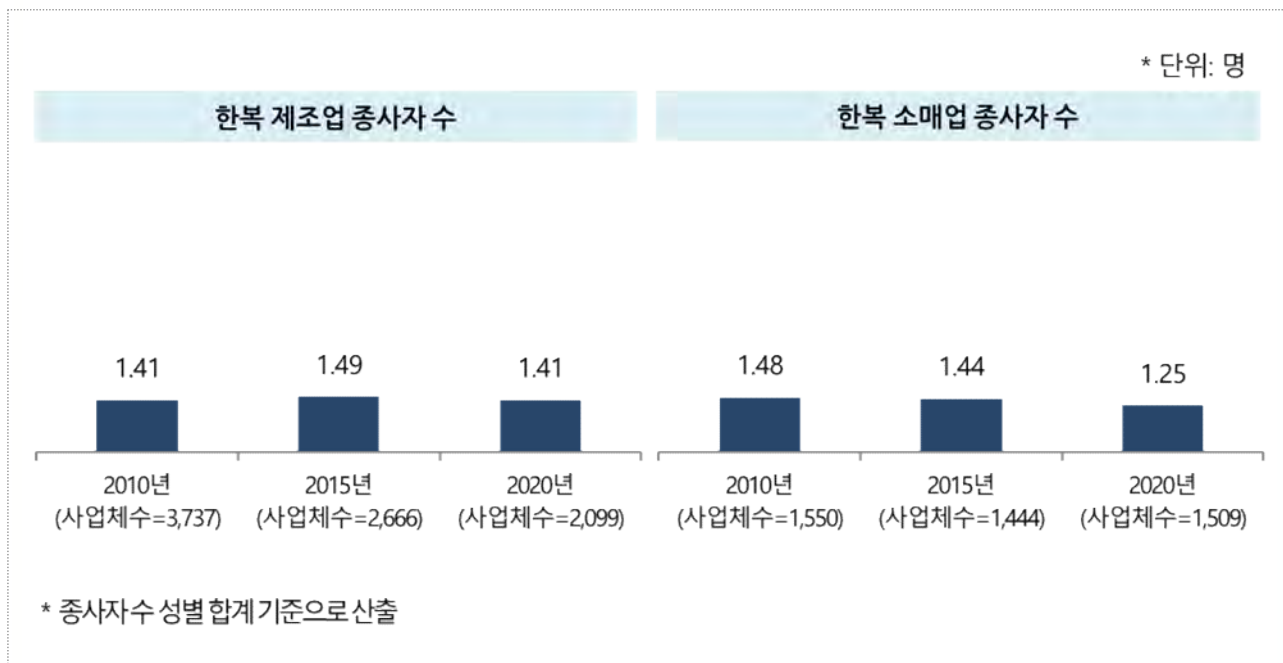
※ 제조업 데이터는 MDIS 미제공

2. 인력 현황

1) 종사자 수

- 한복 제조업 사업체당 평균 종사자 수는 매년 유사한 수준
- 한복 소매업 사업체당 평균 종사자 수는 감소하는 추세
- 한복 사업체의 종사자 성별은 '여성'이, 종사상지위는 '자영업주'가 가장 많음

[그림3-4] 사업체당 평균 종사자 수



[표3-6] 종사자 성별 및 지역별 종사자 수 평균

[단위: 명]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
종사자 수 합계		5,253	3,968	2,958	2,297	2,085	1,886
종사자 수 평균		1.41	1.49	1.41	1.48	1.44	1.25
종사자 성별	남성	0.22	0.26	0.26	0.30	0.29	0.25
	여성	1.19	1.23	1.15	1.18	1.15	1.00
지역	서울	1.58	1.70	1.56	1.66	1.74	1.46
	부산	1.50	1.66	1.49	1.28	1.24	1.20
	대구	1.48	1.48	1.39	1.37	1.43	1.24
	인천	1.35	1.53	1.40	1.30	1.31	1.16
	광주	1.33	1.42	1.41	3.50	1.58	1.38
	대전	1.31	1.34	1.33	1.60	1.61	1.05
	울산	1.18	1.32	1.11	1.33	1.44	1.16
	세종	-	2.00	2.50	-	1.00	1.00
	경기	1.40	1.46	1.43	1.49	1.51	1.20
	강원	1.11	1.06	1.00	1.28	1.35	1.20
	충북	1.57	1.53	1.31	1.46	1.55	1.17
	충남	1.30	1.41	1.50	1.31	1.40	1.20
	전북	1.20	1.38	1.39	1.42	1.35	1.20
	전남	1.22	1.25	1.24	1.31	1.23	1.16
	경북	1.25	1.27	1.32	1.28	1.24	1.18
	경남	1.13	1.15	1.19	1.23	1.30	1.16
	제주	1.56	1.58	1.46	1.38	1.18	1.25

※ 종사자 수 평균 = (종사자 수) / (사업체 수)

[표3-7] 종사상지위별 종사자 수 평균

[단위: 명]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
종사자 수 평균		1.41	1.47	1.40	1.48	1.44	1.25
종사상 지위	상용근로	0.13	0.19	0.15	0.11	0.18	0.13
	임시일용	0.11	0.10	0.07	0.13	0.06	0.04
	자영	1.00	0.99	0.98	0.99	0.99	0.98
	무급가족	0.16	0.16	0.17	0.24	0.20	0.09
	기타	0.01	0.03	0.03	0.00	0.01	0.00

※ MDIS 데이터 내 종사자 수의 성별 총합과 종사상지위 총합이 상이함

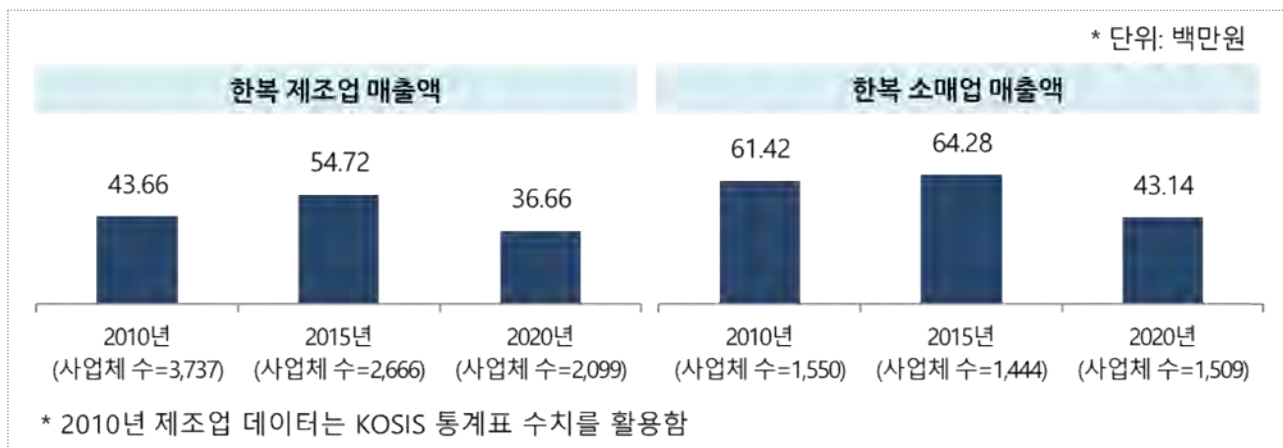
※ 종사자 수 평균 = (종사자 수) / (사업체 수)

3. 매출 현황

1) 매출액

- 한복 사업체의 매출액 평균은 2015년 대비 제조업은 33.0%, 소매업은 32.9% 감소
- 한복 제조업과 한복 소매업 모두 '서울'의 매출액이 높음

[그림3-5] 매출액 평균



[표3-8] 매출액 평균

[단위: 백만원]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
매출액 평균		43.66	54.72	36.66	61.42	64.28	43.14
지역	서울	65.00	87.95	59.83	88.05	110.54	70.03
	부산	42.24	46.12	33.15	43.32	53.13	36.92
	대구	54.97	43.52	25.02	39.59	62.99	36.15
	인천	32.47	115.03	35.71	36.70	42.91	48.71
	광주	29.63	72.39	28.78	173.15	69.79	38.00
	대전	42.35	31.98	26.22	87.80	71.43	36.86
	울산	25.85	39.43	18.13	34.16	49.67	27.04
	세종	-	24.00	37.00	-	43.50	33.75
	경기	49.89	45.41	42.19	78.38	64.83	55.33
	강원	24.82	19.58	20.06	39.53	49.46	29.82
	충북	44.92	54.85	24.74	43.35	49.50	20.60
	충남	26.43	34.30	22.45	46.59	48.79	24.14
	전북	25.39	43.75	53.64	43.86	49.28	29.98
	전남	26.19	32.89	20.45	34.81	36.49	29.26
	경북	25.75	28.58	25.44	42.32	44.56	27.57
	경남	24.29	29.94	20.42	47.92	41.87	26.36
	제주	47.54	41.34	38.14	57.48	43.41	29.15

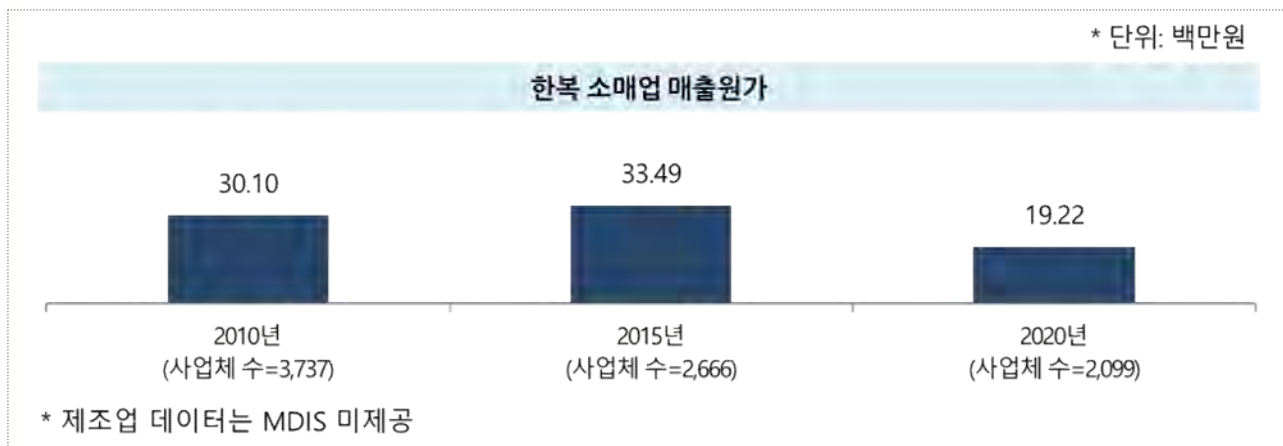
※ 2010년 제조업 데이터는 KOSIS 통계표 수치를 활용함

※ 매출액 평균 = (매출액) / (사업체 수)

2) 매출원가

- 한복 소매업의 매출원가는 2015년 대비 42.6% 감소
- 매출액이 높은 '서울'과 '경기'에서 매출원가도 높음

[그림3-6] 매출원가 평균



[표3-9] 매출원가 평균

[단위: 백만원]

		한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년
사업체 수		(1,550)	(1,444)	(1,509)
매출원가 평균		30.10	33.49	19.22
지역	서울	40.09	59.05	22.78
	부산	18.97	24.89	20.00
	대구	17.87	34.87	18.41
	인천	18.06	21.60	15.24
	광주	97.13	36.11	17.87
	대전	49.10	40.43	20.62
	울산	15.61	26.07	14.13
	세종	-	21.75	20.75
	경기	39.90	32.59	31.07
	강원	18.64	25.37	12.29
	충북	21.37	27.09	10.26
	충남	22.35	25.92	12.27
	전북	22.28	23.86	15.02
	전남	15.91	18.72	17.25
	경북	21.61	23.00	13.95
	경남	27.28	22.14	11.41
	제주	28.29	27.53	15.30

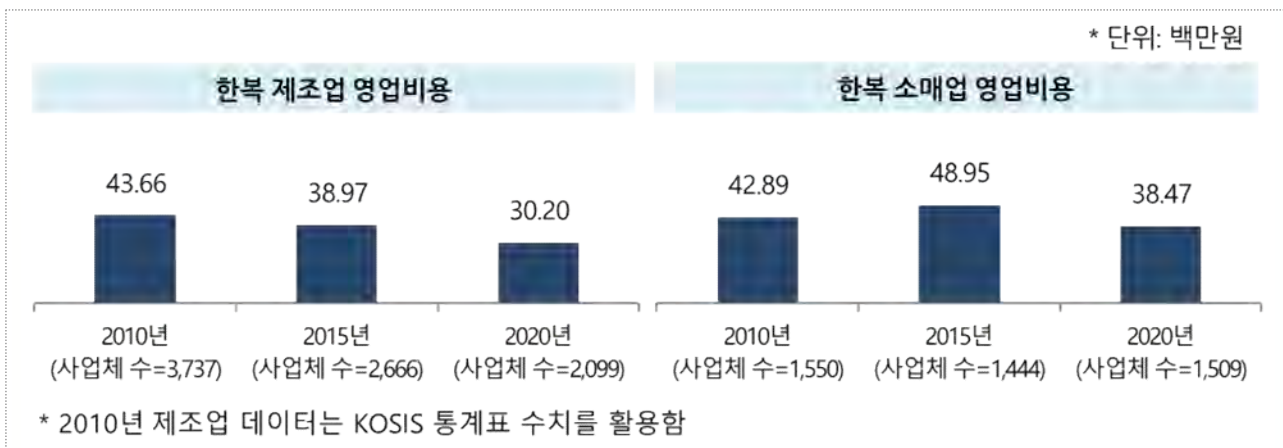
※ 제조업 데이터는 MDIS 미제공

※ 매출원가 평균 = (매출원가) / (사업체 수)

3) 영업비용

- 한복 사업체의 영업비용은 2015년 대비 제조업은 22.5%, 소매업은 21.4% 감소
- '서울' 지역의 한복 제조업과 한복 소매업의 영업비용 평균이 높음

[그림3-7] 영업비용 평균



[표3-10] 영업비용 평균

[단위: 백만원]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
영업비용 평균		28.26	38.97	30.20	42.89	48.95	38.47
지역	서울	46.68	71.69	56.88	64.20	94.61	71.01
	부산	25.22	28.16	21.88	27.31	37.32	29.38
	대구	37.86	26.17	18.29	24.77	45.24	30.65
	인천	21.09	99.46	30.31	27.91	31.84	37.22
	광주	15.69	50.63	21.02	139.41	46.92	32.38
	대전	24.02	19.95	16.25	67.20	51.52	27.38
	울산	14.61	22.81	12.45	23.05	36.13	30.11
	세종	-	13.00	41.00	-	31.50	29.00
	경기	32.55	28.13	42.15	54.62	47.56	48.76
	강원	13.82	11.38	11.63	24.23	35.85	20.84
	충북	31.62	37.34	17.63	28.19	36.80	16.48
	충남	15.71	22.24	23.38	30.52	34.54	21.66
	전북	14.27	29.45	48.13	27.26	31.93	21.23
	전남	15.04	20.10	13.25	21.06	23.39	24.46
	경북	14.63	16.60	18.45	27.35	31.41	20.74
	경남	13.87	16.58	11.01	34.50	28.81	20.40
	제주	29.51	28.11	28.57	34.48	33.18	25.50

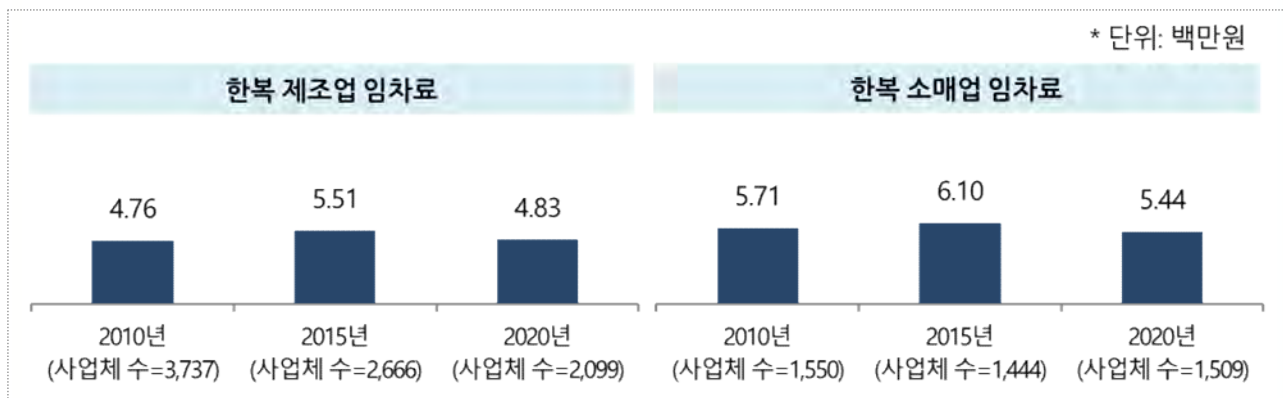
※ 2010년 제조업 데이터는 KOSIS 통계표 수치를 활용함

※ 영업비용 평균 = (영업비용) / (사업체 수)

4) 임차료

- 한복 사업체의 임차료는 2015년 대비 소폭 감소
(한복 제조업: 12.3% 감소, 한복 소매업: 10.8% 감소)
- 임차료가 가장 비싼 지역은 '서울'로 나타남

[그림3-8] 임차료 평균



[표3-11] 임차료 평균

[단위: 백만원]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
임차료 평균		4.76	5.51	4.83	5.71	6.10	5.44
지역	서울	9.72	11.77	9.57	12.50	13.53	12.11
	부산	4.08	4.40	3.95	4.01	4.59	2.57
	대구	3.77	3.91	3.70	3.37	4.05	5.66
	인천	4.26	5.02	3.75	6.83	6.40	4.59
	광주	2.33	3.39	4.02	6.98	6.66	4.08
	대전	2.11	2.51	2.48	5.05	5.22	1.90
	울산	3.30	2.97	2.04	3.13	3.74	7.95
	세종	-	X	X	-	6.75	4.75
	경기	6.18	6.81	5.78	5.89	7.03	4.92
	강원	2.75	2.62	2.96	3.00	2.54	2.24
	충북	3.82	4.89	4.34	2.91	4.05	3.07
	충남	2.13	3.13	3.83	5.02	5.02	2.98
	전북	2.00	2.21	3.37	2.34	2.44	1.23
	전남	1.63	1.66	0.54	1.94	1.70	2.47
	경북	1.88	2.35	3.17	2.43	2.11	2.75
	경남	2.23	2.57	2.08	2.87	2.59	2.91
	제주	3.09	2.32	2.20	2.33	3.06	2.30

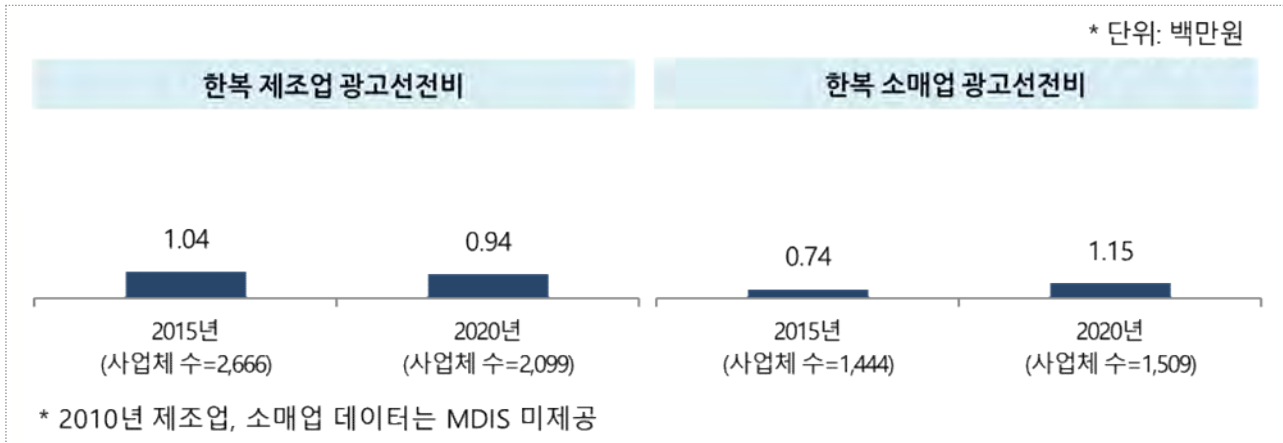
※ 임차료 평균 = (임차료) / (사업체 수)

※ X: 사례수 3미만 항목

5) 광고선전비

- 광고선전비는 2015년 대비 유사한 수준
- 지역별로 살펴보면, 수도권에서 광고선전비가 높음

[그림3-9] 광고선전비 평균



[표3-12] 광고선전비 평균

[단위: 백만원]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체 수		(3,737)	(2,666)	(2,099)	(1,550)	(1,444)	(1,509)
광고선전비 평균		-	0.26	0.32	-	0.20	0.58
지역	서울	-	0.85	0.58	-	0.73	1.64
	부산	-	0.01	0.08	-	0.03	0.31
	대구	-	0.03	0.36	-	0.28	0.17
	인천	-	0.47	1.03	-	-	0.74
	광주	-	0.25	0.04	-	0.05	0.23
	대전	-	0.03	0.11	-	0.04	0.67
	울산	-	0.46	-	-	0.11	0.13
	세종	-	X	X	-	-	-
	경기	-	0.06	0.86	-	0.15	0.67
	강원	-	0.08	-	-	-	0.07
	충북	-	0.19	0.14	-	0.07	0.40
	충남	-	0.13	0.02	-	0.02	0.09
	전북	-	-	0.52	-	0.03	0.16
	전남	-	0.06	-	-	-	0.09
	경북	-	0.01	0.07	-	0.01	0.06
	경남	-	0.10	0.01	-	0.03	0.13
	제주	-	-	0.09	-	-	0.15

※ 2010년 제조업, 소매업 데이터는 MDIS 미제공

※ 광고선전비 평균 = (광고선전비) / (사업체 수)

※ X: 사례수 3미만 항목

제3절 부록

[표3-13] 주요지표_한복산업 총괄표(합계)

[단위: 개, 명, 백만원]

		한복 제조업			한복 소매업		
		2010년	2015년	2020년	2010년	2015년	2020년
사업체수		3,737	2,666	2,099	1,550	1,444	1,509
지역	서울	827	603	469	332	299	321
	부산	659	482	382	142	149	157
	대구	318	218	153	79	82	101
	인천	161	106	80	47	45	58
	광주	189	127	81	46	38	39
	대전	220	173	132	20	23	21
	울산	82	63	47	61	70	56
	세종	-	1	2	-	4	4
	경기	284	176	178	209	190	213
	강원	100	77	54	53	54	55
	충북	61	47	35	54	44	42
	충남	77	54	42	54	48	56
	전북	137	80	67	90	72	64
	전남	123	88	67	64	57	57
	경북	165	117	100	158	142	137
	경남	277	216	175	120	110	108
	제주	57	38	35	21	17	20
종사자 수		5,253	3,968	2,958	2,297	2,085	1,886
성별	남	810	686	538	470	419	370
	여	4,443	3,282	2,420	1,827	1,666	1,516
매출액		163,146	145,882	76,945	95,195	92,819	65,093
규모	50 미만	62,450	46,716	29,519	22,776	23,906	21,616
	50~100 미만	35,059	23,993	11,155	20,799	23,022	10,262
	100~500 미만	37,955	31,887	19,539	31,704	28,265	20,608
	500~1,000 미만	11,674	9,317	6,536	7,744	6,086	4,772
	1,000 이상	16,008	33,969	10,196	12,172	11,540	7,835
영업비용		105,620	103,881	63,387	66,481	70,689	58,044
매출원가		-	-	-	46,661	48,362	29,004
임차료		17,794	14,693	10,140	8,850	8,814	8,215
광고선전비		-	698	662	-	296	873

※ KOSIS 자료 활용(지역별 사업체 수의 경우, KOSIS에서 미제공되어 MDIS를 활용)

CHAPTER

04

사업체 조사

제1절 조사 개요 요약

제2절 결과분석

제4장 사업체 조사

제1절 조사 개요 요약

- 사업체 조사의 기본 설계는 다음과 같음

[표4-1] 조사 설계_사업체

구 분	사 업 체			
조사 대상	한복문화산업을 운영하는 사업체			
조사 지역	16개 시/도			
조사 방법	온라인 및 오프라인 조사			
표본 크기	1,000명			
표본 추출방법 (업종 중복응답)	업종별 조사결과			
	표본 수	제조	판매	임대
	1,000	574	786	352
조사 기준 시점	2022년 (자본금 및 매출액의 경우 2021.12.31. 기준)			
조사 실시 기간	2022.10.11.~2022.11.14			

● 응답자 특성은 다음과 같음

[표4-2] 응답자 특성_사업체

구 분		사례 수	비율(%)
전 체		(1,000)	100
사업체 형태	회사법인	(9)	0.9
	개인사업자	(914)	91.4
	미등록사업자	(77)	7.7
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	75.0
	기성복 제작/판매	(283)	28.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	16.4
	부자재 제작/판매	(112)	11.2
	바느질·자수 가공	(177)	17.7
	염색·염직 가공	(15)	1.5
	한복 대여(임대)	(349)	34.9
	한복 교육	(12)	1.2
	기타	(1)	0.1
권역	서울	(219)	21.9
	인천/경기	(105)	10.5
	충청권	(187)	18.7
	대구/경북권	(191)	19.1
	부산/경남권	(154)	15.4
	호남권	(116)	11.6
	강원	(24)	2.4
	제주	(4)	0.4
종사자 규모	1명	(775)	77.5
	2~5명 미만	(217)	21.7
	5~10명 미만	(7)	0.7
	10명 이상	(1)	0.1

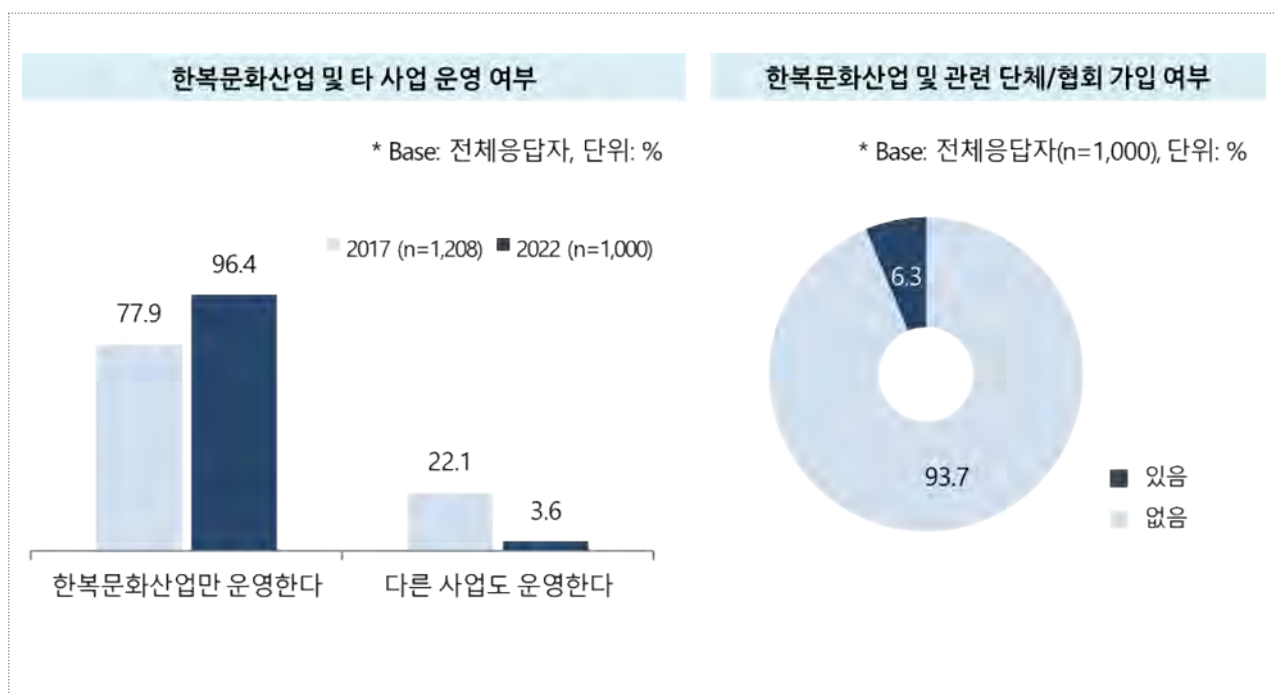
제2절 결과분석

1. 일반 현황

1) 사업 운영 형태

- 한복문화산업을 운영하는 사업체 중 다른 사업도 함께 운영하는 비율은 3.6%로 매우 낮은 수준
- 이는 한복 시장 실태조사 결과 보고서의 '17년 대비 18.5%p 감소한 수치임
- 한복문화산업 및 관련 단체/협회에 가입한 비율 역시 6.3%로 낮은 수준

[그림4-1] 사업 운영 형태



- 사업체 형태별로 살펴본 결과, 개인사업자의 경우 한복문화산업만 운영하는 비율이 96.4%, 단체/협회 미가입 비율은 93.3%임

[표4-3] 사업 운영 형태_한복문화산업 및 타 사업 운영 여부

(단위:%)

구분		사례 수	한복문화산업만 운영	다른 사업도 운영
2017년 전체		(1,208)	77.9	22.1
2022년 전체		(1,000)	96.4	3.6
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	33.3
	개인사업자	(914)	96.4	3.6
	미등록사업자	(77)	100	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	96.9	3.1
	기성복 제작/판매	(283)	94.7	5.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	97.0	3.0
	부자재 제작/판매	(112)	95.5	4.5
	바느질·자수 가공	(177)	96.6	3.4
	염색·염직 가공	(15)	93.3	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	95.7	4.3
	한복 교육	(12)	50.0	50.0
	기타	(1)	-	100

[표4-4] 사업 운영 형태_한복문화산업 및 관련 단체/협회 가입 여부

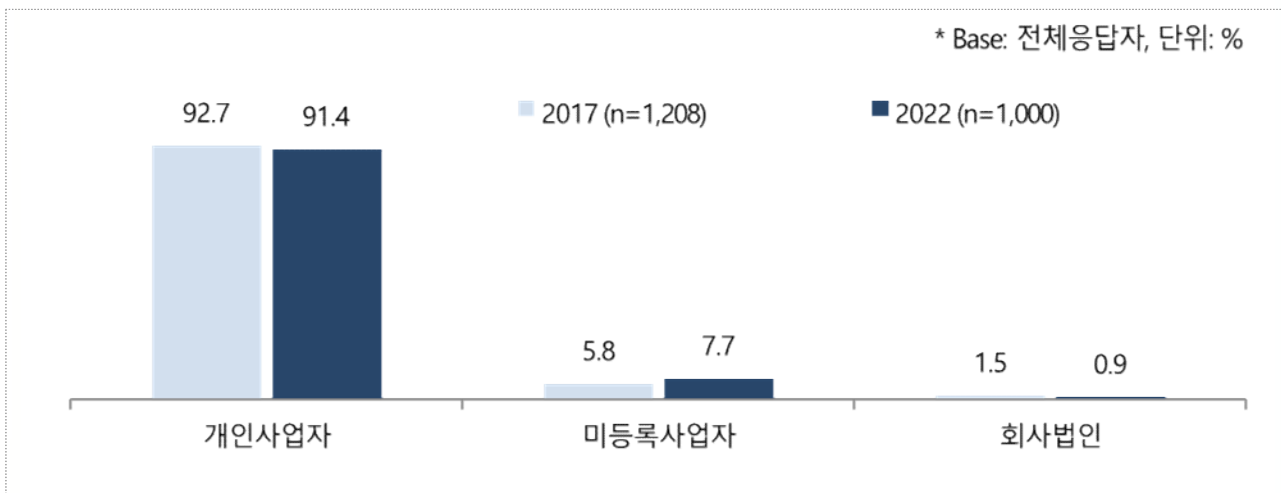
(단위:%)

구분		사례 수	가입 O	가입 X
2022년 전체		(1,000)	6.3	93.7
사업체 형태	회사법인	(9)	22.2	77.8
	개인사업자	(914)	6.7	93.3
	미등록사업자	(77)	-	100
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	7.5	92.5
	기성복 제작/판매	(283)	3.9	96.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	9.8	90.2
	부자재 제작/판매	(112)	6.3	93.8
	바느질·자수 가공	(177)	8.5	91.5
	염색·염직 가공	(15)	-	100
	한복 대여(임대)	(349)	4.6	95.4
	한복 교육	(12)	58.3	41.7
	기타	(1)	-	100

2) 사업체 형태

- 한복문화산업을 운영하는 사업체 형태는 '개인사업자'가 91.4%로 가장 많음
- 그다음 '미등록사업자 (7.7%)', '회사법인 (0.9%)' 순임
- 세부 업종별로 살펴본 결과, 바느질·자수 가공의 경우 '미등록사업자'의 비중이 15.8%로 타 업종 대비 높은 편

[그림4-2] 사업체 형태



[표4-5] 사업체 형태

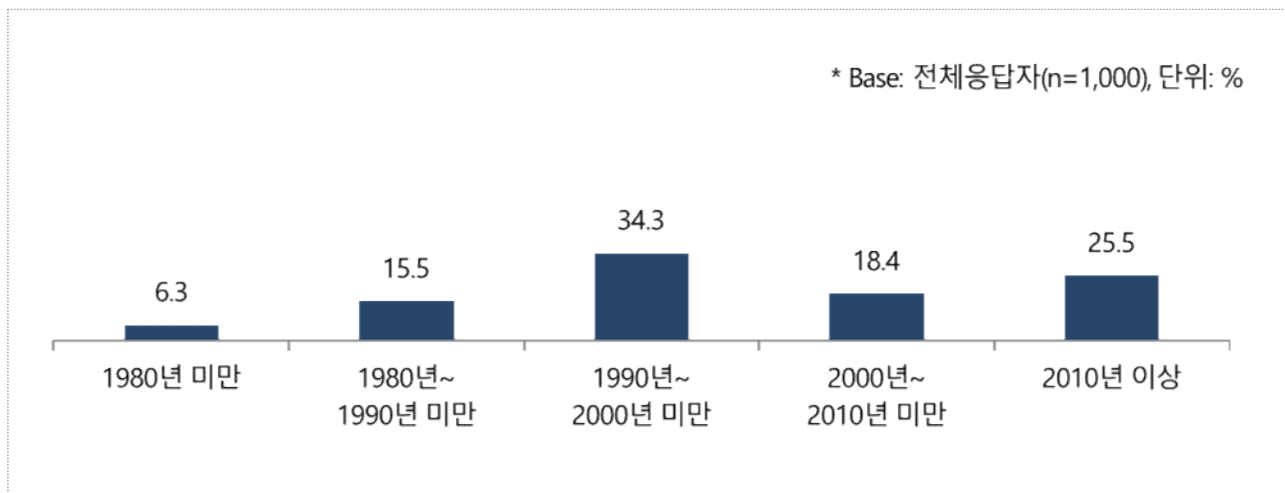
(단위:%)

구분		사례 수	개인사업자	미등록사업자	회사법인
2017년 전체		(1,208)	92.7	5.8	1.5
2022년 전체		(1,000)	91.4	7.7	0.9
사업체 형태	회사법인	(9)	-	-	100
	개인사업자	(914)	100	-	-
	미등록사업자	(77)	-	100	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	92.0	7.3	0.7
	기성복 제작/판매	(283)	97.2	1.8	1.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	97.0	1.8	1.2
	부자재 제작/판매	(112)	96.4	3.6	-
	바느질·자수 가공	(177)	83.1	15.8	1.1
	염색·염직 가공	(15)	93.3	6.7	-
	한복 대여(임대)	(349)	98.3	1.7	-
	한복 교육	(12)	91.7	-	8.3
	기타	(1)	100	-	-

3) 설립년도

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 설립년도는 '1990년 ~ 2000년 미만'이 34.3%로 가장 많음
- 그다음 '2010년 이상 (25.5%)', '2000년 ~ 2010년 미만 (18.4%)' 순임

[그림4-3] 설립년도



[표4-6] 설립년도

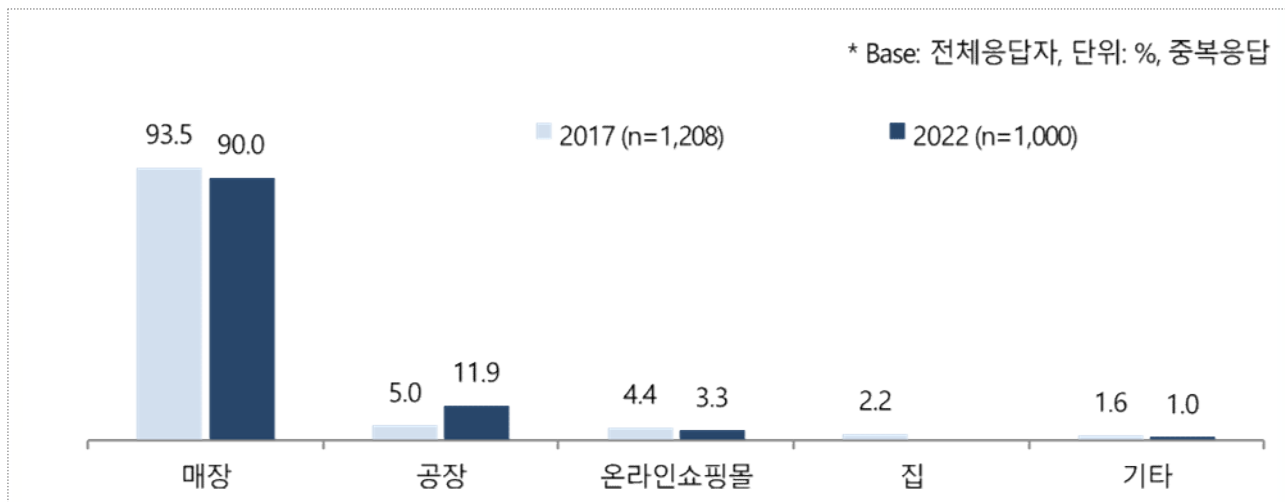
(단위:%)

구분		사례 수	1980년 미만	1980년~ 1990년 미만	1990년~ 2000년 미만	2000년~ 2010년 미만	2010년 이상
전체		(1,000)	6.3	15.5	34.3	18.4	25.5
사업체 형태	회사법인	(9)	-	11.1	-	22.2	66.7
	개인사업자	(914)	6.1	15.2	34.7	18.7	25.3
	미등록사업자	(77)	9.1	19.5	33.8	14.3	23.4
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	6.0	16.0	36.7	17.3	24.0
	기성복 제작/판매	(283)	5.3	12.4	37.5	17.7	27.2
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	10.4	21.3	36.6	24.4	7.3
	부자재 제작/판매	(112)	8.0	15.2	30.4	21.4	25.0
	바느질·자수 가공	(177)	5.6	15.8	35.0	18.1	25.4
	염색·염직 가공	(15)	-	20.0	20.0	33.3	26.7
	한복 대여(임대)	(349)	5.4	9.2	33.0	16.3	36.1
	한복 교육	(12)	-	8.3	8.3	16.7	66.7
	기타	(1)	-	-	-	-	100

4) 사업장 형태

- 한복문화산업을 운영하는 사업장 형태는 '매장'이 90.0%로 가장 많음
- '공장'의 형태로 운영되는 사업장은 11.9%로 이는 '17년 대비 6.9%p 증가한 수치임
- '17년 대비 상대적으로 매장의 비율은 감소하였지만, 공장의 비율은 증가함

[그림4-4] 사업장 형태



[표4-7] 사업장 형태

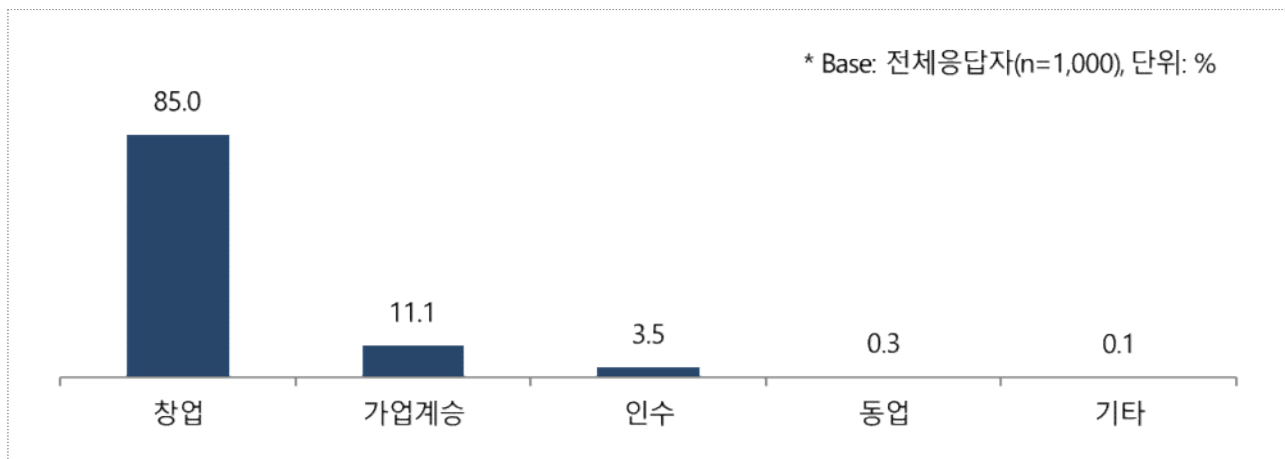
(단위: %, 중복응답)

구분		사례 수	매장	공장	온라인 쇼핑몰	집	기타
2017년 전체		(1,208)	93.5	5.0	4.4	2.2	1.6
2022년 전체		(1,000)	90.0	11.9	3.3	-	1.0
사업체 형태	회사법인	(9)	44.4	22.2	22.2	-	22.2
	개인사업자	(914)	94.4	7.9	3.4	-	0.9
	미등록사업자	(77)	42.9	58.4	-	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	90.1	12.8	3.1	-	1.1
	기성복 제작/판매	(283)	92.6	7.1	7.4	-	1.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	98.8	6.1	1.8	-	-
	부자재 제작/판매	(112)	91.1	8.9	4.5	-	1.8
	바느질·자수 가공	(177)	87.0	17.5	2.8	-	2.3
	염색·염직 가공	(15)	80.0	20.0	20.0	-	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	98.6	4.9	2.6	-	0.6
	한복 교육	(12)	66.7	-	8.3	-	50.0
	기타	(1)	-	-	100	-	-

5) 경영 형태

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 경영 형태는 '창업'이 85.0%로 가장 많은 비중을 차지함
- 사업체 형태별로 살펴본 결과, '회사법인'의 경우 '가업 계승 (33.3%)'의 경영 형태가 상대적으로 많음
- 세부 업종별로 살펴본 결과, '염색·염직 가공'의 경우 '가업 계승 (20.0%)'이 타 업종 대비 많음

[그림4-5] 경영 형태



[표4-8] 경영 형태

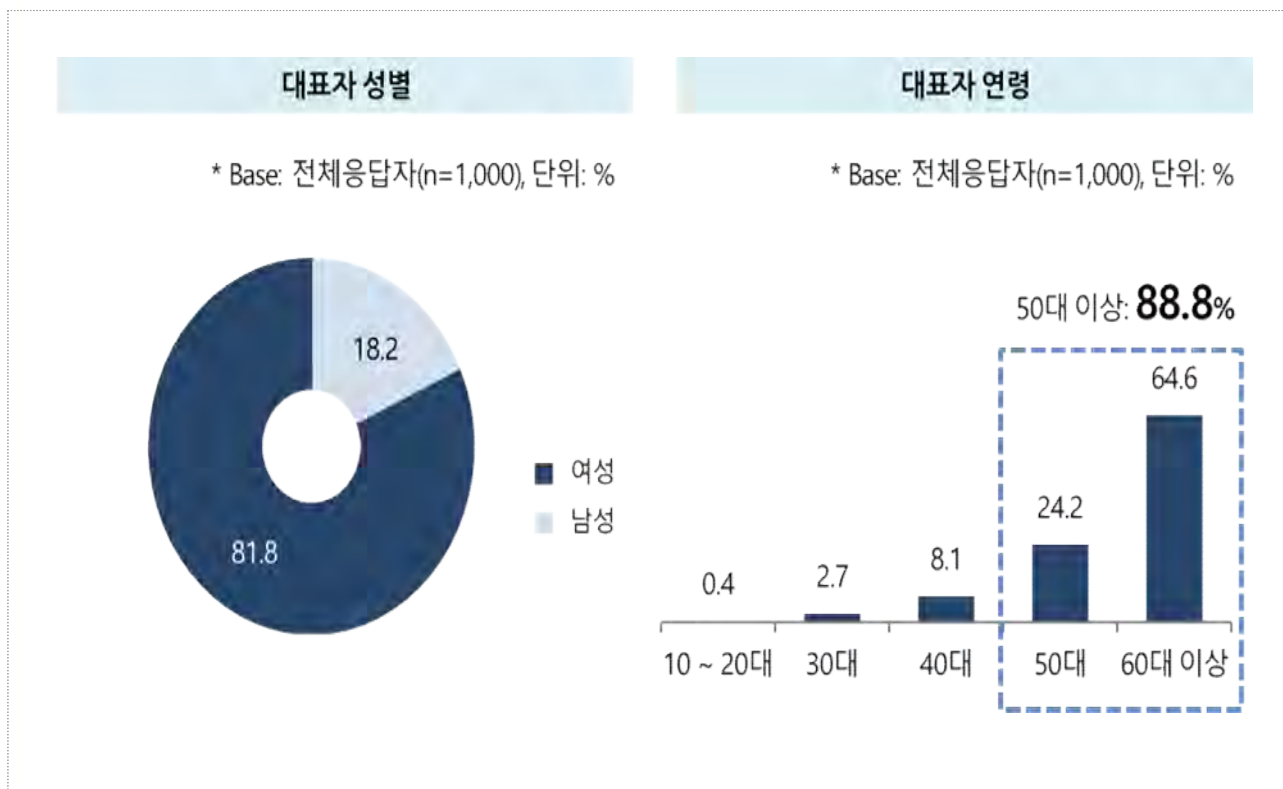
(단위:%)

구분		사례 수	창업	가업 계승	인수	동업	기타
전체		(1,000)	85.0	11.1	3.5	0.3	0.1
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	33.3	-	11.1	-
	개인사업자	(914)	84.9	11.3	3.5	0.2	0.1
	미등록사업자	(77)	89.6	6.5	3.9	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	85.7	11.7	2.1	0.3	0.1
	기성복 제작/판매	(283)	88.3	9.9	1.4	-	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	83.5	11.6	4.3	-	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	81.3	8.9	9.8	-	-
	바느질·자수 가공	(177)	86.4	7.9	5.6	-	-
	염색·염직 가공	(15)	66.7	20.0	13.3	-	-
	한복 대여(임대)	(349)	83.1	13.2	3.4	0.3	-
	한복 교육	(12)	91.7	-	-	8.3	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-

6) 대표자 성별 및 연령

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 대표자는 여성의 비율이 81.8%로 많음
- 대표자 연령은 50대 이상이 88.8%로 대부분을 차지했으며, 그중에서도 60대 이상이 64.6%임

[그림4-6] 대표자 성별 및 연령



[표4-9] 대표자 성별

(단위:%)

구분		사례 수	남성	여성
전체		(1,000)	18.2	81.8
사업체 형태	회사법인	(9)	22.2	77.8
	개인사업자	(914)	18.6	81.4
	미등록사업자	(77)	13.0	87.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	15.1	84.9
	기성복 제작/판매	(283)	17.3	82.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	35.4	64.6
	부자재 제작/판매	(112)	25.9	74.1
	바느질·자수 가공	(177)	15.8	84.2
	염색·염직 가공	(15)	26.7	73.3
	한복 대여(임대)	(349)	14.6	85.4
	한복 교육	(12)	-	100
	기타	(1)	-	100

[표4-10] 대표자 연령

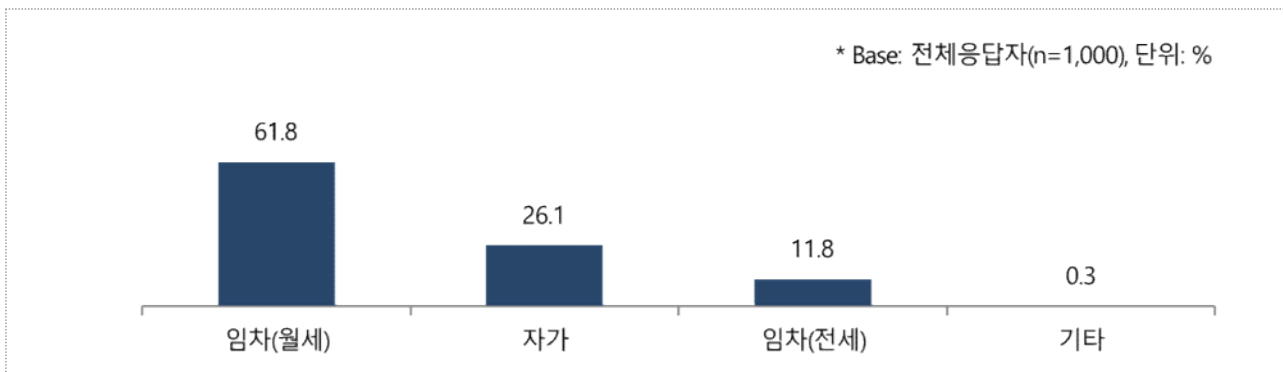
(단위:%)

구분		사례 수	10~20대	30대	40대	50대	60대 이상
전체		(1,000)	0.4	2.7	8.1	24.2	64.6
사업체 형태	회사법인	(9)	-	22.2	33.3	11.1	33.3
	개인사업자	(914)	0.4	2.7	8.4	25.6	62.8
	미등록사업자	(77)	-	-	1.3	9.1	89.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	0.3	2.4	7.5	22.4	67.5
	기성복 제작/판매	(283)	0.4	4.2	9.5	25.1	60.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	-	0.6	4.9	20.1	74.4
	부자재 제작/판매	(112)	-	0.9	10.7	35.7	52.7
	바느질·자수 가공	(177)	-	1.1	5.6	27.1	66.1
	염색·염직 가공	(15)	-	-	26.7	40.0	33.3
	한복 대여(임대)	(349)	0.6	3.4	13.2	26.6	56.2
	한복 교육	(12)	8.3	8.3	50.0	25.0	8.3
	기타	(1)	-	-	100	-	-

7) 사업체(영업장) 소유 형태

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 경우 '임차(월세)'가 61.8%로 가장 많은 비중 차지
- 그다음 '자가 (26.1%)', '임차(전세) (11.8%)' 순 임
- 세부 업종별로 살펴본 결과, '한복대여(임대)'는 '자가 (34.7%)'의 형태가, '기성복 제작/판매'는 '임차(전세) (16.6%)'의 형태가, '부자재 제작/판매'는 '임차(월세) (76.8%)'의 형태가 상대적으로 많음
- 권역별로 살펴본 결과, 호남권은 '임차(월세)'가 94.0%, 인천/경기는 '자가'가 44.8%로 타 권역 대비 많음

[그림4-7] 사업체(영업장) 소유 형태



[표4-11] 사업체(영업장) 소유 형태

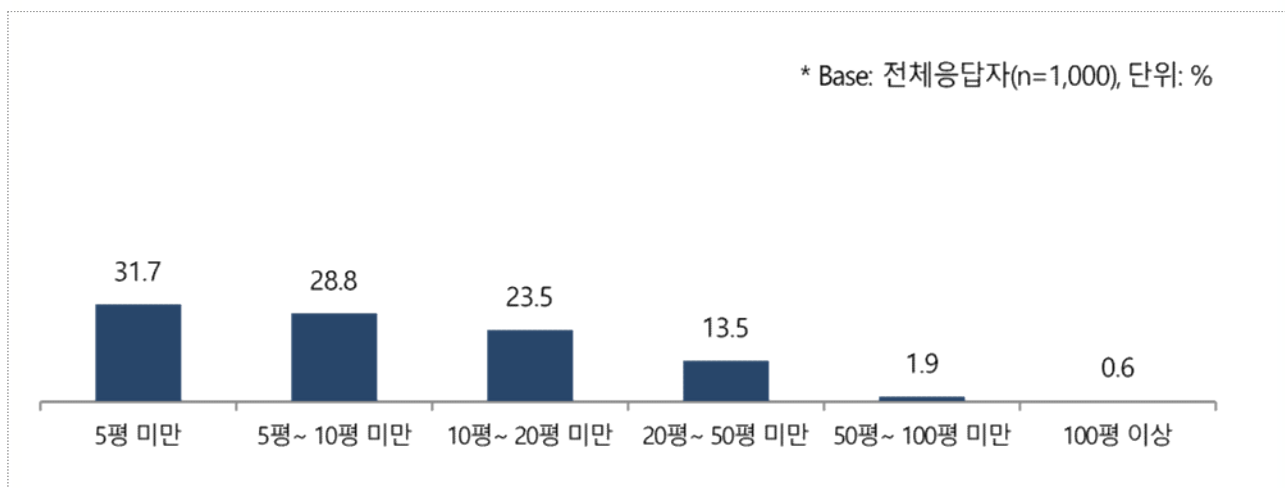
(단위:%)

구분		사례 수	자가	임차(전세)	임차(월세)	기타
전체		(1,000)	26.1	11.8	61.8	0.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	28.4	13.1	58.3	0.3
	기성복 제작/판매	(283)	24.0	16.6	58.7	0.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	32.3	4.3	63.4	-
	부자재 제작/판매	(112)	17.9	5.4	76.8	-
	바느질·자수 가공	(177)	18.1	6.8	75.1	-
	염색·염직 가공	(15)	20.0	-	73.3	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	34.7	15.5	49.6	0.3
	한복 교육	(12)	33.3	8.3	50.0	8.3
	기타	(1)	-	100	-	-
권역	서울	(219)	7.8	6.8	84.9	0.5
	인천/경기	(105)	44.8	22.9	31.4	1.0
	충청권	(187)	23.5	4.3	72.2	-
	대구/경북권	(191)	44.0	15.2	40.8	-
	부산/경남권	(154)	36.4	25.3	38.3	-
	호남권	(116)	5.2	-	94.0	0.9
	강원	(24)	20.8	12.5	66.7	-
	제주	(4)	50.0	-	50.0	-

8) 사업체(영업장) 유형

- 한복문화산업을 운영하는 사업체 유형은 '5평 미만'이 31.7%로 가장 높은 수치임
- 사업체가 '10평 미만'인 경우가 60.5%로, 과반수 이상이 협소한 영업장에서 운영되는 경우가 대다수임
- 세부 업종별로 살펴본 결과 '염색·염직 가공'의 경우 '10평~20평 미만'으로 운영되는 비율이 46.7%이고, '원사·연사·원단 제작/판매'의 경우 '5평~10평 미만'으로 운영되는 비율이 40.2%로 상대적으로 많음

[그림4-8] 사업체(영업장) 유형



[표4-12] 사업체(영업장) 유형

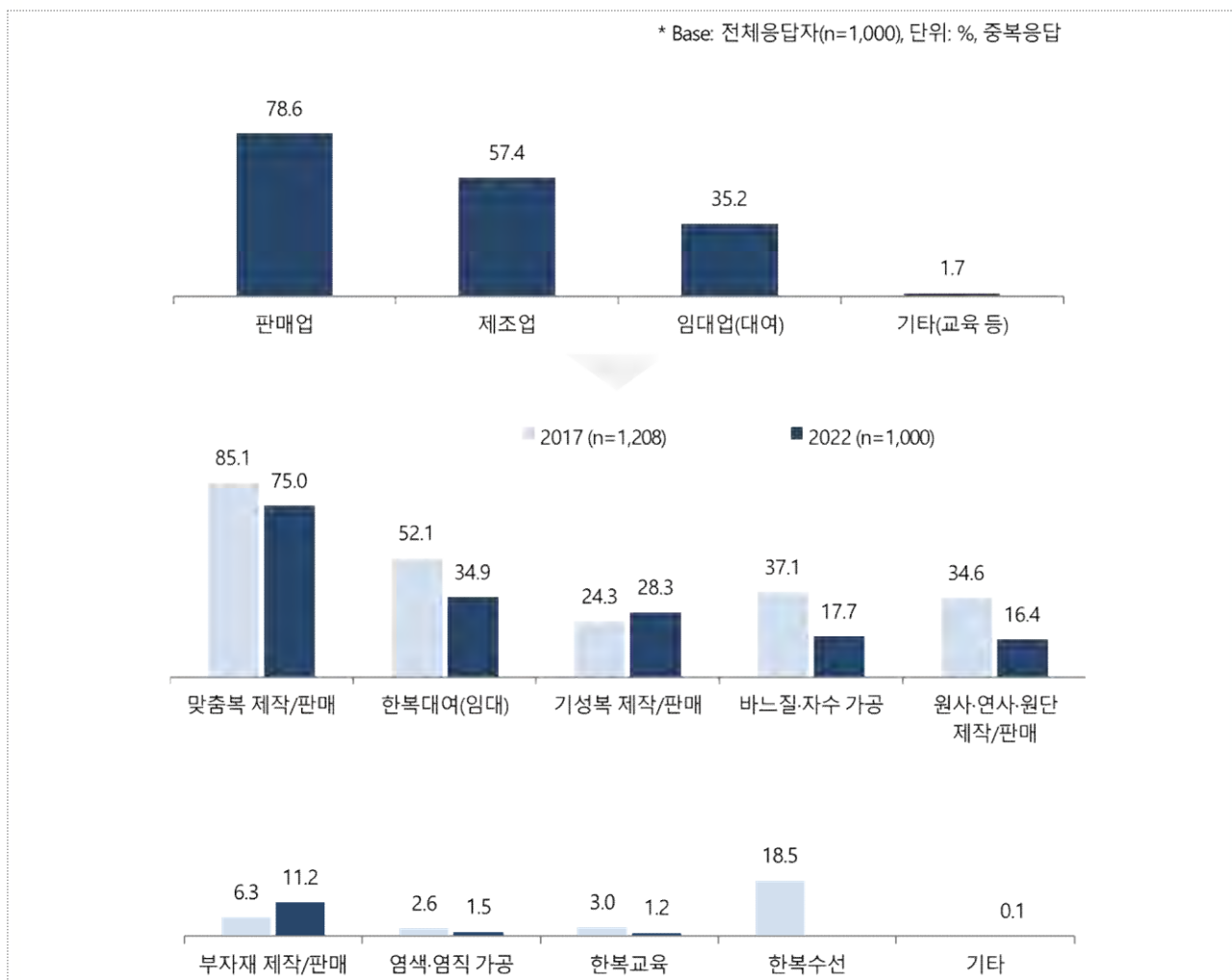
(단위:%)

구분		사례 수	5평 미만	5평~ 10평 미만	10평~ 20평 미만	20평~ 50평 미만	50평~ 100평 미만	100평 이상
전체		(1,000)	31.7	28.8	23.5	13.5	1.9	0.6
사업체 형태	회사법인	(9)	11.1	22.2	11.1	33.3	-	22.2
	개인사업자	(914)	30.1	28.3	24.8	14.2	2.1	0.4
	미등록사업자	(77)	53.2	35.1	9.1	2.6	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	33.7	27.7	20.8	14.9	2.1	0.7
	기성복 제작/판매	(283)	15.5	27.9	35.3	16.6	4.2	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	20.7	40.2	28.7	6.1	3.0	1.2
	부자재 제작/판매	(112)	30.4	11.6	33.9	21.4	1.8	0.9
	바느질·자수 가공	(177)	32.8	19.2	27.1	16.9	2.3	1.7
	염색·염직 가공	(15)	13.3	20.0	46.7	6.7	6.7	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	19.2	23.8	29.5	22.9	4.0	0.6
	한복 교육	(12)	-	16.7	33.3	33.3	16.7	-
	기타	(1)	-	-	100	-	-	-

9) 종사 분야

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 경우 '판매업'이 78.6%로 가장 많음
- 그다음 '제조업 (57.4%)', '임대업(대여)' (35.2%) 순임
- '17년 대비 가장 많은 격차를 보이는 업종은 '바느질·자수 가공'으로 19.4%p 감소함
- '17년 대비 상승한 업종은 '기성복 제작/판매'와 '부자재 제작/판매'로 각각 4.0%p, 4.9%p 상승함
- 2위를 차지한 '한복 대여(임대)' 사업의 경우도 '17년 대비 17.2%p 감소함

[그림4-9] 종사 분야 (업종구분 및 세부업종)



- 사업체 형태별로 살펴본 결과, '미등록사업자'의 경우 '판매업'의 비중이 19.5%로 상대적으로 낮은 반면, '제조업'의 비중은 93.5%로 높음
- 권역별로 살펴본 결과, 인천/경기, 대구/경북권, 호남권의 경우 판매업이 상대적으로 많은 반면, 부산/경남권의 경우 제조업이 상대적으로 많음

[표4-13] 종사 분야 (업종구분)

(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	판매업	제조업	임대업 (대여)	기타 (교육 등)
전체		(1,000)	78.6	57.4	35.2	1.7
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	66.7	-	22.2
	개인사업자	(914)	83.8	54.3	37.9	1.6
	미등록사업자	(77)	19.5	93.5	7.8	-
권역	서울	(219)	74.4	52.1	23.3	2.3
	인천/경기	(105)	87.6	24.8	56.2	6.7
	충청권	(187)	73.3	56.7	25.1	0.5
	대구/경북권	(191)	93.7	63.9	41.4	0.5
	부산/경남권	(154)	66.9	78.6	44.8	1.3
	호남권	(116)	80.2	61.2	26.7	0.9
	강원	(24)	70.8	54.2	58.3	-
	제주	(4)	50.0	25.0	50.0	-

[표4-14] 종사 분야 (세부업종)

(단위:%, 중복응답)

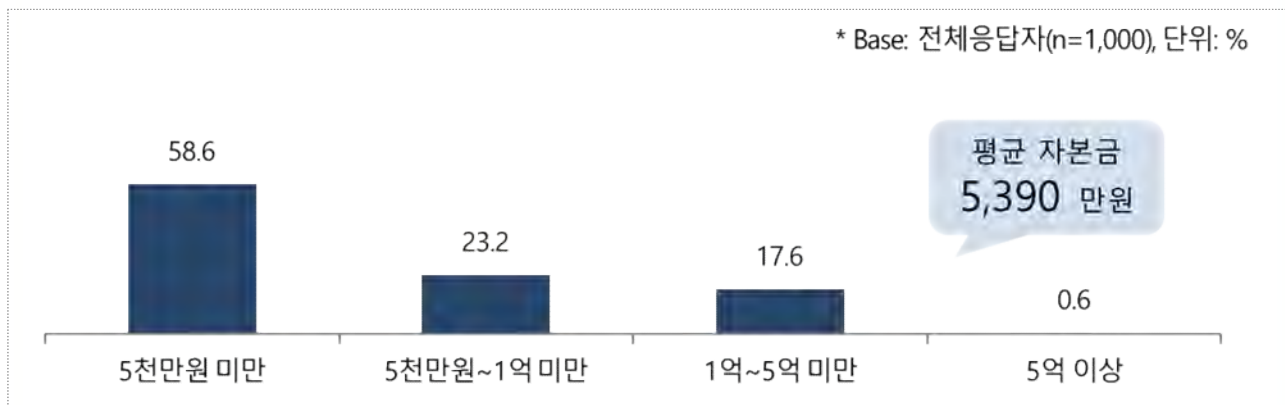
구분		사례 수	맞춤복 제작/ 판매	한복 대여 (임대)	기성복 제작/ 판매	바느질· 자수 가공	원사· 연사· 원단 제작/ 판매	부자재 제작/ 판매	염색· 염직 가공	한복 교육	한복 수선
2017년 전체		(1,208)	85.1	52.1	24.3	37.1	34.6	6.3	2.6	3.0	18.5
2022년 전체		(1,000)	75.0	34.9	28.3	17.7	16.4	11.2	1.5	1.2	-
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	-	33.3	22.2	22.2	-	-	11.1	-
	개인사업자	(914)	75.5	37.5	30.1	16.1	17.4	11.8	1.5	1.2	-
	미등록사업자	(77)	71.4	7.8	6.5	36.4	3.9	5.2	1.3	-	-
권역	서울	(219)	67.1	21.9	14.6	16.0	23.3	11.9	2.3	1.4	-
	인천/경기	(105)	81.0	56.2	73.3	9.5	3.8	7.6	3.8	4.8	-
	충청권	(187)	65.2	25.1	12.3	4.8	41.7	4.3	-	0.5	-
	대구/경북권	(191)	88.5	41.4	12.0	8.4	4.7	1.6	-	0.5	-
	부산/경남권	(154)	79.2	44.8	18.2	24.7	6.5	3.2	-	0.6	-
	호남권	(116)	77.6	26.7	75.0	55.2	6.9	51.7	5.2	0.9	-
	강원	(24)	54.2	58.3	45.8	20.8	16.7	8.3	-	-	-
	제주	(4)	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-

※ 기타 응답 값 제외

10) 자본금

- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 자본금은 '5천만원 미만'이 58.6%로 과반수 차지
- 평균 자본 금액은 5,390만 원임
- 세부 업종별로 살펴본 결과, 한복 교육의 경우 '1억 ~ 5억 미만'인 경우가 50.0%, 한복 대여(임대)의 경우 '5천만원 ~ 1억 미만'인 경우가 27.2%로 타 업종 대비 많음

[그림4-10] 자본금 (2021.12.31. 기준)



[표4-15] 자본금 (2021.12.31. 기준)

(단위:%)

구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	평균 (백만원)
전체		(1,000)	58.6	23.2	17.6	0.6	53.9
사업체 형태	회사법인	(9)	77.8	-	22.2	-	45.2
	개인사업자	(914)	55.5	25.1	18.8	0.7	56.9
	미등록사업자	(77)	93.5	3.9	2.6	-	19.7
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	55.1	24.9	19.3	0.7	56.9
	기성복 제작/판매	(283)	56.9	18.7	23.3	1.1	63.9
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	53.0	25.6	20.7	0.6	60.1
	부자재 제작/판매	(112)	53.6	14.3	30.4	1.8	75.7
	바느질·자수 가공	(177)	68.9	11.3	19.2	0.6	52.6
	염색·염직 가공	(15)	80.0	6.7	6.7	6.7	68.0
	한복 대여(임대)	(349)	48.4	27.2	22.9	1.4	65.8
	한복 교육	(12)	33.3	16.7	50.0	-	111.3
	기타	(1)	100	-	-	-	20.0

11) 매출액

- 한복문화산업을 운영하는 사업체 전체 평균 매출액은 2021년 3,010만 원임
- 한복문화산업만의 평균 매출액은 2,920만 원임
- 한복문화산업 외 타 산업을 병행 운영하는 사업체를 대상으로 기타 산업 매출액을 확인한 결과, 평균 2,530만 원임

[그림4-11] 매출액 (2021.12.31. 기준)



[표4-16] 매출액_전체 (2021.12.31. 기준)

(단위:%)

구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	평균 (백만원)
전체		(1,000)	85.4	11.7	2.3	0.6	30.1
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	-	22.2	11.1	104.0
	개인사업자	(914)	84.5	12.7	2.3	0.5	31.1
	미등록사업자	(77)	98.7	1.3	-	-	9.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	84.8	12.3	2.4	0.5	29.6
	기성복 제작/판매	(283)	82.0	13.4	3.2	1.4	38.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	84.1	14.6	1.2	-	31.6
	부자재 제작/판매	(112)	83.9	12.5	3.6	-	34.8
	바느질·자수 가공	(177)	90.4	6.8	1.7	1.1	29.4
	염색·염직 가공	(15)	80.0	13.3	6.7	-	53.9
	한복 대여(임대)	(349)	81.1	15.5	3.2	0.3	30.4
	한복 교육	(12)	83.3	16.7	-	-	25.5

[표4-17] 매출액_한복문화산업 (2021.12.31. 기준)

(단위:%)

구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	평균 (백만원)
전체		(1,000)	86.3	11.2	1.9	0.6	29.2
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	-	22.2	11.1	99.0
	개인사업자	(914)	85.4	12.1	1.9	0.5	30.2
	미등록사업자	(77)	98.7	1.3	-	-	9.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	85.3	12.1	2.0	0.5	28.7
	기성복 제작/판매	(283)	83.4	12.7	2.5	1.4	36.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	84.8	14.0	1.2	-	31.1
	부자재 제작/판매	(112)	83.9	12.5	3.6	-	34.5
	바느질·자수 가공	(177)	91.0	6.2	1.7	1.1	29.1
	염색·염직 가공	(15)	86.7	6.7	6.7	-	51.3
	한복 대여(임대)	(349)	82.8	14.3	2.6	0.3	29.2
	한복 교육	(12)	83.3	16.7	-	-	22.9

[표4-18] 매출액_기타 산업 (2021.12.31. 기준)

(단위:%)

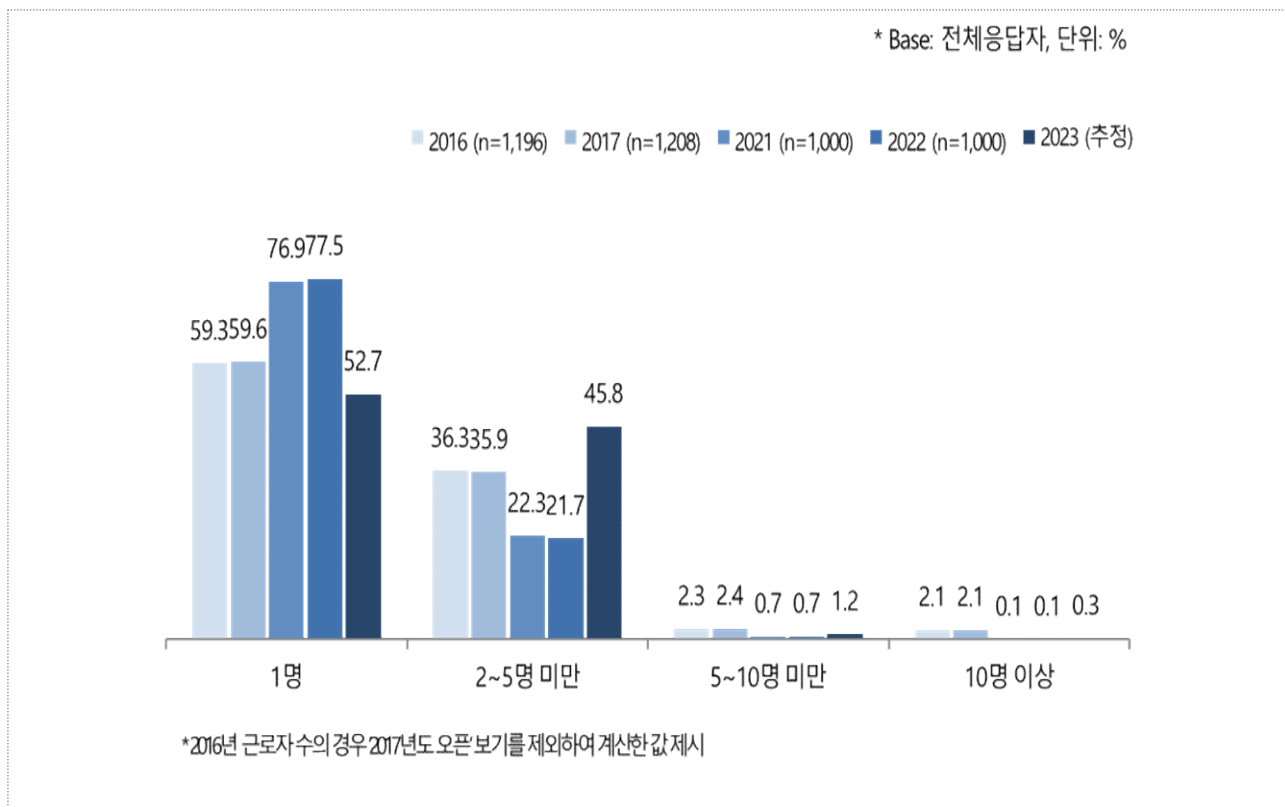
구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	평균 (백만원)
전체		(36)	80.6	16.7	2.8	25.3
사업체 형태	회사법인	(3)	100	-	-	15.0
	개인사업자	(33)	78.8	18.2	3.0	26.2
	미등록사업자	(77)	98.7	1.3	-	9.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(23)	78.3	17.4	4.3	27.4
	기성복 제작/판매	(15)	73.3	20.0	6.7	32.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(5)	80.0	20.0	-	18.8
	부자재 제작/판매	(5)	100	-	-	7.6
	바느질·자수 가공	(6)	100	-	-	10.0
	염색·염직 가공	(1)	100	-	-	40.0
	한복 대여(임대)	(15)	66.7	33.3	-	27.1
	한복 교육	(6)	100	-	-	5.2

2. 인력 현황

1) 총 근로자 수

- 모든 조사 대상 연도의 총 근로자 수가 1명인 경우가 50% 이상으로 과반수를 차지함
- 한복문화산업의 경우 5명 미만의 영세한 규모로 운영되는 경우가 많음
- 2021년의 총 근로자 수가 1명인 경우는 76.9%로 '17년 대비 17.3%p 증가한 반면, '2~5명 미만'인 경우는 13.6%p 감소함
- 예상하고 있는 2023년 총 근로자 수는 '1명'인 경우가 52.7%로 '22년 대비 24.8%p 감소한 수치임

[그림4-12] 총 근로자 수



[표4-19] 총 근로자 수_2021

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~5명 미만	5~10명 미만	10명 이상	평균 (명)
2016년 전체		(1,196)	59.3	36.3	2.3	2.1	-
2017년 전체		(1,208)	59.6	35.9	2.4	2.1	-
2021년 전체		(1,000)	76.9	22.3	0.7	0.1	1.3
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	33.3	22.2	11.1	3.8
	개인사업자	(914)	76.1	23.3	0.5	-	1.3
	미등록사업자	(77)	90.9	9.1	-	-	1.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	78.5	20.7	0.8	-	1.3
	기성복 제작/판매	(283)	71.0	27.6	1.4	-	1.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.9	29.9	0.6	0.6	1.4
	부자재 제작/판매	(112)	64.3	34.8	0.9	-	1.4
	바느질·자수 가공	(177)	71.8	26.6	1.7	-	1.4
	염색·염직 가공	(15)	40.0	53.3	6.7	-	1.8
	한복 대여(임대)	(349)	70.2	29.2	0.6	-	1.3
	한복 교육	(12)	41.7	58.3	-	-	1.9

[표4-20] 총 근로자 수_2022

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~5명 미만	5~10명 미만	10명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	77.5	21.7	0.7	0.1	1.3
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	33.3	22.2	11.1	4.1
	개인사업자	(914)	76.8	22.6	0.5	-	1.3
	미등록사업자	(77)	90.9	9.1	-	-	1.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	79.3	19.9	0.8	-	1.3
	기성복 제작/판매	(283)	72.4	26.1	1.4	-	1.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.9	29.9	0.6	0.6	1.4
	부자재 제작/판매	(112)	65.2	33.9	0.9	-	1.4
	바느질·자수 가공	(177)	71.8	26.6	1.7	-	1.4
	염색·염직 가공	(15)	40.0	53.3	6.7	-	1.8
	한복 대여(임대)	(349)	71.9	27.5	0.6	-	1.3
	한복 교육	(12)	66.7	33.3	-	-	1.6

[표4-21] 총 근로자 수_2023 추정

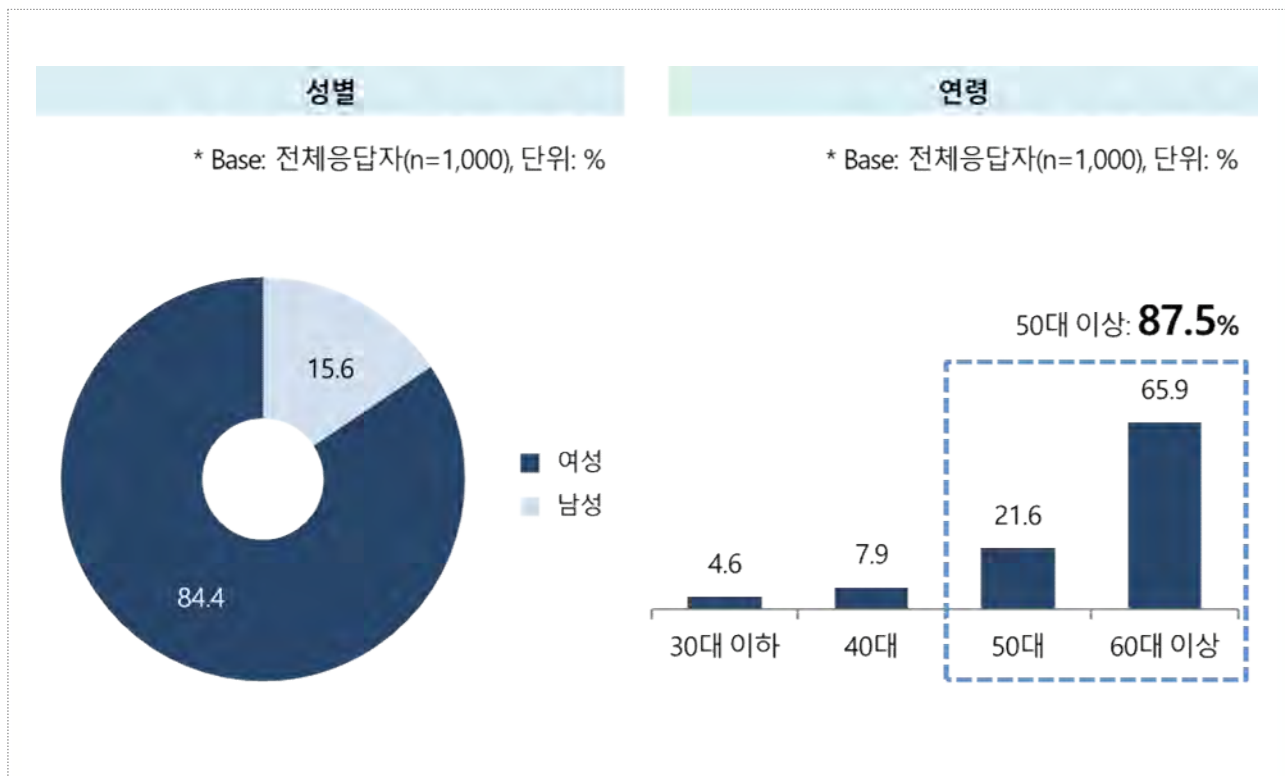
(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~5명 미만	5~10명 미만	10명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	52.7	45.8	1.2	0.3	1.7
사업체 형태	회사법인	(9)	22.2	22.2	44.4	11.1	5.0
	개인사업자	(914)	52.0	46.9	0.9	0.2	1.7
	미등록사업자	(77)	64.9	35.1	-	-	1.4
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	55.6	43.1	1.1	0.3	1.6
	기성복 제작/판매	(283)	38.2	59.4	2.1	0.4	2.0
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	31.1	67.7	0.6	0.6	2.0
	부자재 제작/판매	(112)	19.6	76.8	3.6	-	2.3
	바느질·자수 가공	(177)	37.9	59.9	1.7	0.6	2.0
	염색·염직 가공	(15)	13.3	73.3	13.3	-	2.5
	한복 대여(임대)	(349)	58.2	40.7	1.1	-	1.7
	한복 교육	(12)	25.0	58.3	16.7	-	2.8

2) 성/연령별 인력 현황

- 한복문화산업을 구성하고 있는 인력의 성별 현황을 확인한 결과, 여성의 비중이 84.4%로 대부분을 차지함
- 연령별로 살펴본 결과, 50대 이상이 87.5%이고, 그중에서도 60대 이상이 65.9%임

[그림4-13] 성/연령별 인력 현황



[표4-22] 성별 인력 현황

(단위:%)

구분		사례 수	남성	여성
전체		(1,000)	15.6	84.4
사업체 형태	회사법인	(9)	8.8	91.2
	개인사업자	(914)	16.2	83.8
	미등록사업자	(77)	8.9	91.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	13.0	87.0
	기성복 제작/판매	(283)	16.7	83.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	23.8	76.2
	부자재 제작/판매	(112)	25.4	74.6
	바느질·자수 가공	(177)	15.6	84.4
	염색·염직 가공	(15)	23.3	76.7
	한복 대여(임대)	(349)	12.0	88.0
	한복 교육	(12)	2.1	97.9
	기타	(1)	-	100

[표4-23] 연령별 인력 현황

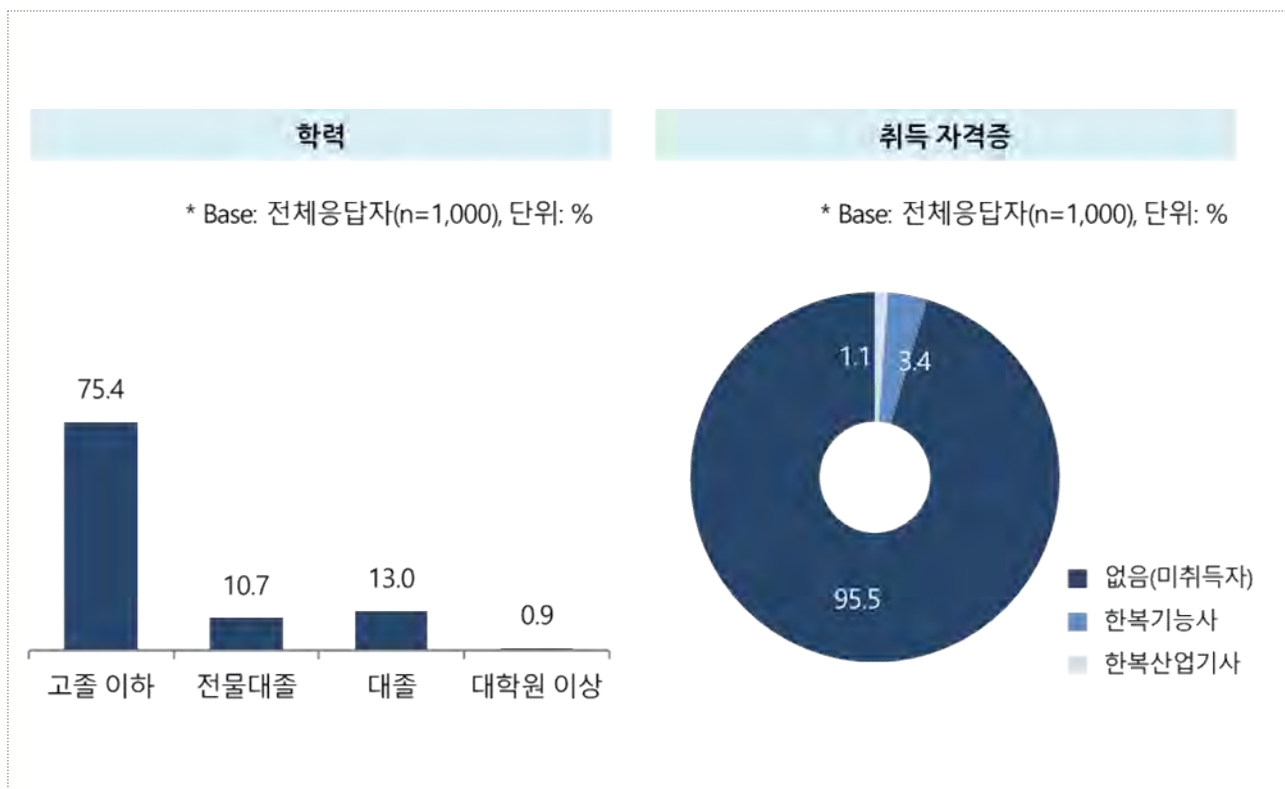
(단위:%)

구분		사례 수	30대 이하	40대	50대	60대 이상
전체		(1,000)	4.6	7.9	21.6	65.9
사업체 형태	회사법인	(9)	18.5	24.5	25.0	31.9
	개인사업자	(914)	4.7	8.3	22.5	64.5
	미등록사업자	(77)	1.1	1.3	10.2	87.4
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	3.6	7.0	20.0	69.4
	기성복 제작/판매	(283)	5.7	8.5	21.9	63.9
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	1.6	4.3	18.1	76.1
	부자재 제작/판매	(112)	5.2	9.8	34.3	50.7
	바느질·자수 가공	(177)	3.0	5.4	25.8	65.8
	염색·염직 가공	(15)	8.7	13.3	44.7	33.3
	한복 대여(임대)	(349)	7.1	12.6	22.7	57.5
	한복 교육	(12)	10.4	41.7	41.7	6.3
	기타	(1)	-	100	-	-

3) 학력/자격증별 인력 현황

- 학력별로 살펴본 결과, '고졸 이하'가 75.4%로 가장 많음
- 종사자 중 자격증을 보유하지 않은 인력이 95.5%로 대부분을 차지함
- 자격증 보유자 4.5% 중 한복기능사는 3.4%, 한복산업기사는 1.1%임

[그림4-14] 학력/자격증별 인력 현황



[표4-24] 학력별 인력 현황

(단위:%)

구분		사례 수	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상
전체		(1,000)	75.4	10.7	13.0	0.9
사업체 형태	회사법인	(9)	49.5	26.4	20.4	3.7
	개인사업자	(914)	73.9	11.2	13.9	1.0
	미등록사업자	(77)	95.7	2.6	1.7	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	76.2	9.6	13.3	0.9
	기성복 제작/판매	(283)	72.2	8.3	17.8	1.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	87.8	7.1	4.8	0.3
	부자재 제작/판매	(112)	76.4	5.7	16.5	1.3
	바느질·자수 가공	(177)	72.6	11.1	14.6	1.7
	염색·염직 가공	(15)	66.0	6.0	24.7	3.3
	한복 대여(임대)	(349)	64.6	15.2	19.4	0.9
	한복 교육	(12)	12.5	18.8	53.5	15.3
	기타	(1)	-	-	-	100

[표4-25] 취득 자격증별 인력 현황

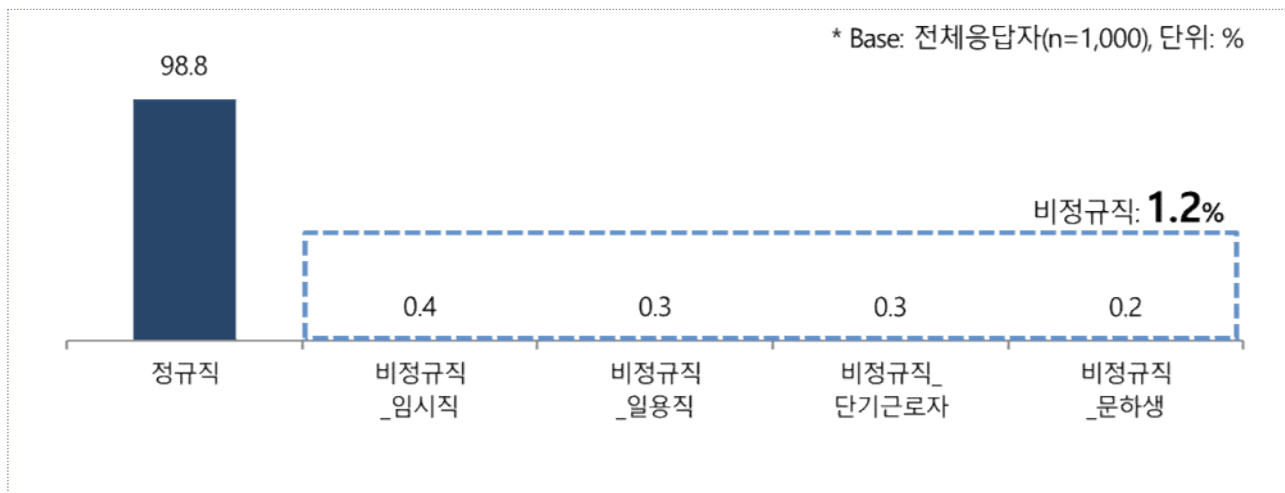
(단위:%)

구분		사례 수	한복산업기사	한복기능사	없음
전체		(1,000)	1.1	3.4	95.5
사업체 형태	회사법인	(9)	3.7	9.3	87.0
	개인사업자	(914)	1.2	3.3	95.5
	미등록사업자	(77)	-	4.5	95.5
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	1.3	3.6	95.1
	기성복 제작/판매	(283)	2.4	3.6	94.0
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	0.3	2.1	97.6
	부자재 제작/판매	(112)	1.2	1.5	97.3
	바느질·자수 가공	(177)	1.4	6.3	92.3
	염색·염직 가공	(15)	-	2.7	97.3
	한복 대여(임대)	(349)	1.4	3.7	94.9
	한복 교육	(12)	15.3	26.4	58.3
	기타	(1)	-	-	100

4) 종사 유형별 인력 현황

- 종사 유형별로 확인한 결과, '정규직'인 경우가 98.8%로 대부분을 차지함
- 사업체 형태 및 세부 업종에 따른 유의미한 차이가 없음
- 한복문화산업을 운영하는 사업체의 인력은 대부분 정규직으로 구성되어 있다는 것을 알 수 있음

[그림4-15] 종사 유형별 인력 현황



[표4-26] 종사 유형별 인력 현황

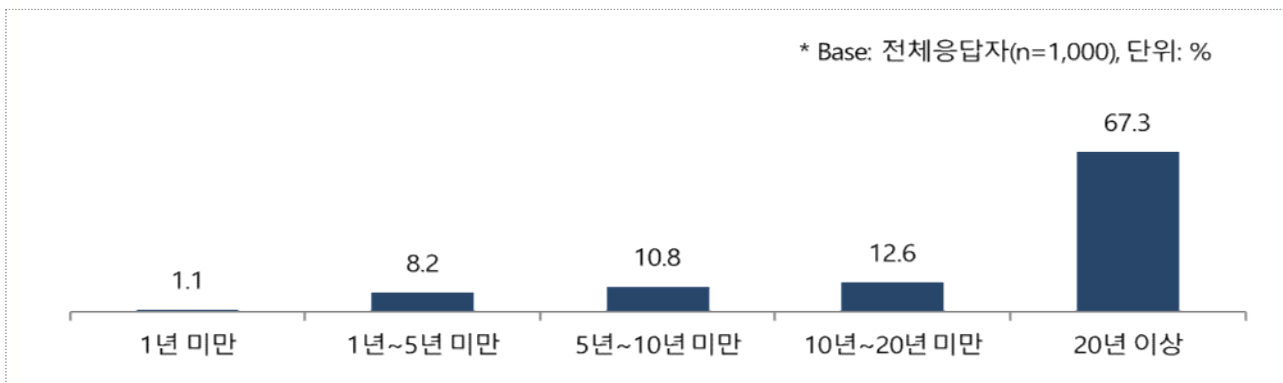
(단위:%)

구분		사례 수	정규직	비정규직_임시직	비정규직_일용직	비정규직_단기근로자	비정규직_문하생
전체		(1,000)	98.8	0.4	0.3	0.3	0.2
사업체 형태	회사법인	(9)	96.3	-	3.7	-	-
	개인사업자	(914)	98.7	0.4	0.3	0.3	0.2
	미등록사업자	(77)	100	-	-	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	98.7	0.5	0.4	0.2	0.2
	기성복 제작/판매	(283)	98.2	1.2	0.1	0.5	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	99.5	0.2	-	0.3	-
	부자재 제작/판매	(112)	98.7	0.9	-	-	0.4
	바느질·자수 가공	(177)	97.2	0.6	0.8	0.6	0.8
	염색·염직 가공	(15)	90.0	6.7	3.3	-	-
	한복 대여(임대)	(349)	98.3	0.8	0.4	0.3	0.1
	한복 교육	(12)	87.5	4.2	4.2	4.2	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-

5) 경력별 인력 현황

- 경력별 인력 현황을 확인한 결과, '20년 이상'인 경우가 67.3%로 과반수를 차지함
- 경력이 '1년 미만'인 경우는 1.1%로 매우 낮은 수준임
- 세부 업종별로 확인한 결과, '원사·연사·원단 제작/판매'에서의 20년 이상의 인력 비중은 83.8%로 타 업종 대비 많음
- 한복문화산업을 운영하고 있는 인력은 대부분 경력 20년 이상의 인력으로 구성되어 있다는 것을 알 수 있음

[그림4-16] 경력별 인력 현황



[표4-27] 경력별 인력 현황

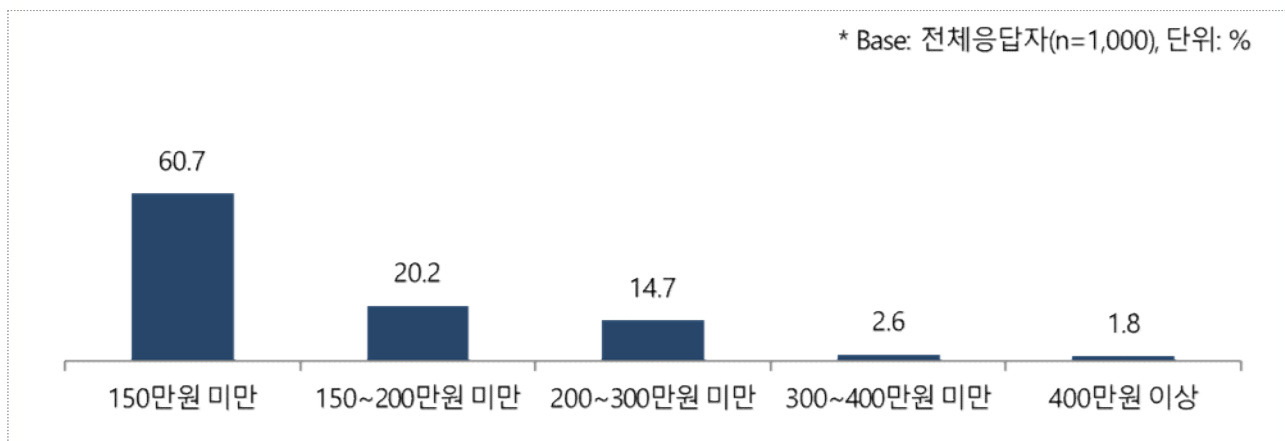
(단위:%)

구분		사례 수	1년 미만	1년~5년 미만	5년~10년 미만	10년~20년 미만	20년 이상
전체		(1,000)	1.1	8.2	10.8	12.6	67.3
사업체 형태	회사법인	(9)	0.9	25.9	9.3	24.5	39.4
	개인사업자	(914)	1.0	8.7	11.0	12.7	66.8
	미등록사업자	(77)	2.6	1.3	8.7	10.4	77.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	1.0	6.7	9.8	12.0	70.5
	기성복 제작/판매	(283)	1.2	6.4	9.5	16.7	66.2
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	0.1	3.4	3.2	9.6	83.8
	부자재 제작/판매	(112)	0.9	11.0	11.0	20.7	56.4
	바느질·자수 가공	(177)	0.6	7.1	11.3	11.5	69.5
	염색·염직 가공	(15)	-	5.3	10.0	26.7	58.0
	한복 대여(임대)	(349)	1.4	12.1	16.8	14.6	55.2
	한복 교육	(12)	-	18.1	40.3	16.7	25.0
	기타	(1)	-	-	-	-	100

6) 평균 임금별 인력 현황

- 평균 임금별 인력 현황을 확인한 결과 '150만원 미만'인 경우가 60.7%로 가장 많음
- 임금이 증가할수록 비중이 감소하는 양상을 보임
- 세부 업종별로 확인한 결과, '부자재 제작/판매'에서는 '200~300만원 미만'을 받는 경우가 38.1%로 타 업종 대비 많음

[그림4-17] 평균 임금별 인력 현황



[표4-28] 평균 임금별 인력 현황

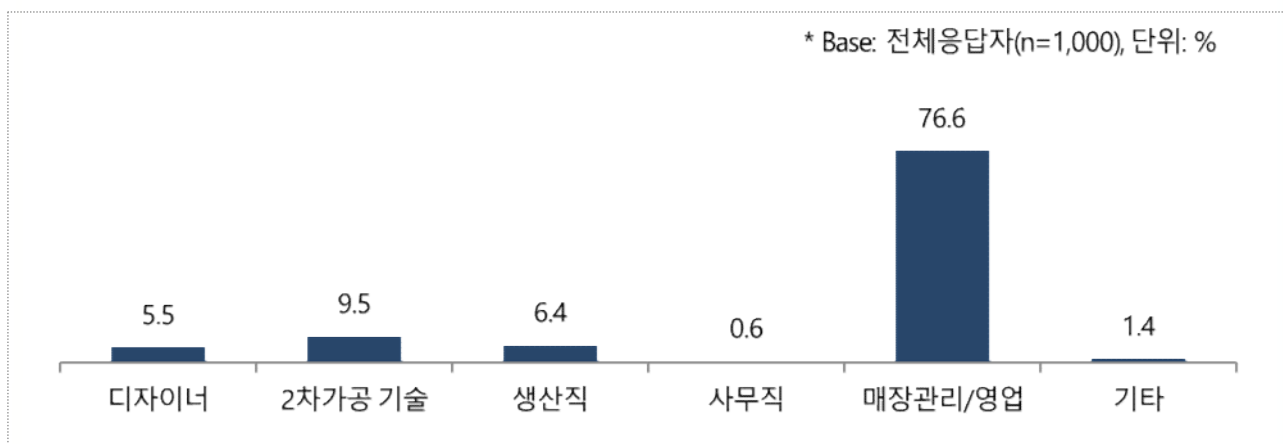
(단위:%)

구분		사례 수	150만원 미만	150~200만원 미만	200~300만원 미만	300~400만원 미만	400만원 이상
전체		(1,000)	60.7	20.2	14.7	2.6	1.8
사업체 형태	회사법인	(9)	51.9	14.8	27.8	5.6	-
	개인사업자	(914)	58.4	21.4	15.6	2.7	2.0
	미등록사업자	(77)	89.0	7.1	2.6	1.3	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	58.6	21.2	15.4	3.0	1.7
	기성복 제작/판매	(283)	40.8	24.6	26.2	4.7	3.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	65.1	22.9	9.8	0.7	1.5
	부자재 제작/판매	(112)	38.5	17.3	38.1	4.0	2.1
	바느질·자수 가공	(177)	55.4	19.1	22.0	2.7	0.8
	염색·염직 가공	(15)	56.7	26.7	10.0	-	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	54.2	23.4	16.0	3.4	3.0
	한복 교육	(12)	66.7	20.8	12.5	-	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-

7) 직종별 인력 현황

- 직종별로 인력 구성을 확인한 결과, '매장 관리/영업'이 76.6%로 가장 많음
- 그다음 '2차가공 기술 (9.5%)', '생산직 (6.4%)', '디자이너 (5.5%)' 순임
- 권역별로 확인한 결과 서울은 '2차 가공 기술 (23.3%)'이, 인천/경기는 '디자이너 (12.1%)'의 비중이, 대구/경북권은 '매장 관리/영업 (97.1%)'의 비중이 타 권역 대비 상대적으로 높음

[그림4-18] 직종별 인력 현황



[표4-29] 직종별 인력 현황

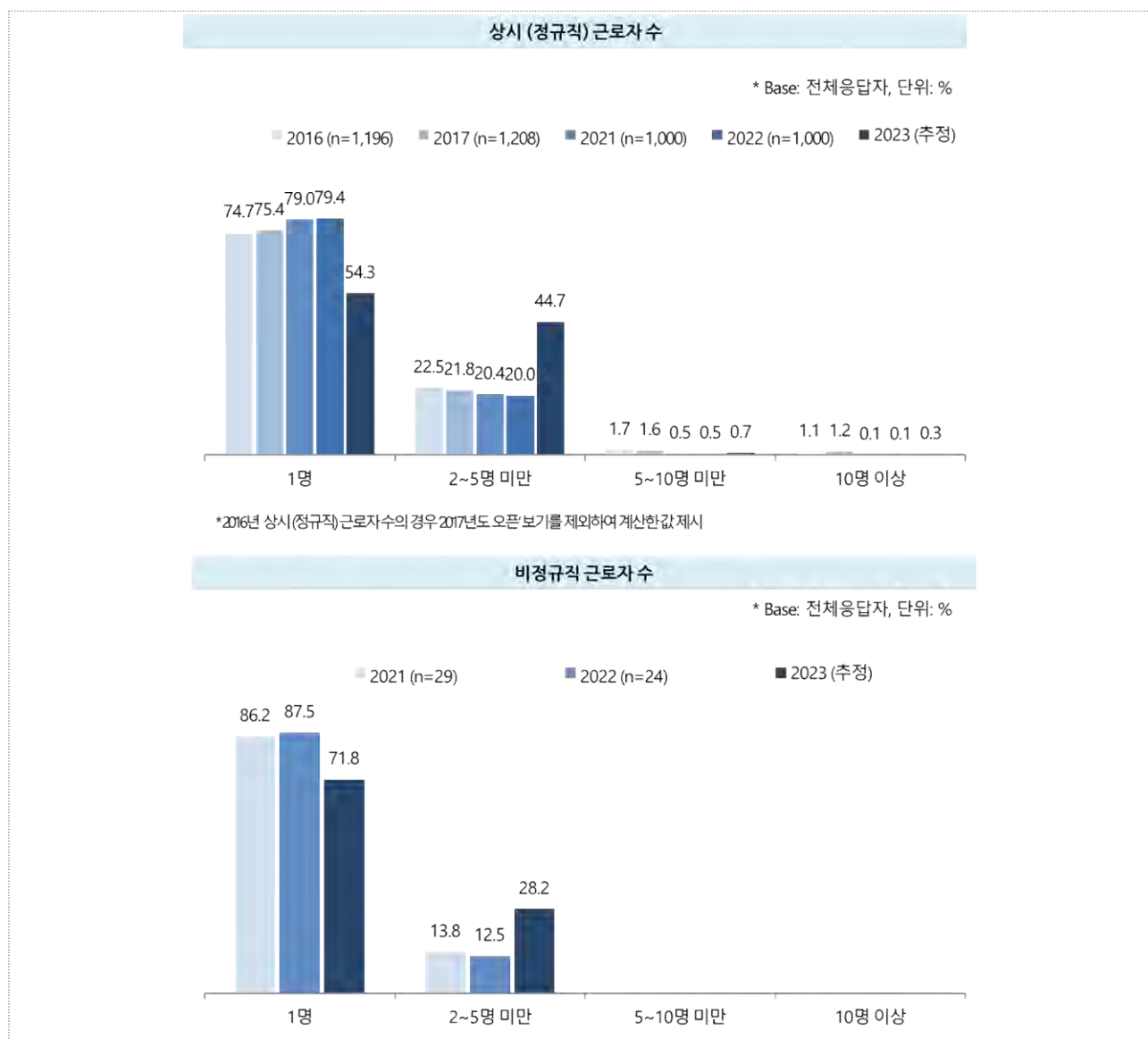
(단위:%)

구분		사례 수	디자이너	2차 가공 기술	생산직	사무직	매장 관리/ 영업	기타
전체		(1,000)	5.5	9.5	6.4	0.6	76.6	1.4
사업체 형태	회사법인	(9)	31.0	18.1	12.0	11.6	27.3	-
	개인사업자	(914)	5.7	7.2	3.9	0.5	81.2	1.4
	미등록사업자	(77)	-	36.4	35.1	-	27.9	0.6
권역	서울	(219)	7.8	23.3	2.9	1.9	63.5	0.7
	인천/경기	(105)	12.1	2.5	3.3	1.0	77.8	3.3
	충청권	(187)	1.9	4.8	17.6	-	73.5	2.1
	대구/경북권	(191)	1.3	1.1	0.5	-	97.1	-
	부산/경남권	(154)	7.0	17.4	7.7	0.1	65.3	2.4
	호남권	(116)	6.2	1.3	5.0	0.3	87.3	-
	강원	(24)	5.2	6.3	8.3	1.0	79.2	-
	제주	(4)	-	25.0	-	-	50.0	25.0

8) 정규직, 비정규직 근로자 수

- 한복문화산업을 운영하고 있는 근로자 수를 정규직과 비정규직으로 구분하여 확인한 결과, 정규직 근로자 수가 '1명'인 경우의 비율은 '16년 이후 계속해서 75% 이상으로 가장 많은 비중을 차지함
- 2023년 예상 정규직 근로자 수의 경우 '1명'인 경우가 54.3%, '2~5명 미만'인 경우가 44.7%로 전년도 양상과 많은 차이를 보이고 있음

[그림4-19] 정규직, 비정규직 근로자 수



[표4-30] 2021년 정규직 근로자 수

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	5~9명	10명 이상	평균 (명)
2016년 전체		(1,196)	74.7	22.5	1.7	1.1	-
2017년 전체		(1,208)	75.4	21.8	1.6	1.2	-
2021년 전체		(1,000)	79.0	20.4	0.5	0.1	1.3
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	33.3	22.2	11.1	3.7
	개인사업자	(914)	78.4	21.2	0.3	-	1.2
	미등록사업자	(77)	90.9	9.1	-	-	1.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	80.7	18.8	0.5	-	1.2
	기성복 제작/판매	(283)	73.9	25.1	1.1	-	1.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.9	29.9	0.6	0.6	1.4
	부자재 제작/판매	(112)	67.0	32.1	0.9	-	1.4
	바느질·자수 가공	(177)	75.1	23.2	1.7	-	1.3
	염색·염직 가공	(15)	53.3	40.0	6.7	-	1.7
	한복 대여(임대)	(349)	73.9	26.1	-	-	1.3
	한복 교육	(12)	75.0	25.0	-	-	1.3
	기타	(1)	100	-	-	-	1.0

[표4-31] 2021년 비정규직 근로자 수

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	평균 (명)
전체		(29)	86.2	13.8	-
사업체 형태	회사법인	(1)	100	-	0.1
	개인사업자	(28)	85.7	14.3	-
	맞춤복 제작/판매	(23)	82.6	17.4	-
세부 업종 (중복응답)	기성복 제작/판매	(14)	78.6	21.4	0.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(2)	50.0	50.0	-
	부자재 제작/판매	(4)	75.0	25.0	-
	바느질·자수 가공	(9)	77.8	22.2	0.1
	염색·염직 가공	(2)	100	-	0.1
	한복 대여(임대)	(20)	80.0	20.0	0.1
	한복 교육	(6)	83.3	16.7	0.6

[표4-32] 2022년 정규직 근로자 수

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	5~9명	10명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	79.4	20.0	0.5	0.1	1.3
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	33.3	22.2	11.1	4.0
	개인사업자	(914)	78.9	20.8	0.3	-	1.2
	미등록사업자	(77)	90.9	9.1	-	-	1.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	81.3	18.1	0.5	-	1.2
	기성복 제작/판매	(283)	74.9	24.0	1.1	-	1.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.9	29.9	0.6	0.6	1.4
	부자재 제작/판매	(112)	67.9	31.3	0.9	-	1.4
	바느질·자수 가공	(177)	76.8	21.5	1.7	-	1.3
	염색·염직 가공	(15)	60.0	33.3	6.7	-	1.6
	한복 대여(임대)	(349)	74.2	25.8	-	-	1.3
	한복 교육	(12)	83.3	16.7	-	-	1.3
	기타	(1)	100	-	-	-	1.0

[표4-33] 2022년 비정규직 근로자 수

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	평균 (명)
전체		(24)	87.5	12.5	-
사업체 형태	회사법인	(1)	100	-	0.1
	개인사업자	(23)	87.0	13.0	-
	맞춤복 제작/판매	(20)	85.0	15.0	-
세부 업종 (중복응답)	기성복 제작/판매	(11)	81.8	18.2	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(2)	50.0	50.0	-
	부자재 제작/판매	(3)	100	-	-
	바느질·자수 가공	(10)	90.0	10.0	0.1
	염색·염직 가공	(3)	100	-	0.2
	한복 대여(임대)	(12)	75.0	25.0	-
	한복 교육	(3)	66.7	33.3	0.3

[표4-34] 2023년 정규직 근로자 수 (추정)

(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	5~9명	10명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	54.3	44.7	0.7	0.3	1.7
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	11.1	44.4	11.1	4.7
	개인사업자	(914)	53.6	45.8	0.3	0.2	1.7
	미등록사업자	(77)	64.9	35.1	-	-	1.4
	맞춤복 제작/판매	(750)	57.3	41.7	0.7	0.3	1.6
세부 업종 (중복응답)	기성복 제작/판매	(283)	39.2	59.0	1.4	0.4	1.9
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	31.1	67.7	0.6	0.6	2.0
	부자재 제작/판매	(112)	20.5	76.8	2.7	-	2.2
	바느질·자수 가공	(177)	41.8	55.9	1.7	0.6	1.9
	염색·염직 가공	(15)	20.0	73.3	6.7	-	2.2
	한복 대여(임대)	(349)	59.9	40.1	-	-	1.6
	한복 교육	(12)	33.3	58.3	8.3	-	2.0
	기타	(1)	-	100	-	-	2.0

[표4-35] 2023년 비정규직 근로자 수 (추정)

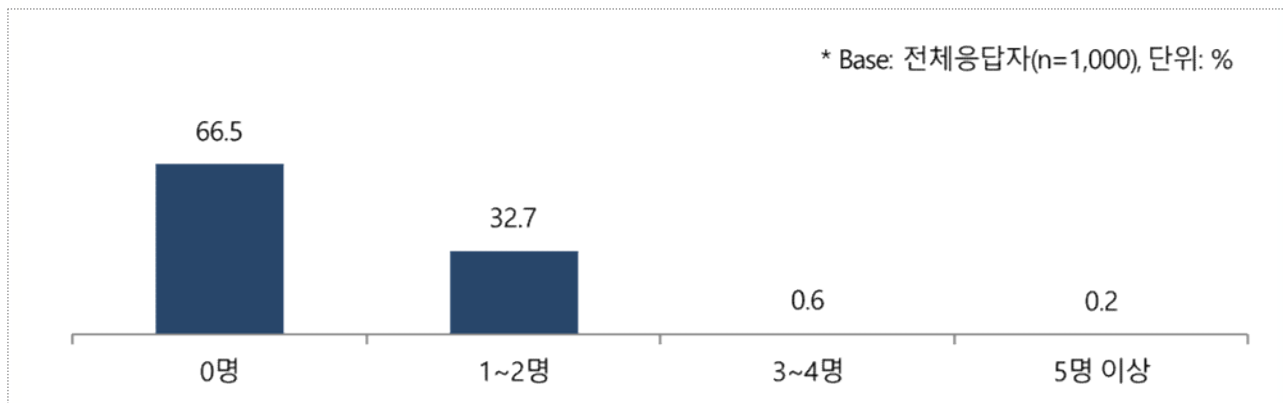
(단위:%)

구분		사례 수	1명	2~4명	평균 (명)
전체		(39)	71.8	28.2	0.1
사업체 형태	회사법인	(3)	100	-	0.3
	개인사업자	(35)	68.6	31.4	0.1
	미등록사업자	(1)	100	-	-
	맞춤복 제작/판매	(28)	71.4	28.6	0.1
세부 업종 (중복응답)	기성복 제작/판매	(16)	62.5	37.5	0.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(3)	66.7	33.3	-
	부자재 제작/판매	(5)	60.0	40.0	0.1
	바느질·자수 가공	(12)	83.3	16.7	0.1
	염색·염직 가공	(3)	66.7	33.3	0.3
	한복 대여(임대)	(18)	50.0	50.0	0.1
	한복 교육	(6)	50.0	50.0	0.8
	기타	(1)	100	-	1.0

9) 신규 인력 채용 계획_총 근로자 수

- 신규 인력 채용 계획이 없는 사람이 66.5%로 과반수를 차지함
- '1~2명'을 채용하겠다는 응답은 32.7%임
- 한복문화산업의 부정적 전망이 신규 인력 채용 계획에도 영향을 미친 것으로 판단됨

[그림4-20] 신규 인력 채용 계획_총 근로자 수



[표4-36] 신규 인력 채용 계획_총 근로자 수

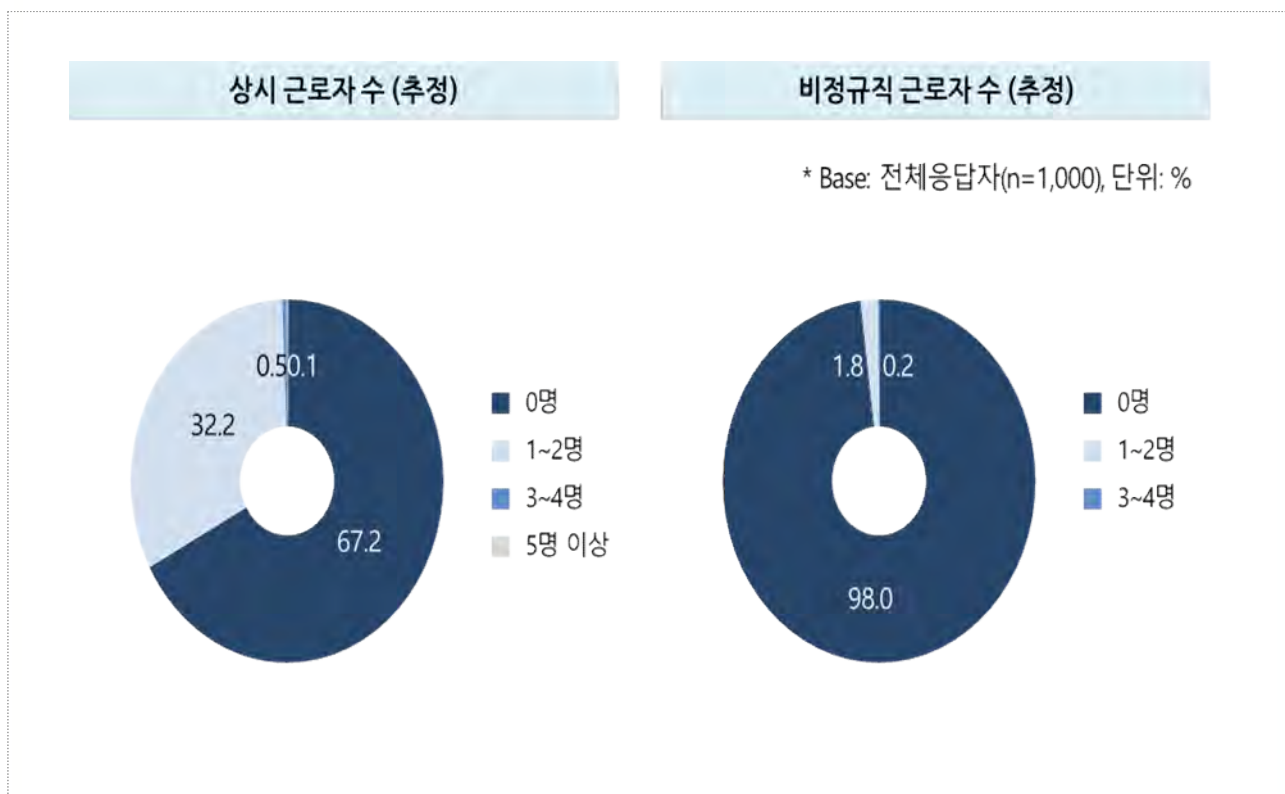
(단위:%)

구분		사례 수	0명	1~2명	3~4명	5명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	66.5	32.7	0.6	0.2	0.4
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	22.2	22.2	-	0.9
	개인사업자	(914)	66.1	33.3	0.4	0.2	0.4
	미등록사업자	(77)	72.7	27.3	-	-	0.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	69.2	30.1	0.5	0.1	0.4
	기성복 제작/판매	(283)	51.2	47.7	1.1	-	0.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	50.6	49.4	-	-	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	33.9	63.4	2.7	-	0.9
	바느질·자수 가공	(177)	53.7	45.2	0.6	0.6	0.6
	염색·염직 가공	(15)	46.7	46.7	6.7	-	0.7
	한복 대여(임대)	(349)	76.5	22.9	0.3	0.3	0.4
	한복 교육	(12)	41.7	41.7	16.7	0.0	1.3
	기타	(1)	-	100	-	-	2.0

10) 신규 인력 채용 계획_정규직, 비정규직 근로자 수

- 신규 인력 채용 계획을 정규직과 비정규직으로 구분하여 확인한 결과, 정규직의 경우 '1~2명'을 채용하겠다는 비중이 32.2%인 반면, 비정규직에서는 1.8%임
- 신규 인력을 채용하지 않겠다는 비중은 정규직에서는 67.2%, 비정규직에서는 98.0%로 대다수를 차지함
- 이를 통해 2023년 신규 인력 채용 계획은 부정적인 양상을 보이며, 신규 인력 채용 시에는 비정규직보다는 정규직을 주로 고려한다는 것을 알 수 있음

[그림4-21] 신규 인력 채용 계획_정규직, 비정규직 근로자 수



[표4-37] 신규 인력 채용 계획_정규직 근로자 수

(단위:%)

구분		사례 수	0명	1~2명	3~4명	5명 이상	평균 (명)
전체		(1,000)	67.2	32.2	0.5	0.1	0.4
사업체 형태	회사법인	(9)	77.8	-	22.2	-	0.7
	개인사업자	(914)	66.5	33.0	0.3	0.1	0.4
	미등록사업자	(77)	74.0	26.0	-	-	0.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	70.0	29.5	0.4	0.1	0.4
	기성복 제작/판매	(283)	51.6	47.7	0.7	-	0.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	50.6	49.4	-	-	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	34.8	63.4	1.8	-	0.8
	바느질·자수 가공	(177)	54.2	44.6	0.6	0.6	0.6
	염색·염직 가공	(15)	46.7	53.3	-	-	0.6
	한복 대여(임대)	(349)	77.1	22.6	0.3	-	0.3
	한복 교육	(12)	41.7	50.0	8.3	-	0.8
	기타	(1)	-	100	-	-	1.0

[표4-38] 신규 인력 채용 계획_비정규직 근로자 수

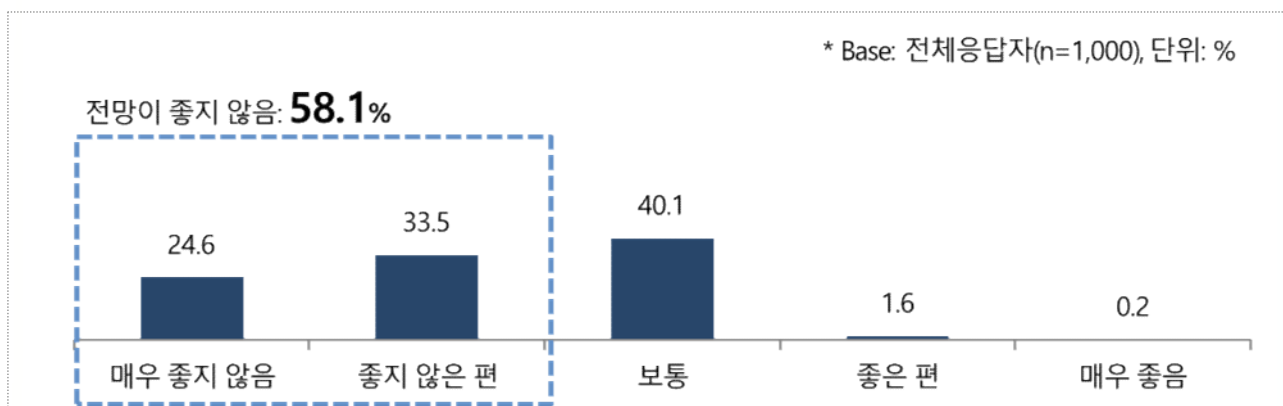
(단위:%)

구분		사례 수	0명	1~2명	3~4명	평균 (명)
전체		(1,000)	98.0	1.8	0.2	-
사업체 형태	회사법인	(9)	77.8	22.2	-	0.2
	개인사업자	(914)	98.1	1.6	0.2	-
	미등록사업자	(77)	98.7	1.3	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	98.4	1.6	-	-
	기성복 제작/판매	(283)	96.8	3.2	-	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	99.4	0.6	-	-
	부자재 제작/판매	(112)	96.4	3.6	-	-
	바느질·자수 가공	(177)	98.3	1.7	-	-
	염색·염직 가공	(15)	93.3	6.7	-	0.1
	한복 대여(임대)	(349)	97.4	2.0	0.6	0.0
	한복 교육	(12)	66.7	25.0	8.3	0.5
	기타	(1)	-	100	-	1.0

11) 한복문화산업계 인력 고용 여건

- 한복문화산업계 인력 고용 전망이 좋지 않다는 응답이 58.1%로 대다수를 차지함
- 전망이 좋다는 응답은 1.8%로 매우 낮은 수준
- 세부 업종별로 확인한 결과 '원사·연사·원단 제작/판매'와 '부자재 제작/판매', '염색·염직 가공'에서 고용 여건이 부정적 전망을 보인다고 응답한 비중이 85% 이상으로 타 업종 대비 많음

[그림4-22] 한복문화산업계 인력 고용 여건



[표4-39] 한복문화산업계 인력 고용 여건

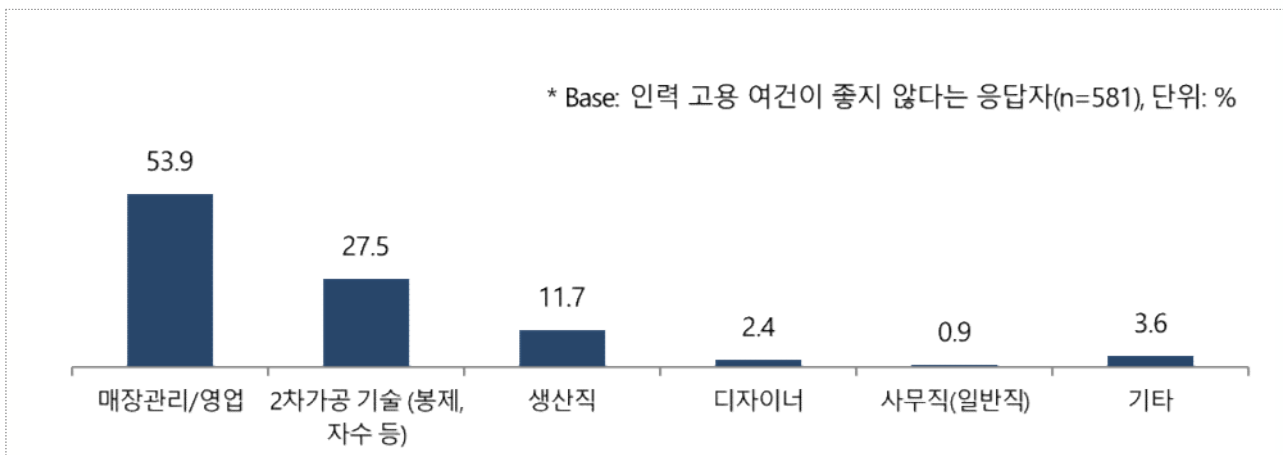
(단위:%)

구분		사례 수	매우 좋지 않음	좋지 않음	보통	좋음	매우 좋음
전체		(1,000)	24.6	33.5	40.1	1.6	0.2
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	22.2	11.1	-	11.1
	개인사업자	(914)	24.3	33.7	40.4	1.5	0.1
	미등록사업자	(77)	24.7	32.5	40.3	2.6	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	23.2	32.5	42.4	1.7	0.1
	기성복 제작/판매	(283)	36.4	29.7	32.2	1.4	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	40.9	44.5	13.4	1.2	-
	부자재 제작/판매	(112)	56.3	32.1	9.8	1.8	-
	바느질·자수 가공	(177)	49.2	24.9	24.9	1.1	-
	염색·염직 가공	(15)	66.7	20.0	13.3	-	-
	한복 대여(임대)	(349)	16.6	30.4	50.1	2.6	0.3
	한복 교육	(12)	41.7	25.0	25.0	-	8.3
	기타	(1)	-	100	-	-	-

12) 한복문화산업계 인력 필요 직종

- 인력 고용 전망이 좋지 않다는 응답자를 대상으로 질문한 결과, 한복문화산업계에서 인력이 필요한 직종으로는 '매장관리/영업'이 53.9%로 가장 많은 비중을 차지함
- 그다음 '2차 가공 기술 (27.5%)', '생산직 (11.7%)' 순임
- 이는 한복 분야 인력을 직종별로 확인한 결과와 동일한 양상을 보임

[그림4-23] 한복문화산업계 인력 필요 직종



[표4-40] 한복문화산업계 인력 필요 직종

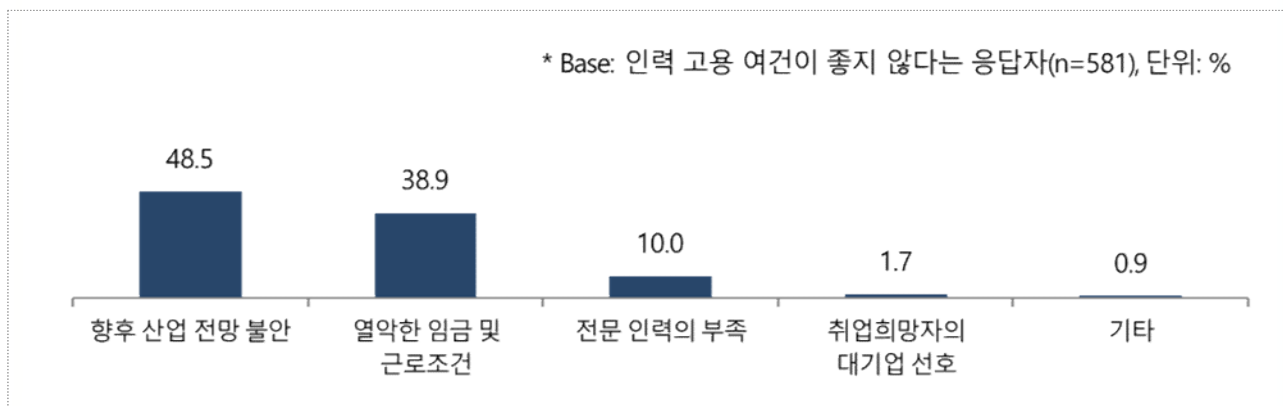
(단위:%)

구분		사례 수	매장관리/영업	2차가공 기술	생산직	디자이너	사무직(일반직)	기타
전체		(581)	53.9	27.5	11.7	2.4	0.9	3.6
사업체 형태	회사법인	(7)	42.9	-	14.3	-	14.3	28.6
	개인사업자	(530)	57.2	26.0	9.8	2.6	0.8	3.6
	미등록사업자	(44)	15.9	50.0	34.1	-	-	-
	맞춤복 제작/판매	(418)	48.6	29.4	15.6	3.1	0.7	2.6
세부 업종 (중복응답)	기성복 제작/판매	(187)	50.8	27.3	15.0	3.2	2.1	1.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(140)	75.0	13.6	1.4	2.9	-	7.1
	부자재 제작/판매	(99)	49.5	29.3	16.2	2.0	-	3.0
	바느질·자수 가공	(131)	26.7	56.5	13.7	0.8	-	-
	염색·염직 가공	(13)	15.4	38.5	38.5	7.7	-	-
	한복 대여(임대)	(164)	65.9	18.3	8.5	3.0	1.2	3.0
	한복 교육	(8)	62.5	12.5	12.5	-	-	12.5
	기타	(1)	100	-	-	-	-	-

13) 한복문화산업계 인력 부족 원인

- 한복문화산업계에서 인력 확보가 어려운 이유로는 '향후 산업 전망 불안 (48.5%)', '열악한 임금 및 근로조건 (38.9%)' 이 있음
- 세부 업종별로 확인한 결과, '원사·연사·원단 제작/판매'의 경우 향후 산업 전망이 불안해 인력 확보가 어렵다는 비중이 63.6%로 상대적으로 많음
- 인력 확보를 위해 불안한 산업 전망과 임금을 포함한 근로 환경을 개선할 수 있는 방향의 정책이 필요함

[그림4-24] 한복문화산업계 인력 부족 원인



[표4-41] 한복문화산업계 인력 부족 원인

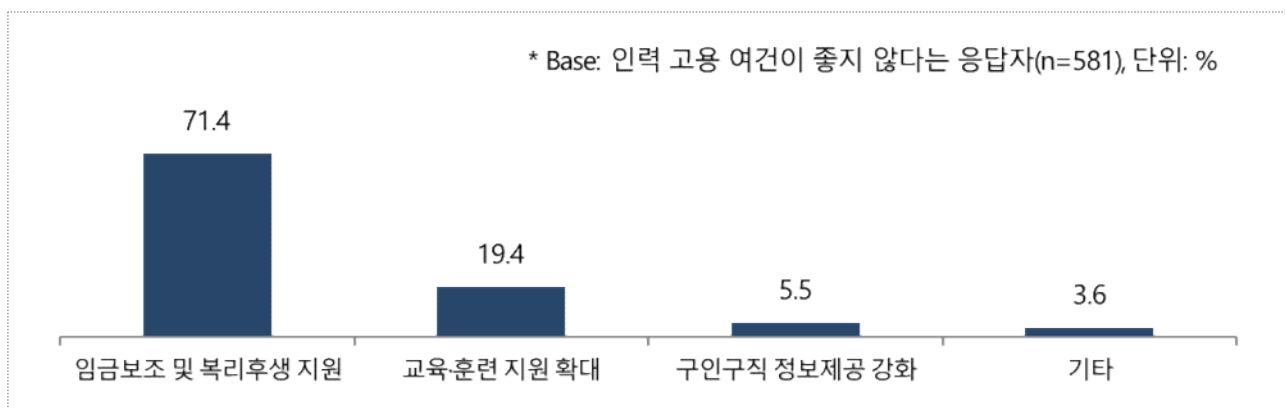
(단위:%)

구분		사례 수	향후 산업 전망 불안	열악한 임금 및 근로 조건	전문 인력의 부족	취업 희망자의 대기업 선호	기타
전체		(581)	48.5	38.9	10.0	1.7	0.9
사업체 형태	회사법인	(7)	14.3	28.6	28.6	14.3	14.3
	개인사업자	(530)	49.2	38.9	9.4	1.7	0.8
	미등록사업자	(44)	45.5	40.9	13.6	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(418)	47.8	38.0	11.5	1.7	1.0
	기성복 제작/판매	(187)	43.9	42.2	8.0	3.7	2.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(140)	63.6	29.3	6.4	0.7	-
	부자재 제작/판매	(99)	47.5	43.4	9.1	-	-
	바느질·자수 가공	(131)	40.5	45.8	13.7	-	-
	염색·염직 가공	(13)	46.2	38.5	15.4	-	-
	한복 대여(임대)	(164)	50.0	36.0	9.8	3.0	1.2
	한복 교육	(8)	62.5	37.5	-	-	-
	기타	(1)	-	100	-	-	-

14) 인력난 해소 정부 추진 정책

- 인력난 해소를 위해 정부가 추진할 필요가 있는 정책으로는 '임금보조 및 복리후생 지원'이 71.4%로 가장 많음
- 이는 앞서 인력 확보를 위해서는 열악한 임금 및 근로 환경 개선이 필요하다는 것과 일치하는 결과임
- 인력난 해소를 위해서 임금보조 및 복리후생과 같은 지원을 우선적으로 할 필요가 있음

[그림4-25] 인력난 해소 정부 추진 정책



[표4-42] 인력난 해소 정부 추진 정책

(단위:%)

구분		사례 수	임금보조 및 복리후생 지원	교육·훈련 지원 확대	구인구직 정보제공 강화	기타
전체		(581)	71.4	19.4	5.5	3.6
사업체 형태	회사법인	(7)	85.7	-	-	14.3
	개인사업자	(530)	71.1	19.8	5.3	3.8
	미등록사업자	(44)	72.7	18.2	9.1	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(418)	73.4	19.6	4.1	2.9
	기성복 제작/판매	(187)	77.5	15.5	4.3	2.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(140)	57.9	22.9	10.0	9.3
	부자재 제작/판매	(99)	87.9	10.1	1.0	1.0
	바느질·자수 가공	(131)	77.9	19.1	0.8	2.3
	염색·염직 가공	(13)	84.6	15.4	-	-
	한복 대여(임대)	(164)	65.2	24.4	5.5	4.9
	한복 교육	(8)	100	-	-	-
	기타	(1)	100	-	-	-

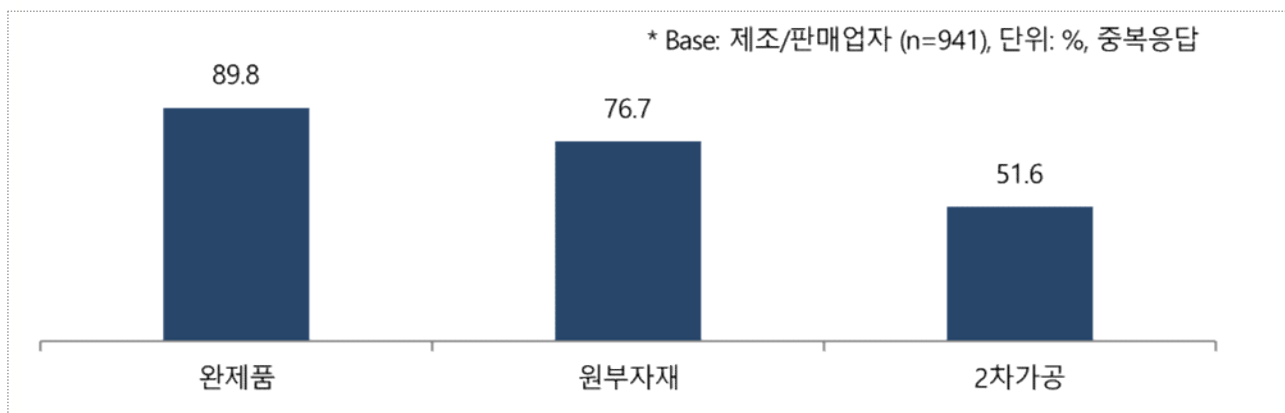
3. 사업 분야별 현황

1) 제조/판매업

(가) 제조 및 판매활동_전체

- 한복문화산업 중 제조/판매업을 운영하는 사업체를 대상으로 질문한 결과, 완제품을 제조 및 판매하는 경우가 89.8%로 가장 많음

[그림4-26] 제조 및 판매활동



[표4-43] 제조 및 판매활동_전체

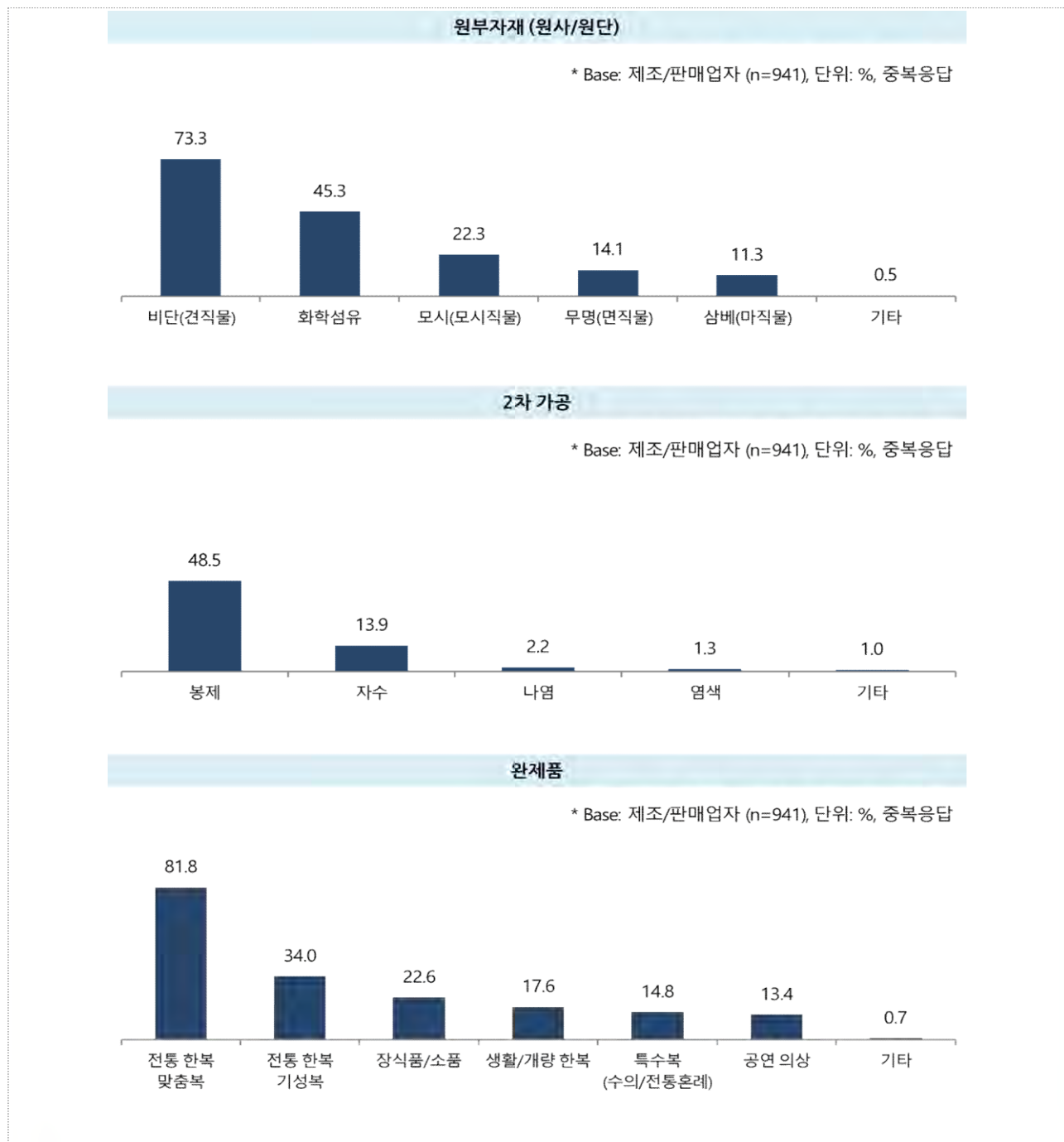
(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	완제품	원부자재	2차가공
전체		(941)	89.8	76.7	51.6
사업체 형태	회사법인	(8)	75.0	87.5	75.0
	개인사업자	(856)	90.2	78.9	51.2
	미등록사업자	(77)	87.0	51.9	54.5
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	96.4	78.5	56.0
	기성복 제작/판매	(283)	98.9	68.9	53.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	71.3	98.2	21.3
	부자재 제작/판매	(112)	98.2	80.4	70.5
	바느질·자수 가공	(177)	86.4	79.7	92.1
	염색·염직 가공	(15)	80.0	73.3	100

(나) 제조 및 판매활동_세부 업종

- 원부자재에서는 '비단(견직물)'이 73.3%로 가장 많은 비중을 차지함
- 2차 가공에서는 '봉제 (48.5%)'가 가장 많음
- 완제품에서는 '전통한복 맞춤복'이 81.8%로 가장 높은 수치를 보임

[그림4-27] 제조 및 판매활동_세부 업종



[표4-44] 제조 및 판매활동_원부자재

(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	비단 (견직물)	화학 섬유	모시 (모시 작물)	무명 (면직물)	삼베 (마직물)	기타
전체		(941)	73.3	45.3	22.3	14.1	11.3	0.5
사업체 형태	회사법인	(8)	75.0	50.0	-	25.0	25.0	12.5
	개인사업자	(856)	75.2	46.6	21.7	13.4	11.0	0.5
	미등록사업자	(77)	51.9	29.9	31.2	20.8	13.0	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	75.9	48.5	24.7	13.7	12.5	0.5
	기성복 제작/판매	(283)	62.2	59.0	15.9	20.5	21.2	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	96.3	50.6	17.1	18.9	11.6	-
	부자재 제작/판매	(112)	75.9	68.8	9.8	11.6	26.8	0.9
	바느질·자수 가공	(177)	77.4	59.9	35.0	24.3	32.2	1.1
염색·염직 가공		(15)	60.0	66.7	33.3	40.0	60.0	-

[표4-45] 제조 및 판매활동_2차 가공

(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	봉제	자수	나염	염색	기타
전체		(941)	48.5	13.9	2.2	1.3	1.0
사업체 형태	회사법인	(8)	75.0	12.5	-	-	12.5
	개인사업자	(856)	47.9	14.6	2.3	1.4	0.8
	미등록사업자	(77)	51.9	6.5	1.3	-	1.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	54.3	16.1	1.5	1.3	0.8
	기성복 제작/판매	(283)	51.6	31.1	1.4	2.1	1.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	17.1	5.5	3.0	0.6	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	67.9	50.0	4.5	2.7	1.8
	바느질·자수 가공	(177)	86.4	45.8	4.0	3.4	1.1
염색·염직 가공		(15)	73.3	40.0	46.7	26.7	-

[표4-46] 제조 및 판매활동_완제품

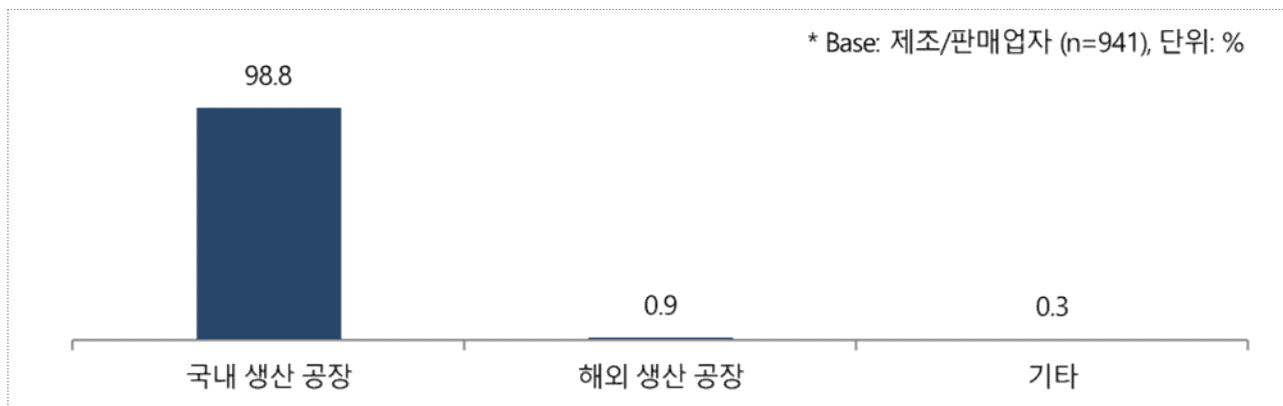
(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	전통 한복 맞춤복	전통 한복 기성복	장식품/ 소품	생활/ 개량 한복	특수복	공연 의상	기타
전체		(941)	81.8	34.0	22.6	17.6	14.8	13.4	0.7
사업체 형태	회사법인	(8)	37.5	12.5	25.0	50.0	-	12.5	12.5
	개인사업자	(856)	82.4	35.5	24.1	17.5	15.1	14.4	0.7
	미등록사업자	(77)	80.5	19.5	6.5	15.6	13.0	2.6	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	93.3	37.9	21.9	18.4	18.4	16.7	0.4
	기성복 제작/판매	(283)	83.7	80.6	35.0	39.2	27.9	30.7	0.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	67.1	21.3	34.1	11.6	11.6	9.1	-
	부자재 제작/판매	(112)	82.1	67.0	76.8	40.2	39.3	50.9	3.6
	바느질·자수 가공	(177)	81.9	49.2	37.3	34.5	26.0	38.4	0.6
염색·염직 가공		(15)	66.7	66.7	60.0	53.3	40.0	60.0	-

(다) 원/부자재 조달 경로

- 제조/판매업의 원/부자재는 98.8%가 '국내 생산 공장'을 통해 조달되고 있음
- 해외 생산 공장을 통해 조달되는 경우는 1% 미만임

[그림4-28] 원/부자재 조달 경로



[표4-47] 원/부자재 조달 경로

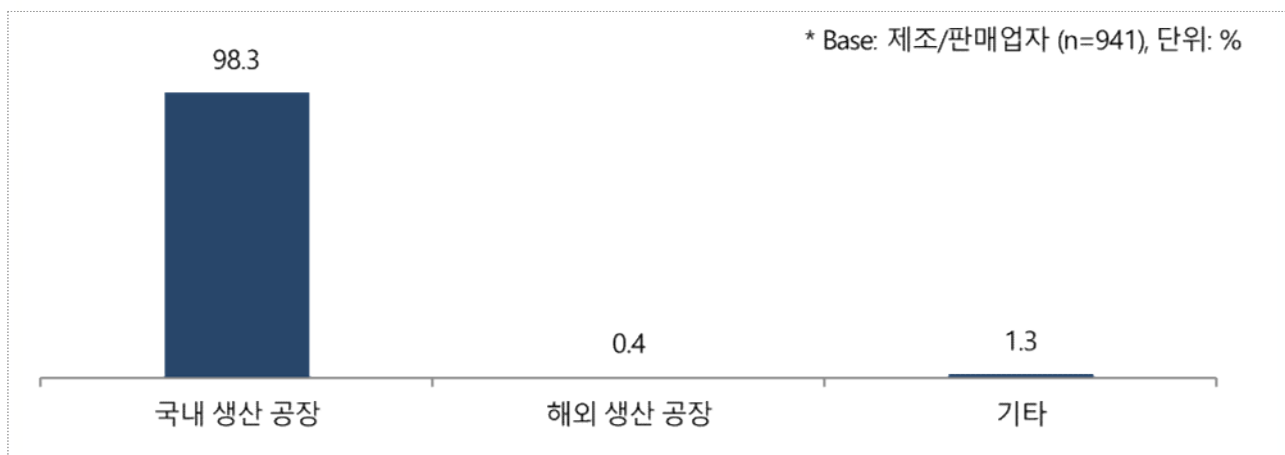
(단위:%)

구분		사례 수	국내 생산 공장	해외 생산 공장	기타
전체		(941)	98.8	0.9	0.3
사업체 형태	회사법인	(8)	87.5	12.5	-
	개인사업자	(856)	98.8	0.8	0.4
	미등록사업자	(77)	100	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	99.3	0.4	0.3
	기성복 제작/판매	(283)	98.2	1.1	0.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	98.2	1.8	-
	부자재 제작/판매	(112)	95.5	3.6	0.9
	바느질·자수 가공	(177)	99.4	-	0.6
	염색·염직 가공	(15)	100	-	0.0

(라) 상품 생산 경로

- 제조/판매업 상품의 98.3%는 '국내 공장'을 통해 생산되고 있음
- 해외 생산 공장을 통해 생산되는 경우는 1% 미만임

[그림4-29] 상품 생산 경로



[표4-48] 상품 생산 경로

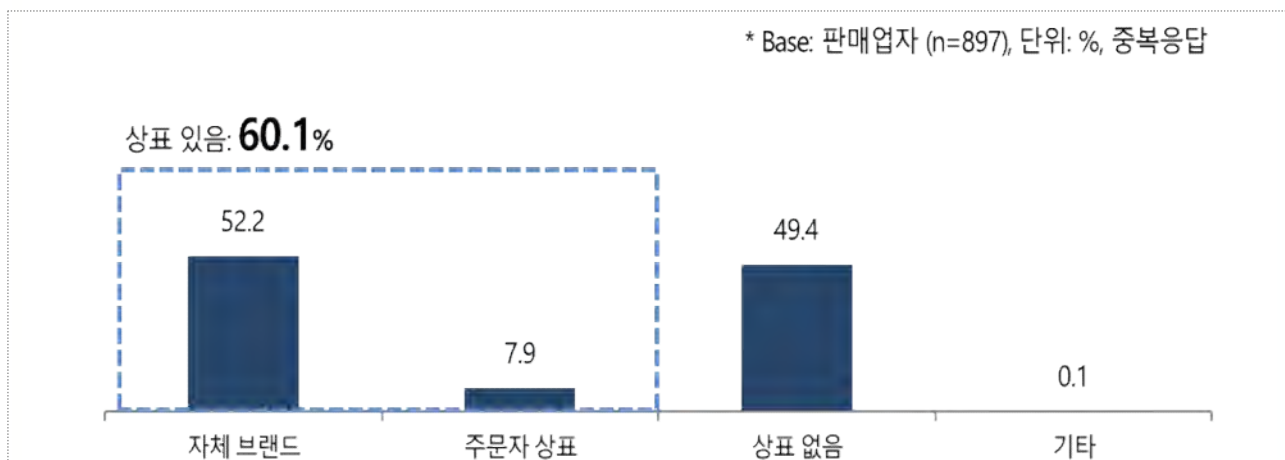
(단위:%)

구분		사례 수	국내 생산 공장	해외 생산 공장	기타
전체		(941)	98.3	0.4	1.3
사업체 형태	회사법인	(8)	75.0	12.5	12.5
	개인사업자	(856)	98.4	0.4	1.3
	미등록사업자	(77)	100	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	98.3	0.1	1.6
	기성복 제작/판매	(283)	97.5	0.4	2.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	97.6	1.2	1.2
	부자재 제작/판매	(112)	96.4	0.9	2.7
	바느질·자수 가공	(177)	96.6	-	3.4
	염색·염직 가공	(15)	100	-	-

(마) 판매 생산 형태

- 판매업의 경우 '자체 브랜드'로 생산하는 경우가 52.2%로 가장 많음
- 그다음은 '상표 없이' 제품을 생산하는 경우로 49.4%의 비중을 차지함
- '상표가 있는 제품'을 생산하는 경우는 60.1%임

[그림4-30] 판매 생산 형태



[표4-49] 판매 생산 형태

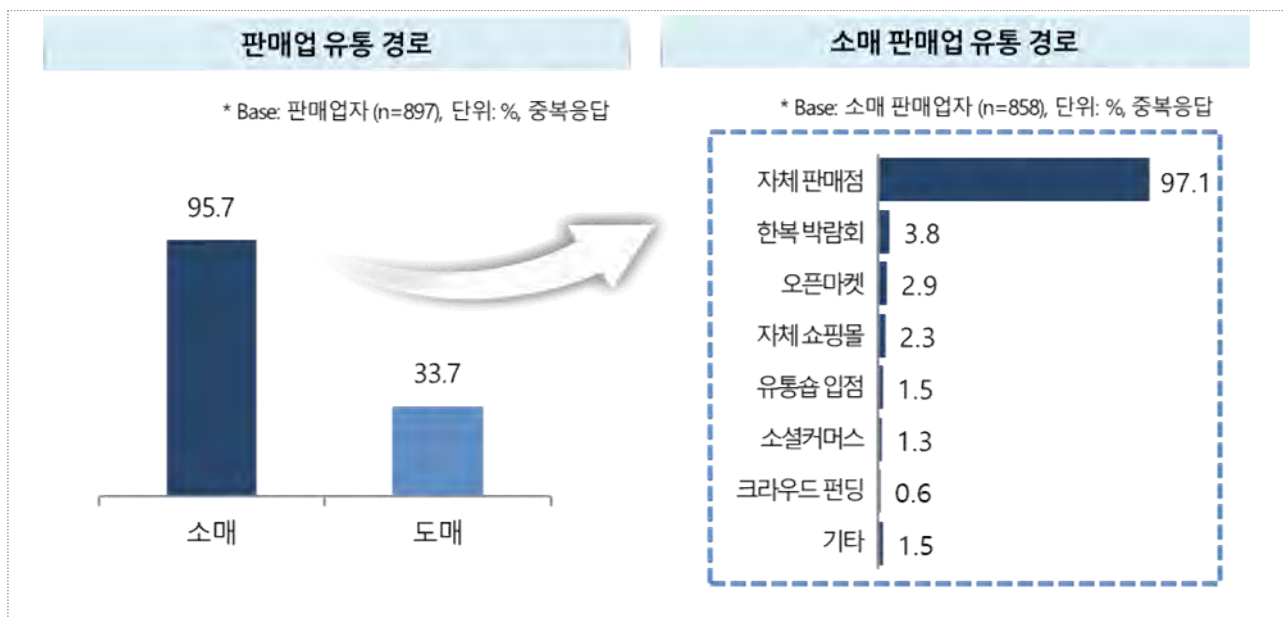
(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	자체 브랜드	주문자 상표	상표 없음	기타
전체		(897)	52.2	7.9	49.4	0.1
사업체 형태	회사법인	(8)	75.0	12.5	12.5	-
	개인사업자	(827)	53.0	6.4	50.3	0.1
	미등록사업자	(62)	38.7	27.4	41.9	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	55.9	8.1	45.5	0.1
	기성복 제작/판매	(283)	33.9	6.0	68.2	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	34.1	7.3	72.6	-
	부자재 제작/판매	(112)	29.5	12.5	72.3	-

(바) 상품 유통 경로

- ▶ 판매업의 경우 상품을 '소매'로 유통하는 경우가 95.7%로 가장 많음
- ▶ '도매'로 유통하는 경우는 약 33%임
- ▶ 소매로 유통하는 경우 중에서도 '자체 판매점'을 이용하는 경우가 97.1%로 대부분을 차지함

[그림4-31] 상품 유통 경로



- ㉠ 세부 업종별로 살펴본 결과, '원사·연사·원단 제작/판매'의 경우 도매로 유통되는 경우가 48.2%로 타 세부 업종 대비 많음

[표4-50] 상품 유통 경로

(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	소매	도매
전체		(897)	95.7	33.7
사업체 형태	회사법인	(8)	87.5	37.5
	개인사업자	(827)	96.0	33.7
	미등록사업자	(62)	91.9	32.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	96.4	32.5
	기성복 제작/판매	(283)	96.1	22.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	93.9	48.2
	부자재 제작/판매	(112)	96.4	31.3

[표4-51] 상품 세부 유통 경로 (소매 판매업)

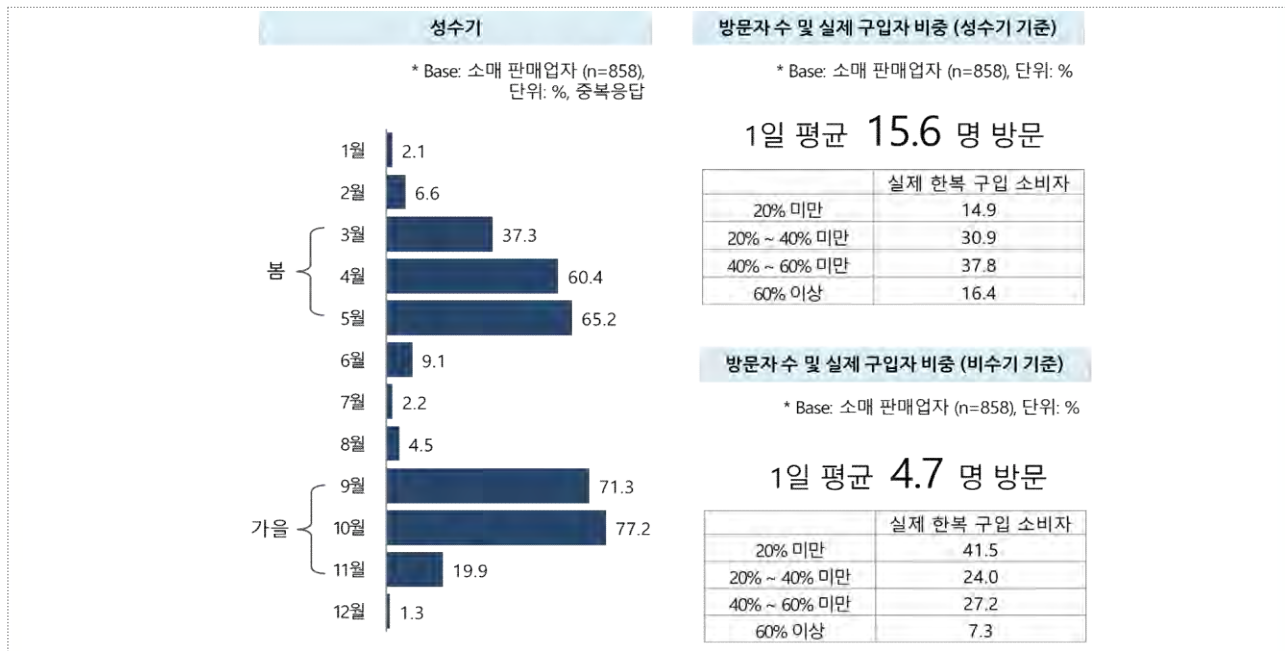
(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	자체 판매점	한복 박람회	오픈 마켓	자체 쇼핑몰	유통숍 입점	소셜 커머스	크라 우드 편딩	기타
전체		(858)	97.1	3.8	2.9	2.3	1.5	1.3	0.6	1.5
사업체 형태	회사법인	(7)	57.1	42.9	28.6	28.6	28.6	28.6	-	-
	개인사업자	(794)	97.6	3.7	2.9	2.3	1.1	1.1	0.6	1.1
	미등록사업자	(57)	94.7	1.8	-	-	3.5	-	-	7.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	97.8	3.6	2.6	2.1	1.5	1.0	0.3	1.7
	기성복 제작/판매	(272)	94.9	6.6	6.3	5.1	2.9	2.6	1.1	2.2
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	99.4	2.6	1.9	-	0.6	0.6	-	-
	부자재 제작/판매	(108)	97.2	4.6	0.9	3.7	2.8	0.9	-	0.9

(사) 방문자 수 및 실제 구입자 비중

- 소매 판매업의 성수기는 봄, 가을 시즌인 5월, 9~10월임
- 성수기 기준, 1일 평균 15.6명이 방문하며, 그중 40% 이상이 구입하는 경우는 54.2%임
- 비수기 기준, 1일 평균 4.7명이 방문하며, 그중 40% 이상이 구입하는 경우는 34.5%임

[그림4-32] 방문자 수 및 실제 구입자 비중



[표4-52] 성수기 (소매 판매업)

(단위:%, 중복응답)

구분	사례 수	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전체	(858)	2.1	6.6	37.3	60.4	65.2	9.1	2.2	4.5	71.3	77.2	19.9	1.3
사업체 형태	회사법인	(7)	14.3	28.6	57.1	57.1	42.9	14.3	-	42.9	85.7	42.9	14.3
	개인사업자	(794)	2.1	6.9	37.9	60.2	66.8	8.9	2.4	4.3	72.3	77.7	20.3
	미등록사업자	(57)	-	-	26.3	63.2	45.6	10.5	-	3.5	56.1	73.7	15.8
세부 업종 (중복 응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	1.8	6.8	32.5	58.9	64.6	10.1	2.2	4.3	69.4	76.9	17.3
	기성복 제작/판매	(272)	5.1	14.0	32.7	44.1	60.3	11.4	5.5	8.5	70.6	65.4	14.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	0.6	3.9	75.3	83.1	72.1	3.9	0.6	2.6	87.7	94.2	40.3
	부자재 제작/판매	(108)	3.7	20.4	46.3	51.9	69.4	12.0	3.7	3.7	77.8	85.2	13.0

[표4-53] 방문자 수_성수기 기준 (소매 판매업)

(단위:%)

구분		사례 수	5명 미만	5~10명 미만	10~15명 미만	15~20명 미만	20명 이상	평균 (명)
전체		(858)	32.8	35.2	16.9	4.9	10.3	15.6
사업체 형태	회사법인	(7)	28.6	14.3	-	-	57.1	451.3
	개인사업자	(794)	30.4	36.0	18.0	5.3	10.3	12.6
	미등록사업자	(57)	66.7	26.3	3.5	-	3.5	4.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	33.7	33.1	16.9	5.3	11.1	12.0
	기성복 제작/판매	(272)	32.7	22.4	16.5	8.1	20.2	33.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	18.2	50.0	23.4	3.2	5.2	7.9
	부자재 제작/판매	(108)	14.8	16.7	22.2	13.9	32.4	33.0

[표4-54] 실제 구입자 비중_성수기 기준 (소매 판매업)

(단위:%)

구분		사례 수	20% 미만	20%~40% 미만	40%~60% 미만	60% 이상	평균
전체		(858)	14.9	30.9	37.8	16.4	39.8
사업체 형태	회사법인	(7)	57.1	-	14.3	28.6	29.6
	개인사업자	(794)	14.9	30.2	38.2	16.8	40.0
	미등록사업자	(57)	10.5	43.9	35.1	10.5	38.2
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	12.9	29.0	40.2	17.8	41.3
	기성복 제작/판매	(272)	19.9	21.7	41.2	17.3	39.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	13.6	50.0	24.7	11.7	35.1
	부자재 제작/판매	(108)	7.4	23.1	47.2	22.2	46.8

[표4-55] 방문자 수_비수기 기준 (소매 판매업)

(단위:%)

구분		사례 수	5명 미만	5~10명 미만	10~15명 미만	15~20명 미만	20명 이상	평균 (명)
전체		(858)	76.8	14.5	6.5	0.9	1.3	4.7
사업체 형태	회사법인	(7)	28.6	14.3	28.6	-	28.6	108.0
	개인사업자	(794)	75.9	15.2	6.7	1.0	1.1	4.0
	미등록사업자	(57)	94.7	3.5	1.8	-	-	1.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	76.6	14.1	7.1	1.1	1.1	3.8
	기성복 제작/판매	(272)	66.2	16.2	11.0	2.9	3.7	9.0
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	81.8	15.6	2.6	-	-	2.6
	부자재 제작/판매	(108)	48.1	25.9	17.6	5.6	2.8	7.2

[표4-56] 실제 구입자 비중_비수기 기준 (소매 판매업)

(단위:%)

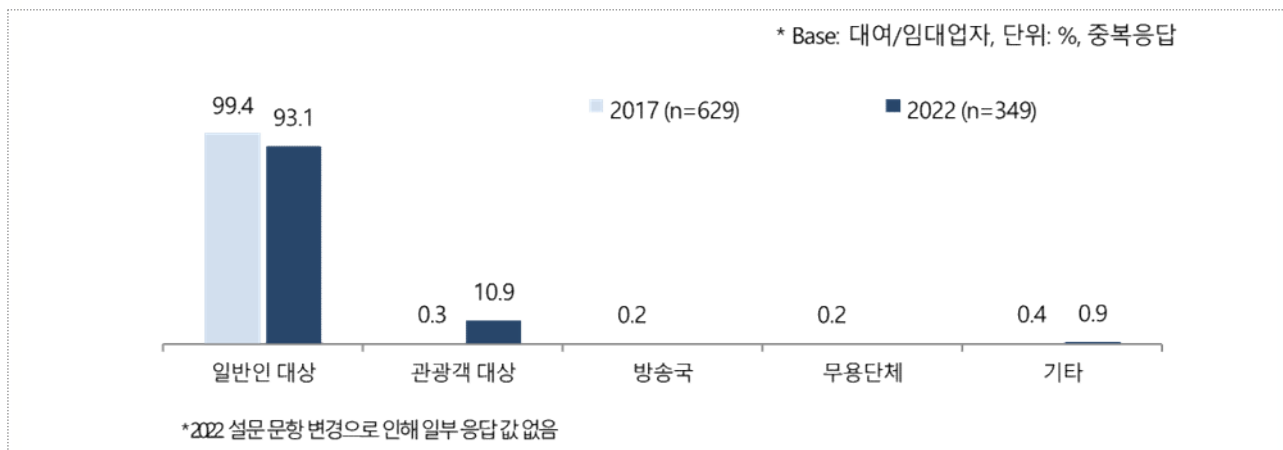
구분		사례 수	20% 미만	20%~40% 미만	40%~60% 미만	60% 이상	평균
전체		(858)	41.5	24.0	27.2	7.3	26.6
사업체 형태	회사법인	(7)	57.1	42.9	-	-	13.9
	개인사업자	(794)	39.5	24.8	28.1	7.6	27.4
	미등록사업자	(57)	66.7	10.5	17.5	5.3	17.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(723)	38.7	23.7	29.9	7.7	28.0
	기성복 제작/판매	(272)	38.6	25.7	30.9	4.8	26.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(154)	56.5	25.3	14.9	3.2	19.0
	부자재 제작/판매	(108)	16.7	30.6	43.5	9.3	37.5

2) 대여(임대) 사업

(가) 대여 고객 유형

- 한복문화산업 중 대여 사업은 '일반인'을 대상으로 한 경우가 93.1%로 가장 많은 비중을 차지하였으나, 이는 '17년 대비 6.3%p 감소한 수치임
- '관광객'을 대상으로 한 경우는 10.9%로 '17년 대비 10.6%p 증가한 수치로 관광객을 대상으로 한 대여 사업이 성장하고 있음

[그림4-33] 대여 고객 유형



[표4-57] 대여 고객 유형

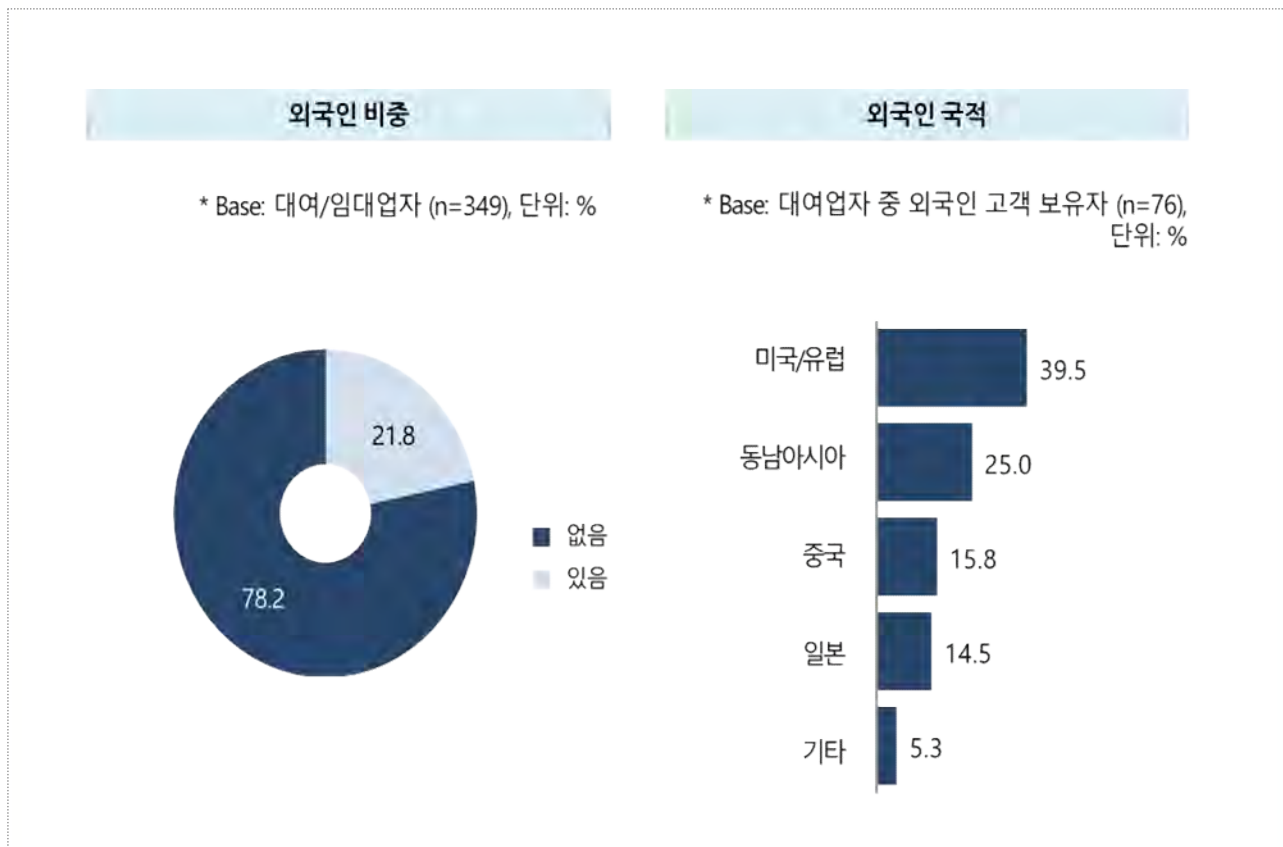
(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	일반인 대상	관광객 대상	기타
2017년 전체		(629)	99.4	0.3	0.4
2022년 전체		(349)	93.1	10.9	0.9
사업체 형태	개인사업자	(343)	93.0	11.1	0.9
	미등록사업자	(6)	100	-	-
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	93.1	10.9	0.9
권역	서울	(48)	93.8	20.8	2.1
	인천/경기	(59)	100	5.1	-
	충청권	(47)	100	-	-
	대구/경북권	(79)	98.7	2.5	-
	부산/경남권	(69)	100	2.9	1.4
	호남권	(31)	35.5	67.7	3.2
	강원	(14)	100	-	-
	제주	(2)	100	-	-

(나) 외국인 고객 유형

- 대여 사업 고객 중 외국인의 비중은 약 20% 수준임
- 외국인 고객의 국적은 '미국/유럽'이 39.5%로 가장 많고, 그다음 '동남아시아 (25.0%)', '중국 (15.8%)', '일본 (14.5%)' 순임

[그림4-34] 외국인 고객 유형



[표4-58] 외국인 고객 유형_비중

(단위:%)

구분		사례 수	있음	없음
전체		(349)	21.8	78.2
사업체 형태	개인사업자	(343)	22.2	77.8
	미등록사업자	(6)	-	100
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	21.8	78.2
권역	서울	(48)	45.8	54.2
	인천/경기	(59)	16.9	83.1
	충청권	(47)	17.0	83.0
	대구/경북권	(79)	7.6	92.4
	부산/경남권	(69)	11.6	88.4
	호남권	(31)	67.7	32.3
	강원	(14)	0.0	100.0
	제주	(2)	50.0	50.0

[표4-59] 외국인 고객 유형_국적

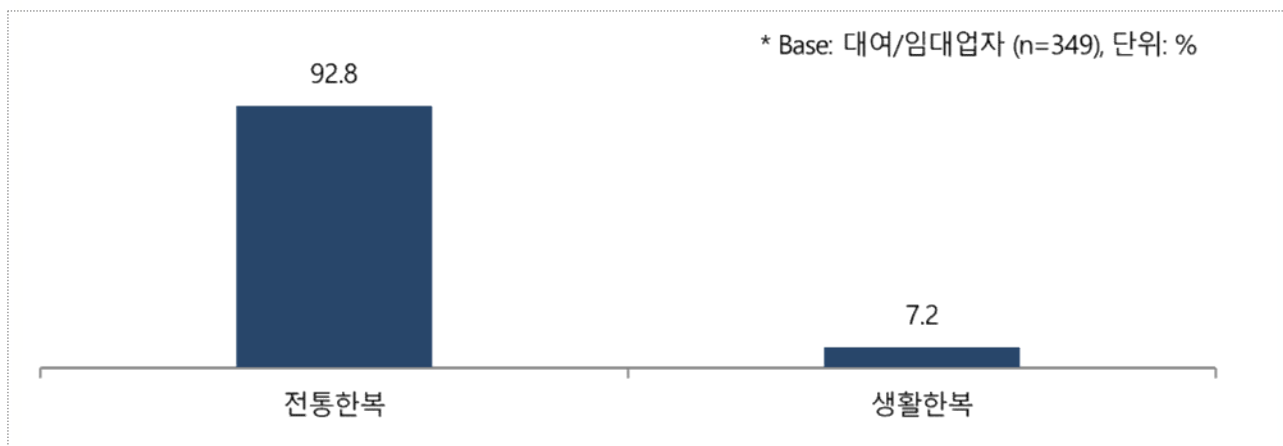
(단위:%)

구분		사례 수	미국 /유럽	동남 아시아	중국	일본	기타
전체		(76)	39.5	25.0	15.8	14.5	5.3
사업체 형태	개인사업자	(76)	39.5	25.0	15.8	14.5	5.3
세부 업종	한복 대여(임대)	(76)	39.5	25.0	15.8	14.5	5.3
권역	서울	(22)	22.7	45.5	18.2	4.5	9.1
	인천/경기	(10)	20.0	30.0	30.0	10.0	10.0
	충청권	(8)	37.5	25.0	37.5	-	-
	대구/경북권	(6)	50.0	33.3	16.7	-	-
	부산/경남권	(8)	37.5	25.0	12.5	25.0	-
	호남권	(21)	66.7	-	-	33.3	-
	강원	(1)	-	-	-	-	100

(다) 대여 한복 구비

- 대여업을 하는 사람의 경우 '전통한복'을 구비하고 있는 경우가 92.8%로 대다수를 차지함
- '생활한복'을 구비한 경우는 7.2%로 매우 낮은 수준임

[그림4-35] 대여 한복 구비



[표4-60] 대여 한복 구비

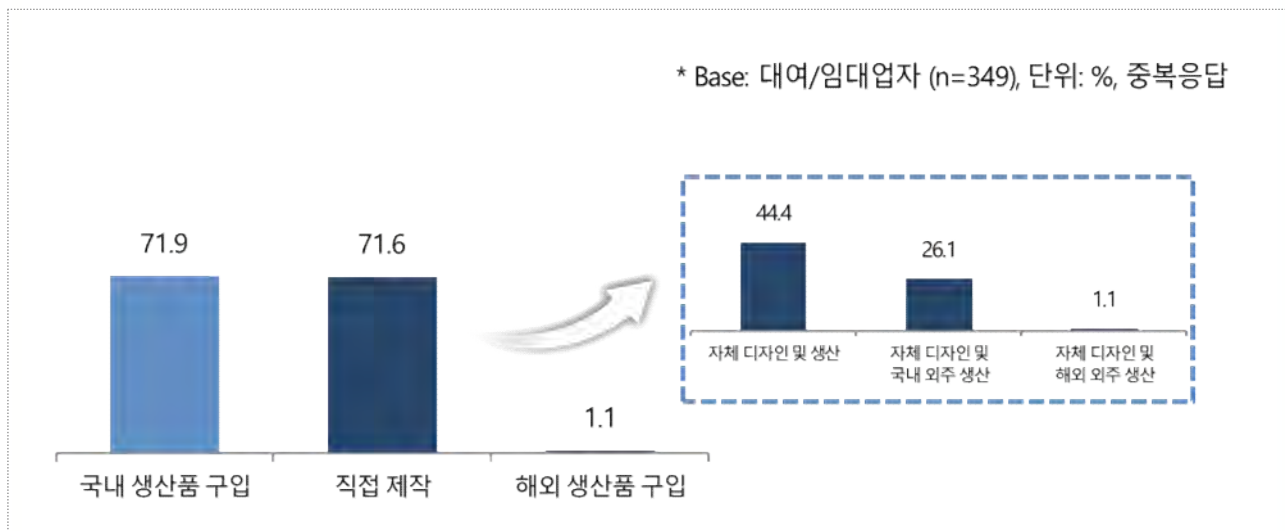
(단위:%)

구분		사례 수	전통한복	생활한복
전체		(349)	92.8	7.2
사업체 형태	개인사업자	(343)	92.7	7.3
	미등록사업자	(6)	100	-
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	92.8	7.2
권역	서울	(48)	97.9	2.1
	인천/경기	(59)	88.1	11.9
	충청권	(47)	100	-
	대구/경북권	(79)	100	-
	부산/경남권	(69)	95.7	4.3
	호남권	(31)	54.8	45.2
	강원	(14)	100	-
	제주	(2)	100	-

(라) 대여 한복 조달 방법

- 대여 한복을 조달하는 방법으로는 '국내 생산품을 구입하는 경우'가 71.9%로 가장 많음
- 그다음 '자체 디자인 및 생산 (44.4%)', '자체 디자인 및 국내 외주 생산 (26.1%)' 순임

[그림4-36] 대여 한복 조달 방법



[표4-61] 대여 한복 조달 방법

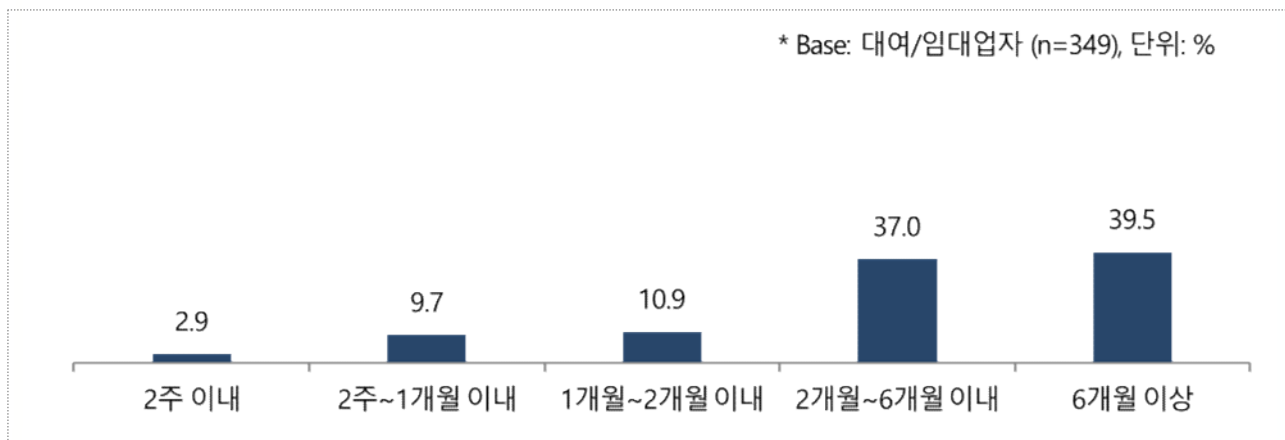
(단위:%, 중복응답)

구분	사례 수	국내 생산품 구입	직접 제작			해외 생산품 구입
			자체 디자인 및 생산	자체 디자인 및 국내 외주 생산	자체 디자인 및 해외 외주 생산	
전체	(349)	71.9	44.4	26.1	1.1	1.1
사업체 형태	개인사업자	(343)	72.3	44.0	26.5	1.2
	미등록사업자	(6)	50.0	66.7	-	-
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	71.9	44.4	26.1	1.1
권역	서울	(48)	33.3	29.2	54.2	6.3
	인천/경기	(59)	83.1	66.1	25.4	1.7
	충청권	(47)	57.4	74.5	48.9	-
	대구/경북권	(79)	77.2	41.8	17.7	-
	부산/경남권	(69)	81.2	30.4	15.9	-
	호남권	(31)	87.1	29.0	3.2	-
	강원	(14)	100	14.3	7.1	-
	제주	(2)	50.0	100	-	-

(마) 신상품 공급 주기

- 신상품 공급 주기는 '6개월 이상'인 경우가 39.5%로 가장 많았고, 그다음 '2개월~6개월 이내 (37.0%)' 순임

[그림4-37] 신상품 공급 주기



[표4-62] 신상품 공급 주기

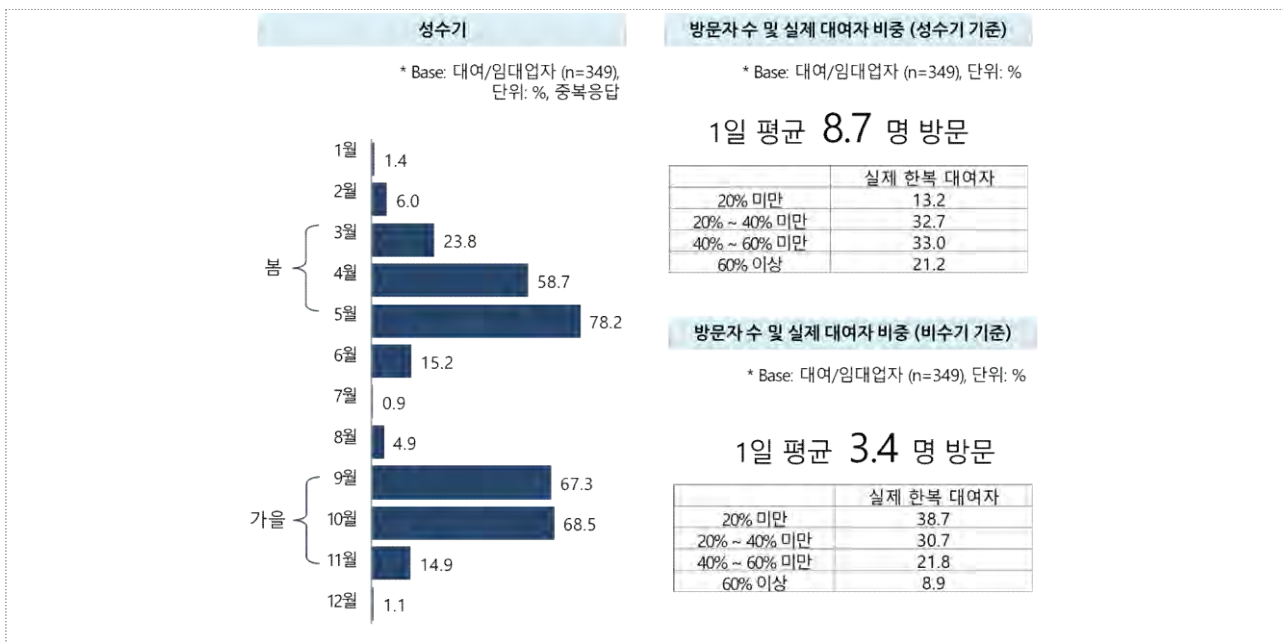
(단위:%)

구분		사례 수	2주 이내	2주~1개월 이내	1개월~2개월 이내	2개월~6개월 이내	6개월 이상
전체		(349)	2.9	9.7	10.9	37.0	39.5
사업체 형태	개인사업자	(343)	2.9	9.9	11.1	37.3	38.8
	미등록사업자	(6)	-	-	-	16.7	83.3
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	2.9	9.7	10.9	37.0	39.5
권역	서울	(48)	10.4	20.8	14.6	20.8	33.3
	인천/경기	(59)	1.7	27.1	40.7	20.3	10.2
	충청권	(47)	2.1	6.4	4.3	17.0	70.2
	대구/경북권	(79)	-	2.5	3.8	48.1	45.6
	부산/경남권	(69)	2.9	1.4	1.4	53.6	40.6
	호남권	(31)	-	-	3.2	77.4	19.4
	강원	(14)	7.1	-	-	-	92.9
	제주	(2)	-	100	-	-	-

(바) 방문자 수 및 실제 대여자 비중

- 대여 사업의 성수기는 봄, 가을 시즌인 5월, 9~10월임
- 성수기 기준, 1일 평균 8.7명이 방문하며, 그중 40% 이상이 대여하는 비중은 54.2%
- 비수기 기준, 1일 평균 3.4명 방문하며, 그중 40% 이상이 대여하는 비중은 30.7%

[그림4-38] 방문자 수 및 실제 대여자 비중



[표4-63] 성수기 (대여업)

(단위:%, 중복응답)

구분		사례 수	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전체		(349)	1.4	6.0	23.8	58.7	78.2	15.2	0.9	4.9	67.3	68.5	14.9	1.1
사업체 형태	개인사업자	(343)	1.5	6.1	23.9	59.2	78.1	14.9	0.9	5.0	67.3	68.5	14.9	1.2
	미등록사업자	(6)	-	-	16.7	33.3	83.3	33.3	-	-	66.7	66.7	16.7	-
세부 업종		(349)	1.4	6.0	23.8	58.7	78.2	15.2	0.9	4.9	67.3	68.5	14.9	1.1
권역	한복 대여(임대)	(349)	1.4	6.0	23.8	58.7	78.2	15.2	0.9	4.9	67.3	68.5	14.9	1.1
	서울	(48)	2.1	2.1	37.5	91.7	83.3	12.5	-	27.1	93.8	75.0	12.5	-
	인천/경기	(59)	1.7	6.8	23.7	62.7	67.8	3.4	-	1.7	67.8	28.8	3.4	1.7
	충청권	(47)	-	-	19.1	38.3	87.2	2.1	-	2.1	46.8	89.4	19.1	-
	대구/경북권	(79)	-	1.3	19.0	63.3	86.1	22.8	-	-	59.5	78.5	17.7	1.3
	부산/경남권	(69)	1.4	2.9	23.2	52.2	84.1	20.3	2.9	-	60.9	65.2	21.7	2.9
	호남권	(31)	-	6.5	16.1	54.8	77.4	35.5	3.2	6.5	83.9	90.3	12.9	-
	강원	(14)	14.3	78.6	35.7	14.3	14.3	7.1	-	-	85.7	50.0	-	-
제주		(2)	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-	50.0	100	100	-

[표4-64] 방문자 수_성수기 기준 (대여업)

(단위:%)

구분		사례 수	5명 미만	5~10명 미만	10~15명 미만	15~20명 미만	20명 이상	평균 (명)
전체		(349)	36.7	36.1	14.0	2.0	11.2	8.7
사업체 형태	개인사업자	(343)	36.2	36.4	14.0	2.0	11.4	8.7
	미등록사업자	(6)	66.7	16.7	16.7	-	-	4.7
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	36.7	36.1	14.0	2.0	11.2	8.7
권역	서울	(48)	33.3	39.6	20.8	6.3	-	6.1
	인천/경기	(59)	30.5	55.9	8.5	-	5.1	6.7
	충청권	(47)	48.9	36.2	12.8	-	2.1	5.2
	대구/경북권	(79)	45.6	29.1	17.7	1.3	6.3	6.5
	부산/경남권	(69)	36.2	36.2	15.9	1.4	10.1	7.5
	호남권	(31)	9.7	3.2	6.5	6.5	74.2	31.8
	강원	(14)	50.0	42.9	7.1	-	-	4.5
	제주	(2)	-	100	-	-	-	7.5

[표4-65] 실제 대여자 비중_성수기 기준

(단위:%)

구분		사례 수	20% 미만	20%~40% 미만	40%~60% 미만	60% 이상	평균
전체		(349)	13.2	32.7	33.0	21.2	41.5
사업체 형태	개인사업자	(343)	13.1	32.7	32.7	21.6	41.6
	미등록사업자	(6)	16.7	33.3	50.0	-	35.8
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	13.2	32.7	33.0	21.2	41.5
권역	서울	(48)	6.3	27.1	29.2	37.5	55.4
	인천/경기	(59)	10.2	13.6	54.2	22.0	45.7
	충청권	(47)	10.6	51.1	25.5	12.8	35.3
	대구/경북권	(79)	12.7	40.5	40.5	6.3	35.5
	부산/경남권	(69)	18.8	49.3	24.6	7.2	30.4
	호남권	(31)	3.2	3.2	22.6	71.0	65.3
	강원	(14)	57.1	14.3	7.1	21.4	25.6
	제주	(2)	-	-	-	100	90.0

[표4-66] 방문자 수_비수기 기준 (대여업)

(단위:%)

구분		사례 수	5명 미만	5~10명 미만	10~15명 미만	15~20명 미만	20명 이상	평균 (명)
전체		(349)	79.7	9.2	5.2	1.7	4.3	3.4
사업체 형태	개인사업자	(343)	79.6	9.0	5.2	1.7	4.4	3.5
	미등록사업자	(6)	83.3	16.7	-	-	-	2.0
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	79.7	9.2	5.2	1.7	4.3	3.4
권역	서울	(48)	89.6	10.4	-	-	-	2.3
	인천/경기	(59)	93.2	1.7	5.1	-	-	1.6
	충청권	(47)	97.9	2.1	-	-	-	1.4
	대구/경북권	(79)	77.2	16.5	3.8	2.5	-	2.9
	부산/경남권	(69)	75.4	14.5	10.1	-	-	3.3
	호남권	(31)	16.1	6.5	16.1	12.9	48.4	14.5
	강원	(14)	100	-	-	-	-	1.2
	제주	(2)	100	-	-	-	-	1.5

[표4-67] 실제 대여자 비중_비수기 기준

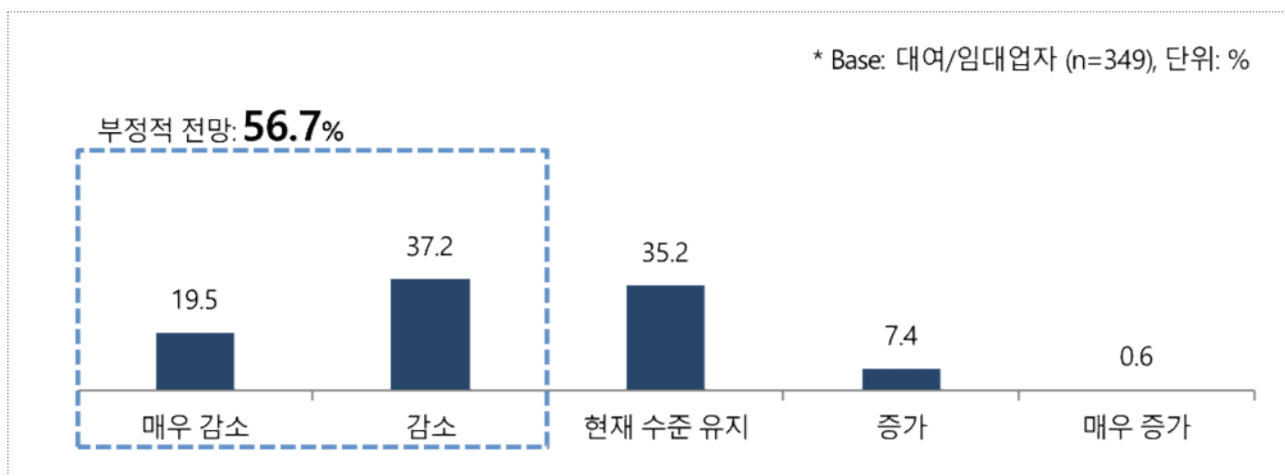
(단위:%)

구분		사례 수	20% 미만	20%~40% 미만	40%~60% 미만	60% 이상	평균
전체		(349)	38.7	30.7	21.8	8.9	26.5
사업체 형태	개인사업자	(343)	38.8	30.9	21.3	9.0	26.5
	미등록사업자	(6)	33.3	16.7	50.0	-	27.5
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	38.7	30.7	21.8	8.9	26.5
권역	서울	(48)	10.4	35.4	27.1	27.1	45.5
	인천/경기	(59)	30.5	54.2	10.2	5.1	25.6
	충청권	(47)	72.3	19.1	2.1	6.4	11.0
	대구/경북권	(79)	35.4	35.4	22.8	6.3	24.7
	부산/경남권	(69)	44.9	26.1	24.6	4.3	23.5
	호남권	(31)	16.1	6.5	67.7	9.7	42.7
	강원	(14)	92.9	7.1	-	-	4.4
	제주	(2)	50.0	-	-	50.0	45.0

(사) 대여 시장 전망

- 한복 대여 시장의 전망이 부정적이라고 응답한 비중이 56.7%로 과반수를 차지
- 반면, 대여 시장의 전망이 긍정적이라고 응답한 비중은 약 8%로 매우 낮음

[그림4-39] 대여 시장 전망



[표4-68] 대여 시장 전망

(단위:%)

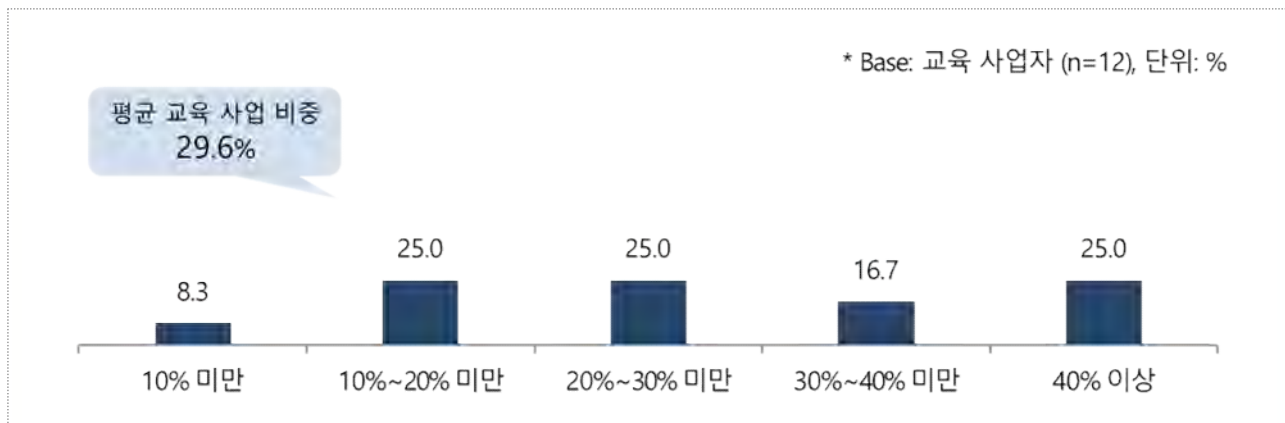
구분		사례 수	매우 감소	감소	현재 수준 유지	증가	매우 증가
전체		(349)	19.5	37.2	35.2	7.4	0.6
사업체 형태	개인사업자	(343)	19.5	36.7	35.6	7.6	0.6
	미등록사업자	(6)	16.7	66.7	16.7	-	-
세부 업종	한복 대여(임대)	(349)	19.5	37.2	35.2	7.4	0.6
권역	서울	(48)	2.1	31.3	43.8	22.9	-
	인천/경기	(59)	37.3	45.8	10.2	6.8	-
	충청권	(47)	34.0	23.4	31.9	10.6	-
	대구/경북권	(79)	11.4	49.4	35.4	2.5	1.3
	부산/경남권	(69)	17.4	36.2	42.0	2.9	1.4
	호남권	(31)	3.2	32.3	61.3	3.2	-
	강원	(14)	42.9	21.4	28.6	7.1	-
	제주	(2)	50.0	-	50.0	-	-

3) 기타 교육 사업

(가) 교육 사업 비중

- 한복문화산업 내 교육 사업 비중은 1.2%로 현저하게 낮은 수준임
- 한복 사업체의 전체 사업 중 교육 사업 비중이 '10~20% 미만', '20~30% 미만', '40% 이상'인 경우가 25.0%임

[그림4-40] 한복 교육 사업체의 교육 사업 비중



[표4-69] 한복 교육 사업체의 교육 사업 비중

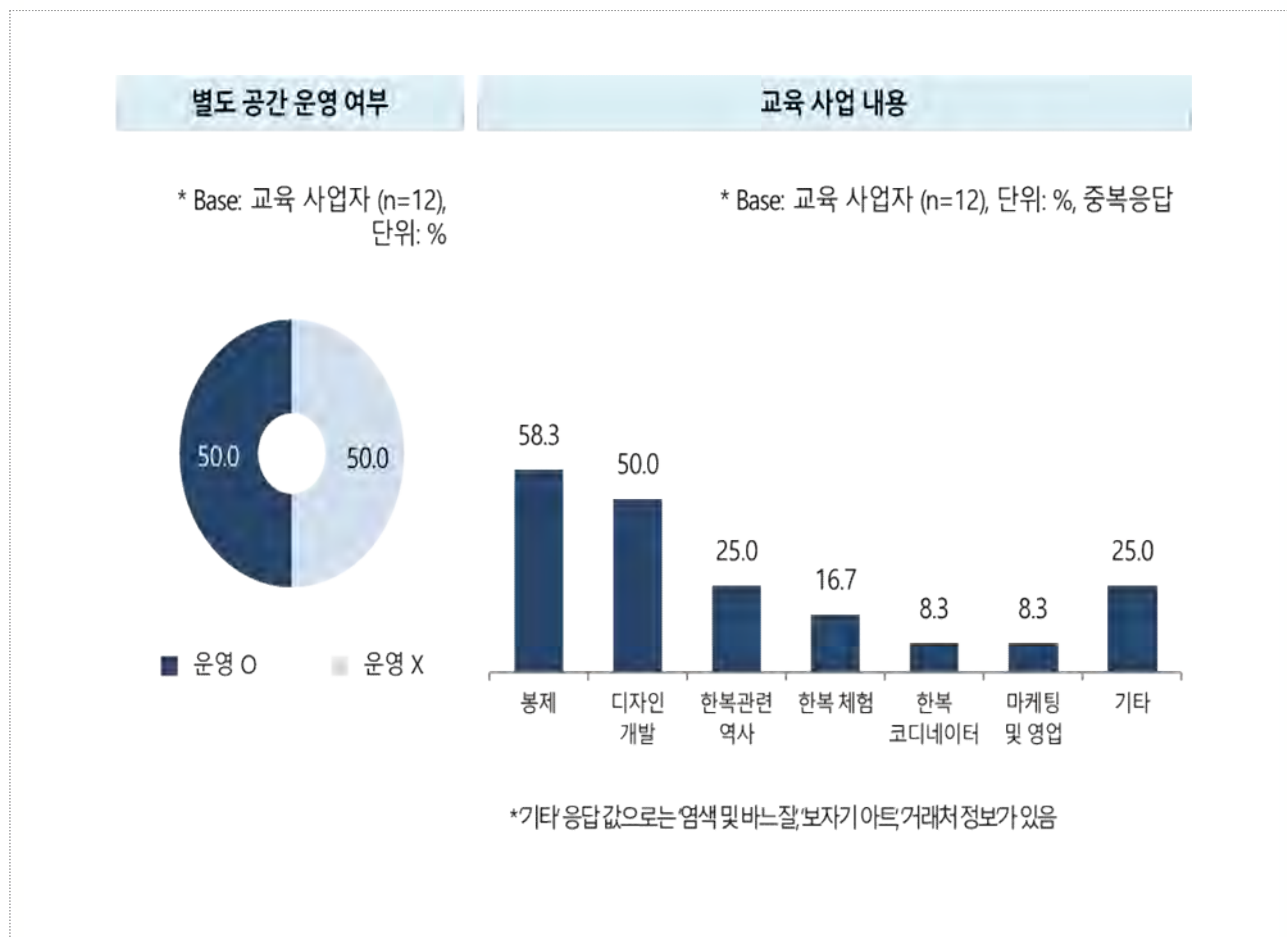
(단위:%)

구분		사례 수	10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40% 이상	평균
전체		(12)	8.3	25.0	25.0	16.7	25.0	29.6
사업체 형태	회사법인	(1)	-	-	-	-	100	80.0
	개인사업자	(11)	9.1	27.3	27.3	18.2	18.2	25.0
세부 업종	한복 교육	(12)	8.3	25.0	25.0	16.7	25.0	29.6
권역	서울	(3)	-	33.3	-	33.3	33.3	40.0
	인천/경기	(5)	-	40.0	20.0	-	40.0	32.0
	충청권	(1)	-	-	100	-	-	20.0
	대구/경북권	(1)	100	-	-	-	-	5.0
	부산/경남권	(1)	-	-	100	-	-	20.0
	호남권	(1)	-	-	-	100	-	30.0

(나) 운영 형태

- 한복 교육 사업체의 경우 별도 공간을 운영하는 경우가 50.0%임
- 한복 교육 사업의 내용은 '봉제 (58.3%)'가 가장 많으며, '디자인 개발 (50.0%)', '한복 관련 역사 (25.0%)' 순임

[그림4-41] 운영 형태



[표4-70] 운영 형태_별도 공간 운영 여부

(단위:%)

구분		사례 수	구분 O	구분 X
전체		(12)	50.0	50.0
사업체 형태	회사법인	(1)	-	100
	개인사업자	(11)	54.5	45.5
세부 업종	한복교육	(12)	50.0	50.0
권역	서울	(3)	33.3	66.7
	인천/경기	(5)	60.0	40.0
	충청권	(1)	-	100
	대구/경북권	(1)	100	-
	부산/경남권	(1)	100	-
	호남권	(1)	-	100

[표4-71] 운영 형태_교육 사업 내용

(단위:%, 중복응답)

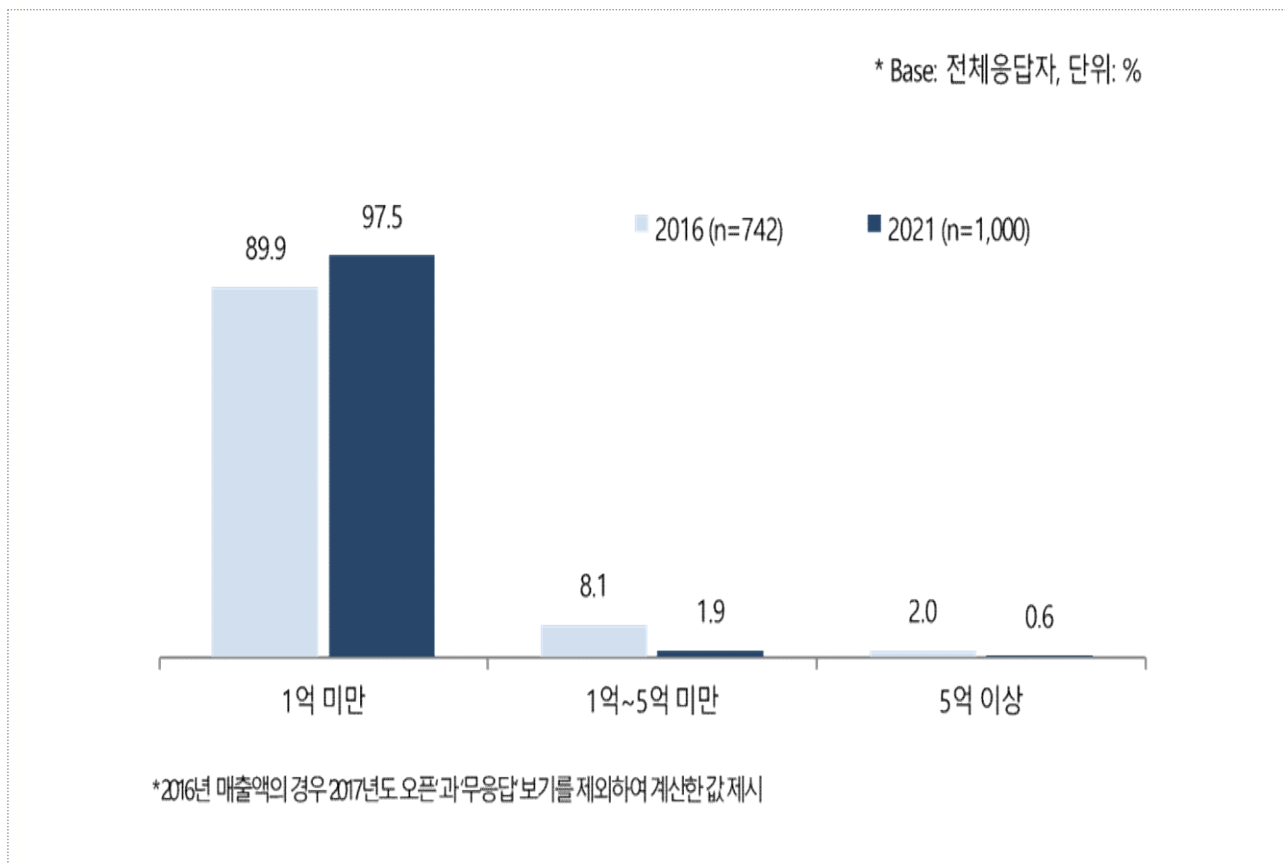
구분		사례 수	봉제	디자인 개발	한복 관련 역사	한복 체험	한복 코디 네이터	마케팅 및 영업	기타
전체		(12)	58.3	50.0	25.0	16.7	8.3	8.3	25.0
사업체 형태	회사법인	(1)	100	100	100	-	-	-	-
	개인사업자	(11)	54.5	45.5	18.2	18.2	9.1	9.1	27.3
세부 업종	한복 교육	(12)	58.3	50.0	25.0	16.7	8.3	8.3	25.0
권역	서울	(3)	100	100	66.7	-	-	-	-
	인천/경기	(5)	60.0	40.0	-	20.0	-	-	40.0
	충청권	(1)	-	100	-	-	-	100	-
	대구/경북권	(1)	-	-	100	100	100	-	-
	부산/경남권	(1)	100	-	-	-	-	-	-
	호남권	(1)	-	-	-	-	-	-	100

4. 매출 현황

1) 매출액

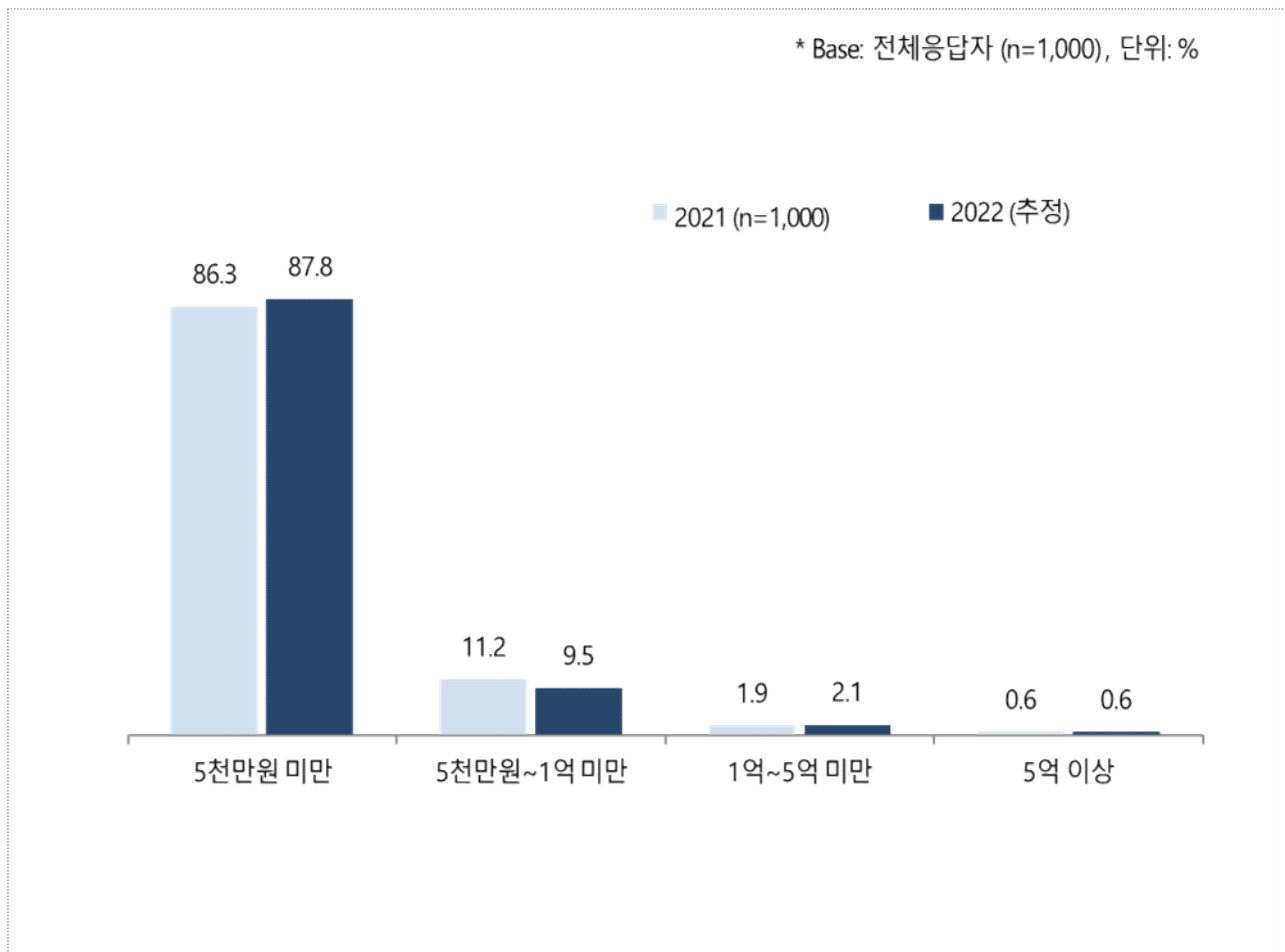
- 한복문화산업의 2021년 전체 매출액은 '1억 미만'인 경우가 97.5%로 가장 많으며, 이는 '16년 대비 7.6%p 상승한 수치임

[그림4-42] 매출액_2016년 대비



- 한복문화산업의 2021년 전체 매출액은 '5천만원 미만'인 경우가 86.3%로 가장 많음
- 2022년 예상 매출액 역시 '5천만원 미만'인 경우가 87.8%로 가장 많은 비중을 차지

[그림4-43] 매출액_2022 추정



[표4-72] 매출액_2021

(단위:%)

구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	평균 (백만원)
전체		(1,000)	86.3	11.2	1.9	0.6	29.2
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	0.0	22.2	11.1	99.0
	개인사업자	(914)	85.4	12.1	1.9	0.5	30.2
	미등록사업자	(77)	98.7	1.3	-	-	9.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	85.3	12.1	2.0	0.5	28.7
	기성복 제작/판매	(283)	83.4	12.7	2.5	1.4	36.8
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	84.8	14.0	1.2	-	31.1
	부자재 제작/판매	(112)	83.9	12.5	3.6	-	34.5
	바느질·자수 가공	(177)	91.0	6.2	1.7	1.1	29.1
	염색·염직 가공	(15)	86.7	6.7	6.7	-	51.3
	한복 대여(임대)	(349)	82.8	14.3	2.6	0.3	29.2
	한복 교육	(12)	83.3	16.7	-	-	22.9
	기타	(1)	100	-	-	-	44.0

[표4-73] 매출액_2022 추정

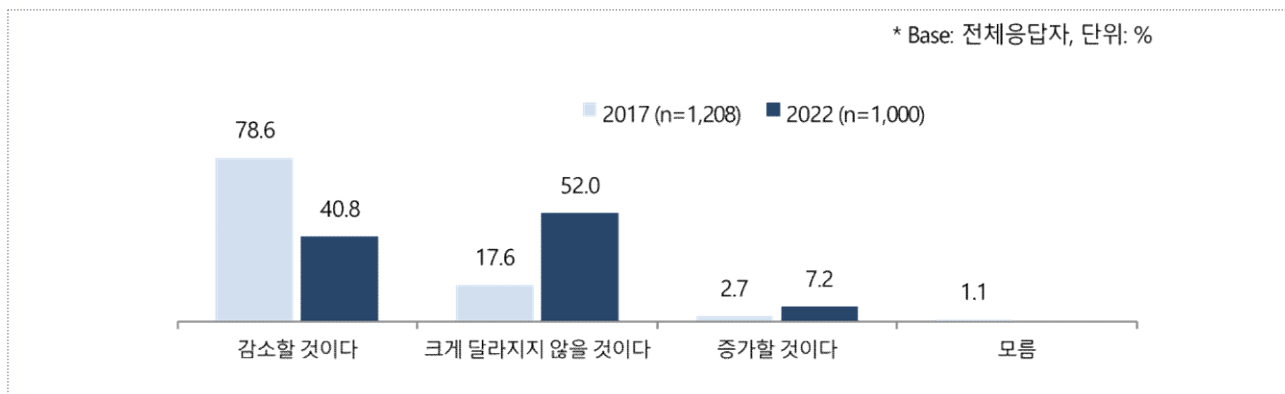
(단위:%)

구분		사례 수	5천만원 미만	5천만원~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상	평균 (백만원)
전체		(1,000)	87.8	9.5	2.1	0.6	28.5
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	11.1	11.1	11.1	95.9
	개인사업자	(914)	87.2	10.1	2.2	0.5	29.3
	미등록사업자	(77)	97.4	2.6	-	-	11.5
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	86.7	10.8	2.0	0.5	27.9
	기성복 제작/판매	(283)	83.4	12.0	2.8	1.8	37.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	90.9	6.7	1.8	0.6	30.3
	부자재 제작/판매	(112)	85.7	9.8	4.5	-	33.7
	바느질·자수 가공	(177)	92.1	5.1	2.3	0.6	25.3
	염색·염직 가공	(15)	86.7	-	13.3	-	46.4
	한복 대여(임대)	(349)	84.0	12.9	2.9	0.3	28.1
	한복 교육	(12)	91.7	8.3	-	-	23.0
	기타	(1)	100	-	-	-	30.0

2) 매출액 추이

- 향후 매출 추이가 '크게 달라지지 않을 것'이라고 응답한 비중이 52.0%로 가장 많았고, 이는 '17년 대비 34.4%p 상승한 수치임
- 향후 '매출액이 감소할 것이다'라는 응답은 40.8%로 '17년 대비 37.8%p 감소한 수치

[그림4-44] 매출액 추이



[표4-74] 매출액 추이

(단위:%)

구분		사례 수	감소할 것이다	크게 달라지지 않을 것이다	증가할 것이다	모름
2017년 전체		(1,208)	78.6	17.6	2.7	1.1
2022년 전체		(1,000)	40.8	52.0	7.2	-
사업체 형태	회사법인	(9)	22.2	11.1	66.7	-
	개인사업자	(914)	41.4	52.0	6.7	-
	미등록사업자	(77)	36.4	57.1	6.5	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	39.9	53.1	7.1	-
	기성복 제작/판매	(283)	41.3	50.5	8.1	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	65.2	30.5	4.3	-
	부자재 제작/판매	(112)	33.9	60.7	5.4	-
	바느질·자수 가공	(177)	36.2	56.5	7.3	-
	염색·염직 가공	(15)	46.7	40.0	13.3	-
	한복 대여(임대)	(349)	36.7	53.9	9.5	-
	한복 교육	(12)	16.7	16.7	66.7	-
	기타	(1)	100	-	-	-

3) 매출액 증가/감소 예상 이유

- '코로나19 상황 완화'로 인해 매출액이 증가할 것이라고 예상한 비율이 30.6%로 가장 많음
- '경기 침체로 인한 소비 둔화'로 인해 매출액이 감소할 것이라고 예상한 비율이 23.0%로 가장 많음. 이는 '17년 (경기 침체) 대비 15.6%p 증가한 수치임

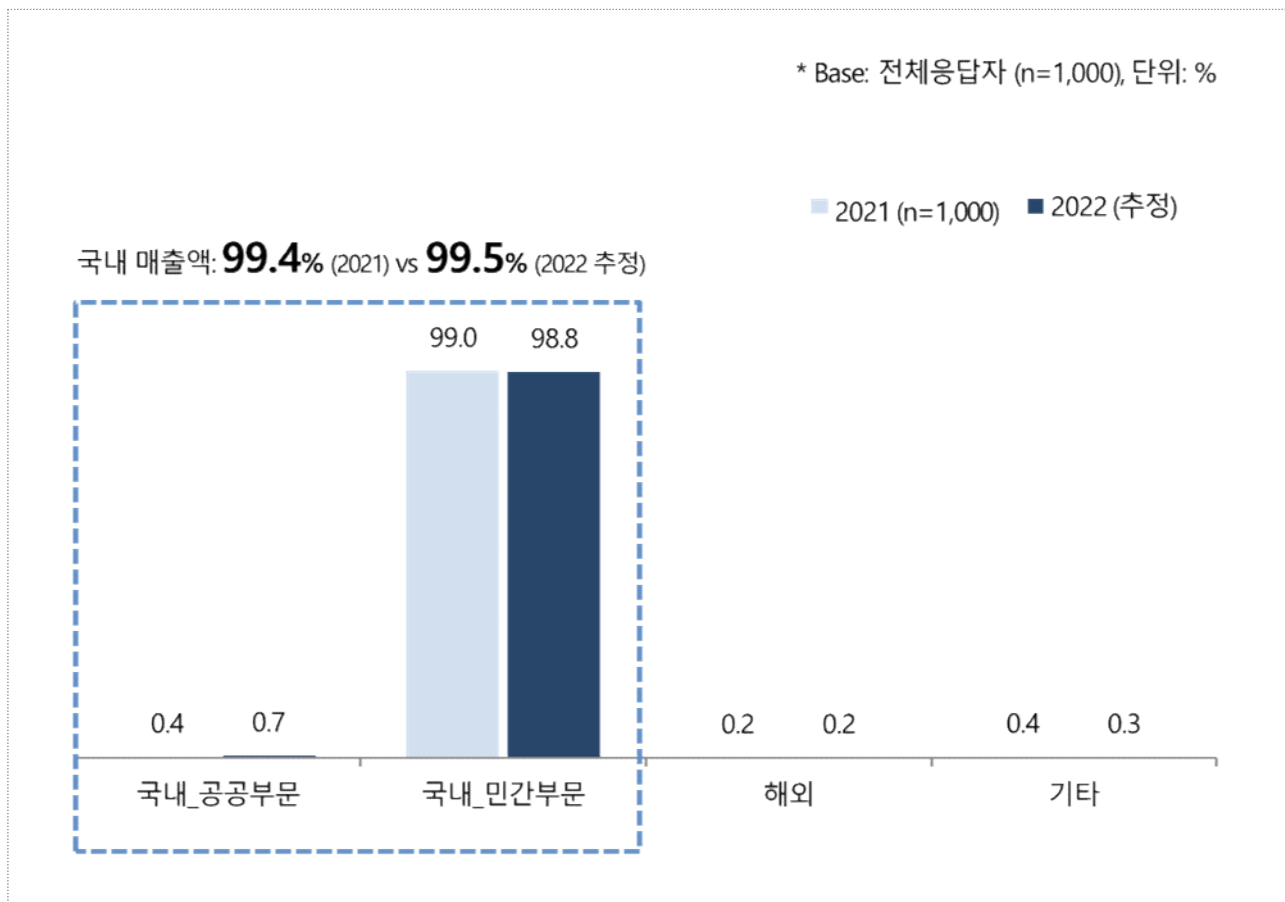
[그림4-45] 매출액 증가/감소 예상 이유



4) 유형별 매출액

- 한복문화산업의 유형별 매출액을 살펴본 결과, '21년 기준 국내 매출액이 99.4%로 대다수를 차지
- 2022년 추정값 역시 국내 매출액이 99.5%로 이와 유사함

[그림4-46] 유형별 매출액



[표4-75] 유형별 매출액_2021

(단위:%)

구분		사례 수	국내_공공부문	국내_민간부문	해외	기타
전체		(1,000)	0.4	99.0	0.2	0.4
사업체 형태	회사법인	(9)	3.3	85.3	0.2	11.1
	개인사업자	(914)	0.4	99.1	0.2	0.3
	미등록사업자	(77)	-	100	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	0.3	99.0	0.2	0.5
	기성복 제작/판매	(283)	0.7	98.6	0.2	0.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	0.3	99.6	0.1	-
	부자재 제작/판매	(112)	0.5	98.3	0.8	0.4
	바느질·자수 가공	(177)	0.4	98.5	0.3	0.8
	염색·염직 가공	(15)	4.7	87.3	1.3	6.7
	한복 대여(임대)	(349)	0.2	99.2	0.2	0.3
	한복 교육	(12)	5.8	83.3	2.5	8.3
	기타	(1)	-	90.0	10.0	-

[표4-76] 유형별 매출액_2022 추정

(단위:%)

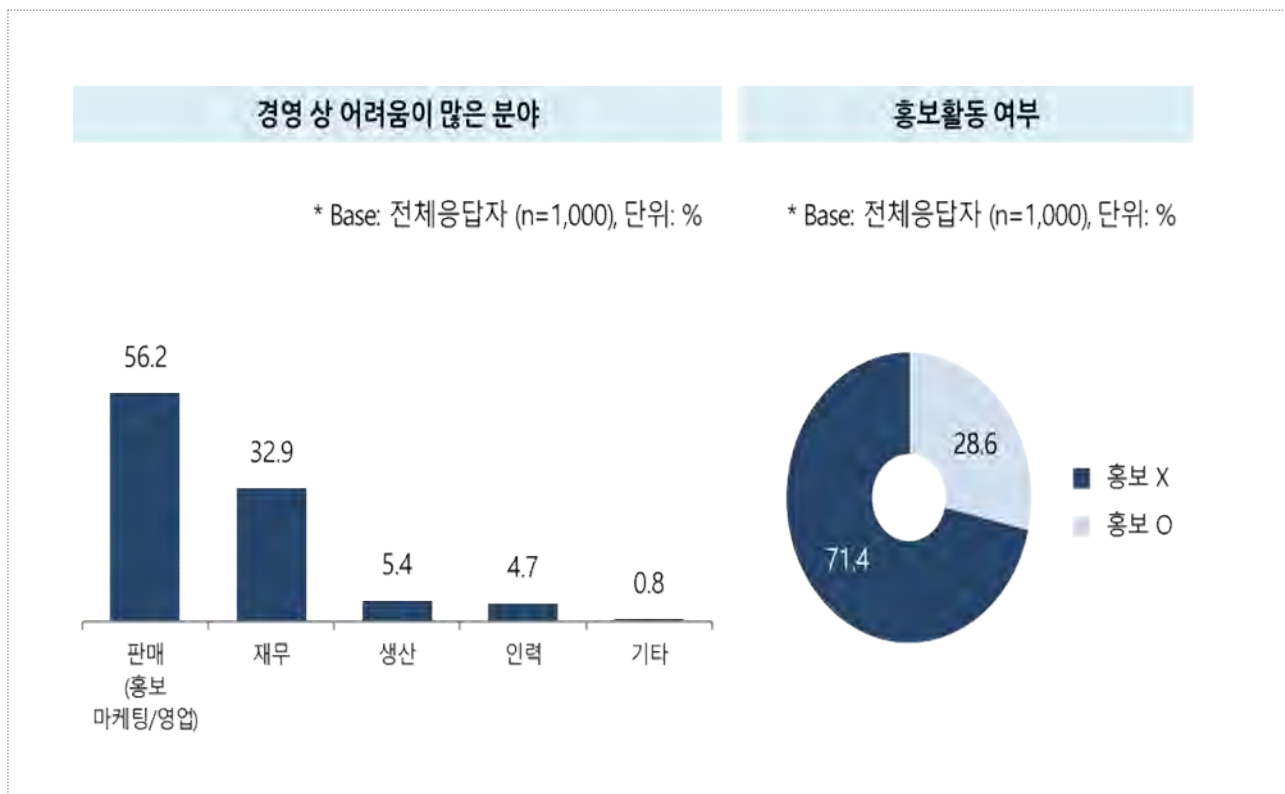
구분		사례 수	국내_공공부문	국내_민간부문	해외	기타
전체		(1,000)	0.7	98.8	0.2	0.3
사업체 형태	회사법인	(9)	4.3	84.2	0.3	11.1
	개인사업자	(914)	0.7	98.8	0.2	0.2
	미등록사업자	(77)	-	100	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	0.6	98.8	0.2	0.4
	기성복 제작/판매	(283)	1.4	97.8	0.3	0.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	0.2	99.6	0.2	-
	부자재 제작/판매	(112)	1.1	97.6	0.8	0.4
	바느질·자수 가공	(177)	1.0	97.8	0.4	0.9
	염색·염직 가공	(15)	11.3	86.7	2.0	-
	한복 대여(임대)	(349)	0.6	99.2	0.2	0.1
	한복 교육	(12)	15.8	80.0	3.3	0.8
	기타	(1)	-	90.0	10.0	-

5. 홍보 및 마케팅 현황

1) 홍보 활동 현황

- 한복문화산업을 운영하는 사업체를 대상으로 경영 상 어려움이 많은 분야를 질문한 결과, '판매 (홍보 마케팅/영업)'이 56.2%로 과반수를 차지함
- 이들을 대상으로 홍보활동 여부를 질문한 결과, 홍보를 하고 있지 않은 응답자는 71.4%임

[그림4-47] 홍보 활동 현황



[표4-77] 홍보 활동 현황_경영 상 어려움이 많은 분야

(단위:%)

구분		사례 수	판매	재무	생산	인력	기타
전체		(1,000)	56.2	32.9	5.4	4.7	0.8
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	22.2	11.1	11.1	-
	개인사업자	(914)	56.9	33.4	4.3	4.6	0.9
	미등록사업자	(77)	48.1	28.6	18.2	5.2	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	58.7	31.2	4.8	4.7	0.7
	기성복 제작/판매	(283)	45.9	47.0	2.1	2.8	2.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	60.4	31.1	3.7	3.7	1.2
	부자재 제작/판매	(112)	37.5	55.4	4.5	2.7	-
	바느질·자수 가공	(177)	29.9	57.6	6.8	5.1	0.6
	염색·염직 가공	(15)	26.7	46.7	13.3	13.3	-
	한복 대여(임대)	(349)	57.3	34.4	2.6	4.3	1.4
	한복 교육	(12)	50.0	33.3	8.3	8.3	-
	기타	(1)	-	100	-	-	-

[표4-78] 홍보 활동 현황_홍보활동 여부

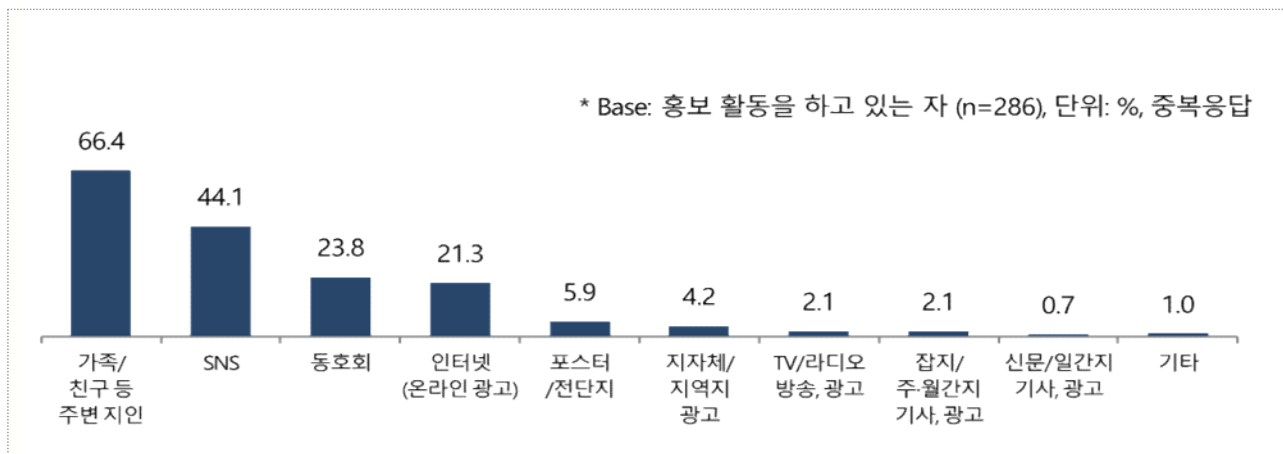
(단위:%)

구분		사례 수	홍보활동 O	홍보활동 X
전체		(1,000)	28.6	71.4
사업체 형태	회사법인	(9)	66.7	33.3
	개인사업자	(914)	28.6	71.4
	미등록사업자	(77)	24.7	75.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(574)	31.9	68.1
	기성복 제작/판매	(786)	24.4	75.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(352)	40.1	59.9
	부자재 제작/판매	(17)	88.2	11.8
	바느질·자수 가공	(750)	28.7	71.3
	염색·염직 가공	(283)	22.6	77.4
	한복 대여(임대)	(164)	9.1	90.9
	한복 교육	(112)	21.4	78.6
	기타	(177)	26.0	74.0

2) 홍보 시 이용 채널

- 홍보 활동 시 이용하는 채널로는 '가족/친구 등 주변 지인'이 66.4%로 가장 많음
- 그다음 'SNS (44.1%)', '동호회 (23.8%)', '인터넷 (21.3%)' 순임

[그림4-48] 홍보 시 이용 채널



[표4-79] 홍보 시 이용 채널

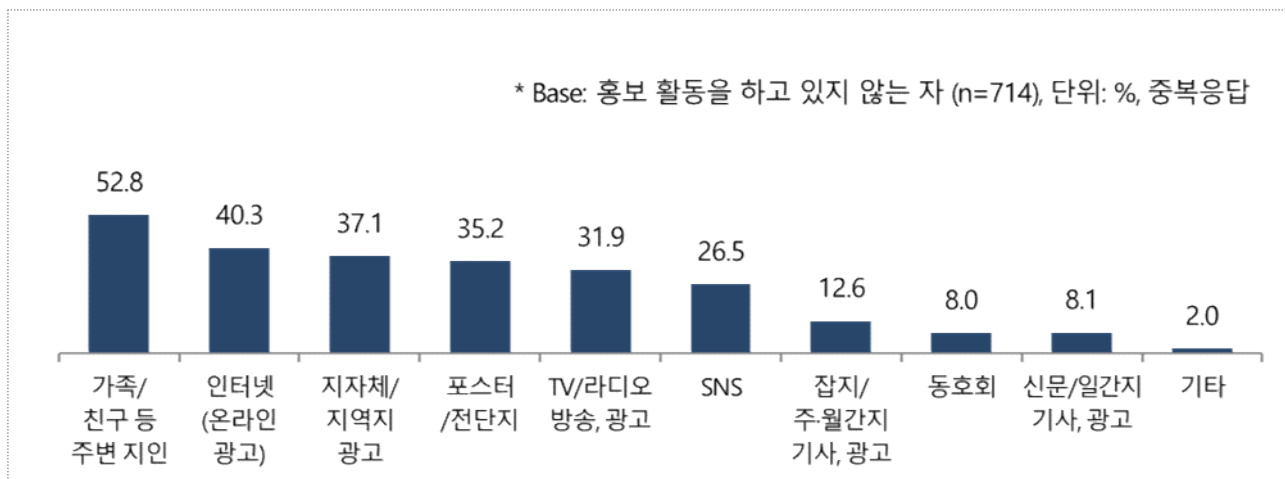
(단위:%)

구분	사례 수	주변 지인	SNS	동호회	인터넷	포스터/전단지	지자체/지역지	TV/라디오 방송	잡지/주월간지	신문/일간지	기타
전체	(286)	66.4	44.1	23.8	21.3	5.9	4.2	2.1	2.1	0.7	1.0
사업체 형태	회사법인	(6)	-	100.0	-	16.7	-	-	-	-	16.7
	개인사업자	(261)	65.5	45.6	21.8	22.6	6.5	4.2	2.3	2.3	0.8
	미등록사업자	(19)	100	5.3	57.9	5.3	-	5.3	-	-	-
세부 업종 (중복 응답)	맞춤복 제작/판매	(215)	71.6	40.5	25.1	22.3	7.0	5.1	2.3	2.3	0.5
	기성복 제작/판매	(64)	43.8	64.1	14.1	45.3	6.3	4.7	-	-	1.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(15)	53.3	40.0	26.7	33.3	0.0	6.7	6.7	6.7	-
	부자재 제작/판매	(24)	50.0	70.8	8.3	50.0	8.3	4.2	-	-	-
	바느질·자수 가공	(46)	73.9	32.6	37.0	26.1	4.3	6.5	-	-	-
	염색·염직 가공	(6)	50.0	83.3	33.3	50.0	-	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(141)	62.4	51.1	20.6	20.6	5.0	3.5	-	-	0.7
	한복 교육	(12)	41.7	91.7	16.7	16.7	8.3	25.0	-	-	-

3) 향후 홍보 시 이용 채널

- 향후 홍보 시 '가족/친구 등 주변 지인'을 이용하겠다는 응답이 52.8%로 가장 많았고, 그다음 '인터넷 (40.3%)', '지자체/지역지 광고 (37.1%)' 순임

[그림4-49] 향후 홍보 시 이용 채널



[표4-80] 향후 홍보 시 이용 채널

(단위: %)

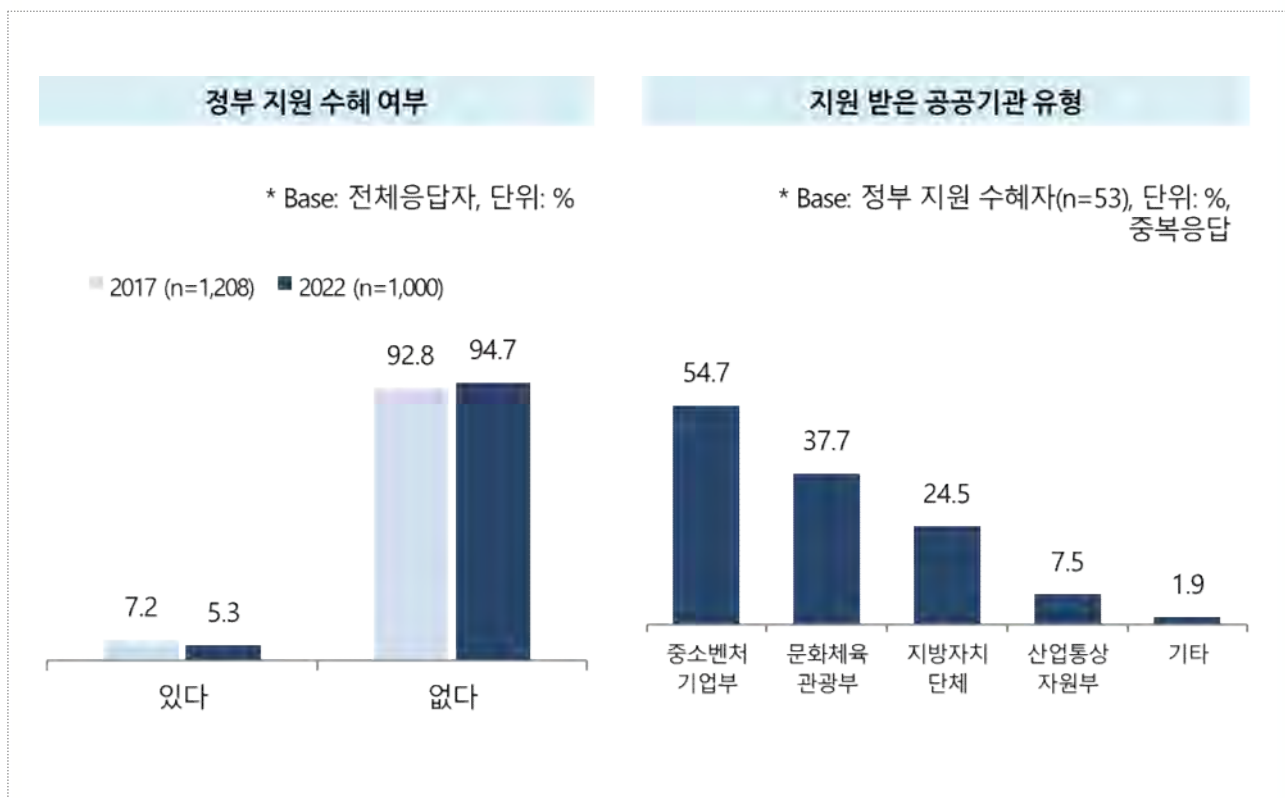
구분	사례 수	주변 지인	인터넷	지자체/지역지	포스터/전단지	TV/라디오 방송	SNS	잡지/주월간지	동호회	신문/일간지	기타
전체	(714)	52.8	40.3	37.1	35.2	31.9	26.5	12.6	8.0	8.1	2.0
사업체 형태	회사법인	(3)	-	66.7	-	-	66.7	33.3	-	-	-
	개인사업자	(653)	51.5	42.4	38.4	36.1	33.2	28.0	13.0	7.7	1.5
	미등록사업자	(58)	70.7	15.5	24.1	25.9	15.5	8.6	8.6	12.1	6.9
세부업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(535)	54.0	38.1	35.7	35.1	27.3	28.0	15.5	8.6	7.7
	기성복 제작/판매	(219)	57.5	34.2	26.0	40.6	21.0	26.5	13.2	5.9	10.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(149)	62.4	40.9	49.0	47.0	54.4	14.8	11.4	8.7	6.0
	부자재 제작/판매	(88)	51.1	44.3	31.8	48.9	27.3	34.1	11.4	3.4	13.6
	바느질·자수 가공	(131)	49.6	42.7	26.7	43.5	34.4	33.6	7.6	4.6	11.5
	염색·염직 가공	(9)	55.6	33.3	33.3	88.9	22.2	44.4	-	-	-
	한복 대여(임대)	(208)	58.7	40.4	28.8	20.2	23.6	30.8	10.6	12.0	6.7
	기타	(1)	-	100	100	-	-	-	-	100	100

6. 정부 지원 수혜 현황

1) 정부 지원 수혜 여부

- 정부 지원을 받고 있는 사업체의 비중은 5.3%로 '17년 대비 1.9%p 감소한 수치
- 정부 지원 수혜자 중 '중소벤처기업부'에서 지원을 받은 경우가 54.7%로 가장 많음

[그림4-50] 정부 지원 수혜 현황



[표4-81] 정부 지원 수혜 현황_지원 수혜 여부

(단위:%)

구분		사례 수	있음	없음
2017년 전체		(1,208)	7.2	92.8
2022년 전체		(1,000)	5.3	94.7
사업체 형태	회사법인	(9)	77.8	22.2
	개인사업자	(914)	5.0	95.0
	미등록사업자	(77)	-	100
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	5.1	94.9
	기성복 제작/판매	(283)	7.8	92.2
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	3.0	97.0
	부자재 제작/판매	(112)	7.1	92.9
	바느질·자수 가공	(177)	5.6	94.4
	염색·염직 가공	(15)	13.3	86.7
	한복 대여(임대)	(349)	6.3	93.7
	한복 교육	(12)	25.0	75.0
	기타	(1)	-	100

[표4-82] 정부 지원 수혜 현황_지원 받은 공공기관 유형

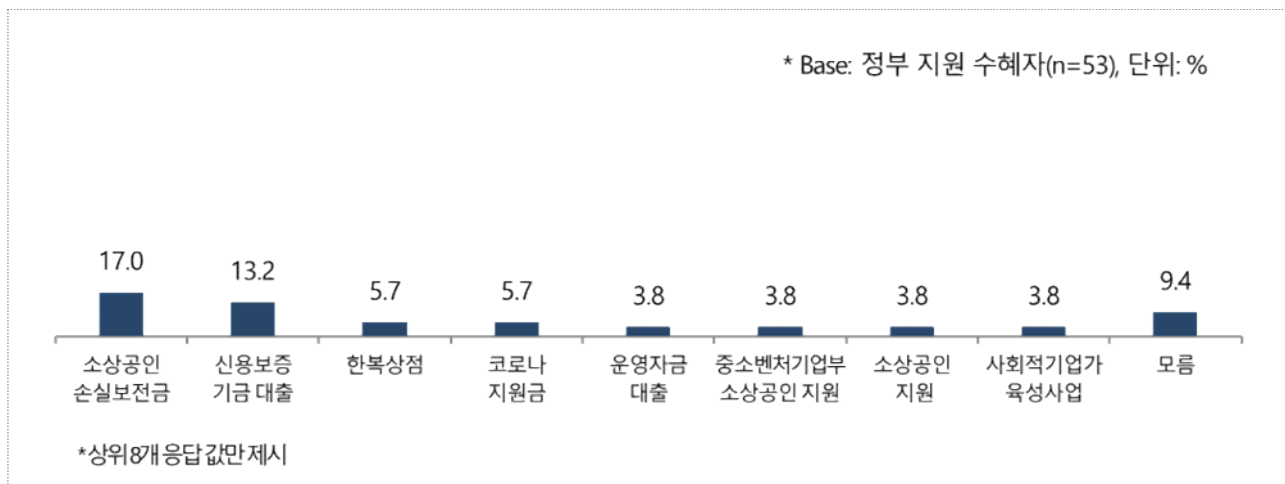
(단위:%)

구분		사례 수	중소벤처 기업부	문화체육 관광부	지방자치 단체	산업통상 자원부	기타
전체		(53)	54.7	37.7	24.5	7.5	1.9
사업체 형태	회사법인	(7)	28.6	42.9	42.9	14.3	14.3
	개인사업자	(46)	58.7	37.0	21.7	6.5	-
	미등록사업자	(1)	-	-	-	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(38)	52.6	39.5	28.9	5.3	-
	기성복 제작/판매	(22)	59.1	45.5	31.8	4.5	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(5)	60.0	20.0	20.0	40.0	-
	부자재 제작/판매	(8)	75.0	25.0	12.5	-	-
	바느질·자수 가공	(10)	60.0	50.0	10.0	-	-
	염색·염직 가공	(2)	100	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(22)	63.6	27.3	18.2	-	-
	한복 교육	(3)	0.0	33.3	33.3	-	33.3

2) 정부 지원 사업명

- 정부 지원 수혜자를 대상으로 지원 사업에 대해 질문한 결과, '소상공인 손실보전금(중소벤처기업부)'에 참여한 경우가 17.0%로 가장 많음
- 그다음은 '신용보증기금 대출(중소벤처기업부)' (13.2%)로 금전적인 지원을 많이 받는 경향이 있음

[그림4-51] 정부 지원 사업명



[표4-83] 정부 지원 사업명

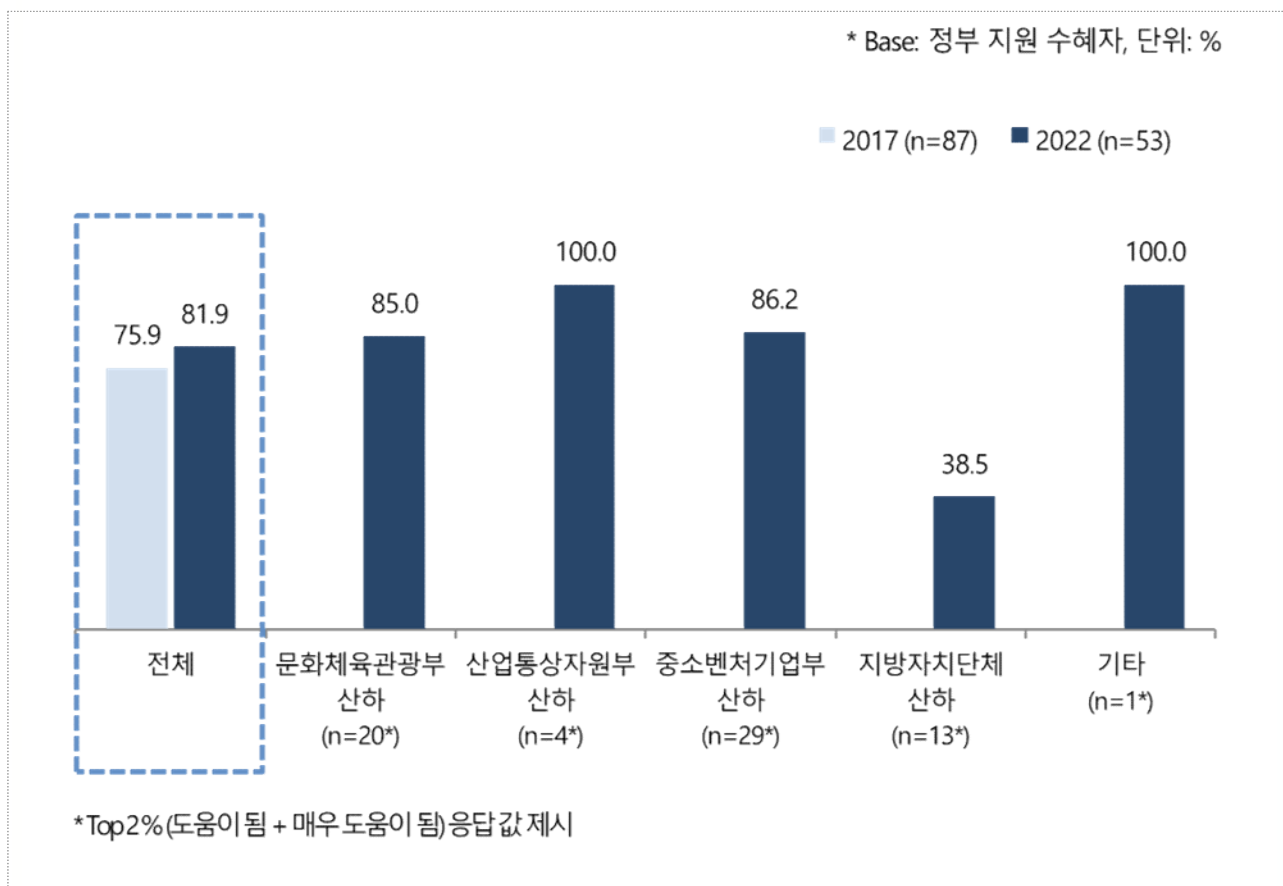
(단위:%)

구분	사례 수	소상공인 손실보전금	신용보증기금 대출	한복상점	코로나 지원금	운영자금 대출	중소벤처기업부 소상공인 지원	소상공인 지원	사회적기업가 육성사업	모름
전체	(53)	17.0	13.2	5.7	5.7	3.8	3.8	3.8	3.8	9.4
사업체 형태										
회사법인	(7)	14.3	-	-	-	-	-	-	28.6	14.3
개인사업자	(46)	17.4	15.2	6.5	6.5	4.3	4.3	4.3	-	8.7
세부 업종 (중복 응답)										
맞춤복 제작/판매	(38)	7.9	18.4	7.9	5.3	5.3	5.3	5.3	2.6	7.9
기성복 제작/판매	(22)	-	27.3	4.5	4.5	-	4.5	4.5	4.5	13.6
원사·연사·원단 제작/판매	(5)	60.0	-	-	20.0	-	-	-	-	-
부자재 제작/판매	(8)	25.0	-	25.0	-	12.5	-	12.5	-	-
바느질·자수 가공	(10)	20.0	10.0	10.0	-	-	10.0	10.0	-	20.0
염색·염직 가공	(2)	-	-	-	-	-	-	50.0	-	50.0
한복 대여(임대)	(22)	18.2	27.3	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	-	9.1
한복 교육	(3)	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-

3) 정부 지원 공공기관별 도움 정도

- 정부 지원에 대한 도움 정도를 확인한 결과, 도움이 되었다는 응답 값이 81.9%로 매우 높은 수준이었으며, 이는 '17년 대비 6.0%p 상승한 수치임
- 시간이 지날수록 정부 지원 정책에 대한 만족도는 상승하고 있다는 것을 알 수 있음

[그림4-52] 정부 지원 공공기관별 도움 정도



[표4-84] 정부 지원 공공기관별 도움 정도_문화체육관광부 산하

(단위:%)

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통	만족함	매우 만족함
전체		(20)	-	5.0	10.0	60.0	25.0
사업체 형태	회사법인	(3)	-	-	33.3	33.3	33.3
	개인사업자	(17)	-	5.9	5.9	64.7	23.5
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(15)	-	6.7	13.3	53.3	26.7
	기성복 제작/판매	(10)	-	-	20.0	50.0	30.0
	원사·연사·원단 제작/판매	(1)	-	-	-	100	-
	부자재 제작/판매	(2)	-	50.0	-	-	50.0
	바느질·자수 가공	(5)	-	20.0	-	80.0	-
	한복 대여(임대)	(6)	-	-	-	100	-
	한복 교육	(1)	-	-	-	100	-

[표4-85] 정부 지원 공공기관별 도움 정도_산업통상자원부 산하

(단위:%)

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통	만족함	매우 만족함
전체		(4)	-	-	-	75.0	25.0
사업체 형태	회사법인	(1)	-	-	-	-	100
	개인사업자	(3)	-	-	-	100	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(2)	-	-	-	100	-
	기성복 제작/판매	(1)	-	-	-	100	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(2)	-	-	-	50.0	50.0

[표4-86] 정부 지원 공공기관별 도움 정도_중소벤처기업부 산하

(단위:%)

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통	만족함	매우 만족함
전체		(29)	-	3.4	10.3	79.3	6.9
사업체 형태	회사법인	(2)	-	-	-	100	-
	개인사업자	(27)	-	3.7	11.1	77.8	7.4
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(20)	-	5.0	10.0	75.0	10.0
	기성복 제작/판매	(13)	-	-	7.7	84.6	7.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(3)	-	-	-	100	-
	부자재 제작/판매	(6)	-	-	-	83.3	16.7
	바느질·자수 가공	(6)	-	16.7	-	66.7	16.7
	염색·염직 가공	(2)	-	-	-	100	-
	한복 대여(임대)	(14)	-	-	21.4	71.4	7.1

[표4-87] 정부 지원 공공기관별 도움 정도_지방자치단체 산하

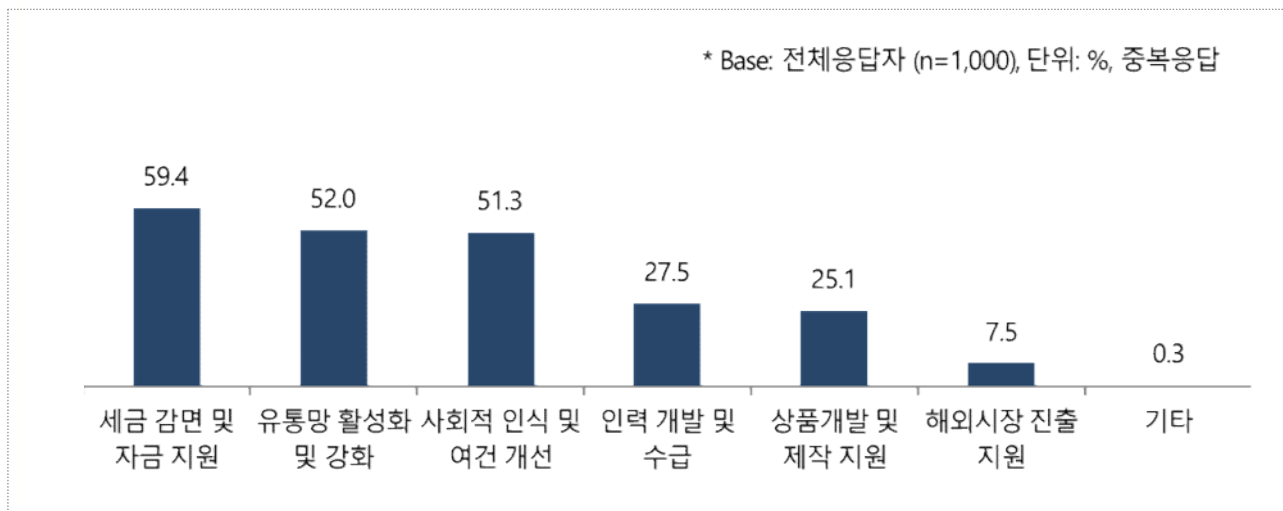
(단위:%)

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통	만족함	매우 만족함
전체		(13)	7.7	23.1	30.8	23.1	15.4
사업체 형태	회사법인	(3)	-	33.3	33.3	-	33.3
	개인사업자	(10)	10.0	20.0	30.0	30.0	10.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(11)	9.1	27.3	27.3	27.3	9.1
	기성복 제작/판매	(7)	-	14.3	42.9	14.3	28.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(1)	-	100	-	-	-
	부자재 제작/판매	(1)	-	-	-	100	-
	바느질·자수 가공	(1)	-	100	-	-	-
	한복 대여(임대)	(4)	25.0	-	50.0	25.0	-
	한복 교육	(1)	-	-	-	100	-

4) 정부 지원 필요 분야

- 정부 지원이 필요한 분야로는 '세금 감면 및 자금 지원'이 59.4%로 가장 많음
- 그다음 '유통망 활성화 및 강화 (52.0%)', '사회적 인식 및 여건 개선 (51.3%)' 순

[그림4-53] 정부 지원 필요 분야



[표4-88] 정부 지원 필요 분야

(단위:%)

구분		사례 수	세금 감면 및 자금 지원	유통망 활성화 및 강화	사회적 인식 및 여건 개선	인력 개발 및 수급	상품개발 및 제작 지원	해외시장 진출 지원	기타
전체		(1,000)	59.4	52.0	51.3	27.5	25.1	7.5	0.3
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	33.3	44.4	22.2	44.4	22.2	-
	개인사업자	(914)	60.2	53.2	53.1	27.9	26.0	7.7	0.3
	미등록사업자	(77)	50.6	40.3	31.2	23.4	11.7	3.9	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	57.3	49.5	49.5	23.3	22.7	7.6	0.3
	기성복 제작/판매	(283)	58.3	56.9	65.4	32.2	27.2	9.5	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.3	73.8	67.1	51.2	42.1	11.0	-
	부자재 제작/판매	(112)	70.5	68.8	80.4	42.0	25.9	8.9	-
	바느질·자수 가공	(177)	69.5	50.3	60.5	45.8	20.9	10.2	1.1
	염색·염직 가공	(15)	60.0	53.3	80.0	66.7	13.3	26.7	-
	한복 대여(임대)	(349)	57.6	48.4	47.3	20.1	21.8	7.7	0.9
	한복 교육	(12)	50.0	41.7	33.3	33.3	41.7	16.7	8.3
	기타	(1)	100	100	-	-	100	-	-

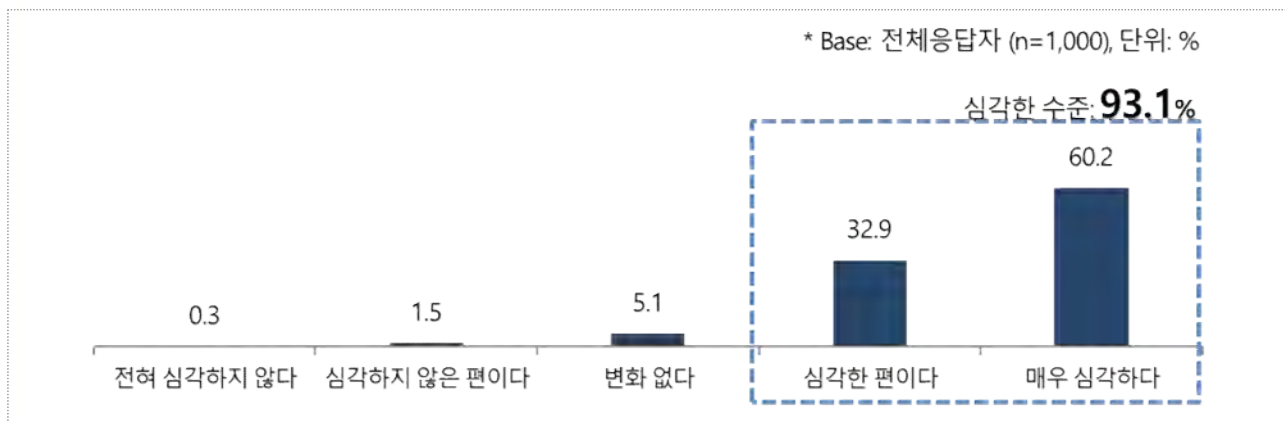
7. 코로나19 사업체 영향

1) 코로나19 영향력

(가) 전체

- 코로나19가 사업체에 미친 영향력이 심각한 수준이라는 응답이 93.1%로 가장 많음
- 코로나19 상황이 한복문화산업에 부정적인 영향을 미쳤다는 것을 알 수 있음

[그림4-54] 코로나19 영향력_전체



[표4-89] 코로나19 영향력_전체

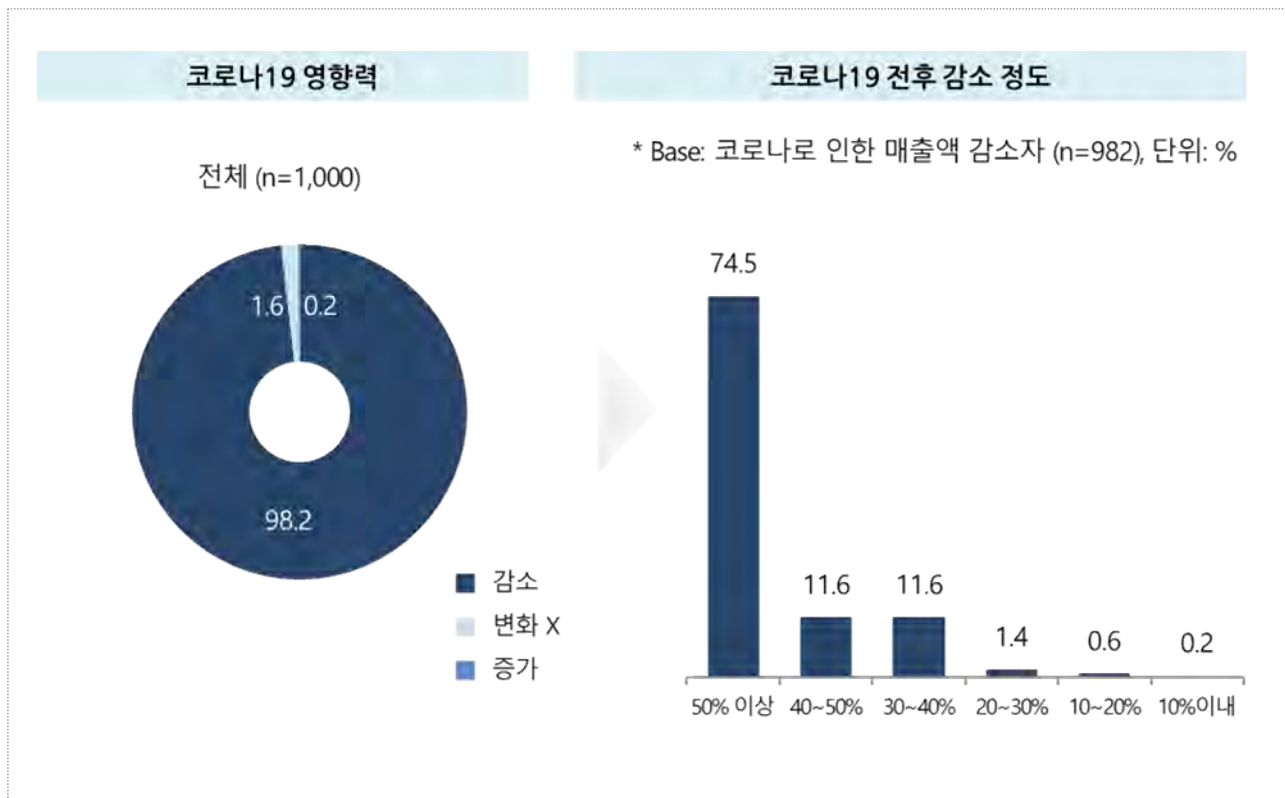
(단위:%)

구분	사례 수	전혀 심각하지 않다	심각하지 않은 편이다	변화 없다	심각한 편이다	매우 심각하다
전체	(1,000)	0.3	1.5	5.1	32.9	60.2
사업체 형태	회사법인	(9)	-	-	55.6	44.4
	개인사업자	(914)	0.3	1.6	5.0	33.8
	미등록사업자	(77)	-	-	6.5	19.5
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	0.4	1.3	5.7	31.3
	기성복 제작/판매	(283)	1.1	1.4	6.7	29.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	-	1.8	3.7	33.5
	부자재 제작/판매	(112)	0.9	-	-	24.1
	바느질·자수 가공	(177)	0.6	0.6	0.6	20.3
	염색·염직 가공	(15)	-	-	6.7	40.0
	한복 대여(임대)	(349)	0.3	0.9	6.0	31.5
	한복 교육	(12)	-	-	8.3	33.3
	기타	(1)	-	-	-	100

(나) 매출액

- 코로나19 영향으로 인해 매출액이 감소했다는 응답이 98.2%로 대다수를 차지함
- 코로나19로 인해 매출액이 감소했다고 응답한 사람 중 50% 이상 감소했다는 응답이 74.5%로 가장 많음
- 그다음 '40~50% (11.6%)', '30~40% (11.6%)' 순

[그림4-55] 코로나19 영향력_매출액



[표4-90] 코로나19 영향력_매출액

(단위:%)

구분		사례 수	감소	변화 없음	증가
전체		(1,000)	98.2	1.6	0.2
사업체 형태	회사법인	(9)	100	-	-
	개인사업자	(914)	98.0	1.8	0.2
	미등록사업자	(77)	100	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	98.8	1.1	0.1
	기성복 제작/판매	(283)	96.5	3.2	0.4
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	100	-	-
	부자재 제작/판매	(112)	99.1	0.9	-
	바느질·자수 가공	(177)	98.9	1.1	-
	염색·염직 가공	(15)	93.3	6.7	-
	한복 대여(임대)	(349)	98.3	1.1	0.6
	한복 교육	(12)	83.3	8.3	8.3
	기타	(1)	100	-	-

[표4-91] 코로나19 전후 감소 정도_매출액

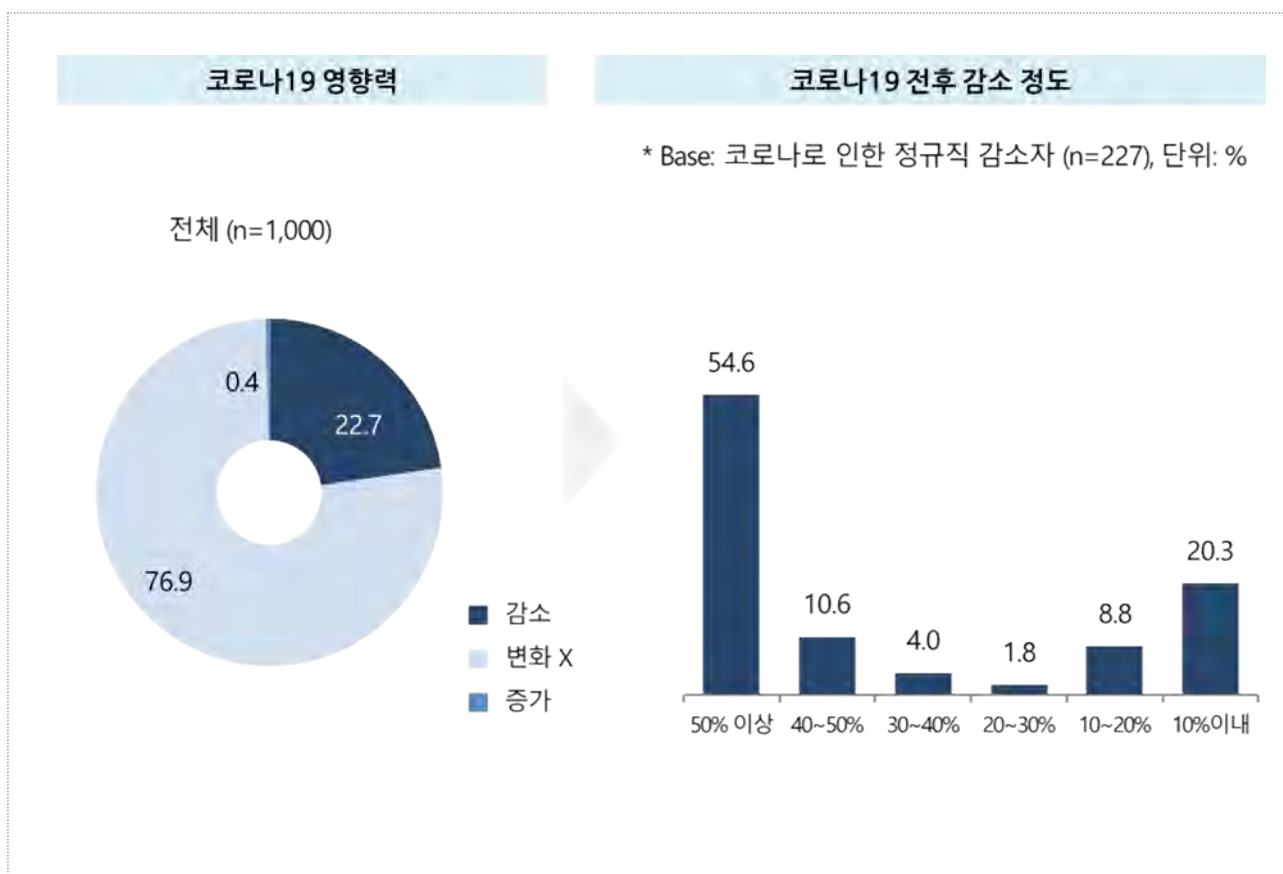
(단위:%)

구분		사례 수	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
전체		(982)	74.5	11.6	11.6	1.4	0.6	0.2
사업체 형태	회사법인	(9)	55.6	11.1	11.1	11.1	11.1	-
	개인사업자	(896)	73.5	11.8	12.4	1.5	0.6	0.2
	미등록사업자	(77)	88.3	9.1	2.6	-	-	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(741)	76.9	13.0	8.8	0.7	0.4	0.3
	기성복 제작/판매	(273)	74.4	18.3	5.9	0.4	0.4	0.7
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	68.3	9.1	19.5	2.4	0.6	-
	부자재 제작/판매	(111)	75.7	13.5	9.0	0.9	-	0.9
	바느질·자수 가공	(175)	76.6	12.0	9.1	1.7	-	0.6
	염색·염직 가공	(14)	64.3	-	14.3	7.1	-	14.3
	한복 대여(임대)	(343)	77.3	12.0	9.3	0.9	0.6	-
	한복 교육	(10)	60.0	30.0	10.0	-	-	-
	기타	(1)	-	100	-	-	-	-

(다) 고용인력: 정규직

- 코로나19 영향으로 인해 고용인력 중 정규직이 감소했다는 응답이 22.7%임
- 반면, 변화 없다는 응답은 76.9%로 대다수를 차지함
- 코로나19로 인해 고용인력 중 정규직이 감소했다고 응답한 사람 중 50% 이상 감소했다는 응답이 54.6%로 가장 많음
- 그다음 '10% 이내 (20.3%)', '40~50% (10.6%)' 순

[그림4-56] 코로나19 영향력_고용인력: 정규직



[표4-92] 코로나19 영향력_고용인력: 정규직

(단위:%)

구분		사례 수	감소	변화 없음	증가
전체		(1,000)	22.7	76.9	0.4
사업체 형태	회사법인	(9)	44.4	55.6	-
	개인사업자	(914)	22.3	77.2	0.4
	미등록사업자	(77)	24.7	75.3	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	19.5	80.3	0.3
	기성복 제작/판매	(283)	22.3	77.7	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	35.4	64.0	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	16.1	83.9	-
	바느질·자수 가공	(177)	16.9	83.1	-
	염색·염직 가공	(15)	13.3	86.7	-
	한복 대여(임대)	(349)	21.5	77.9	0.6
	한복 교육	(12)	33.3	58.3	8.3
	기타	(1)	100	-	-

[표4-93] 코로나19 전후 감소 정도_고용인력: 정규직

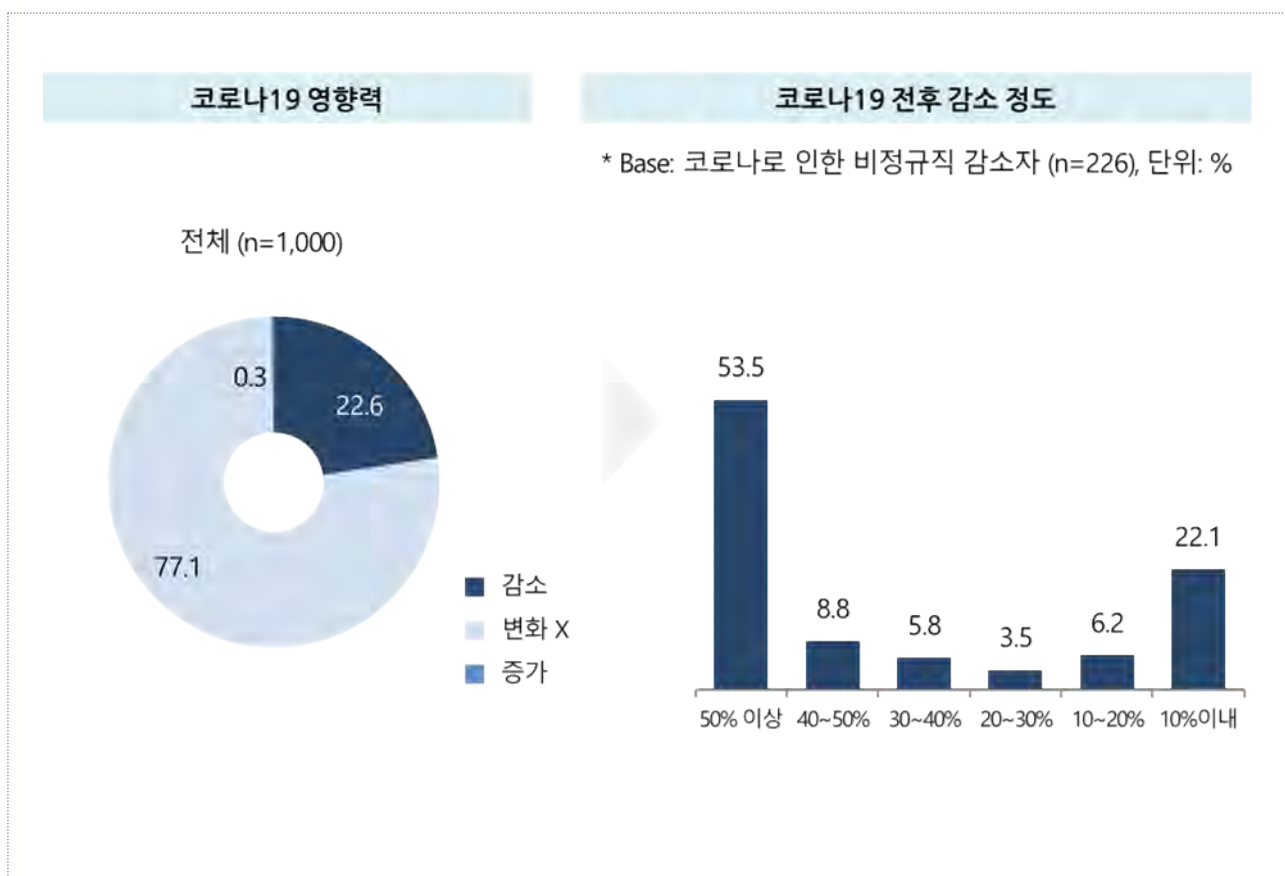
(단위:%)

구분		사례 수	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
전체		(227)	54.6	10.6	4.0	1.8	8.8	20.3
사업체 형태	회사법인	(4)	50.0	25.0	-	25.0	-	-
	개인사업자	(204)	55.9	10.3	4.4	1.5	8.8	19.1
	미등록사업자	(19)	42.1	10.5	-	-	10.5	36.8
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(146)	45.2	13.7	3.4	1.4	11.6	24.7
	기성복 제작/판매	(63)	41.3	22.2	6.3	4.8	9.5	15.9
	원사·연사·원단 제작/판매	(58)	84.5	1.7	-	1.7	10.3	1.7
	부자재 제작/판매	(18)	77.8	11.1	-	-	5.6	5.6
	바느질·자수 가공	(30)	53.3	3.3	13.3	3.3	-	26.7
	염색·염직 가공	(2)	100	-	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(75)	56.0	10.7	4.0	1.3	2.7	25.3
	한복 교육	(4)	100	-	-	-	-	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-	-

(라) 고용인력: 비정규직

- 코로나19 영향으로 인해 고용인력 중 비정규직이 감소했다는 응답이 22.6%임
- 반면, 변화 없다는 응답은 77.1%로 대다수를 차지함
- 코로나19로 인해 고용인력 중 비정규직이 감소했다고 응답한 사람 중 50% 이상 감소했다는 응답이 53.5%로 가장 많음
- 그다음 '10% 이내 (22.1%)', '40~50% (8.8%)' 순

[그림4-57] 코로나19 영향력_고용인력: 비정규직



[표4-94] 코로나19 영향력_고용인력: 비정규직

(단위:%)

구분		사례 수	감소	변화 없음	증가
전체		(1,000)	22.6	77.1	0.3
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	66.7	-
	개인사업자	(914)	22.2	77.5	0.3
	미등록사업자	(77)	26.0	74.0	-
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	19.3	80.5	0.1
	기성복 제작/판매	(283)	20.8	79.2	-
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	36.6	62.8	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	18.8	81.3	-
	바느질·자수 가공	(177)	16.9	83.1	-
	염색·염직 가공	(15)	13.3	86.7	-
	한복 대여(임대)	(349)	22.3	77.1	0.6
	한복 교육	(12)	41.7	50.0	8.3
	기타	(1)	100	-	-

[표4-95] 코로나19 전후 감소 정도_고용인력: 비정규직

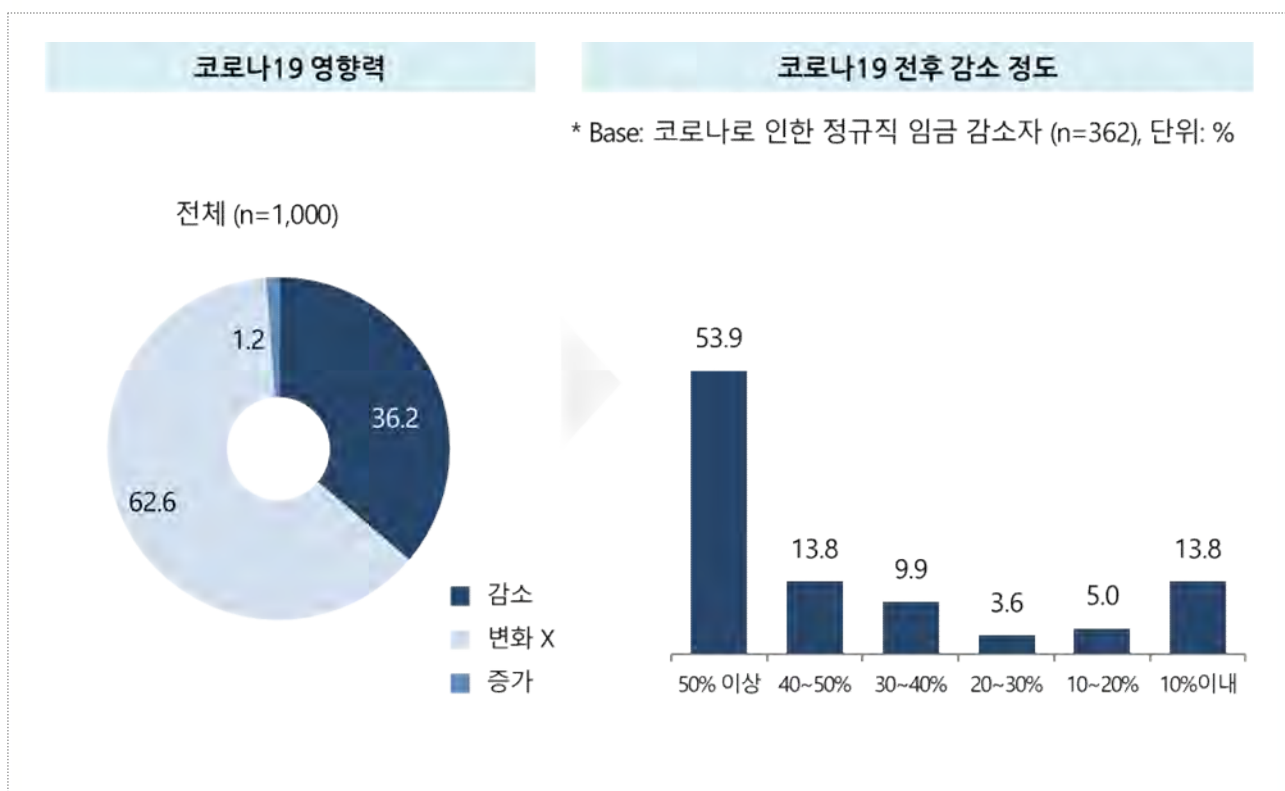
(단위:%)

구분		사례 수	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
전체		(226)	53.5	8.8	5.8	3.5	6.2	22.1
사업체 형태	회사법인	(3)	66.7	-	-	33.3	-	-
	개인사업자	(203)	53.7	9.4	6.4	3.4	6.9	20.2
	미등록사업자	(20)	50.0	5.0	-	-	-	45.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(145)	42.1	11.7	7.6	2.8	9.0	26.9
	기성복 제작/판매	(59)	37.3	22.0	11.9	6.8	3.4	18.6
	원사·연사·원단 제작/판매	(60)	81.7	1.7	-	3.3	10.0	3.3
	부자재 제작/판매	(21)	76.2	9.5	4.8	-	-	9.5
	바느질·자수 가공	(30)	53.3	3.3	6.7	6.7	3.3	26.7
	염색·염직 가공	(2)	100	-	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(78)	48.7	10.3	9.0	3.8	2.6	25.6
	한복 교육	(5)	80.0	-	-	20.0	-	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-	-

(마) 임금수준: 정규직

- 코로나19 영향으로 인해 정규직의 임금수준이 감소했다는 응답이 36.2%임
- 반면, 변화 없다는 응답은 62.6%로 대다수를 차지함
- 코로나19로 인해 정규직의 임금수준이 감소했다고 응답한 사람 중 50% 이상 감소했다는 응답이 53.9%로 가장 많음
- 그다음 '10% 이내 (13.8%)', '40~50% (13.8%)' 순

[그림4-58] 코로나19 영향력_임금수준: 정규직



[표4-96] 코로나19 영향력_임금수준: 정규직

(단위:%)

구분		사례 수	감소	변화 없음	증가
전체		(1,000)	36.2	62.6	1.2
사업체 형태	회사법인	(9)	44.4	33.3	22.2
	개인사업자	(914)	34.7	64.3	1.0
	미등록사업자	(77)	53.2	45.5	1.3
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	34.8	63.9	1.3
	기성복 제작/판매	(283)	29.3	69.6	1.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	60.4	39.0	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	30.4	69.6	-
	바느질·자수 가공	(177)	23.7	75.7	0.6
	염색·염직 가공	(15)	26.7	73.3	-
	한복 대여(임대)	(349)	33.5	65.0	1.4
	한복 교육	(12)	50.0	33.3	16.7
	기타	(1)	100	-	-

[표4-97] 코로나19 전후 감소 정도_임금수준: 정규직

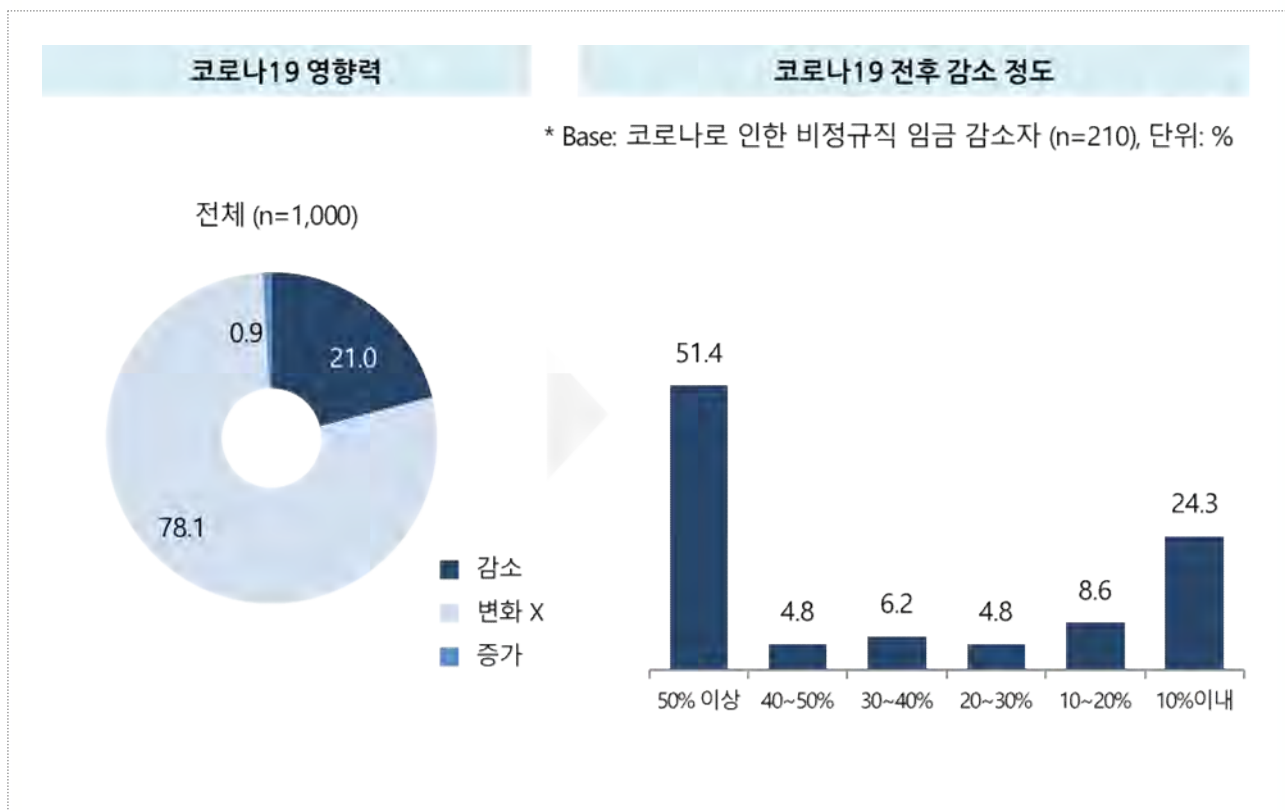
(단위:%)

구분		사례 수	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
전체		(362)	53.9	13.8	9.9	3.6	5.0	13.8
사업체 형태	회사법인	(4)	50.0	-	-	25.0	-	25.0
	개인사업자	(317)	53.0	14.5	10.4	3.8	5.0	13.2
	미등록사업자	(41)	61.0	9.8	7.3	-	4.9	17.1
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(261)	47.9	15.7	12.6	2.7	6.5	14.6
	기성복 제작/판매	(83)	43.4	18.1	14.5	3.6	7.2	13.3
	원사·연사·원단 제작/판매	(99)	66.7	13.1	8.1	4.0	5.1	3.0
	부자재 제작/판매	(34)	67.6	8.8	8.8	8.8	2.9	2.9
	바느질·자수 가공	(42)	69.0	4.8	2.4	2.4	2.4	19.0
	염색·염직 가공	(4)	100	-	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(117)	50.4	18.8	7.7	3.4	2.6	17.1
	한복 교육	(6)	66.7	33.3	-	-	-	-
	기타	(1)	100	-	-	-	-	-

(바) 임금수준: 비정규직

- 코로나19 영향으로 인해 비정규직의 임금수준이 감소했다는 응답이 21.0%임
- 반면, 변화 없다는 응답은 78.1%로 대다수를 차지함
- 코로나19로 인해 비정규직의 임금수준이 감소했다고 응답한 사람 중 50% 이상 감소했다는 응답이 51.4%로 가장 많음
- 그다음 '10% 이내 (24.3%)', '10~20% (8.6%)' 순

[그림4-59] 코로나19 영향력_임금수준: 비정규직



[표4-98] 코로나19 영향력_임금수준: 비정규직

(단위:%)

구분		사례 수	감소	변화 없음	증가
전체		(1,000)	21.0	78.1	0.9
사업체 형태	회사법인	(9)	33.3	55.6	11.1
	개인사업자	(914)	20.9	78.2	0.9
	미등록사업자	(77)	20.8	79.2	0.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	18.3	80.8	0.9
	기성복 제작/판매	(283)	20.1	78.8	1.1
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	34.8	64.6	0.6
	부자재 제작/판매	(112)	12.5	87.5	-
	바느질·자수 가공	(177)	16.4	83.6	-
	염색·염직 가공	(15)	6.7	93.3	-
	한복 대여(임대)	(349)	21.5	77.4	1.1
	한복 교육	(12)	58.3	33.3	8.3
	기타	(1)	100	-	-

[표4-99] 코로나19 전후 감소 정도_임금수준: 비정규직

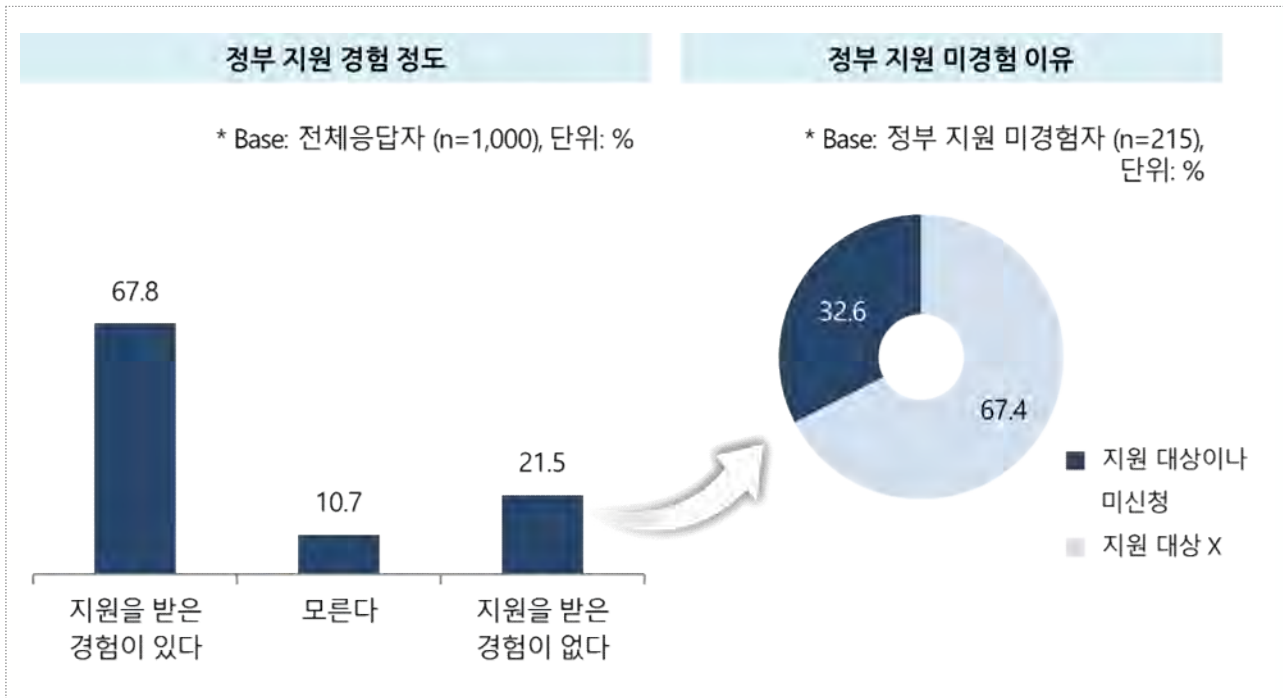
(단위:%)

구분		사례 수	50% 이상	40~50%	30~40%	20~30%	10~20%	10% 이내
전체		(210)	51.4	4.8	6.2	4.8	8.6	24.3
사업체 형태	회사법인	(3)	66.7	-	-	33.3	-	-
	개인사업자	(191)	52.4	4.7	6.8	4.7	8.9	22.5
	미등록사업자	(16)	37.5	6.3	-	-	6.3	50.0
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(137)	40.9	5.8	8.8	2.9	13.1	28.5
	기성복 제작/판매	(57)	35.1	10.5	19.3	7.0	10.5	17.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(57)	80.7	1.8	-	3.5	12.3	1.8
	부자재 제작/판매	(14)	71.4	7.1	-	7.1	-	14.3
	바느질·자수 가공	(29)	48.3	3.4	3.4	6.9	3.4	34.5
	염색·염직 가공	(1)	100	-	-	-	-	-
	한복 대여(임대)	(75)	46.7	6.7	9.3	8.0	2.7	26.7
	한복 교육	(7)	57.1	14.3	-	14.3	-	14.3
	기타	(1)	100	-	-	-	-	-

2) 코로나19 정부 지원 경험 정도

- 코로나19 상황으로 인해 정부 지원을 받은 경험이 있다는 비율은 67.8%로 가장 많음³⁾
- 반면, 정부 지원을 받은 경험이 없다는 응답은 21.5%임
- 정부 지원 미경험자를 대상으로 이유를 확인한 결과, 지원 대상이 아니라는 응답이 67.4%였고, 지원 대상이나 신청을 하지 않았다는 비율이 32.6%임

[그림4-60] 코로나19 정부 지원 경험 정도



3) 조사대상자 대다수가 정부 지원과 코로나19 지원을 구분하여 인식

○ 코로나19 지원 경험 有, 정부 지원 경험 無 응답자(648명)를 대상으로 추가 조사 진행

- 조사 문항: 귀하께서는 이전에 실시하였던 ‘한복산업 실태조사’에서 공공기관의 지원을 받은 적은 없으나, 코로나19 지원은 받았다고 말씀 주셨습니다. 그 이유는 무엇인가요?
- 조사 결과: 코로나19 지원을 정부 지원으로 인지 못함(62.7%) > 특수한 상황(코로나19) 때문에 전체 소상공인에게 지원했기 때문(19.4%) > 기타 및 모름(17.9%)

[표4-100] 코로나19 정부 지원 경험 정도

(단위:%)

구분		사례 수	지원 받은 경험 있음	모름	지원 받은 경험 없음
전체		(1,000)	67.8	10.7	21.5
사업체 형태	회사법인	(9)	44.4	22.2	33.3
	개인사업자	(914)	73.1	10.9	16.0
	미등록사업자	(77)	7.8	6.5	85.7
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(750)	72.3	7.6	20.1
	기성복 제작/판매	(283)	65.4	12.7	21.9
	원사·연사·원단 제작/판매	(164)	54.9	28.0	17.1
	부자재 제작/판매	(112)	85.7	1.8	12.5
	바느질·자수 가공	(177)	67.8	4.5	27.7
	염색·염직 가공	(15)	86.7	-	13.3
	한복 대여(임대)	(349)	72.5	8.6	18.9
	한복 교육	(12)	41.7	-	58.3
	기타	(1)	-	-	100

[표4-101] 코로나19 정부 지원 미경험 이유

(단위:%)

구분		사례 수	지원 대상이 아님	지원 대상이나 미신청
전체		(215)	67.4	32.6
사업체 형태	회사법인	(3)	66.7	33.3
	개인사업자	(146)	56.2	43.8
	미등록사업자	(66)	92.4	7.6
세부 업종 (중복응답)	맞춤복 제작/판매	(151)	67.5	32.5
	기성복 제작/판매	(62)	56.5	43.5
	원사·연사·원단 제작/판매	(28)	28.6	71.4
	부자재 제작/판매	(14)	64.3	35.7
	바느질·자수 가공	(49)	75.5	24.5
	염색·염직 가공	(2)	100	-
	한복 대여(임대)	(66)	53.0	47.0
	한복 교육	(7)	85.7	14.3
	기타	(1)	100	-

8. 한복문화산업 진흥 건의 및 개선 의견

- 한복문화산업 진흥을 위해 '홍보 활동을 강화'해야 한다는 의견을 216명이 제시하여 가장 많은 비중을 차지함
- 이는 '17년 대비 145명 증가한 수치
- 그다음 '국가 차원의 지원이 필요', '한복에 대한 인식 개선 필요', '한복 입는 날 제정 필요' 등의 의견이 있음

[그림4-61] 한복문화산업 진흥 건의 및 개선 의견

* Base: 전체응답자 (n=1,000), 단위: 명

	2017 (명)		2022 (명)
사례 수	(1,000)	사례 수	(1,000)
한복 홍보 강화	71	홍보 활동	216
정부 차원의 홍보 확대	48	국가 차원의 지원	95
방송을 통한 홍보	37	한복에 대한 인식 개선	69
전통 한복이 변하지 말고 유지 됐으면	50	한복 입는 날 제정	65
한복 문화	47	한복의 대중화	59
학생들에게 한복 교육 실시	35	한복 착용 권장	35
한복 입는 날을 정했으면	28	한복의 생활화	32
행사에서 한복을 입었으면	27	오프라인 행사 증가	31
한복 문화 행사 추진	25	신랑신부 한복 입기 장려	26
퓨전 한복의 등장으로 한복 고유의 가치가 훼손되고 있음	25	한복 착용 의무화	25
국민들이 한복을 많이 입었으면	23	고위층 한복 착용 활성화	24
사회지도층이나 연예인들이 한복을 많이 입었으면	20	한복 교육 활성화	17
대여를 줄여야 함	19	한복 산업 활성화	11

*상위 13개 응답 값만 제시

CHAPTER

05

소비자 인식 조사

제1절 조사 개요 요약

제2절 결과분석

제5장 소비자 인식 조사

제1절 조사 개요 요약

- 소비자 인식 조사의 기본 설계는 다음과 같음

[표5-1] 조사 설계_소비자 인식 조사

구 분	소 비 자						
조사 대상	만 20세 이상 남녀 소비자						
조사 지역	16개 시/도						
조사 방법	온라인 조사						
표본 크기	1,000명						
표본 추출방법	① 성/연령 균등 할당						
		20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	계
	남성	100	100	100	100	100	500
	여성	100	100	100	100	100	500
	계	200	200	200	200	200	1,000
	② 한복 구매 경험 유무에 따른 할당						
		구 매 자		구매 의향자		계	
	표본 수	500		500		1,000	
조사 기간	2022.09.30.~2022.10.14						

● 응답자 특성은 다음과 같음

[표5-2] 응답자 특성_소비자 인식 조사

구 분		사례 수	비율(%)
전 체		(1,000)	100
성별	남성	(500)	50.0
	여성	(500)	50.0
연령	20대	(200)	20.0
	30대	(200)	20.0
	40대	(200)	20.0
	50대	(200)	20.0
	60대	(200)	20.0
한복 구매 및 대여 경험 여부 (중복응답)	한복 구매 경험자	(500)	59.1
	한복 대여 경험자	(654)	77.3
한복 구매 예정 여부	한복 구매 예정자	(500)	100
월 평균 가구소득	300만원 미만	(178)	17.8
	300~600만원 미만	(469)	46.9
	600~900만원 미만	(233)	23.3
	900만원 이상	(120)	12.0

제2절 결과분석

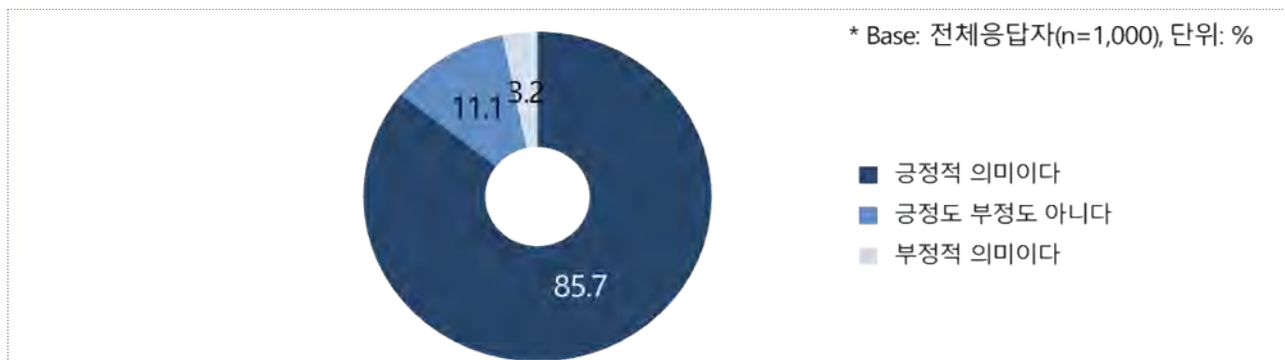
1. 한복 이미지

1) 한복 최초 상기 이미지

(가) 한복

- 한복의 이미지에 대한 기본적인 긍정 비율은 85.7%로 매우 우수한 수준이고, 부정 비율은 3.2%로 낮은 수준
- 세부 집단별 큰 차이 없이, 한복 이미지에 대한 긍정적인 비율은 우수한 수준

[그림5-1] 한복 최초 상기 이미지 - 금/부정 여부



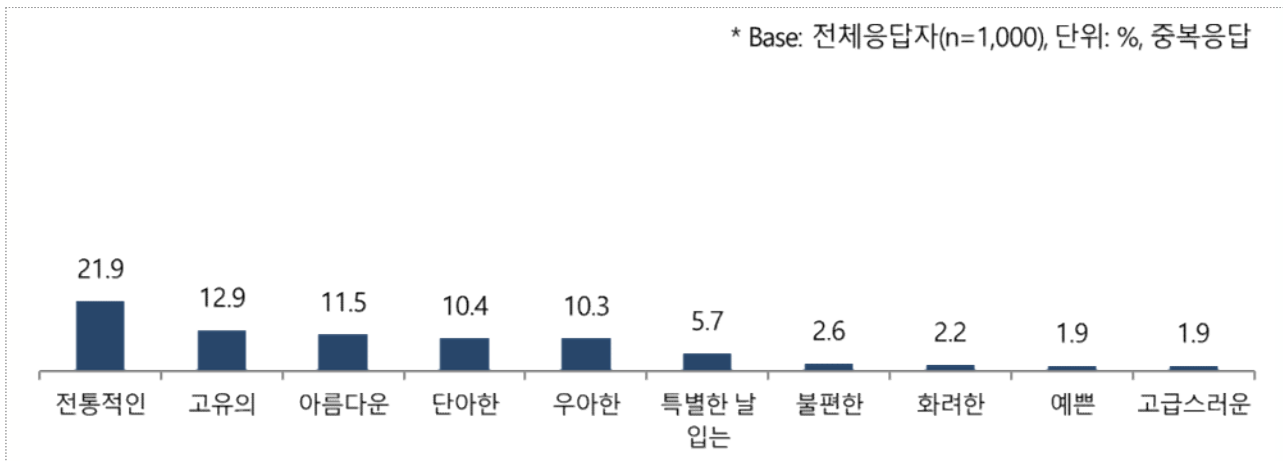
[표5-3] 한복 최초 상기 이미지 - 금/부정 여부

[단위: %]

구분		사례 수	긍정적 의미이다	긍정도 부정도 아니다	부정적 의미이다
전체		(1,000)	85.7	11.1	3.2
성별	남성	(500)	85.6	11.0	3.4
	여성	(500)	85.8	11.2	3.0
연령대	20대	(200)	86.5	12.0	1.5
	30대	(200)	83.5	12.5	4.0
	40대	(200)	88.5	9.0	2.5
	50대	(200)	87.5	8.5	4.0
	60대	(200)	82.5	13.5	4.0
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	83.8	12.0	4.2
	한복 대여 경험	(654)	85.9	10.2	3.8
가구 소득	300만원 미만	(178)	87.1	10.7	2.2
	300~600만원 미만	(469)	86.4	10.9	2.8
	600~900만원 미만	(233)	84.1	12.4	3.4
	900만원 이상	(120)	84.2	10.0	5.8

- 한복은 '전통적인', '고유의' 등의 대외적 이미지 요소가 기억되며, '아름다운', '단아한', '우아한' 등 한복의 디자인에 대한 긍정적 인식 또한 강함
- 저 연령층인 20-30대에서 한복은 '전통적인' 이미지라고 응답한 비율이 타 연령 대비 높게 나타남

[그림5-2] 한복 최초 상기 이미지



[표5-4] 한복 최초 상기 이미지

[단위: %]

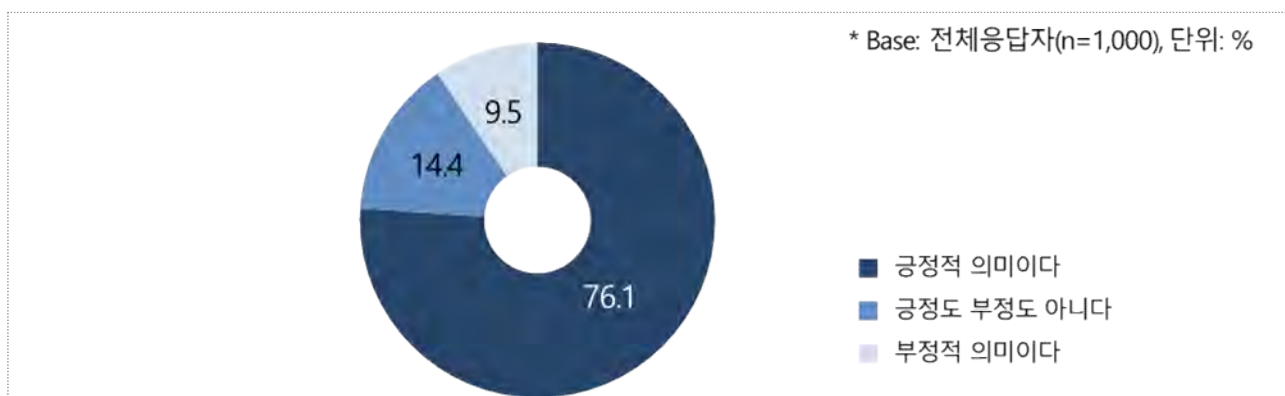
구분		사례 수	전통적인	고유의	아름다운	단아한	우아한	특별한 날 입는	불편한	화려한	예쁜	고급스러운
전체		(1,000)	21.9	12.9	11.5	10.4	10.3	5.7	2.6	2.2	1.9	1.9
성별	남성	(500)	27.8	14.0	11.4	5.8	7.4	5.8	1.8	2.6	0.8	1.4
	여성	(500)	16.0	11.8	11.6	15.0	13.2	5.6	3.4	1.8	3.0	2.4
연령대	20대	(200)	28.5	15.0	7.5	10.0	6.5	3.0	0.5	2.5	1.5	3.5
	30대	(200)	31.5	11.0	8.0	10.5	7.0	6.5	2.5	2.5	1.0	3.5
	40대	(200)	18.5	18.5	16.5	11.0	5.0	5.5	2.5	2.0	3.0	0.5
	50대	(200)	16.0	9.0	12.5	12.0	17.0	6.0	2.0	3.0	1.5	1.5
	60대	(200)	15.0	11.0	13.0	8.5	16.0	7.5	5.5	1.0	2.5	0.5
	구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	20.8	12.4	11.6	10.2	12.0	6.4	3.6	2.2	1.8
	한복 대여 경험	(654)	23.5	12.4	10.7	10.6	9.9	5.0	3.1	1.8	1.8	1.8
가구 소득	300만원 미만	(178)	20.8	15.7	6.7	12.4	9.6	5.6	2.8	1.7	1.7	1.1
	300~600만원 미만	(469)	20.9	15.1	11.7	9.8	10.9	6.4	2.6	2.1	3.0	1.7
	600~900만원 미만	(233)	23.6	8.2	14.6	9.0	11.6	2.6	2.6	2.6	0.9	2.1
	900만원 이상	(120)	24.2	9.2	11.7	12.5	6.7	9.2	2.5	2.5	-	3.3

※ 응답 값 상위 10위까지 제시

(나) 전통한복

- 전통한복의 이미지에 대한 기본적인 긍정 비율은 76.1%로 우수한 수준이나, 한복에 대한 이미지 대비 부정적인 비율이 9.5%로 다소 높은 편
- 60대에서 한복에 대해 긍정적이라고 응답한 비율 (81.5%)이 타 연령 대비 높게 나타남

[그림5-3] 전통한복 최초 상기 이미지 - 금/부정 여부



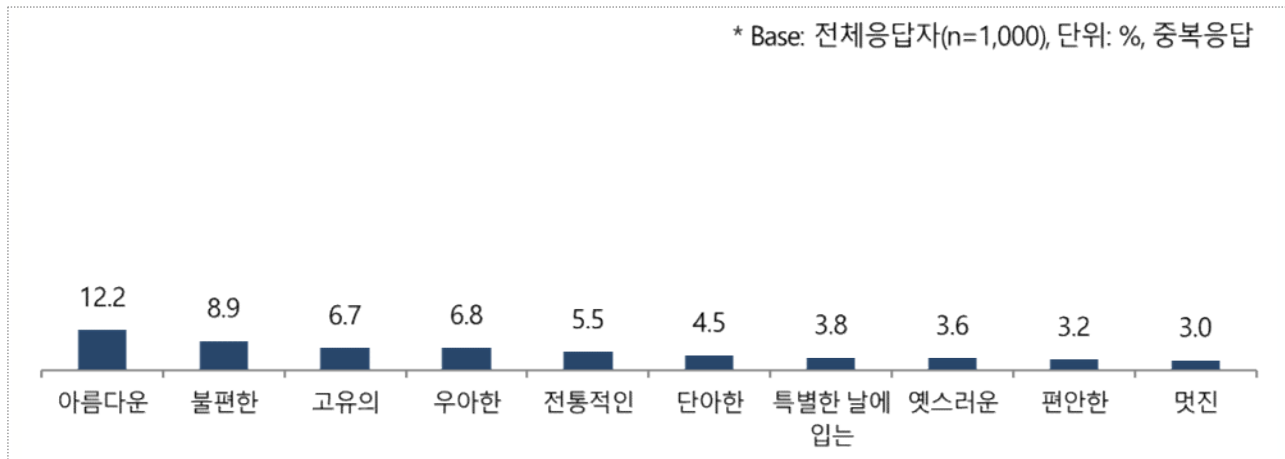
[표5-5] 전통한복 최초 상기 이미지 - 금/부정 여부

[단위: %]

구분		사례 수	긍정적 의미이다	긍정도 부정도 아니다	부정적 의미이다
전체		(1,000)	76.1	14.4	9.5
성별	남성	(500)	76.6	14.0	9.4
	여성	(500)	75.6	14.8	9.6
연령대	20대	(200)	71.5	19.0	9.5
	30대	(200)	74.0	15.0	11.0
	40대	(200)	76.0	16.0	8.0
	50대	(200)	77.5	10.0	12.5
	60대	(200)	81.5	12.0	6.5
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	74.6	15.2	10.2
	한복 대여 경험	(654)	77.1	14.4	8.6
가구 소득	300만원 미만	(178)	78.1	15.2	6.7
	300~600만원 미만	(469)	76.1	14.1	9.8
	600~900만원 미만	(233)	73.4	17.6	9.0
	900만원 이상	(120)	78.3	8.3	13.3

- 전통한복은 '아름다움' 등 한복의 디자인에 대한 긍정적 인식이 강한 것으로 나타남
- 50-60대에서 저 연령층에 비해 전통한복에 대해 '아름다운' 이미지를 갖고 있으며, 40-50대 중장년층에서는 '불편한' 이미지가 타 연령 대비 높은 것으로 나타남

[그림5-4] 전통한복 최초 상기 이미지



[표5-6] 전통한복 최초 상기 이미지

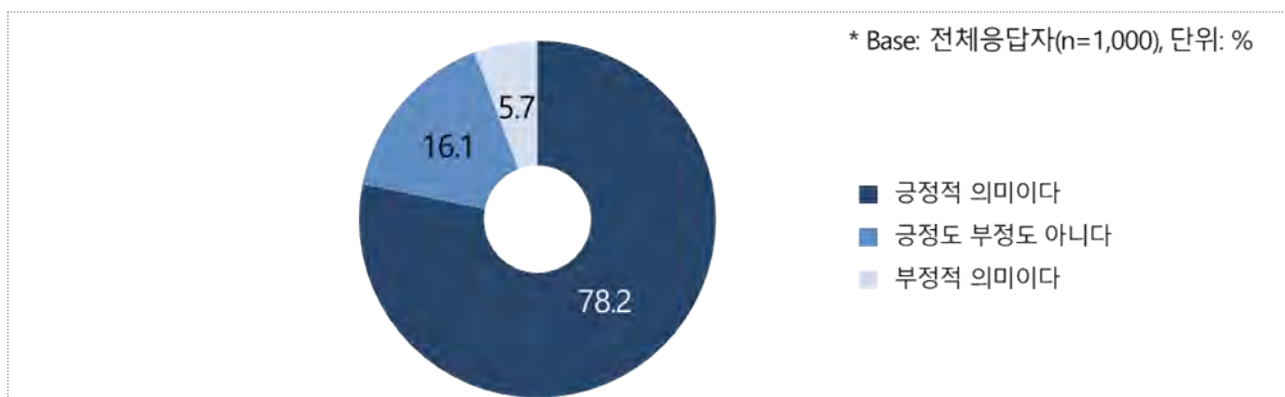
[단위: %]

구분		사례 수	아름다운	불편한	고유의	우아한	전통적인	단아한	특별한 날 입는	옛스러운	편안한	멋진
전체		(1,000)	12.2	8.9	6.7	6.8	5.5	4.5	3.8	3.6	3.2	3.0
성별	남성	(500)	11.6	8.8	9.0	5.0	5.4	3.0	2.8	5.0	4.6	3.2
	여성	(500)	12.8	9.0	4.4	8.6	5.6	6.0	4.8	2.2	1.8	2.8
연령대	20대	(200)	8.0	5.5	8.5	3.0	9.5	3.0	3.0	5.5	3.0	1.5
	30대	(200)	9.0	8.5	8.0	3.5	7.0	5.5	5.0	3.0	2.0	1.5
	40대	(200)	11.5	11.0	5.5	9.0	5.5	6.0	2.5	3.0	5.5	4.0
	50대	(200)	15.5	11.5	5.5	6.0	3.5	4.5	3.5	3.0	3.0	5.5
	60대	(200)	17.0	8.0	6.0	12.5	2.0	3.5	5.0	3.5	2.5	2.5
	70대	(200)	10.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	10.0	7.6	7.3	4.2	7.9	4.8	2.7	3.6	3.6	1.5
	한복 대여 경험	(654)	13.4	9.8	6.2	7.8	4.4	4.4	4.5	3.4	3.1	3.9
가구 소득	300만원 미만	(178)	9.0	7.3	6.2	6.7	6.2	1.7	1.7	3.9	5.1	3.4
	300~600만원 미만	(469)	12.4	9.4	6.4	7.9	5.5	5.5	4.3	3.6	3.0	3.0
	600~900만원 미만	(233)	12.0	9.4	6.4	5.6	5.2	4.7	4.3	3.4	3.0	3.4
	900만원 이상	(120)	16.7	8.3	9.2	5.0	5.0	4.2	4.2	3.3	1.7	1.7

※ 응답 값 상위 10위까지 제시

(다) 생활한복

- 생활한복의 이미지에 대한 기본적인 긍정 비율은 78.2%로 우수한 수준이나, 한복에 대한 이미지에 비해 '긍정도 부정도 아니다'의 비율이 16.1%로 비교적 높음
- 50대에서 생활한복에 대해 긍정적이라고 응답한 비율 (82.5%)이 타 연령 대비 높게 나타남

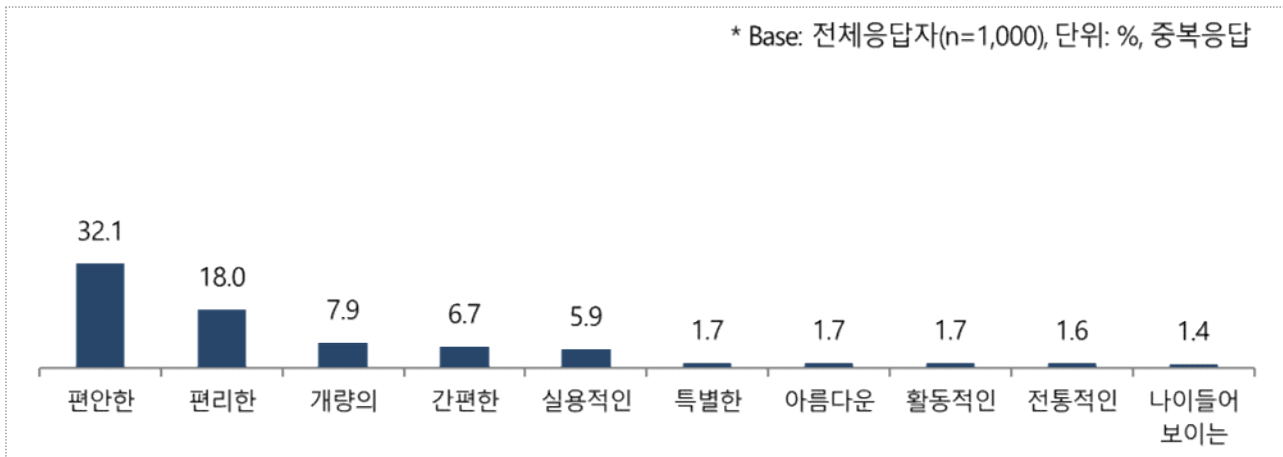
[그림5-5] 생활한복 최초 상기 이미지 - 긍/부정 여부**[표5-7] 생활한복 최초 상기 이미지 - 긍/부정 여부**

[단위: %]

구분		사례 수	긍정적 의미이다	긍정도 부정도 아니다	부정적 의미이다
전체		(1,000)	78.2	16.1	5.7
성별	남성	(500)	79.8	14.6	5.6
	여성	(500)	76.6	17.6	5.8
연령대	20대	(200)	77.5	16.5	6.0
	30대	(200)	73.5	19.0	7.5
	40대	(200)	79.5	16.5	4.0
	50대	(200)	82.5	11.5	6.0
	60대	(200)	78.0	17.0	5.0
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	76.2	18.0	5.8
	한복 대여 경험	(654)	80.3	15.0	4.7
가구 소득	300만원 미만	(178)	75.3	18.5	6.2
	300~600만원 미만	(469)	78.0	16.6	5.3
	600~900만원 미만	(233)	81.5	12.4	6.0
	900만원 이상	(120)	76.7	17.5	5.8

- 생활한복은 '편안한 (32.1%)', '편리한 (18.0%)', '간편한 (6.47%)' 등 한복의 편의성에 대한 긍정적 인식이 강한 것으로 나타남
- 50-60대에서 생활한복이 '편리한' 이미지라고 응답한 비율이 타 연령 대비 높게 나타남

[그림5-6] 생활한복 최초 상기 이미지



[표5-8] 생활한복 최초 상기 이미지

[단위: %]

구분		사례 수	편안한	편리한	개량의	간편한	실용적인	특별한	아름다운	활동적인	전통적인	나이들어 보이는
전체		(1,000)	32.1	18.0	7.9	6.7	5.9	1.7	1.7	1.7	1.6	1.4
성별	남성	(500)	29.6	19.6	9.0	7.6	5.8	1.6	1.6	1.4	1.4	1.4
	여성	(500)	34.6	16.4	6.8	5.8	6.0	1.8	1.8	2.0	1.8	1.4
연령대	20대	(200)	39.0	11.0	5.0	4.5	4.0	4.5	3.0	0.5	2.5	2.5
	30대	(200)	28.0	12.0	11.0	5.5	8.5	2.0	0.5	1.0	1.0	2.5
	40대	(200)	32.0	17.5	10.0	4.5	5.0	-	1.5	2.0	1.5	1.0
	50대	(200)	30.5	22.0	8.5	10.5	5.0	2.0	1.5	2.5	1.0	1.0
	60대	(200)	31.0	27.5	5.0	8.5	7.0	-	2.0	2.5	2.0	-
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	33.3	10.9	7.3	4.5	5.5	3.3	2.1	0.3	2.4	2.1
	한복 대여 경험	(654)	31.9	21.5	8.2	7.6	6.1	0.8	1.2	2.5	1.1	0.9
가구 소득	300만원 미만	(178)	31.5	14.6	7.3	3.4	3.9	3.9	2.2	1.7	2.2	1.1
	300~600만원 미만	(469)	33.9	20.3	7.0	7.2	5.8	1.1	1.7	1.5	1.9	1.5
	600~900만원 미만	(233)	30.5	17.6	8.2	7.3	6.0	1.3	0.4	3.0	0.4	0.9
	900만원 이상	(120)	29.2	15.0	11.7	8.3	9.2	1.7	3.3	-	1.7	2.5

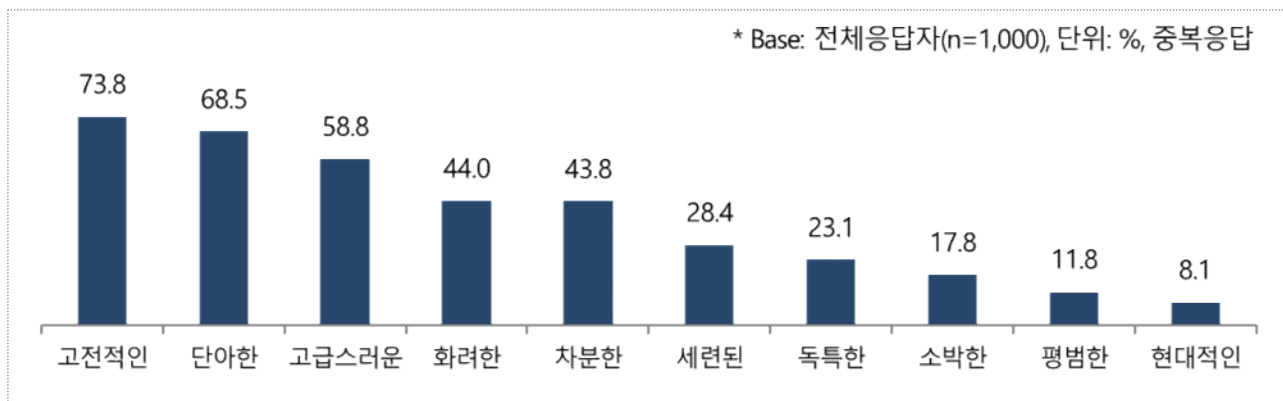
※ 응답 값 상위 10위까지 제시

2) 한복에 어울리는 이미지

(가) 전통한복

- 응답자의 73.8%가 전통한복은 '고전적인' 이미지가 어울린다고 응답함
- '단아한 (68.5%)', '고급스러운 (58.8%)' 등 한복 디자인 관련 이미지는 높은 비율로 나타남
- 50-60대에서 전통한복이 '고전적인' 이미지라고 응답한 비율이, 저 연령층(20-30대)에서 전통한복의 '평범한', '현대적인' 이미지가 타 연령 대비 높음

[그림5-7] 전통한복에 어울리는 이미지



[표5-9] 전통한복에 어울리는 이미지

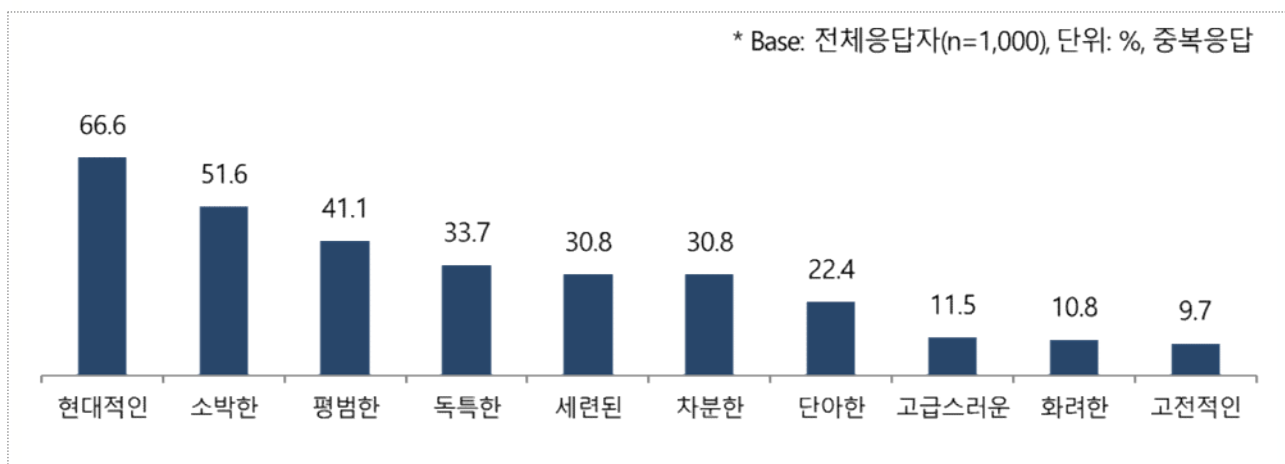
[단위: %]

구분		사례 수	고전 적인	단아한	고급스 러운	화려한	차분한	세련된	독특한	소박한	평범한	현대 적인
전체		(1,000)	73.8	68.5	58.8	44.0	43.8	28.4	23.1	17.8	11.8	8.1
성별	남성	(500)	72.0	63.2	53.0	44.8	42.0	27.8	27.6	21.6	13.2	8.8
	여성	(500)	75.6	73.8	64.6	43.2	45.6	29.0	18.6	14.0	10.4	7.4
연령대	20대	(200)	61.0	57.0	53.5	44.0	36.0	31.5	25.5	17.0	20.5	12.0
	30대	(200)	60.5	60.0	56.5	37.5	40.5	24.0	21.5	17.0	17.5	11.5
	40대	(200)	73.5	71.0	56.0	44.5	49.0	26.5	19.0	17.5	6.5	7.5
	50대	(200)	83.0	75.5	62.0	47.5	43.5	29.5	19.5	16.5	7.5	5.5
	60대	(200)	91.0	79.0	66.0	46.5	50.0	30.5	30.0	21.0	7.0	4.0
구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	77.2	70.4	59.4	44.6	45.8	30.0	22.0	18.0	9.2	8.0
	한복 대여 경험	(654)	71.6	65.9	60.6	43.9	43.1	27.8	22.9	16.5	12.7	9.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	67.4	68.0	59.6	43.3	41.6	32.0	23.0	20.2	17.4	11.8
	300~600만원 미만	(469)	75.3	68.4	56.5	43.3	46.1	27.3	23.5	17.1	10.9	7.7
	600~900만원 미만	(233)	76.0	69.1	59.7	44.6	45.5	26.6	20.2	16.7	9.4	6.9
	900만원 이상	(120)	73.3	68.3	65.0	46.7	35.0	30.8	27.5	19.2	11.7	6.7

(나) 생활한복

- 생활한복은 '현대적인 (66.6%)' 이미지가 강한 것으로 조사됨
- '고급스러운 (11.5%)', '고전적인 (9.7%)' 이미지는 낮은 편이나, '소박한 (51.6%)', '평범한 (41.1%)' 등 일상적인 이미지가 비교적 높음
- 연령이 높아질수록, 생활한복이 '현대적인', '소박한' 이미지라는 응답 비율이 증가하는 것으로 나타남
- 소득이 높을수록, '소박한' 이미지의 응답 비율이 높은 것으로 조사됨

[그림5-8] 생활한복에 어울리는 이미지



[표5-10] 생활한복에 어울리는 이미지

[단위: %]

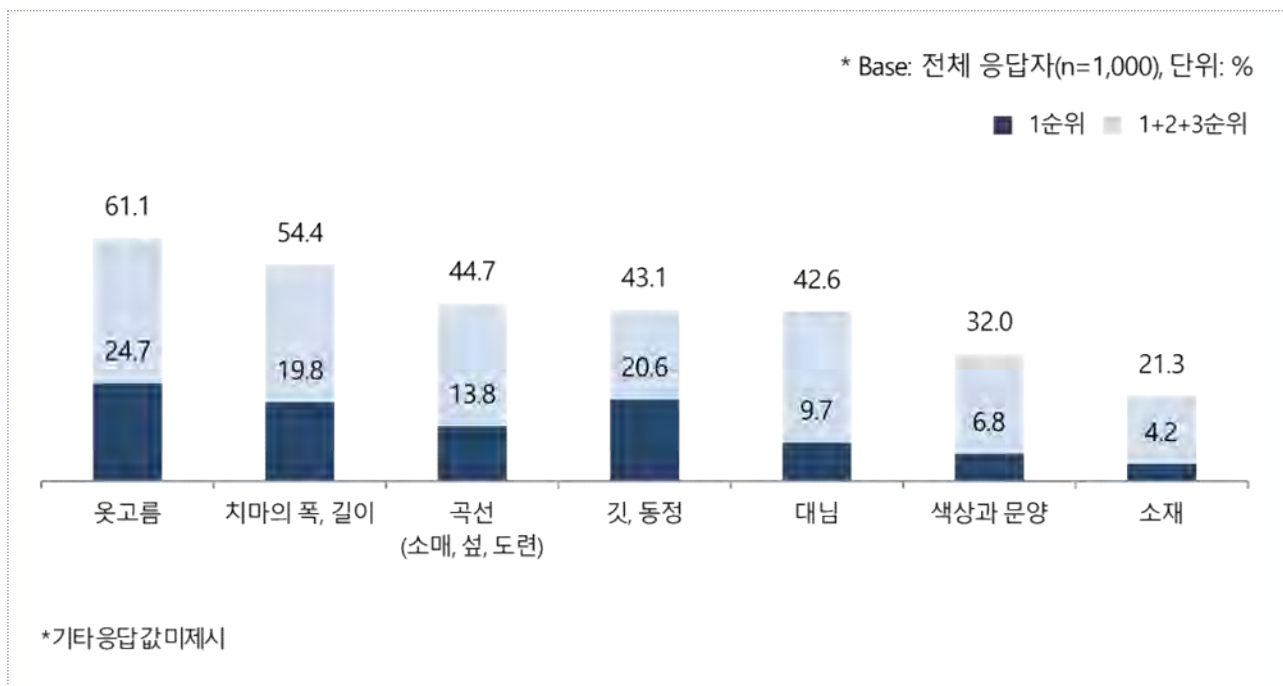
구분		사례 수	현대적인	소박한	평범한	독특한	세련된	차분한	단아한	고급스러운	화려한	고전적인
전체		(1,000)	66.6	51.6	41.1	33.7	30.8	30.8	22.4	11.5	10.8	9.7
성별	남성	(500)	68.4	48.6	38.8	33.8	34.2	31.6	23.8	13.6	13.2	9.2
	여성	(500)	64.8	54.6	43.4	33.6	27.4	30.0	21.0	9.4	8.4	10.2
연령대	20대	(200)	53.5	42.5	37.5	28.0	31.0	34.0	27.0	17.0	12.0	17.0
	30대	(200)	58.5	46.0	34.0	32.0	25.5	28.0	19.5	16.5	15.5	9.5
	40대	(200)	69.0	52.5	41.0	32.5	32.0	27.0	18.5	7.0	11.5	7.5
	50대	(200)	74.0	57.5	44.5	34.0	30.0	34.0	23.5	8.5	7.5	8.0
	60대	(200)	78.0	59.5	48.5	42.0	35.5	31.0	23.5	8.5	7.5	6.5
	구매/대여 (중복응답)	한복 구매 경험	(500)	70.6	52.4	43.6	35.4	31.2	29.0	21.4	9.0	10.6
	한복 대여 경험	(654)	65.4	49.5	41.6	32.3	32.3	30.4	23.7	11.5	11.9	10.6
가구 소득	300만원 미만	(178)	59.0	46.6	36.5	39.3	30.3	30.9	27.5	16.3	11.8	13.5
	300~600만원 미만	(469)	65.7	51.8	41.8	32.2	30.9	32.0	20.9	10.2	10.0	10.2
	600~900만원 미만	(233)	74.2	51.9	43.8	33.0	32.6	26.6	21.0	9.0	12.4	7.3
	900만원 이상	(120)	66.7	57.5	40.0	32.5	27.5	34.2	23.3	14.2	9.2	6.7

2. 한복 디자인 인식

1) 전통한복 디자인 변형 개선 사항

- 전통한복의 디자인 변형 시 개선해야 할 부분으로, 응답자의 61.1%가 '옷고름'이라고 응답함(1+2+3순위)
- 여성의 경우, '치마의 폭, 길이'의 비율이 남성 대비 높게 나타남

[그림5-9] 전통한복 디자인 변형 개선 사항



[표5-11] 전통한복 디자인 변형 개선 사항(1순위)

[단위: %]

구분		사례 수	웃고름	깃, 동정	치마의 폭, 길이	곡선(소매, 섹, 도련)	대님	색상과 문양	소재
전체		(1,000)	24.7	20.6	19.8	13.8	9.7	6.8	4.2
성별	남성	(500)	24.2	21.8	14.2	15.6	13.6	7.6	2.8
	여성	(500)	25.2	19.4	25.4	12.0	5.8	6.0	5.6
연령대	20대	(200)	21.5	13.5	24.5	16.0	10.0	10.0	4.0
	30대	(200)	28.0	17.0	18.0	16.0	7.5	7.0	6.5
	40대	(200)	23.5	21.0	17.5	15.5	10.5	7.0	4.5
	50대	(200)	27.0	21.5	21.0	10.5	9.0	7.0	3.0
	60대	(200)	23.5	30.0	18.0	11.0	11.5	3.0	3.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	22.5	19.7	19.1	14.6	11.2	7.9	2.8
	300~600만원 미만	(469)	23.5	18.6	20.7	13.0	10.2	7.9	6.2
	600~900만원 미만	(233)	29.6	22.3	18.5	15.5	8.6	3.9	1.7
	900만원 이상	(120)	23.3	26.7	20.0	12.5	7.5	6.7	3.3

※ 기타 응답 값 미제시

[표5-12] 전통한복 디자인 변형 개선 사항(1+2+3순위)

[단위: %]

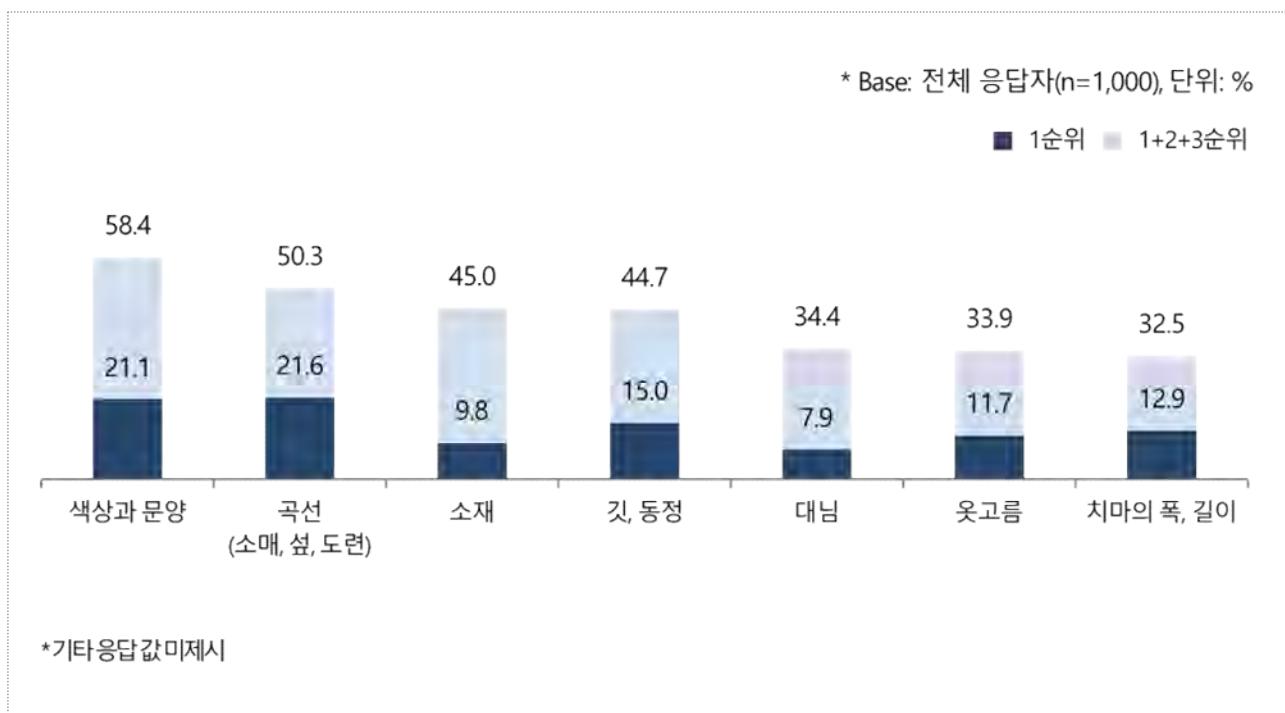
구분		사례 수	웃고름	치마의 폭, 길이	곡선(소매, 섹, 도련)	깃, 동정	대님	색상과 문양	소재
전체		(1,000)	61.1	54.4	44.7	43.1	42.6	32.0	21.3
성별	남성	(500)	62.4	44.4	46.2	43.4	52.0	33.2	18.2
	여성	(500)	59.8	64.4	43.2	42.8	33.2	30.8	24.4
연령대	20대	(200)	47.5	54.5	50.5	31.0	39.5	50.0	25.5
	30대	(200)	64.0	57.5	46.5	34.0	40.5	37.5	20.0
	40대	(200)	55.0	57.5	50.0	45.0	37.5	31.5	22.5
	50대	(200)	70.5	52.5	40.0	48.5	47.0	21.5	18.5
	60대	(200)	68.5	50.0	36.5	57.0	48.5	19.5	20.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	60.7	55.1	46.6	42.7	38.8	31.5	21.9
	300~600만원 미만	(469)	58.4	55.9	48.0	41.4	38.6	33.7	23.5
	600~900만원 미만	(233)	68.7	51.5	37.3	47.2	51.1	27.9	16.3
	900만원 이상	(120)	57.5	53.3	43.3	42.5	47.5	34.2	21.7

※ 기타 응답 값 미제시

2) 전통한복 디자인 변형 고수 사항

- 전통한복의 디자인 변형 시 고수했으면 하는 부분으로 응답자의 58.4%가 '색상과 문양'으로 나타남(1+2+3순위)
- 특히, 고연령대인 60대에서 '색상과 문양 (71.0%)'이 타 연령 대비 높음(1+2+3순위)
- 20대와 30대에서는 '깃, 동정'이 상대적으로 높게 나타남(1+2+3순위)

[그림5-10] 전통한복 디자인 변형 고수 사항



[표5-13] 전통한복 디자인 변형 고수 사항(1순위)

[단위: %]

구분		사례 수	곡선(소매, 섹, 도련)	색상과 문양	깃, 동정	치마의 폭, 길이	웃고름	소재	대님
전체		(1,000)	21.6	21.1	15.0	12.9	11.7	9.8	7.9
성별	남성	(500)	17.2	19.2	15.4	13.4	13.4	11.4	10.0
	여성	(500)	26.0	23.0	14.6	12.4	10.0	8.2	5.8
연령대	20대	(200)	13.0	13.0	18.5	14.0	17.5	11.5	12.5
	30대	(200)	23.0	17.5	17.0	13.5	9.5	11.0	8.5
	40대	(200)	17.0	26.0	12.0	15.0	12.0	11.0	7.0
	50대	(200)	26.5	23.0	15.0	11.5	11.5	6.0	6.5
	60대	(200)	28.5	26.0	12.5	10.5	8.0	9.5	5.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	22.5	20.8	14.6	11.2	14.6	7.9	8.4
	300~600만원 미만	(469)	21.1	21.3	14.1	12.6	12.6	9.8	8.5
	600~900만원 미만	(233)	22.7	20.6	15.5	14.6	7.3	12.4	6.9
	900만원 이상	(120)	20.0	21.7	18.3	13.3	12.5	7.5	6.7

※ 기타 응답 값 미제시

[표5-14] 전통한복 디자인 변형 고수 사항(1+2+3순위)

[단위: %]

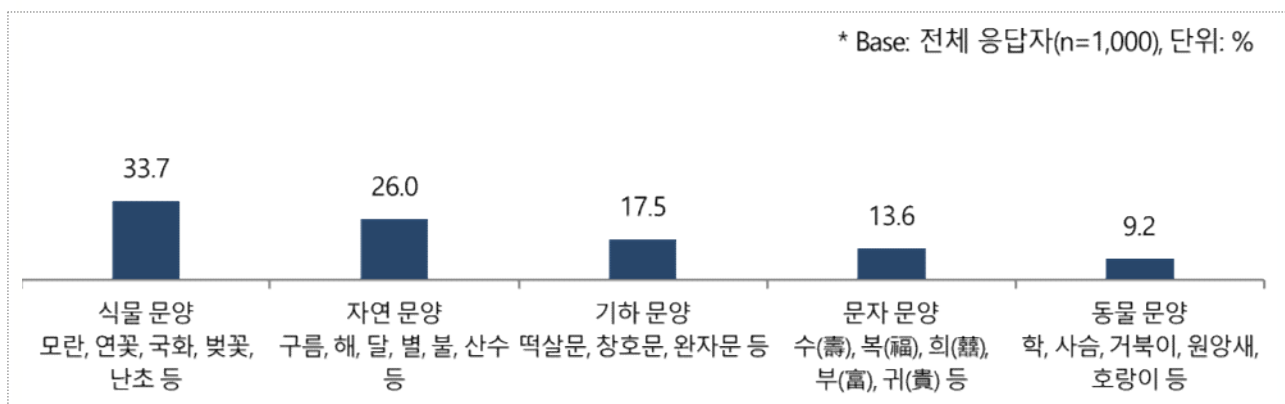
구분		사례 수	색상과 문양	곡선(소매, 섹, 도련)	소재	깃, 동정	대님	웃고름	치마의 폭, 길이
전체		(1,000)	58.4	50.3	45.0	44.7	34.4	33.9	32.5
성별	남성	(500)	57.8	47.8	47.4	44.2	33.0	33.6	35.8
	여성	(500)	59.0	52.8	42.6	45.2	35.8	34.2	29.2
연령대	20대	(200)	40.0	45.0	40.0	51.0	39.0	48.0	36.0
	30대	(200)	53.0	47.5	43.0	51.0	43.0	30.0	32.0
	40대	(200)	62.0	44.5	43.5	42.0	36.5	40.0	30.5
	50대	(200)	66.0	56.0	48.0	45.5	29.0	24.5	29.5
	60대	(200)	71.0	58.5	50.5	34.0	24.5	27.0	34.5
가구 소득	300만원 미만	(178)	58.4	47.8	43.3	47.2	37.1	33.1	32.0
	300~600만원 미만	(469)	56.9	48.0	44.1	45.0	35.0	38.0	32.2
	600~900만원 미만	(233)	61.4	55.4	48.5	42.5	33.5	25.3	33.0
	900만원 이상	(120)	58.3	53.3	44.2	44.2	30.0	35.8	33.3

※ 기타 응답 값 미제시

3) 선호 한복 문양

- 선호하는 한복 문양으로 33.7%가 '식물 문양'으로 나타남
- 남성은 '자연 문양 (32.8%)'이, 여성은 '식물 문양 (50.6%)'이 상대적으로 높게 조사됨
- 30대에서는 '자연 문양 (22.5%)'이 타 연령 대비 높게 나타났으며, 가구 소득 900만원 이상에서는 '기하 문양 (24.2%)'이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-11] 선호 한복 문양



[표5-15] 선호 한복 문양

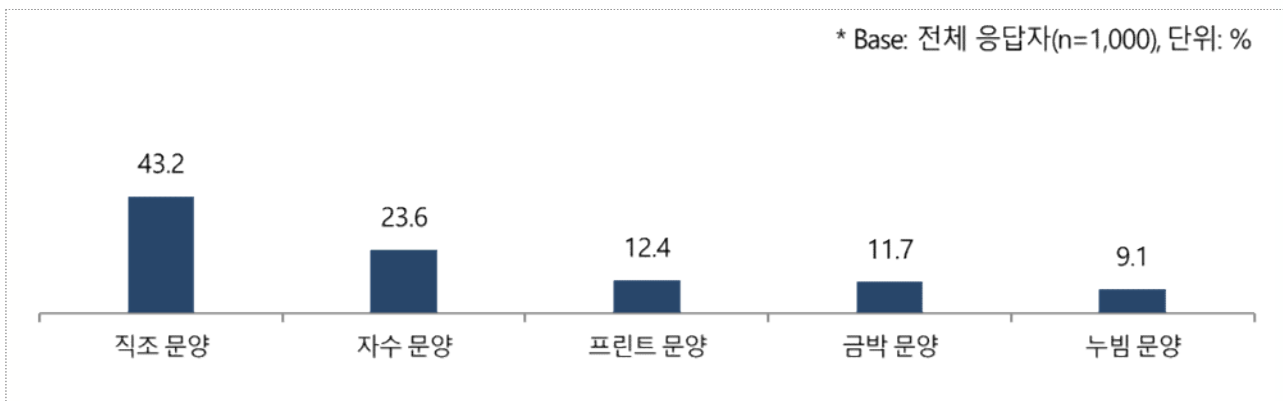
[단위: %]

구분		사례 수	식물 문양 모란, 연꽃, 국화, 벚꽃, 난초 등	자연 문양 구름, 해, 달, 별, 불, 산수 등	기하 문양 떡살문, 창호문, 완자문 등	문자 문양 수(壽), 복(福), 희(禧), 부(富), 귀(貴) 등	동물 문양 학, 사슴, 거북이, 원앙새, 호랑이 등
전체		(1,000)	33.7	26.0	17.5	13.6	9.2
성별	남성	(500)	16.8	32.8	22.2	16.2	12.0
	여성	(500)	50.6	19.2	12.8	11.0	6.4
연령대	20대	(200)	32.5	28.0	20.5	10.5	8.5
	30대	(200)	23.5	34.0	20.0	12.5	10.0
	40대	(200)	37.0	22.5	22.5	10.5	7.5
	50대	(200)	38.5	20.0	12.0	18.5	11.0
	60대	(200)	37.0	25.5	12.5	16.0	9.0
	70대	(200)	37.0	25.5	12.5	16.0	9.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	36.5	19.1	16.9	16.9	10.7
	300~600만원 미만	(469)	35.4	27.5	16.2	12.2	8.7
	600~900만원 미만	(233)	30.9	28.8	17.2	13.3	9.9
	900만원 이상	(120)	28.3	25.0	24.2	15.0	7.5

4) 선호 문양 표현 기법

- 선호하는 문양 표현 기법으로 '직조 문양 (43.2%)'이 가장 높게 나타남
- 고 연령층인 50-60대에서는 '자수 문양'이 타 연령 대비 높게 조사됨
- 가구 소득 600만원 이상에서 '누빔 문양'을 선호하는 응답 비율이 타 집단 대비 높음

[그림5-12] 선호 문양 표현 기법



[표5-16] 선호 문양 표현 기법

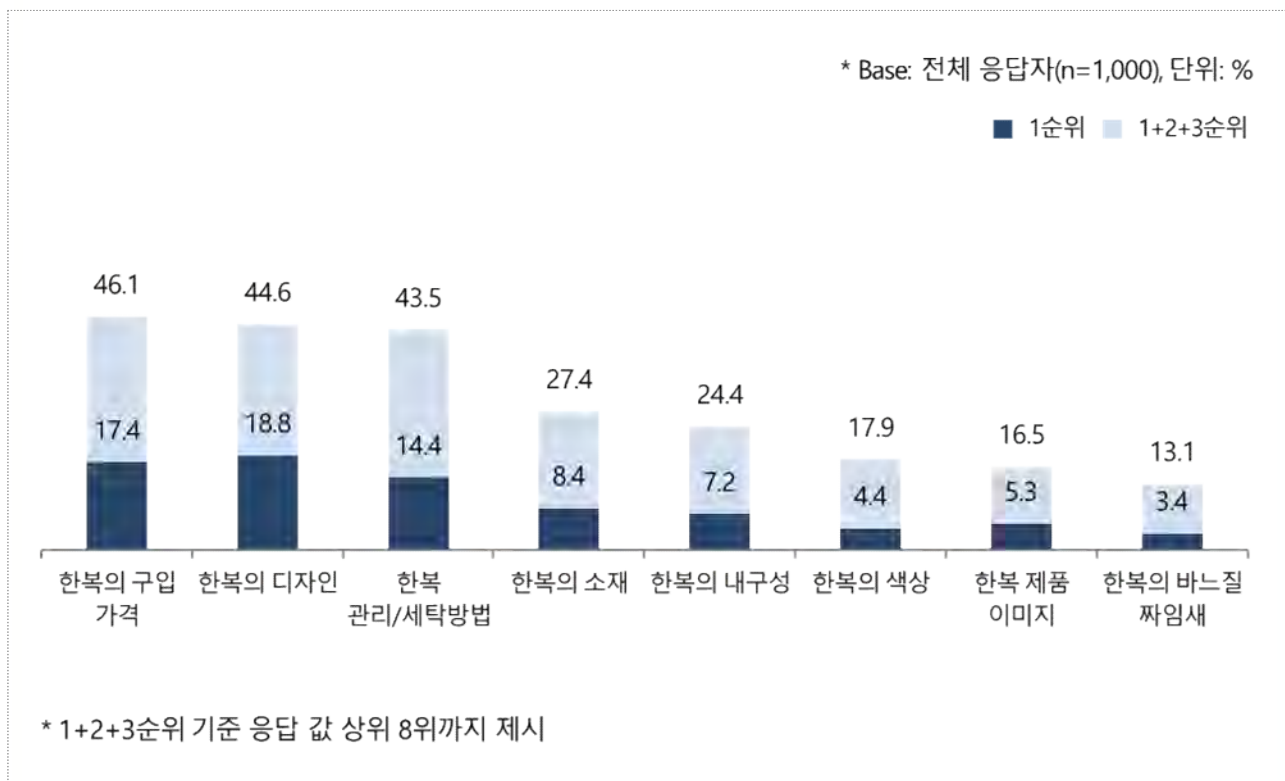
[단위: %]

구분		사례 수	직조 문양	자수 문양	프린트 문양	금박 문양	누빔 문양
전체		(1,000)	43.2	23.6	12.4	11.7	9.1
성별	남성	(500)	40.2	19.8	15.4	13.6	11.0
	여성	(500)	46.2	27.4	9.4	9.8	7.2
연령대	20대	(200)	45.5	18.5	18.5	12.0	5.5
	30대	(200)	45.0	18.0	14.5	15.0	7.5
	40대	(200)	50.0	16.0	13.0	11.0	10.0
	50대	(200)	38.0	30.0	7.5	9.0	15.5
	60대	(200)	37.5	35.5	8.5	11.5	7.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	42.1	28.7	12.4	11.8	5.1
	300~600만원 미만	(469)	43.3	25.4	12.8	10.9	7.7
	600~900만원 미만	(233)	41.2	19.7	12.9	12.9	13.3
	900만원 이상	(120)	48.3	16.7	10.0	12.5	12.5

5) 한복 생활화/일상화 중요 요소

- 한복 생활화/일상화를 위해 중요하게 생각하는 요소는 '한복의 구입 가격 (46.1%)', '한복의 디자인 (44.6%)', '한복 관리/세탁 방법 (43.5%)'의 순으로 높게 나타남 (1+2+3순위)
- 연령이 높을수록 '한복의 구입 가격'과 '한복 관리/세탁 방법'을 중요하게 생각하는 요소로 응답하는 비율이 높음(1+2+3순위)

[그림5-13] 한복 생활화/일상화 중요 요소



[표5-17] 한복 생활화/일상화 중요 요소(1순위)

[단위: %]

구분		사례 수	한복의 디자인	한복의 구입 가격	한복 관리/세탁 방법	한복의 소재	한복의 내구성	한복 제품 이미지	한복의 색상	한복 구입 지불 방법
전체		(1,000)	18.8	17.4	14.4	8.4	7.2	5.3	4.4	4.3
성별	남성	(500)	18.2	19.0	10.6	7.8	6.6	6.0	5.2	5.0
	여성	(500)	19.4	15.8	18.2	9.0	7.8	4.6	3.6	3.6
연령대	20대	(200)	13.0	16.5	11.5	7.0	6.0	8.0	3.5	6.5
	30대	(200)	14.5	13.5	14.0	6.0	9.5	4.5	3.0	7.5
	40대	(200)	20.0	17.5	11.0	10.0	8.0	4.5	5.5	2.5
	50대	(200)	22.0	20.0	18.5	8.5	5.0	6.0	6.0	3.5
	60대	(200)	24.5	19.5	17.0	10.5	7.5	3.5	4.0	1.5
가구 소득	300만원 미만	(178)	16.3	21.3	15.2	9.6	7.9	5.6	1.7	2.8
	300~600만원 미만	(469)	18.8	17.9	13.0	7.7	5.5	5.3	4.5	4.1
	600~900만원 미만	(233)	20.6	15.9	13.7	8.6	9.9	5.6	5.2	5.6
	900만원 이상	(120)	19.2	12.5	20.0	9.2	7.5	4.2	6.7	5.0

※ 응답 값 상위 8위까지 제시

[표5-18] 한복 생활화/일상화 중요 요소(1+2+3순위)

[단위: %]

구분		사례 수	한복의 구입 가격	한복의 디자인	한복 관리/세탁 방법	한복의 소재	한복의 내구성	한복의 색상	한복 제품 이미지	한복의 바느질 짜임새
전체		(1,000)	46.1	44.6	43.5	27.4	24.4	17.9	16.5	13.1
성별	남성	(500)	44.0	45.4	38.0	24.0	22.4	19.2	18.4	11.8
	여성	(500)	48.2	43.8	49.0	30.8	26.4	16.6	14.6	14.4
연령대	20대	(200)	39.0	37.5	32.0	27.5	19.0	20.0	18.5	15.5
	30대	(200)	39.0	37.0	39.5	21.5	28.5	13.0	17.0	10.0
	40대	(200)	43.5	47.0	41.5	26.0	25.0	18.0	14.0	11.0
	50대	(200)	53.0	49.0	50.0	29.0	25.0	22.0	15.5	13.0
	60대	(200)	56.0	52.5	54.5	33.0	24.5	16.5	17.5	16.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	49.4	44.9	46.6	30.3	20.2	16.3	14.0	14.0
	300~600만원 미만	(469)	46.5	42.2	42.0	26.2	23.2	17.9	15.8	14.5
	600~900만원 미만	(233)	43.8	48.9	41.2	27.0	28.8	16.3	19.7	9.4
	900만원 이상	(120)	44.2	45.0	49.2	28.3	26.7	23.3	16.7	13.3

※ 응답 값 상위 8위까지 제시

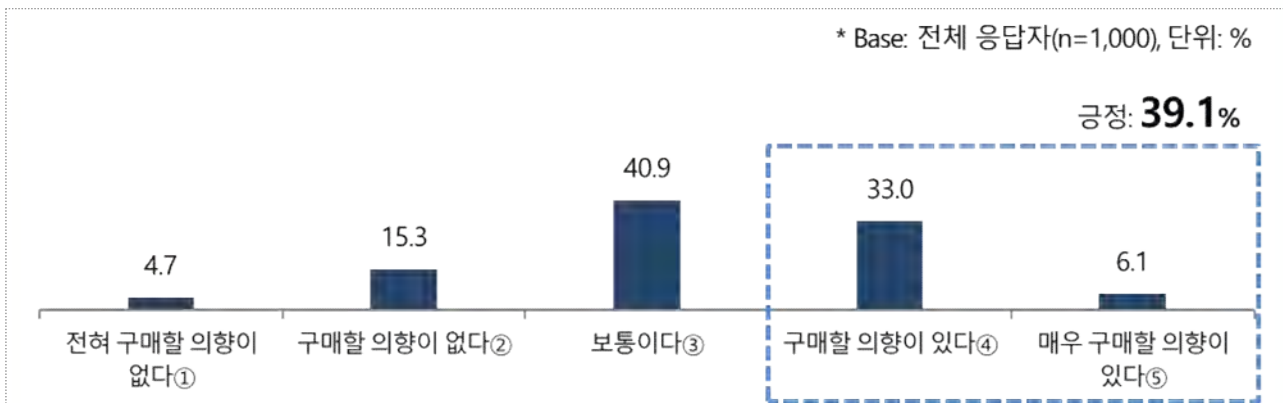
3. 한복 구매 의향

1) 향후 한복 구입 의향

(가) 전통한복

- 향후 전통한복을 구입할 의향이 있는 응답자는 전체 응답자의 39.1%로 나타남

[그림5-14] 향후 전통한복 구입 의향



[표5-19] 향후 전통한복 구입 의향

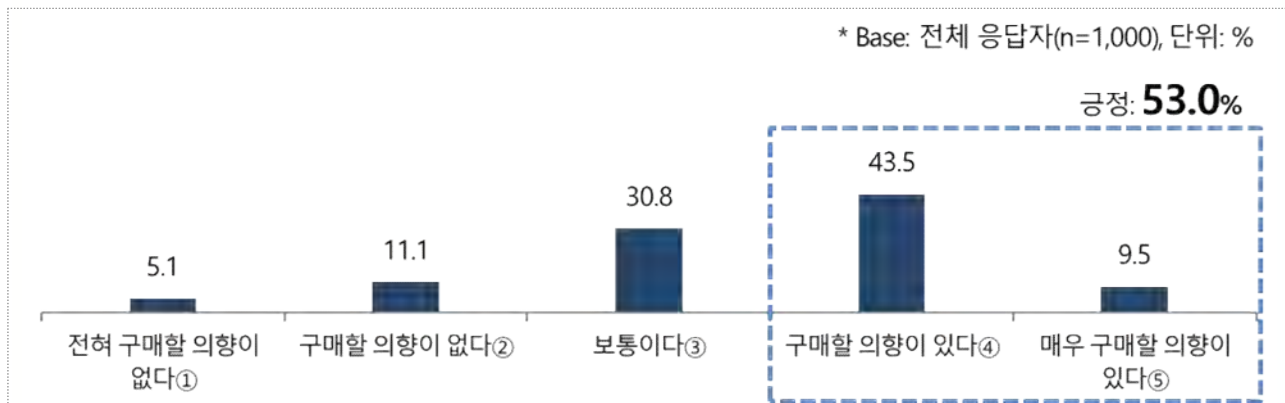
[단위: %]

구분		사례 수	전혀 구매할 의향이 없다	구매할 의향이 없다	보통이다	구매할 의향이 있다	매우 구매할 의향이 있다
전체		(1,000)	4.7	15.3	40.9	33.0	6.1
성별	남성	(500)	4.6	15.6	41.4	32.0	6.4
	여성	(500)	4.8	15.0	40.4	34.0	5.8
연령대	20대	(200)	2.5	12.5	44.5	32.0	8.5
	30대	(200)	4.5	10.0	42.0	36.5	7.0
	40대	(200)	7.0	16.0	37.0	33.5	6.5
	50대	(200)	5.0	17.5	44.5	28.0	5.0
	60대	(200)	4.5	20.5	36.5	35.0	3.5
가구 소득	300만원 미만	(178)	6.2	18.0	39.3	30.3	6.2
	300~600만원 미만	(469)	5.1	15.8	42.9	31.1	5.1
	600~900만원 미만	(233)	1.7	13.3	41.6	36.5	6.9
	900만원 이상	(120)	6.7	13.3	34.2	37.5	8.3

(나) 생활한복

- 향후 생활한복을 구입할 의향이 있는 응답자는 53.0%로 전통한복 대비 높은 것으로 나타남

[그림5-15] 향후 생활한복 구입 의향



[표5-20] 향후 생활한복 구입 의향

[단위: %]

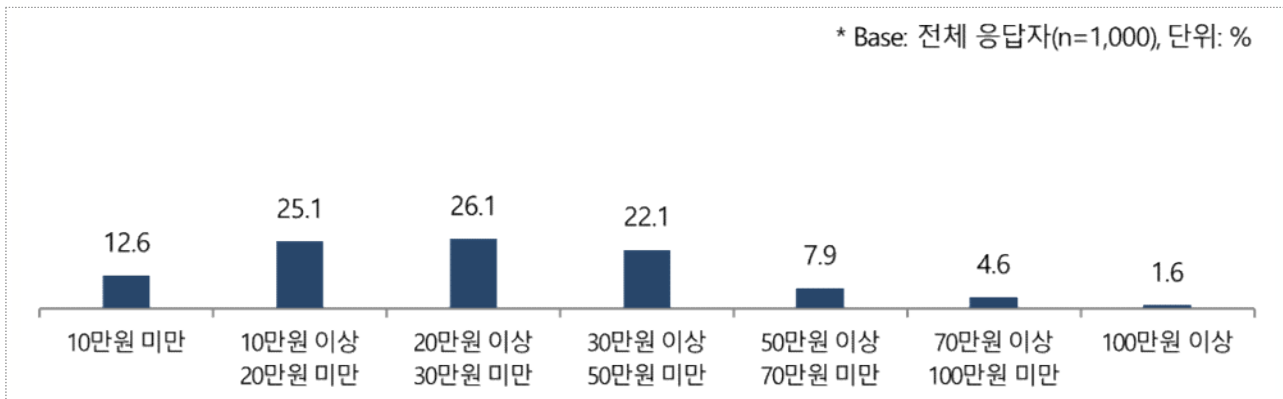
구분		사례 수	전혀 구매할 의향이 없다	구매할 의향이 없다	보통이다	구매할 의향이 있다	매우 구매할 의향이 있다
전체		(1,000)	5.1	11.1	30.8	43.5	9.5
성별	남성	(500)	4.6	8.2	26.6	50.0	10.6
	여성	(500)	5.6	14.0	35.0	37.0	8.4
연령대	20대	(200)	3.5	8.0	29.0	49.5	10.0
	30대	(200)	5.0	11.5	29.5	45.5	8.5
	40대	(200)	6.0	11.0	31.5	41.5	10.0
	50대	(200)	6.0	10.0	29.5	44.5	10.0
	60대	(200)	5.0	15.0	34.5	36.5	9.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	4.5	9.6	35.4	39.9	10.7
	300~600만원 미만	(469)	5.5	13.4	30.5	43.3	7.2
	600~900만원 미만	(233)	3.9	11.6	28.8	44.2	11.6
	900만원 이상	(120)	6.7	3.3	29.2	48.3	12.5

2) 향후 한복 구매 시 지불 가능 가격

(가) 전통한복

- 향후 전통한복 구매 시 '20만원 이상 30만원 미만'까지 지불 가능 의사가 있는 응답자는 26.1%로 나타남
- 가구 소득 900만원 이상에서 '50만원 이상' 응답 비율이 타 집단 대비 높음

[그림5-16] 향후 전통한복 구매 시 지불 가능 가격



[표5-21] 향후 전통한복 구매 시 지불 가능 가격

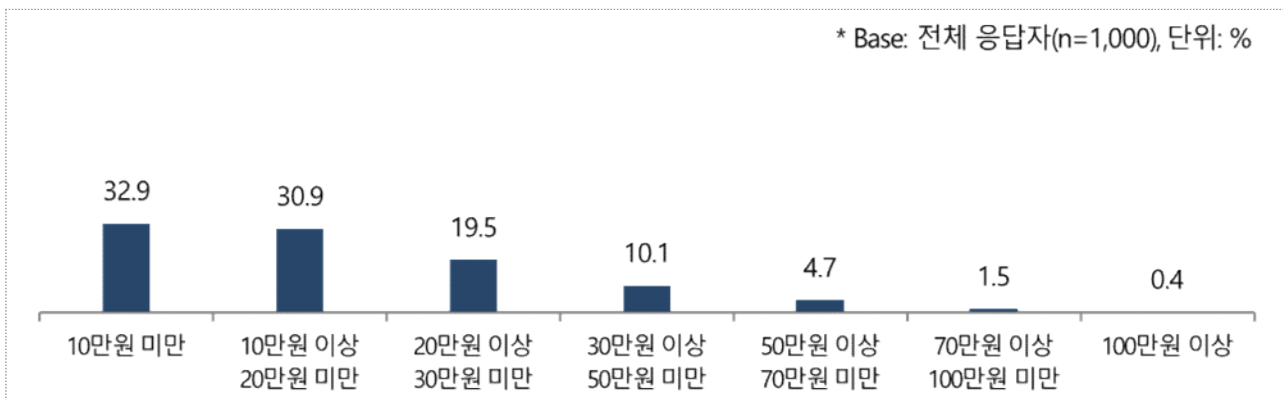
[단위: %]

구분		사례 수	10만원 미만	10만원 이상 20만원 미만	20만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 50만원 미만	50만원 이상 70만원 미만	70만원 이상 100만원 미만	100만원 이상
전체		(1,000)	12.6	25.1	26.1	22.1	7.9	4.6	1.6
성별	남성	(500)	14.2	24.6	25.0	21.2	9.2	4.0	1.8
	여성	(500)	11.0	25.6	27.2	23.0	6.6	5.2	1.4
연령대	20대	(200)	21.5	31.0	26.5	12.5	5.0	1.0	2.5
	30대	(200)	12.0	27.5	30.0	22.5	6.0	1.5	0.5
	40대	(200)	17.0	25.0	22.0	20.0	7.0	8.5	0.5
	50대	(200)	6.5	24.0	26.5	26.0	9.5	4.5	3.0
	60대	(200)	6.0	18.0	25.5	29.5	12.0	7.5	1.5
가구 소득	300만원 미만	(178)	24.2	32.0	21.9	12.4	3.9	4.5	1.1
	300~600만원 미만	(469)	11.7	26.2	26.9	24.9	6.4	3.0	0.9
	600~900만원 미만	(233)	4.7	21.5	27.9	26.6	11.6	5.6	2.1
	900만원 이상	(120)	14.2	17.5	25.8	16.7	12.5	9.2	4.2

(나) 생활한복

- 향후 생활한복 구매 시 지불 가능 가격은 '10만원 미만 (32.9%)'이 가장 높게 나타남
- 상대적으로 여성보다 남성의 지불 가능 가격이 높게 조사됨
- 가구 소득 300만원 미만에서 '10만원 미만 (44.4%)'의 비중이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-17] 향후 생활한복 구매 시 지불 가능 가격



[표5-22] 향후 생활한복 구매 시 지불 가능 가격

[단위: %]

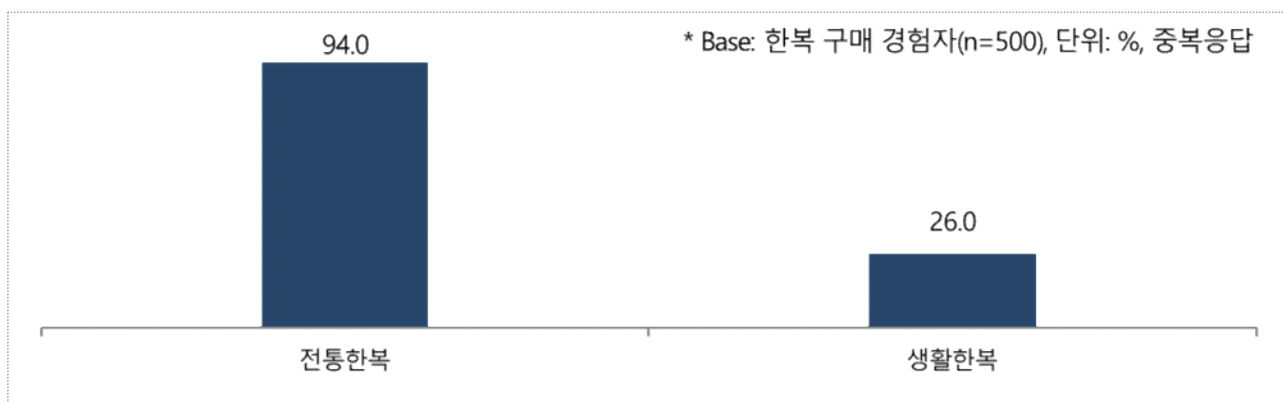
구분		사례 수	10만원 미만	10만원 이상 20만원 미만	20만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 50만원 미만	50만원 이상 70만원 미만	70만원 이상 100만원 미만	100만원 이상
전체		(1000)	32.9	30.9	19.5	10.1	4.7	1.5	0.4
성별	남성	(500)	27.6	31.8	21.2	12.0	5.6	1.6	0.2
	여성	(500)	38.2	30.0	17.8	8.2	3.8	1.4	0.6
연령대	20대	(200)	41.5	24.5	14.5	8.0	8.0	2.5	1.0
	30대	(200)	31.5	27.5	19.5	12.5	5.0	3.0	1.0
	40대	(200)	32.5	31.0	21.5	10.5	3.5	1.0	-
	50대	(200)	31.5	34.5	19.0	9.5	4.5	1.0	-
	60대	(200)	27.5	37.0	23.0	10.0	2.5	-	-
가구 소득	300만원 미만	(178)	44.4	29.2	14.6	6.2	3.4	2.2	-
	300~600만원 미만	(469)	34.8	32.0	18.8	8.7	4.5	1.1	0.2
	600~900만원 미만	(233)	25.8	30.5	22.7	12.4	5.6	2.1	0.9
	900만원 이상	(120)	22.5	30.0	23.3	16.7	5.8	0.8	0.8

4. 한복 구매자

1) 구매 한복 종류

- 한복 구매를 경험한 응답자의 94.0%가 전통한복을 구매한 것으로 나타남
- 생활한복 구매 비율은 26.0%로 전통한복 대비 저조
- 연령이 높을수록 '전통한복'을 구매한 비율이 높으며, 반대로 연령이 낮을수록 '생활한복'을 구매한 비율이 상대적으로 높음

[그림5-18] 구매 한복 종류



[표5-23] 구매 한복 종류

[단위: %]

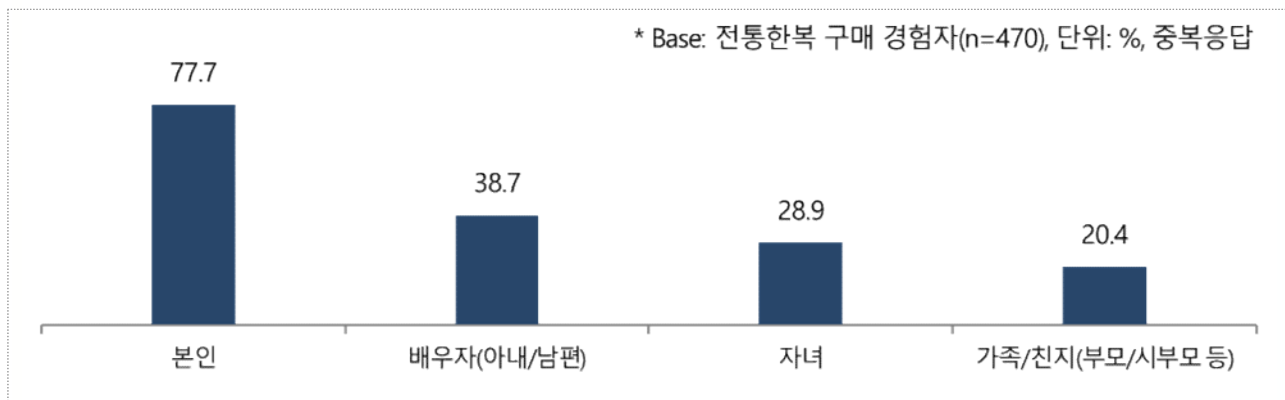
구분		사례 수	전통한복	생활한복
전체		(500)	94.0	26.0
성별	남성	(238)	92.0	30.7
	여성	(262)	95.8	21.8
연령대	20대	(38)	86.8	39.5
	30대	(91)	86.8	31.9
	40대	(103)	95.1	30.1
	50대	(119)	95.0	26.9
	60대	(149)	98.7	15.4
가구 소득	300만원 미만	(89)	95.5	24.7
	300~600만원 미만	(235)	94.0	25.1
	600~900만원 미만	(120)	92.5	28.3
	900만원 이상	(56)	94.6	26.8

2) 한복 구매 목적

(가) 전통한복

- 가장 최근 구매한 전통한복을 '본인'이 입을 목적으로 구매한 응답자는 77.7%임
- 성별로 살펴보면, 남성에서 '배우자 (54.3%)'를 위해 전통한복을 구매하였다고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 20대의 경우, '가족/친지 (42.4%)'가 입을 목적으로 구매하였다고 응답한 비율이 타 연령 대비 높게 나타남

[그림5-19] 전통한복 구매 목적 대상



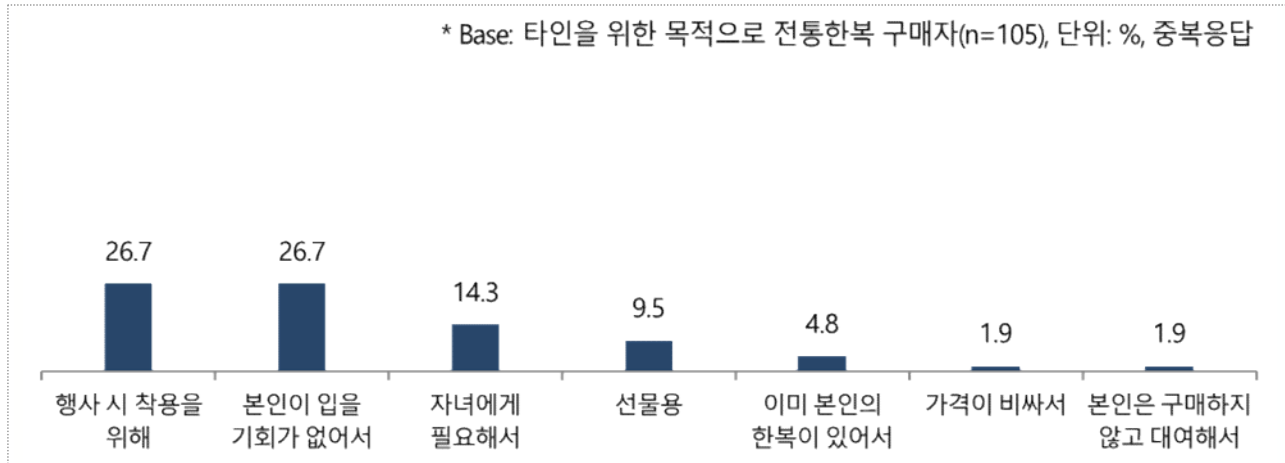
[표5-24] 전통한복 구매 목적 대상

[단위: %]

구분		사례 수	본인	배우자	자녀	가족/친지
전체		(470)	77.7	38.7	28.9	20.4
성별	남성	(219)	72.6	54.3	30.6	19.6
	여성	(251)	82.1	25.1	27.5	21.1
연령대	20대	(33)	69.7	12.1	12.1	42.4
	30대	(79)	78.5	38.0	30.4	29.1
	40대	(98)	74.5	40.8	34.7	22.4
	50대	(113)	70.8	39.8	31.0	17.7
	60대	(147)	86.4	42.9	26.5	11.6
	가구 소득					
가구 소득	300만원 미만	(85)	80.0	23.5	23.5	14.1
	300~600만원 미만	(221)	76.0	39.4	29.9	21.3
	600~900만원 미만	(111)	79.3	41.4	32.4	21.6
	900만원 이상	(53)	77.4	54.7	26.4	24.5

- 타인의 전통한복을 구매한 응답자 중, 그 이유로 '행사 시 착용을 위해 (26.7%)', '본인이 입을 기회가 없어서 (26.7%)'를 선택한 비율이 가장 높게 나타남
- 남성보다 여성이 '행사 시 착용을 위해 (31.1%)' 타인의 전통한복을 구매하였다는 비율이 높게 조사됨

[그림5-20] 타인의 전통한복 구매 이유



[표5-25] 타인의 전통한복 구매 이유

[단위: %]

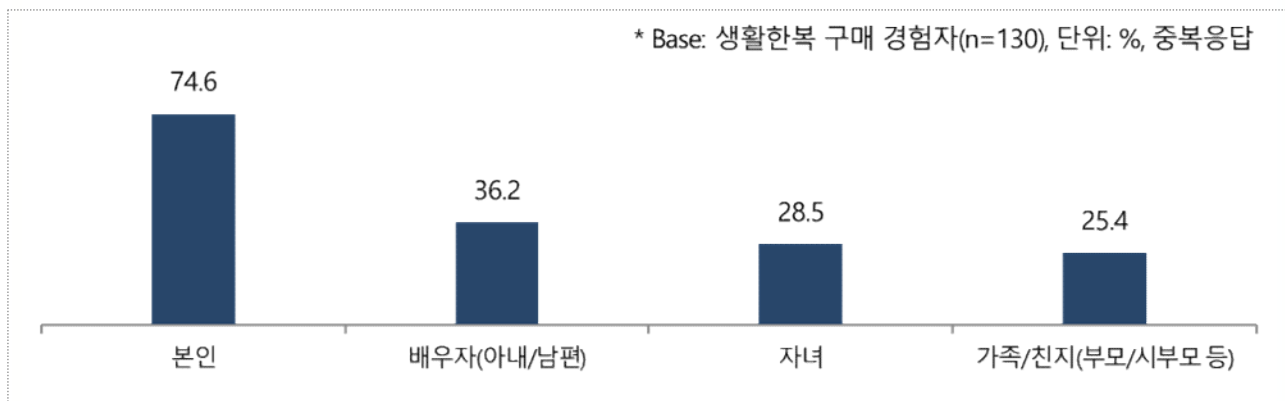
구분		사례 수	행사 시 착용을 위해	본인이 입을 기회가 없어서	자녀에게 필요해서	선물용	이미 본인의 한복이 있어서	가격이 비싸서	본인은 구매하지 않고 대여해서
전체		(105)	26.7	26.7	14.3	9.5	4.8	1.9	1.9
성별	남성	(60)	23.3	30.0	13.3	3.3	6.7	1.7	-
	여성	(45)	31.1	22.2	15.6	17.8	2.2	2.2	4.4
연령대	20대	(10)	40.0	20.0	10.0	10.0	-	-	-
	30대	(17)	17.6	11.8	35.3	11.8	5.9	5.9	5.9
	40대	(25)	20.0	44.0	16.0	-	4.0	-	-
	50대	(33)	24.2	30.3	12.1	12.1	3.0	3.0	3.0
	60대	(20)	40.0	15.0	-	15.0	10.0	-	-
가구 소득	300만원 미만	(17)	23.5	23.5	17.6	5.9	5.9	-	-
	300~600만원 미만	(53)	30.2	26.4	17.0	7.5	5.7	1.9	1.9
	600~900만원 미만	(23)	13.0	34.8	13.0	17.4	4.3	4.3	4.3
	900만원 이상	(12)	41.7	16.7	-	8.3	-	-	-

※ 응답 값 상위 7위까지 제시

(나) 생활한복

- 가장 최근 구매한 생활한복을 '본인'이 착용할 목적으로 구매한 응답자는 74.6%
- 그다음으로는 '배우자 (36.2%)', '자녀 (28.5%)' 등의 순

[그림5-21] 생활한복 구매 목적 대상



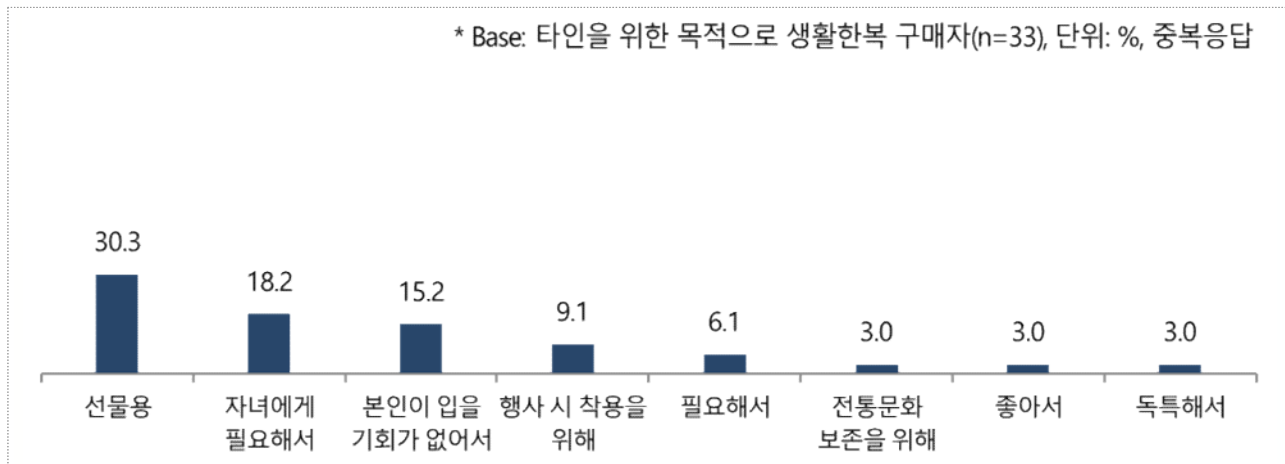
[표5-26] 생활한복 구매 목적 대상

[단위: %]

구분		사례 수	본인	배우자	자녀	가족/친지
전체		(130)	74.6	36.2	28.5	25.4
성별	남성	(73)	79.5	37.0	26.0	27.4
	여성	(57)	68.4	35.1	31.6	22.8
연령대	20대	(15)	66.7	6.7	20.0	73.3
	30대	(29)	72.4	34.5	27.6	37.9
	40대	(31)	71.0	38.7	32.3	16.1
	50대	(32)	78.1	40.6	28.1	15.6
	60대	(23)	82.6	47.8	30.4	4.3
가구 소득	300만원 미만	(22)	68.2	31.8	22.7	36.4
	300~600만원 미만	(59)	74.6	35.6	25.4	32.2
	600~900만원 미만	(34)	73.5	38.2	29.4	8.8
	900만원 이상	(15)	86.7	40.0	46.7	20.0

- 타인의 생활한복을 구매한 응답자 중, 그 이유로 '선물용'을 선택한 비율이 30.3%로 가장 높게 나타남
- 그다음으로는, '자녀에게 필요해서 (18.2%)', '본인이 입을 기회가 없어서 (15.2%)' 등

[그림5-22] 타인의 생활한복 구매 이유



[표5-27] 타인의 생활한복 구매 이유

[단위: %]

구분		사례 수	선물용	자녀 에게 필요 해서	본인이 입을 기회가 없어서	행사 시 착용을 위해	필요 해서	전통 문화 보존을 위해	좋아서	독특 해서
전체		(33)	30.3	18.2	15.2	9.1	6.1	3.0	3.0	3.0
성별	남성	(15)	20.0	13.3	6.7	13.3	13.3	6.7	-	6.7
	여성	(18)	38.9	22.2	22.2	5.6	-	-	5.6	-
연령대	20대	(5)	20.0	20.0	20.0	-	20.0	20.0	-	-
	30대	(8)	12.5	12.5	25.0	12.5	-	-	12.5	-
	40대	(9)	55.6	11.1	11.1	-	-	-	-	11.1
	50대	(7)	42.9	-	14.3	28.6	14.3	-	-	-
	60대	(4)	-	75.0	-	-	-	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(7)	28.6	28.6	-	14.3	14.3	14.3	-	-
	300~600만원 미만	(15)	26.7	20.0	26.7	13.3	6.7	-	-	-
	600~900만원 미만	(9)	44.4	11.1	-	-	-	-	11.1	11.1
	900만원 이상	(2)	-	-	50.0	-	-	-	-	-

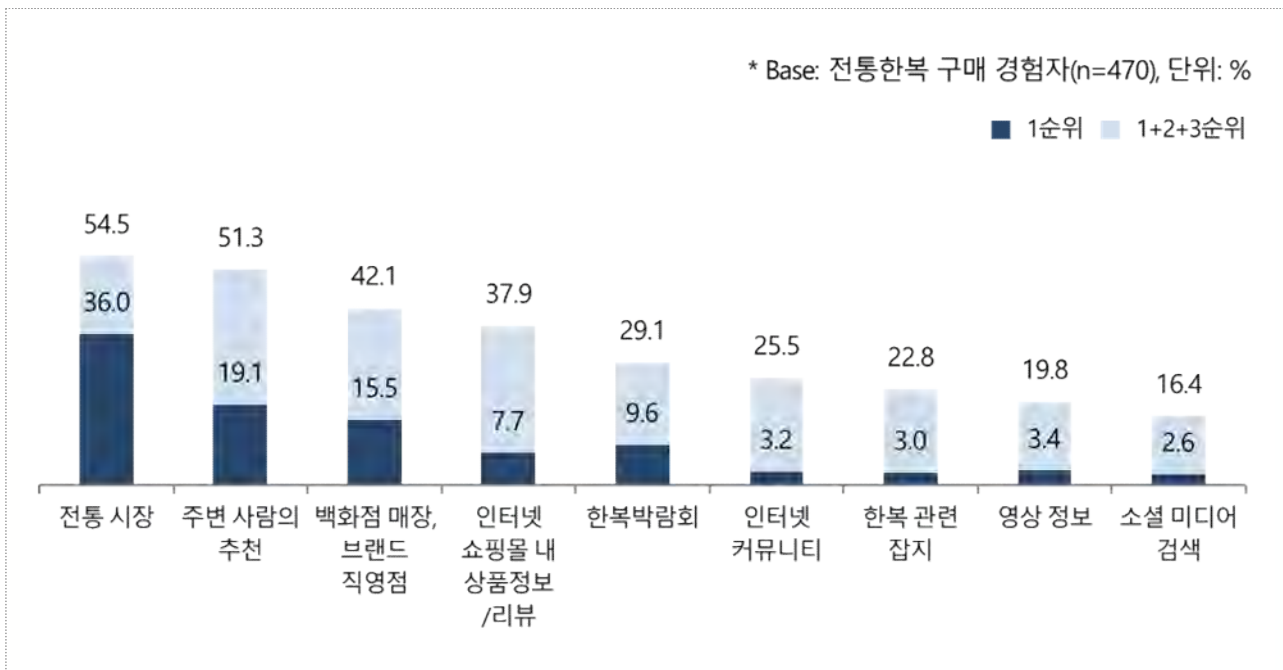
※ 응답 값 상위 8위까지 제시

3) 한복 구매 정보 수집 채널

(가) 전통한복

- 가장 최근에 구매한 전통한복에 대한 정보를 수집한 채널로 응답자의 54.5%가 '전통시장'이라고 응답함(1+2+3순위)
- 연령별로 살펴보면, 50-60대는 '전통시장'에서 전통한복에 대한 정보를 수집한다는 비율이 타 연령 대비 높음(1+2+3순위)
- 연령이 높을수록, '주변 사람의 추천'으로 전통한복의 정보를 수집한다는 비율이 증가함(1+2+3순위)
- 저소득 구간인 300만원 미만은 '전통시장 (64.7%)'에서, 고소득 구간인 900만원 이상은 '백화점 매장, 브랜드 직영점 (60.4%)'에서 정보를 수집한다는 비율이 타 집단 대비 높음(1+2+3순위)

[그림5-23] 전통한복 구매 정보 수집 채널



[표5-28] 전통한복 구매 정보 수집 채널(1순위)

[단위: %]

구분	사례 수	전통 시장	주변 사람의 추천	백화점 매장, 브랜드 직영점	한복 박람회	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰	영상 정보	인터넷 커뮤니티	한복 관련 잡지	소셜 미디어 검색
전체	(470)	36.0	19.1	15.5	9.6	7.7	3.4	3.2	3.0	2.6
성별	남성	(219)	38.4	16.9	14.6	11.4	5.9	5.0	2.7	2.3
	여성	(251)	33.9	21.1	16.3	8.0	9.2	2.0	3.6	2.8
연령대	20대	(33)	27.3	9.1	30.3	9.1	9.1	-	6.1	-
	30대	(79)	27.8	7.6	17.7	11.4	11.4	7.6	8.9	2.5
	40대	(98)	37.8	15.3	13.3	12.2	9.2	1.0	3.1	6.1
	50대	(113)	44.2	17.7	16.8	6.2	4.4	3.5	0.9	2.7
	60대	(147)	34.7	31.3	11.6	9.5	6.8	1.4	2.7	0.7
가구 소득	300만원 미만	(85)	42.4	21.2	16.5	7.1	7.1	3.5	1.2	1.2
	300~600만원 미만	(221)	32.1	19.5	14.9	11.3	9.0	2.7	4.5	1.8
	600~900만원 미만	(111)	41.4	17.1	12.6	8.1	6.3	4.5	3.6	3.6
	900만원 이상	(53)	30.2	18.9	22.6	9.4	5.7	3.8	-	9.4

[표5-29] 전통한복 구매 정보 수집 채널(1+2+3순위)

[단위: %]

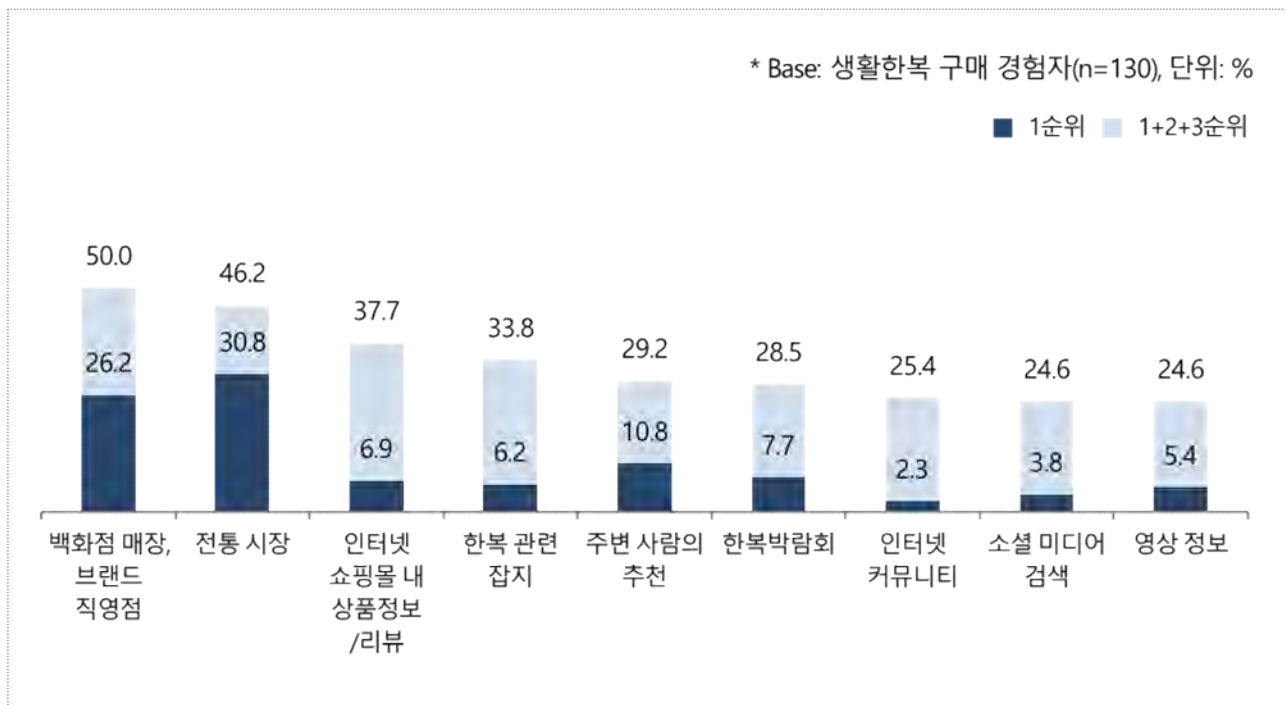
구분	사례 수	전통 시장	주변 사람의 추천	백화점 매장, 브랜드 직영점	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰	한복 박람회	인터넷 커뮤니티	한복 관련 잡지	영상 정보	소셜 미디어 검색
전체	(470)	54.5	51.3	42.1	37.9	29.1	25.5	22.8	19.8	16.4
성별	남성	(219)	56.6	46.6	42.5	37.9	30.1	26.5	21.5	22.4
	여성	(251)	52.6	55.4	41.8	37.8	28.3	24.7	23.9	17.5
연령대	20대	(33)	45.5	18.2	57.6	30.3	27.3	30.3	21.2	39.4
	30대	(79)	36.7	38.0	30.4	43.0	27.8	43.0	25.3	24.1
	40대	(98)	52.0	39.8	43.9	41.8	33.7	29.6	21.4	21.4
	50대	(113)	61.9	56.6	43.4	35.4	27.4	21.2	24.8	16.8
	60대	(147)	61.9	69.4	42.9	36.1	28.6	15.6	21.1	14.3
가구 소득	300만원 미만	(85)	64.7	52.9	44.7	32.9	30.6	20.0	21.2	17.6
	300~600만원 미만	(221)	52.9	52.9	38.0	42.5	31.2	25.8	21.7	17.2
	600~900만원 미만	(111)	54.1	51.4	39.6	36.9	26.1	27.9	25.2	23.4
	900만원 이상	(53)	45.3	41.5	60.4	28.3	24.5	28.3	24.5	26.4

※ 기타 응답 값 미제시

(나) 생활한복

- 가장 최근에 구매한 생활한복에 대한 정보를 수집한 채널로 응답자의 50.0%가 '백화점 매장, 브랜드 직영점'이라고 응답함(1+2+3순위)
- 성별로 살펴보면, 남성은 '전통시장 (57.5%)'에서, 여성은 '백화점 매장, 브랜드 직영점 (56.1%)'에서 정보를 수집한다는 비율이 상대적으로 높음(1+2+3순위)

[그림5-24] 생활한복 구매 정보 수집 채널



[표5-30] 생활한복 구매 정보 수집 채널(1순위)

[단위: %]

구분	사례 수	전통 시장	백화점 매장, 브랜드 직영점	주변 사람의 추천	한복 박람회	인터넷 쇼핑몰 내 상품 정보/리뷰	한복 관련 잡지	영상 정보	소셜 미디어 검색	인터넷 커뮤니티
전체	(130)	30.8	26.2	10.8	7.7	6.9	6.2	5.4	3.8	2.3
성별	남성	(73)	39.7	20.5	11.0	9.6	6.8	6.8	2.7	1.4
	여성	(57)	19.3	33.3	10.5	5.3	7.0	5.3	8.8	7.0
연령대	20대	(15)	-	26.7	-	26.7	6.7	6.7	13.3	-
	30대	(29)	24.1	27.6	-	10.3	10.3	6.9	10.3	10.3
	40대	(31)	35.5	22.6	16.1	-	6.5	6.5	6.5	6.5
	50대	(32)	28.1	40.6	12.5	9.4	3.1	6.3	-	-
	60대	(23)	56.5	8.7	21.7	-	8.7	4.3	-	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	22.7	31.8	9.1	9.1	4.5	13.6	-	-
	300~600만원 미만	(59)	32.2	27.1	13.6	5.1	6.8	3.4	8.5	3.4
	600~900만원 미만	(34)	26.5	17.6	8.8	14.7	8.8	8.8	5.9	5.9
	900만원 이상	(15)	46.7	33.3	6.7	-	6.7	-	-	6.7

[표5-31] 생활한복 구매 정보 수집 채널(1+2+3순위)

[단위: %]

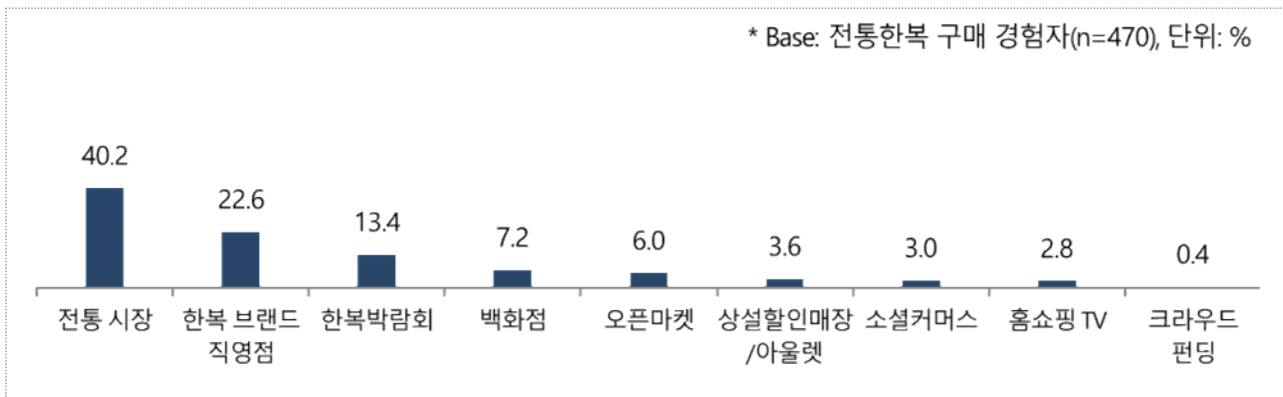
구분	사례 수	백화점 매장, 브랜드 직영점	전통 시장	인터넷 쇼핑몰 내 상품 정보/리뷰	한복 관련 잡지	주변 사람의 추천	한복 박람회	인터넷 커뮤니티	소셜 미디어 검색	영상 정보
전체	(130)	50.0	46.2	37.7	33.8	29.2	28.5	25.4	24.6	24.6
성별	남성	(73)	45.2	57.5	35.6	34.2	30.1	28.8	21.9	23.3
	여성	(57)	56.1	31.6	40.4	33.3	28.1	28.1	29.8	26.3
연령대	20대	(15)	33.3	26.7	46.7	26.7	6.7	33.3	53.3	26.7
	30대	(29)	58.6	27.6	31.0	41.4	17.2	34.5	31.0	31.0
	40대	(31)	48.4	48.4	41.9	22.6	29.0	32.3	29.0	32.3
	50대	(32)	56.3	46.9	28.1	43.8	40.6	25.0	15.6	25.0
	60대	(23)	43.5	78.3	47.8	30.4	43.5	17.4	8.7	4.3
가구 소득	300만원 미만	(22)	45.5	50.0	45.5	31.8	27.3	31.8	36.4	22.7
	300~600만원 미만	(59)	54.2	47.5	35.6	37.3	32.2	28.8	22.0	15.3
	600~900만원 미만	(34)	35.3	38.2	41.2	32.4	26.5	26.5	26.5	41.2
	900만원 이상	(15)	73.3	53.3	26.7	26.7	26.7	26.7	20.0	26.7

4) 최근 한복 구매 장소

(가) 전통한복

- 가장 최근에 구입한 전통한복의 구매 장소는 '전통시장 (40.2%)'이 가장 높게 나타남
- 50대에서는 '전통시장 (53.1%)' 비율이, 20대에서는 '오픈마켓 (15.2%)' 비율이 타 연령 대비 높게 나타남
- 가구 소득 600만원 이상은 '한복 브랜드 직영점'에서 최근 구매한 비율이 타 집단 대비 높음

[그림5-25] 최근 전통한복 구매 장소



[표5-32] 최근 전통한복 구매 장소

[단위: %]

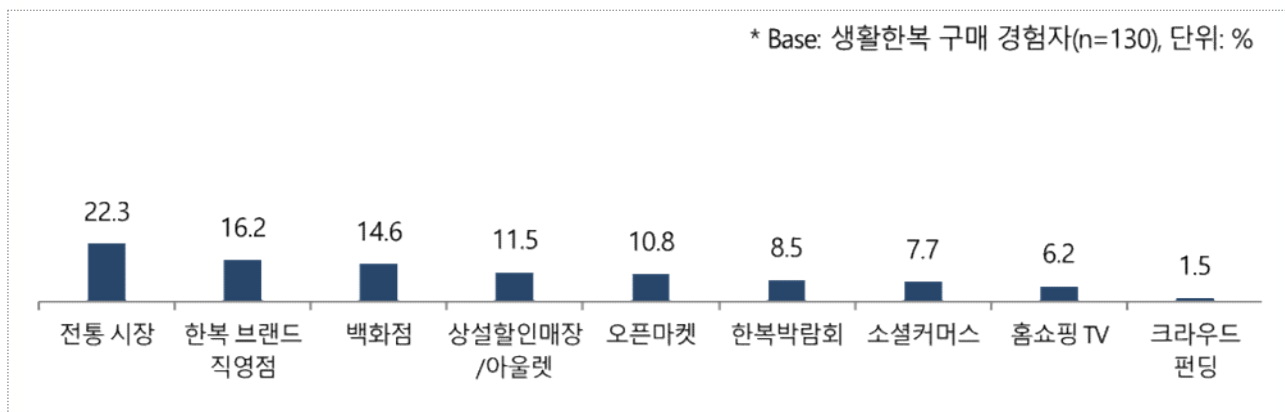
구분		사례 수	전통 시장	한복 브랜드 직영점	한복 박람회	백화점	오픈 마켓	상설 할인 매장/아울렛	소셜 커머스	홈쇼핑 TV	클라우드 펀딩
전체		(470)	40.2	22.6	13.4	7.2	6.0	3.6	3.0	2.8	0.4
성별	남성	(219)	43.8	16.9	15.5	10.0	4.6	4.1	2.7	1.4	-
	여성	(251)	37.1	27.5	11.6	4.8	7.2	3.2	3.2	4.0	0.8
연령대	20대	(33)	21.2	18.2	15.2	9.1	15.2	3.0	9.1	6.1	3.0
	30대	(79)	27.8	21.5	8.9	8.9	10.1	6.3	6.3	7.6	1.3
	40대	(98)	33.7	20.4	15.3	8.2	10.2	4.1	4.1	4.1	-
	50대	(113)	53.1	23.0	15.0	3.5	0.9	1.8	0.9	-	-
	60대	(147)	45.6	25.2	12.9	8.2	2.7	3.4	0.7	0.7	-
가구 소득	300만원 미만	(85)	48.2	16.5	11.8	9.4	5.9	4.7	2.4	1.2	-
	300~600만원 미만	(221)	43.0	19.9	11.3	7.2	7.2	4.5	2.7	2.3	-
	600~900만원 미만	(111)	32.4	29.7	18.0	3.6	5.4	2.7	3.6	3.6	0.9
	900만원 이상	(53)	32.1	28.3	15.1	11.3	1.9	-	3.8	5.7	1.9

※ 기타 응답 값 미제시

(나) 생활한복

- 가장 최근에 구입한 생활한복의 구매 장소는 '전통시장 (22.3%)'이 가장 높게 나타남
- 남성은 '전통시장'에서 구매한 비율이 30.1%로 상대적으로 높고, 여성은 '한복 브랜드 직영점'이 24.6%로 남성 대비 높게 나타남

[그림5-26] 최근 생활한복 구매 장소



[표5-33] 최근 생활한복 구매 장소

[단위: %]

구분		사례 수	전통 시장	한복 브랜드 직영점	백화점	상설 할인 매장/ 아울렛	오픈 마켓	한복 박람회	소셜 커머스	홈쇼핑 TV	크라 우드 펀딩
전체		(130)	22.3	16.2	14.6	11.5	10.8	8.5	7.7	6.2	1.5
성별	남성	(73)	30.1	9.6	13.7	12.3	12.3	8.2	4.1	8.2	1.4
	여성	(57)	12.3	24.6	15.8	10.5	8.8	8.8	12.3	3.5	1.8
연령대	20대	(15)	6.7	26.7	13.3	-	20.0	-	26.7	6.7	-
	30대	(29)	6.9	17.2	13.8	10.3	10.3	17.2	13.8	10.3	-
	40대	(31)	3.2	19.4	16.1	16.1	12.9	9.7	6.5	9.7	6.5
	50대	(32)	37.5	12.5	18.8	12.5	9.4	9.4	-	-	-
	60대	(23)	56.5	8.7	8.7	13.0	4.3	-	-	4.3	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	36.4	9.1	18.2	9.1	9.1	-	9.1	4.5	4.5
	300~600만원 미만	(59)	16.9	18.6	15.3	11.9	11.9	10.2	6.8	6.8	1.7
	600~900만원 미만	(34)	17.6	20.6	2.9	14.7	11.8	11.8	8.8	8.8	-
	900만원 이상	(15)	33.3	6.7	33.3	6.7	6.7	6.7	6.7	-	-

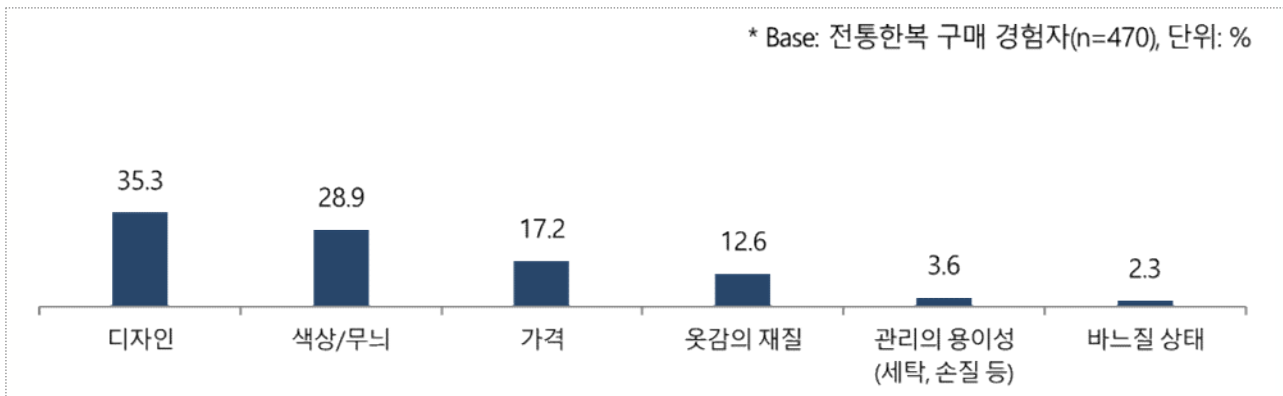
※ 기타 응답 값 미제시

5) 우선 고려 항목

(가) 전통한복

- 전통한복 구매 시 우선 고려 항목에 대해 응답자의 35.3%는 '디자인'이라고 응답함. 그다음으로는 '색상/무늬 (28.9%)', '가격 (17.2%)' 등의 순
- 50대는 '색상/무늬'를 선택한 비율이 36.3%로 가장 높음
- 가구 소득 900만원 이상에서 '디자인 (41.5%)'을, 300만원 미만에서 '가격 (22.4%)'을 응답한 비율이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-27] 전통한복 우선 고려 항목



[표5-34] 전통한복 우선 고려 항목

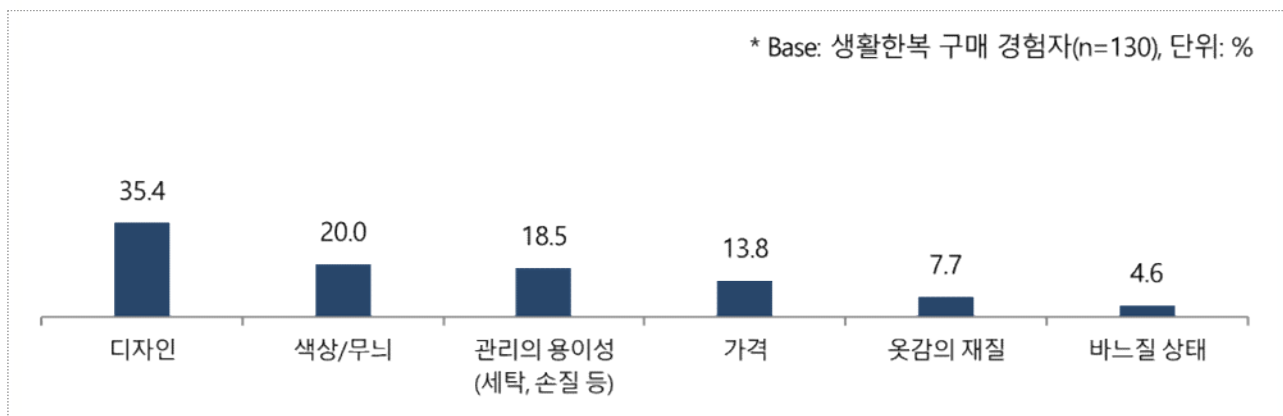
[단위: %]

구분		사례 수	디자인	색상/무늬	가격	옷감의 재질	관리의 용이성	바느질 상태
전체		(470)	35.3	28.9	17.2	12.6	3.6	2.3
성별	남성	(219)	36.5	28.3	20.1	8.7	3.2	3.2
	여성	(251)	34.3	29.5	14.7	15.9	4.0	1.6
연령대	20대	(33)	39.4	18.2	18.2	15.2	3.0	6.1
	30대	(79)	36.7	21.5	19.0	15.2	2.5	5.1
	40대	(98)	35.7	26.5	20.4	12.2	4.1	1.0
	50대	(113)	32.7	36.3	13.3	10.6	5.3	1.8
	60대	(147)	35.4	31.3	17.0	12.2	2.7	1.4
	70대	(33)	35.5	28.8	18.2	12.1	2.4	1.0
가구 소득	300만원 미만	(85)	27.1	29.4	22.4	11.8	7.1	2.4
	300~600만원 미만	(221)	35.7	27.1	17.6	14.0	3.2	2.3
	600~900만원 미만	(111)	37.8	33.3	12.6	11.7	1.8	2.7
	900만원 이상	(53)	41.5	26.4	17.0	9.4	3.8	1.9

(나) 생활한복

- 생활한복 구매 시 우선 고려 항목에 대해 응답자의 35.4%는 '디자인'이라고 응답함
- 그다음으로는 '색상/무늬 (20.0%)', '관리의 용이성 (18.5%)' 등의 순
- 남성과 여성 모두 '디자인'을 가장 고려하는 항목으로 선택한 비율이 높으며, 남성의 경우 여성보다 '색상/무늬 (24.7%)'의 비율이 상대적으로 높게 조사됨

[그림5-28] 생활한복 우선 고려 항목



[표5-35] 생활한복 우선 고려 항목

[단위: %]

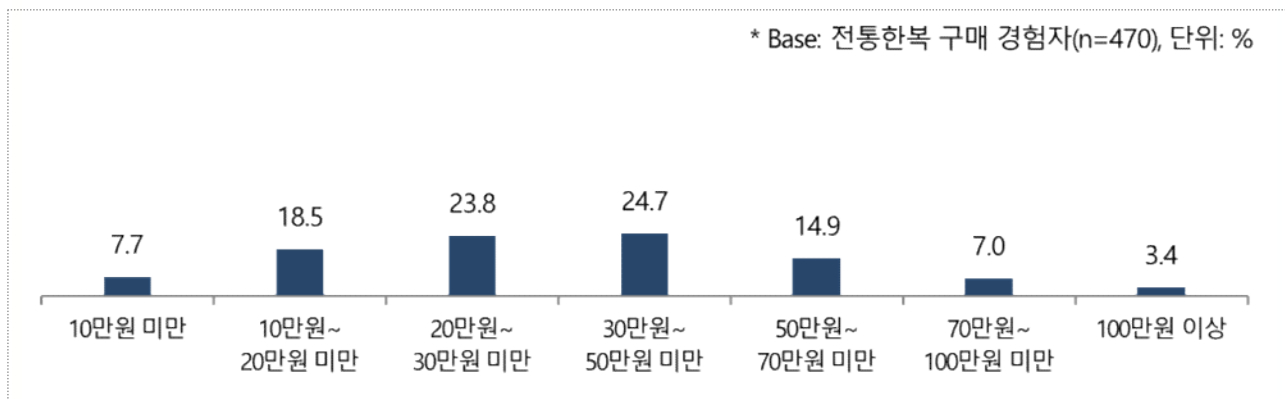
구분		사례 수	디자인	색상/무늬	관리의 용이성	가격	옷감의 재질	바느질 상태
전체		(130)	35.4	20.0	18.5	13.8	7.7	4.6
성별	남성	(73)	28.8	24.7	17.8	16.4	5.5	6.8
	여성	(57)	43.9	14.0	19.3	10.5	10.5	1.8
연령대	20대	(15)	20.0	33.3	13.3	6.7	20.0	6.7
	30대	(29)	37.9	31.0	10.3	6.9	3.4	10.3
	40대	(31)	25.8	12.9	22.6	22.6	9.7	6.5
	50대	(32)	50.0	18.8	21.9	3.1	6.3	-
	60대	(23)	34.8	8.7	21.7	30.4	4.3	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	45.5	18.2	18.2	9.1	9.1	-
	300~600만원 미만	(59)	23.7	20.3	23.7	16.9	6.8	8.5
	600~900만원 미만	(34)	50.0	23.5	8.8	5.9	8.8	2.9
	900만원 이상	(15)	33.3	13.3	20.0	26.7	6.7	-

6) 최근 구매 한복 가격대

(가) 전통한복

- 최근 구매한 전통한복의 가격대는 30만원~50만원 미만 (24.7%)의 비중이 가장 높음
- 가구 소득 300만원 미만에서 '30만원 미만'은 67.1%로 타 집단 대비 높게 나타난 반면, 900만원 이상에서는 '30만원 이상'이 62.3%로 타 집단 대비 높게 조사됨

[그림5-29] 최근 구매 전통한복 가격대



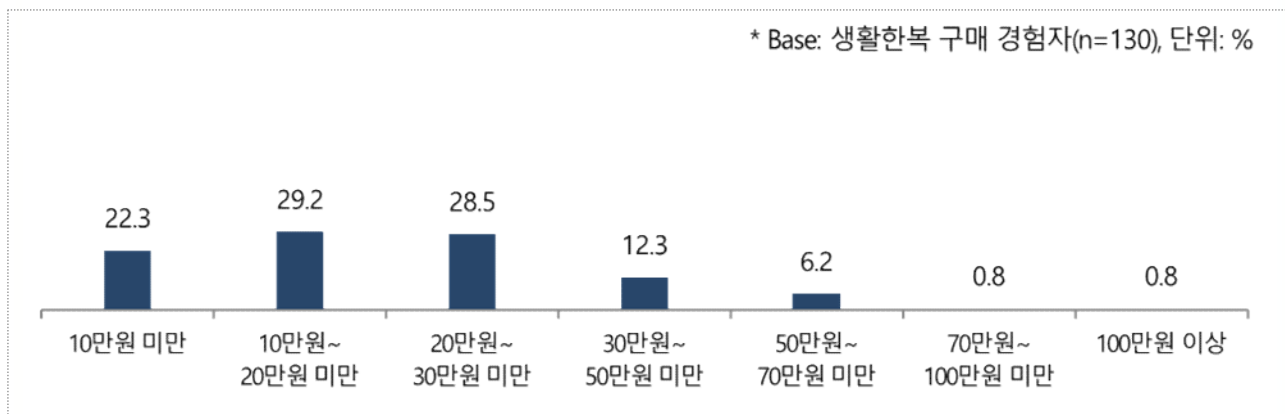
[표5-36] 최근 구매 전통한복 가격대

[단위: %]

구분		사례 수	10만원 미만	10만원~20만원 미만	20만원~30만원 미만	30만원~50만원 미만	50만원~70만원 미만	70만원~100만원 미만	100만원 이상
전체		(470)	7.7	18.5	23.8	24.7	14.9	7.0	3.4
성별	남성	(219)	5.5	19.6	25.6	24.7	14.2	7.3	3.2
	여성	(251)	9.6	17.5	22.3	24.7	15.5	6.8	3.6
연령대	20대	(33)	9.1	33.3	36.4	3.0	18.2	-	-
	30대	(79)	11.4	25.3	24.1	27.8	6.3	2.5	2.5
	40대	(98)	13.3	18.4	20.4	22.4	13.3	8.2	4.1
	50대	(113)	4.4	14.2	22.1	26.5	17.7	10.6	4.4
	60대	(147)	4.1	15.0	24.5	27.9	17.7	7.5	3.4
가구 소득	300만원 미만	(85)	11.8	24.7	30.6	18.8	8.2	4.7	1.2
	300~600만원 미만	(221)	8.1	18.6	23.5	28.1	13.6	5.4	2.7
	600~900만원 미만	(111)	6.3	13.5	22.5	23.4	21.6	7.2	5.4
	900만원 이상	(53)	1.9	18.9	17.0	22.6	17.0	17.0	5.7

(나) 생활한복

- 최근 구매한 생활한복의 가격대는 '10만원~20만원 미만'의 비중이 29.2%로 가장 높음
- 남성의 경우 '10만원~20만원 미만 (38.4%)', 여성의 경우 '20만원~30만원 미만 (31.6%)'의 생활한복을 구매했다는 응답이 가장 높은 것으로 나타남

[그림5-30] 최근 구매 생활한복 가격대**[표5-37] 최근 구매 생활한복 가격대**

[단위: %]

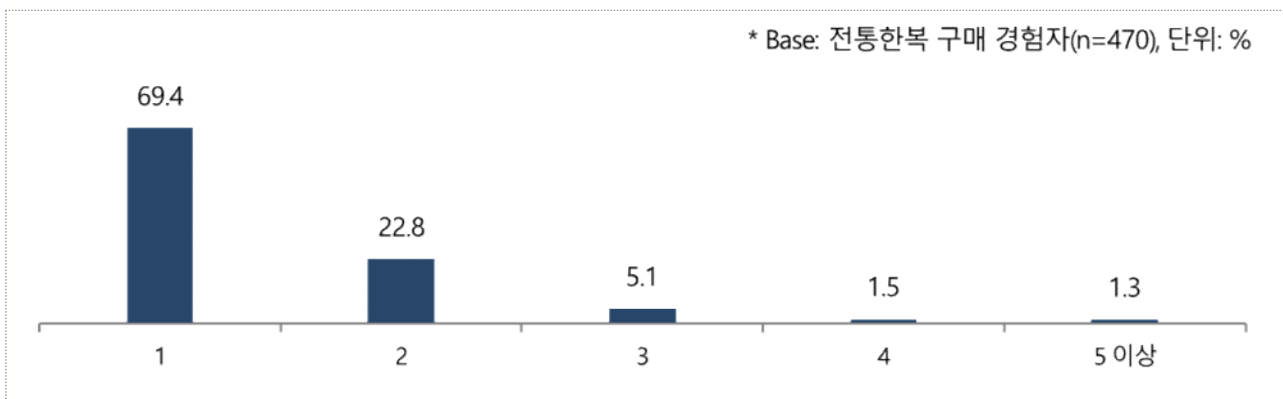
구분		사례 수	10만원 미만	10만원~20만원 미만	20만원~30만원 미만	30만원~50만원 미만	50만원~70만원 미만	70만원~100만원 미만	100만원 이상
전체		(130)	22.3	29.2	28.5	12.3	6.2	0.8	0.8
성별	남성	(73)	19.2	38.4	26.0	11.0	5.5	-	-
	여성	(57)	26.3	17.5	31.6	14.0	7.0	1.8	1.8
연령대	20대	(15)	20.0	26.7	26.7	6.7	13.3	-	6.7
	30대	(29)	24.1	27.6	27.6	10.3	6.9	3.4	-
	40대	(31)	22.6	25.8	25.8	19.4	6.5	-	-
	50대	(32)	15.6	37.5	31.3	9.4	6.3	-	-
	60대	(23)	30.4	26.1	30.4	13.0	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	27.3	27.3	36.4	4.5	4.5	-	-
	300~600만원 미만	(59)	25.4	32.2	20.3	11.9	8.5	1.7	-
	600~900만원 미만	(34)	20.6	26.5	32.4	14.7	5.9	-	-
	900만원 이상	(15)	6.7	26.7	40.0	20.0	-	-	6.7

7) 보유 한복 개수

(가) 전통한복

- 전통한복 구매 경험 응답자는 평균 1.44벌의 한복을 보유하고 있는 것으로 나타남

[그림5-31] 보유 전통한복 개수



[표5-38] 보유 전통한복 개수

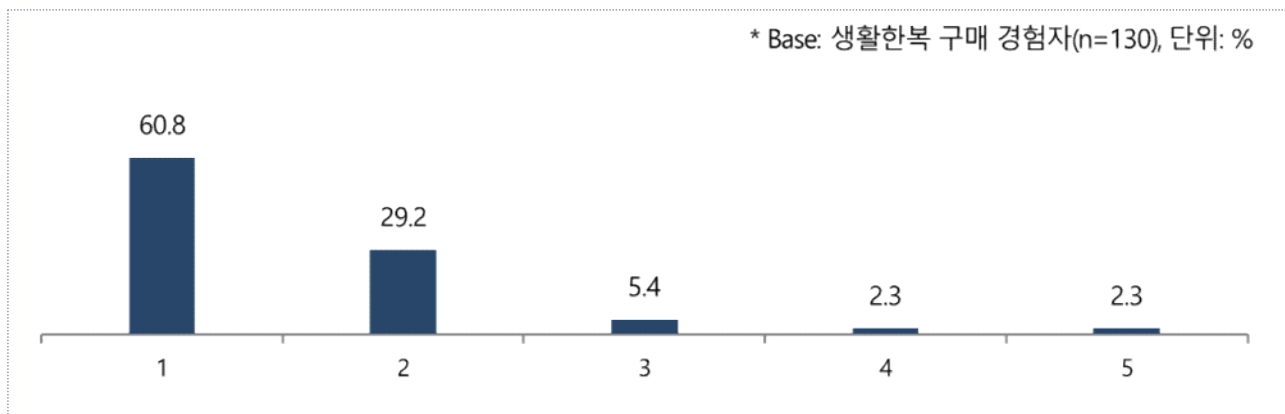
[단위: %, 벌]

구분		사례 수	1	2	3	4	5 이상	평 균
전체		(470)	69.4	22.8	5.1	1.5	1.3	1.44
성별	남성	(219)	76.3	19.2	1.8	1.8	0.9	1.35
	여성	(251)	63.3	25.9	8.0	1.2	1.6	1.52
연령대	20대	(33)	84.8	3.0	-	3.0	9.1	1.67
	30대	(79)	79.7	15.2	2.5	1.3	1.3	1.29
	40대	(98)	69.4	24.5	4.1	2.0	-	1.39
	50대	(113)	63.7	27.4	8.0	0.9	-	1.46
	60대	(147)	64.6	26.5	6.1	1.4	1.4	1.48
가구 소득	300만원 미만	(85)	74.1	17.6	5.9	1.2	1.2	1.38
	300~600만원 미만	(221)	66.1	25.3	4.5	2.3	1.8	1.48
	600~900만원 미만	(111)	70.3	23.4	5.4	0.9	-	1.37
	900만원 이상	(53)	73.6	18.9	5.7	-	1.9	1.49

(나) 생활한복

- 🌐 생활한복 구매 경험 응답자는 평균 1.56벌의 한복을 보유하고 있는 것으로 나타남

[그림5-32] 보유 생활한복 개수



[표5-39] 보유 생활한복 개수

[단위: %, 벌]

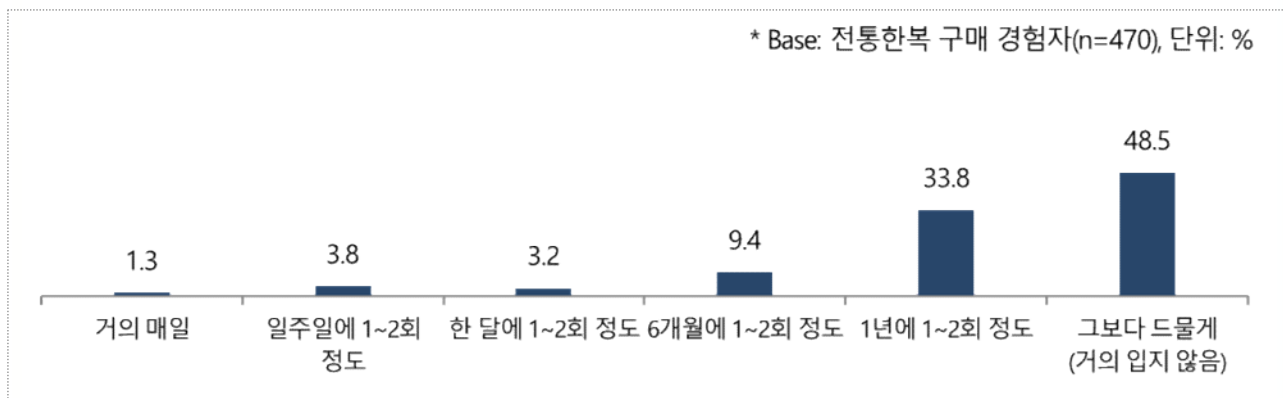
구분		사례 수	1	2	3	4	5 이상	평 균
전체		(130)	60.8	29.2	5.4	2.3	2.3	1.56
성별	남성	(73)	54.8	35.6	6.8	-	2.7	1.60
	여성	(57)	68.4	21.1	3.5	5.3	1.8	1.51
연령대	20대	(15)	53.3	26.7	6.7	6.7	6.7	1.87
	30대	(29)	69.0	24.1	6.9	-	-	1.38
	40대	(31)	67.7	19.4	6.5	3.2	3.2	1.55
	50대	(32)	56.3	34.4	6.3	3.1	-	1.56
	60대	(23)	52.2	43.5	-	-	4.3	1.61
가구 소득	300만원 미만	(22)	72.7	18.2	4.5	4.5	-	1.41
	300~600만원 미만	(59)	59.3	30.5	3.4	3.4	3.4	1.61
	600~900만원 미만	(34)	61.8	32.4	5.9	-	-	1.44
	900만원 이상	(15)	46.7	33.3	13.3	-	6.7	1.87

8) 한복 착용 빈도

(가) 전통한복

- 전통한복 착용 빈도는 '거의 입지 않음 (48.5%)'이 가장 높음

[그림5-33] 전통한복 착용 빈도



[표5-40] 전통한복 착용 빈도

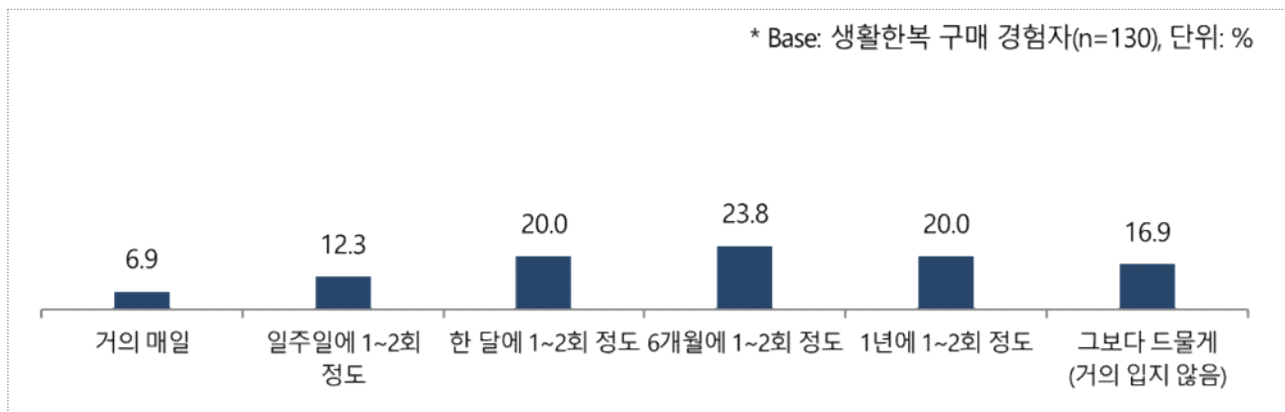
[단위: %]

구분		사례 수	거의 매일	일주일에 1~2회 정도	한 달에 1~2회 정도	6개월에 1~2회 정도	1년에 1~2회 정도	그보다 드물게 (거의 입지 않음)
전체		(470)	1.3	3.8	3.2	9.4	33.8	48.5
성별	남성	(219)	0.9	5.5	3.7	10.0	39.7	40.2
	여성	(251)	1.6	2.4	2.8	8.8	28.7	55.8
연령대	20대	(33)	9.1	15.2	15.2	3.0	30.3	27.3
	30대	(79)	2.5	6.3	5.1	12.7	32.9	40.5
	40대	(98)	1.0	6.1	4.1	10.2	38.8	39.8
	50대	(113)	-	0.9	0.9	8.8	36.3	53.1
	60대	(147)	-	0.7	0.7	8.8	29.9	59.9
가구 소득	300만원 미만	(85)	2.4	5.9	3.5	9.4	32.9	45.9
	300~600만원 미만	(221)	0.9	2.7	4.5	7.2	36.2	48.4
	600~900만원 미만	(111)	-	4.5	1.8	12.6	36.0	45.0
	900만원 이상	(53)	3.8	3.8	-	11.3	20.8	60.4

(나) 생활한복

- 생활한복 착용 빈도는 전통한복 대비 착용 빈도가 높은 것으로 조사됨
- 생활한복 구매 경험자는 '6개월에 1~2회 정도 (23.8%)' 착용하는 비중이 가장 높음
- 여성보다 남성의 생활한복 착용 빈도가 높은 것으로 나타남

[그림5-34] 생활한복 착용 빈도



[표5-41] 생활한복 착용 빈도

[단위: %]

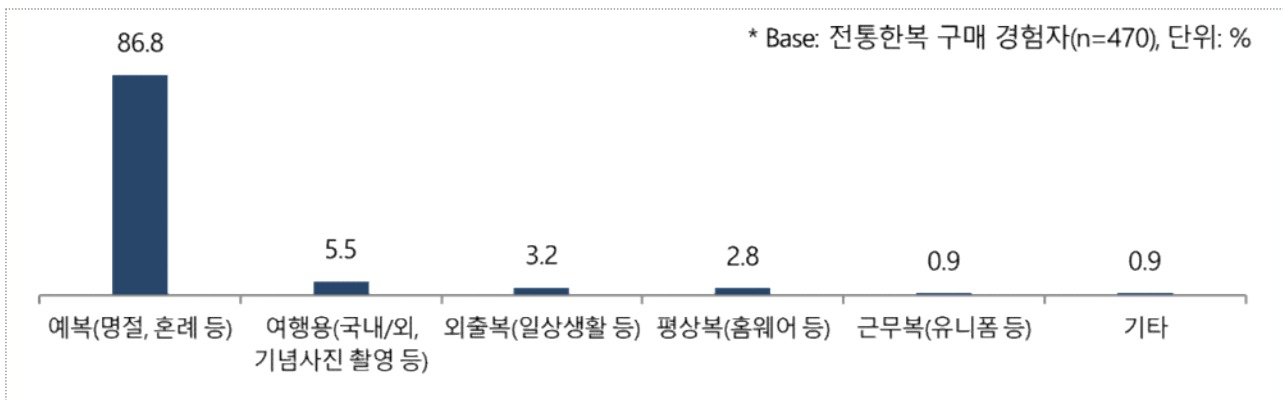
구분		사례 수	거의 매일	일주일에 1~2회 정도	한 달에 1~2회 정도	6개월에 1~2회 정도	1년에 1~2회 정도	그보다 드물게 (거의 입지 않음)
전체		(130)	6.9	12.3	20.0	23.8	20.0	16.9
성별	남성	(73)	6.8	16.4	21.9	30.1	11.0	13.7
	여성	(57)	7.0	7.0	17.5	15.8	31.6	21.1
연령대	20대	(15)	20.0	20.0	13.3	26.7	6.7	13.3
	30대	(29)	10.3	6.9	13.8	20.7	37.9	10.3
	40대	(31)	-	12.9	19.4	22.6	22.6	22.6
	50대	(32)	6.3	15.6	31.3	18.8	15.6	12.5
	60대	(23)	4.3	8.7	17.4	34.8	8.7	26.1
가구 소득	300만원 미만	(22)	9.1	13.6	18.2	9.1	13.6	36.4
	300~600만원 미만	(59)	5.1	16.9	10.2	28.8	27.1	11.9
	600~900만원 미만	(34)	8.8	8.8	29.4	23.5	20.6	8.8
	900만원 이상	(15)	6.7	-	40.0	26.7	-	26.7

9) 한복 주 용도

(가) 전통한복

- 전통한복의 주 용도는 '예복(명절, 혼례 등)'이 86.8%로 높게 나타남
- 연령대가 낮아질수록 '여행용(국내/외, 기념사진 촬영 등)', '외출복(일상생활 등)' 용도의 구매 비율이 높아짐

[그림5-35] 전통한복 주 용도



[표5-42] 전통한복 주 용도

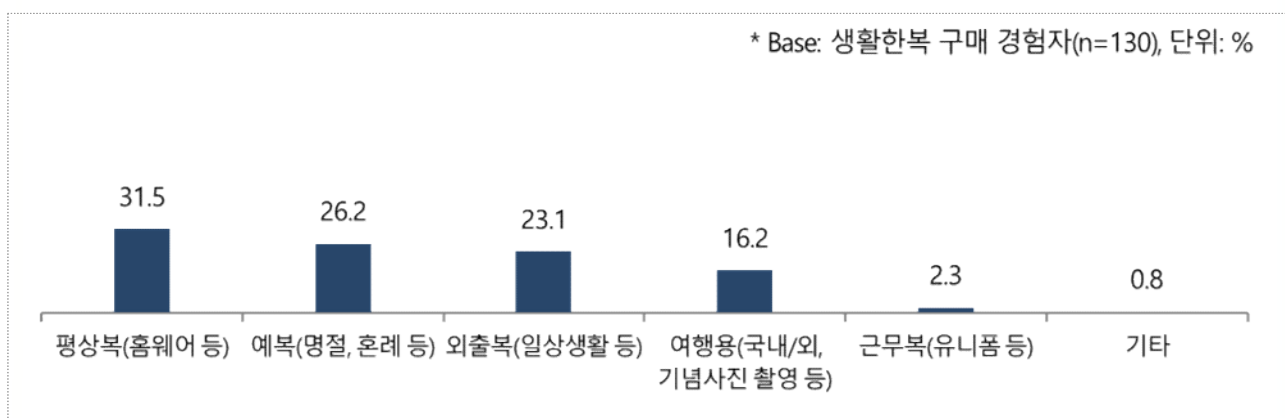
[단위: %]

구분		사례 수	예복 (명절, 혼례 등)	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	외출복 (일상생활 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)	기타
전체		(470)	86.8	5.5	3.2	2.8	0.9	0.9
성별	남성	(219)	87.7	3.7	3.7	2.7	1.4	0.9
	여성	(251)	86.1	7.2	2.8	2.8	0.4	0.8
연령대	20대	(33)	63.6	12.1	12.1	6.1	6.1	-
	30대	(79)	77.2	7.6	7.6	7.6	-	-
	40대	(98)	86.7	6.1	2.0	3.1	1.0	1.0
	50대	(113)	91.2	6.2	0.9	-	0.9	0.9
	60대	(147)	93.9	2.0	1.4	1.4	-	1.4
가구 소득	300만원 미만	(85)	88.2	7.1	-	3.5	1.2	-
	300~600만원 미만	(221)	86.4	5.4	3.2	2.7	0.9	1.4
	600~900만원 미만	(111)	85.6	4.5	5.4	3.6	0.9	-
	900만원 이상	(53)	88.7	5.7	3.8	-	-	1.9

(나) 생활한복

- 생활한복의 주 용도는 '평상복(홈웨어 등)', '예복(명절, 혼례 등)', '외출복(일상생활 등)' 등의 순으로 다양하게 나타남. 생활한복은 한 가지 만의 용도가 아닌, 다양한 용도로 구매함
- 20대는 '여행용 (40.0%)'의 비중이 높고, 30대는 '예복 (31.0%)'과 '외출복 (31.0%)', 40~60대는 '평상복'의 용도로 구매하는 비율이 가장 높음

[그림5-36] 생활한복 주 용도



[표5-43] 생활한복 주 용도

[단위: %]

구분		사례 수	평상복 (홈웨어 등)	예복 (명절, 혼례 등)	외출복 (일상생활 등)	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	근무복 (유니폼 등)	기타
전체		(130)	31.5	26.2	23.1	16.2	2.3	0.8
성별	남성	(73)	34.2	27.4	21.9	12.3	4.1	-
	여성	(57)	28.1	24.6	24.6	21.1	-	1.8
연령대	20대	(15)	13.3	20.0	26.7	40.0	-	-
	30대	(29)	13.8	31.0	31.0	20.7	3.4	-
	40대	(31)	45.2	25.8	19.4	9.7	-	-
	50대	(32)	34.4	21.9	21.9	15.6	3.1	3.1
	60대	(23)	43.5	30.4	17.4	4.3	4.3	-
	300만원 미만	(22)	22.7	36.4	22.7	18.2	-	-
가구 소득	300~600만원 미만	(59)	33.9	28.8	22.0	11.9	3.4	-
	600~900만원 미만	(34)	29.4	14.7	29.4	23.5	-	2.9
	900만원 이상	(15)	40.0	26.7	13.3	13.3	6.7	-

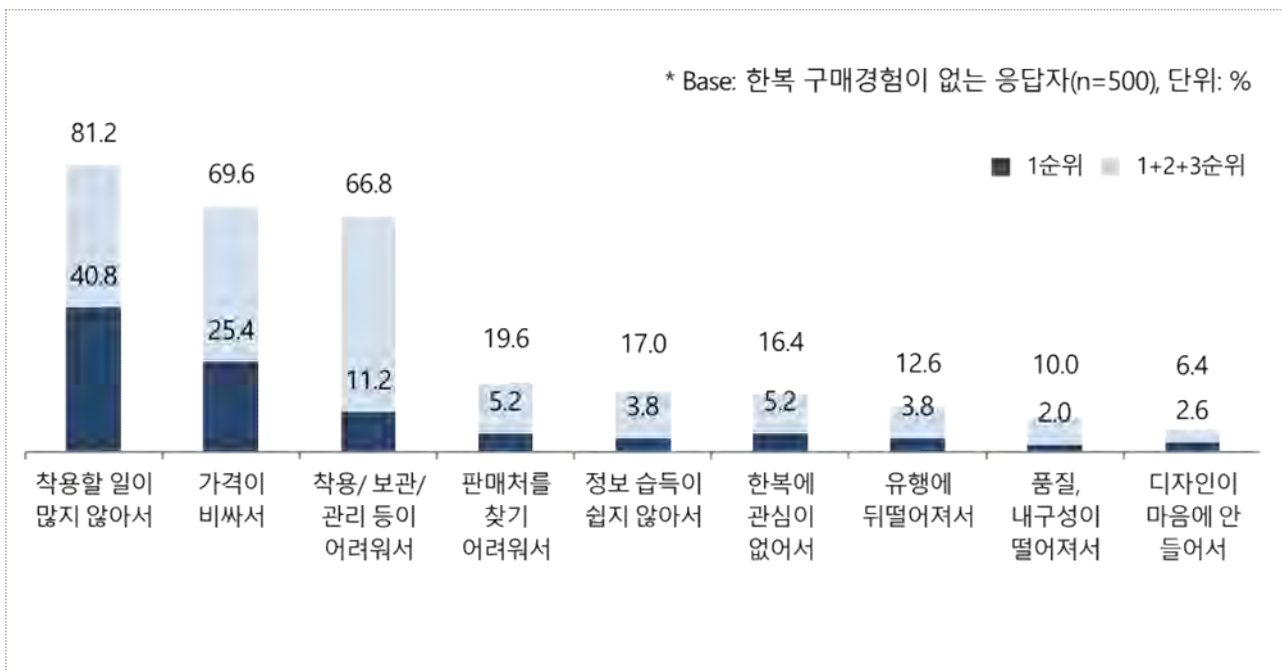
5. 한복 비구매자

1) 한복 구매 미경험 이유

(가) 전통한복

- 한복을 구매하지 않은 응답자 중 81.2%가 전통한복을 구매하지 않은 이유로 '착용할 일이 많지 않아서'라고 응답함(1+2+3순위)
- '가격이 비싸서'라고 응답한 비율은 69.6%(1+2+3순위)
- 연령이 높을수록, 전통한복을 구매하지 않은 이유를 '착용할 일이 많지 않아서'를 응답한 비율이 증가함
- 특히 20대에서는 '유행에 뒤떨어져서 (16.7%)'가 타 연령 대비 높게 나타남(1+2+3순위)
- 가구 소득 900만원 이상에서는 '정보 습득이 쉽지 않아서 (20.3%)'를 응답한 비율이 타 집단 대비 높게 나타남(1+2+3순위)

[그림5-37] 전통한복 구매 미경험 이유



[표5-44] 전통한복 구매 미경험 이유(1 순위)

[단위: %]

구분	사례 수	착용할 일이 많지 않아서	가격이 비싸서	착용/ 보관/ 관리 등이 어려워 서	판매처 를 찾기 어려워 서	한복에 관심이 없어서	유행에 뒤떨어 져서	정보 습득이 쉽지 않아서	디자인 이 마음에 안 들어서	품질, 내구성 이 떨어져 서
전체	(500)	40.8	25.4	11.2	5.2	5.2	3.8	3.8	2.6	2.0
성별	남성	(262)	38.5	24.0	11.5	6.5	4.2	5.3	2.3	2.7
	여성	(238)	43.3	26.9	10.9	3.8	6.3	2.1	2.5	2.9
연령대	20대	(162)	37.0	29.0	9.3	6.2	5.6	4.9	4.3	3.7
	30대	(109)	34.9	27.5	11.9	8.3	3.7	3.7	2.8	3.7
	40대	(97)	47.4	24.7	10.3	2.1	6.2	3.1	2.1	2.1
	50대	(81)	38.3	24.7	11.1	6.2	7.4	2.5	6.2	1.2
	60대	(51)	56.9	11.8	17.6	-	2.0	3.9	2.0	2.0
	60대	(51)	56.9	11.8	17.6	-	2.0	3.9	2.0	3.9
가구 소득	300만원 미만	(89)	42.7	28.1	9.0	3.4	5.6	3.4	3.4	1.1
	300~600만원 미만	(234)	41.5	23.1	10.3	6.4	5.6	5.1	3.0	3.0
	600~900만원 미만	(113)	38.1	27.4	13.3	5.3	6.2	3.5	1.8	0.9
	900만원 이상	(64)	40.6	26.6	14.1	3.1	1.6	-	10.9	3.1

[표5-45] 전통한복 구매 미경험 이유(1+2+3 순위)

[단위: %]

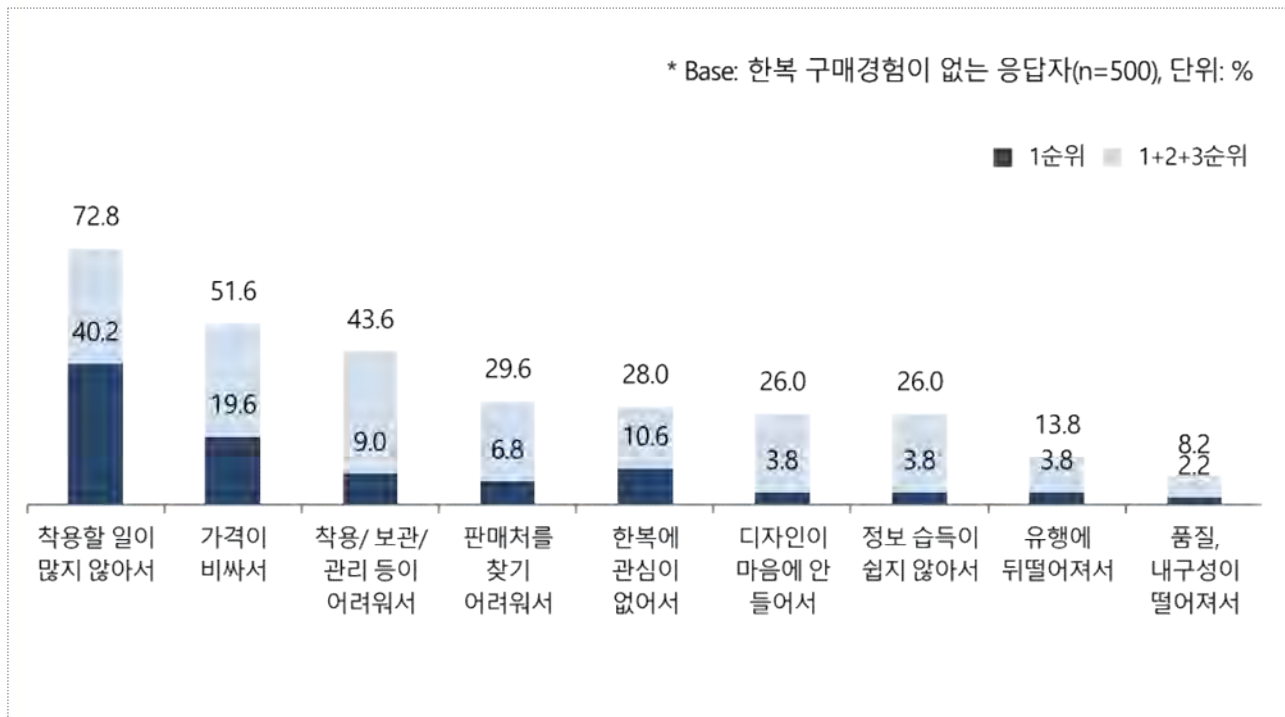
구분	사례 수	착용할 일이 많지 않아서	가격이 비싸서	착용/ 보관/ 관리 등이 어려워 서	판매처 를 찾기 어려워 서	정보 습득이 쉽지 않아서	한복에 관심이 없어서	유행에 뒤떨어 져서	품질, 내구성 이 떨어져 서	디자인 이 마음에 안 들어서
전체	(500)	81.2	69.6	66.8	19.6	17.0	16.4	12.6	10.0	6.4
성별	남성	(262)	79.8	66.8	64.1	21.0	21.0	14.1	15.6	9.9
	여성	(238)	82.8	72.7	69.7	18.1	12.6	18.9	9.2	10.1
연령대	20대	(162)	75.3	71.6	61.7	21.6	20.4	17.3	16.7	10.5
	30대	(109)	81.7	67.9	65.1	23.9	14.7	17.4	11.9	11.0
	40대	(97)	85.6	71.1	70.1	17.5	13.4	13.4	13.4	5.2
	50대	(81)	84.0	69.1	66.7	17.3	17.3	16.0	9.9	12.3
	60대	(51)	86.3	64.7	80.4	11.8	17.6	17.6	3.9	11.8
	60대	(51)	86.3	64.7	80.4	11.8	17.6	17.6	3.9	11.8
가구 소득	300만원 미만	(89)	80.9	68.5	69.7	18.0	19.1	14.6	11.2	7.9
	300~600만원 미만	(234)	81.2	69.7	65.4	20.9	14.5	19.7	13.2	9.0
	600~900만원 미만	(113)	85.8	71.7	67.3	16.8	18.6	13.3	12.4	9.7
	900만원 이상	(64)	73.4	67.2	67.2	21.9	20.3	12.5	12.5	17.2

※ 기타 응답 값 미제시

(나) 생활한복

- 한복을 구매하지 않은 응답자 중 72.8%가 생활한복을 구매하지 않은 이유로 '착용할 일이 많지 않아서'라고 응답함(1+2+3순위)
- 전통한복 대비 '한복에 관심이 없어서'를 1순위로 응답한 비율이 10.6%로 상대적으로 높음
- 연령별로 살펴보면, 40-50대에서 '착용할 일이 많지 않아서'를 응답한 비율이 상대적으로 높음(1+2+3순위)
- 가구 소득 300만원 미만에서는 '한복에 관심이 없어서' (33.7%)를, 300~600만원 미만에서는 '착용/보관/관리 등이 어려워서' (48.3%)를 이유로 한복을 구매하지 않은 응답 비율이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-38] 생활한복 구매 미경험 이유



[표5-46] 생활한복 구매 미경험 이유(1 순위)

[단위: %]

구분	사례 수	착용할 일이 많지 않아서	가격이 비싸서	한복에 관심이 없어서	착용/ 보관/ 관리 등이 어려워 서	판매처 를 찾기 어려워 서	유행에 뒤떨어 져서	정보 습득이 쉽지 않아서	디자인 이 마음에 안 들어서	품질, 내구성 이 떨어져 서
전체	(500)	40.2	19.6	10.6	9.0	6.8	3.8	3.8	3.8	2.2
성별	남성	(262)	39.7	16.0	8.8	8.8	6.1	5.3	4.6	3.8
	여성	(238)	40.8	23.5	12.6	9.2	1.3	2.1	2.9	0.4
연령대	20대	(162)	34.6	25.3	9.9	7.4	6.8	5.6	3.7	1.2
	30대	(109)	39.4	19.3	11.0	9.2	5.5	2.8	4.6	3.7
	40대	(97)	45.4	14.4	12.4	5.2	11.3	4.1	5.2	1.0
	50대	(81)	37.0	21.0	8.6	17.3	3.7	2.5	3.7	2.5
	60대	(51)	54.9	9.8	11.8	7.8	5.9	2.0	-	3.9
가구 소득	300만원 미만	(89)	44.9	16.9	13.5	6.7	5.6	2.2	1.1	5.6
	300~600만원 미만	(234)	39.7	21.4	8.1	11.5	6.4	3.4	3.0	4.7
	600~900만원 미만	(113)	38.1	16.8	12.4	5.3	8.8	5.3	8.8	1.8
	900만원 이상	(64)	39.1	21.9	12.5	9.4	6.3	4.7	1.6	3.1

[표5-47] 생활한복 구매 미경험 이유(1+2+3 순위)

[단위: %]

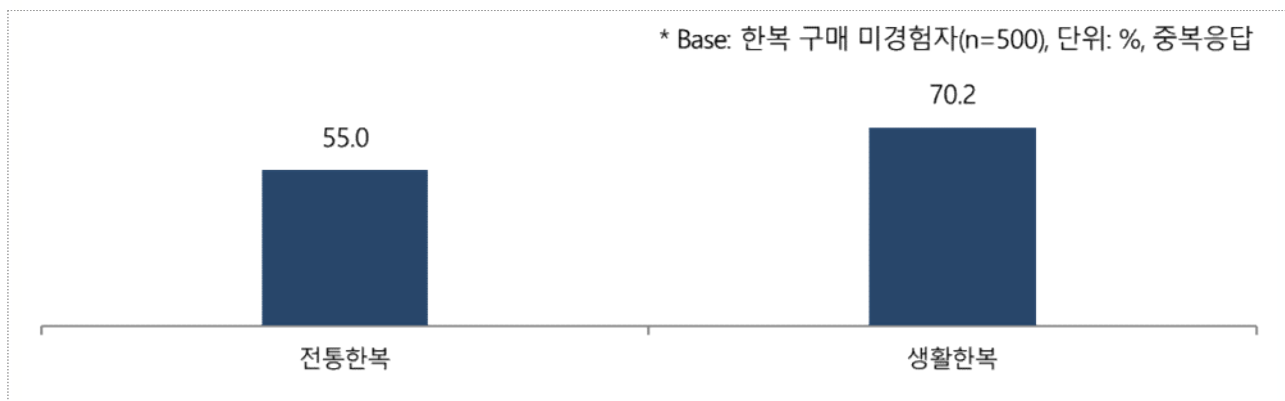
구분	사례 수	착용할 일이 많지 않아서	가격이 비싸서	착용/ 보관/ 관리 등이 어려워 서	판매처 를 찾기 어려워 서	한복에 관심이 없어서	디자인 이 마음에 안 들어서	정보 습득이 쉽지 않아서	유행에 뒤떨어 져서	품질, 내구성 이 떨어져 서
전체	(500)	72.8	51.6	43.6	29.6	28.0	26.0	26.0	13.8	8.2
성별	남성	(262)	68.7	51.1	42.0	30.5	24.4	30.2	27.1	15.6
	여성	(238)	77.3	52.1	45.4	28.6	31.9	21.4	24.8	11.8
연령대	20대	(162)	66.0	53.1	41.4	29.0	29.0	33.3	24.7	14.8
	30대	(109)	68.8	51.4	39.4	31.2	28.4	25.7	29.4	14.7
	40대	(97)	81.4	50.5	42.3	28.9	33.0	15.5	25.8	13.4
	50대	(81)	82.7	46.9	55.6	23.5	19.8	29.6	21.0	14.8
	60대	(51)	70.6	56.9	43.1	39.2	27.5	17.6	31.4	7.8
가구 소득	300만원 미만	(89)	73.0	49.4	41.6	29.2	33.7	27.0	24.7	12.4
	300~600만원 미만	(234)	71.4	51.7	48.3	27.8	23.9	27.8	26.5	14.1
	600~900만원 미만	(113)	75.2	52.2	38.9	31.9	31.9	23.0	26.5	13.3
	900만원 이상	(64)	73.4	53.1	37.5	32.8	28.1	23.4	25.0	15.6

※ 기타 응답 값 미제시

2) 구매 희망 한복 종류

- 한복을 구매하지 않았으나 구매 의향이 있는 응답자 중 '전통한복'을 구매하고 싶은 비율은 55.0%, '생활한복'을 구매하고 싶은 비율은 70.2%로 나타남
- 성별로 살펴보면, 남성은 '생활한복 (74.4%)'을, 여성은 '전통한복 (62.2%)'을 구매하고 싶은 비율이 상대적으로 높게 나타남

[그림5-39] 구매 희망 한복 종류



[표5-48] 구매 희망 한복 종류

[단위: %]

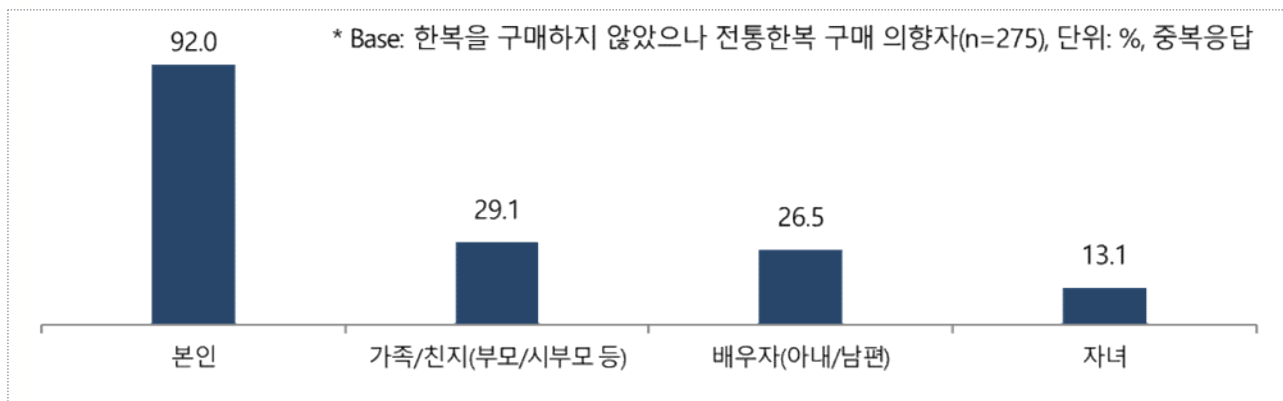
구분		사례 수	전통한복	생활한복
전체		(500)	55.0	70.2
성별	남성	(262)	48.5	74.4
	여성	(238)	62.2	65.5
연령대	20대	(162)	55.6	71.6
	30대	(109)	55.0	68.8
	40대	(97)	54.6	75.3
	50대	(81)	54.3	65.4
	60대	(51)	54.9	66.7
	70대	(0)	0.0	0.0
가구 소득	300만원 미만	(89)	52.8	70.8
	300~600만원 미만	(234)	52.6	70.1
	600~900만원 미만	(113)	61.1	69.9
	900만원 이상	(64)	56.3	70.3

3) 향후 한복 구매 목적

(가) 전통한복

- 한복을 구매하지 않았으나 전통한복을 구매하고 싶은 응답자의 92.0%가 본인이 착용하기 위해 전통한복을 구매할 것이라고 응답함
- 가구 소득별로 살펴보면, 300만원 미만에서는 '본인'을 위한 구매 의향이 100%로 타 집단 대비 높은 반면, 600만원 이상에서는 '타인'을 위한 구매 의향이 타 집단 대비 높음

[그림5-40] 향후 전통한복 구매 목적 대상



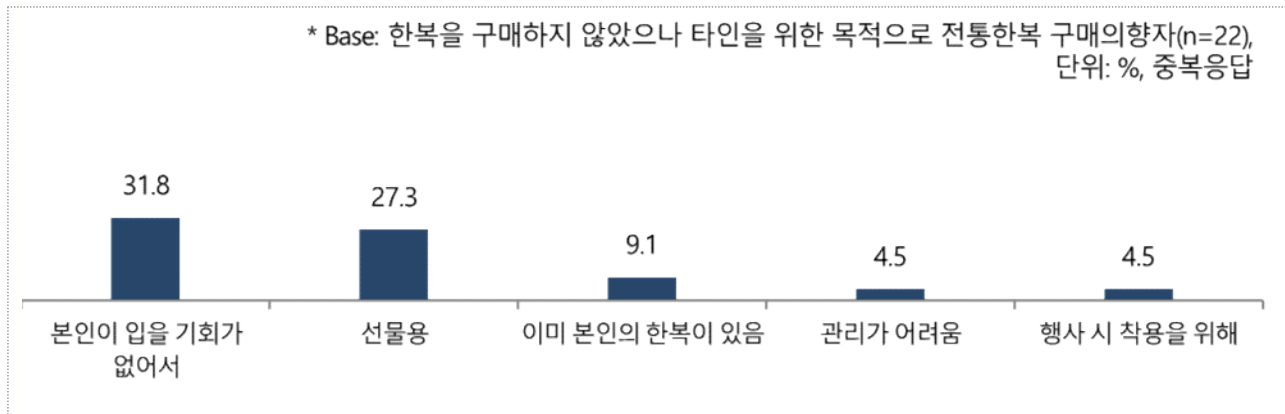
[표5-49] 향후 전통한복 구매 목적 대상

[단위: %]

구분		사례 수	본인	가족/친지 (부모/시부모 등)	배우자 (아내/남편)	자녀
전체		(275)	92.0	29.1	26.5	13.1
성별	남성	(127)	88.2	35.4	37.8	17.3
	여성	(148)	95.3	23.6	16.9	9.5
연령대	20대	(90)	93.3	46.7	3.3	-
	30대	(60)	98.3	28.3	23.3	16.7
	40대	(53)	92.5	20.8	43.4	22.6
	50대	(44)	84.1	18.2	40.9	18.2
	60대	(28)	85.7	7.1	53.6	21.4
가구 소득	300만원 미만	(47)	100.0	25.5	2.1	2.1
	300~600만원 미만	(123)	87.8	26.8	28.5	13.0
	600~900만원 미만	(69)	94.2	31.9	37.7	14.5
	900만원 이상	(36)	91.7	36.1	30.6	25.0

- 한복을 구매하지 않았으나 타인의 전통한복을 구매하고 싶은 응답자의 이유로 '본인이 입을 기회가 없어서 (31.8%)'가 가장 높게 나타남
- 그다음으로, '선물용 (27.3%)', '이미 본인의 한복이 있음 (9.1%)' 등의 순

[그림5-41] 타인의 전통한복 구매 희망 이유



[표5-50] 타인의 전통한복 구매 희망 이유

[단위: %]

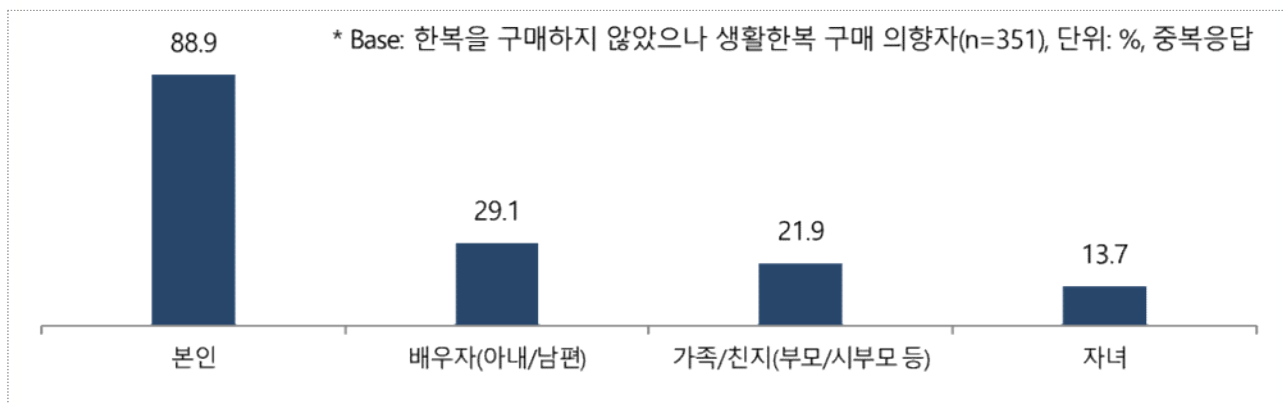
구분		사례 수	본인이 입을 기회가 없어서	선물용	이미 본인의 한복이 있음	관리가 어려움	행사 시 착용을 위해
전체		(22)	31.8	27.3	9.1	4.5	4.5
성별	남성	(15)	33.3	33.3	6.7	-	6.7
	여성	(7)	28.6	14.3	14.3	14.3	-
연령대	20대	(6)	33.3	33.3	-	-	-
	30대	(1)	-	100.0	-	-	100.0
	40대	(4)	50.0	-	25.0	-	-
	50대	(7)	28.6	14.3	14.3	14.3	-
	60대	(4)	25.0	50.0	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(0)	-	-	-	-	-
	300~600만원 미만	(15)	26.7	33.3	-	-	6.7
	600~900만원 미만	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	-
	900만원 이상	(3)	66.7	-	33.3	-	-

※ 없음 응답 값 미제시

(나) 생활한복

- 한복을 구매하지 않았으나 생활한복을 구매하고 싶은 응답자의 88.9%가 본인이 착용하기 위해 생활한복을 구매할 것이라고 응답함
- 연령별로 살펴보면, 60대에서 '배우자'를 위해 생활한복을 구매하고 싶다고 응답한 비율이 64.7%로 타 연령 대비 높음

[그림5-42] 향후 생활한복 구매 목적 대상



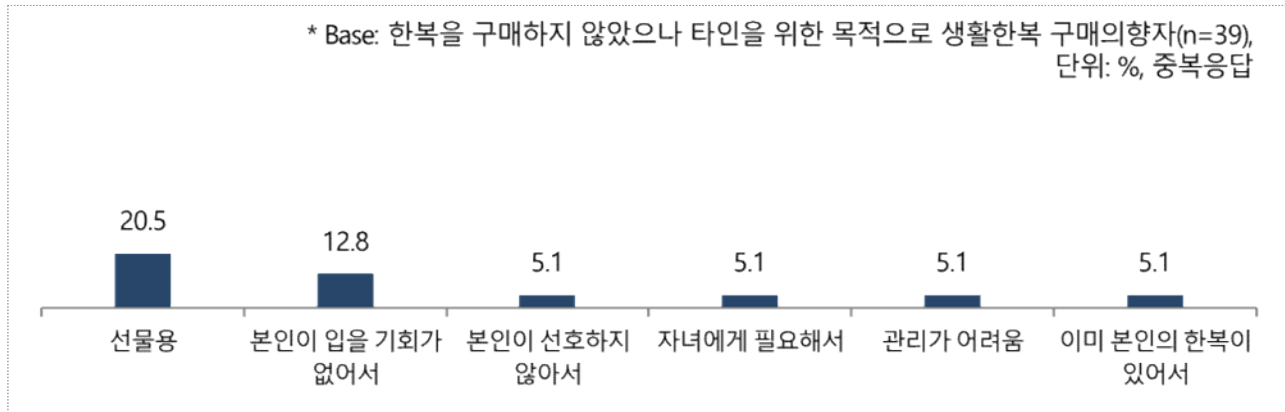
[표5-51] 향후 생활한복 구매 목적 대상

[단위: %]

구분		사례 수	본인	배우자 (아내/남편)	가족/친지 (부모/시부모 등)	자녀
전체		(351)	88.9	29.1	21.9	13.7
성별	남성	(195)	88.7	34.9	26.2	17.4
	여성	(156)	89.1	21.8	16.7	9.0
연령대	20대	(116)	89.7	5.2	26.7	-
	30대	(75)	89.3	32.0	22.7	22.7
	40대	(73)	83.6	38.4	24.7	20.5
	50대	(53)	88.7	41.5	15.1	24.5
	60대	(34)	97.1	64.7	8.8	8.8
가구 소득	300만원 미만	(63)	88.9	3.2	30.2	1.6
	300~600만원 미만	(164)	85.4	30.5	18.3	14.6
	600~900만원 미만	(79)	92.4	40.5	25.3	17.7
	900만원 이상	(45)	95.6	40.0	17.8	20.0

- ④ 한복을 구매하지 않았으나 본인이 아닌 타인의 생활한복을 구매하고 싶은 응답자의 이유로 '선물용 (20.5%)', '본인이 입을 기회가 없어서 (12.8%)' 순으로 높게 나타남

[그림5-43] 타인의 생활한복 구매 희망 이유



[표5-52] 타인의 생활한복 구매 희망 이유

[단위: %]

구분		사례 수	선물용	본인이 입을 기회가 없어서	본인이 선호하지 않아서	자녀에게 필요해서	관리가 어려움	이미 본인의 한복이 있어서
전체		(39)	20.5	12.8	5.1	5.1	5.1	5.1
성별	남성	(22)	22.7	18.2	4.5	9.1	-	4.5
	여성	(17)	17.6	5.9	5.9	-	11.8	5.9
연령대	20대	(12)	33.3	8.3	8.3	-	-	-
	30대	(8)	-	25.0	-	-	-	-
	40대	(12)	25.0	8.3	-	16.7	16.7	8.3
	50대	(6)	16.7	16.7	16.7	-	-	-
	60대	(1)	-	-	-	-	-	100.0
가구 소득	300만원 미만	(7)	14.3	28.6	-	-	-	-
	300~600만원 미만	(24)	20.8	12.5	8.3	8.3	4.2	-
	600~900만원 미만	(6)	16.7	-	-	-	16.7	16.7
	900만원 이상	(2)	50.0	-	-	-	-	50.0

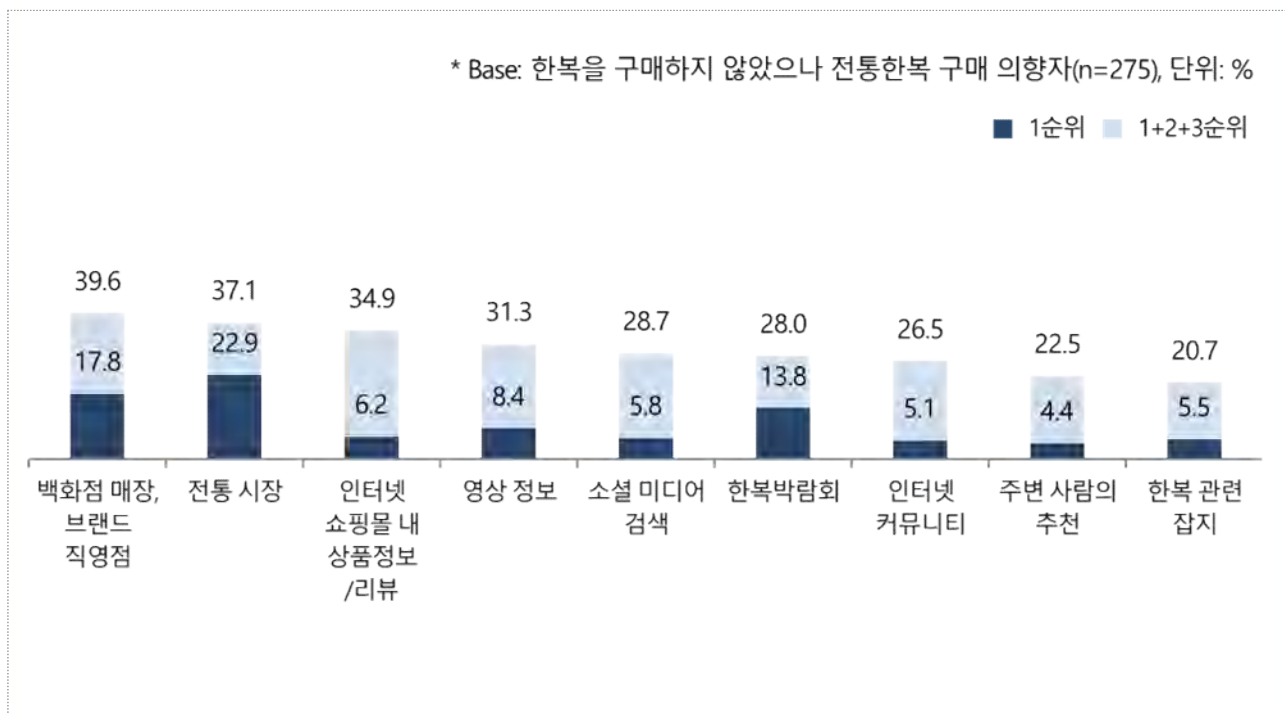
※ 응답 값 상위 6위까지 제시

4) 향후 한복 구매 시 정보 수집 채널

(가) 전통한복

- 한복 비구매자의 전통한복 구매에 대한 정보 수집 채널로 응답자의 39.6%가 '백화점 매장, 브랜드 직영점'이라고 응답함(1+2+3순위)
- 가구 소득이 높을수록 '백화점 매장, 브랜드 직영점'에서 정보를 수집하는 비율이 상대적으로 높게 나타남(1+2+3순위)

[그림5-44] 향후 전통한복 구매 시 정보 수집 채널



[표5-53] 향후 전통한복 구매 시 정보 수집 채널(1순위)

[단위: %]

구분	사례 수	전통 시장	백화점 매장, 브랜드 직영점	한복 박람회	영상 정보	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰	소셜 미디어 검색	한복 관련 잡지	인터넷 커뮤니티	주변 사람의 추천
전체	(275)	22.9	17.8	13.8	8.4	6.2	5.8	5.5	5.1	4.4
성별	남성	(127)	23.6	19.7	15.0	8.7	3.9	3.1	7.9	4.7
	여성	(148)	22.3	16.2	12.8	8.1	8.1	8.1	3.4	5.4
연령대	20대	(90)	23.3	16.7	16.7	10.0	5.6	6.7	4.4	3.3
	30대	(60)	18.3	26.7	8.3	11.7	1.7	8.3	6.7	8.3
	40대	(53)	30.2	11.3	9.4	7.5	9.4	5.7	9.4	5.7
	50대	(44)	20.5	15.9	18.2	4.5	9.1	2.3	4.5	2.3
	60대	(28)	21.4	17.9	17.9	3.6	7.1	3.6	-	7.1
	70대	(16)	10.0	12.5	12.5	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3
가구 소득	300만원 미만	(47)	23.4	12.8	10.6	6.4	2.1	10.6	6.4	2.1
	300~600만원 미만	(123)	25.2	16.3	14.6	8.9	7.3	4.9	6.5	5.7
	600~900만원 미만	(69)	23.2	21.7	11.6	5.8	5.8	7.2	4.3	4.3
	900만원 이상	(36)	13.9	22.2	19.4	13.9	8.3	-	2.8	8.3

※ 기타 및 없음 응답 값 미제시

[표5-54] 향후 전통한복 구매 시 정보 수집 채널(1+2+3순위)

[단위: %]

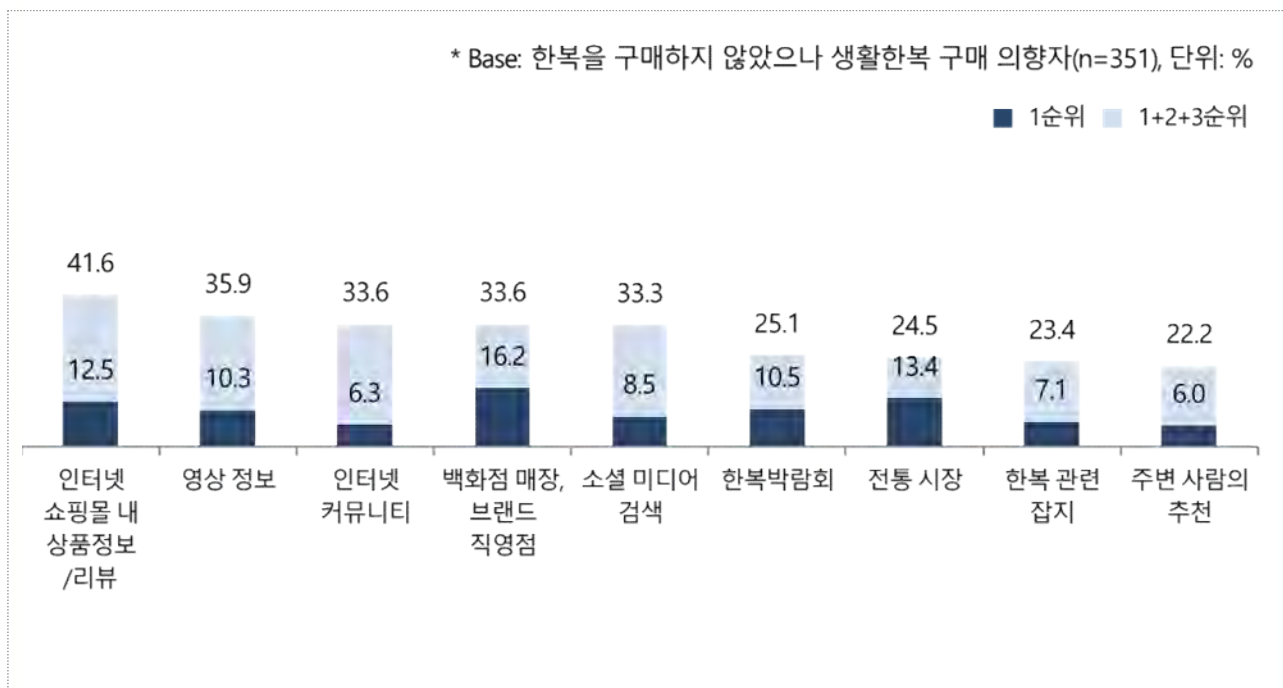
구분	사례 수	백화점 매장, 브랜드 직영점	전통 시장	인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰	영상 정보	소셜 미디어 검색	한복 박람회	인터넷 커뮤니티	주변 사람의 추천	한복 관련 잡지
전체	(275)	39.6	37.1	34.9	31.3	28.7	28.0	26.5	22.5	20.7
성별	남성	(127)	39.4	35.4	24.4	37.8	33.1	32.3	25.2	23.6
	여성	(148)	39.9	38.5	43.9	25.7	25.0	24.3	27.7	21.6
연령대	20대	(90)	36.7	27.8	32.2	34.4	34.4	30.0	32.2	15.6
	30대	(60)	40.0	28.3	36.7	41.7	36.7	26.7	33.3	13.3
	40대	(53)	43.4	45.3	32.1	34.0	30.2	18.9	32.1	20.8
	50대	(44)	40.9	52.3	36.4	18.2	15.9	36.4	11.4	29.5
	60대	(28)	39.3	46.4	42.9	14.3	10.7	28.6	7.1	57.1
	70대	(16)	10.0	12.5	12.5	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3
가구 소득	300만원 미만	(47)	36.2	31.9	29.8	21.3	25.5	25.5	23.4	25.5
	300~600만원 미만	(123)	38.2	40.7	37.4	33.3	30.9	26.8	25.2	19.5
	600~900만원 미만	(69)	42.0	40.6	31.9	36.2	29.0	23.2	30.4	29.0
	900만원 이상	(36)	44.4	25.0	38.9	27.8	25.0	44.4	27.8	16.7

※ 기타 및 없음 응답 값 미제시

(나) 생활한복

- 한복 비구매자의 생활한복 구매에 대한 정보 수집 채널로 '인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰 (41.6%)', '영상 정보 (35.9%)', '인터넷 커뮤니티 (33.6%)' 등 온라인 채널의 비중이 높은 것으로 나타남(1+2+3순위)
- 성별로 살펴보면, '인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰'를 통해 생활한복의 구매 정보를 수집한다고 응답한 여성의 비율이 50.6%로 남성보다 상대적으로 높음(1+2+3순위)
- 가구 소득별로 살펴보면, 900만원 이상에서 '인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰'가 상대적으로 낮게 나타났으며, '인터넷 커뮤니티', '백화점매장, 브랜드 직영점'은 상대적으로 높게 나타남(1+2+3순위)

[그림5-45] 향후 생활한복 구매 시 정보 수집 채널



[표5-55] 향후 생활한복 구매 시 정보 수집 채널(1순위)

[단위: %]

구분	사례 수	백화점 매장, 브랜드 직영점	전통 시장	인터넷 쇼핑몰 내 상품 정보/ 리뷰	한복 박람회	영상 정보	소셜 미디어 검색	한복 관련 잡지	인터넷 커뮤니 티	주변 사람의 추천
전체	(351)	16.2	13.4	12.5	10.5	10.3	8.5	7.1	6.3	6.0
성별	남성	(195)	20.0	15.4	6.2	12.8	8.2	5.1	7.7	6.7
	여성	(156)	11.5	10.9	20.5	7.7	12.8	12.8	6.4	5.8
연령대	20대	(116)	16.4	10.3	8.6	10.3	11.2	12.9	10.3	2.6
	30대	(75)	12.0	10.7	16.0	16.0	13.3	6.7	5.3	10.7
	40대	(73)	20.5	15.1	11.0	5.5	8.2	9.6	8.2	9.6
	50대	(53)	18.9	17.0	15.1	5.7	9.4	3.8	3.8	5.7
	60대	(34)	11.8	20.6	17.6	17.6	5.9	2.9	2.9	2.9
	70대	(11)	11.8	20.6	17.6	17.6	5.9	2.9	2.9	2.9
가구 소득	300만원 미만	(63)	7.9	15.9	11.1	7.9	12.7	9.5	11.1	3.2
	300~600만원 미만	(164)	14.0	14.6	13.4	12.8	6.7	7.9	7.3	8.5
	600~900만원 미만	(79)	27.8	8.9	12.7	6.3	15.2	7.6	3.8	5.1
	900만원 이상	(45)	15.6	13.3	11.1	13.3	11.1	11.1	6.7	4.4

※ 기타 및 없음 응답 값 미제시

[표5-56] 향후 생활한복 구매 시 정보 수집 채널(1+2+3순위)

[단위: %]

구분	사례 수	인터넷 쇼핑몰 내 상품 정보/ 리뷰	영상 정보	인터넷 커뮤니 티	백화점 매장, 브랜드 직영점	소셜 미디어 검색	한복 박람회	전통 시장	한복 관련 잡지	주변 사람의 추천
전체	(351)	41.6	35.9	33.6	33.6	33.3	25.1	24.5	23.4	22.2
성별	남성	(195)	34.4	33.3	29.7	40.0	25.1	30.3	28.2	25.1
	여성	(156)	50.6	39.1	38.5	25.6	43.6	18.6	19.9	21.2
연령대	20대	(116)	39.7	37.9	35.3	31.9	43.1	24.1	18.1	25.0
	30대	(75)	46.7	45.3	37.3	24.0	41.3	29.3	14.7	21.3
	40대	(73)	41.1	34.2	43.8	35.6	30.1	21.9	28.8	23.3
	50대	(53)	37.7	28.3	18.9	45.3	24.5	18.9	39.6	22.6
	60대	(34)	44.1	23.5	20.6	38.2	2.9	35.3	35.3	23.5
	70대	(11)	44.1	23.5	20.6	38.2	2.9	35.3	35.3	23.5
가구 소득	300만원 미만	(63)	41.3	33.3	27.0	27.0	28.6	25.4	25.4	23.8
	300~600만원 미만	(164)	46.3	34.8	29.9	31.7	30.5	26.8	26.2	25.0
	600~900만원 미만	(79)	40.5	44.3	39.2	39.2	43.0	19.0	21.5	19.0
	900만원 이상	(45)	26.7	28.9	46.7	40.0	33.3	28.9	22.2	24.4

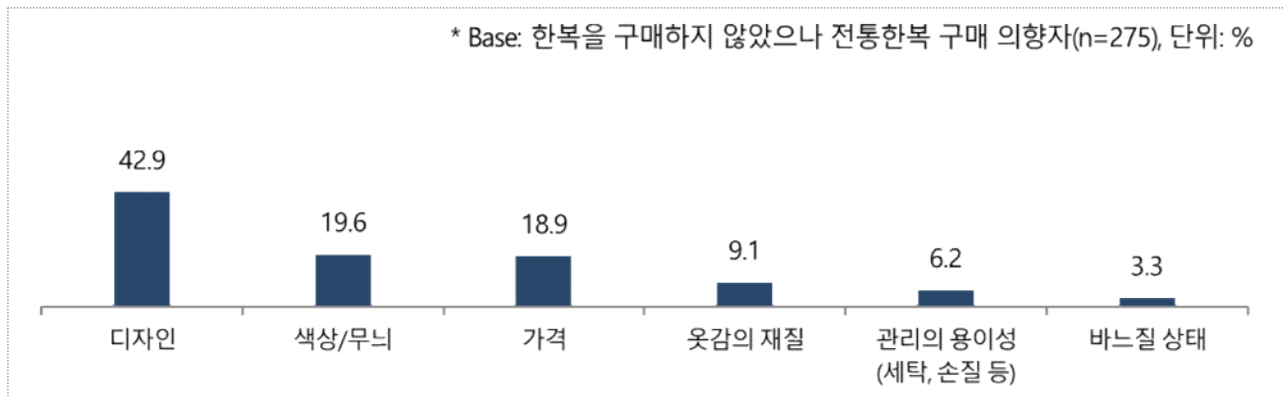
※ 기타 및 없음 응답 값 미제시

5) 향후 한복 구매 시 우선 고려 항목

(가) 전통한복

- 한복 비구매자의 향후 전통한복 구매 시 우선 고려 항목으로 응답자의 42.9%는 한복 구매 경험자와 동일하게 '디자인'이라고 응답함
- 가구 소득 600만원 이상에서는 '색상/무늬'를, 600만원 미만에서는 '가격'을 우선 고려 항목으로 선택한 비중이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-46] 향후 전통한복 구매 시 우선 고려 항목



[표5-57] 향후 전통한복 구매 시 우선 고려 항목

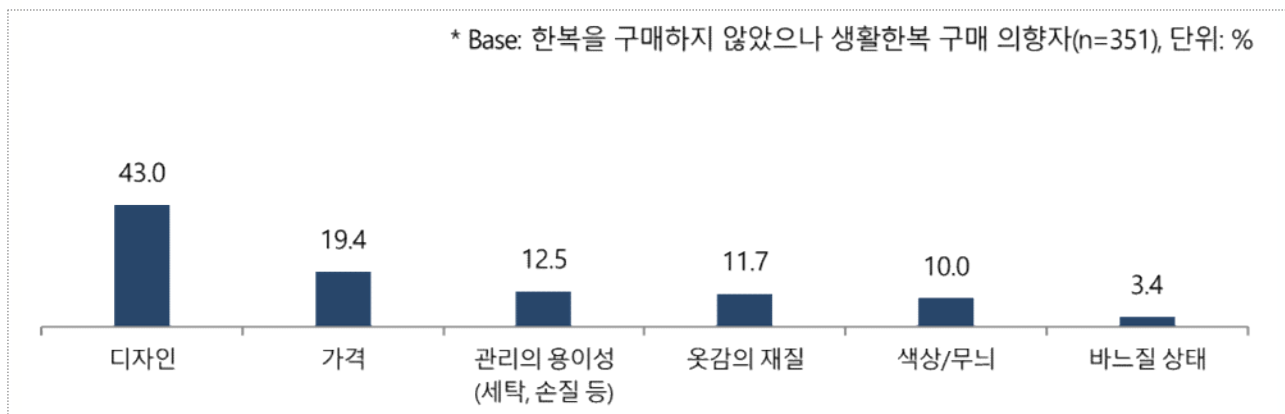
[단위: %]

구분		사례 수	디자인	색상/무늬	가격	옷감의 재질	관리의 용이성	바느질 상태
전체		(275)	42.9	19.6	18.9	9.1	6.2	3.3
성별	남성	(127)	39.4	22.8	18.9	7.1	6.3	5.5
	여성	(148)	45.9	16.9	18.9	10.8	6.1	1.4
연령대	20대	(90)	41.1	16.7	25.6	8.9	4.4	3.3
	30대	(60)	48.3	13.3	16.7	13.3	1.7	6.7
	40대	(53)	39.6	24.5	17.0	7.5	9.4	1.9
	50대	(44)	45.5	29.5	13.6	6.8	4.5	-
	60대	(28)	39.3	17.9	14.3	7.1	17.9	3.6
가구 소득	300만원 미만	(47)	36.2	14.9	36.2	8.5	2.1	2.1
	300~600만원 미만	(123)	43.9	14.6	20.3	10.6	7.3	3.3
	600~900만원 미만	(69)	46.4	29.0	5.8	7.2	7.2	4.3
	900만원 이상	(36)	41.7	25.0	16.7	8.3	5.6	2.8

(나) 생활한복

- 한복 비구매자의 향후 생활한복 구매 시 우선 고려 항목으로 응답자의 43.0%는 한복 구매 경험자와 동일하게 '디자인'이라고 응답함. 그다음으로는 '가격 (19.4%)', '관리의 용이성 (12.5%)' 등의 순
- 60대에서는 '가격 (5.9%)'을 우선 고려하는 비율이 타 연령 대비 낮게 나타난 반면, 50대에서는 '관리의 용이성 (22.6%)'을 우선 고려하는 비율이 타 연령 대비 높게 조사됨

[그림5-47] 향후 생활한복 구매 시 우선 고려 항목



[표5-58] 향후 생활한복 구매 시 우선 고려 항목

[단위: %]

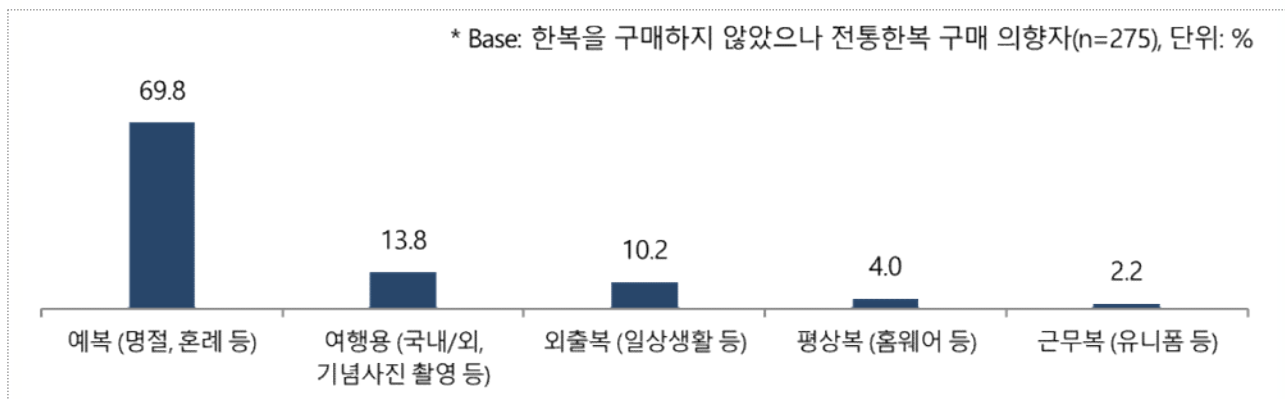
구분		사례 수	디자인	가격	관리의 용이성	옷감의 재질	색상/무늬	바느질 상태
전체		(351)	43.0	19.4	12.5	11.7	10.0	3.4
성별	남성	(195)	44.1	18.5	10.8	12.8	10.3	3.6
	여성	(156)	41.7	20.5	14.7	10.3	9.6	3.2
연령대	20대	(116)	38.8	25.0	9.5	12.9	8.6	5.2
	30대	(75)	37.3	22.7	4.0	16.0	16.0	4.0
	40대	(73)	43.8	16.4	16.4	15.1	6.8	1.4
	50대	(53)	49.1	15.1	22.6	1.9	9.4	1.9
	60대	(34)	58.8	5.9	17.6	5.9	8.8	2.9
	가구 소득							
가구 소득	300만원 미만	(63)	39.7	22.2	11.1	11.1	11.1	4.8
	300~600만원 미만	(164)	41.5	20.7	12.2	10.4	11.0	4.3
	600~900만원 미만	(79)	48.1	15.2	10.1	15.2	8.9	2.5
	900만원 이상	(45)	44.4	17.8	20.0	11.1	6.7	-

6) 향후 한복 구매 시 주 용도

(가) 전통한복

- 한복 비구매자의 향후 전통한복 구매 시 주 용도는 '예복(명절, 혼례 등)'이 69.8%로 높게 나타남
- 가구 소득이 높을수록, 주 용도로 '예복'이 높게 조사됨

[그림5-48] 향후 전통한복 구매 시 주 용도



[표5-59] 향후 전통한복 구매 시 주 용도

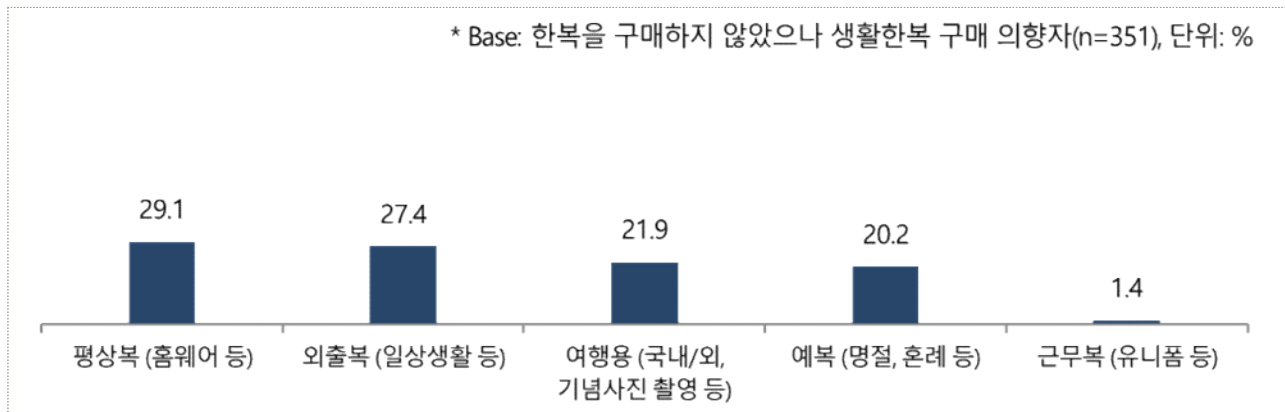
[단위: %]

구분		사례 수	예복 (명절, 혼례 등)	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	외출복 (일상생활 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)
전체		(275)	69.8	13.8	10.2	4.0	2.2
성별	남성	(127)	66.1	11.8	14.2	3.9	3.9
	여성	(148)	73.0	15.5	6.8	4.1	0.7
연령대	20대	(90)	56.7	18.9	14.4	5.6	4.4
	30대	(60)	66.7	13.3	15.0	5.0	-
	40대	(53)	71.7	15.1	5.7	5.7	1.9
	50대	(44)	81.8	9.1	6.8	-	2.3
	60대	(28)	96.4	3.6	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(47)	68.1	19.1	12.8	-	-
	300~600만원 미만	(123)	66.7	15.4	9.8	6.5	1.6
	600~900만원 미만	(69)	76.8	5.8	8.7	2.9	5.8
	900만원 이상	(36)	69.4	16.7	11.1	2.8	-

(나) 생활한복

- 한복 비구매자의 향후 생활한복 구매 시 주 용도는 '평상복(홈웨어 등)'이 29.1%로 높게 나타남
- 전통한복 대비 근무복을 제외한 항목별 분포가 고르게 분포되어 있어, 생활한복은 한 가지만의 용도가 아닌, 다양한 용도에서 착용될 예정으로 보임
- 연령별로 살펴보면, 60대에서 '외출복 (52.9%)'으로 향후 생활한복을 구매하겠다는 응답이 타 집단 대비 높게 나타났으며, 50대에서는 '평상복 (41.5%)'이 타 집단 대비 높음

[그림5-49] 향후 생활한복 구매 시 주 용도



[표5-60] 향후 생활한복 구매 시 주 용도

[단위: %]

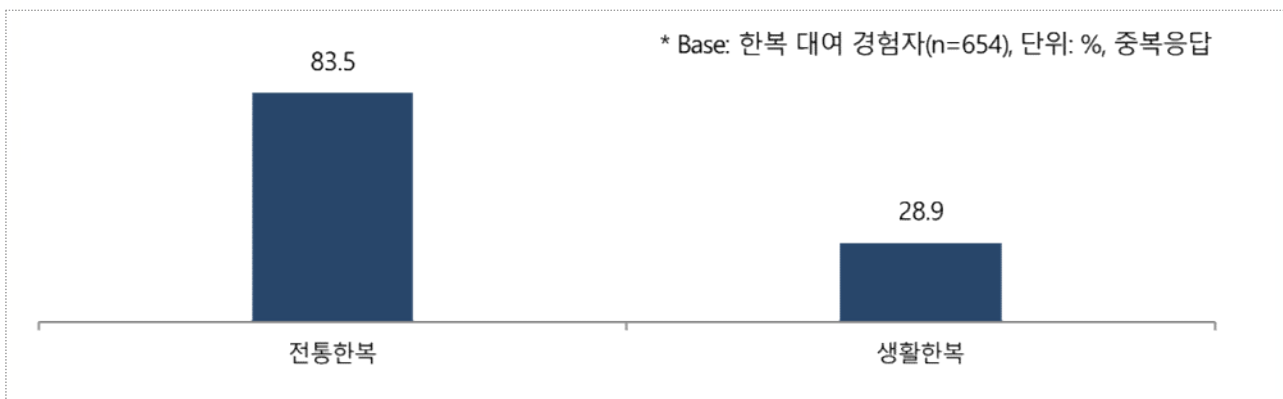
구분		사례 수	평상복 (홈웨어 등)	외출복 (일상생활 등)	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	예복 (명절, 혼례 등)	근무복 (유니폼 등)
전체		(351)	29.1	27.4	21.9	20.2	1.4
성별	남성	(195)	27.2	26.2	20.0	24.1	2.6
	여성	(156)	31.4	28.8	24.4	15.4	-
연령대	20대	(116)	28.4	19.8	25.0	24.1	2.6
	30대	(75)	26.7	25.3	26.7	20.0	1.3
	40대	(73)	26.0	26.0	27.4	20.5	-
	50대	(53)	41.5	32.1	7.5	18.9	-
	60대	(34)	23.5	52.9	11.8	8.8	2.9
가구 소득	300만원 미만	(63)	27.0	23.8	33.3	15.9	-
	300~600만원 미만	(164)	27.4	28.0	21.3	22.0	1.2
	600~900만원 미만	(79)	34.2	27.8	17.7	17.7	2.5
	900만원 이상	(45)	28.9	28.9	15.6	24.4	2.2

6. 한복 대여 경험

1) 대여 한복 종류

- 한복 대여를 경험한 응답자의 83.5%가 전통한복을 대여한 것으로 나타남. 생활한복 대여 비율은 28.9%로 전통한복 대비 저조
- 모든 연령대에서 전통한복 대여 비율이 생활한복 대비 유의미한 차이로 높은 가운데, 연령이 낮을수록 생활한복을 대여한 비율이 높게 나타남
- 가구 소득 300만원 미만에서 '생활한복 (33.0%)'을 대여한 비율이 타 집단 대비 높음

[그림5-50] 대여 한복 종류



[표5-61] 대여 한복 종류

[단위: %]

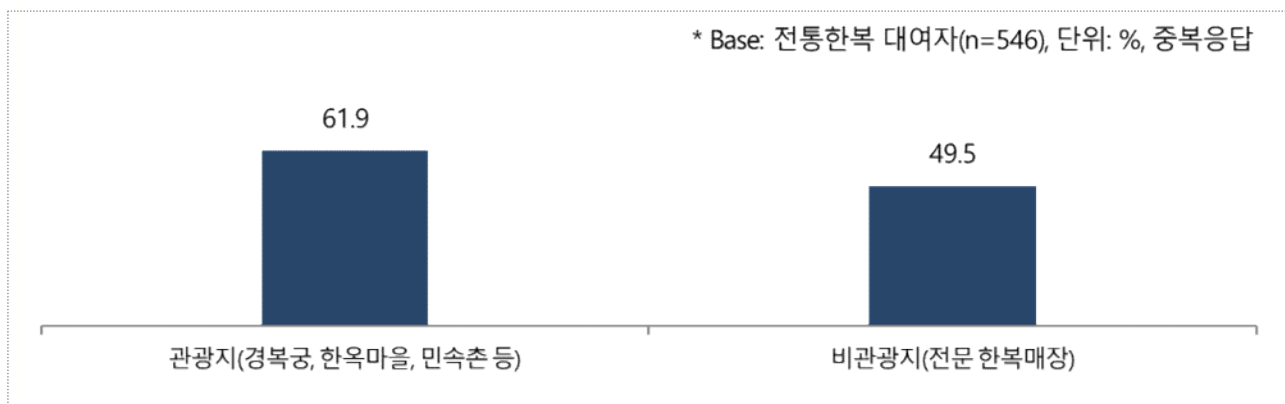
구분		사례 수	전통한복	생활한복
전체		(654)	83.5	28.9
성별	남성	(311)	80.7	35.0
	여성	(343)	86.0	23.3
연령대	20대	(149)	75.8	40.9
	30대	(155)	83.9	34.2
	40대	(148)	84.5	26.4
	50대	(109)	88.1	18.3
	60대	(93)	88.2	17.2
가구 소득	300만원 미만	(112)	75.9	33.0
	300~600만원 미만	(306)	82.7	29.1
	600~900만원 미만	(151)	89.4	23.8
	900만원 이상	(85)	85.9	31.8

2) 대여 한복 매장 위치

(가) 전통한복

- 대여한 전통한복 매장 위치는 '관광지 (61.9%)'가 가장 높게 나타남
- 20대에서 '관광지' 비율이 86.7%로 가장 높으며, 60대에서는 '비관광지'가 72.0%로 높게 나타남

[그림5-51] 대여 전통한복 매장 위치



[표5-62] 대여 전통한복 매장 위치

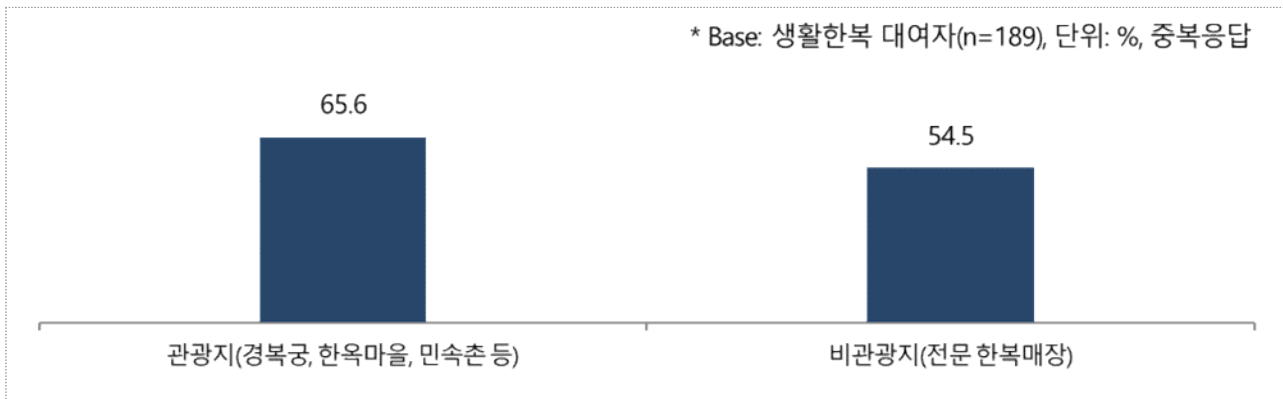
[단위: %]

구분		사례 수	관광지(경복궁, 한옥마을, 민속촌 등)	비관광지(전문 한복매장)
전체		(546)	61.9	49.5
성별	남성	(251)	68.1	44.2
	여성	(295)	56.6	53.9
연령대	20대	(113)	86.7	32.7
	30대	(130)	68.5	43.8
	40대	(125)	60.8	51.2
	50대	(96)	51.0	55.2
	60대	(82)	31.7	72.0
가구 소득	300만원 미만	(85)	58.8	49.4
	300~600만원 미만	(253)	58.9	51.4
	600~900만원 미만	(135)	68.1	46.7
	900만원 이상	(73)	64.4	47.9

(나) 생활한복

- 대여한 생활한복 매장 위치는 '관광지'가 65.6%로 가장 높게 나타남
- 그다음으로 '비관광지'가 54.5%로 나타남

[그림5-52] 대여 생활한복 매장 위치



[표5-63] 대여 생활한복 매장 위치

[단위: %]

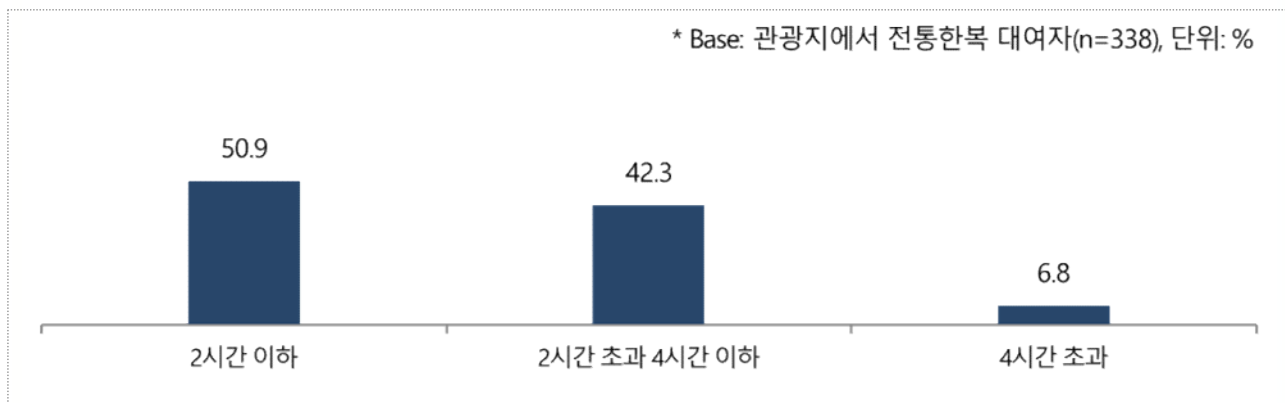
구분		사례 수	관광지(경복궁, 한옥마을, 민속촌 등)	비관광지(전문 한복매장)
전체		(189)	65.6	54.5
성별	남성	(109)	64.2	57.8
	여성	(80)	67.5	50.0
연령대	20대	(61)	68.9	52.5
	30대	(53)	64.2	60.4
	40대	(39)	71.8	56.4
	50대	(20)	55.0	50.0
	60대	(16)	56.3	43.8
가구 소득	300만원 미만	(37)	59.5	56.8
	300~600만원 미만	(89)	62.9	53.9
	600~900만원 미만	(36)	77.8	50.0
	900만원 이상	(27)	66.7	59.3

3) 한복 1회 대여시간(관광지)

(가) 전통한복

- 관광지에서 대여한 전통한복의 1회 대여시간은 '2시간 이하 (50.9%)'의 비중이 가장 높음
- 소득별로 살펴보면, 300만원 미만에서 '2시간 이하 (60.0%)'의 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림5-53] 전통한복 1회 대여시간(관광지)



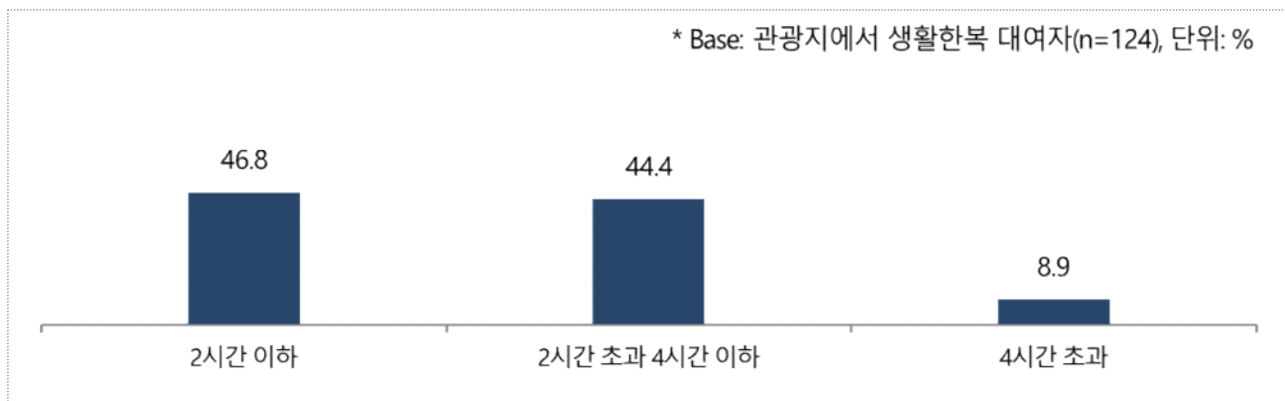
[표5-64] 전통한복 1회 대여시간(관광지)

[단위: %]

구분		사례 수	2시간 이하	2시간 초과 4시간 이하	4시간 초과
전체		(338)	50.9	42.3	6.8
성별	남성	(171)	50.9	42.7	6.4
	여성	(167)	50.9	41.9	7.2
연령대	20대	(98)	41.8	45.9	12.2
	30대	(89)	51.7	44.9	3.4
	40대	(76)	52.6	42.1	5.3
	50대	(49)	53.1	38.8	8.2
	60대	(26)	73.1	26.9	-
가구 소득	300만원 미만	(50)	60.0	38.0	2.0
	300~600만원 미만	(149)	54.4	39.6	6.0
	600~900만원 미만	(92)	41.3	48.9	9.8
	900만원 이상	(47)	48.9	42.6	8.5

(나) 생활한복

- 관광지에서 대여한 생활한복의 1회 대여시간은 '2시간 이하 (46.8%)'의 비중이 가장 높음
- 그다음으로는 '2시간 초과 4시간 이하 (44.4%)', '4시간 초과 (8.9%)' 순

[그림5-54] 생활한복 1회 대여시간(관광지)**[표5-65] 생활한복 1회 대여시간(관광지)**

[단위: %]

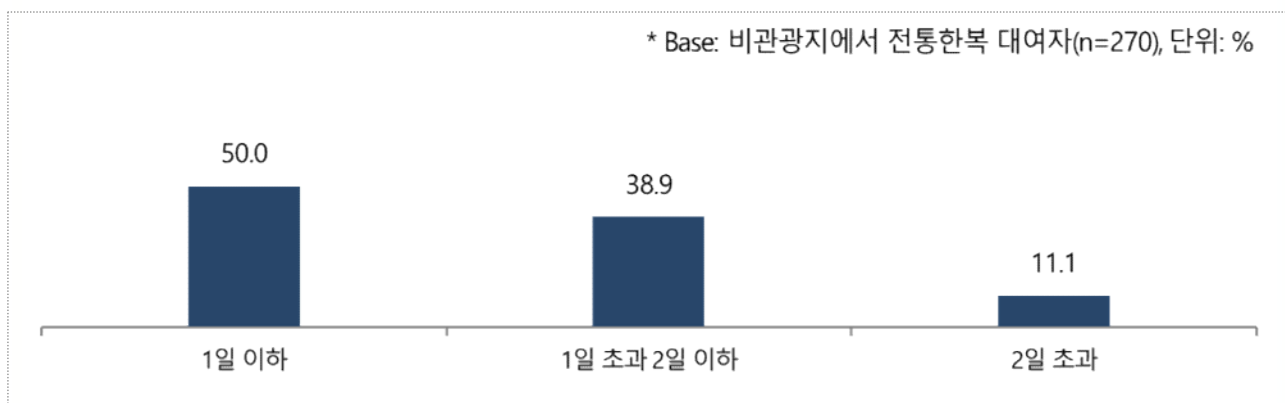
구분		사례 수	2시간 이하	2시간 초과 4시간 이하	4시간 초과
전체		(124)	46.8	44.4	8.9
성별	남성	(70)	47.1	45.7	7.1
	여성	(54)	46.3	42.6	11.1
연령대	20대	(42)	31.0	54.8	14.3
	30대	(34)	41.2	55.9	2.9
	40대	(28)	57.1	35.7	7.1
	50대	(11)	63.6	18.2	18.2
	60대	(9)	88.9	11.1	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	45.5	40.9	13.6
	300~600만원 미만	(56)	48.2	46.4	5.4
	600~900만원 미만	(28)	42.9	46.4	10.7
	900만원 이상	(18)	50.0	38.9	11.1

4) 한복 1회 대여시간(비관광지)

(가) 전통한복

- 비관광지에서 대여한 전통한복의 1회 대여시간은 '1일 이하 (50.0%)'의 비중이 가장 높음
- 30대에서 '1일 이하 (63.2%)'의 비중이 타 연령 대비 높으며, 40대에서는 '1일 초과 2일 이하 (50.0%)'의 비중이 타 연령 대비 높음
- 가구 소득 600~900만원 미만에서 '1일 이하 (61.9%)'의 응답 비중이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-55] 전통한복 1회 대여시간(비관광지)



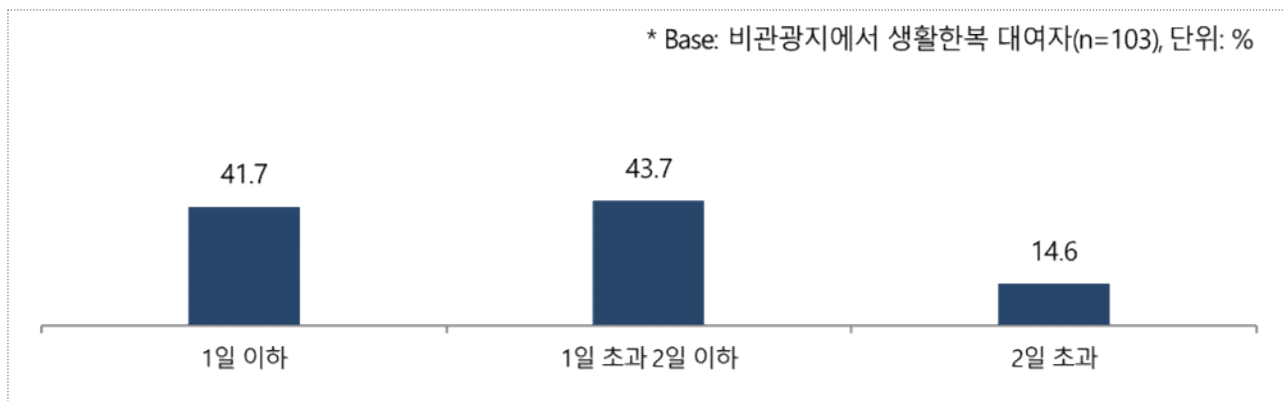
[표5-66] 전통한복 1회 대여시간(비관광지)

[단위: %]

구분		사례 수	1일 이하	1일 초과 2일 이하	2일 초과
전체		(270)	50.0	38.9	11.1
성별	남성	(111)	54.1	36.9	9.0
	여성	(159)	47.2	40.3	12.6
연령대	20대	(37)	56.8	29.7	13.5
	30대	(57)	63.2	24.6	12.3
	40대	(64)	42.2	50.0	7.8
	50대	(53)	49.1	39.6	11.3
	60대	(59)	42.4	45.8	11.9
	300만원 미만	(42)	42.9	40.5	16.7
가구 소득	300~600만원 미만	(130)	46.9	43.8	9.2
	600~900만원 미만	(63)	61.9	25.4	12.7
	900만원 이상	(35)	48.6	42.9	8.6

(나) 생활한복

- 비관광지에서 대여한 생활한복의 1회 대여시간은 '1일 초과 2일 이하 (43.7%)'의 비중이 가장 높음
- 성별로 살펴보면, 남성은 '1일 초과 2일 이하 (49.2%)'가, 여성은 '1일 이하 (50.0%)'의 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림5-56] 생활한복 1회 대여시간(비관광지)**[표5-67] 생활한복 1회 대여시간(비관광지)**

[단위: %]

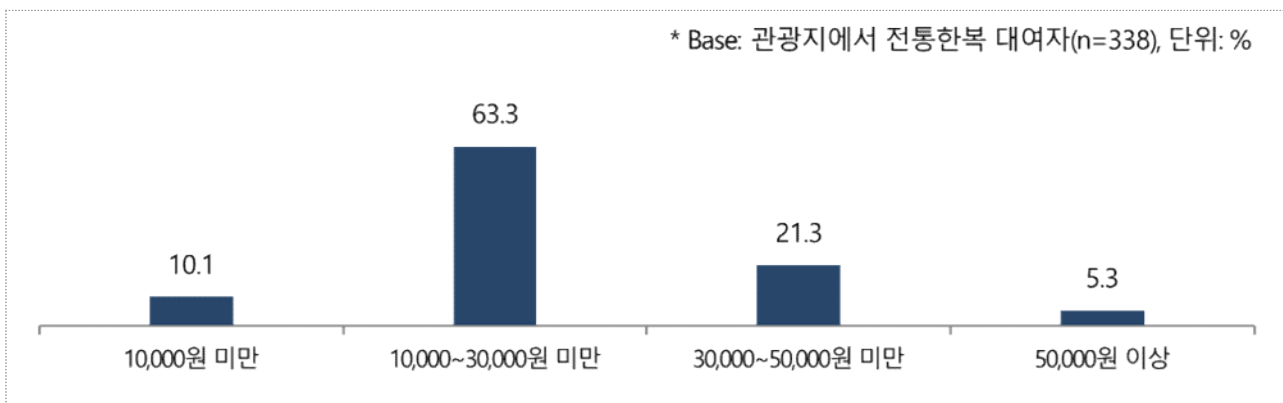
구분		사례 수	1일 이하	1일 초과 2일 이하	2일 초과
전체		(103)	41.7	43.7	14.6
성별	남성	(63)	36.5	49.2	14.3
	여성	(40)	50.0	35.0	15.0
연령대	20대	(32)	43.8	31.3	25.0
	30대	(32)	37.5	50.0	12.5
	40대	(22)	40.9	59.1	-
	50대	(10)	50.0	30.0	20.0
	60대	(7)	42.9	42.9	14.3
가구 소득	300만원 미만	(21)	42.9	47.6	9.5
	300~600만원 미만	(48)	39.6	45.8	14.6
	600~900만원 미만	(18)	55.6	27.8	16.7
	900만원 이상	(16)	31.3	50.0	18.8

5) 한복 대여 비용(관광지_2시간 기준)

(가) 전통한복

- 관광지에서 전통한복 대여 시 지불한 대여 비용은 '10,000원~30,000원 미만'이 63.3%로 가장 높게 나타남
- 가구 소득별로 살펴보면, 600만원 이상에서 '30,000원 이상'의 응답 비율이 타 집단 대비 높음

[그림5-57] 전통한복 대여 비용(관광지_2시간 기준)



[표5-68] 전통한복 대여 비용(관광지_2시간 기준)

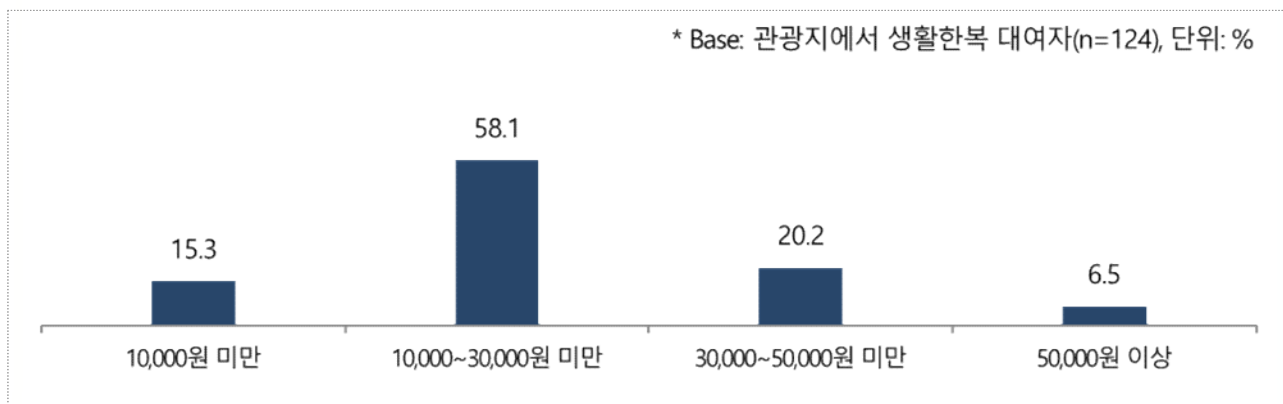
[단위: %]

구분		사례 수	10,000원 미만	10,000~30,000원 미만	30,000~50,000원 미만	50,000원 이상
전체		(338)	10.1	63.3	21.3	5.3
성별	남성	(171)	9.4	66.7	18.1	5.8
	여성	(167)	10.8	59.9	24.6	4.8
연령대	20대	(98)	9.2	62.2	20.4	8.2
	30대	(89)	10.1	58.4	27.0	4.5
	40대	(76)	6.6	68.4	21.1	3.9
	50대	(49)	14.3	69.4	10.2	6.1
	60대	(26)	15.4	57.7	26.9	-
	300만원 미만	(50)	16.0	70.0	14.0	-
가구 소득	300~600만원 미만	(149)	8.7	67.8	18.1	5.4
	600~900만원 미만	(92)	3.3	62.0	30.4	4.3
	900만원 이상	(47)	21.3	44.7	21.3	12.8

(나) 생활한복

- 관광지에서 생활한복 대여 시 지불한 대여 비용은 '10,000원~30,000원 미만'이 58.1%로 가장 높게 나타남
- 그다음으로 '30,000~50,000원 미만 (20.2%)', '10,000원 미만 (15.3%)' 등의 순으로 나타남

[그림5-58] 생활한복 대여 비용(관광지_2시간 기준)



[표5-69] 생활한복 대여 비용(관광지_2시간 기준)

[단위: %]

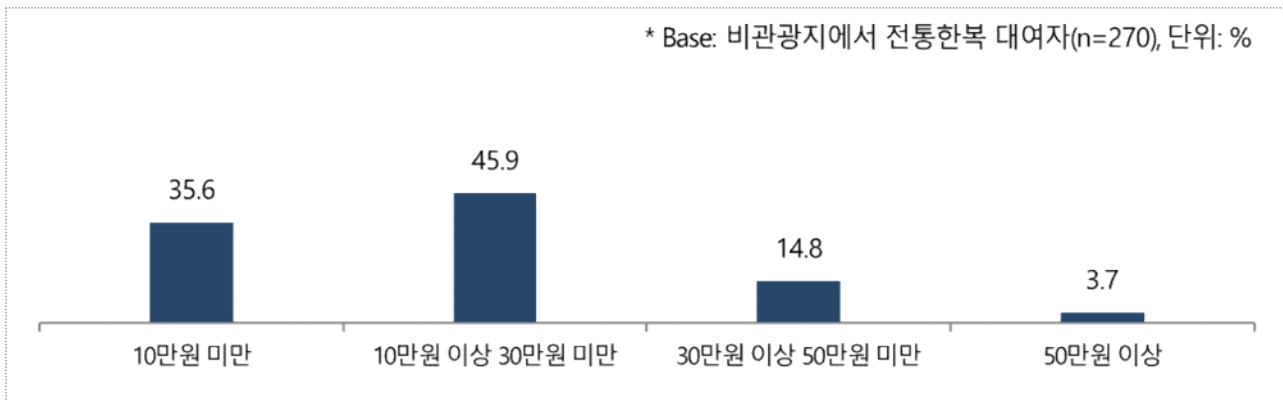
구분		사례 수	10,000원 미만	10,000~30,000원 미만	30,000~50,000원 미만	50,000원 이상
전체		(124)	15.3	58.1	20.2	6.5
성별	남성	(70)	14.3	57.1	24.3	4.3
	여성	(54)	16.7	59.3	14.8	9.3
연령대	20대	(42)	11.9	57.1	19.0	11.9
	30대	(34)	11.8	52.9	32.4	2.9
	40대	(28)	21.4	67.9	7.1	3.6
	50대	(11)	18.2	63.6	9.1	9.1
	60대	(9)	22.2	44.4	33.3	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	18.2	59.1	18.2	4.5
	300~600만원 미만	(56)	12.5	67.9	17.9	1.8
	600~900만원 미만	(28)	14.3	46.4	28.6	10.7
	900만원 이상	(18)	22.2	44.4	16.7	16.7

6) 한복 대여 비용(비관광지_1일 기준)

(가) 전통한복

- 비관광지에서 전통한복 대여 시 지불한 대여 비용은 '10만원 이상 30만원 미만'이 45.9%로 가장 높게 나타남
- 20대에서는 '30만원 이상 50만원 미만' 지불했다는 응답이 27.0%로 타 연령 대비 높으며, 60대에서는 '10만원 이상 30만원 미만' 응답 비중이 타 연령 대비 높게 나타남
- 가구 소득 900만원 이상에서는 '50만원 이상' 지불했다는 응답이 8.6%로 타 집단 대비 높음

[그림5-59] 전통한복 대여 비용(비관광지_1일 기준)



[표5-70] 전통한복 대여 비용(비관광지_1일 기준)

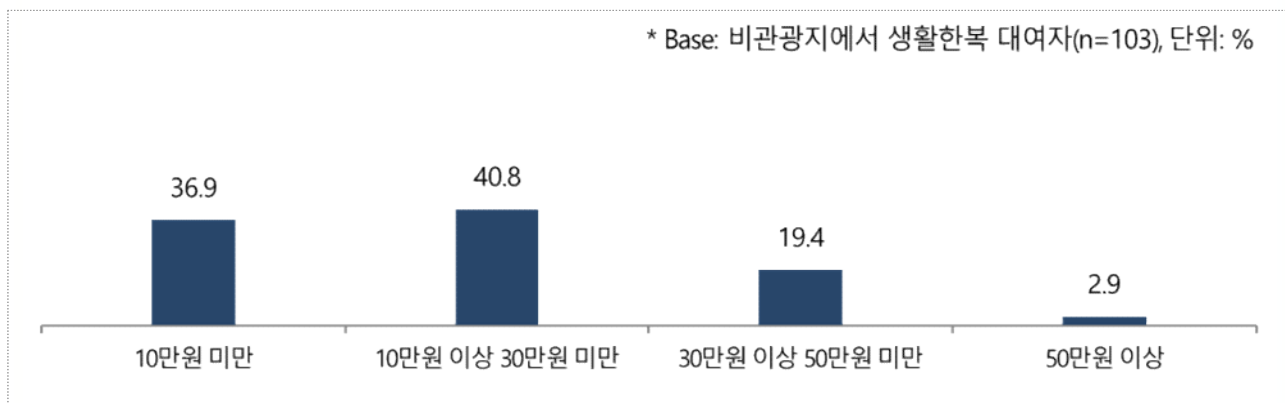
[단위: %]

구분		사례 수	10만원 미만	10만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 50만원 미만	50만원 이상
전체		(270)	35.6	45.9	14.8	3.7
성별	남성	(111)	38.7	43.2	15.3	2.7
	여성	(159)	33.3	47.8	14.5	4.4
연령대	20대	(37)	32.4	37.8	27.0	2.7
	30대	(57)	43.9	36.8	17.5	1.8
	40대	(64)	43.8	43.8	10.9	1.6
	50대	(53)	28.3	47.2	18.9	5.7
	60대	(59)	27.1	61.0	5.1	6.8
	가구 소득					
가구 소득	300만원 미만	(42)	38.1	47.6	11.9	2.4
	300~600만원 미만	(130)	40.8	43.1	13.1	3.1
	600~900만원 미만	(63)	25.4	50.8	20.6	3.2
	900만원 이상	(35)	31.4	45.7	14.3	8.6

(나) 생활한복

- 비관광지에서 생활한복 대여 시 지불한 대여 비용은 '10만원 이상 30만원 미만'이 40.8%로 가장 높게 나타남
- 여성보다 남성에서 '30만원 이상 50만원 미만' 지불했다는 응답이 28.6%로 높게 나타남

[그림5-60] 생활한복 대여 비용(비관광지_1일 기준)



[표5-71] 생활한복 대여 비용(비관광지_1일 기준)

[단위: %]

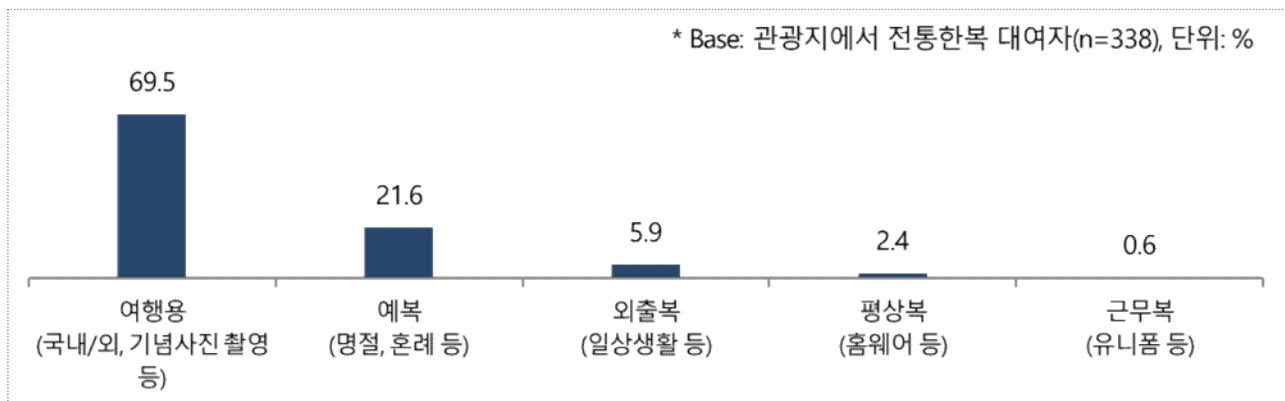
구분		사례 수	10만원 미만	10만원 이상 30만원 미만	30만원 이상 50만원 미만	50만원 이상
전체		(103)	36.9	40.8	19.4	2.9
성별	남성	(63)	36.5	33.3	28.6	1.6
	여성	(40)	37.5	52.5	5.0	5.0
연령대	20대	(32)	31.3	31.3	34.4	3.1
	30대	(32)	31.3	53.1	12.5	3.1
	40대	(22)	36.4	45.5	18.2	-
	50대	(10)	50.0	30.0	10.0	10.0
	60대	(7)	71.4	28.6	-	-
	300만원 미만	(21)	52.4	28.6	14.3	4.8
가구 소득	300~600만원 미만	(48)	29.2	50.0	18.8	2.1
	600~900만원 미만	(18)	33.3	27.8	38.9	-
	900만원 이상	(16)	43.8	43.8	6.3	6.3

7) 한복 대여 용도(관광지)

(가) 전통한복

- 관광지에서 대여한 전통한복의 용도로 응답자의 69.5%가 '여행용'으로 조사됨
- '예복 (23.4%)'은 남성에서, '여행용 (72.5%)'은 여성에서 상대적으로 높게 나타남
- 가구 소득별로 살펴보면, 300만원 미만과 900만원 이상에서 '여행용'으로 대여했다는 응답이 타 집단 대비 높음

[그림5-61] 전통한복 대여 용도(관광지)



[표5-72] 전통한복 대여 용도(관광지)

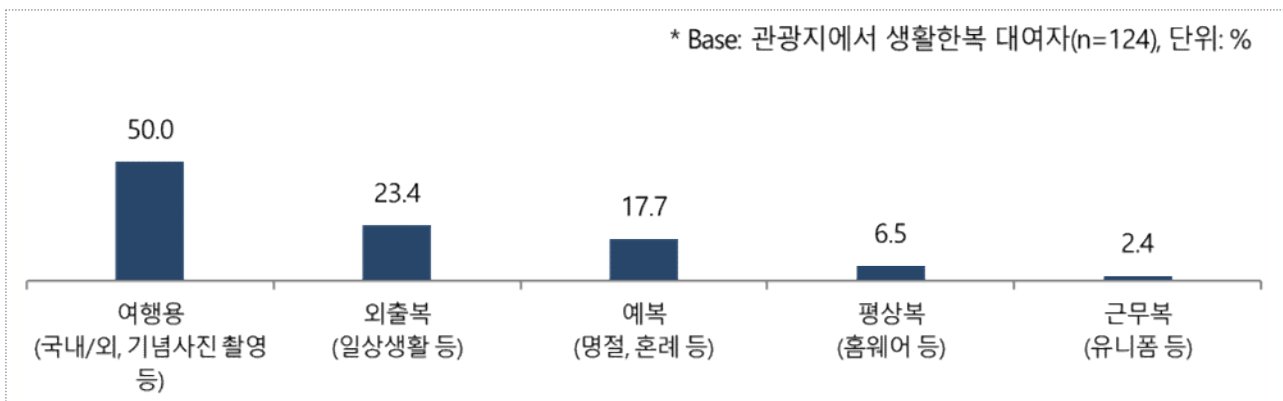
[단위: %]

구분		사례 수	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	예복 (명절, 혼례 등)	외출복 (일상생활 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)
전체		(338)	69.5	21.6	5.9	2.4	0.6
성별	남성	(171)	66.7	23.4	7.0	1.8	1.2
	여성	(167)	72.5	19.8	4.8	3.0	-
연령대	20대	(98)	70.4	17.3	11.2	1.0	-
	30대	(89)	58.4	32.6	2.2	4.5	2.2
	40대	(76)	72.4	18.4	5.3	3.9	-
	50대	(49)	81.6	14.3	4.1	-	-
	60대	(26)	73.1	23.1	3.8	-	-
	70대	(14)	78.6	14.3	4.1	-	-
가구 소득	300만원 미만	(50)	78.0	14.0	6.0	-	2.0
	300~600만원 미만	(149)	67.1	24.8	6.7	1.3	-
	600~900만원 미만	(92)	65.2	22.8	5.4	5.4	1.1
	900만원 이상	(47)	76.6	17.0	4.3	2.1	-

(나) 생활한복

- 관광지에서 대여한 생활한복의 용도로 응답자의 50%가 '여행용'으로 가장 높게 나타남
- 그다음으로 '외출복 (23.4%)', '예복 (17.7%)' 등의 순

[그림5-62] 생활한복 대여 용도(관광지)



[표5-73] 생활한복 대여 용도(관광지)

[단위: %]

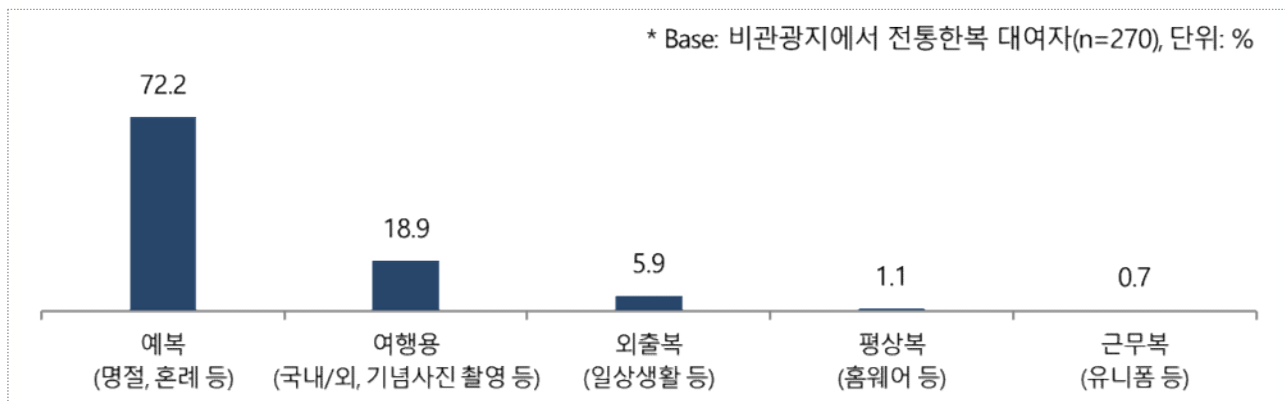
구분		사례 수	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	외출복 (일상생활 등)	예복 (명절, 혼례 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)
전체		(124)	50.0	23.4	17.7	6.5	2.4
성별	남성	(70)	50.0	24.3	18.6	2.9	4.3
	여성	(54)	50.0	22.2	16.7	11.1	-
연령대	20대	(42)	35.7	33.3	28.6	2.4	-
	30대	(34)	41.2	26.5	14.7	14.7	2.9
	40대	(28)	53.6	17.9	17.9	3.6	7.1
	50대	(11)	81.8	9.1	-	9.1	-
	60대	(9)	100.0	-	-	-	-
	70대	(6)	100.0	-	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(22)	31.8	36.4	22.7	4.5	4.5
	300~600만원 미만	(56)	51.8	25.0	17.9	5.4	-
	600~900만원 미만	(28)	50.0	25.0	14.3	3.6	7.1
	900만원 이상	(18)	66.7	-	16.7	16.7	-

8) 한복 대여 용도(비관광지)

(가) 전통한복

- 비관광지에서 대여한 전통한복의 용도는 '예복 (72.2%)'이 가장 높게 나타남. 그다음으로는 '여행용 (18.9%)', '외출복 (5.9%)' 등의 순
- 5-60대에서 '예복'을, 20대에서는 '여행용'을 응답한 비중이 타 연령 대비 높게 나타남
- 2-30대에서 '외출복'으로 전통한복을 대여하였다는 응답이 타 연령 대비 높음

[그림5-63] 전통한복 대여 용도(비관광지)



[표5-74] 전통한복 대여 용도(비관광지)

[단위: %]

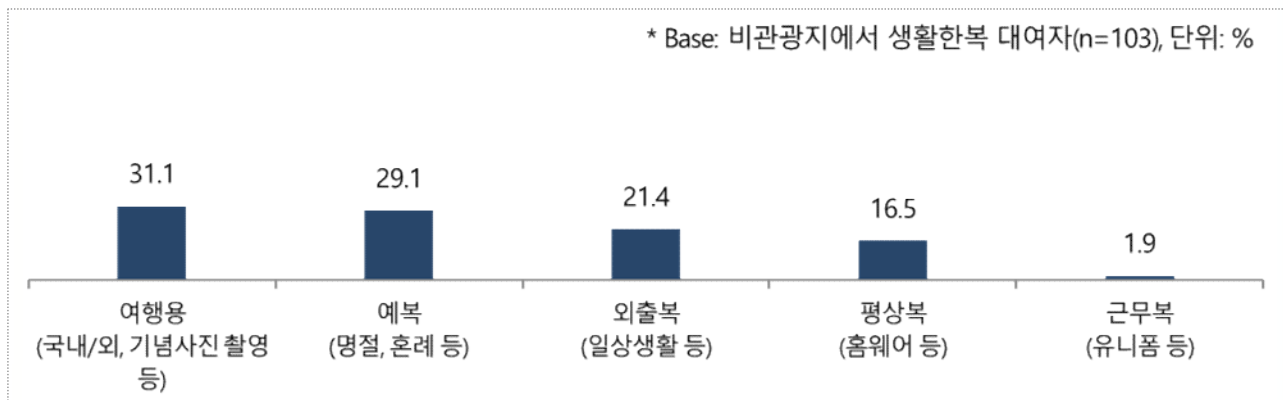
구분		사례 수	예복 (명절, 혼례 등)	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	외출복 (일상생활 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)
전체		(270)	72.2	18.9	5.9	1.1	0.7
성별	남성	(111)	65.8	23.4	6.3	2.7	1.8
	여성	(159)	76.7	15.7	5.7	-	-
연령대	20대	(37)	40.5	45.9	13.5	-	-
	30대	(57)	61.4	21.1	10.5	3.5	-
	40대	(64)	68.8	23.4	3.1	1.6	1.6
	50대	(53)	90.6	3.8	3.8	-	1.9
	60대	(59)	89.8	8.5	1.7	-	-
가구 소득	300만원 미만	(42)	69.0	21.4	9.5	-	-
	300~600만원 미만	(130)	72.3	16.9	6.9	0.8	0.8
	600~900만원 미만	(63)	74.6	20.6	3.2	-	1.6
	900만원 이상	(35)	71.4	20.0	2.9	5.7	-

※ 기타 응답값 미제시

(나) 생활한복

- 비관광지에서 대여한 생활한복의 용도는 '여행용'이 가장 높게 나타남
- 여성의 경우 '예복'의 용도로 비관광지에서 생활한복을 대여했다는 응답이 남성 대비 높게 나타남
- 반면 남성의 경우 '평상복' 용도로 비관광지에서 생활한복을 대여하였다는 응답이 여성 대비 높게 조사됨

[그림5-64] 생활한복 대여 용도(비관광지)



[표5-75] 생활한복 대여 용도(비관광지)

[단위: %]

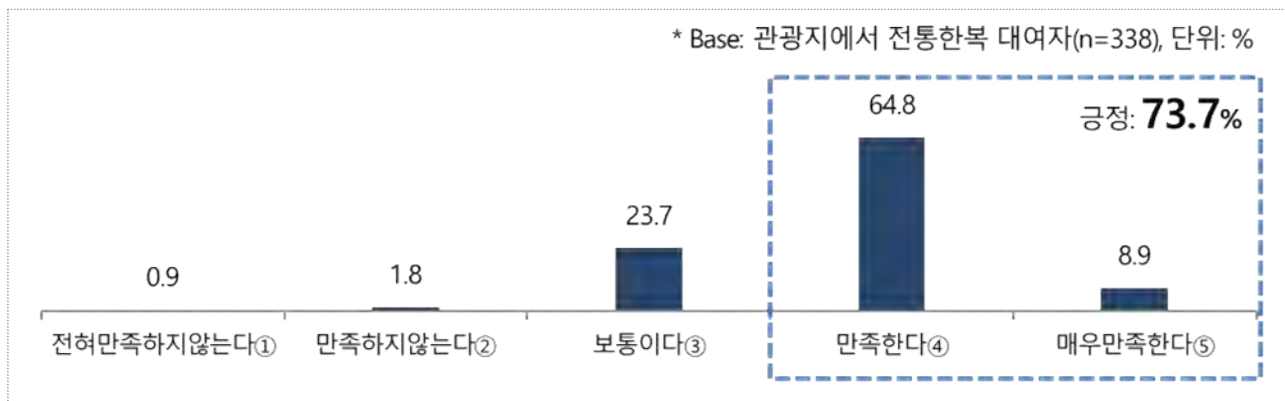
구분	사례 수	여행용 (국내/외, 기념사진 촬영 등)	예복 (명절, 혼례 등)	외출복 (일상생활 등)	평상복 (홈웨어 등)	근무복 (유니폼 등)
전체	(103)	31.1	29.1	21.4	16.5	1.9
성별	남성	(63)	28.6	23.8	22.2	3.2
	여성	(40)	35.0	37.5	20.0	-
연령대	20대	(32)	37.5	21.9	21.9	3.1
	30대	(32)	25.0	28.1	31.3	3.1
	40대	(22)	27.3	27.3	18.2	-
	50대	(10)	40.0	50.0	-	-
	60대	(7)	28.6	42.9	14.3	-
	70대	(2)	-	-	-	-
가구 소득	300만원 미만	(21)	42.9	33.3	23.8	-
	300~600만원 미만	(48)	20.8	37.5	22.9	2.1
	600~900만원 미만	(18)	27.8	11.1	22.2	33.3
	900만원 이상	(16)	50.0	18.8	12.5	18.8

9) 한복 대여 만족도(관광지)

(가) 전통한복

- 관광지에서 대여한 전통한복은 응답자의 73.7%가 만족한다고 응답함
- 반면, 가구 소득 900만원 이상에서 '만족도가 낮음(전혀 만족하지 않는다 + 만족하지 않는다)'의 비중이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-65] 전통한복 대여 만족도(관광지)



[표5-76] 전통한복 대여 만족도(관광지)

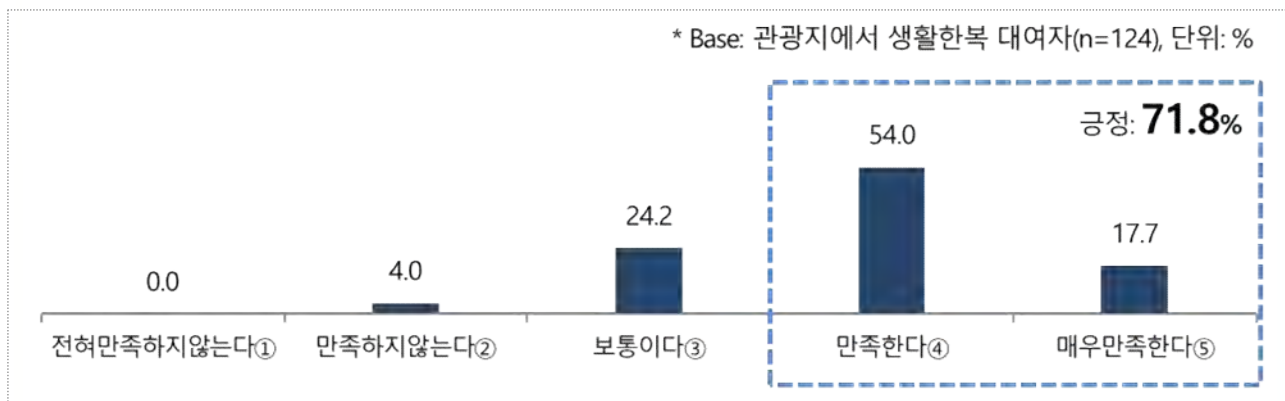
[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
전체		(338)	0.9	1.8	23.7	64.8	8.9
성별	남성	(171)	1.2	-	22.2	67.3	9.4
	여성	(167)	0.6	3.6	25.1	62.3	8.4
연령대	20대	(98)	-	1.0	21.4	68.4	9.2
	30대	(89)	2.2	3.4	23.6	65.2	5.6
	40대	(76)	-	1.3	26.3	63.2	9.2
	50대	(49)	-	-	24.5	65.3	10.2
	60대	(26)	3.8	3.8	23.1	53.8	15.4
	가구 소득 300만원 미만	(50)	-	-	32.0	58.0	10.0
가구 소득	300~600만원 미만	(149)	0.7	2.0	20.8	69.1	7.4
	600~900만원 미만	(92)	1.1	1.1	23.9	64.1	9.8
	900만원 이상	(47)	2.1	4.3	23.4	59.6	10.6

(나) 생활한복

- 관광지에서 대여한 생활한복의 만족도에 대해 응답자의 71.8%가 긍정적으로 나타남
- 여성 대비 남성에서 '만족(매우만족+만족)' 하는 비율이 상대적으로 높게 나타남

[그림5-66] 생활한복 대여 만족도(관광지)



[표5-77] 생활한복 대여 만족도(관광지)

[단위: %]

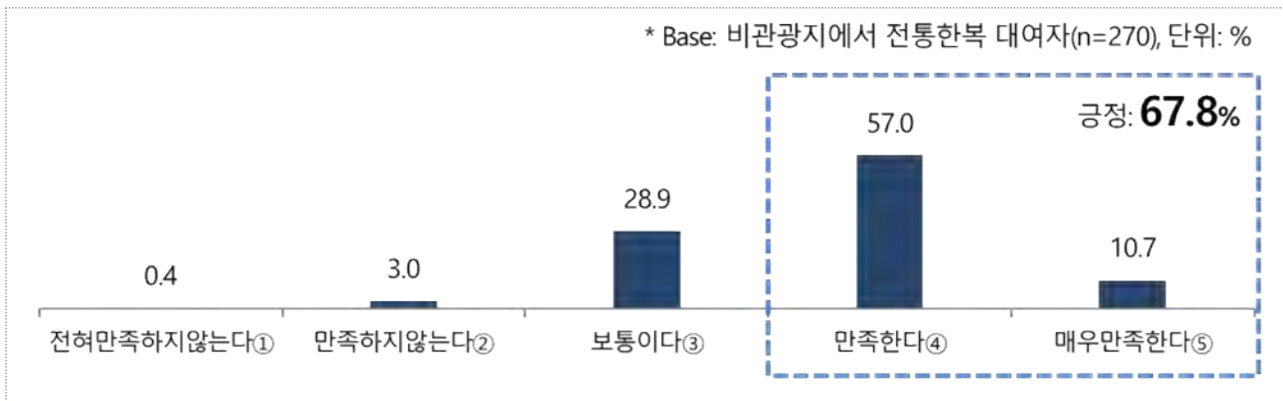
구분		사례 수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
전체		(124)	-	4.0	24.2	54.0	17.7
성별	남성	(70)	-	4.3	15.7	61.4	18.6
	여성	(54)	-	3.7	35.2	44.4	16.7
연령대	20대	(42)	-	4.8	21.4	57.1	16.7
	30대	(34)	-	-	23.5	50.0	26.5
	40대	(28)	-	-	28.6	64.3	7.1
	50대	(11)	-	9.1	27.3	45.5	18.2
	60대	(9)	-	22.2	22.2	33.3	22.2
가구 소득	300만원 미만	(22)	-	4.5	40.9	40.9	13.6
	300~600만원 미만	(56)	-	3.6	25.0	55.4	16.1
	600~900만원 미만	(28)	-	-	14.3	67.9	17.9
	900만원 이상	(18)	-	11.1	16.7	44.4	27.8

10) 한복 대여 만족도(비관광지)

(가) 전통한복

- 비관광지에서 대여한 전통한복은 응답자의 67.8%가 긍정 의견으로, 부정 의견이 매우 낮아 긍정적인 수준
- 연령 기준 50대 및 가구 소득 600~900만원 미만에서 '만족(매우 만족+만족)' 비중이 타 집단 대비 높게 나타남

[그림5-67] 전통한복 대여 만족도(비관광지)



[표5-78] 전통한복 대여 만족도(비관광지)

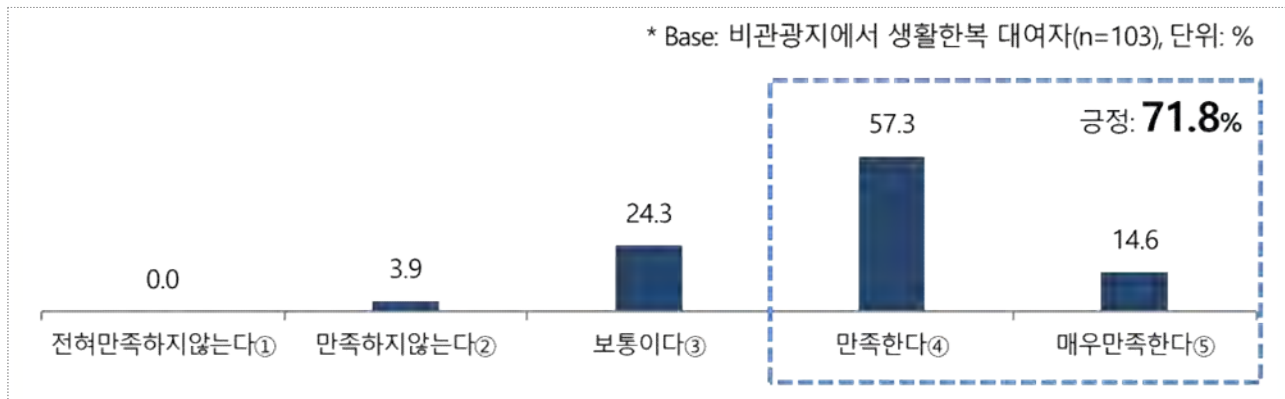
[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
전체		(270)	0.4	3.0	28.9	57.0	10.7
성별	남성	(111)	0.9	-	33.3	56.8	9.0
	여성	(159)	-	5.0	25.8	57.2	11.9
연령대	20대	(37)	-	5.4	24.3	51.4	18.9
	30대	(57)	1.8	3.5	28.1	49.1	17.5
	40대	(64)	-	1.6	39.1	51.6	7.8
	50대	(53)	-	1.9	20.8	67.9	9.4
	60대	(59)	-	3.4	28.8	64.4	3.4
가구 소득	300만원 미만	(42)	-	2.4	35.7	54.8	7.1
	300~600만원 미만	(130)	0.8	3.1	30.8	56.2	9.2
	600~900만원 미만	(63)	-	1.6	23.8	61.9	12.7
	900만원 이상	(35)	-	5.7	22.9	54.3	17.1

(나) 생활한복

- 비관광지에서 대여한 생활한복의 만족도에 대해 응답자의 71.8%가 긍정적으로 나타남

[그림5-68] 생활한복 대여 만족도(비관광지)



[표5-79] 생활한복 대여 만족도(비관광지)

[단위: %]

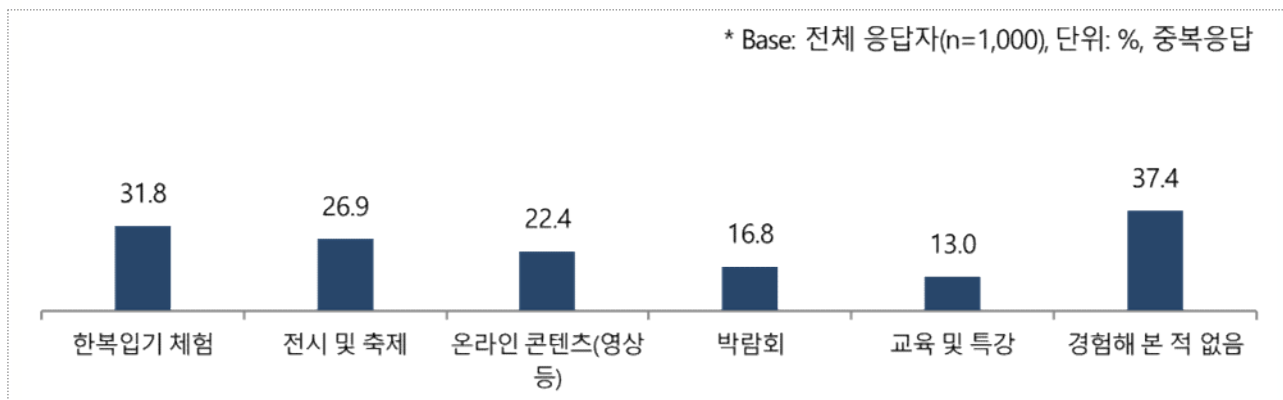
구분		사례 수	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
전체		(103)	-	3.9	24.3	57.3	14.6
성별	남성	(63)	-	3.2	25.4	54.0	17.5
	여성	(40)	-	5.0	22.5	62.5	10.0
연령대	20대	(32)	-	3.1	25.0	56.3	15.6
	30대	(32)	-	9.4	21.9	50.0	18.8
	40대	(22)	-	-	31.8	54.5	13.6
	50대	(10)	-	-	20.0	70.0	10.0
	60대	(7)	-	-	14.3	85.7	-
가구 소득	300만원 미만	(21)	-	-	23.8	61.9	14.3
	300~600만원 미만	(48)	-	6.3	27.1	56.3	10.4
	600~900만원 미만	(18)	-	-	16.7	72.2	11.1
	900만원 이상	(16)	-	6.3	25.0	37.5	31.3

7. 한복 관련 프로그램 경험 실태

1) 한복 관련 프로그램 경험

- 응답자의 37.4%가 한복 관련 프로그램에 대한 경험이 없다고 응답함
- 연령대가 낮을수록, '한복 입기 체험'에 대한 경험 비율이 증가함

[그림5-69] 한복 관련 프로그램 경험



[표5-80] 한복 관련 프로그램 경험

[단위: %]

구분		사례 수	한복 입기 체험	전시 및 축제	온라인 콘텐츠 (영상 등)	박람회	교육 및 특강	경험해 본 적 없음
전체		(1,000)	31.8	26.9	22.4	16.8	13.0	37.4
성별	남성	(500)	29.2	32.8	27.0	18.6	13.0	34.0
	여성	(500)	34.4	21.0	17.8	15.0	13.0	40.8
연령대	20대	(200)	42.0	30.0	27.0	21.0	17.5	26.0
	30대	(200)	35.0	26.5	24.0	22.5	19.5	32.0
	40대	(200)	34.5	31.5	21.5	18.0	13.5	31.0
	50대	(200)	31.0	24.5	18.5	11.0	11.0	45.0
	60대	(200)	16.5	22.0	21.0	11.5	3.5	53.0
가구 소득	300만원 미만	(178)	27.0	20.8	20.2	11.2	10.7	41.6
	300~600만원 미만	(469)	29.6	26.0	22.0	18.6	13.9	38.8
	600~900만원 미만	(233)	36.1	29.2	21.5	15.0	12.4	35.2
	900만원 이상	(120)	39.2	35.0	29.2	21.7	14.2	30.0

[표5-81] 한복 관련 프로그램 경험 - 전시 및 축제

[단위: %]

구분		사례 수	종로 한복축제	박람회	전시	지역축제	2022 한복상점	궁궐 관람
전체		(269)	11.2	8.6	4.1	3.3	3.3	3.3
성별	남성	(164)	11.0	9.8	3.0	4.3	4.3	4.3
	여성	(105)	11.4	6.7	5.7	1.9	1.9	1.9
연령대	20대	(60)	10.0	1.7	1.7	-	1.7	3.3
	30대	(53)	18.9	7.5	-	9.4	1.9	-
	40대	(63)	11.1	11.1	9.5	1.6	3.2	3.2
	50대	(49)	4.1	12.2	6.1	6.1	2.0	4.1
	60대	(44)	11.4	11.4	2.3	-	9.1	6.8
가구 소득	300만원 미만	(37)	10.8	5.4	5.4	2.7	-	2.7
	300~600만원 미만	(122)	9.8	9.8	2.5	4.1	3.3	4.9
	600~900만원 미만	(68)	11.8	11.8	7.4	1.5	2.9	1.5
	900만원 이상	(42)	14.3	2.4	2.4	4.8	7.1	2.4

※ 응답 값 상위 6위까지 제시

[표5-82] 한복 관련 프로그램 경험 - 박람회

[단위: %]

구분		사례 수	2022 한복상점	박람회	한복 입기 체험	전시	지역축제	도자기축제
전체		(168)	23.2	6.0	2.4	2.4	1.2	0.6
성별	남성	(93)	22.6	5.4	3.2	3.2	1.1	-
	여성	(75)	24.0	6.7	1.3	1.3	1.3	1.3
연령대	20대	(42)	19.0	2.4	4.8	-	-	-
	30대	(45)	26.7	6.7	2.2	2.2	-	-
	40대	(36)	27.8	8.3	-	-	-	2.8
	50대	(22)	13.6	9.1	4.5	4.5	9.1	-
	60대	(23)	26.1	4.3	-	8.7	-	-
가구 소득	300만원 미만	(20)	30.0	5.0	5.0	5.0	-	5.0
	300~600만원 미만	(87)	23.0	4.6	2.3	2.3	1.1	-
	600~900만원 미만	(35)	22.9	5.7	2.9	2.9	-	-
	900만원 이상	(26)	19.2	11.5	-	-	3.8	-

※ 응답 값 상위 6위까지 제시

[표5-83] 한복 관련 프로그램 경험 - 교육 및 특강

[단위: %]

구분		사례 수	한복특강	한복 교육 특강	한복 입는 법	한복 예절 특강	문화센터	한복 입기 체험
전체		(130)	6.2	3.8	3.1	2.3	2.3	2.3
성별	남성	(65)	6.2	6.2	4.6	1.5	3.1	1.5
	여성	(65)	6.2	1.5	1.5	3.1	1.5	3.1
연령대	20대	(35)	2.9	2.9	5.7	-	2.9	-
	30대	(39)	7.7	2.6	2.6	-	-	5.1
	40대	(27)	7.4	7.4	3.7	-	7.4	3.7
	50대	(22)	9.1	4.5	-	9.1	-	-
	60대	(7)	-	-	-	14.3	-	-
가구 소득	300만원 미만	(19)	5.3	5.3	5.3	-	-	-
	300~600만원 미만	(65)	6.2	4.6	3.1	3.1	1.5	-
	600~900만원 미만	(29)	6.9	-	3.4	3.4	6.9	10.3
	900만원 이상	(17)	5.9	5.9	-	-	-	-

※ 응답 값 상위 6위까지 제시

[표5-84] 한복 관련 프로그램 경험 - 한복 입기 체험

[단위: %]

구분		사례 수	경복궁 행사	한복 입기 체험	전주한옥 마을 행사	민속촌	체험 박람회	궁궐 관람
전체		(318)	10.4	8.5	7.5	4.4	2.8	3.1
성별	남성	(146)	11.0	10.3	5.5	3.4	2.1	6.2
	여성	(172)	9.9	7.0	9.3	5.2	3.5	0.6
연령대	20대	(84)	10.7	8.3	4.8	1.2	1.2	-
	30대	(70)	8.6	11.4	5.7	5.7	4.3	1.4
	40대	(69)	11.6	10.1	7.2	4.3	2.9	4.3
	50대	(62)	9.7	6.5	11.3	3.2	1.6	8.1
	60대	(33)	12.1	3.0	12.1	12.1	6.1	3.0
가구 소득	300만원 미만	(48)	8.3	10.4	6.3	2.1	6.3	2.1
	300~600만원 미만	(139)	10.1	8.6	8.6	5.0	2.9	4.3
	600~900만원 미만	(84)	11.9	8.3	7.1	4.8	1.2	3.6
	900만원 이상	(47)	10.6	6.4	6.4	4.3	2.1	-

※ 응답 값 상위 6위까지 제시

[표5-85] 한복 관련 프로그램 경험 - 온라인 콘텐츠

[단위: %]

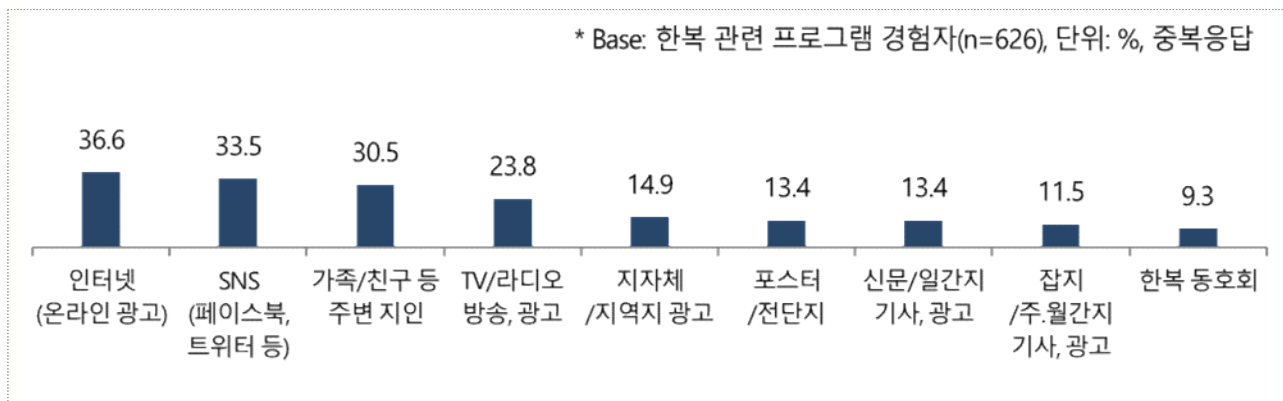
구분		사례 수	유튜브	교육 콘텐츠	홍보영상	한복 패션쇼	생활한복	한복 입는 법
전체		(224)	12.9	4.9	2.7	1.3	1.3	0.9
성별	남성	(135)	14.1	4.4	3.7	1.5	1.5	0.7
	여성	(89)	11.2	5.6	1.1	1.1	1.1	1.1
연령대	20대	(54)	11.1	1.9	3.7	1.9	-	1.9
	30대	(48)	6.3	4.2	-	-	-	-
	40대	(43)	11.6	9.3	-	2.3	-	2.3
	50대	(37)	13.5	5.4	8.1	-	5.4	-
	60대	(42)	23.8	4.8	2.4	2.4	2.4	-
가구 소득	300만원 미만	(36)	13.9	2.8	5.6	2.8	-	5.6
	300~600만원 미만	(103)	11.7	5.8	2.9	1.0	-	-
	600~900만원 미만	(50)	14.0	6.0	2.0	2.0	6.0	-
	900만원 이상	(35)	14.3	2.9	-	-	-	-

※ 응답 값 상위 6위까지 제시

2) 한복 관련 프로그램 인지 경로

- 한복 관련 프로그램을 인지한 경로로, 응답자의 36.6%, 33.5%가 각각 온라인 매체인 '인터넷', 'SNS'로 나타남
- 고연령대인 50-60대에서는 '주변 지인'을 통해 인지한 응답자 비율이 타 연령 대비 높음
- 가구 소득 300만원 미만에서 타 소득 구간 대비 TV('TV/라디오 방송, 광고')와 지류('지자체/지역지 광고', '포스터/전단지', '신문/일간지 기사, 광고')가 상대적으로 낮음

[그림5-70] 한복 관련 프로그램 인지 경로



[표5-86] 한복 관련 프로그램 인지 경로

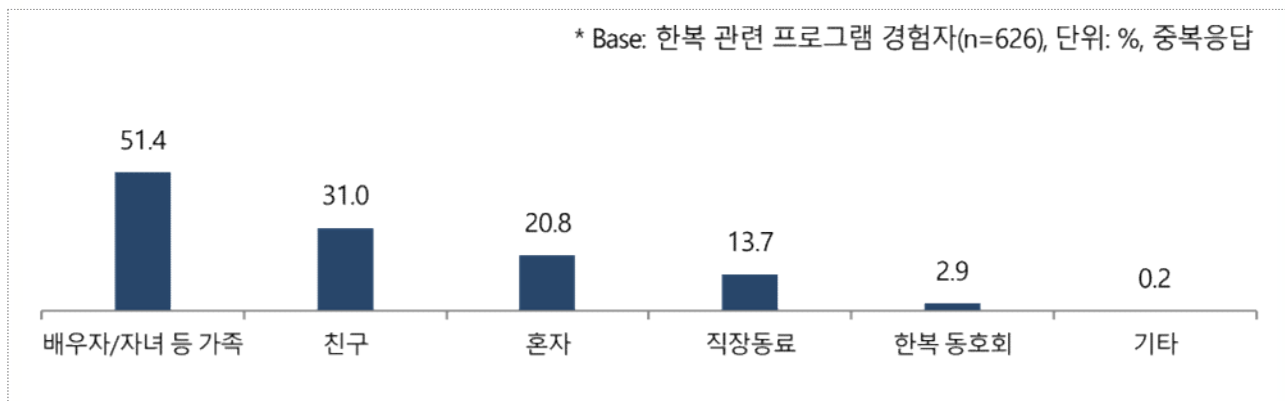
[단위: %]

구분	사례 수	인터넷	SNS	주변 지인	TV/라디오 방송, 광고	지자체 /지역지 광고	포스터 /전단지	신문/일간지 기사, 광고	잡지/주.월간지 기사, 광고	한복 동호회
전체	(626)	36.6	33.5	30.5	23.8	14.9	13.4	13.4	11.5	9.3
성별	남성	(330)	39.1	35.2	29.7	26.1	13.9	14.2	16.1	11.8
	여성	(296)	33.8	31.8	31.4	21.3	15.9	12.5	10.5	11.1
연령대	20대	(148)	29.7	41.9	29.1	17.6	12.8	14.9	10.1	12.2
	30대	(136)	37.5	37.5	17.6	25.0	16.2	19.1	13.2	15.4
	40대	(138)	38.4	35.5	31.9	24.6	13.0	12.3	15.9	12.3
	50대	(110)	39.1	26.4	40.9	22.7	19.1	9.1	10.9	7.3
	60대	(94)	40.4	20.2	37.2	31.9	13.8	9.6	18.1	8.5
	60대	(94)	40.4	20.2	37.2	31.9	13.8	9.6	18.1	8.5
가구 소득	300만원 미만	(104)	36.5	30.8	29.8	15.4	7.7	9.6	9.6	10.6
	300~600만원 미만	(287)	34.5	32.1	31.4	23.7	15.0	12.9	13.6	11.1
	600~900만원 미만	(151)	37.7	33.1	31.8	29.8	19.9	12.6	12.6	12.6
	900만원 이상	(84)	41.7	42.9	26.2	23.8	14.3	21.4	19.0	13.1

3) 한복 관련 프로그램 동반 유형

- 한복 관련 프로그램 참여시 동반 유형은 '가족'이 51.4%로 과반수를 차지함
- 여성은 남성보다 '친구'와 함께 참여했다는 비율이 39.2%로 높음
- 가구 소득 900만원 이상에서 '배우자/자녀 등 가족'과 참여하였다는 응답이 64.3%로 타 집단 대비 높게 나타남
- 반면, 20대에서는 '혼자' 한복 관련 프로그램을 참여한 비중이 31.8%로 타 연령 대비 높음

[그림5-71] 한복 관련 프로그램 동반 유형



[표5-87] 한복 관련 프로그램 동반 유형

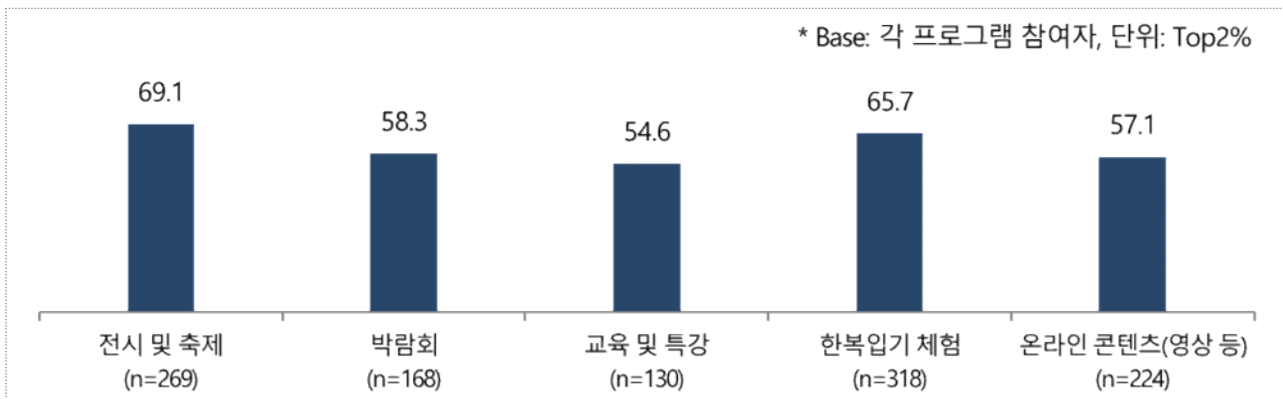
[단위: %]

구분		사례 수	배우자/ 자녀 등 가족	친구	혼자	직장동료	한복 동호회	기타
전체		(626)	51.4	31.0	20.8	13.7	2.9	0.2
성별	남성	(330)	56.4	23.6	22.1	16.4	3.3	-
	여성	(296)	45.9	39.2	19.3	10.8	2.4	0.3
연령대	20대	(148)	30.4	45.9	31.8	17.6	5.4	-
	30대	(136)	47.1	35.3	17.6	19.9	2.2	-
	40대	(138)	62.3	26.8	13.0	13.0	3.6	-
	50대	(110)	60.0	20.0	20.9	7.3	-	0.9
	60대	(94)	64.9	20.2	19.1	7.4	2.1	-
가구 소득	300만원 미만	(104)	30.8	39.4	33.7	11.5	1.9	-
	300~600만원 미만	(287)	51.2	31.4	19.5	15.3	3.1	-
	600~900만원 미만	(151)	58.9	25.2	15.9	15.2	1.3	0.7
	900만원 이상	(84)	64.3	29.8	17.9	8.3	6.0	-

4) 한복 관련 프로그램 전반적 만족도

- ④ 한복 관련 참여 프로그램 만족 비율은 '전시 및 축제 (69.1%)'가 가장 높으며, '한복 입기 체험 (65.7%)', '박람회 (58.3%)' 순

[그림5-72] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도



[표5-88] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 전시 및 축제

[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
전체		(269)	-	3.0	27.9	58.4	10.8
성별	남성	(164)	-	4.9	30.5	54.3	10.4
	여성	(105)	-	-	23.8	64.8	11.4
연령대	20대	(60)	-	3.3	28.3	51.7	16.7
	30대	(53)	-	9.4	26.4	56.6	7.5
	40대	(63)	-	1.6	36.5	49.2	12.7
	50대	(49)	-	-	24.5	63.3	12.2
	60대	(44)	-	-	20.5	77.3	2.3
가구 소득	300만원 미만	(37)	-	-	35.1	54.1	10.8
	300~600만원 미만	(122)	-	3.3	26.2	60.7	9.8
	600~900만원 미만	(68)	-	1.5	25.0	58.8	14.7
	900만원 이상	(42)	-	7.1	31.0	54.8	7.1

[표5-89] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 박람회

[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우만족함
전체		(168)	0.6	5.4	35.7	48.8	9.5
성별	남성	(93)	-	5.4	38.7	49.5	6.5
	여성	(75)	1.3	5.3	32.0	48.0	13.3
연령대	20대	(42)	-	4.8	35.7	45.2	14.3
	30대	(45)	2.2	6.7	42.2	40.0	8.9
	40대	(36)	-	8.3	33.3	58.3	-
	50대	(22)	-	-	27.3	50.0	22.7
	60대	(23)	-	4.3	34.8	56.5	4.3
가구 소득	300만원 미만	(20)	-	5.0	35.0	50.0	10.0
	300~600만원 미만	(87)	1.1	8.0	37.9	48.3	4.6
	600~900만원 미만	(35)	-	2.9	34.3	51.4	11.4
	900만원 이상	(26)	-	-	30.8	46.2	23.1

[표5-90] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 교육 및 특강

[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
전체		(130)	-	5.4	40.0	42.3	12.3
성별	남성	(65)	-	4.6	43.1	38.5	13.8
	여성	(65)	-	6.2	36.9	46.2	10.8
연령대	20대	(35)	-	5.7	45.7	37.1	11.4
	30대	(39)	-	5.1	38.5	43.6	12.8
	40대	(27)	-	7.4	29.6	48.1	14.8
	50대	(22)	-	-	45.5	40.9	13.6
	60대	(7)	-	14.3	42.9	42.9	-
가구 소득	300만원 미만	(19)	-	10.5	36.8	52.6	-
	300~600만원 미만	(65)	-	7.7	40.0	38.5	13.8
	600~900만원 미만	(29)	-	-	41.4	41.4	17.2
	900만원 이상	(17)	-	-	41.2	47.1	11.8

[표5-91] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 한복 입기 체험

[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
전체		(318)	1.6	2.5	30.2	54.7	11.0
성별	남성	(146)	2.1	2.7	23.3	56.8	15.1
	여성	(172)	1.2	2.3	36.0	52.9	7.6
연령대	20대	(84)	1.2	2.4	33.3	53.6	9.5
	30대	(70)	4.3	4.3	31.4	52.9	7.1
	40대	(69)	-	-	29.0	59.4	11.6
	50대	(62)	1.6	1.6	24.2	58.1	14.5
	60대	(33)	-	6.1	33.3	45.5	15.2
가구 소득	300만원 미만	(48)	2.1	2.1	37.5	45.8	12.5
	300~600만원 미만	(139)	0.7	3.6	33.8	49.6	12.2
	600~900만원 미만	(84)	1.2	2.4	21.4	63.1	11.9
	900만원 이상	(47)	4.3	-	27.7	63.8	4.3

[표5-92] 한복 관련 프로그램 전반적 만족도 - 온라인 콘텐츠

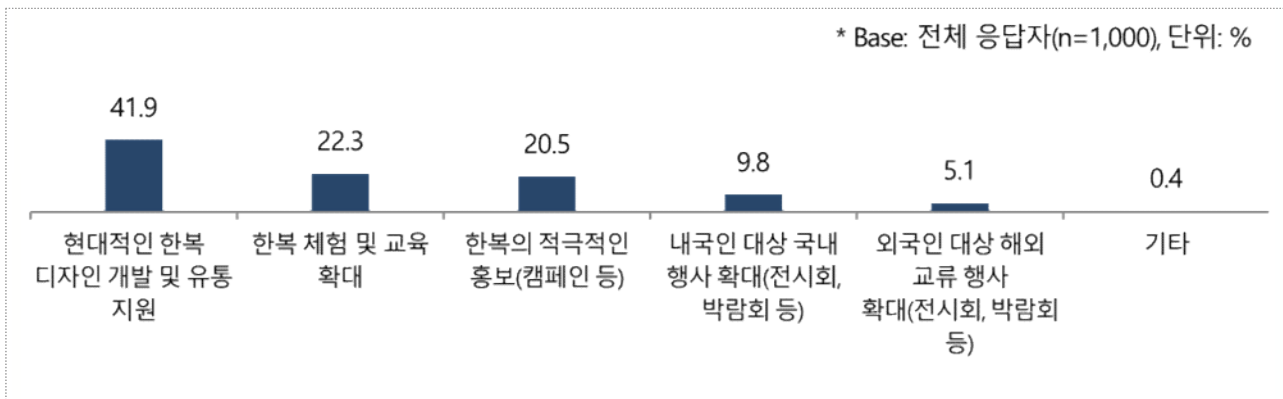
[단위: %]

구분		사례 수	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
전체		(224)	0.4	5.4	37.1	46.9	10.3
성별	남성	(135)	0.7	6.7	38.5	45.2	8.9
	여성	(89)	-	3.4	34.8	49.4	12.4
연령대	20대	(54)	1.9	5.6	31.5	44.4	16.7
	30대	(48)	-	10.4	37.5	39.6	12.5
	40대	(43)	-	2.3	39.5	51.2	7.0
	50대	(37)	-	2.7	35.1	54.1	8.1
	60대	(42)	-	4.8	42.9	47.6	4.8
가구 소득	300만원 미만	(36)	2.8	5.6	38.9	44.4	8.3
	300~600만원 미만	(103)	-	6.8	35.9	48.5	8.7
	600~900만원 미만	(50)	-	-	36.0	58.0	6.0
	900만원 이상	(35)	-	8.6	40.0	28.6	22.9

5) 한복 관련 필요 프로그램

- 향후 한복 사업의 발전을 위해 가장 필요한 한복 관련 프로그램은 '현대적인 한복 디자인 개발 및 유통 지원'이 41.9%로 가장 높은 것으로 나타남

[그림5-73] 한복 관련 필요 프로그램



[표5-93] 한복 관련 필요 프로그램

[단위: %]

구분		사례 수	현대적인 한복 디자인 개발 및 유통 지원	한복 체험 및 교육 확대	한복의 적극적인 홍보(캠페인 등)	내국인 대상 국내 행사 확대(전시회, 박람회 등)	외국인 대상 해외 교류 행사 확대(전시회, 박람회 등)	기타
전체		(1000)	41.9	22.3	20.5	9.8	5.1	0.4
성별	남성	(500)	41.0	20.8	22.6	10.2	5.2	0.2
	여성	(500)	42.8	23.8	18.4	9.4	5.0	0.6
연령대	20대	(200)	36.5	23.5	20.0	12.5	7.0	0.5
	30대	(200)	39.0	25.0	20.5	10.5	5.0	-
	40대	(200)	43.5	23.5	19.0	10.5	3.0	0.5
	50대	(200)	45.5	21.5	20.5	6.5	5.0	1.0
	60대	(200)	45.0	18.0	22.5	9.0	5.5	-
가구 소득	300만원 미만	(178)	39.3	21.3	19.1	12.9	7.3	-
	300~600만원 미만	(469)	43.3	22.0	20.9	9.4	4.1	0.4
	600~900만원 미만	(233)	39.9	21.9	21.5	9.0	6.9	0.9
	900만원 이상	(120)	44.2	25.8	19.2	8.3	2.5	-

CHAPTER

부록1

설문지 - 사업체 조사

한복산업 실태조사

안녕하십니까? 한복산업 실태조사를 담당하고 있는 조사원 ○○○입니다.

문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원에서는 한복산업에 종사하는 사업체의 전반적인 현황 등을 파악하기 위한 목적으로 한복관련 사업체 대상 '한복산업 실태조사'를 실시하고 있습니다.

본 조사의 결과는 한복산업 지원사업 추진 및 정책 서비스 향상에 필요한 기초자료로 활용될 예정이오니, 올바른 정책 수립에 도움이 될 수 있도록 소중한 의견 부탁드립니다.

귀하께서 응답하신 모든 설문 내용은 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의해 철저히 비밀이 보장되며 오로지 연구 목적으로만 사용된다는 것을 말씀드립니다.

조사에 응해 주셔서 다시 한 번 감사드립니다.

2022년 10월

주최기관	 문화체육관광부	주관기관	 한국공예·디자인문화진흥원 Korea Craft & Design Foundation	조사기관	
조사관련 문의	(주) 피엠아이 김기호 과장(02-2055-3873 / ghkim@pmirnc.com) 주소 : 서울시 서초구 강남대로91길 16 서린빌딩 2층 Tel : 02-2055-3873/ Fax : 02-2055-1025				

조사일시	2022년 월 일 : ~ :
조사원 성명	
컨택 현황	① 컨택 성공 ② 결번 ③ 부재 ④ 비수신 ⑤ 통화 중 ⑥ 기타

SQ. 응답자 정보

※ '*'표시된 항목은 필수응답입니다.

업체명*					대표자 성명*							
전화번호*					FAX번호	(□ 없음)						
e-mail	(□ 없음)				Homepage	(□ 없음)						
소재지*	① 서울	② 부산	③ 대구	④ 인천	⑤ 광주	⑥ 대전	⑦ 울산	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충북	⑫ 충남
	⑬ 전북	⑭ 전남	⑮ 경북	⑯ 경남	⑰ 제주도							
세부 주소*												
응답자	성명*				부서	(□ 없음)						
	직급*				연락처*	(□ 거절)						

※ **한복문화산업**

1. 한복과 관련하여 경제적 효과를 만들어내는 모든 활동과 주체
2. 제조, 유통 등 유형의 한복을 생산하고 공급하는 산업 활동과 생산단위
3. 수공 및 기계화된 방식으로 한복을 양산하는 제조활동 및 생산단위, 한복문화산업은
“한복을 기반으로 하는 유, 무형의 재화를 생산하는 활동 및 그에 종사하는 생산단위의 집합”으로 정의
4. 사업영역의 범위는 “제조업, 판매업, 임대업 및 기타 서비스업”까지 확대

SQ1. 한복문화산업이란 한복을 기반으로 하는 유, 무형의 재화를 생산하는 활동으로 한복제조업, 한복판매업, 한복임대업 등이 포함됩니다. 귀사는 한복문화산업에 해당합니까?

- ① 한복문화산업에 해당한다 ② 한복문화산업에 해당하지 않는다  조사 중단

SQ2. 귀하는 한복문화산업 외에 다른 사업을 운영하고 있습니까?

- ① 한복문화산업만 운영한다 ② 다른 사업도 운영한다

 지금부터는 한복문화산업과 관련된 내용만 한정해서 답해주세요

I. 일반 현황

문1. 현재 귀사의 일반현황을 작성해 주시기 바랍니다.

사업체 형태	① 회사법인 ② 개인사업자 ③ 미등록사업자	설립년도	_____년
사업장 형태 (중복 응답)	① 공장 ② 매장 ③ 온라인쇼핑몰 ④ 기타()		
경영 형태	① 창업 ② 동업 ③ 가업계승 ④ 인수 ⑤ 기타()		
대표자 성별	① 남자 ② 여자		
대표자 연령	① 10 ~ 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상		
사업체 소유 형태	① 자가 ② 임차(전세) ③ 임차(월세) ④ 기타()		
사업체(영업장) 유형	① 5평 미만 ② 5평~ 10평 미만 ③ 10평~ 20평 미만 ④ 20평~ 50평 미만 ⑤ 50평~ 100평 미만 ⑥ 100평 이상		
업종 구분 (중복 응답)	① 제조업 ② 판매업 ③ 임대업(대여) ④ 기타(교육 등): _____		
세부 업종 (중복 응답)	① 맞춤복 제작/판매 ② 기성복 제작/판매 ③ 원사·연사·원단 제작/판매 ④ 부자재 제작/판매 ⑤ 바느질·자수 가공 ⑥ 염색·염직 가공 ⑦ 한복대여(임대) ⑧ 한복교육 ⑨ 기타()		
자본금 (2021.12.31.기준)	백만원	매출액 (2021.12.31.기준)	전 체 백만원 한복문화산업 백만원 기타 산업 백만원

문2. 귀 사는 한복문화산업과 관련된 단체 및 협회에 가입 되어있습니까?

- ① 있다 (단체명:) ② 없다

II. 인력 현황

문3. 귀 사의 한복문화산업 분야 인력현황을 기재해 주시기 바랍니다. 2022년 현재 기준으로 기재해 주십시오.

※ 총 근로자 수는 '대표자'를 포함하여 기재해 주시기 바랍니다.

※ 총 근로자 수는 정규직과 비정규직을 포함한 수와 동일하게 작성해 주시기 바랍니다.

※ 취득자격증을 모두 보유하고 있는 경우에는 모두 합산하여 작성 부탁드립니다.

한복 분야 인력 현황							
총 근로자수	명		연령별	30대 이하	40대	50대	60대 이상
				명	명	명	명
성별	남성	여성	학력별	고졸 이하	전문대졸	대졸	대학원 이상
	명	명		명	명	명	명
취득 자격증별	한복산업기사				한복기능사		
	명 (□ 없음)				명 (□ 없음)		
종사 유형별	정규직		비정규직				
	대표자 포함 상시근로자		임시직	일용직	단기근로자		문하생
	명		명	명	명		명
경력별	1년 미만	1년 ~ 5년 미만	5년 ~ 10년 미만	10년 ~ 20년 미만	20년 이상		
	명	명	명	명	명		
평균 임금별	150만원 미만	150 ~ 200만원 미만	200 ~ 300만원 미만	300 ~ 400만원 미만	400만원 이상		
	명	명	명	명	명		
직종별	디자이너	2차가공 기술 (봉제, 자수 등)	생산직	사무직(일반직)	매장관리/영업	기타	
	명	명	명	명	명	명	

문4. 귀 사의 한복문화산업 연도별 인력 현황과 향후 신규 인력 채용 계획을 기재해 주시기 바랍니다.

※ 상시 근로자 수는 '대표자'를 포함하여 기재해 주시기 바랍니다.

구분	2021년	2022년	채용 계획	2023년
총 상시 근로자 수	명	명	채용 인원 수	명 (□ 없음)
총 비정규직 근로자 수	명 (□ 없음)	명		명 (□ 없음)

문5. 현재 한복문화산업계의 인력 고용 여건은 어떻다고 생각하십니까?

문9_1. 귀 사의 대여 한복 중 가장 많이 구비하고 있는 디자인은 무엇입니까?

- ① 전통한복 ② 생활한복 ③ 기타()

문10. 귀 사의 한복 대여 고객 중 외국인이 있습니까? (SA)

- ① 있다 ② 없다

문10_1. (문10 ①응답자만) 그렇다면, 가장 많은 비중을 차지하는 외국인의 국적은 어디입니까?

- ① 중국 ② 일본 ③ 미국/유럽 ④ 동남아시아 ⑤기타()

문11. 1년 중 한복 대여가 가장 많은 성수기는 언제입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

- ① 1월 ② 2월 ③ 3월
④ 4월 ⑤ 5월 ⑥ 6월
⑦ 7월 ⑧ 8월 ⑨ 9월
⑩ 10월 ⑪ 11월 ⑫ 12월

문11_1. 성수기와 비수기로 구분할 때 “한복을 대여하지 않는 소비자를 포함한” 1일 방문자 수(명)와 실제 한복을 대여하는 소비자의 비중(%)은 어느 정도입니까?

성수기 기준		비수기 기준	
1일 평균 총 방문자 수 (비대여자 포함)	방문자 중 실제 대여자 비중	1일 평균 총 방문자 수 (비대여자 포함)	방문자 중 실제 대여자 비중
명	%	명	%

문12. 대여 한복의 조달 방법은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오. (MA)

- ① 자체 디자인 및 생산 ② 자체 디자인 및 국내 외주 생산 ③ 자체 디자인 및 해외 외주 생산
④ 국내 생상품 구입 ⑤ 해외 생상품 구입

문13. 대여 한복의 신상품이 공급되는 주기는 어떻게 되십니까?

- ① 2주 이내 ② 2주~1개월 이내 ③ 1개월~2개월 이내
④ 2개월~6개월 이내 ⑤ 6개월 이상

문14. 향후 3년 이내를 기준으로 할 때, 한복 대여 시장을 어떻게 전망하십니까?

- ① 매우 감소 ② 감소 ③ 현재 수준 유지
④ 증가 ⑤ 매우 증가

문15. (세부업종=⑧한복교육 응답자만 제시) 귀 사의 전체 사업 중 교육의 비중은 어떻게 되십니까?

교육의 비중 ()%

문15_1. (세부업종=⑧한복교육 응답자만 제시) 귀사의 한복관련 교육 내용은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오. (MA)

- ① 디자인개발 ② 봉제 ③ 한복코디네이터
 ④ 한복관련 역사 ⑤ 직물 디자인 ⑥ 마케팅 및 영업
 ⑦ 한복 체험 ⑧ 기타 ()

문15_2. (세부업종=⑧한복교육 응답자만 제시) 사업체에서 교육/체험 공간을 별도로 구분하여 운영 중입니까?

- ① 구분함 ② 구분없음

V. 매출 현황

문16. 귀 사의 한복문화산업 분야의 매출처 유형별 비율을 작성해주십시오

연도	매출처 유형				합계
	국내		해외	기타	
	공공부문	민간부문			
2021년	(□ 없음)	(□ 없음)	(□ 없음)	(□ 없음)	100%
2022년(추정)	(□ 없음)	(□ 없음)	(□ 없음)	(□ 없음)	100%

문17. 귀 사의 한복문화산업 분야의 매출 추이는 어떻게 됩니까?

연도	2021년	2022년(추정)
한복분야 년간 매출액	백만원	백만원

문18. 향후 매출 추이는 어떻게 될 것으로 예상하십니까?

- ① 감소할 것이다 ➡ 문18_1로 ② 크게 달라지지 않을 것이다 ③ 증가할 것이다 ➡ 문18_1로

문18_1. 그와 같이 생각하는 이유가 무엇입니까?

VI. 홍보 및 마케팅 현황

문19. 귀 사는 귀 사의 매출액 증대 및 사업의 활성화를 위한 홍보 노력을 기울이고 있습니까?

- ① 홍보활동을 하고 있다  문19_1로 ② 홍보활동을 하고 있지 않다  문19_2로

문19_1. 귀 사의 홍보 이용 채널은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

- ① 신문/일간지 기사, 광고 ② TV/라디오 방송, 광고 ③ 잡지/주월간지 기사, 광고
 ⑤ 인터넷(온라인 광고) ⑥ 포스터/전단지 ④ 지자체/지역지 광고
 ⑦ SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램, 블로그 등)
 ⑧ 가족/친구 등 주변 지인 ⑨ 동호회
 ⑩ 기타()

문19_2. (문19=② 응답자만 제시) 홍보활동을 하고 있지 않으시다면 향후 어떤 방법으로 홍보활동을 하고 싶습니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

- ① 신문/일간지 기사, 광고 ② TV/라디오 방송, 광고 ③ 잡지/주월간지 기사, 광고
 ⑤ 인터넷(온라인 광고) ⑥ 포스터/전단지 ④ 지자체/지역지 광고
 ⑦ SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램, 블로그 등)
 ⑧ 가족/친구 등 주변 지인 ⑨ 동호회
 ⑩ 기타()

문20. 귀사의 경영 상 가장 어려움이 많은 분야는 다음 중 무엇입니까? (SA)

- ① 인력(전문인력 수급 및 관리) ② 판매(홍보마케팅/영업) ③ 생산(자재 수급 및 제작)
 ④ 재무(운영자금 조달) ⑤ 기타()

VII. 정부 지원 수혜 현황

문21. 귀 사는 사업과 관련하여 공공기관(정부, 지자체)의 지원을 받은 적이 있으십니까?

- ① 있다  문21_1로 ② 없다  문22로

문21_1. 공공기관(정부, 지자체 등)의 사업에 참여경험이 있으시다면, 지원받은 공공기관을 모두 선택해 주십시오.

- ① 문화체육관광부: 한국공예·디자인문화진흥원 등 산하기관 포함
 ② 산업통상자원부: 한국디자인진흥원, 한국산업기술진흥원 등 산하기관 포함
 ③ 중소벤처기업부: 소상공인시장진흥공단, 한국벤처투자, 창업진흥원 등 산하기관 포함
 ④ 지방자치단체: 광역/기초/특별 지방자치단체 및 산하기관 포함
 ⑤ 기타()

문21_2. 지원 사업명은 무엇입니까? ()

문21_3. 앞선 문항(21_1)에 응답하신 공공기관 지원사업의 도움 정도는 어떻게 됩니까?

※ 21_1에서 선택된 기관만 진행

	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
1) 문화체육관광부 산하	①	②	③	④	⑤
2) 산업통상자원부 산하	①	②	③	④	⑤
3) 중소벤처기업부 산하	①	②	③	④	⑤
4) 지방자치단체 산하	①	②	③	④	⑤
5) 기타	①	②	③	④	⑤

문21_4. (문21_3 ① ② 응답자만) 해당 기관의 지원사업에 불만족하신 구체적인 이유는 무엇입니까?

문22. 귀 사는 한복문화산업에 대한 정부 차원의 어떤 지원이 필요하다고 생각하십니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

- ① 상품개발 및 제작 지원 ② 유통망 활성화 및 강화 ③ 세금 감면 및 자금 지원
 ④ 인력 개발 및 수급 ⑤ 사회적 인식 및 여건 개선 ⑥ 해외시장 진출 지원
 ⑦ 기타()

VIII. 코로나19로 인한 사업체 영향

문23. 코로나19로 인하여 사업에 대한 영향을 받으셨다고 보십니까? 코로나19 발생 이후 귀 사가 느끼는 사업 운영 상의 위기의식에 해당하는 정도를 선택해 주십시오.

전혀 심각하지 않다	심각하지 않은 편이다	변화 없다	심각한 편이다	매우 심각하다
①	②	③	④	⑤

문23_1. 코로나19 전후 귀사가 다음 항목에서 얼마나 영향을 받으셨는지 응답해 주십시오. 해당 사항이 없는 경우에는 '변화없다'를 응답해 주시기 바랍니다.

	감 소						변화 없다	증 가
	50% 이상	40~ 50%	30~ 40%	20~ 30%	10~ 20%	10% 이내		
1) 매출액	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
2) 고용 인력: 정규직	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
3) 고용 인력: 비정규직	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
4) 근로자 임금 수준: 정규직	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
5) 근로자 임금 수준: 비정규직	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

문23_2. 희망회복자금 지원 등 정부는 코로나19로 인한 한복업종 지원을 위한 정책을 운영하였습니다. 귀 사는 이와 같은 코로나19 피해로 인한 정부 지원제도를 받은 경험이 있습니까?

지원을 받은 경험이 있다	모른다	지원을 받은 경험이 없다
①	②	③

문23_3. (문23_2 ③ 응답자만) 지원을 받은 경험이 없는 이유는 무엇입니까?

지원대상이 아니다	지원대상이나 미신청
①	②

문24. 마지막으로, 한복문화산업 분야에 대하여 건의사항이나 발전을 위한 기타 의견이 있으시면 자유롭게 기재해 주십시오.

- 설문에 참여해주셔서 감사합니다 -

CHAPTER

부록2

설문지 - 소비자 인식 조사

한복산업 소비자 인식 조사

안녕하십니까?

문화체육관광부와 한국공예·디자인문화진흥원에서는 한복에 대한 소비자의 인식, 구매실태 및 태도 등을 파악하기 위한 목적으로 '한복산업 소비자 인식 조사'를 실시하고 있습니다.

본 조사의 결과는 한복의 현대적 활용을 위한 디자인적 개선 방향, 소비 의향 등 한복산업의 경쟁력 강화를 위한 정책 수립에 필요한 기초자료로 활용될 예정이오니, 올바른 정책 수립에 도움이 될 수 있도록 소중한 의견 부탁드립니다.

귀하께서 응답하신 모든 설문 내용은 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의해 철저히 비밀이 보장되며 오로지 연구 목적으로만 사용된다는 것을 말씀드립니다.

조사에 응해 주셔서 다시 한 번 감사드립니다.

2022년 09월

주최기관	 문화체육관광부	주관기관	 한국공예·디자인문화진흥원 Korea Craft & Design Foundation	조사기관	
조사관련 문의	(주) 피엠아이 김기호 과장(02-2055-3873 / ghkim@pmirnc.com) 주소 : 서울시 서초구 강남대로91길 16 서린빌딩 2층 Tel : 02-2055-3873/ Fax : 02-2055-1025				

SQ. 응답자 선정 질문

SQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- 1) 남성 2) 여성

Prog: SQ2=2)~6) 미 응답자는 조사 중단

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?

만 ____세

- 1) 19세 이하
 2) 20~29세
 3) 30~39세
 4) 40~49세
 5) 50~59세
 6) 60~69세
 7) 70세 이상

SQ3. 귀하의 거주 지역은 어떻게 되십니까?

- | | | | |
|--------|--------|--------|--------|
| 1) 서울 | 2) 부산 | 3) 대구 | 4) 인천 |
| 5) 광주 | 6) 대전 | 7) 울산 | 8) 세종 |
| 9) 경기 | 10) 강원 | 11) 충북 | 12) 충남 |
| 13) 전북 | 14) 전남 | 15) 경북 | 16) 경남 |
| 17) 제주 | | | |

Prog: SQ4=6) 미 응답자는 조사 중단

SQ4. 귀하나 귀하의 가족 및 친지/친구 중 다음의 직종에 종사하고 계신 분이 있습니까?

- | | |
|----------------------|------------------|
| 1) 광고/홍보회사 | 2) 시장조사 회사 |
| 3) 방송사/신문, 잡지사/언론 기관 | 4) 경영자문 및 컨설팅 회사 |
| 5) 전통의류 제조업/판매/대여 회사 | 6) 해당 사항 없음 |

SQ5. 귀하의 현재 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

- | | | |
|-------|-------|----------------|
| 1) 미혼 | 2) 기혼 | 3) 기타(이혼/사별 등) |
|-------|-------|----------------|

Prog: SQ5=2), 3) 응답자만 제시

SQ5_1. 귀하께서는 현재 자녀가 있으십니까?

- | | |
|-------|-------|
| 1) 있다 | 2) 없다 |
|-------|-------|

Prog: SQ5_1=1) 응답자만 제시, 자동합산

SQ5_2. 귀하의 자녀는 모두 몇 명입니까? 아래 구분에 따라 자녀 수를 정확하게 기입해주세요.

항목	자녀 수
1) 유아(0~5세, 어린이집 해당)	_____명
2) 미취학 아동(6~7세, 유치원 해당)	_____명
3) 초등학생 저학년(8~10세)	_____명
4) 초등학생 고학년(11~13세)	_____명
5) 중학생 자녀(14~16세)	_____명
6) 고등학생 자녀(17~19세)	_____명
7) 대학생 이상 성인 자녀(20세 이상)	_____명
총 자녀 수	총: _____명

Prog: SQ6-1=1) 응답자 최소 500명 확보

SQ6. 귀하께서는 지금까지 한 번이라도 한복을 구매 또는 대여해 본 경험이 있으십니까?

항목	있다	없다
1) 구매 경험	1	2
2) 대여 경험	1	2

Prog: SQ6-1=2) 응답자만 제시, 보기 Rotation

SQ6_1. 한복을 구매해 본 경험이 없다면, 그 이유는 무엇입니까?

해당하는 이유를 3순위까지 응답하여 주십시오. 구입해 본 한복 종류별로 각각 응답해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

항목	전통한복	생활한복
1) 가격이 비싸서	1	1
2) 디자인이 마음에 안 들어서	2	2
3) 착용할 일이 많지 않아서	3	3
4) 착용/ 보관/ 관리 등이 어려워서	4	4
5) 정보 습득이 쉽지 않아서	5	5
6) 판매처를 찾기 어려워서	6	6
7) 품질, 내구성이 떨어져서	7	7
8) 유행에 뒤떨어져서	8	8
9) 한복에 관심이 없어서	9	9
10) 기타()	10	10

Part A. 한복 인지 및 구매 경험

A1. 귀하께서는 '한복' 하면 제일 먼저 생각나는 이미지는 무엇입니까? 형용사로 기입해 주십시오.

A1_1. 귀하께서 기입하신 응답은 한복에 대한 긍정적인 의미입니까? 부정적인 의미입니까?

- 1) 긍정적 의미이다 2) 긍정도 부정도 아니다 3) 부정적 의미이다

A2. 그럼, '전통한복' 하면 제일 먼저 생각나는 이미지는 무엇입니까? 형용사로 기입해 주십시오.

※ 전통한복: 예부터 내려오는 우리나라 고유의 의복으로, 저마/저고리/바지/두루마기/조끼/마고자를 포함

A2_1. 귀하께서 기입하신 응답은 전통한복에 대한 긍정적인 의미입니까? 부정적인 의미입니까?

- 1) 긍정적 의미이다 2) 긍정도 부정도 아니다 3) 부정적 의미이다

A3. 이번에는, '생활한복' 하면 제일 먼저 생각나는 이미지는 무엇입니까? 형용사로 기입해 주십시오.

※ 생활한복: 전통한복을 일상생활에 적합하도록 소재와 디자인을 개선한 한복

A3_1. 귀하께서 기입하신 응답은 생활한복에 대한 긍정적인 의미입니까? 부정적인 의미입니까?

- 1) 긍정적 의미이다 2) 긍정도 부정도 아니다 3) 부정적 의미이다

Prog: 항목 Step by step 제시, 보기 Rotation

A4. 귀하께서 생각하시기에, 다음 중, 전통한복과 생활한복에 어울린다고 생각되는 이미지를 모두 선택해 주십시오.

이미지 속성	전통한복	생활한복
1) 고전적인	1	1
2) 현대적인	2	2
3) 화려한	3	3
4) 단아한	4	4
5) 독특한	5	5
6) 평범한	6	6
7) 세련된	7	7
8) 차분한	8	8
9) 고급스러운	9	9
10) 소박한	10	10

Prog: 설명문 A5 문항과 함께 제시, 5초 제어



※ **전통한복**

→ 예부터 내려오는 우리나라 고유의 의복으로, 저마/저고리/바지/두루마기/조끼/마고자를 포함



※ **생활한복**

→ 전통한복을 일상생활에 적합하도록 소재와 디자인을 개선한 한복

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, 복수응답

A5. 귀하께서 구매해 본 적이 있는 한복은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.

1) 전통한복

2) 생활한복

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시

A5_1. 귀하께서 가장 최근에 구매하신 한복은 누가 입을 목적으로 구매하셨습니다? 구입해 본 한복 종류별로 각각 응답해 주십시오.

항목	전통한복 (Prog: A5=1)만 제시	생활한복 (Prog: A5=2)만 제시
1) 본인	1	1
2) 배우자(아내/남편)  SQ5=2) 응답자만 제시	2	2
3) 가족/친지(부모/시부모 등)	3	3
4) 자녀  SQ5_1=1) 응답자만 제시	4	4
5) 기타()	5	5
6) 기타()	6	6

Prog: A5=1)&A5_1-1≠1) 또는 A5=2)&A5_1-2≠1) 응답자만 제시, 각 한복 종류별로 제시

A5_2. 귀하께서는 (전통한복/생활한복)을 구입하셨습니다, 본인이 입을 목적으로 구매한 것은 아니라고 응답하셨습니다. 그 이유는 무엇입니까? 무엇이든 좋으니 구체적으로 말씀해 주십시오.

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A5_3. 귀하께서는 가장 최근에 구입하신 한복에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알아보셨습니까? 구입해 본 한복 종류별 주로 찾아본 채널 순으로 3순위까지 응답해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

항목	전통한복	생활한복
1) 전통 시장	1	1
2) 백화점 매장, 브랜드 직영점(전면 디스플레이, 진열 상품)	2	2
3) 한복박람회 (한복상점 등)	3	3
4) 한복 관련 잡지(기사, 화보, 광고 등)	4	4
5) 유튜브, 네이버 동영상 등의 영상 정보	5	5
6) 소셜 미디어 검색(페이스북, 인스타그램 등)	6	6
7) 블로그, 카페 등 인터넷 커뮤니티	7	7
8) 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰 및 후기(편딩 등 포함)	8	8
9) 친구, 가족 등 주변 사람의 추천	9	9
10) 기타()	10	10

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A5_4. 귀하께서는 가장 최근에 구입하신 한복은 어디서 구매하셨습니다?

항목	전통한복	생활한복
1) 전통 시장	1	1
2) 백화점	2	2
3) 한복박람회 (한복상점 등)	3	3
4) 홈쇼핑 TV(GS SHOP, CJ 홈쇼핑 채널 등)	4	4
5) 한복 브랜드 직영점	5	5
6) 상설할인매장/아울렛	6	6
7) 오픈마켓(네이버쇼핑, 11번가, G마켓 등)	7	7
8) 소셜커머스(쿠팡, 위메프, 티몬 등)	8	8
9) 클라우드 펀딩(텀블벅, 와디즈 등)	9	9
10) 기타()	10	10
11) 기타()	11	11

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A5_5. 귀하께서는 가장 최근에 구매하신 한복을 구매하실 때 무엇을 가장 고려하셨습니다? 전통한복과 생활한복을 구분하여 응답해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 가격	1	1
2) 디자인	2	2
3) 색상/무늬	3	3
4) 옷감의 재질	4	4
5) 바느질 상태	5	5
6) 관리의 용이성(세탁, 손질 등)	6	6
7) 기타()	7	7
8) 기타()	8	8

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A5_6. 귀하께서 가장 최근에 구매해 본 한복의 가격대는 어느 정도 입니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 응답해 주십시오. 만약 최근 2회 이상의 한복 구매경험이 있을 경우, 단일 품목의 평균가로 선택해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 10만원 미만	1	1
2) 10만원 이상 20만원 미만	2	2
3) 20만원 이상 30만원 미만	3	3
4) 30만원 이상 50만원 미만	4	4
5) 50만원 이상 70만원 미만	5	5
6) 70만원 이상 100만원 미만	6	6
7) 100만원 이상	7	7

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A6. 귀하께서 가지고 계신 한복은 모두 몇 벌입니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 응답해 주십시오.

- 1) 전통한복: _____ 벌
2) 생활한복: _____ 벌

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A7. 귀하께서는 한복을 얼마나 자주 입으십니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 응답해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 거의 매일	1	1
2) 일주일에 1~2회 정도	2	2
3) 한 달에 1~2회 정도	3	3
4) 6개월에 1~2회 정도	4	4
5) 1년에 1~2회 정도	5	5
6) 그보다 드물게(거의 입지 않음)	6	6

Prog: SQ6-1=1) 응답자만 제시, A5 응답 한복 종류별로 각각 제시

A7_1. 귀하께서는 주로 어떤 용도로 한복을 입으십니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 해당되는 항목을 선택해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 여행용(국내/외, 기념사진 촬영 등)	1	1
2) 예복(명절, 혼례 등)	2	2
3) 외출복(일상생활 등)	3	3
4) 평상복(홈웨어 등)	4	4
5) 근무복(유니폼 등)	5	5
6) 기타()	6	6
7) 기타()	7	7

Prog: 설명문 A8 문항과 함께 제시, 5초 제어



※ 전통한복

→ 예부터 내려오는 우리나라 고유의 의복으로, 처
마/저고리/바지/두루마기/조끼/마고자를 포함



※ 생활한복

→ 전통한복을 일상생활에 적합하도록 소재와 디자인을 개선한 한복

Prog: SQ6-1=2) 응답자만 제시, 복수응답 A8=1) 응답자 최소 500명 확보

A8. 귀하께서는 평소에 한복을 구입해 보고 싶다는 생각을 해 본 적이 있으십니까?

- 1) 있다 2) 없다

Prog: A8=1) 응답자만 제시, 복수응답

A8 1. 귀하께서 구매해 보고 싶다는 생각을 한 한복 종류는 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.

- 1) 전통한복 2) 생활한복

Prog: A8=1) 응답자만 제시, A8_1 응답 한복 종류별로 제시

A8_2. 귀하께서는 누가 입을 목적으로 한복을 구매하고 싶다는 생각을 하셨습니까? 한복 종류별로 각각 응답해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 본인	1	1
2) 배우자(아내/남편)  SQ5=2) 응답자만 제시	2	2
3) 가족/친지(부모/시부모 등)	3	3
4) 자녀  SQ5_1=1) 응답자만 제시	4	4
5) 기타()	5	5
6) 기타()	6	6

Prog: A8 1=1)&A8 2-1≠1) 또는 A8 1=2)&A8 2-2≠1) 응답자만 제시, 각 한복 종류별로 제시

A8_3. 귀하께서는 (전통한복/생활한복)을 구매해 보고 싶지만, 본인이 입을 목적으로 구매할 것은 아니라고 응답하셨습니다. 그 이유는 무엇입니까? 무엇이든 좋으니 구체적으로 말씀해 주십시오.

Prog: A8=1) 응답자만 제시, A8_1 응답 한복 종류별로 제시

A8_4. 귀하께서는 구입해 보고 싶은 한복에 대한 정보를 어떤 채널을 통해 알아보셨습니까? 구입해 볼 한복 종류별 주로 찾아본 채널 순으로 3순위까지 응답해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

항목	전통한복	생활한복
1) 전통 시장	1	1
2) 백화점 매장, 브랜드 직영점(전면 디스플레이, 진열 상품)	2	2
3) 한복박람회 (한복상점 등)	3	3
4) 한복 관련 잡지(기사, 화보, 광고 등)	4	4
5) 유튜브, 네이버 동영상 등의 영상 정보	5	5
6) 소셜 미디어 검색(페이스북, 인스타그램 등)	6	6
7) 블로그, 카페 등 인터넷 커뮤니티	7	7
8) 인터넷 쇼핑몰 내 상품정보/리뷰 및 후기(편당 등 포함)	8	8
9) 친구, 가족 등 주변 사람의 추천	9	9
10) 기타()	10	10
11) 기타()	11	11
12) 아직 아무런 정보를 찾아보지 않았다	12	12

Prog: A8=1) 응답자만 제시, A8_1 응답 한복 종류별로 제시

A8_5. 귀하께서는 향후에 한복을 구매하실 때 무엇을 가장 고려하실 것 같습니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 응답해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 가격	1	1
2) 디자인	2	2
3) 색상/무늬	3	3
4) 옷감의 재질	4	4
5) 바느질 상태	5	5
6) 관리의 용이성(세탁, 손질 등)	6	6
7) 기타()	7	7
8) 기타()	8	8

Prog: A8=1) 응답자만 제시, A8_1 응답 한복 종류별로 제시

A8_6. 귀하께서는 향후 한복을 구매하신다면, 주로 어떤 용도로 구매하실 것 같습니까? 전통한복과 생활한복을 구분하여 해당되는 항목을 선택해 주십시오.

항목	전통한복	생활한복
1) 여행용(국내/외, 기념사진 촬영 등)	1	1
2) 예복(명절, 혼례 등)	2	2
3) 외출복(일상생활 등)	3	3
4) 평상복(홈웨어 등)	4	4
5) 근무복(유니폼 등)	5	5
6) 기타()	6	6
7) 기타()	7	7

Part B. 한복 대여 경험 및 구매 의향

Prog: SQ6-2=1) 응답자만 제시, 복수응답

B1. 귀하께서 대여해 본 적이 있는 한복은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.

- 1) 전통한복 2) 생활한복

Prog: SQ6-2=1) 응답자만 제시, 복수응답

B2. 귀하께서 (B1 전통한복/생활한복)을 대여한 매장은 어디에 위치합니까? 모두 선택해 주십시오.

- 1) 관광지(경복궁, 한옥마을, 민속촌 등)

Prog: B1과 B2응답 기준으로 B3~B7_1 반복

Prog: B2=1) 응답자만 제시

B3. 귀하께서 관광지(경복궁, 한옥마을, 민속촌 등)에서 대여한 (B1 전통한복/생활한복)의 1회 대여시간은 어떻게 되
십니까?

- 1) 2시간 이하 2) 2시간 초과 4시간 이하 3) 4시간 초과

Prog: B2=2) 응답자만 제시

B4. 귀하께서 비관광지(전문 한복매장)에서 대여한 (B1 전통한복/생활한복)의 1회 대여시간은 어떻게 되십니까?

- 1) 1일 이하 2) 1일 초과 2일 이하 3) 2일 초과

Prog: B2=1) 응답자만 제시

B5. 귀하께서 관광지(경복궁, 한옥마을, 민속촌 등)에서 (B1 전통한복/생활한복) 대여 시 지불한 대여 비용은 2시간 기준으로 어느 정도 입니까?

항목	전통한복	생활한복
1) 10,000원 미만	1	1
2) 10,000~30,000원 미만	2	2
3) 30,000~50,000원 미만	3	3
4) 50,000원 이상	4	4

Prog: B2=2) 응답자만 제시

B6. 귀하께서 비관광지(전문 한복매장)에서 (B1 전통한복/생활한복) 대여 시 지불한 대여 비용은 1일 기준으로 어느 정도 입니까?

항목	전통한복	생활한복
1) 10만원 미만	1	1
2) 10만원 이상 30만원 미만	2	2
3) 30만원 이상 50만원 미만	3	3
4) 50만원 이상	4	4

B7. 귀하께서는 (B2 응답값 제시)에서 (B1 전통한복/생활한복)을 어떤 용도로 대여하셨습니다?

항목	전통한복	생활한복
1) 여행용(국내/외, 기념사진 촬영 등)	1	1
2) 예복(명절, 혼례 등)	2	2
3) 외출복(일상생활 등)	3	3
4) 평상복(홈웨어 등)	4	4
5) 근무복(유니폼 등)	5	5
6) 기타()	6	6
7) 기타()	7	7

B8. 귀하께서 (B2 응답값 제시)에서 대여한 (B1 전통한복/생활한복)의 만족도는 어떻게 되십니까?

전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
①	②	③	④	⑤

Prog: B8=1),2) 응답자만 제시, 복수응답

B8_1. (B2 응답값 제시)에서 대여한 (B1 전통한복/생활한복)에 대해 불만족하신 이유는 무엇입니까?

- | | | |
|-----------|-----------|----------|
| 1) 가격 | 2) 디자인 | 3) 색상/무늬 |
| 4) 옷감의 재질 | 5) 바느질 상태 | 6) 착용감 |
| 7) 기타() | | |

B9. 귀하께서는 향후에 한복을 구입할 의향이 얼마나 되십니까?

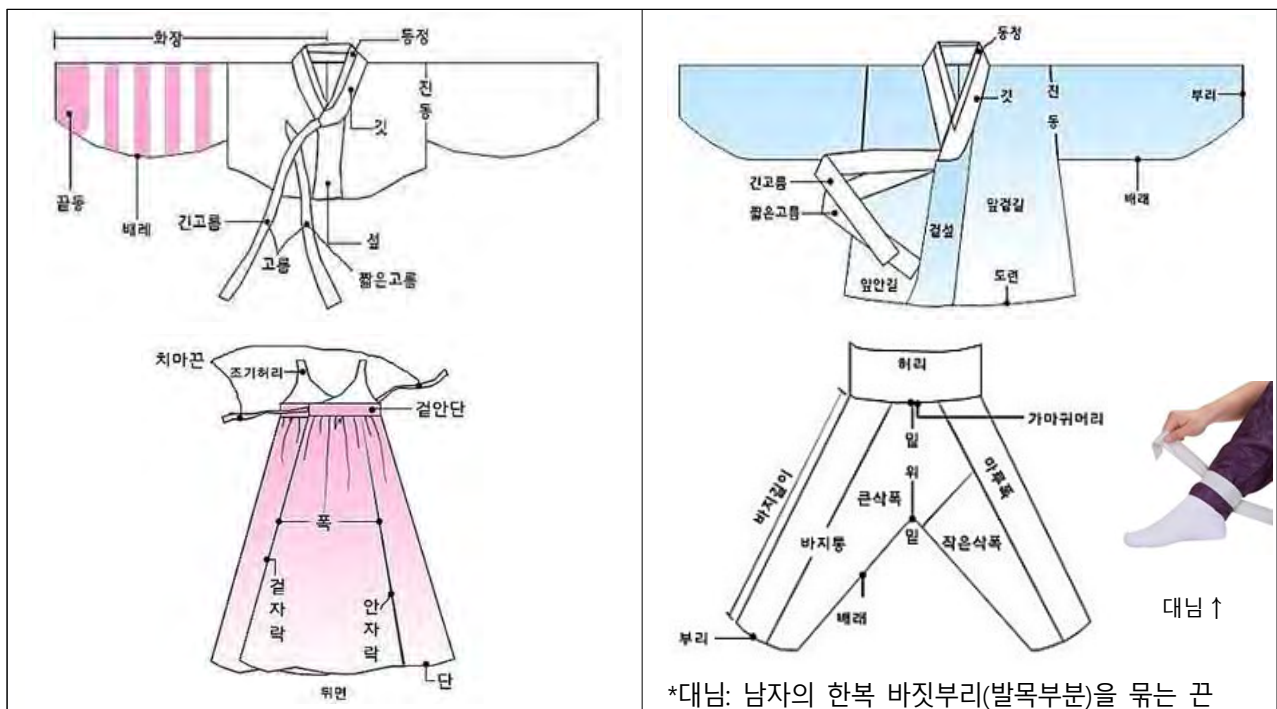
속성	전혀 구매할 의향이 없다	구매할 의향이 없다	보통이다	구매할 의향이 있다	매우 구매할 의향이 있다
1) 전통한복	1	2	3	4	5
2) 생활한복	1	2	3	4	5

B10. 향후 한복을 구매한다면 어느정도까지 지불의사가 있으십니까?

항목	전통한복	생활한복
1) 10만원 미만	1	1
2) 10만원 이상 20만원 미만	2	2
3) 20만원 이상 30만원 미만	3	3
4) 30만원 이상 50만원 미만	4	4
5) 50만원 이상 70만원 미만	5	5
6) 70만원 이상 100만원 미만	6	6
7) 100만원 이상	7	7

Part C. 한복 디자인에 대한 인식

Prog: 설명문 C1, C2 함께 제시



C1. 귀하께서는 전통한복의 디자인 중 일상생활에서도 편하게 입을 수 있는 옷으로 디자인을 변형한다면, 어떤 부분을 개선해야 한다고 생각하십니까? 3순위까지 선택해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

- | | |
|------------------|--------------|
| 1) 깃, 동정 | 2) 옷고름 |
| 3) 곡선(소매, 섹, 도련) | 4) 치마의 폭, 길이 |
| 5) 대님 | 6) 색상과 문양 |
| 7) 소재 | 8) 기타() |

Prog: C1 응답 보기 미제시

C2. 그럼, 전통한복의 디자인 중 일상생활에서도 편하게 입을 수 있는 옷으로 디자인을 변형했을 때, 고수했으면 하는 부분은 무엇입니까? 3순위까지 선택해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

- | | |
|------------------|--------------|
| 1) 깃, 동정 | 2) 옷고름 |
| 3) 곡선(소매, 셔, 도련) | 4) 치마의 폭, 길이 |
| 5) 대님 | 6) 색상과 문양 |
| 7) 소재 | 8) 기타() |

C3. 다음에 제시되는 한복의 문양 중, 귀하께서 선호하는 문양은 어떤 것입니까?



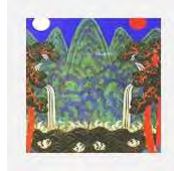
1) 식물 문양
모란, 연꽃, 국화,
벚꽃, 난초 등



2) 동물 문양
학, 사슴, 거북이,
원앙새, 호랑이 등



3) 기하 문양
떡살문, 창호문,
완자문 등



4) 자연 문양
구름, 해, 달, 별,
불, 산수 등



5) 문자 문양
수(壽), 복(福), 희(禧),
부(富), 귀(貴) 등

C4. 그럼, 귀하께서 선호하는 문양 표현 기법은 어떤 것입니까?



1) 자수 문양



2) 금박 문양



3) 직조 문양



4) 프린트 문양



5) 누빔 문양

Prog: 항목 Step by step 제시, 보기 Rotation

C5. 다음에 제시되는 항목에 대해, 한복의 생활화/일상화를 위해 귀하께서 중요하게 생각하는 요소를 최대 3순위까지 선택해 주십시오.

1순위:_____ 2순위:_____ 3순위:_____

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1) 한복의 디자인 | 2) 한복의 색상 |
| 3) 한복의 소재 | 4) 한복의 구입 가격 |
| 5) 한복의 바느질 짜임새 | 6) 한복의 내구성 |
| 7) 한복의 장식 | 8) 한복 브랜드(메이커/제조회사) |
| 9) 한복 매장 위치 | 10) 한복 제품 이미지 |
| 11) 한복 판매 직원의 서비스 | 12) 한복 제품 광고 |
| 13) 한복 제품 교환 및 환불방법 | 14) 한복 구입 지불방법 |
| 15) 한복 관리/세탁방법 | 16) 기타() |

Part D. 한복 관련 프로그램 경험 실태

Prog: 중분류 내 보기 Rotation, 복수응답

D1. 다음 제시되는 항목 중 귀하께서 경험해 보신 한복 관련 프로그램이 있으십니까? 경험해 보신 것을 모두 선택한 후, 구체적인 행사/컨텐츠명을 기입해 주십시오.

항목	프로그램 명(중복 기재 가능, 미응답가능)
1) 전시 및 축제	
2) 박람회	
3) 교육 및 특강	
4) 한복입기 체험	
5) 온라인 콘텐츠(영상 등)	
6) 기타()	
7) 경험해 본 적 없음	

Prog: D1=7) 응답자는 미제시, 보기 Rotation, 복수응답

D2. 귀하께서는 어떤 경로로 한복 관련 프로그램을 알게 되셨습니까? 해당되는 것을 모두 선택해 주십시오.

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1) 신문/일간지 기사, 광고 | 2) TV/라디오 방송, 광고 |
| 4) 잡지/주.월간지 기사, 광고 | 4) 지자체/지역지 광고 |
| 5) 인터넷(온라인 광고) | 6) 포스터/전단지 |
| 7) SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등) | 8) 가족/친구 등 주변 지인 |
| 9) 한복 동호회 | 10) 기타() |

Prog: D1=7) 응답자는 미제시, 보기 Rotation, 복수응답

D3. 귀하께서 경험해 보신 한복 관련 프로그램은 누구와 함께 참여하셨습니까? 모두 선택해 주십시오.

- | | |
|----------------|----------|
| 1) 배우자/자녀 등 가족 | 2) 친구 |
| 3) 직장동료 | 4) 혼자 |
| 5) 한복 동호회 | 6) 기타() |

Prog: D1에서 응답된 항목만 제시, 항목 Step by step 제시, 보기 Rotation

D4. 귀하께서는 현재까지 참여해 본 한복 관련 프로그램에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

항목	전혀 만족하지 않음	별로 만족하지 않음	보통이다	만족함	매우 만족함
1) 전시 및 축제	①	②	③	④	⑤
2) 박람회	①	②	③	④	⑤
3) 교육 및 특강	①	②	③	④	⑤
4) 한복입기 체험	①	②	③	④	⑤
5) 온라인 콘텐츠(영상 등)	①	②	③	④	⑤
6) 기타()	①	②	③	④	⑤

D5. 참여하신 한복 관련 프로그램에 만족 또는 불만족 하신 이유는 무엇입니까?

D6. 마지막으로, 향후 한복 산업의 지속적인 발전을 위해 귀하께서 가장 필요하다고 생각되는 한복 관련 프로그램은 무엇입니까?

- 1) 한복의 적극적인 홍보(캠페인 등)
- 2) 한복 체험 및 교육 확대
- 3) 현대적인 한복 디자인 개발 및 유통 지원
- 4) 내국인 대상 국내 행사 확대(전시회, 박람회 등)
- 5) 외국인 대상 해외 교류 행사 확대(전시회, 박람회 등)
- 6) 기타()

DQ. 인구사회학적 특성

DQ1. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

- | | |
|-----------------|-----------|
| 1) 자영업 | 2) 판매/영업직 |
| 3) 기능/작업/생산직 | 4) 사무/기술직 |
| 5) 전문직 | 6) 서비스업 |
| 7) 농업/임업/어업/축산업 | 8) 전업주부 |
| 9) 학생(대학생/대학원생) | 10) 무직 |
| 11) 기타() | |

DQ2. 귀댁의 월 가구 소득은 어떻게 되십니까?

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1) 100만원 미만 | 2) 100~200만원 미만 |
| 3) 200~300만원 미만 | 4) 300~400만원 미만 |
| 5) 400~500만원 미만 | 6) 500~600만원 미만 |
| 7) 600~700만원 미만 | 8) 700~800만원 미만 |
| 9) 800~900만원 미만 | 9) 900~1,000만원 미만 |
| 10) 1,000만원 이상 | |

- 설문에 참여해주셔서 감사합니다 -

주 최 : 문화체육관광부
주 관 : 한국공예·디자인문화진흥원
진 행 : 한복진흥센터 한복산업팀
조사기관 : (주)피엠아이

발행처 : 한국공예·디자인문화진흥원
발행인 : 김태훈
발행일 : 2023.03.01.

주 소 : (03061) 서울시 종로구 율곡로 33, 안국빌딩 7층
전 화 : 02-398-7900
누리집 : www.kcdf.or.kr

발간자료번호 : 결23-01
ISBN : 979-11-92787-11-4(93630)

