

2050 DESIGN VISION

미래, 국가, 행복을
함께 디자인합니다

디자인비전 2050 Design Vision 2050



kidp 한국디자인진흥원

kidp 한국디자인진흥원

2050

**DESIGN
VISION**

미래, 국가, 행복을
함께 디자인합니다

1

INSIGHT

- 6**
디자인비전 2050
그 의의와 여정
- 16**
디자인비전 2050에서
찾는 새로운 질서
- 36**
디자인너에게
묻는 디자인

2

FUTURE

- 48**
디자인산업 규모
- 52**
2050년 대한민국
- 54**
2050년 세계

SCENARIO

- 60**
디자인기업/활용기업
- 64**
디자인 교육 및 연구기관
- 68**
디자이너
- 72**
일반국민

3

VISION

- 78**
디자인비전 네비게이터
- 80**
SMART
스마트 혁명을 주도하는
디자인코리아
- 98**
GLOCAL
글로벌 역량을 강화하는
디자인코리아
- 118**
EMPATHY
안전하고 아름다운
디자인코리아

4

STRATEGIC ROADMAP

- 138**
디자인비전 프레임워크
- 140**
① 기간산업화 실현을 위한 경제적 지표
- 142**
② 스마트 디지털융합 선도 디자인전문기업 육성
- 148**
③ 디자인정보 플랫폼 고도화
- 152**
④ 디자인주도 제조혁신센터 활성화
- 156**
⑤ 디자인대학의 글로벌 역량 강화 주력
- 158**
⑥ 생애주기별 디자인교육 인프라 주요 활동 지원
- 160**
⑦ K디자인 해외진출 지원을 통한 새로운 영역 확충
- 162**
⑧ 공정·공평한 디자인거래 생태계 구축
- 164**
⑨ 국민참여 서비스디자인 모델 개발 및 성과 확산
- 168**
⑩ 디자인주도 사회적 경제 생태계 조성
- 170**
⑪ DK뮤지엄, DK페스티벌, DK어워드
- 176**
⑫ 서비스·경험디자인을 통한 산업/사회 혁신

5

DK ROADMAP

- 180**
디자인코리아 프레임워크
- 182**
① 이해관계자
- 184**
② 지역
- 186**
③ 글로벌 전략국가
- 188**
④ 디자인 분류
- 190**
⑤ 산업 분류
- 192**
⑥ 미래디자인 연구
- 194**
⑦ 경영전략 목표 및 과제
- 196**
디자인코리아의
과거, 현재 그리고 미래

1

INSIGHT

6

디자인비전 2050
그 의의와 여정

16

디자인비전 2050에서
찾는 새로운 질서

36

디자이너에게
묻는 디자인

DESIGN VISION

디자인비전 2050 그 의의와 여정

윤주현

한국디자인진흥원 16대 원장

거인의 어깨위에서 미래를 바라봅니다.

한국디자인진흥원 설립 50주년(2020)을 발판으로 100주년을 준비합니다.

디자인은 인류가 공유할 수 있는 사업, 사회, 문화적 원천이자

국가의 소프트파워를 보여주는 척도입니다.

급변하는 국내외 환경 하에서 인간의 창의성과 감성가치에 바탕을 둔
혁신적인 디자인은 새로운 국가경쟁력을 창출하는 핵심요소가 될 것입니다.

포장에서 포용으로, 진흥에서 지능으로
우리원은 미래 디자인비전 2050을 통해
미래, 국가, 행복을 함께 디자인하겠습니다.



디자인비전 2050 선포식(2020.11.19.)

진흥기관을 넘어 삶의 의미를 만드는 정책기관으로 도약을 꿈꾸며

한국디자인진흥원은 2020년 창립 50주년을 기념하여 미래비전 제시에 앞서 디자인이 걸어온 과거를 되돌아보며 ‘국민의 삶에 어떻게 기여할 것인가’에 대해 고민 해 보았다. 기관의 존재 여부가 국가와 국민에게 어떠한 공익적 편익, 공공의 가치를 전달할 것인가에 달려있는 만큼 공공기관으로 디자인 역할 변화에 기여한 발자취를 기반으로 미래 50년을 이끌어갈 디자인 비전을 제시해야겠다고 생각했다. 이는 비단 기관만의 입장이 아닌 디자인계 나아가 국민의 입장을 대변하고 국격 및 삶의 질 향상에 기여하기 위함이다.

디자인비전 2050이 담은 의미

한국디자인진흥원은 향후 30년 간 경제·산업 뿐 아니라 인문·사회, 기술·환경 분야에 있어서 디자인 혁신기관으로서 해야 할 일들에 대해 새롭게 정의 할 필요가 있다고 생각했다.

우선 디자인 활용 및 전문기업을 비롯한 디자인업 종사자, 고등교육기관 및 지역혁신기관, 내부 구성원 등과 소통하고 다양한 이해관계자와의 협업을 통해 ‘2050 기관 로드맵’을 구성하였다. 또한, 이종산업 간 융합하여 더 나은 가치를 창출할 수 있도록 ‘디자인플랫폼化’에 대한 정책 제언에 중심을 두었다.

‘업(業)’에 대한
새로운 정의 그리고 과정

문제 해결사(solver)에서 비전 제공자(visionary)로 위상 제고

빠르게 변화하는 시대에 한국디자인진흥원은 문제 해결사이자 비전 제공자로서 불확실한 미래 리스크를 완화하고자 다양한 분야와 환경에 적용할 수 있는 정책조합(policy mix)를 디자인비전 2050을 통해 제시하였다. 장기적인 계획을 바탕으로 문제해결사(problem solver)로서 문제를 정의(problem finder)할 뿐 아니라 비전제공자(vision provider)가 되어 디자인 진흥기관으로서의 위상을 제고하고자 한다.

K디자인의 우수성을 토대로 한국다움을 재정의

지역적인 것이 세계적인 것이고, 개인적인 것이 창의적인 것이다. 이는 경험과 교육을 통해 깊은 신념으로 자리 잡았다. 예컨대 우리나라의 고유의 것들이 해외에서도 각광받고 있다. 오색 보자기와 장독대, 코리안 트레디셔널 햇(hat)인 ‘갓’, 아마존 농기구 시장을 뜨겁게 달군 ‘호미’가 그것이다. 비단 이러한 제품 뿐 아니라 그 간 서구 선진국이 디자인의 기준이 되었던 때도 있지만 현재는 한국의 문화, 엔터테인먼트, 의료시스템 그리고 정부주도의 리더십 등은 한국의 우수성을 스스로 새롭게 인식하는 계기가 되었다. 디자인은 더 이상 사치가 아닌 인간 생활 영위 나아가 생명과도 직결될 수 있는 요소인 만큼 K디자인에 대한 인식을 새로이 제고하고 그 가치를 널리 알려야만 한다. 동일 관점에서 한국디자인진흥원이 그 핵심적인 역할을 해야 한다. 동일선상에서 디지털화는 전 세계적으로 거스를 수 없는 흐름이다. 이를 한발 앞서 준비하고, 디자인의 역할과 가치를 명명하기 위해 일찍이 우리원은 K-DESIGN DNA(2018: 디자인, K-DNA를 찾다), Digital Transformation(2019: 디자인, 디지털을 입다), Design Beyond Data(2020: 디자인, 데이터를 그리다), Design Driven Innovation(2021: 디자인, 혁신하다)을 통해 디자인이 4차 산업혁명을 리드할 수 있는 그리고 리드하는 청사진을 제시했다.

디자인 위상 재정립을 위한 노력

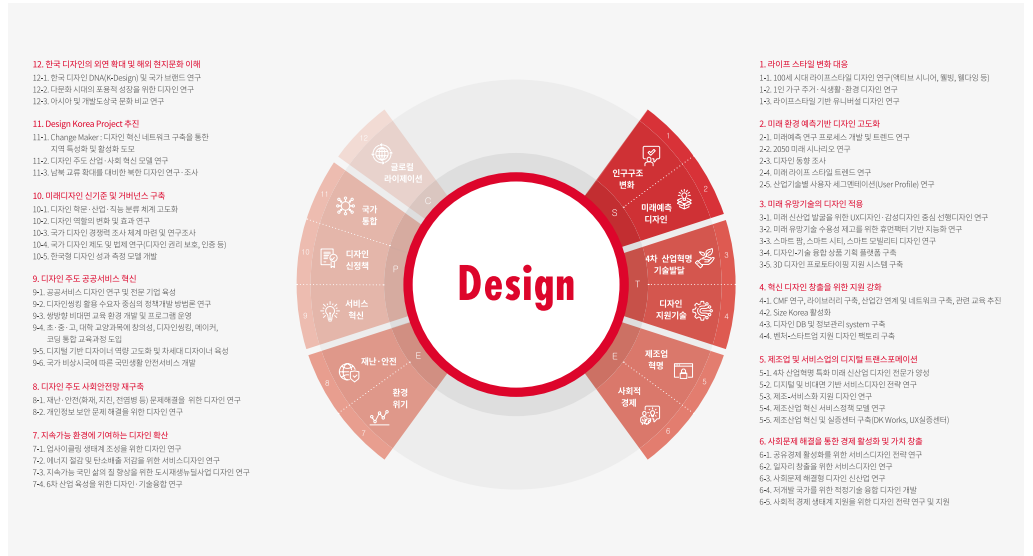
디자인의 위상을 높이는 것 뿐 아니라 향후 법 개정도 동반되어야 할 것이다. 이미 제품 위주였던 산업디자인통계조사 또한 디자인산업 통계조사로 외연을 확장 한 바 있다. 한국디자인진흥원이 한국디자인원으로 명칭을 계정하는 법을 통과할 수 있도록 노력하고 있으며 이는 곧 디자인 영역의 확장을 의미한다. 영역확장은 타 기관과의 역할 중복의 우려를 유발할 수 있는데 이는 함께 협업하여 더 나은 시너지 효과를 낼 수 있는 방향으로 추진하면 될 것이다. 앞으로도 국가디자인

미래 디자인비전 2050을 통해 미래, 국가, 행복을 함께 디자인하겠습니다.

자문위원회 등 디자인계의 의견을 듣고 미래를 만들고 행복한 국가를 디자인하기 위한 방안이 고민되어야 한다. 나아가 포용디자인, 생태디자인, 통일디자인, 우주디자인 등 디자인이 융합할 수 있는 무한한 가능성을 열어 갈 것이다.

왜 디자인비전 2050이며, 이는 무엇을 의미하는가?

한국디자인진흥원은 라이프스타일 변화 대응, 미래환경 예측 기반 디자인 고도화, 미래 유망기술의 디자인 적용, 혁신 디자인 창출을 위한 플랫폼 강화, 제조업·서비스업의 디지털 트랜스포메이션 등 디자인의 역할이 확대되는 시대적 흐름에 맞춰 KIDP가 향후 집중적으로 연구해야 할 12가지 미래 디자인 R&D 아젠다*를 선정했다. 여기에 언택트를 어떻게 접목시킬 것인지에 대해서도 고민하고 있다. 12가지 어젠다는 STEEP+C(STEEP+C : 사회(Social), 기술(Tech), 경제(Economy), 환경(Ecology), 정책(Policy), 문화(Culture))를 통해 도출한 미래 디자인 이슈들이다.



12가지 미래 디자인 R&D 어젠다(한국디자인진흥원, 2020)

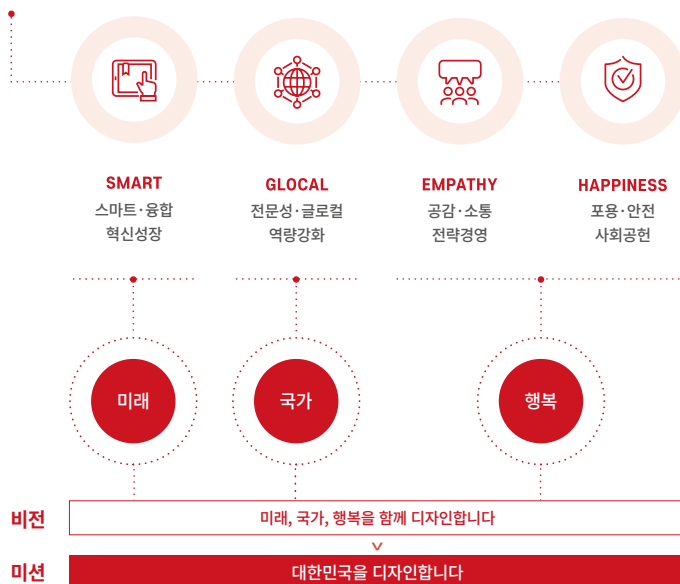
STEEPC를 통해 미래 환경을 예측하고 STEEPC + Design으로 해결할 수 있는 다양한 과제를 발굴하기 위해 각계 전문가들과 단기, 중기적으로 연구해야 할 분야를 선정, 이를 달성하기 위한 세부과제 50개를 발굴해 순차적으로 연구를 추진하고자 한다.

그리고 그와 더불어 ‘디자인 분류체계 9가지’도 정립하였다. 디자인 영역이 확대되며 디자인 분류 체계 재정립 필요성이 대두되고 있다. 산업을 어떻게 규정하고 분류하느냐에 따라 정책 방향과 발전 속도가 달라지기에 분류체계의 규정은 매우 중요한 이슈이다. 산업 패러다임의 변화와 신산업 분야의 확장을 반영할 수 있도록 하겠다. 디자인정책의 대상도 국내와 국외로 세분화하고 각 대상에 맞는 정책을 개발하여 미래 아젠다와 함께 그것이 궁극적으로 미래 디자인 로드맵이 될 수 있도록 하려 한다.

4대 경영방침

한국디자인진흥원은 Design Driven Innovation을 바탕으로 4개의 경영방침을 발표했다. 이는 크게 Smart(스마트·융합), Glocal(전문성·글로벌), Empathy(공감·소통), Happniess(포용·안전)의 네 가지로 기관의 각각 전략목표 및 전략과제와 연동되며 기관 본부(혁신성장, 역량강화, 전략경영, 직속)로 나뉘어 경영목표 달성에 더 구체적으로 작동한다.

4대 경영방침 DESIGN DRIVEN INNOVATION



기관의 비전은 '디자인'을 활용하여 산업·사회 혁신을 주도하는 글로벌 선도 디자인혁신기관으로서 미래, 국가, 행복을 함께 디자인하고자 한다. 이는 곧 디자인 주도 혁신을 통한 국가경쟁력 강화 및 삶의 질 향상에 이바지하며, 대한민국을 디자인하겠다.

4가지 경영방침에 대해 첨언하자면

Smart 스마트·융합, 혁신성장

첫째, **Smart(스마트·융합, 혁신성장)**는 4차 산업기술을 디자인을 통해 현실화하기 위한 것으로 KIDP 내부에서는 이를 위해 ERP와 Data Platform을 개선하였다. 디지털 융합으로 사업과 기술, 기술과 사람을 디자인을 통해 연결하고 아날로그에서 디지털로 변화되는 과정에서 그간 디자인의 역사를 디지털로 구현하기 위해 데이터들을 아카이빙 하였다. 이는 디자인이 세계에 K디자인의 가치를 알리고 시대를 대표하는 디자인 결과물들을 통해 현 세대와 소통하고 나아가 미래세대를 잇는 다리 역할을 하게 될 것이다.

Glocal 전문성·글로벌, 역량강화

둘째, **Glocal(전문성·글로벌, 역량강화)**을 통해 세계성과 지역성을 동시에 추구하려 노력할 것이다. 이에 한국디자인진흥원은 DKworks 디자인 주도 제조혁신센터를 서울 가산 G밸리(2019)에 이어 경남 창원 및 경기도 반월·시화에 차례로 개소하여 지역과 지방 소재 기업의 발전을 견인하고자 노력하고 있다. 나아가 세계화 시대에 맞춰 중국(베이징, 이우, 순더)과 베트남(하노이)에 해외 거점센터를 설립하여 국내 디자인기업의 해외진출을 돕고 있다. 사람 역시 빼놓을 수 없다. 차세대디자인리더(2004~2012)를 시작으로 현재 글로벌디자인인턴십(2020~)을 통해 시대에 적합한 글로벌 인재를 육성하고 있으며 이는 현재 전 세계 각국에서 K디자인의 우수성을 알리는 전파자로서 활동하고 있다.

Empathy 공감·소통, 전략경영

셋째, **Empathy(공감·소통, 전략경영)**은 디자인의 기본적 태도이다. 한국디자인진흥원은 DKfestival, DKaward, DKworks 등 브랜드를 통합하고 이에 적합한 아이덴티티를 부여하고 있다. 또한 다양한 기관 및 협단체와 협약으로 사회적 가치 구현을 위한 제도, 정보교류, 연구추진, 세미나 개최 등 다양한 방법을 강구 중이다. 또한 ‘찾아가는’, ‘찾아오는’, ‘들어주는’ 열린경영을 추구하며 디자인계 의견수렴을 위한 자문회의 등으로 소통과 공감을 이끌어내고 있다.

Haooiness 포용·안전, 사회공헌

마지막으로, **Happiness(포용·안전, 사회공헌)**는 사회적 가치와 상생을 통한 국민행복 실현에 그 의미가 있다. 디자인이 우리사회가 안고 있는 양극화 문제해결의 핵심요소로 떠오르고 있으며 더 나아가 디자인이 사회문제 해결에 주도적인 역할을 해야 할 것이다.

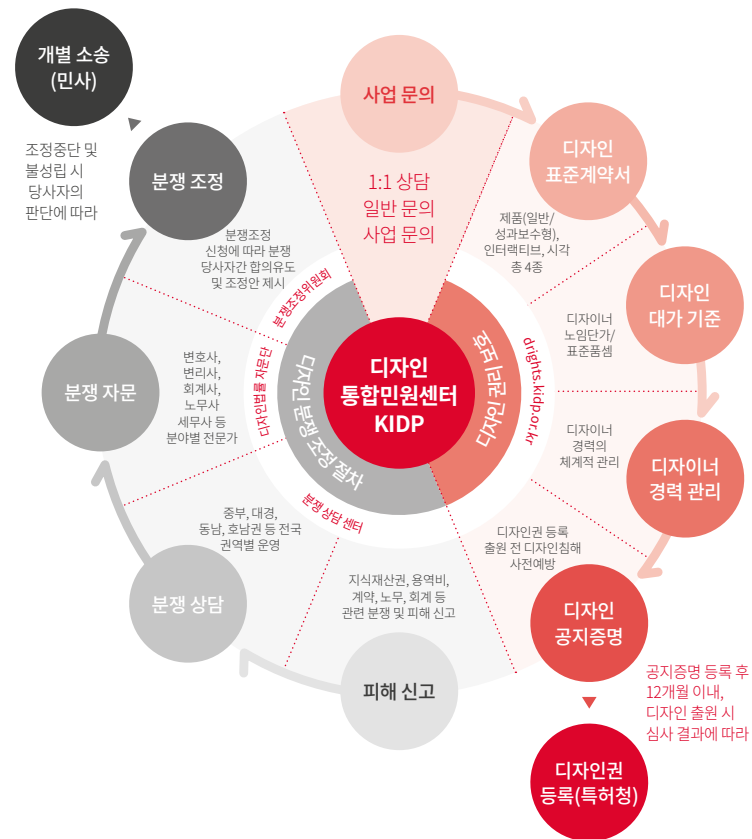
사회적 기업 및 중소기업에 초보디자이너부터 시니어디자이너까지 기업 특성에 근거한 맞춤형 인력을 지원하여 디자인 역량을 강화하는 사업을 진행하고 있으며, 사회적 기업이 디자인 주도로 안정적으로 시장에 안착하고 지속적으로 발전할 수 있는 사회환경 조성을 위해 인력 및 사업지원 등에 최선을 다하고 있다.

더불어 디자인 분야의 권리보호에 힘쓰고 있는데 그동안 산업통상자원부, 한국디자인산업연합회와 함께 간담회, 공청회 등을 거쳐 디자인 분야의 공정한 거래문화 형성에 노력해 왔고, 2020년에는 산업디자인 개발의 대가 기준이 제정됨에 따라 디자인 분야의 공정거래를 위한 제도적 장치를 마련하게 되었다.

그리고 112 또는 119라 할 수 있는 ‘디자인통합민원센터’를 구축하여 디자인 피해 등의 고충 처리를 할 수 있는 창구를 운영 중이다. 이는 보다 많은 사람들을 포용하기 위한 포용디자인의 실현으로 볼 수 있겠다. 디자이너가 행복한 세상을 만들고 궁극적으로는 디자인을 통해 보다 더 많은 사람들이 더 행복한 세상을 구현할 것이다.

이러한 기초에 맞춰 디자인비전 2050은 한국디자인진흥원의 미래뿐만 아니라 디자인이 K산업, K컬처, K에듀 등 다방면에 걸쳐 융합하고 확산하여 미래, 국가, 행복을 디자인하기 위한 청사진 역할을 할 것이다.

디자인 통합민원센터
운영체계도
(drights.kidp.or.kr)



디자인비전 2050 수립의 여정



미래의제 발굴을 위한 비전수립

한국디자인진흥원은 산업연구원, 한국생산성본부, 민간연구전문기관 등과 함께 미래비전을 수립하고자 2018년부터 ① 정책고객 재정의 ② 디자인혁신 실증지원 ③ 국가·기업 디자인역량파악 ④ 디자인주도 성공사례분석 ⑤ 기간산업 활력증진 ⑥ 디지털기반 산업전환 대안 등에 관한 의제를 구상하여 연구해왔다.



혁신성장과 사회혁신을 위한 비전수립 본격화

기관 비전을 준비함에 앞서 설립목적에 부합하는 한국디자인진흥원 프레임워크(핵심가치, 연구과제 등), 시각물(50주년 기념) 제작, 디자인분류체계(9D) 및 주요사업 로드맵 구축('20.1~'20.5) 등 다양한 활동을 이어왔다.

특히 자체적으로 생산한 디자인정책 및 선행연구 결과물을 토대로 다양한 이해관계자와의 적극적인 소통을 통해 비전을 수립하고자 노력하였다.

2018

▶ 연구기관

(사)산업정책연구원

디자인혁신기업 지원을 위한
실증적 근거확립을 위한 연구

(주)케이스탯리서치

중소·중견기업 디자인
역량 실태조사

110컨설팅서비스

국가산업단지 내 디자인
혁신센터 설립연구

아이에셋(주)

디자인 주도 제조업 혁신 관련
제조전문기업 실태조사

▶ 일반국민, 기업, 전문가 등

외부전문위원 14명

디자인혁신위원회 자문회의
(3회 개최)

우수디자인전문회사(11개社)

CEO 대면인터뷰

디자인프리랜서 1,552명

디자인프리랜서 현황 및
정책수요 취합

한국디자인진흥원 · 디자인하우스 공동조사

주요 디자인활용기업
성공사례 취합·정리

디자인혁신위원회 50명

디자인 혁신과제 아이디어 공유

2019

한국생산성본부

디지털기반 산업전환시대에
따른 디자인산업 대응연구

(주)이언그룹

기업 참여형 디자인아카데미
모델개발 및 운영방안 연구

산업연구원

생활산업 활성화 방안 및
한국디자인진흥원 역할체계 연구
생활산업 통계조사

(주)케이스탯리서치

디자인산업 통계조사

삼성전자, 바디프랜드 등 7개사

디자인 주도 일자리 창출
방안 관련 업계 간담회

산업부 등 관계부처 합동

디자인 주도 일자리 창출
방안 보고서 발표 참여

이훈 의원실

2019 사회적경제 혁신
성장 디자인포럼

오제세 의원실, 김정우 의원실

윤리경영을 통한 공공
기관의 사회적 가치
창출 토론회

디자인 유관기관 관계자 80여명

공공기관 혁신추진을
위한 국민디자인토론회

기업 및 협·학회 관계자 80여명

디자인 분류체계별 정책
수요 간담회

김윤희 계명대 교수 등 7명

미래 디자인 교육체계 및
내용 관련 전문가 인터뷰

송갑석 의원실

2019 지역 디자인산업
정책토론회

2020 ~ 2021

중앙경영연구원

디자인전문기업 활성화 및
역량강화방안 연구

산업연구원

생활산업 통계조사

산업정책연구원

국가경쟁력 측정 및
인력양성 MOU

(주)케이스탯리서치

디자인산업 통계조사

국가디자인자문위원회 발족·운영

디자인산업 정책방향 및
법·제도 개선사항 관련 자문

한국디자인진흥원 청년이사회(20여 명)

기관의 과거·현재·미래에 대한
내부구성원 의견취합

대한민국디자인공공기관 협의회

디자인혁신관련 기관별
현안사항 공유

대·중견기업 디자인최고책임자 간담회

포스트코로나 이슈 공유와
공동 대처방안 논의

사회적가치 디자인혁신위원회

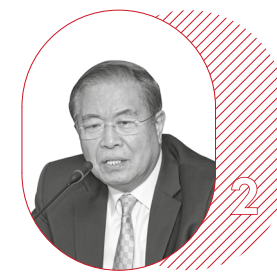
스타일산업협의회

디자인비전 2050에서 찾는 새로운 질서

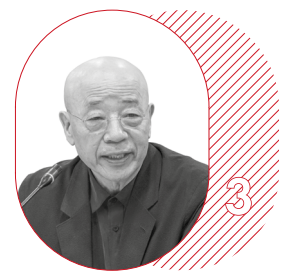
포스트 코로나 시대, 세상이 어떻게 변화 될 것인지
디자인은 이러한 변화의 흐름 속에서 어떤 역할을 담당해야하는지
국내 디자인 석학들의 혜안을 담았습니다.



1



2



3



4



5



6

- 01 지구 공생을 위한 디자인 교육
- 02 신문명 사회가 우리를 기다린다
- 03 팬데믹 이후 세상, 디자인의 역할
- 04 아카이브에서 교육으로
- 05 디자인산업계 애로사항, KIDP에 거는 기대
- 06 한국디자인의 가치에 대해 생각하다

- 오근재 홍익대학교 명예교수
- 권영걸 동서대학교 석좌교수
- 이순종 서울대학교 명예교수
- 강병길 서울디자인재단 이사장
- 이길형 한국디자인단체총연합회 회장
- 정국현 디자인네트워크 대표

* 이 글은 팬데믹 이후의 디자인 미래에 대해 논의했던 『디자인의 날, 국가디자인자문위원회』(2020.5.19.) 회의록을 재편집한 글로써
'디자인 이슈리포트 제46호'(한국디자인진흥원, 2020)로 발간되었습니다.



지구 공생을 위한 디자인 교육

오근재

홍익대학교 명예교수

[前] 한국공예·디자인문화진흥원 이사

[前] 홍익대 영상대학원 원장

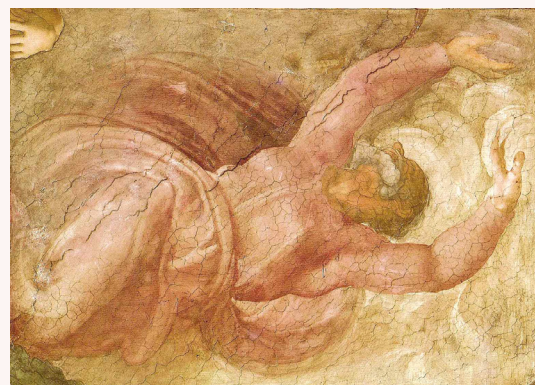
[前] 홍익대 조형대 디자인·영상학부 교수
대한민국디자인대상 대통령표창(2003년)

객관적 진리보다 개인적 경험이 더 주목받는 세상으로 변화되어야

‘디자인이란 무엇인가’ 정의를 새롭게 해야 될 시점이 아닌가 생각한다. 디자인이 혼돈(카오스)과 코스모스(질서)가 부딪히는 인터페이스라고 이야기할 수 있고, 다른 말로는 혼돈으로부터 질서를 불러내는 것이 디자인이 되어야 한다고 본다.

코로나19 시대를 맞아 세상에 대한 우리의 주된 관심사는 객관적인 진리보다는 생존으로 그 축이 이동된다고 본다. 이를테면 세상은 물질의 배치나 구성되어 있는 형태 등을 그동안 주장해왔으나, 앞으로는 과학적이고 기술적인 해석보다 개인적 경험이 마음을 더 사로잡는 원시시대로 회귀해야 한다는 생각을 한다.

그리고 혼돈과 질서는 삶의 경험을 구성하는 핵심적 요소인데, 우리 주변에는 내 질서와 맞지 않는 것을 혼돈이라고 본다. 내 질서에 포함되지 않은 것은 나에게 혼돈이다. 그래서 질서와 혼돈의 싸움에서 승리하는 자가 그 세상의 질서를 만들어낸다고 본다.



▲ 미켈란젤로의 시스틴성당의 천장화 - 빛과 어두움의 분리

창세기 1장 2절

"지구는 아무 형태도 없이 텅 비어 흑암에 싸인 채 물로 뒤덮여 있었고 하나님의 영은 수면에 활동하고 계셨다. 그때 하나님이 빛이 있으라하고 말씀하시자 빛이 나타났다."

- 현대인의 성경

여기서 말하는 '빛'은 하나님의 질서를 의미. 그러므로 하나님의 창조는 어두움(질료의 카오스 상태)으로부터 가시적인 질서의 상태로 사물들이 드러나게 함을 의미.

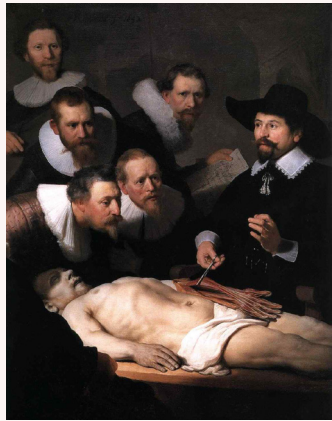
‘디자인이란 무엇인가’ 정의를 새롭게 해야 될 시점이 아닌가 생각한다. 디자인이 혼돈(카오스)과 코스모스(질서)가 부딪히는 인터페이스라고 이야기할 수 있고, 다른 말로는 혼돈으로부터 질서를 불러내는 것이 디자인이 되어야 한다고 본다.

코로나 사태로 인해 질서가 혼돈의 세계로 바뀌다

인간의 모든 갈등은 내 질서 속에 상대방을 카오스라고 규정하고 상대방 카오스를 지배하며 내 질서 속으로 편입시킬 때, 그것을 우리가 평화, 행복이라 말하고 기쁨을 가져온다고 생각하며 발생한다. 코로나는 우리에게 카오스가 된다. 우리의 질서는 코로나가 아니다, 코로나가 인간의 질서를 파괴하며 들어오고 있기 때문에 카오스로 보고 그것을 지배하려 애쓰고 있다. 그러나 많은 사람들은 우리 질서 속에 코로나를 지배하고 편입시킬 수 없다고 생각하고 있다.

다른 말로는 지금은 인간의 시간이 종식되고 지구의 시간이 시작되었다는 것이다. 인간의 시간이란 인간의 질서 속에 그것을 카운트하는 시간이며, 지구의 시간이란 지구를 기준으로 지구의 질서 속에 인간을 카오스로 보는 시간개념이다. 카오스가 결국은 그동안의 과거 4~500년 동안 구축된 인간의 질서를 무자비하게 혼돈의 세계로 바꿔 버리고 있는 것이다.

코로나 시대에 기대하는 안전문화, 물론 안전하지 않다. 산업혁명 이후 수백 년간 수립되어온 인간의 질서가 지구의 시간으로 전환됨에 따른 혼돈의 상황이다. 코로나 바이러스는 부분에 불과하다는 얘기가 있다. 지구 기후재난 시나리오라는 것이 있다. 탄소배출량이 많아짐으로써 인간과 생물이 살 수 있는 적합한 환경을 제공할 수 없는 상황까지 왔다. 현대 산업사회가 이렇게 지속되면 2050년대 어려움이 닥치고, 2100년이 되면 지구상은 사람이 최악의 상태로 살아가지 않으면 안 될 것이라는 시각이다. 그중 하나가 코로나 바이러스 사태인 것이며, 코로나 바이러스가 결국은 BC와 AD를 가르는 것과 같은 사건이 될 수 있는 것이다. 코로나 시대 이후는 절대 안전할 수 없다는 것을 말한다.



▲ The Nightwatch(1642)
Militiamen lead by Willem van



▲ The Nightwatch(1642)
Militiamen lead by Willem van Ruytenburch and
Frans Banning Cocq

바로크시대의 렘브란트(Rembrandt Harmenszoon van Rijn, 1606-1669). 그는 어둠으로부터 빛의 세계(질서의 세계)로 대상을 끌어올리는 키아로스큐로의 기법을 완성한 대표적인 작가.

렘브란트는 바로크 시대 화가인데 초상화로 유명하다. 집단 초상화를 잘 그렸다. 당시 집단 초상화가 선풍적인 인기가 있었고 주문이 쇄도했다. 렘브란트의 그림 특징은 어둠으로부터 밝음을 끌어낸다. 어떤 것을 얼마만큼 밝게 끌어내느냐가 렘브란트가 설계하는 자신의 질서이다. 10년 후쯤 야경꾼이라는 그림을 그렸는데, 이 초상화를 그리고 나서 렘브란트는 몰락한다.

야경꾼의 그림에서 그림 안의 지휘자들을 밝게 표현한 반면 나머지 병사들은 지나치게 어둡게 표현했기 때문이었다. 군대를 그린 그림이라 위계질서를 고려해 어둠에서 빛을 끌어내는 정도를 서로 다르게 했던 것이다. 어둠 속에 표현되었던 군인들은 그림을 고쳐주길 원했으나 렘브란트는 자신이 그림에 부여한 질서가 맞다고 생각해 수정하지 않았고, 병사들은 그림이 마음에 들지 않아 했기에 그 사건 이후 렘브란트의 인기는 급속히 사라지게 된다.

인간을 위한 디자인에서 지구와 공생을 추구하는 디자인으로

이처럼 자기 질서를 고집하게 되면 서로 충돌을 면할 수 없고, 양쪽을 다 고르게 만족시킬 수 없다는 것을 알 수 있다. 디자인이 고고한 자기 목소리를 낼 수 있는 시대는 지났다.

디자인 개념이 새롭게 바뀌게 됨에 따라 어떠한 성격의 디자인을 가져가야 하는가를 생각해야 한다. 우리가 지금까지 독자적인 디자인의 세계를 가져왔다고 한다면, 앞으로는 지금까지의 그런 디자인의 세계를 가져가기는 힘들 것이며 너도 살고 나도 사는 디자인을 해야 한다. 디자인은 앞으로의 시대에선 더 이상 ‘인간만을 위한 디자인’이라는 이야기를 주장하는 것은 어려워질 것으로 전망된다. 인간을 위한 디자인은 결국 그리스 시대 철학자 프로타고라스의 말처럼 인간이 만물의 척도이며, 인간이 모든 가치의 정점에 있다고 하는 것이다. 과연 그런가? 인간 중심의 척도로 여러 가지 가치와 질서를 만들었으나, 코로나 이후 세상은 지구와 공생적 가치를 추구하는 디자인이 되어야 한다.

20세기 들어 인간이 만물의 척도가 아니라 인간이 만물 중의 하나일 뿐이라는 베르그손이나 들뢰즈의 생각을 심각하게 고려할 필요가 있다. 우리가 앞으로 인간을 어디에다 둘 것이냐, 인간을 만물의 최고의 척도에 두는 것으로 계속 간다면 코로나로 대변되는 카오스에 의해 공격받기 때문에 더 이상 그 고집을 부리기 힘들어질 것이다. 그래서 인간의 지구상의 위치를 재정립해야 되고 그 상태에서 디자인의 개념을 재정립해야 한다고 본다.

국민의 삶과 국가 운영을 디자인 관점에서 다시 보아야

디자인은 국지성을 띄는 것이 아니라 이제는 국가가 디자인이고 디자인이 바로 국가가 되어야 한다. KIDP의 작은 위상으로부터 국가 자체를 경영하기 위해서 그 위상이 올라가야 한다. 인간 자체의 삶, 국가 운영 일반 등을 모조리 디자인의 관점에서 보지 않으면 앞으로 인간은 슬기롭게 살아남기 어려울 것이며, 그 역할을 해야 하는 것이 디자인의 역할이다. 자연을 약탈하고 환경을 지배하는 것이 아닌 지구와의 공생적 윤리가 강조되는 공생(symbiotic) 디자인이 필요하다.

지구 공생 디자인을 위한 교육 필요

디자인 교육에서 보면 교육 콘셉트는 지구와의 공생적 이미지가 강조되는 방향으로 이루어져야 한다. 바람직한 디자인 교육을 위한 커리큘럼 인증제도가 필요하다고 본다. 디지털 통신 등을 이용한 비대면 교육과 현장 교육의 병행이 앞으로 요구될 것이다. 이러한 현상이 계속되면 학교 등의 율타리는 급격하게 해제될 것이고, 스타 교수 등의 중심으로 재편될 가능성이 높다. 진흥원 같은 공공기관에서는 질 높은 강좌를 제공하고 강좌 인증제 같은 제도를 두어 스타강사 등을 확보할 필요가 있다.



신문명 사회가 우리를 기다린다

권영길

동서대학교 석좌교수

[現] 계원예술대학교 총장

[前] 서울대학교 디자인학부 교수

[前] 한샘 최고디자인경영자(CDO) 사장

대한민국디자인대상 황조근정훈장(2007년)

자유주의와 개인주의의 종언, 낮선 세계가 우리를 기다리고 있다

인류는 환경을 개척하는 존재이지만, 늘 자신이 직면한 외력에 떠밀리어 변화해왔다. 인류는 77억에서 78억 명으로 가고 있는데, 2050년에는 지구가 감당할 수 있는 한계인 100억 명에 도달할 것으로 예측되고 있다. 가장 절박한 의제가 인구문제인데, 지구환경은 인간의 개체 수를 조절하는 불가사의한 메커니즘을 보여 왔다.

때로는 전쟁으로, 기아로, 지진 등의 자연재해로, 기후 변화로 나타났는데, 자세히 들여다보면 비전염성 질병과 전염병이 가장 큰 요인이었음을 알 수 있다. 이전에도 14세기 페스트와 그 이후 여러 역병이 있었지만, 코로나19는 역사적으로 있어왔던 전염병 유형과는 비교가 안 될 정도의 높은 강도와 전염 속도를 보이고 있다. 낮선 세계가 우리를 기다리고 있음이 확실하다. 이제까지 우리의 삶을 지탱해왔던 근현대 문명이 폐기되고 신문명이 도래하고 있다.

20년 전 세계 지성사회의 관심을 끌었던 책, 제러드 다이아몬드(Jared Mason Diamond)의 <총.균.쇠>가 전하듯, 병원균은 인류 문명의 패권을 거머쥐게 한 핵심 요인이었다. 우리는 지난 3-4개월의 격변이, 수 세기에 걸쳐 인류가 이루어왔던 변화를 단숨에 뛰어넘는 것을 바라보며, 제러드 다이아몬드가 포착했던 병원균이라는 요인에 곧바로 공감하게 된다.

코로나19는 세계인으로 하여금 선진국에 대한 인식을 변화시켰다. 서구사회의 사상적 기초인 자유주의와 개인주의를 우리는 그간 가장 선진적이고 진보적인 사상으로 여겨왔다. 그러나 코로나 사태를 겪으며 자유주의와 개인주의는 수명을 다했고, 그것으로는 더 이상 문명을 지탱할 수 없다는 사실을 목격했다. 우리는 그 사회의 내면에 잠재된 이기심과 자기중심성을 과거에도 여러 차례 확인한 적이 있었다. 가령, 온실가스 감

축을 목표로 세계 38개국이 교토의정서에 협정했을 당시, 이산화탄소 최대 배출국인 미국과 중국은 자국 산업 보호를 위해 탈퇴했다. 그때 이미 선진국으로서, 그리고 책임 당사국으로서 갖춰야 할 도덕성을 상실했던 것이다. 우리는 흔히 우리 민족성이 담즙 다혈질로 걱정적이고 비이성적이라고 생각해왔는데, 이번 사태의 대응 태도와 공동체 의식을 보며 어찌면 우리가 가장 이성적인 국민이 아닐까 하는 생각마저 들었다.

코로나19는 우리를 전혀 다른 낮선 세계로 인도하고 있다. 세계는 지금 확장사회에서 이른바 수렴사회로 가고 있다. 산업혁명 이후의 팽창사회가 코로나19라는 외력에 의해 가파르게 수축사회로 내려오고 있다. 지난 세기 100년을 지배했던 과잉 확장주의자의 남성형 비전이 생태학적으로 건강한 여성형 비전으로 전환되고 있는 것이다.

2008년 글로벌 금융위기 때부터 시동이 걸린 수렴사회는 급기야 코로나바이러스 전염병으로 인해 더욱 속도를 내고 있다. 국가의 의미와 역할을 다시 생각하게 되었고, 도시라는 거대한 물적 체제가 괴물로 보이기 시작했다. 집에 돌아와서도 모든 기물 하나하나의 가치가 예전처럼 귀하게 여겨지지 않는다. 미국의 총기 판매가 늘어난 것처럼 사람들은 정부와 국가를 믿지 않으며 내 생명, 내 집, 내 가족만이 우선이다. 홀로인 상태가 가장 안전하다고 믿게 되었다. 자신과 자기 가정으로 수렴되는 변화 속에서 디자인은 무엇을 해야 하는지를 논의해야 한다. 미래예측 데이터베이스 위에 인문학적 및 사회학적 상상력이 필요하다.

엑스터시의 디자인을 중단하고 ‘가치의 디자인’으로

근현대 디자인은 ‘욕망과 소비’의 사회문화에 힘입어 발전해 왔다. 지성인들은 그것이 과연 발전이었을까를 되짚어 본다. 디자이너들은 시장에서 히트 상품 내는 것에 매달렸고, 교육도 그러한 인재 생산을 목표로 삼았다. 중세기까지 욕망은 절제해야 하는 대상이었고, 과도한 욕망은 죄악이었다. 그러나 르네상스 이후 욕망은 면죄되기 시작했고, 산업혁명 이후에는 시장경제를 활성화하는 동력으로 예찬 되기에 이르렀다. 죄악이 미덕이 되는 가치 전도 현상이 일어난 것이다. 수축사회와 수렴사회로 변화되면서 포스트 코로나 사회는 성장지상주의와 물질만능주의에서 진정한 필요만으로 국한하는 금욕주의로 회귀할 것이다. 이제 디자인이 자본의 가치만 쫓고 마케팅 수단으로만 이용되는 관행을 멈춰야 한다. 엑스터시의 디자인을 중단하고 ‘가치의 디자인’으로, 무분별한 감각의 디자인에서 ‘본질의 디자인’으로 전환해야 한다.

코로나 이후의 디자인 과제는 욕망과 소유를 줄이는 ‘수축디자인’

포스트 코로나 시대, 모든 조직은 필요와 한계의 규모로 줄어든다. 국가도 정부도 작은 정부로, 도시도 대도시에서 소도시 그리고 작은 마을, 작은 시장, 작은 학교, 작은 주택 등 모

든 기관과 조직은 수축되어 갈 것이다. 그 때에 디자인은 무엇을 어떻게 해야 하나? 크게는 시대 흐름의 벡터 즉 힘, 속도, 방향을 알고, 세부 주제별로 나눠 구체적 논의에 들어가야 한다. 사회는 갈수록 개인화, 개별화, 원자화되어 가고, 정부는 스킨십 결핍이 초래할 문제들에 대한 해법 찾기에 골몰할 것이다. 개인의 건강과 복지, 또는 원자화된 개인의 고독과 소외의 문제가 다시 대두될 것이고, 우울증에 대응하는 디자인 같은 것이 중심 연구 과제가 될 것이다.

21세기로 세기의 문지방을 넘어올 때 사람들은 3D 즉 Digital, DNA, Design이 미래 산업을 추동할 3대 동력이라 말했다. 나는 디자인 전문가로서 큰 자부심을 느꼈다. 그러나 21세기 첫 10년이 되기도 전에 어느 포탈에 ‘디자인’을 검색했더니, 디자인이 만악(萬惡)의 씨앗이라는 글이 올라와 있어서 충격을 받았다. 마음 한 구석에는 올 것이 왔다는 생각이 들었다. 디자인이 과연 지금까지 인류를 행복한 방향으로 이끌었느냐는 질문에 우리는 솔직히 고백해야 한다. 이제는 인류의 삶을 건강하게 하고 사회의 질서를 자연의 질서에 합치시키는 생태디자인으로 가야 한다. 우리는 수많은 제품과 상품을 짊어지고 살아간다. 에른스트 슈마허(E.F. Schmacher)의 책, '작은 것이 아름답다(Small is beautiful)'가 나온 지 반세기가 넘었다. 포스트 코로나 시대의 디자인 과제는 욕망과 소유를 줄이는 ‘수축디자인’이다. 정부에서 가정에 이르기까지 조직의 거품을 걷어내는 방법과 디자인의 역할에 대해 다음 모임에서 논의해보면 좋을 것 같다.

세계화의 시계는 멈추고 지역화가 고개를 들기 시작했다

두 번째로 말하고 싶은 것은 지역화(localization) 담론이다. 세계화가 본격화된 지 30년이 흘렀다. 세계화의 흐름 속에서 지역화라는 반동은 꾸준히 있어왔으나, 인력으로 안 되던 것이 코로나 바이러스라는 외력에 의해 세계화의 시계는 멈추고 지역화가 고개를 들기 시작했다. 오늘 우리 회의가 국가디자인자문위원회 회의인데 이 또한 기본적으로는 코리아라는 지역이 전제된 것이다. 우리는 코로나 이후의 세계에서 대한민국이라는 역내(域內)의 디자인 문제를 어떻게 풀어 나가고, 어떻게 신개념 디자인을 전략적으로 구사할 것인가를 논의하러 모인 것이다.

포스트 코로나 시대, 국가디자인 항목들을 채굴해내야

2012년에 국가과학기술위원회가 가동되었는데, 그 당시 우리나라의 미래 발전을 담보할 유망 신기술로 어떠한 것이 있을かを 모색했고, 6대 기술이 선정되었다. 그래서 정보통신

(IT), 생명공학(BT), 나노기술(NT), 환경공학(ET), 우주항공(ST)이 선정되었고, 그에 덧붙여 문화콘텐츠기술(CT)이 선정되었다.

그러나 당시에는 문화콘텐츠가 협의로 해석되어 디지털 미디어 기술을 영화, 드라마, 공연 비즈니스 등에 어떻게 활용할 것인가에 논의가 집중되었다. 이제 이 CT를 포스트 코로나 시대의 변모한 문화적 상황에 맞추어 다시 논의해야 한다.

국가디자인자문위원회는 어떤 디자인을 하는 조직인가? 국가는 여러 개의 지방으로 나뉘고, 지방은 다시 여러 지역으로, 지역은 다시 여러 도시로 이루어져 있다. 도시의 작은 단위 형태는 타운이고 타운 보다 작은 마을 빌리지, 그리고 작은 커뮤니티와 이웃이 있다.

국가에서부터 이웃 동네까지를 펼쳐보며, 국가디자인을 어디에서 출발해야 하고, 어떻게 해야 할지 과제들을 추출해야 한다. 20세기에 풍미했던 디자인의 개념이 일반 상업디자인에 초점이 맞추어져 있었던 것과 달리, 국가디자인이란 명제는 그 자체로서 공공성을 띠고 있다. 지역화로 가는 포스트 코로나 시대 디자인의 새로운 이념을 정립하고, 새로이 떠오르는 항목들을 채굴해내야 한다.

디자인은 문명사적 대전환을 열어가는 결정적인 수단이자 방법

인류는 지금 문명사적 변곡점에 서 있다. 낯선 세계를 마주한 지금, 우리는 지금까지 어떠한 디자인 기준을 가지고 있었는지에 대해 성찰해야 한다. 이제 우리는 서구의 기준을 관습적으로 쫓아가는 무정견한 태도를 버리고, 인류가 갈망하는 건강하고 지속가능한 문명을 건설할 해법을 찾아야 한다. 답을 외부에서 구하지 아니하고 선조들의 집적된 경험과 지혜, 자신의 역사와 문화, 풍토와 환경에서 ‘맥락의 디자인’을 길어 올려야 한다.

신文明 시대가 열리고 있다. 문명은 자연에 대비되는 것으로, 순수자연을 제외한 모든 인공 환경과 사물들은 모두 디자인이라는 수단을 통해 구축되고 제조된 것이다. 그 모든 것들의 총합을 우리는 문명이라 부른다. 그래서 문명은 디자인 기반인 것이다. 디자인은 문명사적 대전환을 열어가는 결정적인 수단이자 방법이기때, 우리는 코로나 이전의 낡은 문명을 대체할 새 문명의 길을 찾고, 문명의 형식을 결정하는 디자인의 새 원칙을 정립해야 한다.



팬데믹 이후 세상, 디자인의 역할

이순종

서울대학교 명예교수

[前] 서울대 디자인학부 디자인전공 교수

[前] 서울대 미술대학 학장

[前] 전국 미술/디자인계열대학 학장협의회 회장
대한민국디자인대상 산업포장(2001년)

디자인이 추구해야 할 가치

이 시대에 디자인 분야에 대한 새로운 자리매김이 필요하다 고 본다.

두 가지를 말하자면 하나는 디자인의 가치에 대한 얘기이고 하나는 코로나와 관련된 주제이다. 얼마 전 한국기업디자인협회장이었던 지인과 통화를 했는데, 이를 들으면 알만한 중견디자이너가 1,000만 원짜리 1명을 뽑는 1,000명 정도가 지원하는 디자인개발 공모전에 끼어있더라는 이야기를 했다. 이를 들으며 디자인계가 얼마나 어려운지 다시금 느끼게 되었다.

다른 예를 들면, 제자였던 IDEO 출신 디자이너가 모 대기업의 최고경영자와 디자인 프로젝트를 컨설팅하는데 디자인을 강화하기 위한 디자인 조직이나 전략을 구사하는 방법을 원한다 하더라. 그 제자 디자이너에게 디자인 철학과 무엇에 중점을 두고 디자인하느냐고 물었더니 쓰레기가 나오지 않는 방향의 디자인을 하려 한다고 했다. 대부분 클라이언트를 설득하면 쓰레기가 안 나오는 방향으로 방향을 바꾼다고 한다. 클라이언트가 쓰레기가 나오는 방향을 계속 고집하는 경우라면 그 프로젝트는 하지 않는다고 한다.

생각할 수 있는 것만큼이 디자인의 영역

디자인에 대한 개념은 개인이 생각하는 만큼이 디자인이라고 생각한다. 우리나라같이 디자인 가치를 좁게 잡고 있는 국가는 없는 것 같다. 물질도 디자인할 수 있고 비물질도 디자인 할 수 있어 통합적으로 디자인을 생각하는 것이 참 중요한 것 같다. 그리고 서비스, 경험, 콘텐츠 등의 비물질적인 디자인이 중심이 되어가고 있다.

디자인하는 대상도 지금까지는 산업, 경제 등이었는데 이제는 환경 도시 등에서 국가 전체, 사회 시스템 전체에 대한 것으로 확대되고 있다. 디자인에 대한 영역도 확산시켜서 공유하는 것이 중요하다고 생각한다. 디자

인의 용어가 사회 속에서는 90%가 아직도 외형, 텍스처, 컬러 등에 머물러 있다. 이런 개념이 상향 조정되어야 한다.

모든 사람이 디자이너가 되는 세상

파괴적 혁신기술의 발달로 앞으로는 모든 사람이 디자이너가 될 것이다. 전문교육을 받은 디자이너가 무엇을 해야 하는가가 숙제가 될 것이다. 앞으로는 목표를 세우는 일, 전략 짜는 일, 미래개념 등 앞단의 디자인이 중요해질 것이라고 생각한다. 이런 것들을 끌어가려면 창조적 리더십이 필요하다고 생각한다.

학교 교육에서 리더가 되기 위한 교육을 어떻게 시켜야 하는가가 숙제인 것 같다. 아직까지 우리는 대부분 전체 프로세스에서 마지막 단계를 수행하는 교육을 받고 있다. 그 때문에 앞단의 새로운 환경과 삶의 문제와 방향에 대해 선도해가는 힘이 부족하기에 그런 훈련이 필요하며 그러려면 초학제적으로 디자인 교육을 시켜야 한다. 부딪혀보고 얘기해보고 모아보고 양보해보고 하는 등의 과정을 통한 통합자적 역할의 배움이 필요하다.

언리얼, 언택트, 언스케일

사람이 살아가는 데 있어 필요한 모든 총집합을 디자이너가 할 수 있다고 생각한다. 디자인의 대상이 전 산업이 되어야 한다는 생각으로 시야를 넓혀야 한다. 이런 부분을 많이 놓치고 있는데 각 산업분야에서 디자인이 어떻게 이용될 수 있는지 전체 시스템 속에서 고민해야 한다.

두 번째는 포스트 코로나 관련 이슈이다. 제가 참여하고 있는 다학제 연구모임에서 한 의대교수가 발표한 내용을 소개하자면, 코로나바이러스를 이길 수 있었던 동력에 의료진들의 통찰과 직감, 경험, 실험정신이 있었다는 얘기이다.

매뉴얼 대로가 아닌 통찰, 직감, 실험정신과 추진력이 그 동력이 되었으며 그것이 우리 국민성이며 시민의식이라는 얘기가 있었다. 그 때 나온 얘기가 언리얼(unreal), 언택트(untact), 언스케일(unscale)이다. 언리얼은 디지털로 소통하고, 언택트는 만나지 않고 대면하지 않는 것이며, 언스케일은 스케일을 줄여서 지역사회 삶을 꾸리는 것이다.



아카이브에서 교육으로

강병길

서울디자인재단 이사장

[現] 숙명여대 미술대학 산업디자인과 교수

[現] 숙명여대 미술대학 학장, 문화원장, 박물관장

디자인진흥 50년 전시의 콘텐츠화

국가가 디자인의 진흥, 지원을 위해 한국디자인포장센터가 설립된 1970년 이후, 지난 50년을 통해 한국 디자인의 발전을 위해 노력하고 기여한 한국디자인진흥원이 어제와 오늘을 정리하여 기록하고 앞으로의 50년을 그리고 있는 ‘디자인코리아 아카이브전’은 매우 중요한 의미를 갖는다. 오늘의 관점에서는 한국디자인진흥원의 역할과 기능에 대한 여러 의견이 있겠지만 전시를 둘러보며 한국디자인진흥원의 역사가 곧 대한민국 디자인 역사의 중요한 축이었음을 다시 한번 확인할 수 있었다.

아카이브 전시는 우리 디자인의 어제와 오늘 그리고 미래를 서로 연결해 주는 배움의 교육 기능을 지닌다. 또한 디자인 아카이브는 우리나라 디자인의 변천과 소멸, 성장의 실제 발자취여서 KIDP를 중심으로 한 디자인 역사를 정리한다는 것은 우리 디자인의 미래를 위해 그 어떠한 사업보다 중요하고 가치가 있는 것이다. 용기를 내어 수고하고 헌신한 진흥원 여러분께 박수를 보낸다. 대관 전시에 비해 자체 기획 전시는 상당히 어렵다. 방문객들에게 어떤 것을 공유해야 하는지, 그리고 무엇을 어떻게 전시해야 할지, 보다 많은 사람들과 공유하기 위해 어떠한 미디어들을 복합적으로 선택해야 하는지에 대해 전문성을 확보해야 하고 전시 후의 콘텐츠 확보까지 치밀하게 기획해야 하기 때문이다. 디자인 역사를 정리하는 것 또한 지속가능한 아카이빙 외에 중요한 콘텐츠와 자산을 만드는 것이다. 테이트 모던(Tate Modern)이나, 빅토리아 앤 알버트(V&A), MOMA와 Getty 등 해외 유수의 전시관이나 미술관 뮤지엄들 대부분 이미 수많은 전시 콘텐츠를 확보하고 있으며 매년 기획 전시를 교육 콘텐츠화 하고 있다. 전시가 끝난 뒤, 도록이나 일회성 홍보용 자료만으로는 그 가치가 정확하게 지속되고 공유되지 않기 때문이다. ‘디자인코리아 아카이브전’ 전시를 보면서 진흥원

은 어떠한 미디어로 어떻게 ‘공유 콘텐츠화’할지 궁금하며 또 기대된다. 한편, 이 전시 콘텐츠의 다양한 미디어를 통한 공유 공감화 전략이 코로나19 이후 한국디자인진흥원의 미래를 가능케 할 것이라고도 생각이 들었다.

이제 한국디자인진흥원은 산업적 성과를 위해 부가가치를 극대화할 수 있는 수단으로서 바라보는 디자인의 역할에 대한 산업사회의 소극적 기대 수준을 넘어 디자이너, 기업, 디자인계만의 전유물이 아닌 모든 인류가 향유하고 실천해야 하는 삶의 중심 가치로서 기능케하는 본래의 역할로 폭넓게 기능해야 할 것으로 본다.

코로나19 이후, 아마도 우리는 감기처럼 이 전염병과 부대끼며 함께 살아갈지도 모르겠다. 늘 그랬듯 면역체계가 마련되어 이 시련은 극복될 것이며 기존 질서는 변화될 것이다. 베르나르 베르베르(Bernard Werber, 1961~)가 인간의 시점이 아닌 개미의 입장에서 세상을 바라본 것처럼 지구의 입장에서 이 사태를 바라본다면 그 최대 수혜자는 자연인 것 같다. 우리 건강에는 치명적이지만 자연에게는 치유와 회복의 기회인 듯하다. 불과 몇 달 만에 조물주께서 창조하신 대자연은 스스로를 정화하며 그 디자인의 위대함을 지구 곳곳에서 증명하고 있다.

많은 사람들은 이번 위기에서 비롯된 많은 변화가 '전화위복'의 계기가 되길 바라고 우리 또한 한 번도 경험해 보지 못한 이 힘들지만 귀한 시간들을 통해 지구와 세상에 대하여 새로이 느끼고 깨우치는 소중한 성찰의 기회 되길 소망한다.

‘정작 중요한 것은 보이지 않는다’라는 생텍쥐페리(Antoine de Saint-Exupéry, 1900~1944)의 어린왕자에서 사막 여우의 충고처럼 좋은 몸이란 시각적으로 예쁘고 아름다운 것뿐 아니라 보이지 않는 곳에 불필요하고 해로운 것이 없는 건강한 몸이라고 생각한다. 좋은 디자인도 마찬가지로 보기에만 그럴듯한 것이 아니라 좋은 기능으로 사랑받고 그 쓰임이 다한 후에도 이 세상에 치명적인 쓰레기로 남지 않고 사용자 뿐 아니라 환경과 자연에도 이로운 것이 굿 디자인이 아닌가. 따라서 몸과 마음의 회복을 돕는 것 또한 면역이라면 디자인은 우리가 살아가는 삶 가운데서 모든 순간을 건강하게 마주하게 하는 자연의 기본적인 균형과 순환적 조절을 전제하여야 할 것이다.

교육을 통해 국민에게 좋은 디자인의 정보와 지식을 나누고 삶에서 디자인을 통해 건강한 치유와 회복의 믿음과 신뢰를 주는 정서적 면역 또한 제공해 주는 사회봉사적 역할 또한 한국디자인진흥원의 중요한 기능이 되어야 하리라 본다.

한국디자인진흥원 여러분, 디자인이 디자이너뿐 아니라 디자인 주치의(Human Design Attending physician)로서 지구와 자연을 존중하는 모두를 위한 디자인 율타리가 되어 주길 바란다.

강
병
길



디자인산업계 애로사항, KIDP에 거는 기대

이길형

한국디자인단체총연합회 회장

[現] 홍익대학교 교수

[現] (사)한국시각정보디자인협회 상임고문

[前] 광주디자인비엔날레 총감독

정부부처와 디자인계 소통 강화 필요

우리는 변화를 지난 50년 동안 디자인이 국가 경제나 산업사회에 기여한 바는 굉장히 많으나 아직 관련 부처의 이해는 수반되지 않고 있다. 아이러니한 것은 우리 스스로가 영국 등 많은 국가들은 디자인이 국가 발전의 커다란 도구로 활용되어야 한다고 이야기하고 있고, 우리도 디자인을 통해 혁신과 변화를 이끌어 내자고 노력하고 있다. 오늘 이렇게 50주년 맞이한 뜻깊은 자리를 만들고 고민한 결과물을 한국디자인단체총연합회(이하 디총)에서 해야 하지 않나 절감하고 있다.

코로나19로 인한 디자인산업계 애로사항

이번 코로나 사태 시 한국디자인산업연합회를 통해 코로나로 인한 디자인기업의 어려운 점을 설문조사한 내용을 들은 적이 있다. 설문조사의 내용을 보면 경영활동에 피해가 크다는 대답이 96%에 달할 정도로 많았고 피해 대처방안으로 경영활동의 감소나, 휴업, 임금삭감, 인력감축을 해야 할 상황에 놓여있다. 경영정상화를 위해서는 국가에서 많은 지원을 하고 있지만, 놀란 건 소상공인이나 디자인 소기업들에게 지원을 해준다고 지원 자금을 내놓았는데, 은행을 가보면 대표의 신용등급이 3등급 이상이어야 된다고 한다.

어려운 디자인회사의 대표는 5등급도 받기가 어렵다. 정말 눈 가리고 아웅 하는 행정이 아닌가 싶을 정도로 아쉽다. 이런 부분들을 디총이 NGO로서 대 국회, 정부 쪽에 우리의 어려움을 좀 더 외치고 찾아가서 그 위상을 만들어 가야 되지 않을까 생각한다.

정부와 KIDP에 거는 기대 디자인기업의 어려운 경영여건, 지원방안은?

디자인기업 70% 이상이 5~10인 규모의 소규모 디자인 회사들인데 이번에 엄청난 피해를 입었다. 실제로 우리가 업체들에게 해줄 수 있는 것은 벤처기업처럼 디자인기업들에게 자금 지원이나 공공발주 디자인 사업의 적정가격 책정, 수의계약 범위를 확대, 디자인 분야의 최저가 입찰 관행을 해소, 공공입찰 시 20%를 차지하는 가격평가 기준 등을 한시적으로 축소한다든지 이런 내용이 시급하지 않나 생각한다. 이런 부분은 주관부처의 이해가 필요한 부분이기 때문에 디총과 협단체가 나서서 노력하도록 하겠다.



한국디자인의 가치에 대해 생각하다

정국현

디자인네트워크 대표

[前] 삼성디자인학교(SADI) 학장
[前] 삼성전자 디자인경영센터 고문
[前] 삼성전자 디자인경영센터 부사장
대한민국디자인대상 은탑산업훈장(2006)

과거 50년 우리가 무엇을 잘 했나 정리해야

우연찮게 일본디자인진흥회에서 약 10년을 일했다. 그 사회(일본)에 대해서 그 후로도 가끔 만나 함께 고민한다. 2018년 5월, 일본은 디자인경영을 선언했다. 그간 국책사업으로 수차 디자인 관련 정책을 발전시켜 오며 국민들에게도 전파하고 산업사회 경영자들에게 디자인이 갖는 새로운 가치 등을 얘기해오면서 디자인 산업을 발전시켜왔다.

특히 동북아시아 권에서 문화의 가치를 주도화, 자국화하려는 활동을 많이 해왔다. 그걸 보면서 우리가 놓친 게 이런 것이구나, 이런 부분은 한국이 갖고 가서 발전시켜야 하겠구나 등 ‘디자인K(이하 K디자인)’, 한국디자인의 새로운 가치에 대해 생각했다.

앞으로 50년 후, 새로운 미래를 생각해보려면 우선 과거의 10년, 20년, 50년간 우리는 무얼 해왔는가를 정치, 경제, 산업, 사회 등 다양한 분야에서 고심하며, 과거 해왔던 것들을 복기하는 여유를 가졌으면 한다. 의례 그렇게 해왔고 운이 좋아서 된 부분들도 있겠지만 분명 우리가 노력한, 잘한 부분이 있다는 사실을 의외로 잘 모르는 경우가 많다.

각 기업체에서 했던 여러 가지의 좋은 것들, 디자인경영 대상을 받은 기업들, 또 그 기업들과 협력한 산한 기업들, 당시 이러한 기업들의 활동들을 다시 재발견할 수 있는 그런 시간을 가졌으면 한다. 한국적 디자인에 대해 정의하는 계기가 있어야 하기 때문이다. 그렇지 않으면 한국적인 것은 자리매김 되지 않을 것이며 전부 바이어의 요구에 의해 수행된 결과일 뿐으로 치부될 수 있다.

과거로부터 한국디자인의 DNA를 찾아야

앞으로 우리가 생각지 못한 사회가 올 것인데 그런 것들에 대해 고민해야 한다. 과거를 보고 미래 20~30년

을 위한 희망을 구상해야 한다. 반드시 그런 것들을 정리해서 한국디자인이 무엇 때문에 만들어지는지에 대해 생각해 보았으면 한다. 아카이브 구축, 순환전시에 관한 의견을 들으며, 국립미술관과 같은 다양한 미술·박물관을 통해 지방 곳곳에서 발굴된 유물들로 선조들의 창의성, 우수성 등을 볼 수 있다는 사실이 떠올랐다. 이미 우리에게 잊힌 것 속에서 지금 필요한 것들을 발견할 수 있을지도 모른다. 과거 속에서 혹은 우리 디자인 분야에서 취할 것을 적극적으로 발굴하는 활동을 꼭 해주셨으면 한다.

코로나19에 대응하는 새로운 도시의 사례를 만들어야

과거 한때는 메트로폴리탄이라는 집적화, 집중화, 대도시화된 것이 도시 경쟁력의 바로미터였는데, 결국 그것이 코로나19가 확장하는 매개체가 되었다. 앞으로 도시가 사람들이 건강하게 살아갈 수 있는 곳이 되려면 어떻게 해야 할지 고민해야 한다.

원주가 의료 도시로 발전 중이지만 코로나19로 인해 경상북도와 대구가 완전히 새로운 샘플 케이스로 세계에 인식되었기 때문에, 앞으로 대구디자인센터가 중심이 되고 KIDP가 지원하여 의료나 복지시설 등을 운영하는 새로운 개념의 도시의 사례가 만들어지면 어떨까 생각해본다.

가산디지털단지의 경우 벤처기업들이 많지만 문화적 측면에서 보면 그 일대가 조선족, 동남아 등 외국계 문화가 합쳐지고 있는 곳이다. 그것을 통해서 우리가 새로운 미래상을 만들어가고 디자인적 사고가 파생되어 새로운 산업이 나오는 그런 곳이 되었으면 한다. 디자인스튜디오의 전략적 거점으로 새로운 각도에서 사업을 분석하고 해체해서 새로운 가치를 발굴했으면 한다.

미래 사회 시스템의 미래를 위한 디자인 그랜드맵을 그려야

스페인 독감처럼 역사 속에 큰 위기들이 있었는데 이번 코로나19는 인류가 과학기술이 발전되고 깨끗한 지구에 설마 그런 것이 있으리라고 생각지도 못했다. 우한에서 환자들이 나왔을 때 많은 국가들은 중국에서만 끝날 줄 알았고 이렇게 물류가 뿔뚝하고 사람 간 인적교류가 많은 국가들에 퍼지게 되는 상황까지는 생각지 못했다.

1995년경 새로운 산업, 새로운 비즈니스를 규정할 때 미래를 위해서 우리가 활동과 시스템을 어떤 패턴으로 만들어가야 할 것인지를 그리는 ‘디자인 그랜드 맵’(Design Grand Map)이라는 것을 한 적이 있다. 그랜드 맵을 다시 만들어서 K디자인이 그리는 미래의 삶, 천지인적 사고를 가지고 기술과 환경이 인간을 축으로 했을 때 과연 어떤 새로운 사회적 문제, 국가적 문제, 지구적 문제가 있을지 이런 것들을 정리하면 좋겠다.

디자인아카이브, 지역디자인센터와 공유해야

이번 사태로 우리나라는 처음으로 이러한 데이터를 축적하게 되었고 이미 매스미디어를 통해서 세계에 신뢰를 심어 주었다. 이런 리더십을 어떻게 지속적으로 가져갈 것인지 고민해야 한다. 최근 일본은 디지털기술을 어떻게 산업사회에 접목을 시키고 그 디지털을 가지고 국가 차원에서, 디자인산업에서 과연 어떻게 발휘할 것인지 고민하고 있다. 매체를 보면 100개의 기술을 선정해서 그 디지털 트랜스포메이션 기술이 산업사회를 어떻게 바꿀 수 있고 어떤 움직임이 있다는 것을 발굴하기 시작했다.

KIDP는 디지털콘텐츠진흥원 같은 기관과 교류를 넓히고 구체적인 활동을 해야 할 것이다. 우선 지역별 디자인센터와 같은 기관들과 협력을 확장했으면 한다. 순환전시도 그 일환이 될 수 있을 것이다. 아카이브 같은 것은 고형화 될 가능성이 굉장히 많다. 빙산 속에 열린 상태에서 수 세기 뒤 후세들에게 보여 질 가능성이 높은 그런 것을 여기에 놓는 것보다는 지역과 더 많이 전시교류를 해서 지역에서 더 많은 것들이 보여줌으로써 디자인산업의 윤희유가 될 수 있도록 하는 그런 활동을 해주었으면 한다.

KIDP, 평생교육으로 영역을 넓혀야

디자이너들이 충분히 할 수 있다는 자신감을 갖게 하는 기회를 만들어줬으면 좋겠다. 우리는 보면 디자이너들끼리만 모여서 얘기를 주고받는다. 항상 좁게만 살아온 게 지금까지의 성장 패턴이었다. 디자이너들이 스스로 노출되어야 한다고 생각한다. 욕을 먹을 때는 먹고 지금까지 못하고 안 했던 것을 할 수 있게 스스로 발굴해야 한다고 생각한다. 평생교육 같은 그런 기능이 KIDP에 있어야 한다.

아까 말씀드린 일본의 사례에서 발표를 하기 2년 전에 중소기업에 대상으로 조사를 해보니 대표자라는 사람들이 디자인에 대한 인식이 거의 제로 수준이었다. 그걸 가지고 특허청과 일본 경제산업성 등이 중심이 되어 중소기업에 열심히 설득해서 디자인경영 문화가 자리 잡기 시작했는데, 경영성과를 살펴보니 전혀 생각지도 않았던 엉뚱한 기업들이 디자인경영을 생각하고 있었다. 대기업은 낡되다 알아서 가는데 디자인에 대해 거의 생각이 없었던 95%의 기업에서 디자인을 활용하기 시작한 것이다. 문화적, 정서적으로 일본과 유사한 한국이기에 지금까지의 것을 조금만 더 발전시키면 훨씬 더 좋을 것이라고 생각한다.

정국현

국가디자인 자문위원회란?

디자인 주도 혁신성장과 사회문제해결, 포용적 성장에 필요한 주요 디자인정책 및 관련 법·제도 입안과정에 대해 자문 역할을 담당하는 한국디자인진흥원 내 최상위 외부조직입니다.

위원구성

윤주현 한국디자인진흥원 원장(위원장)
강병길 서울디자인재단 이사장
권영걸 동서대학교 석좌교수
오근재 홍익대학교 명예교수
이길형 한국디자인단체총연합회 회장
이남식 서울예대 총장
이영혜 디자인하우스 발행인 겸 대표이사
이순중 서울대학교 명예교수
장동련 홍익대 디자인콘텐츠대학원 원장
조동성 국립 인천대 총장
정국현 디자인네트워크 대표

그간의 경과



제1회 국가디자인자문위원회, 2020.2.6. 강남스타일테크 DKworks
주제 : 산업비전, 디자인 어워드, 미래 정책 어젠다, 교육 등



제2회 국가디자인자문위원회, 2020.5.19. 한국디자인진흥원 대회의실
주제 : 디자인의 날, 아카이브, 교육, 포스트 코로나 시대 등

디자인, 디자이너에게 문입니다

● ○ ○ ○ ○

나건

홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

차강희

한국산업디자인협회 11대 회장

이순중

서울대학교 명예교수

INTERVIEW

디자이너에게 묻는 디자인

Q1

한국적 디자인을
어떻게 정의할 수
있을까요?



다이나믹스(Dynamics)

저는 '다이나믹스(Dynamics)'를 한국적이라고 봅니다. 디자인의 선진국으로서 그간의 경험을 응집해서 다이나믹하게 뭔가 할 수 있습니다. 신제품과 신기술을 받아 들여 사용하는 것에 대해 두려움이 없다는 것이 전 세계 어느 나라에도 없는 우리 대한민국의 중요한 디자인적 특징이라고 봅니다.

나건

검이불루 화이불치

‘검이불루 화이불치’라는 표현이 있습니다. 검소하지만 누추하지 않고, 화려하지만 유치하지 않은, 그런 의미와 같이 굉장히 합리적이고, 논리적이고, 그런 것들이 아름다운으로 잘 펼쳐지는 것이 한국의 디자인이라고 생각합니다.

차강희

Q2

4차 산업혁명(AI)
시대의 디자이너들에게
가장 요구되는 역량은
무엇일까요?

기술과 인간에 대한 이해

첫째 ‘기술에 대한 이해’, 둘째 ‘인간에 대한 이해’, 그 기술을 가지고 인간을 위해서 ‘어떤 일을 할 것이냐’, ‘어떤 제품과 서비스를 만들 것이냐’에 대한 이해, 그것이 4차 산업혁명 시대 디자이너에게 가장 요구되는 능력이라고 생각합니다. 다양한 전공의 학생들이 모여 고민하는 ‘융합의 장’을 만들어 주는 것이 학교의 역할이고, 다른 학교 사람들과 어울리는 인터유니버시티, 학교 간 콜라보레이션이 이루어질 수 있도록 장을 여는 것이 앞으로 교육의 중요한 역할이라고 생각합니다.

나건



혁신가로서의 역할

디자이너들이 좀 더 창의적이고 엉뚱하고 신선한, 발랄한 생각을 가지고 혁신가로서의 역할을 할 수 있을 것인가가 중요하고요. 다른 관점으로 다른 생각을 할 수 있는 힘을 키우는 것이 중요하다는 생각이 듭니다. 창조적인 디자인을 하기 위해서는 많은 경험과 생각이 필요합니다. 다방면의 많은 것들을 보고, 느끼고, 경험하는 것이 중요합니다.

차강희

Q3

미래 디자인의 역할과
가치는 무엇이라고
생각하시나요?



이노베이션(Innovation)

디자인은 결국 이노베이션, 즉 새로 무언가를 만들어서 큰 가치를 만들어 내는 데 가성비가 가장 좋은 수단이기 때문에, 저는 미래가 어떻게 되든지 간에 디자인의 역할과 가치는 변하지 않을 것이라고 봅니다.

나건



다양성

다양성입니다. 대량이 아닌 소량, 각각의 요구와 변화에 대해 대응할 수 있는 것이 중요하다고 생각되고요, 공급자 위주에서 수요자 위주로, 갑과 을이 바뀌고 있어요. 그래서 앞으로는 디자이너들의 다양한 생각과 창작 활동이 더 중요하게 대우받게 될 거라고 생각합니다.

차강희

Q4

세계적인 국가 디자인
경쟁력을 갖추기 위해서
어떠한 노력을
기울여야 할까요?

스타디자이너 발굴

스타 디자이너를 만드는 것이 중요할 것 같아요. 현재는 기업 위주잖아요. 그 기업이 언제까지 갈지는 누구도 모르는 거거든요. 외국 사람들이 한국의 디자인을 기억하기 위해서는 결국 스타 디자이너를 통해 대한민국 디자인을 각인시키는 것이 우리의 디자인이 세계적인 수준으로 올라가는 가장 효과적인 방법이라고 생각합니다.

나건



끊임없이 노력하는 것

얼마나 많이 보려고 노력하느냐, 얼마나 많이 이해하려고 하느냐, 얼마나 많은 관심을 가지고 있느냐가 더 성공할 수 있는 디자인의 역량이라고 생각되고 그런 부분에 대해서 끊임없이 노력하는 것이 중요합니다.

차강희

Q5

코로나로 바뀔 세상은
디자인 업의 미래에
어떠한 영향을
주게 될까요?

3U(untact, unreal, unscale)

3U 시대가 도래 될 것입니다. 첫 번째로 언택트(untact), 비접촉 관련된 사회 현상. 두 번째로는 언리얼(unreal), 디지털로 소통을 하는 연결되는 세상. 세 번째는 언스케일(unscale), 거대 도시가 아닌 지역사회 중심으로 가치로 전환되는 사회가 될 것이라고 얘기하고 있습니다.

삶이 불안하고, 힐링이 필요하고, 디지털로 인한 소통 문제.. 등에 대해 디자이너가 고민해야 합니다. 안전, 치유, 나눔, 연결과 같은 개념을 언택트, 언리얼, 언스케일 사회와 관련지어서 더 고민하면서 디자인해야 될 것입니다. 어떻게 하면 행복하고 건강한 삶을, 조화롭고 균형 잡힌 안전한 사회를 만들 것인지에 대한 시스템 디자인, 네트워크 디자인에 대한 더 광범위한 고민을 하고 ‘새로운 라이프스타일은 이래야 됩니다’라고 말할 수 있어야 될 것 같아요.

이순중

* 본 책의 글은 한국디자인진흥원이 2019년부터 디자인계 전문가를 대상으로 인터뷰한 내용을 발췌하여 재구성한 것입니다. 한국디자인진흥원 유튜브에서 전체 내용을 보실 수 있습니다.

디자인, 디자이너에게 문입니다

● ● ○ ○ ○

안장원

한국디자인산업협회 회장

이창호

(주)샘파트너스 대표

서승교

IBM 이사

조중현

네이버 디자이너

김성우

국민대학교 교수

임보리

명지병원 서비스디자인팀장

INTERVIEW

디자이너에게 묻는 디자인

Q1

한국적 디자인을
어떻게 정의할 수
있을까요?



마이너스 디자인

마이너스 디자인이에요. 본질만 남고 다 버려야 돼요. 남은 본질이 우리가 가지고 있는 정체성이예요. ‘우리 선을 찾아라’, ‘우리 색을 찾아라’, ‘우리 형을 찾아라’, ‘그것을 기본으로 한 마이너스 디자인을 해라’... 그러면 세계인이 공감할 수 있는 디자인이 나오고 형태가 나와요. 이걸 가지고 세계와 승부해야지 어설픈게 따라하면 따라갈 수가 없어요.

안장원

현대적 재해석

한국인이 가지고 있는 정신과 문화를 어떻게 계승해서 현대적으로 해석하느냐가 중요한 시대라고 볼 수 있습니다. 한국인만이 느낄 수 있는 정서적 가치가 들어가 있는 디자인이 한국적 디자인이라고 이야기하고 싶습니다. 가령 한국만이 가진 골목 문화, 한류의 중심이 되고 있는 엔터테인먼트의 정신, 우리 고유의 흥, 뭐 이런 것들...

이창호

Q2

4차 산업혁명(AI)
시대의 디자이너들에게
가장 요구되는 역량은
무엇일까요?

사회적 책임감

역사적인 관점과 인문적인 관점, 결과물에 대해 사회적 책임감을 가져야 합니다. 역사적으로 사회적으로 어떤 가치를 가지는가, 이런 고민이 안 된 디자인은 문제가 있다고 봐요. 수많은 기술을 융합해서 결과물을 만들어 내는 것이 디자이너가 갖추어야 할 가장 기본적인 역량입니다.

안장원



창의력

다양한 저변 지식과 깊은 전문성이 동시에 요구되는데 이 두 가지를 잘 융합할 수 있는 창의력이 그 중심에 있다고 생각합니다.

이창호



Q3

미래 디자인의 역할과
가치는 무엇이라고
생각하시나요?



혁신을 이끄는 리더십 리더십과 코디네이션 역량

디자인은 지금까지 전체 혁신 프로세스의 후반부를 차지하고 있었어요. 인간의 문제를 해결해 주는 창의력을 디자이너의 역량이라고 한다면, 오히려 후반부가 아니라 전반부에서 질문하는 사람이 되어야 할 것 같아요. 무엇을 디자인해야 하나 먼저 제안하는 역할을 디자이너들이 해야 한다고 생각합니다. 미래 디자이너는 혁신을 이끌어가는 리더십 역량과 혁신이 잘 이루어지도록 하는 코디네이션 역량, 이 두 가지가 중요하다고 생각합니다.

서승교

서비스·경험디자인 관리

서비스·경험디자인을 잘 관리하는 것이 디자인의 시작과 끝이라고 생각이 듭니다. 소비자들은 결국은 그 양적 혹은 질적 측면에서의 상향된 서비스와 제품은 이미 다 경험했기 때문에 마지막 남은 것이 역설적으로 감성의 영역이 아닐까...

이종근

Q4

세계적인 국가 디자인
경쟁력을 갖추기 위해서
어떠한 노력을
기울여야 할까요?

다학제

다학제 구성을 하는 것은 융합으로 시너지가 만들어지기 때문입니다. 공공부문에는 칸막이가 있기 때문에, 융합되는 에너지를 만들어 낼 수 있는 힘이 필요합니다. 민간부문도 마찬가지입니다. 추구하는 가치는 어쨌든 고객, 인간의 가치를 증진시켜 주는 것이니까 그것을 위해서는 가까이 오쁜 마인드로 뛰어들어서 서로 시너지를 낼 수 있는 움직임, 그런 판이 필요하지 않나 생각합니다.

서승교

디자이너의 사회적 지위 향상

국가적 노력이 필요해요. 좀 더 디자이너의 사회적 지위를 올릴 수 있는 장치를 만들어야 한다는 생각이 들거든요. 예를 들어 우리 부모님들에게 ‘좋아하는 디자이너 있어요?’하면 말씀 못하실 거예요. 문화나 예술적 기반이 발전되지 못해서 그런 것 같아요. 산업적, 사회적으로 대두될 만한 디자이너를 배출하지 못했어요. 그래서 한국은 명확한 가치가 있어도 그것을 잘 보여주지 못하는 것 같아요. 그걸 뭔가 스타를 만들어 사람으로 풀어내거나, 전반적인 디자인 업계를 키우기 위한 노력이 필요하다는 생각입니다.

조중현

Q5

코로나로 바뀔 세상은
디자인 업의 미래에
어떠한 영향을
주게 될까요?

경제적으로는 모든 분야가 그렇듯 클라이언트 의뢰가 줄어서 디자인 에이전시가 당분간 고전할 것으로 보입니다. 디자인 대학에선 실기 수업을 온라인으로 어떻게 할 수 있는지에 대한 다각적 접근을 시도하게 될 것입니다. 사회적 디자인 측면에서 코로나19 관련 공공 서비스나 사회혁신 디자인 연구를 수행하게 될 것으로 보입니다.

김성우

비대면 공감과 협업

업으로 거시적 영향은 아직 생각하지 못했으나, 현재 서비스디자인 업무에서는 공감 방식이나 협업 방식에 가장 중요한 '현장'에서의 모든 것이 불가능한 상황이므로 본질적 가치를 훼손하지 않으면서도 상황에 맞는 비대면 공감과 협업 방법들을 모색 중입니다. '디지털 신뢰'를 형성하기 위한 디자인 방법론 도구나 스타일 등이 중요해지지 않을까 생각합니다.

임보리

디자인, 디자이너에게 문입니다



안지용

매니페스토 아키텍처 대표

이경미

(주)사이픽스 대표

고수영

삼성SDS 그룹장

INTERVIEW

디자이너에게 묻는 디자인

Q1

한국적 디자인을
어떻게 정의할 수
있을까요?



음양의 조화

생활습관과 문화를 가장 잘 대변해 주는 것이 언어인데, 전 세계에 음성과 양성으로 나눠서 그것의 밸런스를 맞추는 언어 시스템을 가지고 있는 나라는 우리나라가 거의 유일하거든요. 음성적인 것과 양성적인 것들의 조화를 계속해서 이루어가는 것들이 한국적 특징 중 가장 뛰어난 부분이 아닐까...

안지용



공감(Empathy)

한국 사람들은 공감능력이 특히 뛰어난 것 같습니다. 공감능력을 기초로 한 결과물이 향후 지속, 발전할 수 있다면 좋은 가치를 가지는 디자인이 될 수 있지 않을까요?

이경미

Q2

4차 산업혁명(AI)
시대의 디자이너들에게
가장 요구되는 역량은
무엇일까요?

가정(假定)을 만드는 것

스마트, 이 쪽에서 가장 필요한 역량의 하나가 '가정'을 만드는 것이 더라고요. '이러이러한 상황이라면', '유저들이 이렇게 사용한다면'과 같이 가정문들에 대한 결과를 짚 모은 것이 빅데이터고 그것을 학습시킨 것이 딥러닝이기 때문에, 가장 원초적인 분야에서 가정을 잘 만들어내는 것, 내가 하고 있는 것에 어떻게 적용될 수 있을 것인가에 대한 연구가 필요한 것 같습니다.

안지용



4C 능력

유발 하라리(Yuval Harari)가 이야기한 '4C'입니다. 비판 능력, 창의력, 협력, 커뮤니케이션 능력, 이 네 가지의 능력이 결국 우리 디자이너에게 꼭 필요한 능력이 아닐까...

이경미



Q3

미래 디자인의 역할과
가치는 무엇이라고
생각하시나요?



연결하는 것

사회적인 측면도 고려를 해야 하고 자연 순환과 지속가능성도 같이 고려를 해야 하지만 지금은 이게 분리되어 있어요. 예를 들어 '지속가능한 디자인은 못생겨도 돼, 심미성이 떨어져도 돼, 돈은 안 벌어도 돼' 이런 식으로요. 그런 것을 연결하는 것이 디자인의 핵심적 역할이라고 생각합니다.

안지용



기능적 니즈 분석

"기능적으로 무엇이 필요하다"라고 말을 하는데 사실 말속에 숨은 니즈가 뭔지를 발견하는 것은 또 다른 역량이지 않아요. 그런 부분에 있어 디자이너가 그 역할을 할 수 있다고 생각이 들고 그 역할을 하는 사람에 대한 가치는 앞으로 기술이 발전하면 할수록 더 필요하고 가치가 있다고 생각합니다.

고수영

Q4

세계적인 국가 디자인
경쟁력을 갖추기 위해서
어떠한 노력을
기울여야 할까요?

영 크리에이터들이 성장할 수 있는 환경 조성

직업을 사랑하고, 열정이 있고, 진정성이 있는 사람들이 많아지면 이 업계가 당연히 발전하겠죠. 그러기 위해서는 우리가 하고 있는 일을 사랑할 수 있게 하는 그런 조건들도 필요할 것 같습니다. 그리고 그런 사람들이 모일 수 있는 라운지나 쉼터 같은 것도 더 활성화되면 좋을 것 같아요. 사랑하는 것도 혼자 사랑하다 보면 지치니까 같이 커뮤니티를 만들고... 특히 영 크리에이터들이 성장할 수 있는 환경이 된다면 좋겠습니다.

안지용

디자이너에 대한 인식 제고

인식에 대한 것이 제일 중요한 것 같아요. 아직까지는 디자이너에 대한 부분들, 사회적 인식이 낮고, 국가적인 부분에 있어서도 더 많이 변화돼야 될 것 같고요. 디자인진흥원에서도 많이 애를 쓰고 계시지만 더 많은 분야의 디자이너들에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 더 많은 정책도 만들어 주시면 좋을 거 같습니다.

고수영

Q5

코로나로 바뀔 세상은
디자인 업의 미래에
어떠한 영향을
주게 될까요?



untact 사회

코로나가 한국에는 기회가 아닌가라는 생각을 했거든요. 우리는 새로운 발상을 잘 하잖아요. 응용 역량도 뛰어난 거고요. 언택트 사회에서 새로운 서비스나 산업에 대한 변화에 대한 것을 고민하게 되는데 새롭게 바뀔 세상의 그림을 그릴 수 있는 역량, 상상력, 이런 것이 디자이너가 잘 할 수 있는 부분입니다. 우리 회사에서도 많은 시나리오를 쓰고 있거든요. 언택트 기반의 시뮬레이션, 프로세스를 어떻게 바꾸는 게 좋을지를 고민해 보기도 하고요. 디자이너에게는 굉장한 기회가 온 것 같다는 생각을 합니다.

고수영

디자인, 디자이너에게 문입니다



이종호

SADI 교수

김선규

LG전자 디자인 경영센터 전문위원

이종근

육그램 대표

INTERVIEW

디자이너에게 묻는 디자인

Q1

한국적 디자인을
어떻게 정의할 수
있을까요?



사람을 먼저 생각하는 디자인

코로나 사태 때 빠르게 나온 드라 이브스루 검사소 같이 사람을 먼저 생각하는 디자인이 한국적인 디자인이 아닐까요? 투명하게 정보를 공개하고, 빠르게 만들어서 테스트 해보고 다시 계속 수정해 가는 우리의 기질이 한국적인 디자인이 될 수 있을 거라고 생각합니다. 다른 나라 사람들은 그걸 디자인 싱킹이라는 프로세스로 배워야 하지만, 우리나라 사람들은 그것들을 타고 난 거라서...

이종호

세계적 공감

K-POP도 우리만 좋아하면 그건 K-POP이 아니잖아요. 한국의 POP인거지. 그러니까 K-디자인도 우리만 좋아서 될 게 아니고 전 세계의 다른 문화권도 좋아할 수 있는 디자인, 한국인들이 좋아하는 디자인인데 세계에 가지고 나갔더니 다 좋아해, 저는 그게 K-디자인이라고 생각합니다. 그게 우리의 과제예요. 우리끼리 ‘야, 이건 K-디자인 같지 않아?’ 스스로 그렇게 이야기할 수 있는 그런 수준이 되어야 하는 거죠.

김선규

Q2

4차 산업혁명(AI)
시대의 디자이너들에게
가장 요구되는 역량은
무엇일까요?

행동하는 기획력

‘행동하는 기획력’ 이렇게 표현을 한 번 해봤어요. ‘장인정신’이라는 것이 떠오르고 있더라고요. 최근 젊은 디자이너들은 경영 마인드로 무장을 해서 자기가 그 결과물에 끝까지 책임지려고 노력하는 작은 디자인 스튜디오들이 많이 나오고 있어요. 기술과는 상관없이 융합하려는 태도, 경영적으로도 기획을 잘하고 실행까지 하는 그런 융합적 능력이 더 부각되지 않을까 생각합니다.

이종호



총체적 시각을 가진 전문가

사용자 입장에서 쉽게 쓸 수 있어야지, 아무리 좋은 기능 주면 뭐해요? 정말 인간을 위해 좋은 걸까라는 최종 판단은 결국 사람이 해야 하는 거고, 결국 그 사람이 전문가여야 되겠죠. 디자이너는 총체적인 넓은 시각으로 다 들여다볼 수 있는 그런 전문가가 되어야 합니다.

김선규

Q3

미래 디자인의 역할과
가치는 무엇이라고
생각하시나요?



기술에 대한 비평적 시각, 기술 발전에 주도적 참여

바뀌는 것은 기술하고 경영이지 인간은 바뀌지 않거든요. 그래서 결국 미래 디자인의 역할도 바뀌지 않을 것 같아요. 조심해야 할 것은 기술이 발전이 너무 급격해서 인간의 삶을 좌지우지하는 정도까지 발달하기 때문에, 디자이너가 준비해야 되는 것은 기술 발전에 대해 비평적인 시각을 갖고 기술 발전에 주도적으로 참여하면서 발전 방향성까지도 제시해 주는 그런 역할을 해야 되지 않을까, 그러자면 디자이너가 비평적 시각을 키워야 될 것 같아요.

이종호

본질의 변화

디자인의 홍수 속에 살고, SNS 홍수 속에 살 듯이 넘쳐나는 많은 디자인 유산을 걸러내는 것도 디자이너의 역량인 것 같아요. 롤러블 TV를 개발 할 때도 마찬가지로요. 과거의 TV디자인은 화면을 남겨놨었죠. 화면이 본질이니깐. 그걸 숨겨놓으면 안 돼? 본질을 그대로 두면 못 바꾸죠. 시대 상황에 맞게 그 본질이 바뀌어야죠. 그래야 변화가 올 수가 있죠.

김선규

Q4

세계적인 국가 디자인
경쟁력을 갖추기 위해서
어떠한 노력을
기울여야 할까요?

세대 간 협업

시니어들이 젊은 세대들한테 배워야 될 게 너무 많아요. 시니어들이 경험하지 못했던 것을 많이 경험했고 커다란 에너지가 있는데, 그것을 시니어의 프레임에 담기 어려워요. 시니어와 밀레니얼 세대가 협업할 때 폭발적인 힘이 나오거든요. 처음에는 작게, 공동으로 할 수 있는 뭔가를 하면서 서로 배울 수 있는 장이 있다면 좋겠다는 생각이 들어요.

이종호



디자인의 국제적 행사

부산국제영화제는 처음부터 국제영화제로 시작을 했고, 부산시하고 영화진흥위가 함께 민간 프로젝트로 잘 성장시켜 현재 아시아를 대표하는 영화제가 되었죠. 디자인진흥원과 어떤 지자체가 힘을 합쳐서 국제 디자인 어워드, 혹은 페스티벌을 잘 개최한다면, 에너지가 모여지고 유통될 수 있지 않을까. GD, 혹은 공모, 행사들이 진행되고 있지만 조금 더 국제적 행사가 운영된다면 더 좋지 않을까 생각합니다.

이종근

Q5

코로나로 바뀔 세상은
디자인 업의 미래에
어떠한 영향을
주게 될까요?



언택트, 온라인 경험

사람들이 ‘고기’하면 ‘마장동’이라고 생각하는 정도로 굉장히 인지도가 높지만 실제 마장동은 젊은 사람들이 가면 좀 무섭거나, 어렵거나, 더럽거나, 사용자 경험이 좋지 않습니다. 하지만 마장동 자체가 고기라고 하는 전문성에 대한 인지도가 있기 때문에 긍정적인 키워드만 뽑아서 온라인 경험으로 연결시켜서 물을 운영하고 있습니다. 코로나로 언택트라는 개념이 많이 등장했는데 제가 생각하기에 오프라인은 결국은 쇼룸, 혹은 신뢰를 얻을 수 있는 최초의 경험의 의미라고 생각합니다. 그 경험을 가지고 지속적인 구매 활동은 온라인에서 주로 이루어질 것이라고 생각합니다. 핫플이라고 하는 곳에 가서 경험한 다음 주문할 때는 온라인으로 밀키트나 간편조리식을 주문하는 것처럼요.(후략)

이종근

디자인, 디자이너에게 문입니다



남택진

KAIST 교수

박상우

레노버 중국 시니어 디자이너

이경미

(주)사이픽스 대표

김선아

금오공대 교수

INTERVIEW

디자이너에게 묻는 디자인

Q1

한국적 디자인을
어떻게 정의할 수
있을까요?



변화에 적응, 순응, 진화

살아남기 위해서 빨리 변화에 적응하고, 순응하고, 진화하는 그런 적응력.

남택진



상호배려의 디자인

디자인을 사용하는 사람의 입장과 디자인의 혜택을 받는 사람의 입장, 이런 부분에 대해 한 단계 깊이 배려 할 수 있는 디자인이 한국적 디자인이라고 생각해요. 다른 나라의 디자이너들은 절대 그렇게 말 못하는데, 한국 디자이너들만이 발견하고 말 할 수 있는 부분이 있어요. 배려심이 많은, 그 사람의 어떤 기본적인 감정부터 배려할 수 있는, 그런 것이 한국적인 디자인이 아닌가...

박상우

Q2

4차 산업혁명(AI)
시대의 디자이너들에게
가장 요구되는 역량은
무엇일까요?

심미안

‘심미안’인 것 같아요. 그러니까 좋은 디자인을 판단하고 그 다음에 선별해내는 능력. 디자이너들이 좋고 나쁜 디자인을 잘 판단해서 선별할 수 있어야 한다고 생각합니다.

남택진



사용자 중심

저는 감히 이것이야말로 디자이너들에게 기회가 될 수 있다라고 말할 수 있어요. 엔지니어 쪽에서 말하는 4차 혁명쪽에서는 사용자 중심의 관점으로 우리 사회를 어떻게 더 나은 방향으로 가게 할 수 있는지와 같은 주제가 빠져 있어요. 이런 부분들이 디자이너가 채워줄 수 있는 요소라고 생각합니다.

박상우

Q3

미래 디자인의 역할과
가치는 무엇이라고
생각하시나요?



기술과 사람의 연결

미래 디자인의 역할은 결과적으로는 기술과 사람을 이어주는 역할이 아닐까, 데이터를 기반으로 사람들이 판단을 하다보면 새로운 생각을 못하게 되는 맹점이 있는 것 같아요. 새로운 트렌드를 세팅하거나 아니면 기존에 없는 데이터들을 만들어 내서 새로운 비전을 제시하는, 그런 역할이 미래 디자인의 역할이 아닐까요?

남택진

사용자 연결

내가 디자인한 물건 하나가 예전에는 그냥 누군가의 책상 위에 올라가는 것만으로 끝났지만, 앞으로는 그 물건 하나가 사용자와 그 사람의 이웃, 전 세상에 어떤 영향을 미칠지를 고려해야 되기 때문에, 상당히 넓은 분야에 파급을 미칠 수밖에 없는 역할을 하지 않을까 생각합니다.

박상우

Q4

세계적인 국가 디자인
경쟁력을 갖추기 위해서
어떠한 노력을
기울여야 할까요?

디자인 생태계

지식이 자연스럽게 축적되고 전수되는 그런 인프라가 필요하지 않은가, 산, 학, 연 이런 것들이 다른 분야와 달리 생태계가 약한 것 아닌가 그런 생각이 듭니다. 생태계가 잘 발전할 수 있는 인프라가 정부 차원에서 잘 갖춰지면 좋겠다는 생각을 합니다.

남택진



디자인 네트워크

흐름을 따라가기 보다는 내 스스로가 바르게 서고 자신에 대한 믿음이 있을 때 많은 기회들이 보여요. 해외에 진출하고자 하는 디자이너라면 내가 잘 할 수 있고, 하고 싶은 일에 대해 많이 고민을 했으면 합니다. 저도 나아가는 중이구요. 촘촘한 모기장처럼, 많은 디자이너가 각자의 길을 가면서 만드는 그런 디자인 네트워크가 만들어지면 좋겠습니다.

박상우

Q5

코로나로 바뀔 세상은
디자인 업의 미래에
어떠한 영향을
주게 될까요?

홈코노미, 헬스케어 주목

홈코노미에 관한 분야와 헬스케어, 의료에 대한 분야가 디자인 수요시장으로 주목받으리라 봅니다. 디지털 트랜스포메이션은 기본으로 하고, 창의적이고 시스템적으로 가능한 대안들이 많이 나오게 될 것 같습니다. 디자인도 재택으로 가능하다는 경험이 쌓였기 때문에 일을 하는 방식이 훨씬 유연해질 것 같습니다. 또한 디자인할 대상도 새로운 분야들이 주목받으면서 더 확장되리라 봅니다.

이경미

컨셉트디자인의 가치 인정

디자인 업에서 '컨셉트(개념)디자인'의 가치가 더욱 인정받게 될 것입니다. 트렌드 등 디자인 리서치를 바탕으로 미래의 생활에 대한 방향과 개념을 제시하고 구체적인 디자인을 제시하는 것에 확신이 들게 되었습니다. 예를 들면, 마스크 특허와 디자인권의 급증하는 증가로 미리 대응하는 것, 또는 생활가전 분야에서 '스타일러, 에어드레서'와 같은 제품을 선행적으로 기획하여 지금 같은 시기에 더욱 잘 팔리는 제품이 된 것 등... 기술만으로 미래를 그리는 것과는 크게 차이가 납니다.

김선아

2

FUTURE

48
디자인산업 규모

52
2050년 대한민국

54
2050년 세계

SCENARIO

60
디자인기업/활용기업

64
디자인 교육 및 연구기관

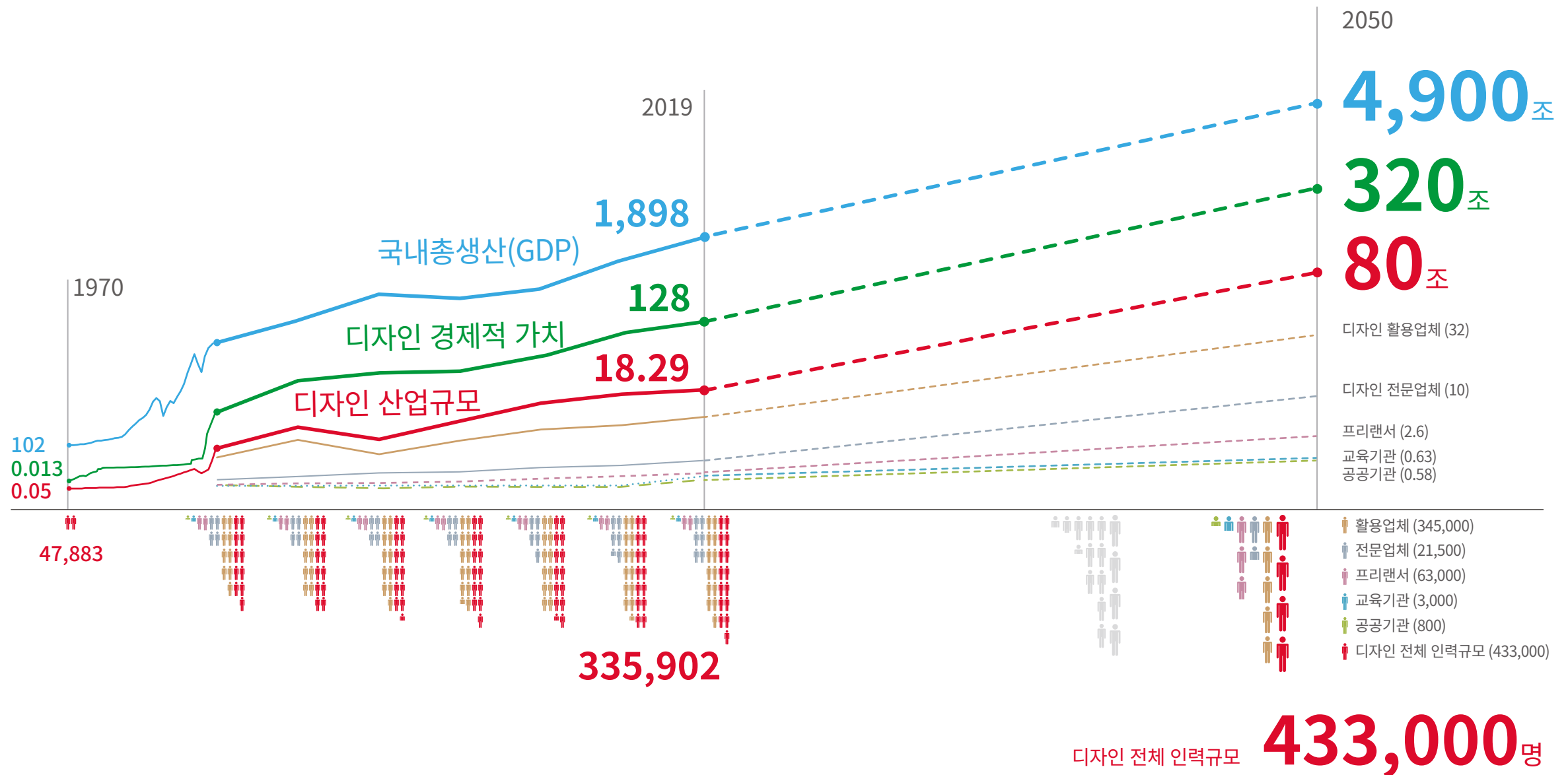
68
디자이너

72
일반국민

DESIGN
VISION

디자인산업 규모 (1970~2050)

우리나라 디자인 산업의 양적 규모는 국가경제의 성장추세와 함께 해왔다. 산업규모는 2019년 18.29조원으로 지난 50년간 300배 이상 성장해온바, 이는 삼성·LG 등 우리나라 대표기업의 적극적인 투자를 기반으로 산업·서비스별 고유의 비즈니스모델을 정립해온 디자인전문기업, 해당 분야에서 디자이너 한분 한분이 치열하게 쌓아올린 지식과 경험의 결과물일 것이다.



2050년 대한민국

2050년에서 보내온 경고
미래 시나리오

① 기후·환경

미세먼지·오존과 전쟁...
30년 뒤 거리엔 우주인 헬멧 등장

② 에너지

원전 23기 → 10기,
석탄발전 늘려 에너지 역주행

③ 정주(定住)여건

수도권에 인구 60%,
도심 50층 이하 아파트 찾기 힘들 것

④ 생명공학

유전자 치료 한국서 막혀...
과학자도 환자도 중국 간다.

⑤ 우주기술(ST)

달 착륙은커녕...
한국형 우주발사체 만들어놓고 놀릴 판

⑥ 정보기술(IT)

한국 세계 1위였던 반도체·OLED,
중국이 추월했다.

전문가 70명이 참여하여 미래 주요 동인을 선정·예측하여, 2050년 대한민국의 미래를 형성하는 13개의 핵심 분야에서 미래시나리오와 정책과제를 도출하였다. 연구결과 13개 부문 대부분에서 이대로 간다면 암울한 미래가 펼쳐질 것으로 예측되었다. 암울한 미래를 피하고, 바람직한 미래를 실현하기 위해서는 우리 사회의 변화가 필요한 시점이다.

* 2050년에서 보내온 경고, 국회미래연구원(2020)



⑩ 북한

김정은, 30년 뒤에도 권력 유지...
국가자본주의 선택

⑪ 경제

한국 저성장·중산층 붕괴...
이대로 가면 동남아에도 밀린다.

⑫ 정치·행정

이념·소득 양극화...
30년 뒤엔 분노의 거리정치 일상화

⑬ 식량·수자원

30년 뒤 한반도,
수량·수질 모두 악화된 물 부족 국가

⑦ 국제정치

미·중 사이서 등 터지는 한국,
항모 가진 일본에도 치인다.

⑧ 사람(human)

인생 150세 시대...
잘못되면 극소수만 영생 '수명 양극화'

⑨ 인구·사회

비혼·무자식·대량실업...
30년 뒤엔 각자도생 '배그 사회'

2050년 대한민국



ECONOMY

4,522만명
인구 감소(2019년 5,184만명)

전체 GDP 세계 **13**위

1인당 GDP 세계 **2**위

TECHNOLOGY

뇌와 기계를 연결하여
기계작동, 기억력 유지

우주공간에
안정적인 생활도시 조성

인공강우로 미세먼지를
줄이고 기상기후 조절

가장 주목해야 할 부분은 인구 구성의 변화로 4,522만 명으로 감소하는 반면, 국내에 거주하는 외국인 수가 증가하여 단일민족이 아닌 복합민족 국가로 분류될 것이라는 점이다.

* 골드만삭스, 국토연구원

이러한 변화 속에서 세계 경제질서는 지금의 미국·중국 중심의 양극체제에서 아시아와 유럽, 북미의 3극 체제로 재편되며 우리나라가 비즈니스의 요충지이자 선진국과 신흥국 간 조정자로서 국제경제에서 차지하는 위상이 달라질 것으로 전망된다.

EDUCATION

세대통합대학
캠퍼스 없는 대학

융합·통합식
자유로운 교육과정

모바일 웹 기반

AI협력 학습

CULTURE

개인의 **문화관리** 확대

문화다양성의 확산과
지역문화 분권의 실현

문화자원의 **융합** 역량 강화

창의적 **사회혁신**

2050년 세계

슈퍼컴퓨터의 성능을 압도적으로 뛰어넘는 양자컴퓨터 등장 등 인간의 지성을 인공지능(AI)이 초월하는 기술적 특이점(TS, technological singularity)의 도래로 미래의 두뇌 수준이 국가 GDP를 좌우하는 시대가 될 것으로 전망된다.

다지역성, 이동 가능성, 가상세계로의 진입 또한 가속화됨에 따라 교육, 사회·문화의 형태와 내용이 본질적으로 달라질 것으로 예상된다. 위계적인 문화가 사라지고 유연하고 자기 조직화된 협업 문화, 새로운 형태의 자기 결정적인 학습의 중요성이 급속히 증대될 것이다.

ECONOMY

인공지능의 일자리 대체,
실업률의 증가 24~50%까지 예상

전문가에 대한
신속한 접근이 가능한 시대

국경없는 기업
빈국에서도 경제적 파워 확보 가능
* 유엔미래보고서 2050, USA투데이

TECHNOLOGY

우주 엘리베이터로
지구에서 우주까지 도달

혈관 속 로봇이
암 등 질병의 퇴치

육체나 능력의 한계를 초월하는
초인간주의 직면
(인공 뇌 발명)
* 일본경제신문

EDUCATION

홈스쿨링 학생증가
*USA투데이

자율조정 방식의
포트폴리오 교육제도의 전환

개방형 가상교육
마이크로 강좌
P2P 학습의 보편화

CULTURE

소셜미디어의 진화 -
정보식습관, 사생활문제

우주관광 대중화

가족제도 다양화
* BBC

AI

일·교육

녹색순환

초격차시대

Smart

국제 연구협력

미래

디자인

Glocal

기후재난

Design Korea

협력·융합

코로나19

세계화

문화확산

아이디어

스마트혁명

기후변화

국민참여

각자도생

글로벌 역량

국가

우주시대

인공지능

Platform

포용성장

스마트 건설로봇

Empathy

융합(融合)시대

저성장 시대

K-DESIGN

행복

포스트디지털시대

50

안전하고
아름다운

통일

Design
Technology

비전 실현을 통한
미래 시나리오

1 디자인기업/활용기업

초연결된 데이터를 이끄는
디자인기업세계 디자인산업을 이끄는
디자인 강국

대·중소기업, 스타트업, 개인스튜디오 등 규모와 분야를 막론한 한국기업들이 디자인산업을 선도하는 핵심주체가 되어 글로벌 시장을 이끌어 나갈 것입니다.

- ① 인간과 기술을 이어줄 디자인코디네이터
- ② 보편화된 AI, VR 시장 콘텐츠 디자이너
- ③ 육체부터 정신까지 분석·관리하는 헬스케어 컨설턴트
- ④ 농식품 분야 6차 산업을 선도하는 글로벌 리더

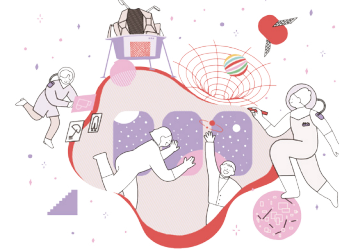
2 교육 및 연구기관

디자인 연구,
디자인 교육의 활성화디자인의 글로벌 기준을 만드는
교육 및 기관

국민 누구나 디자인하는 시대, 미래사회의 디자이너는 여러 산업을 전문적으로 이끌어 다양한 영역을 넘나들 것입니다. 앞으로 디자이너는 다양한 산업분야에서 방향을 결정하는 전문가이자 리더의 역할을 담당하게 될 것입니다.

- ① 디자이너가 이끌어갈 산업고도화
- ② 세계디자인 통계 생산
- ③ 미래시장을 이끌 뉴노멀 K디자인 데이터 플랫폼 제공
- ④ 보다 자유로운 디자인 협업

3 디자이너

우주시대
디자이너의 영향력디자이너가 이끌어 갈
미래사회

국내 대학과 연구기관이 글로벌 산학연 협력을 위한 허브 역할을 담당하게 될 것입니다. 다양한 디자인 관점에서의 연구를 통해 혁신적이고 선도적인 글로벌 선도기관이 되어 사회문제를 해결하는데 앞장설 것입니다.

- ① 엔지니어링 디자이너가 만드는 지능형 휴먼팩터
- ② 공공디자이너가 제안하는 스마트플랫폼
- ③ 디지털 웨이브를 지휘하는 세계디자이너
- ④ 디자이너가 설계하는 우주시대

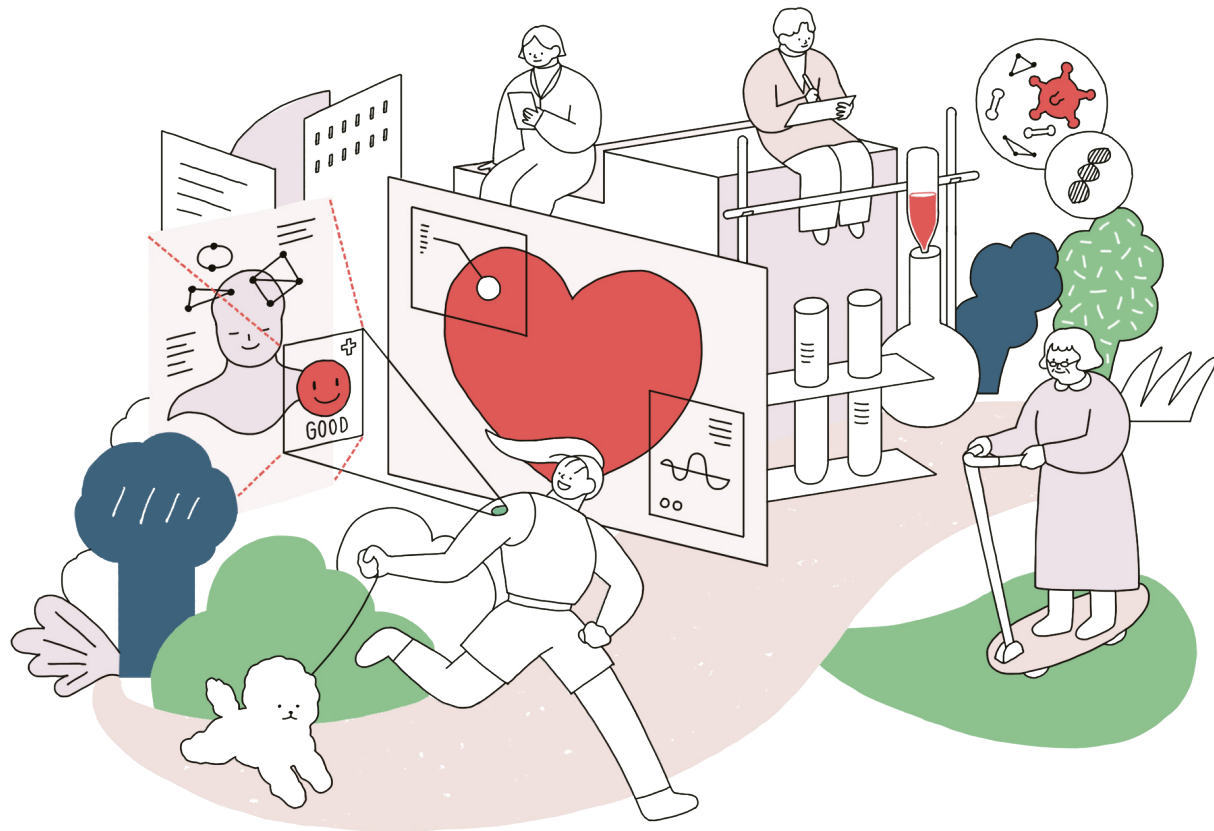
4 일반국민

모두가
디자인하는 세상디자인을 통한 다채로운 즐거움이
가득한 국민들의 일상생활

디자인 평생교육기관을 통해 국민 모두가 생활디자이너가 되어 일상 속 문제를 스스로 해결하고, 나아가 K디자인에 대한 자긍심과 자부심을 토대로 사회통합에 참여한다면 보다 행복한 생활을 영유할 수 있게 될 것입니다.

- ① 디자인의 평생교육
- ② 힙!한 K디자인 스타일
- ③ 모두가 디자인하는 세상
- ④ 함께 만들어가는 확장된 미래

초연결된 데이터를 이끄는 디자인기업



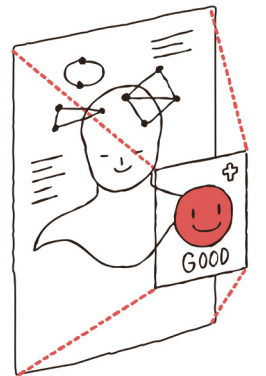
스마트 혁명을 주도하는 디자인코리아

디자인기업/활용기업

미래에는 인간의 육체적, 정신적, 심리적 정보데이터를 활용한 디자인산업이 각광받게 될 것입니다. 이전 기업들은 디바이스 판매에 열을 올렸지만, 초연결사회가 될 미래에는 가상과 실체가 혼합된 증강사회를 구현하는 데이터 활용에 집중하게 될 것입니다.

디자인기업 'F'는 데이터를 활용한 시뮬레이션 작업을 하고 있습니다. 30년 전 'F' 디자인기업은 고품질화용품 판매 제조 기업이었지만, 이제는 헬스케어 전문기업으로 인공심장 박동기, 임플란트, 인공관절, 인공디스크, 인공렌즈 등을 만들며 인간을 이해하는 데이터 시스템 디자인 전문기업이 되었습니다. 특히 인간의 지능과 신체 능력을 강화하고, 노화를 예방하여 생명을 연장하는 이른바 트랜스휴머니즘(transhumanism)을 실현하는 기업으로 재탄생 하였습니다.

사람들의 삶(의·식·주) 대부분이 헬스케어 기반 로봇/AI/시스템 등의 디지털 데이터로 전환되어 이를 활용하는 산업에서 핵심적인 역할을 하게 될 것입니다. 사람을 대신해 로봇을 산업 현장에 투입하여 먼 거리에서도 시뮬레이션을 통해 작업을 수행할 수 있게 되고, 의료기기 및 장비들 대부분이 인체와 연결되어 생체공학적 분야에도 디자인이 활용될 것으로 보입니다. 과학기술의 발달로 딥 러닝, 인공지능망 프로그램 등이 서로 연결된 융합되어 인공 보조 기기들에 적용되고 발달하게 될 것입니다.



오코넬 Mark O'Connell,
Granta Books(2017)
노승영 옮김, 문학동네(2018)
주: 초인간주의, 초인본주의

세계 디자인산업을 이끄는 디자인 강국



디자인기업/활용기업

대·중소기업, 스타트업, 개인스튜디오 등 규모와 분야를 막론한 한국기업들이 디자인산업을 선도하는 핵심주체가 되어 글로벌 시장을 이끌어 나갈 것입니다.

01

인간과 기술을 이어줄 디자인코디네이터

디지털 제조, 서비스 기업의 수요를 충족시키는 '인간과 기술을 잇는 코디네이터' 서비스를 제공합니다.

02

보편화된 AI, VR시장 콘텐츠 디자이너

AI, VR 등 가상세계의 확장으로 창의적 콘텐츠 개발이 디자이너의 핵심 경쟁력이 됩니다.

03

육체부터 정신까지 분석·관리하는 헬스케어 컨설턴트

몸에 붙이는 디지털 패치를 통해 인간의 다면적인 부분을 관리하는 서비스 상품이 대중화 될 것입니다.

04

농식품 분야 6차 산업을 선도하는 글로벌 리더

신기술을 적재적소에 배치하여 농식품분야에서 디자인 기반 신규 비즈니스 모델을 창출할 것입니다.

디자인 연구, 디자인 교육의 활성화



글로벌 역량을 강화하는 디자인코리아

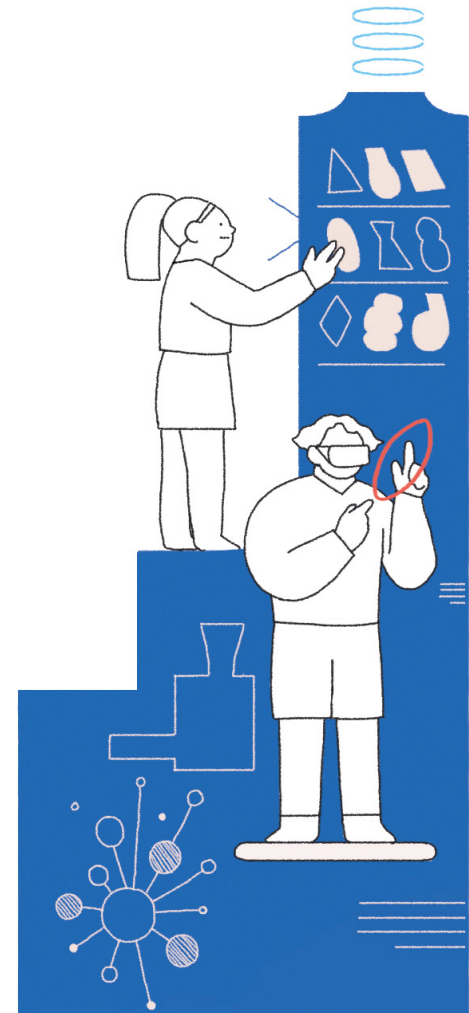
교육 및 연구기관

세계 글로벌 시장에서 국내의 우수한 디자인 교육이 주목받게 될 것입니다. 미래에는 비대면 교육이 생활화되고 교육 심리, 환경, 방법, 매체 전반에서 혁신적인 변화가 일어날 것입니다. 가상 공간과 현실 공간과의 차이가 없어 대면을 통한 실습과 협업을 통해 이루어지는 교육 활동들을 온/오프라인 경계 없이 진행할 수 있을 것입니다.

미래 사회가 필요로 하는 한국의 우수한 디자인 교육과정이 세계 표준으로 자리 잡고 많은 국가들도 관심을 가지게 되어 이를 학습하려는 사람들이 늘어나게 될 것으로 예상됩니다. 대학에서는 엔지니어 디자인 과정이 공과대학 전공분야로 선정이 되면서 융합과정을 교육받은 졸업생이 향후 10년 후에는 사회 곳곳에 엔지니어 디자이너로서 역할을 하게 될 것입니다. 이외에도 디자인 프로그램과 시스템이 발전함에 따라 지속적인 컴퓨터 프로그램의 재교육은 늘어날 전망입니다.

초·중·고등학생들의 창의적인 문제 해결을 위한 경험은 학습자의 수준에 맞는 단계별 소프트웨어 교육을 구축하게 되어 비대면 교육으로 이루어질 것으로 예상됩니다. 협동학습의 경우는 UX/UI의 다양한 인터페이스 개발로 게임형 교육이 이루어질 전망입니다. 혁신적인 인터페이스로 미래교육 공간과 교육 매체 기구(로봇/AI)들은 지속가능하게 사용할 수 있는 디스플레이 형태로 발전하게 될 것입니다.

대학은 전문성이 보다 강화되어 디자인 교육 및 R&D 연구가 활성화되고 기업과 산학연으로 구성해 연구분야는 강화될 전망입니다.



디자인의 글로벌 기준을 만드는 교육 및 기관



교육 및 연구기관

국내 대학과 연구기관이 글로벌 산학연 협력을 위한 허브 역할을 담당하게 될 것입니다.
다양한 디자인 관점에서의 연구를 통해 혁신적이고 선도적인 글로벌 선도기관이 되어 사회문제를 해결하는데 앞장설 것입니다.

01

디자이너가 이끌어갈 산업고도화
디자인대학은 친환경 소재, 서비스, 에너지 등 다양한 실험을 진행하는 디자인 연구기관의 역할을 담당할 것입니다.

02

세계 디자인 통계 생산
신뢰도 높은 양질의 데이터가 더욱 중요해지는 미래사회에서 국내 디자인연구기관들이 배포하는 통계자료는 전문성과 신뢰성을 인정받아 여러 산업에서 활용될 것입니다.

03

미래시장을 이끌 뉴노멀 K디자인 데이터 플랫폼 제공
오랜 시간 동안 지속적인 연구개발을 통해 정립된 한국디자인 데이터가 세계의 기준이 될 것입니다.

04

보다 자유로운 디자인 협업
다양한 문화와 다양한 국가, 디자인전문기업과 디자이너 등 서로 다른 분야의 협업, 융합, 창업 등이 자유로워질 것입니다.

우주시대 디자이너의 영향력



글로벌 역량을 강화하는 디자인코리아

디자이너

미래의 지구는 더욱 오염되어 생명이 더 이상 살아가기에 어려운 환경이 될 것입니다. 지구와 가장 유사한 환경을 가진 행성으로의 이주를 계획하거나 지구 내 새로운 환경에 적응해 가려는 디자인 산업들이 늘어날 것입니다.

이동 기술이 발달하면서 짧은 시간 내에 지구 어느 곳이라도 이동할 수 있게 될 것입니다.

‘G’ 디자이너는 사용자 경험의 가치를 높일 수 있는 공간 중심의 디자인을 제작합니다. 화성에서 키울 수 있는 식물배양 키트를 개발하기도 하고 극소 공간의 산소량을 늘릴 수 있는 환경디자인 프로젝트도 진행합니다. 정부의 미래 산업 기술 R&D에 그간 시스템 모듈에 대한 다양한 선행 프로토타입을 개발하였고 이후 지구와 우주, 모든 미래 주거 공간(아파트와 단독주택)에 적용될 새로운 시스템 트렌드도 연구 중입니다.

주거환경은 각 시스템에서 유기적으로 연계 가능한 생활밀착형 제품을 개발하고 디자인 특허를 내며 상품개발에 힘쓰고 있습니다. 사실 우주공간에 필요한 디자인 개발도 ‘포스트 휴먼 플랫폼’에 마련된 인간에게 필요한 디자인 특허 정보 등을 시스템에서 찾아 활용할 수 있는 오픈 소스 플랫폼이 가능하여 데이터 정보의 활용으로 지능화 사회가 구현될 것입니다.



디자이너가 이끌어 갈 미래사회



디자이너

국민 누구나 디자인하는 시대, 미래사회의 디자이너는 여러 산업을 전문적으로 이끌며 다양한 영역을 넘나들 것입니다. 앞으로 디자이너는 다양한 산업분야에서 방향을 결정하는 전문가이자 리더의 역할을 담당하게 될 것입니다. 이에 국가의 중요의사를 결정하고, 경제발전을 이끄는 역할을 수행하며 영향력을 점점 더 넓히게 될 것입니다.

01

엔지니어링 디자이너가 만드는 지능형 휴먼팩터

디자이너는 인간공학 데이터를 활용하여 국민들이 행복한 삶을 살 수 있도록 육체적, 감성적 가치 향상을 돕는 서비스를 개발할 것입니다.

02

공공디자이너가 제안하는 스마트 플랫폼

앞으로 디자이너가 다양한 신기술, 지능형 서비스 플랫폼(스마트 시티, 팩토리, 모빌리티 등)이 집약된 공동체를 설계하게 될 것입니다.

03

디지털 웨이브를 지휘하는 세계디자이너

디자이너는 웹 서핑하듯 빅데이터 파도를 타고 데이터 및 첨단기술과 사람을 연결하는 등 선두에서 비전을 제시하게 될 것입니다.

04

디자이너가 설계하는 우주시대

우주시대가 도래하면서 공간, 환경 등 개념변화에 따라 디자이너는 의복부터 여행상품, 생활방식 등 다양한 사회·문화 기반을 설계하는 역할을 담당하게 될 것입니다.

모두가 디자인하는 세상



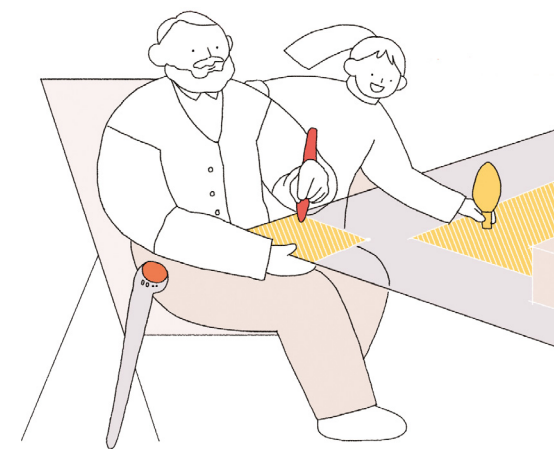
안전하고 아름다운 디자인코리아

일반국민

지난 30년 간 환경은 매우 오염되고 도시의 난개발 등으로 지구 환경 문제는 더욱 심각해질 것입니다. 미래에는 소비되는 양보다 생산되는 양이 적어 식량난에 문제가 발생할 것으로 보입니다. 따라서 수요와 공급에 대한 정확한 예측으로 생산자와 수요자의 공급망에 대한 개선도 중요하지만, 일반 국민들이 농작물을 직접 재배하고 소비하는 사회적 환경과 인식 변화가 우선 시 될 것입니다. 국민 모두의 적극적인 온실가스 감축과 탄소 저감을 위한 활동 참여가 중요해지고, 실천 방안을 설계하고 확산하는 역할을 디자인을 통해 하게 될 것입니다. 공동주거 공간에서는 스마트팜을 가꾸거나 나무를 심어 집주변의 쾌적한 생활환경을 조성하고 이 과정에서 필요한 생활 속 소소한 제품은 직접 만들어 사용할 수 있는 생활 속 행동 디자인이 생활화될 것입니다.

주거공간에 적용한 바이오필릭(Biophilic design) 디자인은 사람과 자연을 연결하는 환경을 만드는 역할로 위험한 바이오 유해 물질로부터 벗어나 사용자의 환경을 배려하는 디자인으로 국민 누구나 참여할 수 있습니다.

또한, 건강한 삶이 중요한 가치로 대두되어 식품의 자급자족 기능과 생태 복원 기능을 가진 미래형 주거 공간 구현될 것입니다. 향후에는 공유 공간을 통해 누구나 디자인 교육 및 체험할 수 있는 세상이 될 것입니다.



디자인을 통한 다채로운 즐거움이 가득한 국민들의 일상생활



일반국민

디자인 평생교육기관을 통해 국민 모두가 온·오프라인으로 언제 어디서든 쉽고 자유롭게 디자인을 배우고 체험할 수 있습니다. 디자인 교육을 통해 국민 모두가 생활디자이너가 되어 일상 속 문제를 스스로 해결하고, 나아가 K디자인에 대한 자긍심과 자부심을 토대로 사회통합에 참여한다면 보다 행복한 생활을 영유할 수 있게 될 것입니다.

01

디자인의 평생교육

온라인 교육채널을 활용하여 다양한 사람들이 물리적 제약 없이 서로 소통하며 자유롭게 디자인을 공부할 수 있습니다.

02

힙!한 K디자인 스타일

전통복장, 전통놀이 등 K-Culture를 모티브로 한 아이템들이 스트리트 패션 트렌드로 부상하여 K디자인만의 멋스럽고 자유로운 스타일이 주목받게 될 것입니다.

03

모두가 디자인하는 세상

AI 시스템을 기반으로 한 디자인기업을 통해 사회적 약자도 소외됨 없이 아이디어만 있으면 누구나 생활디자이너가 되어 필요한 것을 요청하거나 직접 제작할 수 있습니다.

04

함께 만들어가는 확장된 미래

DMZ 생태 평화벨트 개발로 남북 접경지가 문화적 향유공간이 되어 평화를 상징하는 관광명소가 될 것입니다. 이후 국민들의 의견이 적극적으로 반영될 수 있는 공공디자인이 개발될 것입니다.

3 VISION

78
디자인비전 네비게이터

80
SMART
스마트 혁명을 주도하는 **미래**
디자인코리아

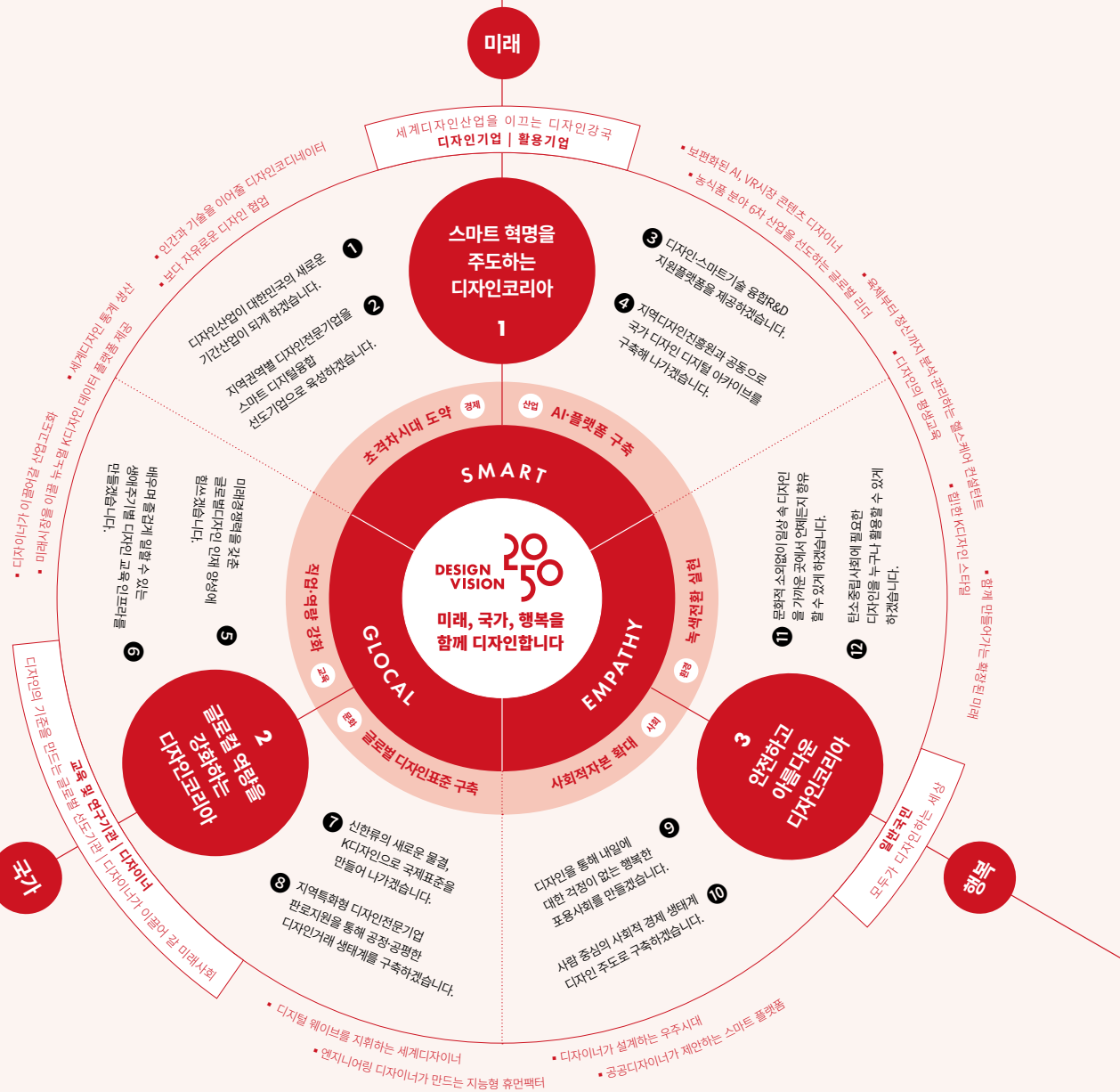
98
GLOCAL
글로벌 역량을 강화하는 **국가**
디자인코리아

118
EMPATHY
안전하고 아름다운 **행복**
디자인코리아



DESIGN VISION

디자인비전 네비게이터

미래, 국가, 행복을 함께
디자인합니다

미래를 준비하기 위해서 무엇을, 어떤 분야를, 어떻게 해야 할지를 생각해 보는 것이 Design Vision 2050의 시작이었습니다. 인구구조 변화는 어떻게 될까. 4차 산업혁명에 의해 어떻게 달라지고, 제조는 어떻게 혁명을 시켜야 할까. 환경과 위기는 어떻게 대처하여야 할까. 국가는 어떻게 통합을 해야 할지. 그리고 세계화는 어떻게 해야 될지, 교육 콘텐츠는 어떻게 구성해야 할지 등 이렇게 12가지 어젠다를 중심으로 연구하고 조사했습니다. 이런 노력에 의해서 2050 실현 방안을 만들었습니다. 설문문을 통해 국민 참여, 미래, 각자도생, 협력, 통합 플랫폼, 저성장시대 등의 키워드가 도출되었습니다.

2050년 여러분은 어떻게 상상하시나요? 여러 미래보고서를 보면, 인구는 감소하고 고령화되고 환경은 나빠지고 있어 예측하는 미래의 모습은 좋지 않습니다. 그렇기 때문에 디자인이 미래를 행복하게 바꾸기 위한 역할을 해야 합니다.

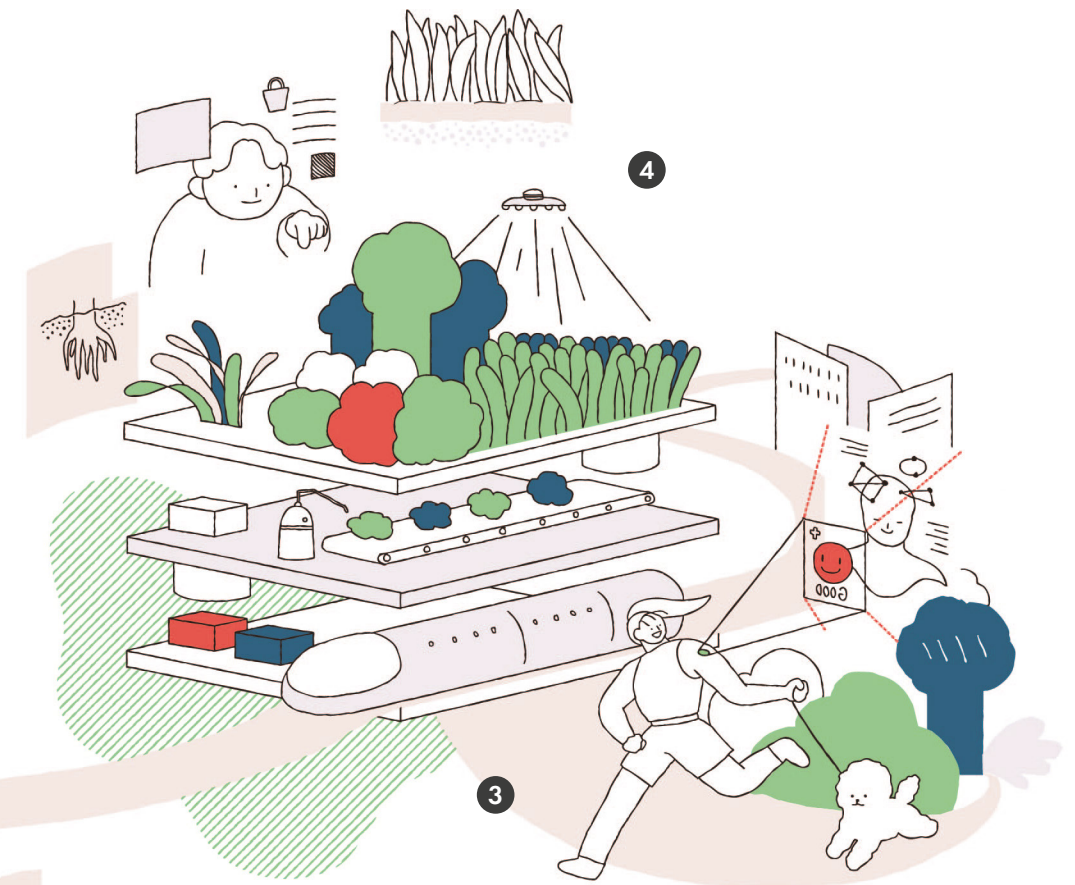
여러분의 2050년은 어떻게 될까요? 제가 얼마 전 신입사원 환영사를 통해서 신입사원이 30년이 되어 본부장이나 원장이 되는 시대라 했습니다. 따라서 미래는 젊은 여러분들이 더 생각해야 한다고 말했습니다. 미래는 우리가 주인공이 아니라 더 젊은 세대를 위해 만들어 가는 것이라고 생각합니다. 이를 위해 세 가지 전략, ‘스마트 혁명을 주도하는 디자인코리아’, ‘글로벌 역량을 강화하는 디자인코리아’, ‘안전하고 아름다운 디자인코리아’를 설정했습니다. 디자인코리아는 한국의 디자인이라는 뜻이 아니라 한국을 디자인 한다는 뜻입니다. ‘미래, 국가, 행복을 함께 디자인합니다’를 슬로건으로 정했습니다.

스마트 혁명, 글로벌 역량 강화, 안전하고 아름다운 삶 추구. 이 세 가지를 중심으로 미래, 국가, 행복을 함께 디자인합니다. 경제·산업, 교육·문화, 사회·환경 이 세 가지 측면에서 보겠습니다. 첫째, 경제·산업면에서는 ‘초격차의 시대에 AI의 플랫폼의 시대가 온다’이고, 둘째, 교육·문화면에서는 ‘직업과 역량이 아주 강조되고, 디자인 표준이 기준이 되는 세상’이며, 셋째, 사회·환경면에서는 사회적 자본이 중요해지고 녹색전환이 되어 친환경이 필요한 세상입니다. 이것에 따라 12가지 디자인비전을 설정하였습니다.

1 스마트 혁명을 주도하는 디자인코리아

세계 디자인산업을 이끄는 디자인 강국

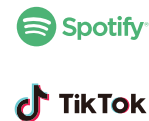
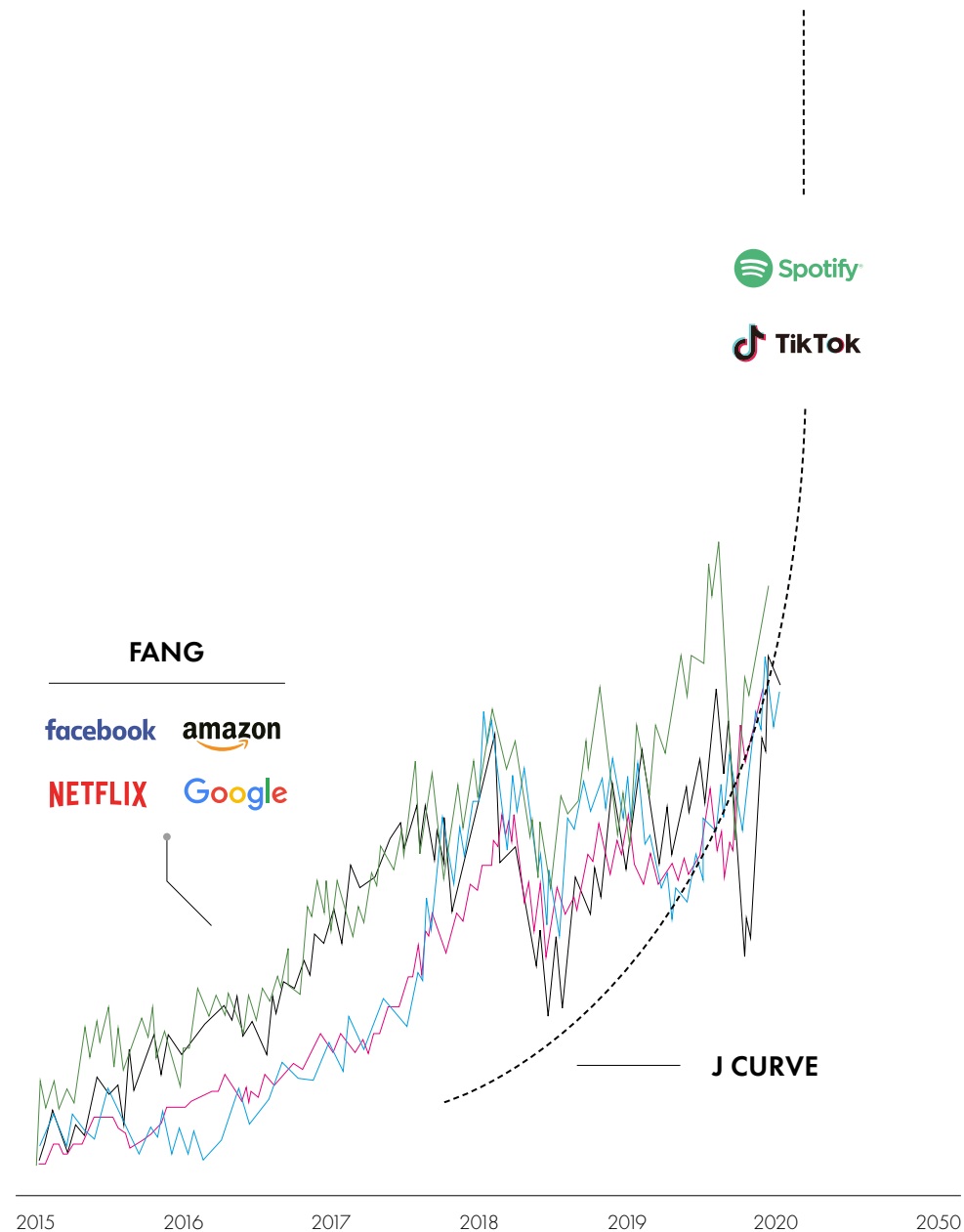
대·중소기업, 스타트업, 개인스튜디오 등 규모와 분야를 막론한 한국 기업들이 디자인산업을 선도하는 핵심주체가 되어 글로벌 시장을 이끌어 나갈 것입니다.



디자인기업 / 활용기업

- ① 인간과 기술을 이어줄 디자인코디네이터
- ② 보편화된 AI, VR 시장 콘텐츠 디자이너
- ③ 육체부터 정신까지 분석·관리하는 헬스케어 컨설턴트
- ④ 농식품 분야 6차 산업을 선도하는 글로벌 리더

국가, 기업간 초격차시대 넘볼 수 없는 차이를 만드는 새로운 경쟁력 강화수단이 필요한 때입니다.



4차 산업혁명에는 경제·산업 분야의 변화를 가져왔다. 기술대기업의 영향력이 커지면서 경제구조 역시 중후장대(重厚長大)형에서 AI시대가 주도하는 ‘제이커브(J curve)’ 성장과정을 거치며 소프트웨어형으로 빠르게 전환됐다.

앞으로 인공지능데이터와 HW·SW 기술개발 역량을 확보한 기업과 그렇지 못한 기업, 즉, 중소·영세 기업과 기술대기업의 격차는 점점 더 벌어질 것으로 예상된다.

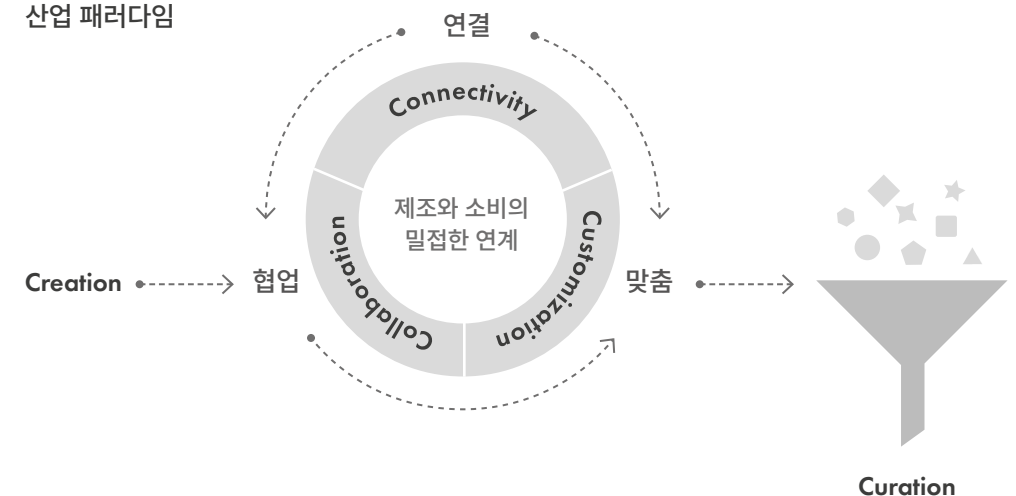
그리고 이는 미디어 서비스와 소매업뿐 아니라 교육, 제조업, 인프라 등에서도 기술 주도 기업들의 비중이 커질 것을 의미한다.

배달의 민족 등과 같은 최신 ICT 기술과 접목한 혁신적 비즈니스 모델에 기반을 두고 있는 수많은 유니콘기업이 탄생할 것으로 전망된다. 특히, 클라우드, 인공지능 등 융합 비즈니스 분야에서 지속적인 성장성과 수익성을 확보해나가는 새로운 신생기업이 우리 삶을 새롭게 변해시킬 가능성이 높다.

시가총액 상위10社 ('00년 vs '20년)		
	한국	미국
IN	SK하이닉스	Apple
	삼성바이오로직스	Microsoft
	네이버	Alphabet(Google)
	LG화학	Facebook
	삼성 SDI	Intel
	카카오	Comcast
	LG 생활건강	
OUT	한국전력	GE(인프라)
	현대전자	Exxon Mobile(석유)
	포항제철	Cisco(네트워킹)
	삼성전기	Merk(제약)
	국민은행	City group(금융)
	담배인삼공사	

AI는 산업과 산업, 기술과 기술, 서로 다른 분야의 산업과 기술을 연결시킬 것이다. 이는 앞으로 시장 지배력은 대규모 자본 투자나 인건비 절감 보다는 모든 산업과 연결되는 범용기술의 혁신적인 활용 여부에 따라 달라질 것을 뜻한다.

초격차(招格差)시대
산업 패러다임



1

디자인산업이 대한민국의 새로운 기간산업이 되게 하겠습니다.

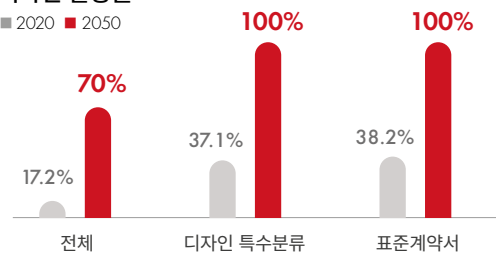
2020

디자인 활용기업 경쟁력 수치 75.1%

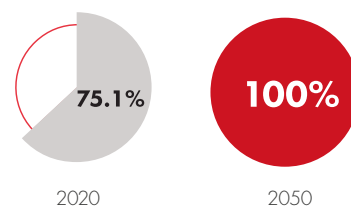
중기부, 2019중소기업기술통계조사

디자인이 집약된 혁신기술을 기반으로 성과를 창출하도록 유도하고, 끊임없이 혁신활동을 추구하는 중소기업을 육성하여 디자인과 기술을 융합한 새로운 산업군을 창출하고자 한다.

디자인 활용률
■ 2020 ■ 2050



디자인 활용기업 경쟁력 수치



2050

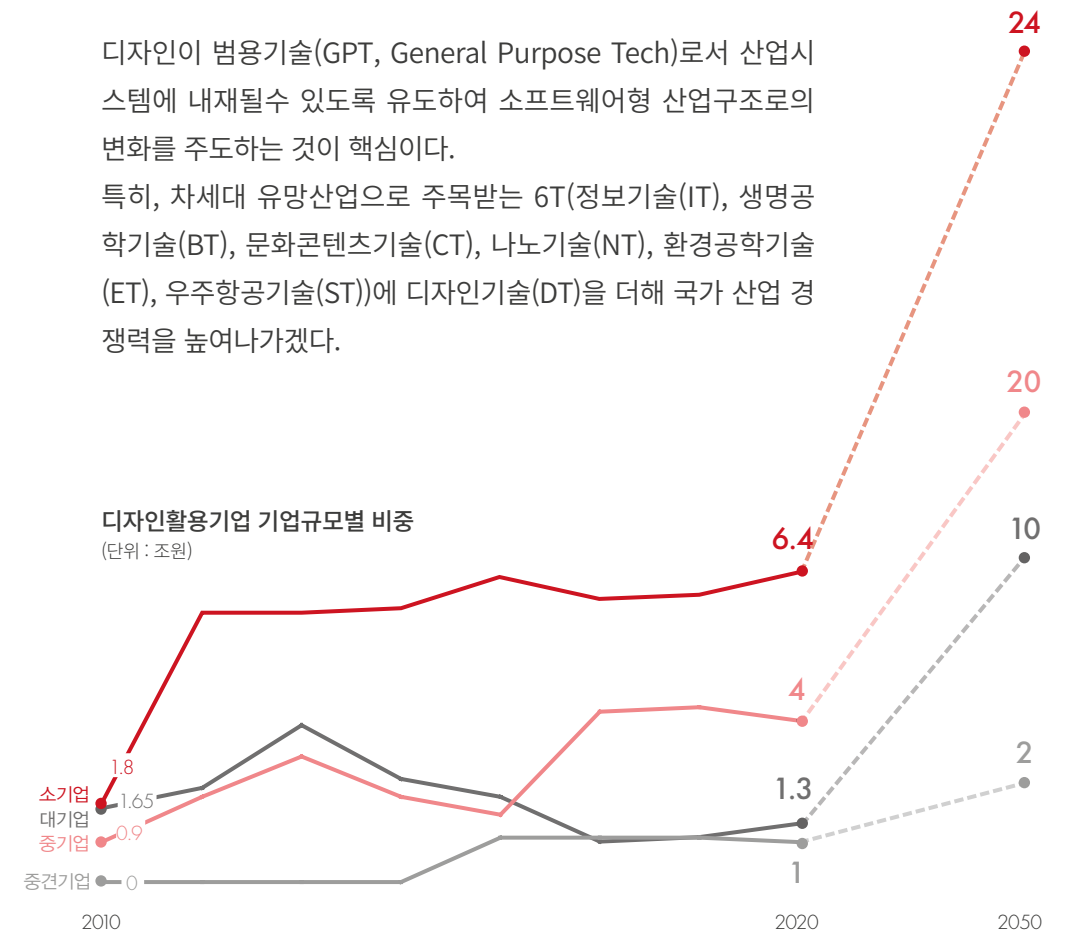
디자인활용기업 경쟁력 수치

100%

디자인이 범용기술(GPT, General Purpose Tech)로서 산업시스템에 내재될수 있도록 유도하여 소프트웨어형 산업구조로의 변화를 주도하는 것이 핵심이다.

특히, 차세대 유망산업으로 주목받는 6T(정보기술(IT), 생명공학기술(BT), 문화콘텐츠기술(CT), 나노기술(NT), 환경공학기술(ET), 우주항공기술(ST))에 디자인기술(DT)을 더해 국가 산업 경쟁력을 높여나가겠다.

디자인활용기업 기업규모별 비중
(단위 : 조원)



2

지역권역별 디자인전문기업을
스마트 디지털융합 선도기업
으로 육성하겠습니다.

2020

디자인 수출액 **598**억원
국내 TOP5 디자인전문기업 평균매출액 **135**억원

디자인 전문 비즈니스 형태 진화를 지원하는 개방형 혁신을 통해 SMART 디지털 융합 선도 디자인전문기업을 육성하려 한다. 이를 달성하기 위해 디자인전문기업 역량 수준을 고려하여 잠재적인 기회영역 내에서 사업 포트폴리오와 사업 재편·전환 전략을 지원하고, AI 기반 고객관계관리(CRM) 솔루션 및 공유형 오피스 조성, 기술·금융컨설팅 해외 진출, 엔젤투자 등 종합적인 인큐베이팅 지원을 준비할 예정이다.

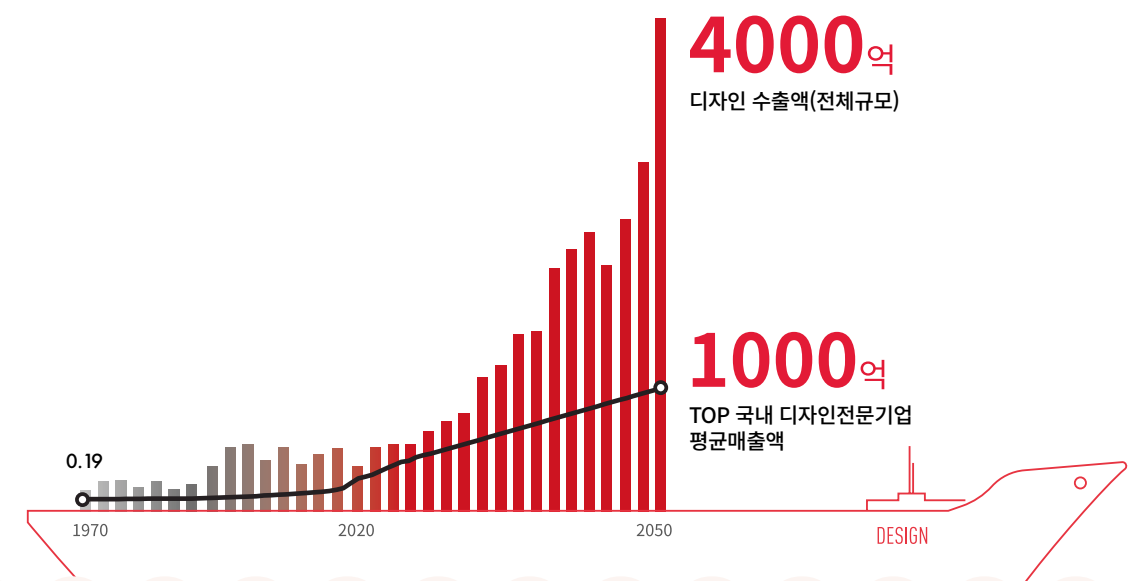
2050

우리나라 디자인 수출액

4,000억원

국내 TOP5 디자인전문기업 평균매출액

1,000억원



경제

디자인비전 로드맵

2020

디자인전문기업 맞춤형 지원
(7,000개)디자인
혁신기업 육성

120

디자인전문회사 신시장 창출지원

D-Tech 산업 확장
스타일테크디자인산업 규모
(단위: 조원)

20 조

디자인 수출
(단위: 억원)

598

2030

디자인전문기업
글로벌 명품 브랜드 육성(10개)100%
디자인 주도
혁신기업

3,000

세계 100대 디자인전문기업
중 한국우수디자인전문기업

5 개

권역별 지역특화
D-Tech 산업육성

4 개

디자인산업 규모

33 조

디자인 수출

1,500

2040

디자인전문기업
NASDAQ IPO 및 상장추진디자인 주도
산업융합
선도기업 육성

100

세계 100대 디자인전문기업
중 한국우수디자인전문기업

10 개

글로벌 선도
D-Tech 산업육성

8 개

디자인산업 규모

50 조

디자인 수출

2,200

2050

디자인전문기업 글로벌시장 주도 육성
(1,000억원 클럽, 5개사)글로벌시장 주도
디자인전문기업

1,000

세계 100대 디자인전문기업
중 한국우수디자인전문기업

20 개

한국 주력산업
D-Tech 산업육성

10 개

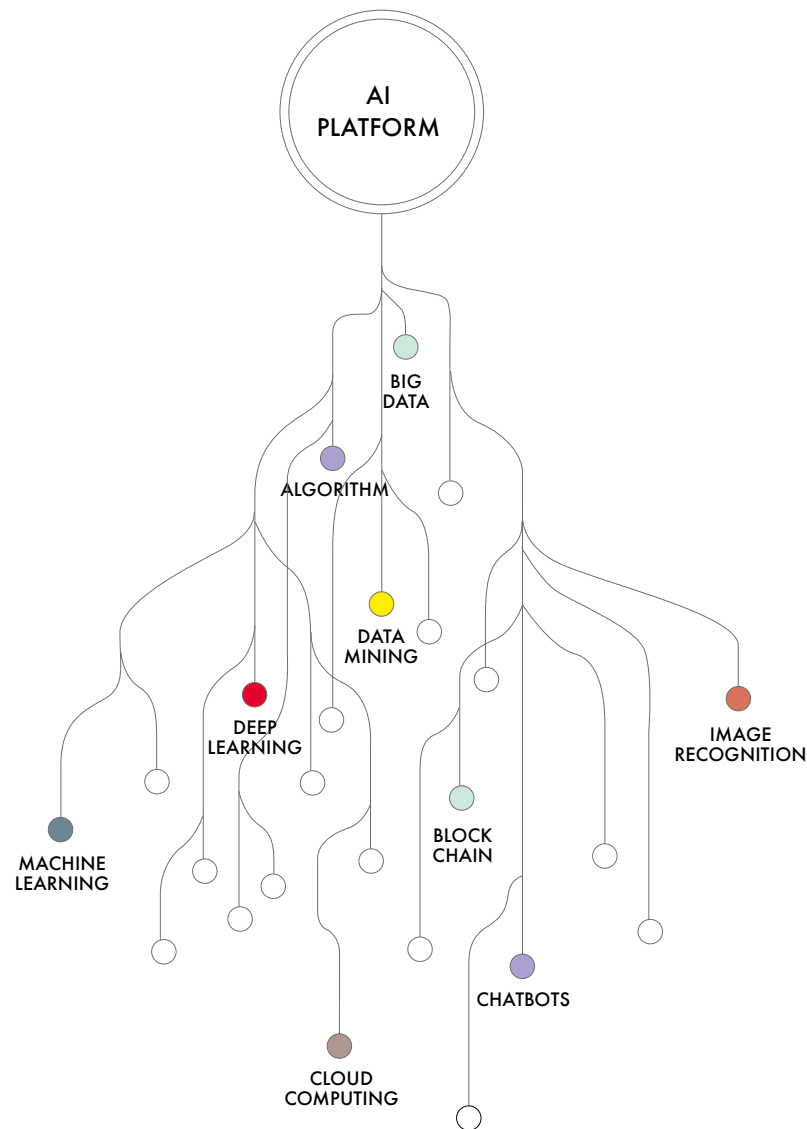
디자인산업 규모

80 조

디자인 수출

4,000

디지털 전환 핵심인프라에 대한 산업별 선제 대응 여부에 따라 국가산업경쟁력이 좌우됩니다.



‘AI-first world’, 즉, 인공지능 우선 세계의 도래로 업무의 자동화를 넘어 인공지능 플랫폼이 만들어 내는 시장이 형성됐다. 인공지능은 인간이 작업하거나 사고하는 방식을 모방하기보다는 완전히 다른 방식으로 문제에 접근한다. 데이터와 알고리즘을 통해 상품과 서비스의 수요공급에 대한 균형이 개선되고, 신규 기업이라도 단시간 내에 탄탄한 브랜드 구축이 가능할 것으로 유추할 수 있다.

즉, 물리적 기반이 없는 창업기업이라도 정교한 데이터·UX(사용자 경험) 기반의 디지털제품을 만들어냄에 따라 시장지배력을 가질 수 있다는 뜻이다. 사용자 경험과 인터페이스의 영향력이 확대되면서 플랫폼은 미래에도 기업 경쟁력을 높이기 위한 핵심요소로 작용할 것이다.

그에 따라 성과물·데이터를 공유하고, 공유된 데이터를 활용하여 새로운 성과를 창출함에 따라 인센티브를 지급하는 플랫폼 경제 생태계가 지금보다 더욱 확장될 것으로 전망된다.

접근성과 재생산, 유통의 한계비용이 제로(0)에 가깝다는 점, 세계시장을 대상으로 소비자에게 지속적인 대안 제시가 가능하다는 점은 플랫폼 경제가 가진 탁월한 BM(기준점)으로 작용한다. 이에 시스템 설계는 데이터 제공자와 이용자들의 실질적 수요에 기반해야 하며, 관련된 기술 개발에 대한 지원과 범용적 가이드라인 확보 역시 필요하다.

즉, 개방성이라는 일반적인 규칙을 유지하면서 참여자의 만족을 이끌어내기 위한 관리 방안을 마련하여 공유해야 하는 것이다.

2050년 10대 미래기술

- ① 한차원 높은 자율주행기술
- ② 특이점을 넘은 인공지능
- ③ 100% 완벽한 통번역기
- ④ 1인 1가구 로봇시대
- ⑤ 양자컴퓨터 발전
- ⑥ 핵융합 기술 상용화
- ⑦ 합성생물학의 발전
- ⑧ 인공 육류 배양
- ⑨ 홀로그래픽 디스플레이
- ⑩ 블록체인 유니버설

* 한국과학기술한림원, 2050년 10대 미래기술



3

디자인·스마트기술
융합 R&D 지원플랫폼을
제공하겠습니다.

2020



디자인/제조혁신 정보플랫폼

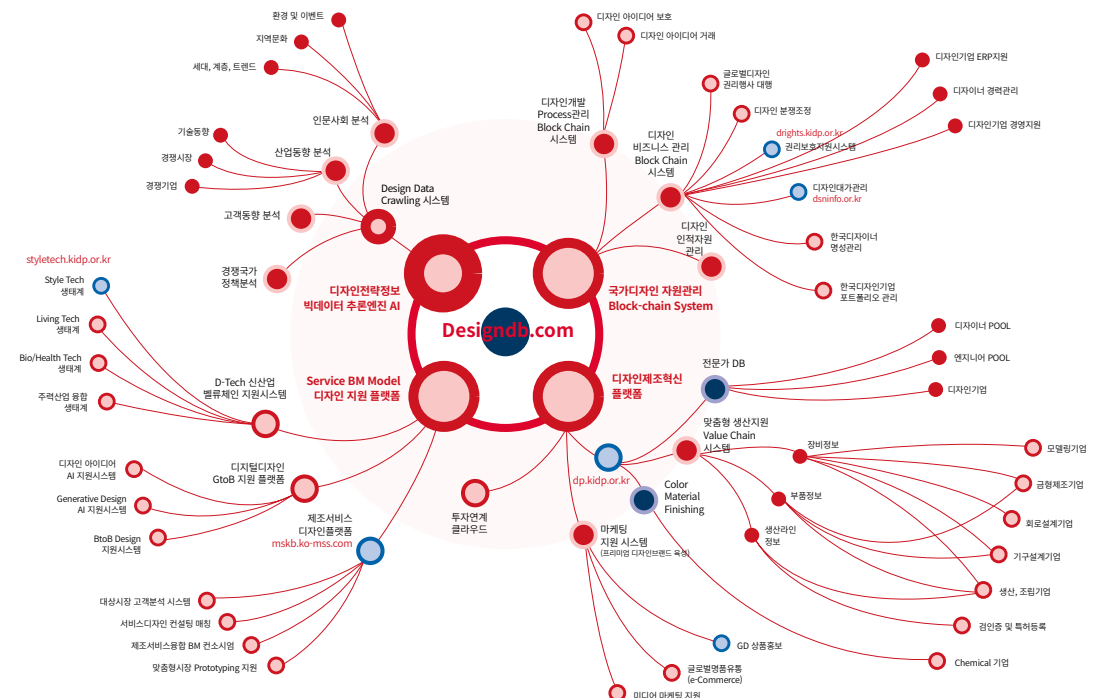
디자인 혁신을 지식산업집적지 역량과 연계하는 시스템을 구축하여 플랫폼 형태의 창업 및 디지털 제품 개발을 지원하고, 재고 소유에 필요한 비용의 부담을 덜 수 있는 ‘디자인·기술 코디네이터’ 서비스를 통해 디지털 제조·서비스 기업의 수요를 충족시켜 나가고자 한다.

2050

글로벌 서비스 고도화

디자인 플랫폼

국내의 우수한 디자인 자원과 미래 기간산업과의 융합을 지원하고, 국가 디자인·인문·기술 지식 정보 플랫폼을 구축하여 디자인 주도의 융합시대를 선도하려 한다. 이에 지원 주체별로 관리되고 있는 정부 디자인 사업의 성과와 국내 공공디자인 자원을 확인할 수 있는 지식 정보 통합 플랫폼을 구축하여 분산된 국가 디자인 자원을 수집·관리하여 보다 많은 사람들이 활용할 수 있는 ‘디자인 정보 유통기반’을 마련하고자 한다.



4

지역디자인진흥원과 공동으로 국가 디자인 디지털 아카이브를 구축해 나가겠습니다.

2020

디자인DB / CMFP 라이브러리

디자인이 국가전략기술로 인정받을 수 있도록 디지털디자인 데이터 아카이브를 통해 성공 및 실증 데이터를 축적하여 확산하려 한다. 민간 협단체, 대학, 기업 등과 연계하여 활용 가치가 높은 디자인 빅데이터를 가공하고 개방하여, 데이터를 분석 및 활용할 수 있는 맞춤형 정보를 제공하는 것이 목표이다.



소재 라이브러리, 서울



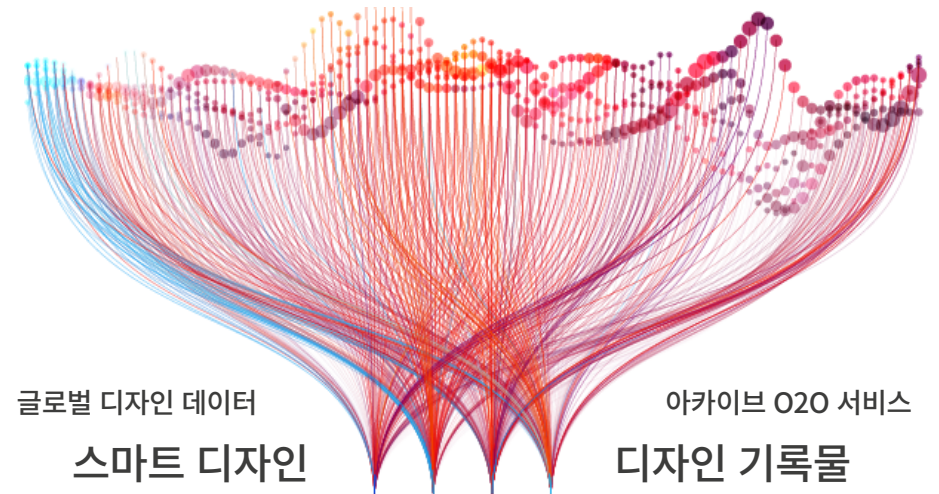
뿌리기술 라이브러리, 경기



부품 라이브러리, 경남

* CMFP(Color, Material, Finishing, Parts)

2050



글로벌 디자인 데이터

스마트 디자인

아카이브 O2O 서비스

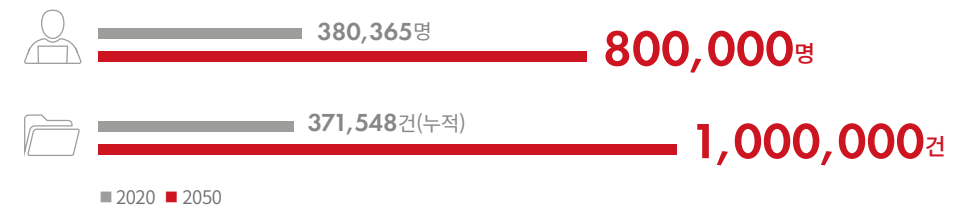
디자인 기록물

메타데이터 DB 구축

또한, 지역 디자인진흥원과 공동으로 디자인 빅데이터 품질관리의 지속성과 체계적인 추진을 위해 기본계획을 수립하고 디자인 정보 표준을 적용하여 데이터베이스를 구축해나가고자 한다.

민간이 필요로 하는 디자인 정보를 쉽게 검색하여 활용할 수 있도록 디자인 정보 데이터를 설명해 주는 정보를 담은 메타데이터 기준도 정비하여 디자인 정보 데이터 진단 항목과 이에 따른 품질 진단 및 오류 개선절차 등으로 마련해나갈 것이다.

designdb 회원수/정보수



산업

디자인비전 로드맵

2020

디자인 플랫폼 확산
(대정부서비스)차세대 디자인 DB 구축
예산 확보 노력MataFed 등 국내외 O2O 소재/부품
라이브러리 확대 구축제조혁신 통합정보플랫폼 구축 및
제조혁신센터 구축
(서울, 경기, 경남)

2030

신 생산요소(데이터/AI/알고리즘)를
활용한 산업혁신 디자인 플랫폼 서비스Cloud Design 서비스 기반
정립 및 생태계 창출

Intelligent Archive 생태계 조성

Data literacy 가능한 Data 기반
디자인 데이터 비즈니스(DDB)
생태계 창출디자인주도 제조혁신 생태계 정립
(디자인제조혁신파크 운영체계)전국단위 제조혁신파크별 역할 세분화
정책운영 및 O2O DKworks
(제조혁신플랫폼 BM 및 컨설팅)

2040

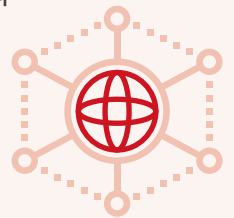
SBM D-Cloud 다각화

AI 디자이너(Explainable AI를
기반으로 Neuro Design Data 조성)

All-In-One AI 디자인 아카이브 서비스

차세대 디자인 DB 2.0 모델 개발
(Neuro Design AI)디자인주도 제조혁신파크 사업다각화
(해외 O2O 글로벌 거점 확보)글로벌 K디자인 비즈니스모델
적용거점 구축

2050

디자인 플랫폼
글로벌 서비스 고도화글로벌 디자인데이터 및 아카이브
O2O 서비스

차세대 디자인 DB 모델 지능화

해외 O2O 제조혁신 선도

DKworks 생활지원 O2O 서비스 도입

2 글로벌 역량을 강화하는 디자인코리아

디자인의 글로벌 기준을 만드는 교육 및 연구기관

국내 대학과 연구기관이 글로벌 산학연 협력을 위한 허브 역할을 담당하게 될 것입니다. 다양한 디자인 관점에서의 연구를 통해 혁신적이고 선도적인 글로벌 선도기관이 되어 사회문제를 해결하는데 앞장설 것입니다.

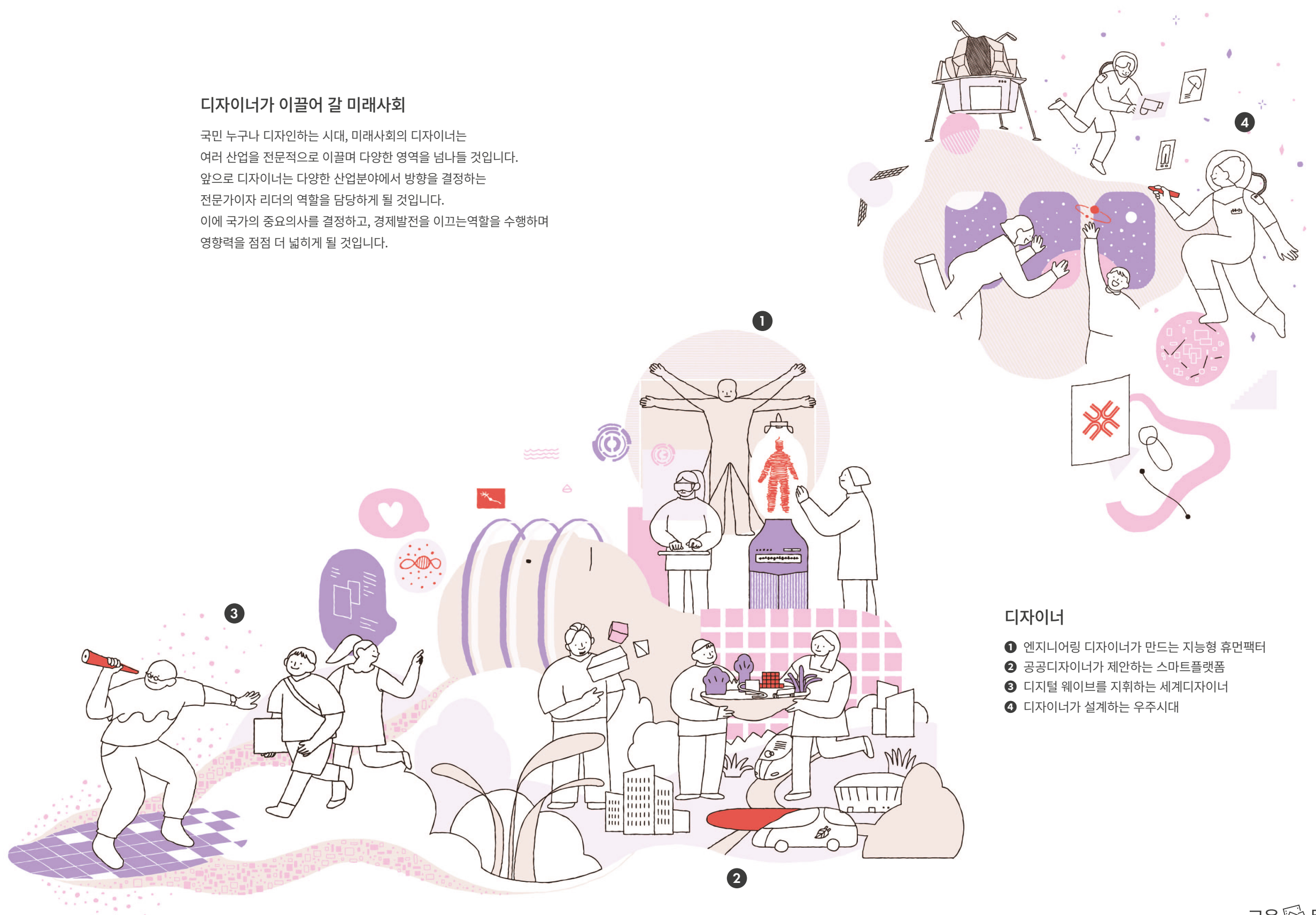


교육 및 연구기관

- ① 디자이너가 이끌어갈 산업고도화
- ② 세계디자인 통계 생산
- ③ 미래시장을 이끌 뉴노멀 K디자인 데이터 플랫폼 제공
- ④ 보다 자유로운 디자인 협업

디자이너가 이끌어 갈 미래사회

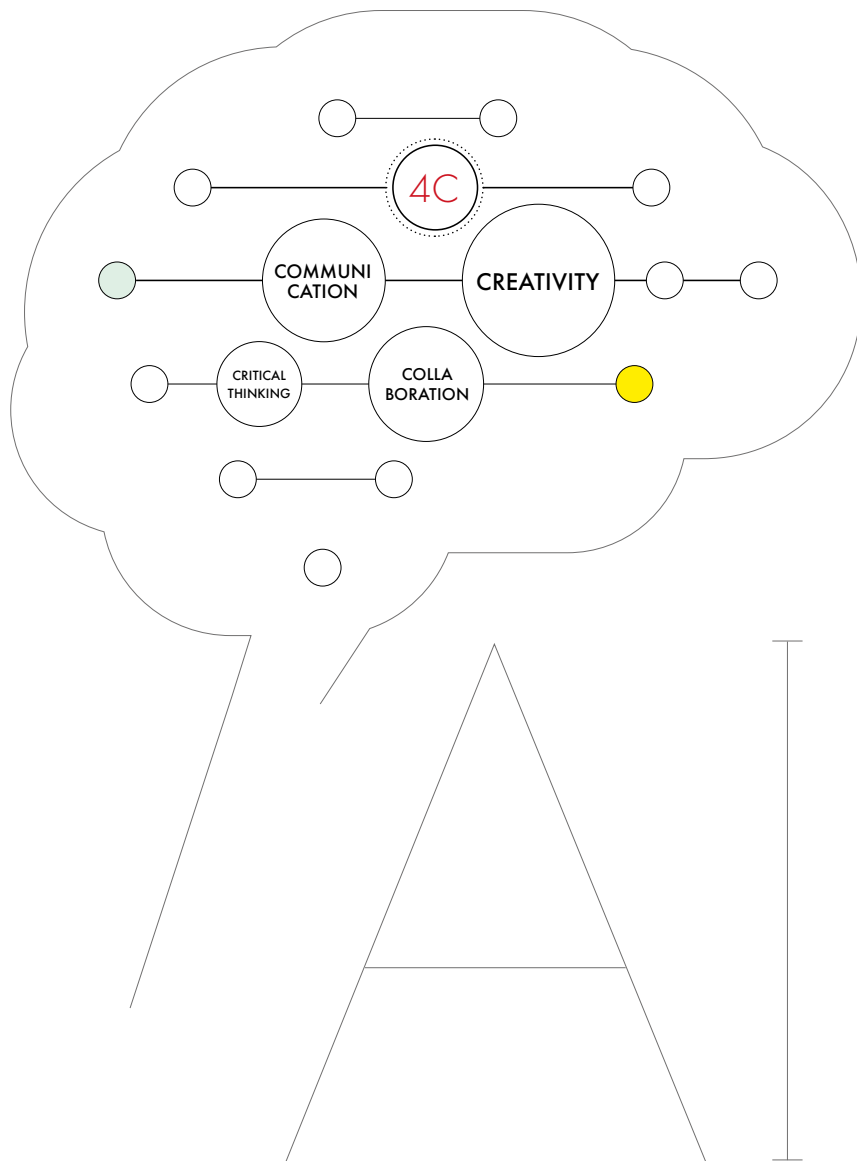
국민 누구나 디자인하는 시대, 미래사회의 디자이너는
여러 산업을 전문적으로 이끌며 다양한 영역을 넘나들 것입니다.
앞으로 디자이너는 다양한 산업분야에서 방향을 결정하는
전문가이자 리더의 역할을 담당하게 될 것입니다.
이에 국가의 중요의사를 결정하고, 경제발전을 이끄는 역할을 수행하며
영향력을 점점 더 넓히게 될 것입니다.



디자이너

- ① 엔지니어링 디자이너가 만드는 지능형 휴먼팩터
- ② 공공디자이너가 제안하는 스마트플랫폼
- ③ 디지털 웨이브를 지휘하는 세계디자이너
- ④ 디자이너가 설계하는 우주시대

AI혁명이 가져 올 일과 교육의 근본적 변화, 장기적 대응 플랜이 요구됩니다.



시대는 자동화를 넘어 지능화를 이끌었고, 디지털 기술은 탈숙련화(de-skilling)를 초래했다. 이젠 기술진보에 따른 새로운 직무와 이를 수행하기 위한 교육체계를 구축해야 할 때이다. 정규교육과정과 더불어 새로운 지식에 대한 지속적 학습을 지원하는 평생학습, 즉, 평생교육체계가 보편화될 수 있도록 일과 교육에 대한 근본적인 변화가 이뤄져야 할 시기이기도 하다.

2019년 한국경제학회에서도 미래 노동시장이 요구하는 재능과 직업 능력을 갖추도록 돕는 대안적 학습조직이 정규 교육과정과 함께 경쟁하는 방식으로 변화될 것으로 전망했다. 그렇기에 지능화로 대표되는 AI 혁명과 기대수명이 현재보다 50년 더 늘어날 것으로 예상되는 고령화 혁명을 거치며 일과 교육에 대한 근본적인 변화가 진행될 것으로 예상된다.

미국의 ‘교육과정 재설계 센터’(CCR, Center for Curriculum Redesign)에서도 4차 산업혁명과 교육 패러다임의 변화에 대응하기 위해 미래 사회의 핵심 역량으로 4C(창의성(creativity), 소통(communication), 비판적 사고(critical thinking), 협력·융합(collaboration))를 제시한 바 있다. 또한, 삼정 KPMG 연구소는 "글로벌 교육산업의 트렌드는 실감화, 연결화, 지능화, 융합화라는 개념으로 정의되며 이런 트렌드가 가속화되고 있다"라고 진단했다.

이러한 흐름에 비추어 볼 때 완벽·속도로 대표되는 디지털경제 내에서 인간·사회 등에 대한 공감과 영감(insight)을 바탕으로 아이디어를 구상해낼 수 있는 감성지능의 유무가 기업의 경쟁력을 결정할 것으로 예상된다. 또한 사회문제가 복잡해지고 공감능력이 희소해짐에 따라 소통과 협업 능력이 필수 역량으로 떠오를 것이다.

글로벌 교육산업의 4대 메가트렌드

실감화	- 콘텐츠의 물리적 제약 해소 - VR·AR 등 실감·체험형 교육의 부상
연결화	- 학생, 부모, 멘토, 관리자 등 교육 네트워크 형성 - 즉각적인 피드백 제공
지능화	- 학생 맞춤형 교육 부상 - 인공지능 기술의 발달로 로봇교사 등장 가능성 확대
융합화	- 교육산업은 모든 산업의 '메타산업'으로 외연 확장 - 신규 사업 창출의 원천

* 삼정KPMG, 글로벌 교육산업의 4대 메가트렌드

5

미래경쟁력을 갖춘 글로벌 디자인 인재 양성에 힘쓰겠습니다.

2020

세계 TOP 50, 1 개 대학



국내외 디자인 인력 및 기업 역량 수준 격차 비교 및 이해를 위한 평가체계를 개발함으로써 정부 및 대학 등에 실질적인 데이터 서비스를 제공할 계획이다.

교육, 연구, 지식 이전 등을 다루는 성과 지표 등을 설계하여 디자인 고등교육 및 연구에 대한 포괄적이고 균형 잡힌 시사점을 제시하고 이를 바탕으로 국내 디자인 고등교육기관의 경쟁력 제고 방안을 마련하고자 한다.

2050

세계 TOP 10 디자인분야 3 개 대학

지능화 및 글로벌 역량을 갖춘 디자이너를 양성할 수 있도록 교육과정 개편 및 역량 강화 프로그램을 지원하여 세계 일류 디자인 고등교육기관 육성을 지원해 나갈 예정이다.

글로벌 디자이너 양성 거점대학을 선정, 지원하여 복수 학위 취득을 위한 해외 대학과의 석사과정 공동운영, 국제 공동수업 개발 및 향후 외국 대학과 국내 거점대학 간 연계 교육 활성화에 집중해 나가겠다. 미래 유망분야 및 융복합 사회문제 해결 등을 중심으로 혁신성장을 선도할 고급 디자인 인력 양성을 지원해 나가겠다.

디자인 고등교육기관 세계 TOP 10

- 1 Royal College of Art, UK
- 2 University of the Arts London, UK
- 3 Parsons School of Design at The New School, US
- 4 Rhode Island School of Design(RISD), US
- 5 Massachusetts Institute of Technology(MIT), US
- 6 Politecnico di Milano, Italy
- 7 Alto University, Finland
- 8 The Glasgow School of Art(GSA), UK
- 9 School of the Art Institute of Chicago(SAIC), US
- 10 Pratt Institute, US
- ⋮
- 38 Seoul National University, South Korea

* QS World University Rankings by Subject 2020

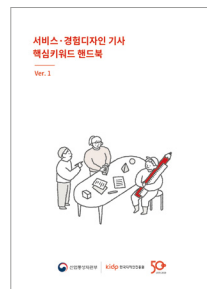
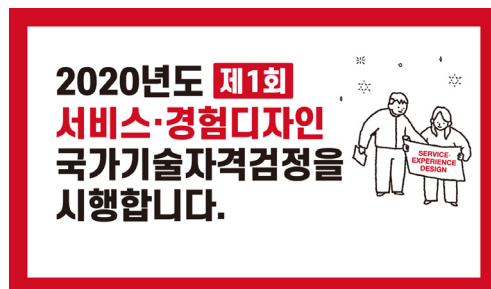
6

배우며 즐겁게 일할 수 있는 생애주기별 디자인 교육 인프라를 만들겠습니다.

2020

디지털 또는 포스트 디지털 시대에 대응하여 평생교육·평생학습 등 다양한 교육 기회가 제공되어 전문역량을 향상시킬 수 있는 발판이 마련되어야 한다.

특히 고령화의 진전으로 새로운 제2의 고용을 위한 학습 필요성이 증대됨에 따라 저소득층 및 저학력층의 기회를 확대하기 위해 보다 적극적인 재교육 정책의 구현이 필요할 것으로 판단된다.



제1회
서비스·경험디자인기사
필기 접수 인원

819명



접수

2050

개인화된 디자인스킬셋을 제공하는



평생교육 플랫폼 구축

디자인의 기본 소양부터 전문적인 직무내용까지 평생교육체제로 전환하여 인식을 제고하고, 역량을 강화할 수 있도록 지원하려 한다. 또한, 시와의 협업·분업이 보편화됨에 따른 적응형 직무교육 및 중요한 의사결정과 감성에 기반을 둔 고차원적 실천 직무교육 등을 제공하고자 한다.

코리아디자인멤버십, 2008 ~



교육

디자인비전 로드맵

2020

디자인평생교육
국내외 Alliance 구축

디자인 고등교육기관
(글로벌 Top50) **1**개

세계일류
디자이너 배출 **60**명

디자이너 자격/인증
교육 시행

미래 시나리오 및
미래 어젠다 제시

디자인 컨설턴트 양성
('19 - '20) **117**명

2030

디자인평생학습원
운영 및 확대

세계일류 디자인학교 육성
(글로벌 Top100) **10**개

세계일류
실무디자이너
배출 **170**명

디자인에 특화된 디자인 고등교육
평가기관 기반 마련

미래 선행연구 분야
국가大프로젝트 추진

2040

디자인평생교육원
해외 Alliance 구축 및 국제화

세계일류 디자인학교 육성
(글로벌 Top100) **20**개

세계일류
실무디자이너
배출 **450**명

국내 디자인대학 평가기관
지위 확보

미래디자인연구센터(양산)의
국가적 허브구축 및 글로벌화 추진

2050

디자인평생학습원
활성화

세계일류 디자인학교 육성
(글로벌 Top10) **3**개

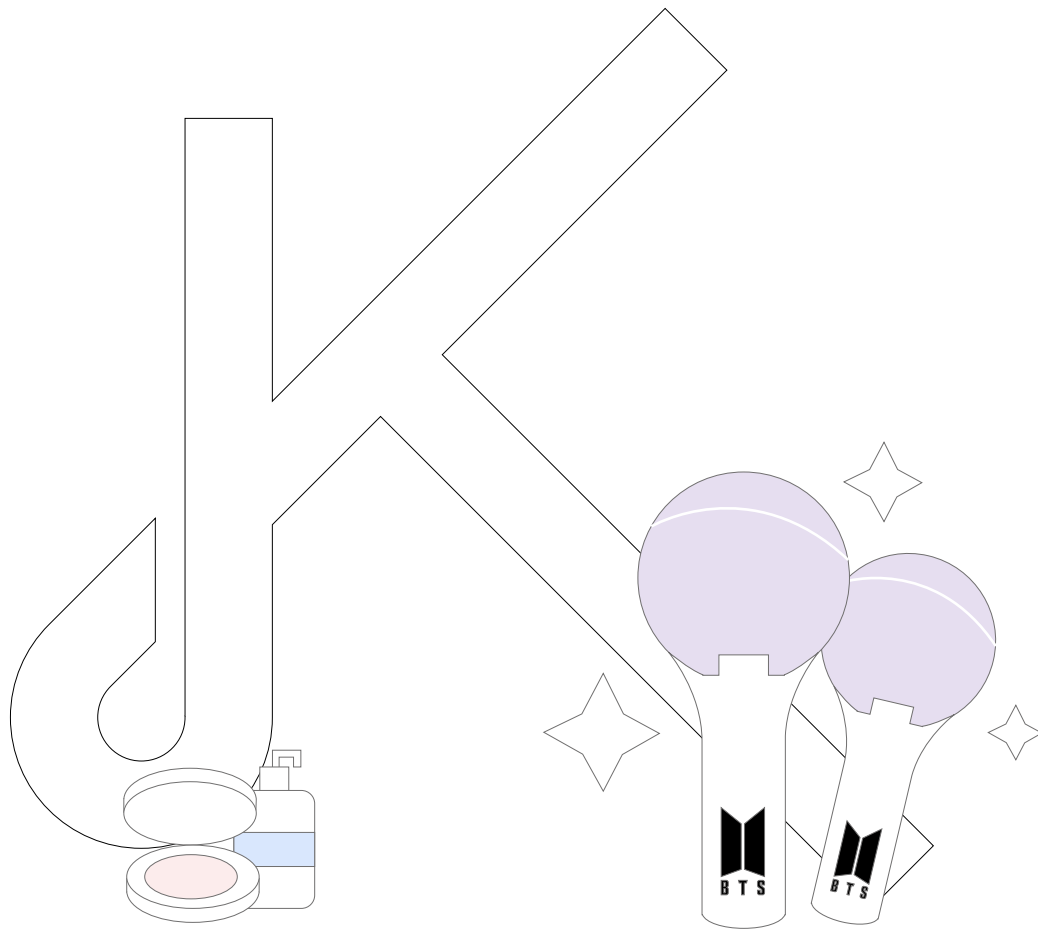
디자인인재
글로벌 강국 도약 **1,500**명

글로벌 디자인대학 평가기관
위상 정립

국내외 미래디자인
新융합연구 추진 **20**개



지역소멸에서 지역부흥의 새로운 전환점을 만들어내야 할 시점입니다.

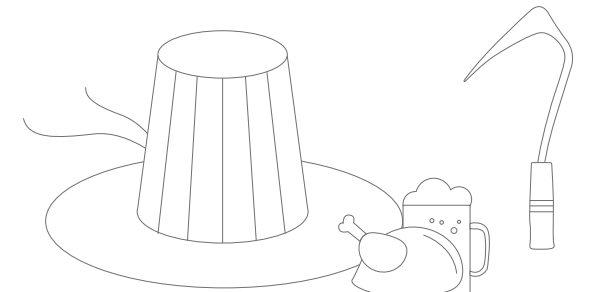


블록체인 기술을 활용한 미디어 콘텐츠가 확산되면서 전통 및 생활양식 등에 대한 문화적 친밀성은 점점 더 증대되고 있다. 제1세계와 제3세계의 구별이 무의미해지며, 한 국가 안에서 형성되던 사회문화적 트렌드는 이제 국가 간의 경계를 넘나들며 서로 교차되고 연계되어 다양한 방향으로 뻗어나갈 것으로 예상된다.

경북 영주 대장간에서 만들어진 호미는 미국 아마존 원예용품 부문에서 판매 순위 톱10을 기록했고, 조선시대를 배경으로 한 넷플릭스 드라마 ‘킹덤’의 인기로 ‘갓’은 한국 전통 모자, 킹덤 햇(Kingdom Hat) 등으로 불리며 해외 시청자들의 관심을 사로잡았다. 이렇듯 ‘가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것’이란 표현이 현실화되어 전통 물품이지만 뛰어난 기능성과 독특한 디자인으로 ‘K-아이템’들이 세계의 이목을 집중시키고 있다.

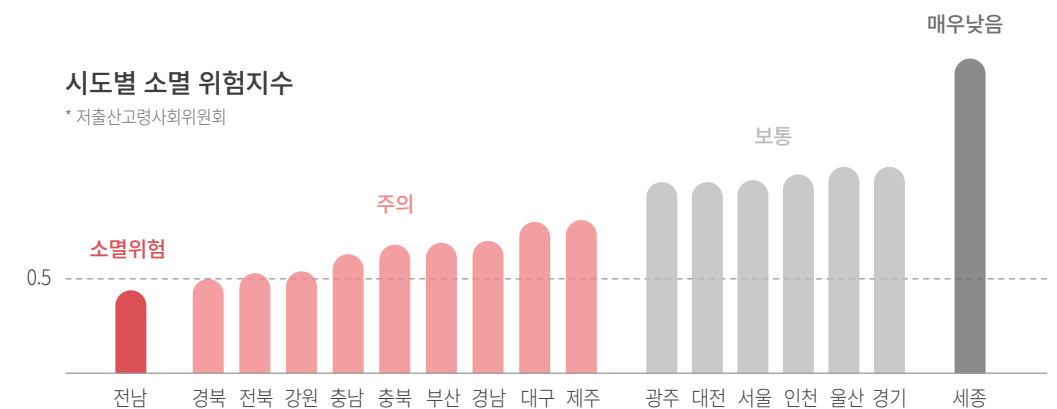
전 세계가 하나의 생활권에 놓이게 되면서 법이나 제도뿐만 아니라 사회·문화적으로도 개인, 기업, 국가 모두 보편성에 근거한 통일된 기준, 글로벌 스탠더드의 필요성이 점차 증대되고 있다.

코로나19 사태 이후 세계적으로 국격이 상승될 것으로 예상되는 미래에는 사회·경제·문화 등 다양한 분야에서 요구나 조건에 따라가기보다는 경쟁력을 갖추어 글로벌 스탠더드를 제시하는 선도국가로서의 확고한 입지 확보가 요구될 것이다. 국토부(2050 유망기술), 보건복지부(K-방역) 등과 같이 디자인 분야에서 서비스 경험 품질, 안전 기준 등 맞춤형 생활표준의 선제적 정립을 통해 국제표준을 선점할 기회가 충분할 것이다.



시도별 소멸 위험지수

* 저출산고령사회위원회



7

신한류의 새로운 물결,
K디자인으로 국제표준을
만들어나가겠습니다.

2020

GD Entry 1,208

글로벌 거점 **4**개소

디자인 분류체계, 국가디자인 경쟁력 등과 관련하여 국제 디자인 표준(인증 체계, 평가 요소)을 선점하고자 한다. 해외 주요국 디자인진흥기관과 협력하여 한국디자인진흥원의 디자인 분류체계에 따라 다양한 디자인 평가 지표(산업·인력·교육기관 등)를 개발하여 국가별 비교 데이터를 제시할 예정이다.

또한, 선진국과의 디자인 역량 격차를 줄이고 내수뿐만 아니라 수출시장에서의 새로운 성장 동력 창출로써 K디자인 세계화를 지속해서 추진해나가겠다.

2050

GD 세계 국제적 어워드 Entry

10,000

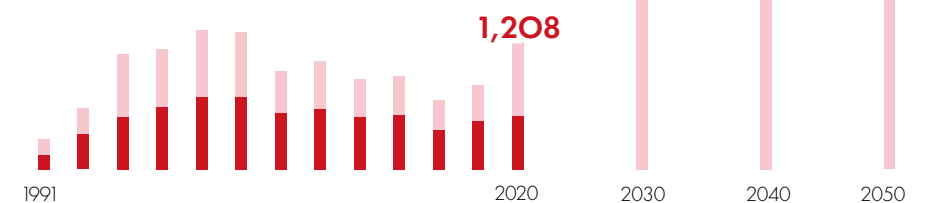
15개소

글로벌 거점

우수디자인(GD) 선정 등 디자인 공모전의 국제화 노력과 더불어 디자인 분류체계, 디자인 통계 등에 관한 국제 컨퍼런스 유치 등으로 현재 미국이나 영국, 독일 등 유럽 중심의 디자인 헤게모니를 K디자인으로 가져오고자 한다.

우수디자인(GD) 출품작/선정작 수

■ 출품작 ■ 선정작



8

지역특화형 디자인전문기업 판로지원을 통해 공정·공평한 디자인거래 생태계를 구축하겠습니다.

2020

DK SHOP K디자인 전용 온·오프라인 MALL 운영

K디자인 전용 오프라인 매장 DKshop 런칭, 국내외 유명 e-commerce 플랫폼 내 입점을 통해 한국 우수 디자인 소비재 상품의 유통 판로를 지원하고 있다.

(국내: 쓱닷컴, 해외: 쇼피, 라자다 내 DKshop 페이지 개설)



K디자인 전용 오프라인 MALL, DKshop

2050

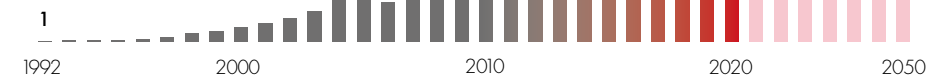


이를 위해 K디자인(가칭) 유통센터를 설립하여
디자인전문기업, 디자인활용기업의 영업 활성화를 위한
안정된 내수 수요시장 진출 지원 및 해외 진출 중장기 전략
로드맵 수립으로 온·오프라인 홍보 및 클라우드 펀딩 지원 등
맞춤형 홍보·마케팅 또한 지원할 계획에 있다.

8,471

디자인전문기업수

공인산업디자인
전문회사 등록 추이
(2020년 5월)



문화

디자인비전 로드맵

2020

글로벌거점본부

4개소

중국(베이징, 순더, 이우)
베트남(하노이)

K디자인 전용 온라인몰 DKshop 운영

- 국내 : 쓱닷컴(SSG)
- 해외 : 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

GD 전시 권위 격상

Entry 1,200

2030

글로벌거점본부
(중국, 아시아 총괄) 구축/운영글로벌거점
자립화

50% 달성

우리원 자체 온라인몰 Spin-off

GD 아시아최고 디자인어워드 운영

Entry 5,000

2040

글로벌거점본부
(러시아, 유럽 등) 확대글로벌거점
자립화

70% 달성

우리원 자체 온라인몰 Spin-off
(본원 재정자립도 기여 10%)

GD 세계 3대 디자인어워드 성장

Entry 7,000

2050

해외 디자인센터 한국 진출
(15개국 글로벌 대상)

15개소

글로벌거점
자립화

100% 달성

우리원 자체 온라인몰 Spin-off
(본원 재정자립도 기여 30%)

GD 세계 3대 디자인어워드 성장

Entry 10,000

3 안전하고 아름다운 디자인코리아

디자인을 통한 다채로운 즐거움이 가득한 국민들의 일상생활

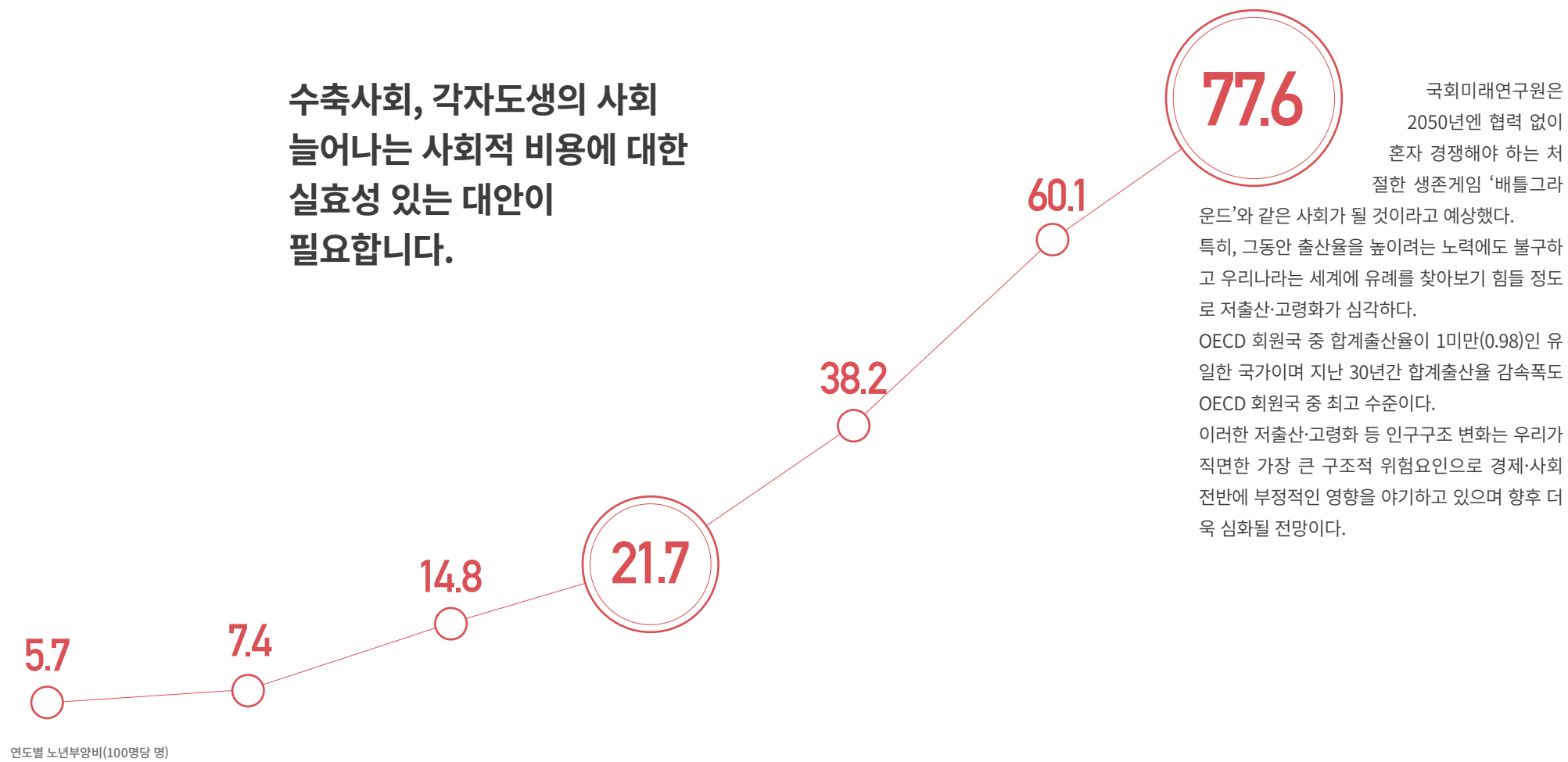
디자인 평생교육기관을 통해 국민 모두가 온·오프라인으로
언제 어디서든 쉽고 자유롭게 디자인을 배우고 체험할 수 있습니다.

일반국민

- ① 디자인의 평생교육
- ② 힙!한 K디자인 스타일
- ③ 모두가 디자인하는 세상
- ④ 함께 만들어가는 확장된 미래



수축사회, 각자도생의 사회 늘어나는 사회적 비용에 대한 실효성 있는 대안이 필요합니다.



국회미래연구원은 2050년엔 협력 없이 혼자 경쟁해야 하는 처절한 생존게임 ‘배틀그라운드’와 같은 사회가 될 것이라고 예상했다.

특히, 그동안 출산율을 높이려는 노력에도 불구하고 우리나라는 세계에 유례를 찾아보기 힘들 정도로 저출산·고령화가 심각하다.

OECD 회원국 중 합계출산율이 1미만(0.98)인 유일한 국가이며 지난 30년간 합계출산율 감소폭도 OECD 회원국 중 최고 수준이다.

이러한 저출산·고령화 등 인구구조 변화는 우리가 직면한 가장 큰 구조적 위협요인으로 경제·사회 전반에 부정적인 영향을 야기하고 있으며 향후 더욱 심화될 전망이다.

우리나라뿐만 아니라 전 세계가 저출산·고령화에 따른 경제 양극화, 사회적 불평등 등 다양하고 복잡해진 사회문제에 직면하고 있다.

사회 문제해결에 대한 정책추진의 성공을 위해서는 관계부처 간 협력은 물론 해당 전문가 집단 및 시민과의 협업은 필수이다.

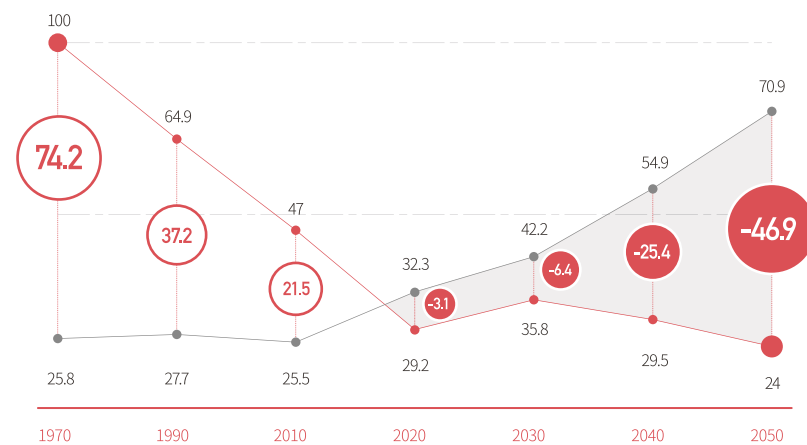
복잡한 사회문제일수록 다양한 이해관계자가 존재하며 효과적인 문제해결을 위해서 산학연 그리고 시민 관점에서의 통합적 접근이 필요하다.

또한, 다수 이해관계자의 협력과 최적의 의사결정은 지원하는 사회혁신 플랫폼, 기술이 요구될 것이다.

2050년 미래 시나리오

기후·환경	미세먼지·오존과 전쟁
정주 여건	수도권에 인구 60% 집중
사람	인생 150세 시대 '수명 양극화'
인구·사회	비혼·무자식·대량실업
정치·행정	이념·소득 양극화

* 국회 미래연구원(2019)



통계청(2019), "장래인구특별추계(2017-2067)"

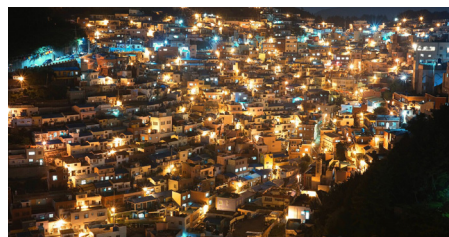
9

디자인을 통해
내일에 대한 걱정이 없는
행복한 포용사회를
만들겠습니다.

2020

사회문제해결 R&D 주관기관으로 참여, 지역디노베이터

포용 디자인 관점에서 본 ‘기술과 사회의 상호작용 과정’ 및 ‘기술혁신이 가져오는 사회적 이슈’에 대해 사회혁신정책을 제안하고자 한다. 이를 통해 고령인구와 디지털 소외계층의 고립화와 같은 사회적 문제를 해결하고, 미래 논쟁에 대한 대안적 분쟁 해결 방식이라는 사회적 공감대를 형성시켜 나가고자 한다.



공유가치창출 서비스디자인, 감천문화마을



성범죄 예방 서비스디자인, 미투게더

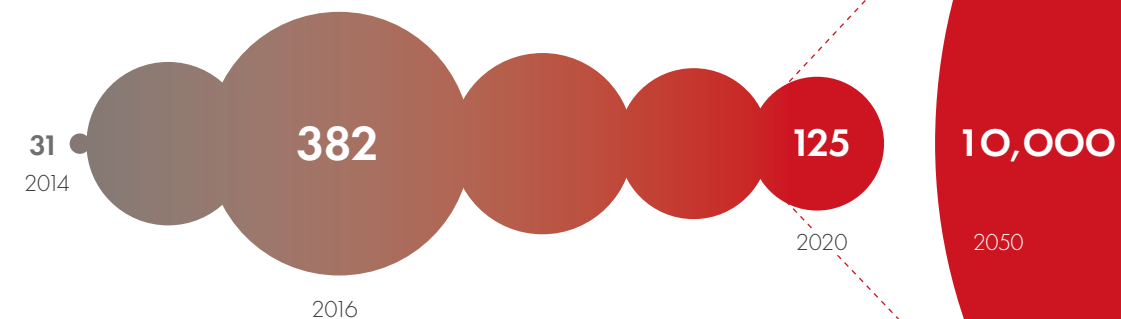
2050

사회 혁신 전문기관

통일 등 미래사회 주요이슈에 대응

시민사회와의 데이터 공유, 업무 제휴, 정책 제안 등 산업혁신과 동시에 디자인을 활용하는 사회혁신 기관으로 업무의 외연을 확장하고자 한다. 시민사회와 함께 디자인과 연관되거나 디자인을 통해 해결할 수 있는 사회 이슈를 조사·분석하고, 이에 대한 갈등 관리 방안을 모색할 계획이다. 또한 시민사회에서 축적된 전문지식과 한국디자인진흥원이 보유한 서비스디자인 역량 등을 결합하여 새로운 사회문제 해결방안을 제안하는 공동사업을 수행하고자 한다.

7년간 **1.5만명**의 국민과 **1,491**개 정책과제(152개 수상)와 모델을 디자인
(2014 - 2020)



10

사람 중심의
사회적 경제 생태계를
디자인 주도로
구축하겠습니다.

2020

사회적기업 지원 예산 9억원, 사회적기업 지원 수 75개사

인력, 사업화 지원등 사회적기업 지원

자선단체 비영리단체 등의 주요 인사들과 함께 디자인 주도 사회적 혁신 자문단을 구성·운영하고, 사람 중심의 사회적 경제 발전을 위한 정책 보고서를 발간하고, 사회적 기업의 원활한 자금조달을 위한 클라우드 펀딩, 사회적 혁신펀드 조성으로 경제활동의 기회 창출뿐만 아니라 공공서비스 분야에서 영향력을 발휘하는 기업을 지속해서 육성하고자 한다.

2050

민관 및 중앙지방을 아우르는

디자인 기반 사회적 경제 고도화

즉, 사회적기업이 안정적으로 투자받고 지속가능한 비즈니스 모델을 개발하도록 지원하는 등 이들 기업을 후원하고, 이들이 성장할 수 있는 환경을 조성하여 취약 계층에 대한 고용기회 제공 등을 최우선으로 다루고, 소기업, 자선단체, 협동조합, 사회적 경제 기업 등 건전한 기업들의 성장을 장려해 나갈 것이다.

사회적기업 지원 예산



사회적기업 지원 수



사회

디자인비전 로드맵

2020

도시재생디자인 정책 확산

지역 디노베이터 도입

국가디자인위원회 발족

혁신 쏠단계 수요자 참여프로세스 도입

사회적가치 시범사업 구축

사회적기업
지원 수

75개

2030

디자인주도 스마트시티 정책 확산
(국토교통 중앙부처총괄디자인 조직 도입)부처별 디자인 전담조직 도입 +
디노베이터 협업 제도화

사회문제해결 지원 전문기관 도약

민관 혁신기관 네트워크 참여 도입

디자인 CSR 우수기관 선정 및
성공사례 최다 구축사회적기업
지원 수

600개

2040

전국 지자체 스마트시티 전담 디자인
조직 및 일자리 창출산업사회혁신
국가디자인전략사업단 도입

글로벌 디자인혁신의제 선도기관 도약

공공혁신 전문기관 위상 강화

디자인 CSR 프로그램
국제 인증화사회적기업
지원 수

1,000개

2050

미래 라이프스타일 선도
도시재생 모델 창출(10지역)국가디자인서비스 통합지원
전담기관 제도화 마련

국가디자인정책원 도약

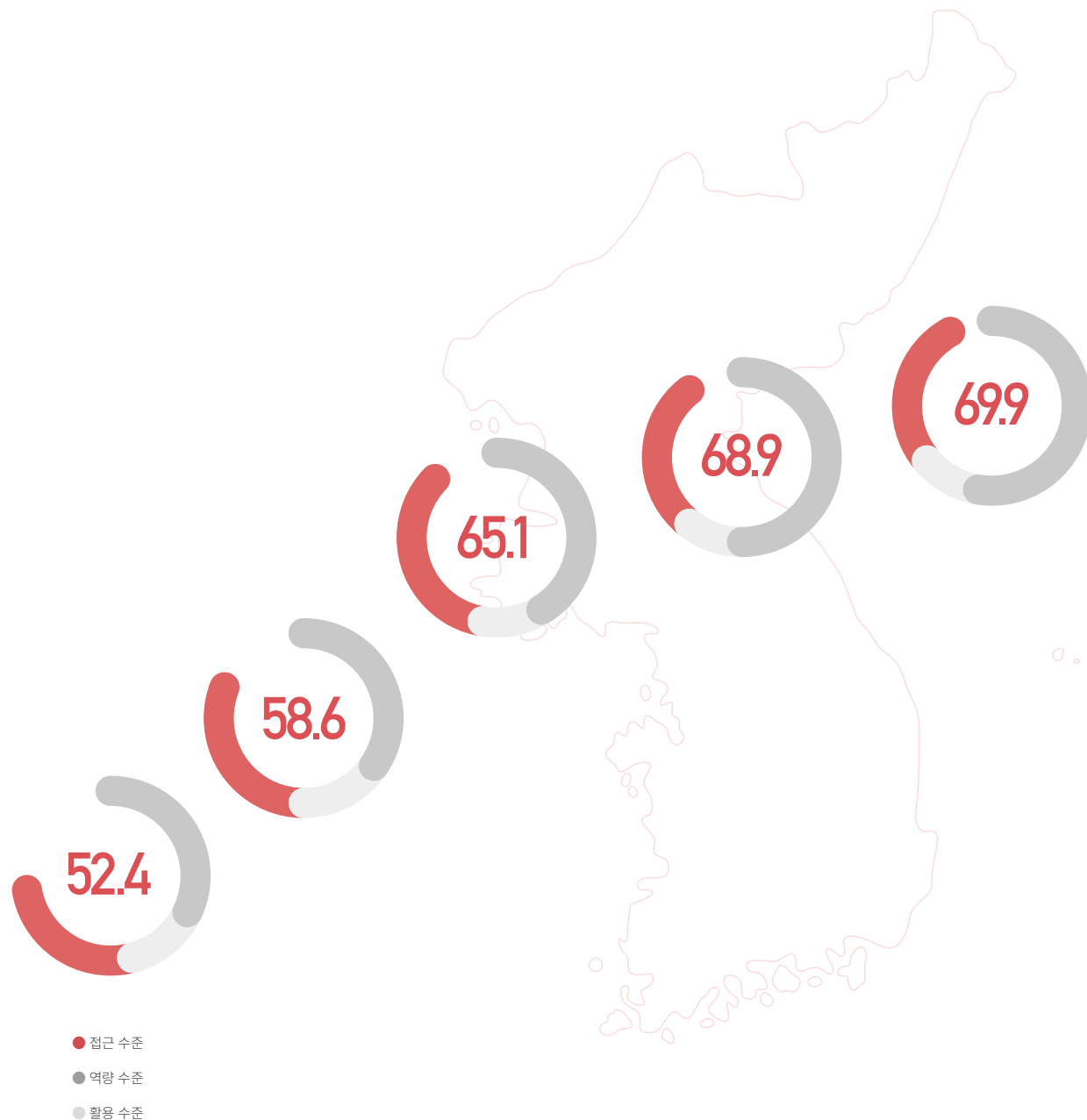
글로벌 공공혁신 센터 구축

CSR 선도기관 정립

사회적기업
지원 수

1,500개

포용사회 실현에 있어서 기후·문화환경 취약계층의 환경 복지정책이 시급합니다.



기술의 발전으로 인류는 편리함을 영유할 수 있게 되었지만, 인간만이 가진 고유의 사유력과 상상력이 쇠퇴할 거란 우려의 목소리가 높다.

또한 디지털 기술에 대한 정보 비대칭, 계층 간 정보화 수준 불균형 심화 등 정보격차가 초래할 양극화는 소외 현상을 더욱 두드러지게 할 것으로 예상된다. 그렇기에 기술과 경제가 종속되면서 삶의 행복을 위한 사회·문화적 자산 축적과 이를 시행하기 위한 사회적 관심이 요구되는 바이다.

특히 창의성은 미래 세대를 위해 가장 중요한 핵심가치로 손꼽히지만 ‘일’ 중심의 사회에서는 점점 더 저하되는 경향을 보인다. 그렇기에 미래 시대의 주된 목표가 ‘기술혁신으로 인간의 잠재성이 얼마나 현실화되느냐’인 만큼 새로운 생활방식에 대한 문화적 이해와 대응이 반드시 필요하다.

독일의 아파트 임대 플랫폼 네스트픽(Nestpick)이 발표한 2050 기후변화도시지수(2050 Climate Change City Index)에서 서울은 기후변화로 인한 위험 도시 순위에서 7위를 기록했다.

국회미래연구원에서는 2050년 미래에 발생할 수 있는 가능성 높은 위기로 인구감소와 더불어 기후 변화로 인한 수자원 부족 문제를 꼽았다.

기후변화는 자연과 인류 모두의 성장 환경을 변화로 이어진다. 단순히 지구 평균기온 상승에 그치는 것이 아니라 그로 인해 다중적인 사회문제를 촉발할 수 있다는 점에서 그 파장은 클 것이다.

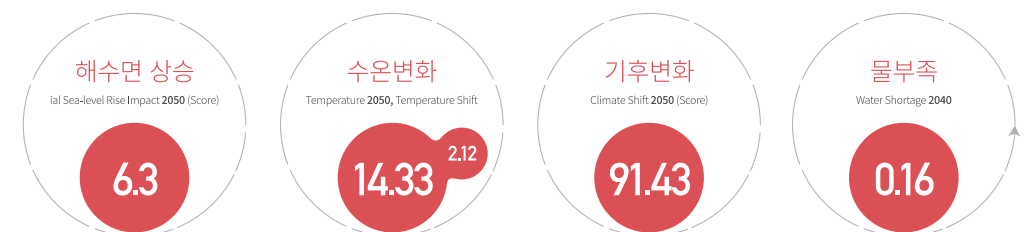
강수량의 계절적 편차와 담수량 저하로 인한 수자원 기반 손상, 생물 다양성 감소 등의 문제가 끊임없이 발생할 것으로 전망된다.

그렇기에 사회문제가 정책의제로 연결되어야 할 것이다. 그리고 그 과정에서 다양한 이해관계자들이 서로 협업하여 문제를 해결할 것으로 예상된다.

감염병과 기후변화間 유사성

Non Black Swan	전문가들의 경고에도 불구하고 제대로 대비하지 못함
Physical	물리적 요인을 제거해야만 해소·치유
Non-stationary	발생확률과 분포가 빠르게 변화하여 과거 지식으로 미래예측에는 역부족
Non-linear	일정수준을 넘어서면 사회·경제적 비용이 기하급수적으로 증가

* McKinsey(2020.4)



네스트픽, 2050 기후변화도시지수
Nestpick Germany, 2050 Climate Change City Index

11

문화적 소외없이
일상 속 디자인을 가까운 곳에서
언제든지 향유할 수 있게
하겠습니다.

2020

DK MUSEUM 디자인코리아뮤지엄 콘텐츠 1,604

국민 누구나 1시간 거리 안에서 K디자인이라는 우수한 국내 디자인자산의 향유가 가능하도록 디자인인프라-디자이너-국민 또는 방문객을 다양한 플랫폼으로 연결하는 기반을 마련해 나가도록 하겠습니다.



디자인코리아뮤지엄 오픈(2020), 코리아디자인센터

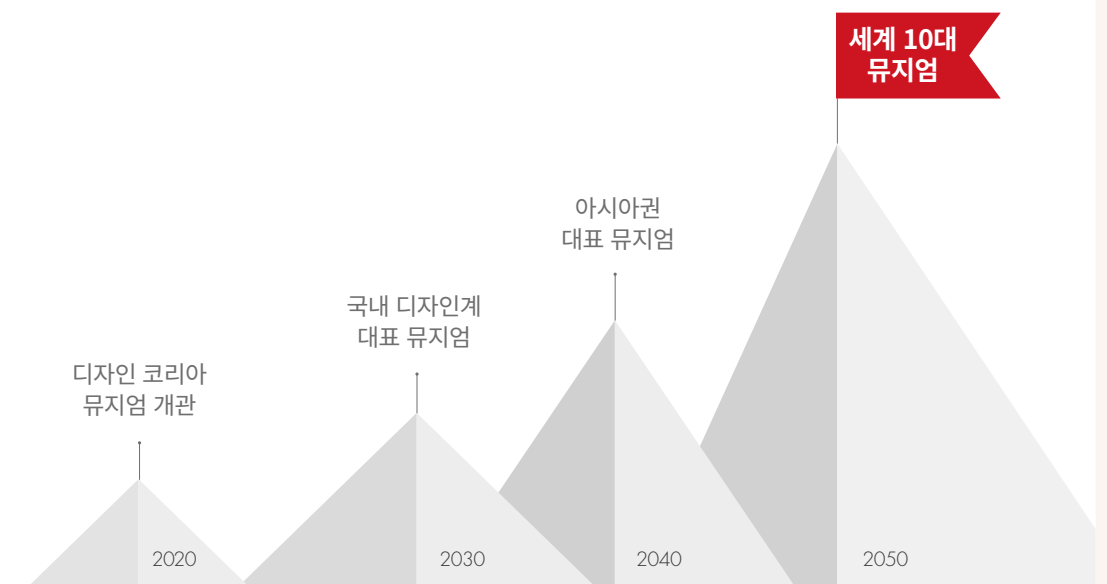
2050

세계 10대 뮤지엄

AR/VR 실감형 전시콘텐츠 기반

어려서부터는 디자인에 친숙해지도록 디자인 체험 기회를 제공하고 저소득층 고령자(80세 이상) 또한 접근이 용이하도록 체험환경을 조성해 나갈 것입니다.

디자인과 기술, 생활문화 등이 융·복합할 수 있는 생활 속 디자인을 확장하기 위한 지원을 제도화해 나가겠습니다. AR/VR 기반 체험관, 대화형 매체, 인공지능 등 디자인뮤지엄 서비스 고도화뿐만 아니라 국민의 참여 및 접근성 완화 계획을 수립할 예정입니다. 또한 지역 간 문화적 격차를 해소하고 고유성을 살릴 수 있는 디지털 디자인 기반 시설 운영을 활성화하기 위한 지원을 확대하겠습니다.



12

탄소중립사회에 필요한 디자인을 누구나 활용할 수 있게 하겠습니다.

2020

그린뉴딜 이행에 디자인이 적극 동참

기후변화와 대기오염에 대응하여 지속가능발전을 위한 기술개발과 혁신 주도에 동아시아 18개 지방정부가 뜻을 모았다. 지속가능한 디자인을 위한 디자인의 역할을 제시하고 연구를 통해 친환경 정책에 디자인이 적극 동참하고자 한다.



세계 푸른 하늘을 위한 혁신 플랫폼 파트너십 서명식(2020)

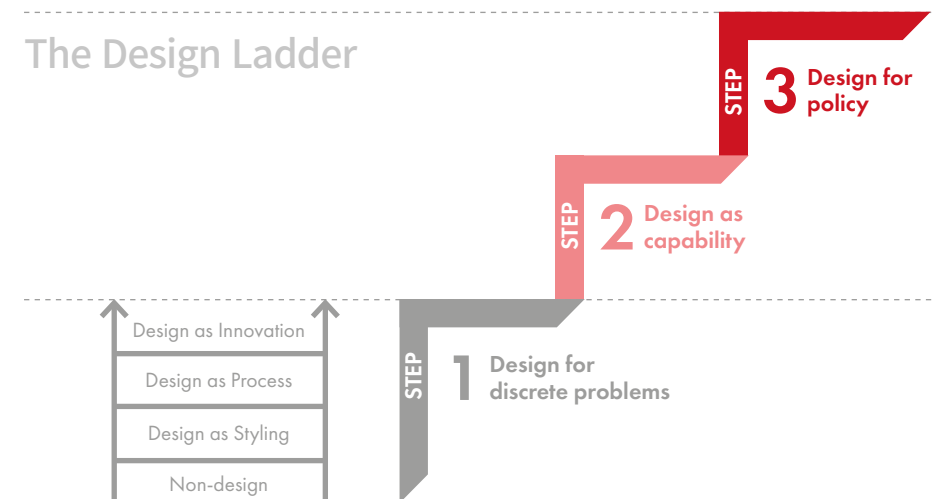
2050

국토/해양/도시생태계
기후변화 대응 정책 서비스디자인 개발

SERVICE DESIGN

전 지구적 녹색 전환 기조에 대응하여 국민 생활환경디자인, 산업환경디자인, 기후 및 재난 안전시설, 서비스디자인 방안 등을 제공하고자 한다. 이를 통해 사회·경제 패러다임에 대한 친환경 디자인적 접근으로 탈석탄·탈내연기관·탈플라스틱 등 녹색 전환을 위한 정책을 개발해 나가겠다.

The Design Ladder



* 디자인사다리(2003), 덴마크디자인센터 / 공공영역의 디자인사다리(2013), 영국 디자인카운슬

환경

디자인비전 로드맵

2020

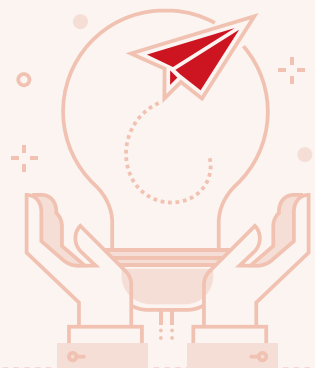
디자인코리아뮤지엄 개관 및
교육프로그램 오픈

Contents **1,604**

DK FESTIVAL

온라인방문객

289,822명



2030

국내 디자인계를 대표하는
디자인코리아뮤지엄
K디자인 collecting 10

DK페스티벌 국내 최고의
디자인전문전시 위상 정립

유료관람객

50,000명

통일 이후 사회통합 촉진방안 마련

전염병·디지털 경제 등 뉴노멀 시대
(New normal) 대응전략 제시

2040

아시아권을 대표하는
디자인코리아뮤지엄

DK페스티벌 아시아 최고의
디자인전문전시

유료관람객

70,000명

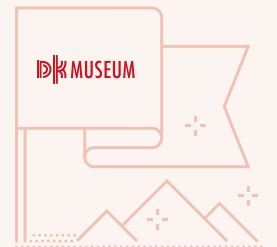
평양디자인센터

개인 맞춤형 Life Style 디자인
시장 활성화

2050

세계 10대
뮤지엄 선정

TOP **10**



디자인계 CES DK페스티벌

유료관람객

100,000명

생활환경 확장(지구·지구밖)에 따른
경제·사회적 이슈 대응

미래생활디자인 서비스센터 구축 및
1인 1디자이너 매칭 및 생애 맞춤형
디자인 서비스 지원

4

STRATEGIC ROADMAP

138

디자인비전 프레임워크

140

① 기간산업화 실현을 위한 경제적 지표

142

② 스마트 디지털융합 선도 디자인전문기업 육성

148

③ 디자인정보 플랫폼 고도화

152

④ 디자인주도 제조혁신센터 활성화

156

⑤ 디자인대학의 글로벌 역량 강화 주력

158

⑥ 생애주기별 디자인교육 인프라 주요 활동 지원

160

⑦ K디자인 해외진출 지원을 통한 새로운 영역 확충

162

⑧ 공정·공평한 디자인거래 생태계 구축

164

⑨ 국민참여 서비스디자인 모델 개발 및 성과 확산

168

⑩ 디자인주도 사회적 경제 생태계 조성

170

⑪ DK뮤지엄, DK페스티벌, DK어워드

176

⑫ 서비스·경험디자인을 통한 산업/사회 혁신

디자인비전 프레임워크

포스트디지털시대, 디자인은 필수 생산기술이자 비즈니스 솔루션으로 DT(Design+Tech) 산업을 육성하고, 디자인 자원과 미래 기간산업과의 융합을 지원하는 인프라를 구축하며, 디자이너를 위한 평생학습 체계를 만들고, 미디어 융합기술의 고도화로 K디자인 세계화를 확대하며, 디자인적 접근을 통한 포용성장 및 녹색순환 시대 구현과 국민 모두가 디자인 자산을 향유할 수 있는 국민 행복, 사회가치 실현의 모델을 제안합니다.

미션	비전	주체	분야	이슈	전략과제	지표	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030	2040	2050
미래 대한민국에 디자인합니다	Smart 스마트 혁명을 주도하는 디자인 코리아	디자인기업·활용기업	경제	초격차시대 도약	❶ 디자인산업이 대한민국의 새로운 기간산업이 되게 하겠습니다.	디자인 수출(억원)	598	1,000	1,050	1,100	1,150	1,200	1,500	2,200	4,000
						디자인 시장규모(조원)	18.29	21	22	23	24	25	33	50	80
						디자인활용률(%)	37.1	42	44	46	48	50	80	90	100
			산업	AI·플랫폼 구축	❷ 지역권역별 디자인전문기업을 스마트 디지털융합 선도기업으로 육성하겠습니다.	디자인지원 상품화 실적(건)	20	20	25	30	35	45	105	645	3,975
						디자인혁신 유망기업 지원(건)	150	180	210	240	270	300	450	650	1,500
						디자인전문기업 평균매출액(억원)	6.21	6.5	7.5	9	11	13.5	16.5	20	25
	Glocal 글로벌 역량을 강화하는 디자인 코리아	교육·연구기관·글로벌 디자이너	교육	직업·역량강화	❸ 디자인·스마트기술 융합R&D 지원플랫폼을 제공할 예정입니다.	디자인DB 콘텐츠 제공(건)	1,308	1,340	1,400	1,450	1,500	1,550	1,700	2,200	3,000
						CMFP 디지털디자인DB 구축(건)	2,000	2,000	2,500	2,500	3,000	3,000	10,000	15,000	20,000
						온라인제조플랫폼 시제품 제작지원	80	80	100	120	120	150	220	360	500
			문화	디자인표준 구축	❹ 지역디자인진흥원과 공동으로 국가 디자인 디지털 아카이브를 구축해 나가겠습니다.	디자인주도 제조혁신센터(개, 누적)	3	5	8	10	13	15	30	40	50
						디자인주도 제조혁신센터 지원기업 수(건)	263	350	500	700	1,000	1,500	2,000	3,000	4,000
						디자인주도 제조혁신센터 예산(억원)	86	80	140	180	250	300	450	700	1,000
현실 국민 모두가 디자인합니다	Empathy 안전하고 아름다운 디자인 코리아	일반국민	사회	사회적자본 확대	❺ 미래경쟁력을 갖춘 글로벌디자인 인재 양성에 힘쓰겠습니다.	해외 취업 및 교육인원(명)	66	100	150	180	215	260	270	380	500
						세계 일류 디자이너 배출(명)	60 세계 TOP 10, 1개 대학	60	70	80	80	80	170 세계 TOP 100, 10개 대학	450 세계 TOP 100, 20개 대학	1,500 세계 TOP 10, 3개 대학
						디자인·공학 융합대학원(개교)	5	6	8	10	12	14	16	18	20
			환경	녹색전환 실현	❻ 배우며 즐겁게 일할 수 있는 생애주기별 디자인 교육 인프라를 만들겠습니다.	디자이너 경력주기별 직무역량교육 강화(건)	446	515	550	600	650	700	750	1,200	2,000
						다학제 기반 인력양성(명) *학부	111	125	108	-	-	-	-	-	-
						실무형 인재양성 프로젝트 지원(건)	3	5	8	12	15	20	30	40	50
	Empathy 안전하고 아름다운 디자인 코리아	일반국민	사회	사회적자본 확대	❼ 신한류의 새로운 물결, K디자인으로 국제표준을 만들어 나가겠습니다.	문화확산성과(관람객, 명)	289,822	67,000	73,700	81,070	73,700	81,070	100,000	150,000	200,000
						해외거점 구축 운영(개소, 누적)	4	4	5	6	6	7	9	12	15
						해외전시 참가지원(건)	3	3	3	3	4	4	5	10	15
			환경	녹색전환 실현	❽ 지역특화형 디자인전문기업 판로지원을 통해 공정·공평한 디자인거래 생태계를 구축하겠습니다.	표준계약서 활용률(%)	40.9	45	50	55	60	70	75	80	100
						디자인법률자문단(건)	421	426	450	500	600	700	800	900	1,000
						우수디자인(Entry)	1,208	1,328	1,461	1,607	1,768	1,944	3,000	6,000	10,000
현실 국민 모두가 디자인합니다	Empathy 안전하고 아름다운 디자인 코리아	일반국민	사회	사회적자본 확대	❾ 디자인을 통해 내일에 대한 걱정이 없는 행복한 포용사회를 만들겠습니다.	국민참여 사회문제해결 서비스디자인(건)	125	300	600	900	1,200	1,500	4,000	7,000	10,000
						국민참여 디자인정책개발 및 성과확산(건)	60	70	80	90	100	110	120	200	350
						스타일테크 지원기업 수(개사)	20	20	20	20	20	20	30	40	50
			환경	녹색전환 실현	❿ 사람 중심의 사회적 경제 생태계 디자인 주도로 구축하겠습니다.	사회적기업 디자인인력지원(명)	12	12	12	16	18	20	30	40	50
						사회적기업 지원 수(개사)	75	100	150	300	350	400	600	1,000	1,500
						사회적기업 지원 예산(억원)	9	9	9	10	11	12	15	20	30
현실 국민 모두가 디자인합니다	Empathy 안전하고 아름다운 디자인 코리아	일반국민	사회	사회적자본 확대	⓫ 문화적 소외없이 일상 속 디자인을 가까운 곳에서 언제든지 향유할 수 있게 하겠습니다.	SNS 콘텐츠 게재(건)	800	850	900	950	1,000	1,050	1,100	1,300	1,500
						디자인코리아뮤지엄(콘텐츠 수)	1,604	1,650	1,700	1,750	1,800	1,850	2,000 국내 디자인계 대표 뮤지엄	2,500 아시아권 대표 뮤지엄	세계 10대 뮤지엄 선정
						디자인코리아페스티벌(콘텐츠 수)	3	3	3	3	4	4	5	10	15
			환경	녹색전환 실현	⓬ 탄소중립사회에 필요한 디자인을 누구나 활용할 수 있게 하겠습니다.	서비스디자인 정책모델 발굴 및 적용(건)	32	35	39	43	48	53	60	90	150
						도시재생 공공 비즈니스모델 개발(건)	34	40	40	40	40	40	50	60	70
						디자인이노베이션랩(DIL) 지원기업 수(개사)	10	10	10	10	12	15	20	25	30

기간산업화 실현을
위한 경제적 지표

디자인은 미래 먹거리 창출을 위한 핵심 산업으로 주목받고 있습니다. 디자인
활용 및 확산을 통해 디자인 수출과 시장규모를 확대하여, 타 산업과 우리 기업
의 글로벌 경쟁력을 강화하는 데 앞장서겠습니다.

디자인 수출

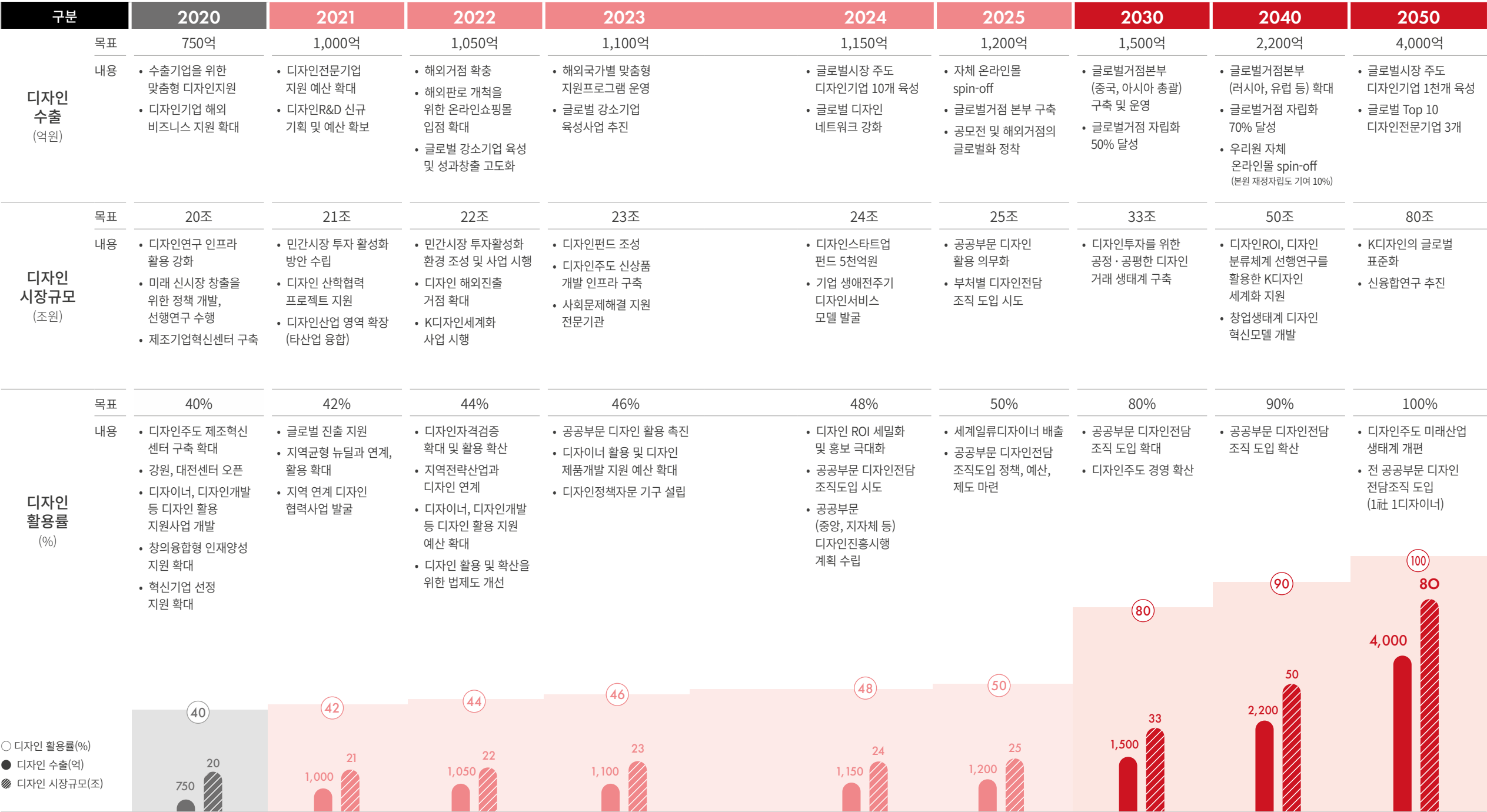
4,000억

디자인 시장규모

80조

디자인 활용률

100%



스마트 디지털융합선도 디자인전문기업 육성

디자인 중심의 혁신성장 모델을 발굴하고 이를 확산시키기 위해 디자인 주도
의 융합을 통해 우수한 디자인전문기업을 육성 및 지원하여 매출액과 일자리
창출이 지속해서 증가할 수 있도록 하겠습니다.

디자인지원 상품화 실적

3,975 건

디자인혁신 유망기업 지원

1,500 건

디자인전문기업 수

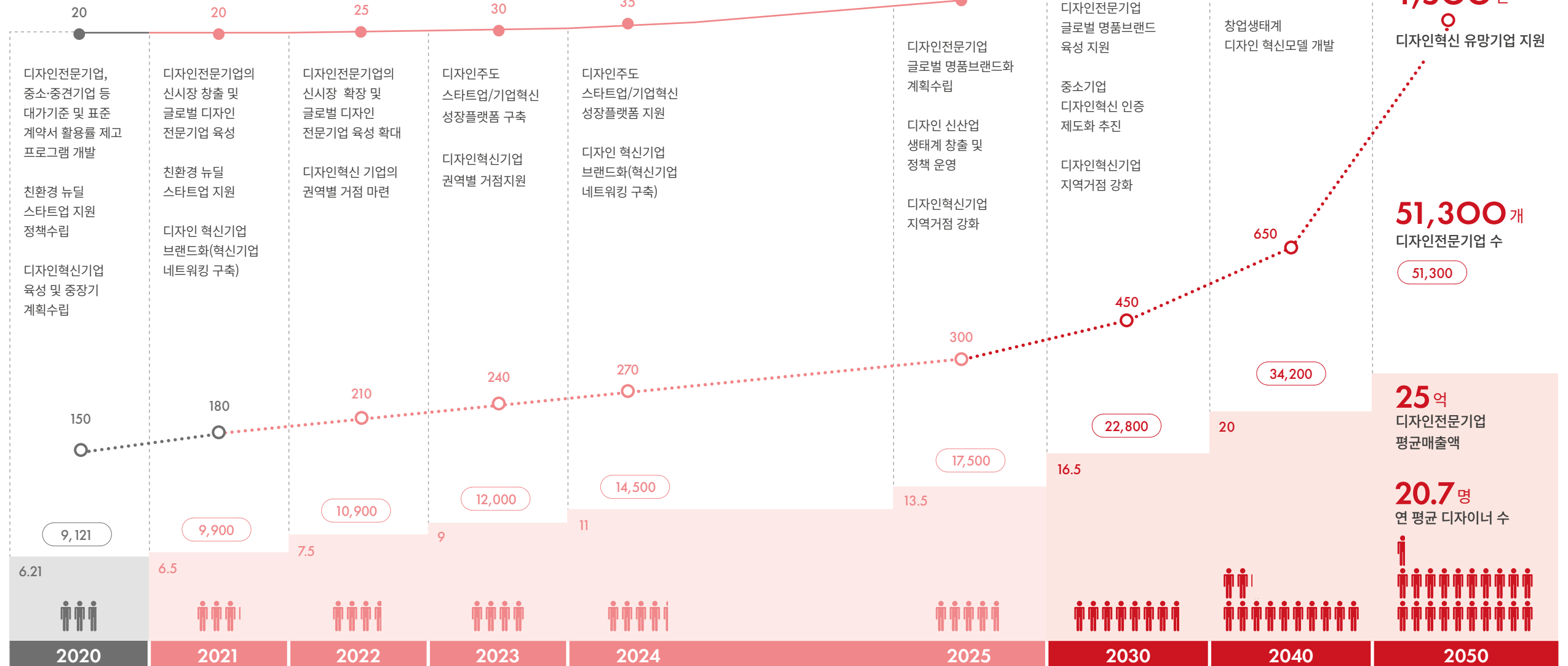
51,300 개

디자인전문기업 평균매출액

25억

연 평균 디자이너 수

20.7 명



권역별 주요통계

(2019년 기준)

디자인활용기업은 일반업체(2018년 전국사업체조사 중 디자인산업분류에 해당하는 5인 이상의 업체) 중 디자인 활용여부 조사에서 디자인 활용기업으로 추정된 사업체를 말하며, 디자인전문기업은 2018년 전국사업체조사 중 전문디자인업에 해당하는 사업체를 말한다.

기업 및 디자이너 수

■ 디자인활용기업수(개), 디자이너수(평균, 명)

14.1 만개, **1.87**명

■ 디자인전문기업수(개), 디자이너수(평균, 명)

0.62 만개, **2.72**명

서울

■ 39,708 ■ 3,822

1.87명 2.96명

인천

■ 5,434 ■ 91

1.6명 3.25명

대전·충청

■ 11,846 ■ 444

1.33명 2.75명

광주·전라

■ 11,658 ■ 469

1.53명 2.88명

강원·제주

■ 4,741 ■ 170

1.29명 2.4명

경기

■ 32,141 ■ 571

1.63명 2.37명

대구·경북

■ 14,436 ■ 281

1.26명 3.37명

부산·울산·경남

■ 22,008 ■ 405

1.34명 2.61명

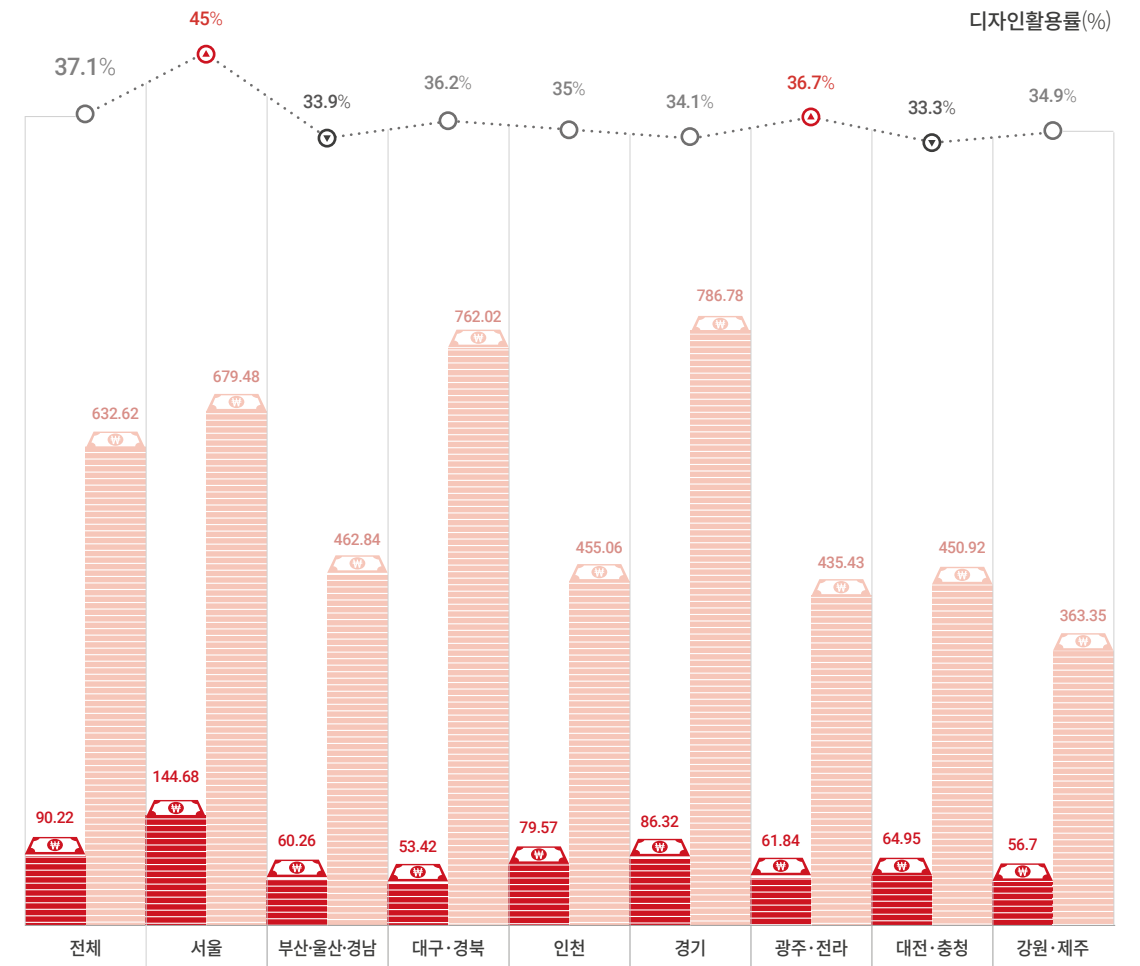
디자인활용률 · 디자인 투자 vs 디자인 매출액

■ 디자인투자
(백만원)

90.22 백만원

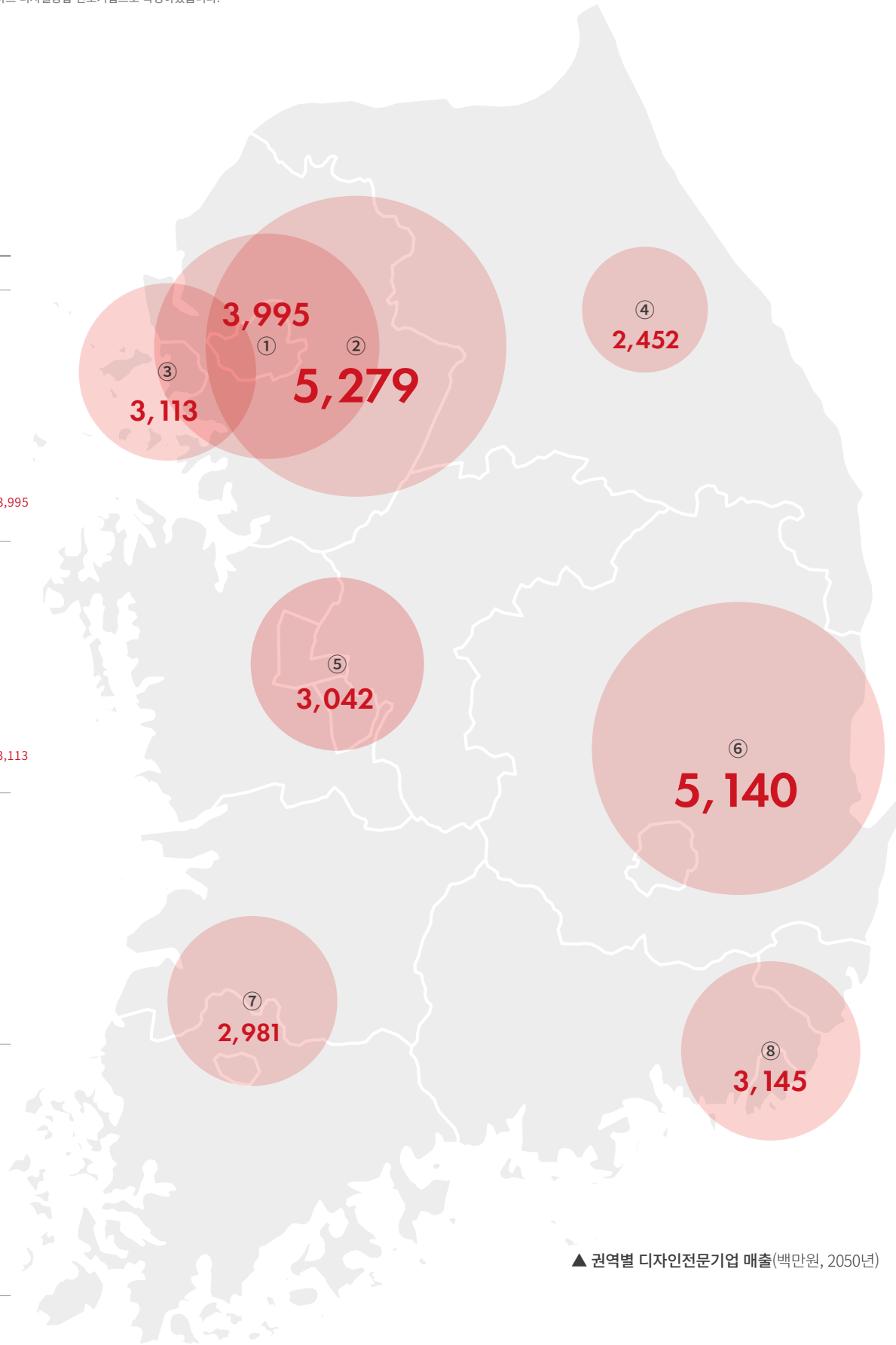
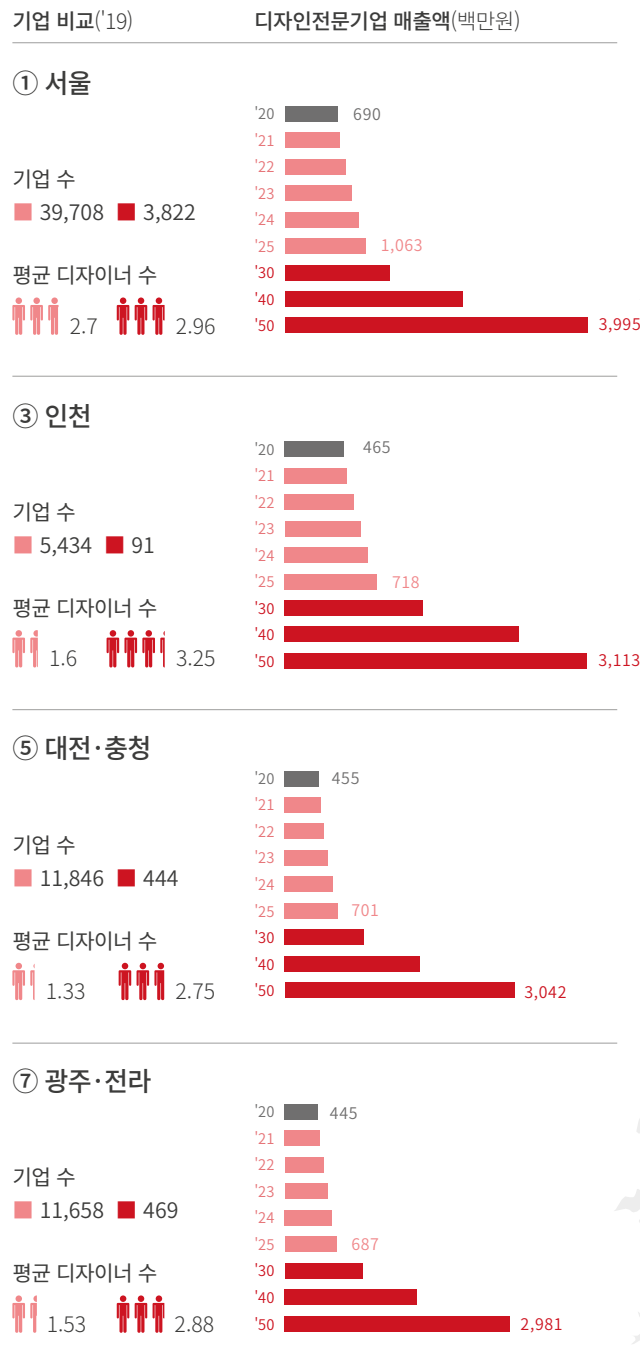
■ 디자인전문기업 매출액
(백만원)

632.62 백만원



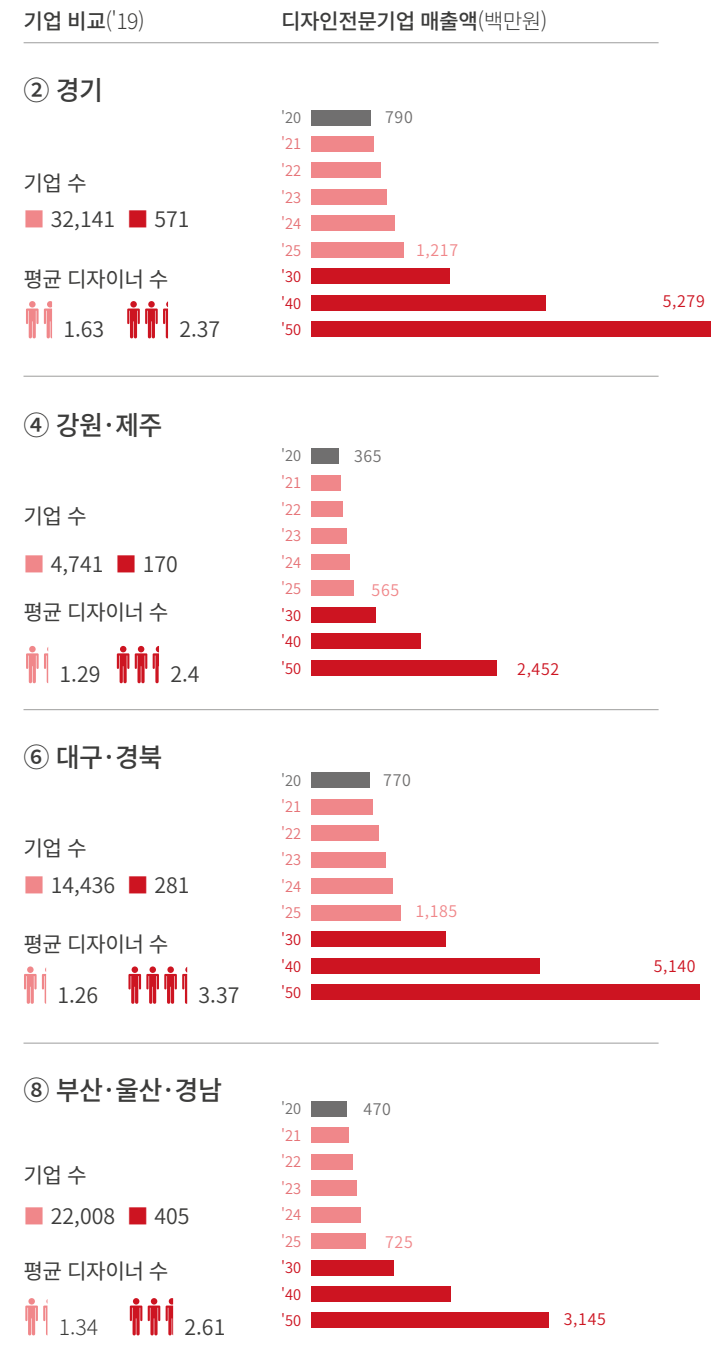
권역별 디자인전문기업 매출

■ 디자인활용기업 ■ 디자인전문기업



■ 디자인전문기업 매출액(2019년 기준)

632.62 백만원



디자인 정보
플랫폼 고도화

우수한 콘텐츠 발굴을 통한 디자인 정보 생성으로 기업, 디자이너, 일반 국민
이 자유롭게 지속적으로 양질의 정보를 제공받을 수 있도록 플랫폼을 개선
하고 고도화하겠습니다.

CMFP 디지털디자인DB 구축

온라인제조플랫폼 시제품 제작지원

디자인DB 콘텐츠 제공

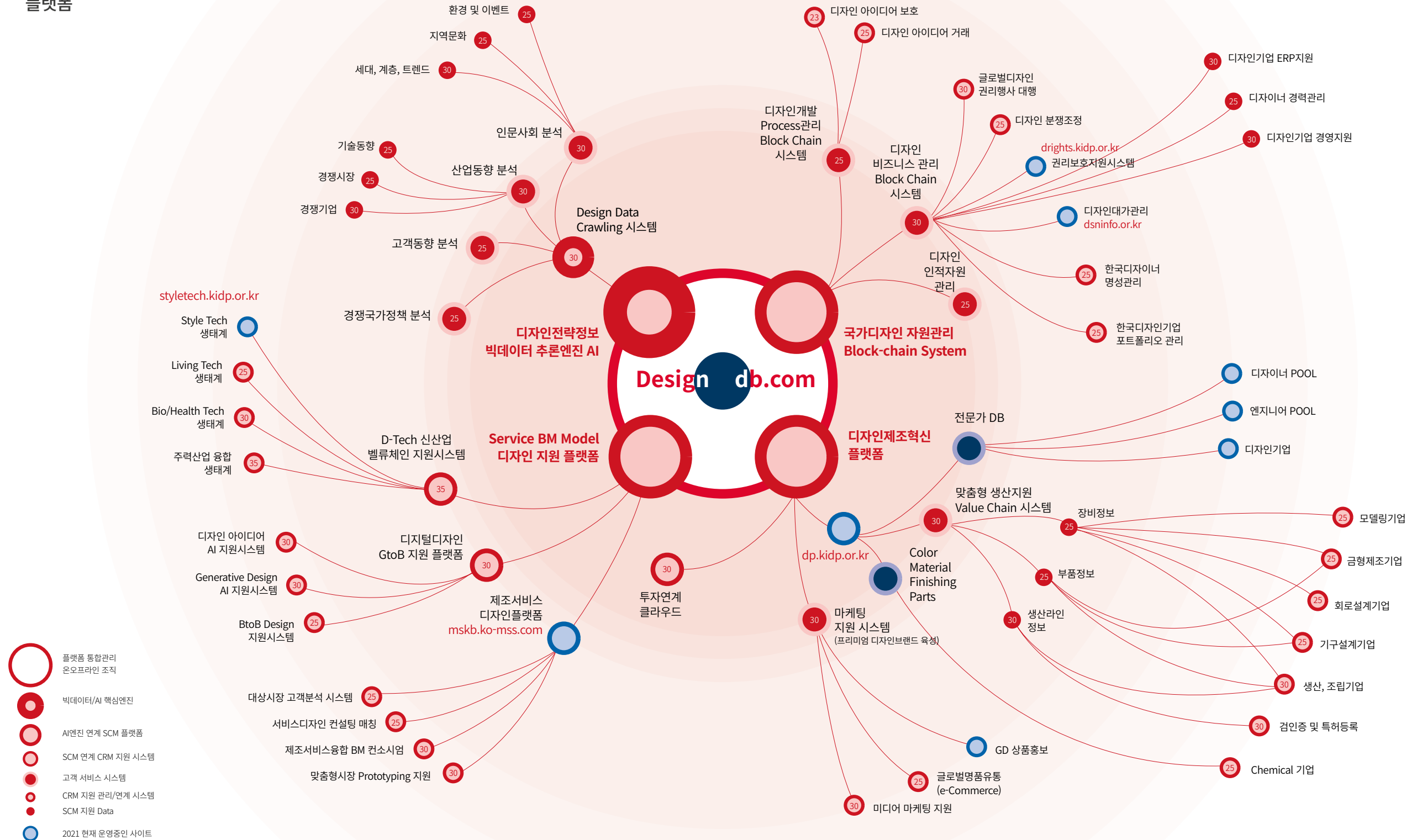
20,000건

500건

3,000건



디자인 정보 플랫폼



디자인주도 제조혁신센터 활성화

디자인 경쟁력 강화를 통한 우리 기업의 자생력 확보를 위해 디자인이 취약한 중소·중견 제조기업에게 체계적인 디자인 활용을 지원하고자 스마트 산업단지 내에 디자인 혁신 거점을 구축 및 운영하여 이를 보다 더 확대하겠습니다.

디자인주도 제조혁신센터

50개소

디자인주도 제조혁신센터 지원

4,000건

디자인주도 제조혁신센터 예산

1,000억

D&K WORKS	도입기		성장기		성장기		성숙기				
	2019 ~ 2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030	2040	2050		
목표	센터 수	3 (’19-1, ’20-2)	5 (신규 2)	8 (신규 3)	10 (신규 2)	13 (신규 3)	15 (신규 2)	30 (매년 3개소)	40 (매년 1개소)	50 (매년 1개소)	
	지원 수	146건, 263건	350건	500건	700건	1,000건	1,200건	2,000건	3,000건	4,000건	
	예산	20억, 86.91억	80억, 지자체 11.5억 추가	140억	180억	250억	300억	450억	700억	1,000억	
전략	미션	디자인을 통한 제조혁신의 모멘텀	스마트 + 그린뉴딜의 가시적 실현		제조·서비스 모델개발로		지속가능한 경쟁력 확보		데이터 시뮬레이션을 위한 전방위 디자인	디자인이 주체가 되는 산업혁신	일상이 되는 디자인
	키워드	위기의 기회화	제조의 디지털화, 친환경화		제조의		서비스화		산업의 지능화	통섭의 디자인	디자인 내재화, 핵심가치화
기회 요소		서울(’19) • 제조 + 지식산업 변모 • 청년 창업기업 유입 창원(’20) • 주력제조업(기계) 부진 • 가치사슬 악화 반월·시화(’20) • 노후 장비/인력 • 전방산업(뿌리기업) 밀집	구미 • 단일분야 수직계열 상생협력 구조 붕괴 도래 • 제조기업의 B2B에서 B2C로 전환 • 산단노후화 및 영세사업장 밀집 광주 • 주력 산업(자동차) 경쟁력 하락 • 전략 광산업 클러스트 악화 • ICT기반 융합산업 잠재력 보유		산단 공통 • 기후 변화에 대한 범국가적 대응 의지 • 제조업의 스마트화, 그린에너지화를 위한 신규 서비스 모델 발굴 필요 • 시설노후화, 청년인력 유입을 위한 디자인주도의 정주여건 개선 • 산업 밸류체인 전단계 디지털 인프라 구축 계획 • 성공모델 창출 시점 소재·부품·장비 • 서울G밸리 - 도시라이프, CMF, 지식산업 • 인천남동 - 소재·부품·장비 및 바이오헬스 신산업 • 반월·시화 - 국내 최대 뿌리공정 데이터 기반 첨단 부품·소재산업		지능형 전자·로봇 • 경북구미 - 5G 선도형 전자융합 산업 • 대구성서 - 전기차·로봇·기능성섬유 • 경남창원 - 지능형 기계·로봇 등 디지털 융합 기계 산업 스마트모빌리티·신산업 • 전북군산 - 미래형 상용 모빌리티 • 광주첨단 - AI기반 미래형 자동차산업 • 전남여수 - 경량·첨단소재 등 화학산업 중심 자원순환 신산업 그린 해양산업 • 울산미포 - 수소·전기 자율주행차 & 친환경·스마트 조선산업 • 부산명지·녹산 - 스마트 그린 모빌리티 & 글로벌 스마트 물류 허브		한국판 뉴딜 대표과제 • 데이터 댐 • 지능형 정부 • 스마트 의료 인프라 • 그린 스마트 스킴 • 디지털 트윈 • 국민안전 SOC디지털화 • 그린 리모델링 & 에너지 • 친환경 모빌리티 • 다 학제간 연구컨소시엄 형성 • 블록체인 기술혁신 • 국가간 낮은 문턱 • 평균연령 상승 • 고령화, 저출산 지속 • 소득격차 심화 • 전산업 인공지능화 • 국가 시스템 강화 • 윤리의식 강조 • 인간중심에서 지구중심으로		
비즈니스 모델		제조혁신 5-UP 프로그램	제조혁신 7-UP 프로그램		제조혁신 7-UP		+ 서비스 모델		디자인주도 산단 대개조 모델 개발	디자인 산업혁명	바늘부터 선박까지
디자인주도 제조혁신 방향		• 디자인 인식 제고 • 제조기업에 활력 제공 • 제품의 질적 성장	• 제조-디자인 융합 비즈니스 창출 • 데이터 네트워크 구축 • B2C전환 교육(AI, UX·UI)		디자인주도 그린뉴딜 지속가능한 제조혁신을 위한 그린디자인 디자인주도 디지털뉴딜 디자인-제조 플랫폼 생태계 조성 디자인주도 휴먼뉴딜 청년·시니어 일자리창출 및 근로환경 개선		• 제조+디자인 그린 융합 비즈니스 창출 지원 • 친환경 신소재 디자인 연구·개발 기반 마련 • 디자인-제조데이터 통합 네트워크 구축 • 미래고객창출을 위한 인공지능·빅데이터 활용 디자인 • 청년 디자인 창업 지원 • 시니어 컨설턴트 활용 지원 사업 확대 • 오픈 이노베이션 스페이스 구축 > 공유오피스 지원		• 전공정 자동화 디자인 • 미래예측시스템 구축 • 디자인-제조DB 수출 • 문제해결 솔루션과 융합의 매개체로서의 디자인 • 전산업, 전공정 디자인 역할 확대 • 인간과 환경의 조화		

* 구축 완료 산단 : 서울(’19), 창원 /반월·시화(’20), 구미/ 광주(’21년 추진중) * 구축 미정 산단 : 인천, 대구, 여수, 울산, 부산, 군산(총 6곳)

제조혁신센터 특성화 지도

2021년 5월 현재 제조혁신센터 구축산단 3개(서울 G밸리, 경기 반월·시화, 경남 창원)와 추진중 산단 2개(경북 구미, 광주 첨단), 스마트그린산단 6개 그리고 국가산업단지 39개를 포함하여 2050년까지 총 50개의 디자인주도 제조혁신센터를 구축 및 운영해나갈 예정입니다.

● 제조혁신센터 구축 산단

5

● 스마트그린산단

6

● 국가산업단지

39

소재·부품·장비

서울G밸리
도시라이프, CMF, 지식산업



인천남동
소재·부품·장비 및
바이오 헬스산업

반월·시화
국내 최대 뿌리공정 데이터
기반 첨단 부품·소재 산업



스마트모빌리티·신산업

전북군산
미래형 상용 모빌리티

광주첨단
AI기반 미래형 자동차산업



전남여수
경량·첨단소재 등
화학산업 중심 자원순환·신산업

지능형 전자·로봇

경북구미
5G 선도형 전자융합 산업



대구성서
전기차·로봇·기능성섬유

경남창원
지능형 기계·로봇 등
디지털 융합 기계 산업



그린 해양산업

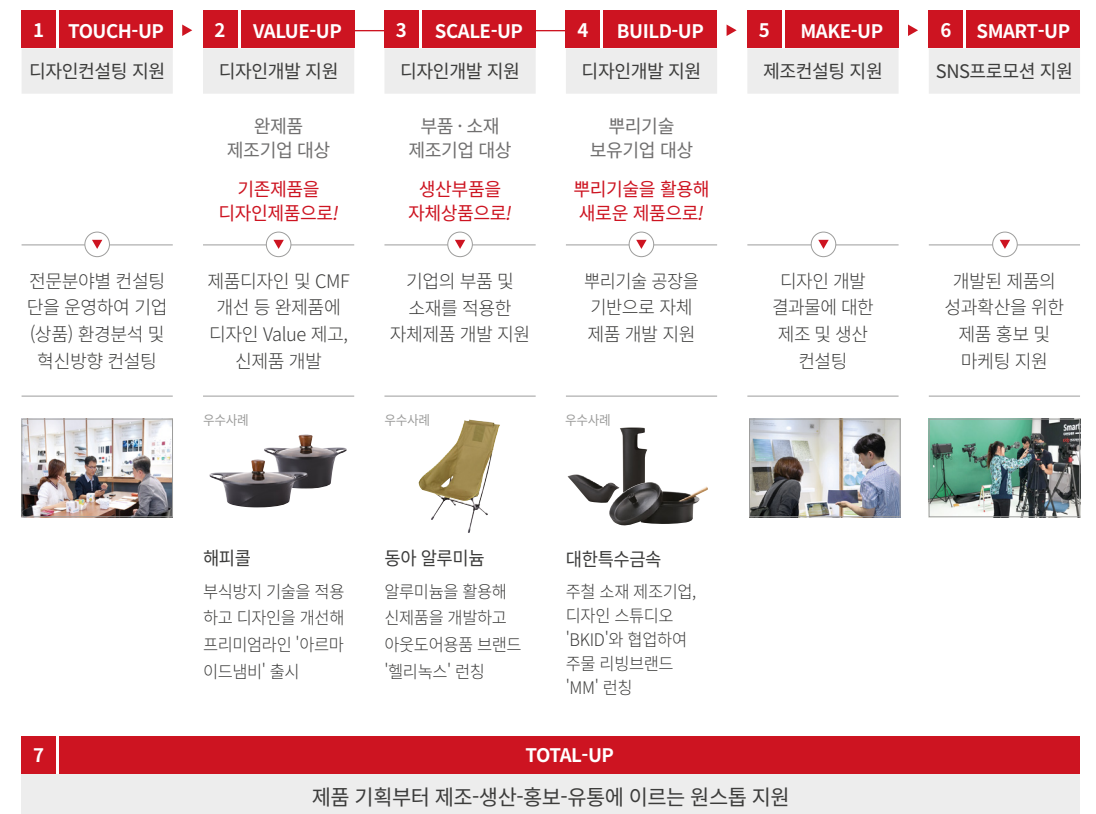
울산미포
수소·전기 자율주행차
& 친환경·스마트 조선산업

부산명지·녹산
스마트 그린 모빌리티
& 글로벌 스마트 물류 허브

디자인주도 제조혁신 지원 프로그램

7-UP 디자인지원 프로그램은 디자인 컨설팅부터 기업 유형별 디자인 개발지원, 홍보 마케팅까지 디자인주도 제조혁신을 위한 전주기적 지원 프로그램입니다.

7-UP 디자인지원 프로그램



디자인주도 제조혁신 효과

매출상승 및 기업 가치 증대

디자인주도 상품 개발을
통해 개발 기관과 비용을
낮추어, 매출상승 효과와
기업의 가치 증대

1

고용 창출

디자인 핵심인력의
제품 생산 기업에 취업을
통한 고용 창출

2

제품 개발 역량 강화로 산업 경쟁력 제고

상품기획 및 마케팅 역량이
부족한 부품·소재 기업의
완제품 개발 역량 강화로
산업의 경쟁력
제고에 기여

3

지속가능한 제조서비스 모델 개발 및 적용

디지털·그린 뉴딜전략에
부합하는 지속가능한
제조 서비스 모델
개발 및 적용

4

디자인 대학의 글로벌 역량 강화 주력

국내 디자인 대학의 경쟁력 강화를 위해 글로벌 디자이너 양성 거점대학을 선정하여 해외 대학과의 석사과정 공동 운영, 국제 공동수업 개발 등을 지원하고 향후 지속적인 연계를 통해 디자인 교육의 활성화에 집중해 나가겠습니다.

디자인·공학 융합대학원

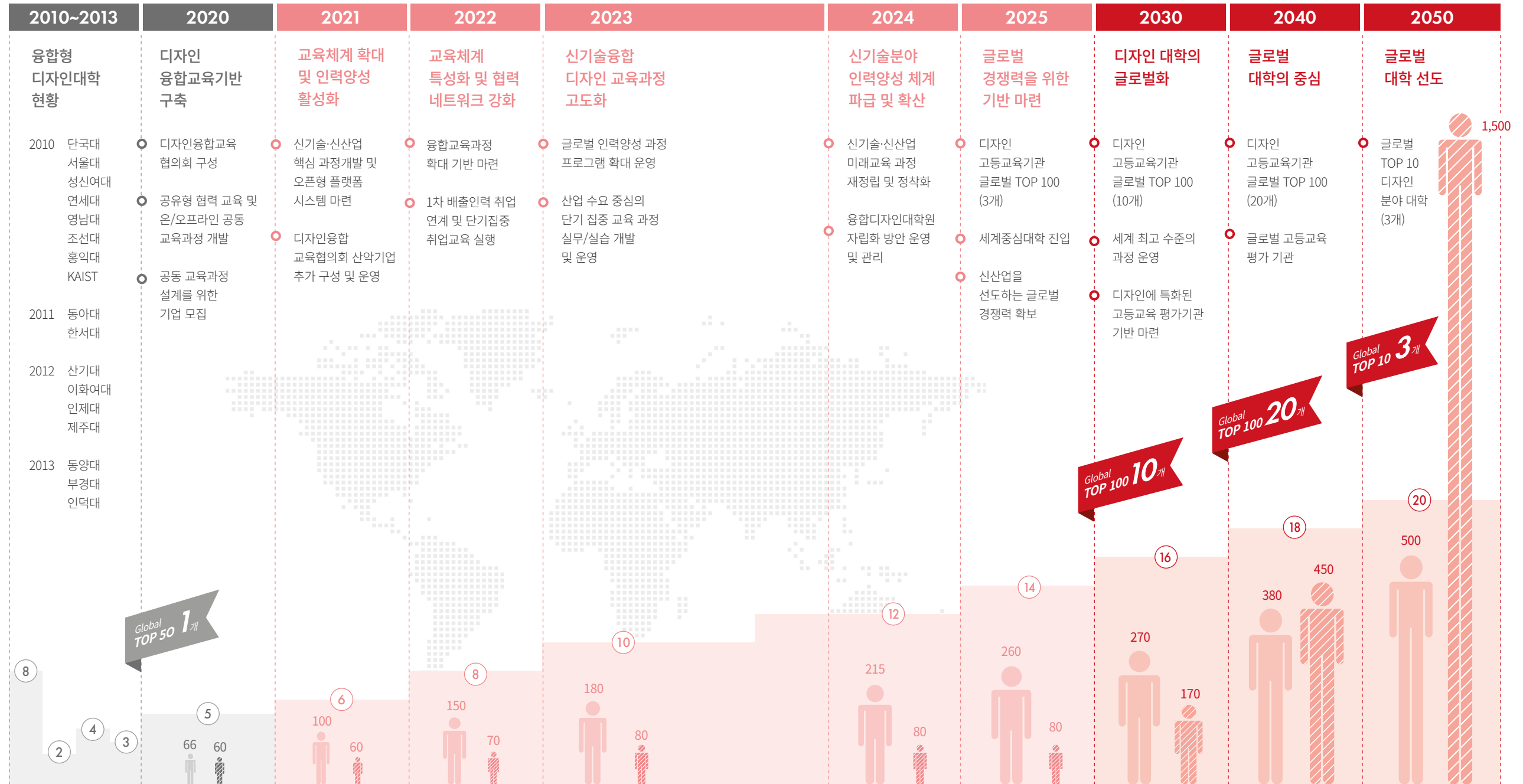
20개교

해외 취업 및 교육인원

500명

세계 일류 디자이너 배출

1,500명



**생애주기별
디자인교육 인프라
주요 활동 지원**

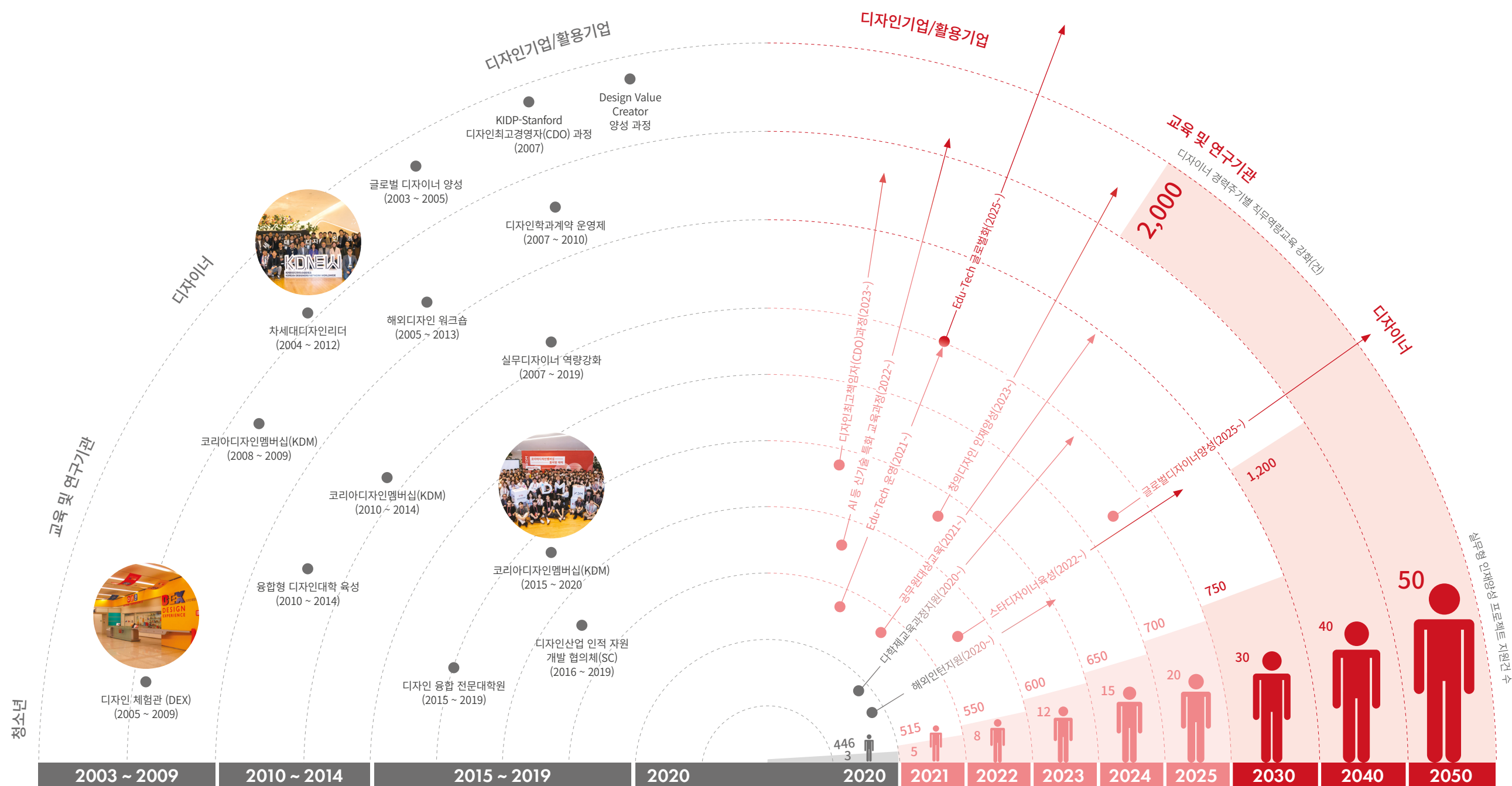
미국, 영국, 프랑스 등 지식기반 산업을 선도하는 디자인선진국들은 국가 경쟁력을 높이는데 크게 기여해온 세계적인 스타디자이너들을 배출해 왔습니다. 우리도 스타디자이너 발굴과 육성을 통해 한국의 국가 경쟁력을 높이는 것이 시급한 때입니다. 이에 글로벌 인턴지원 및 차세대디자이너육성 추진에 매진하겠습니다.

디자이너 경력주기별 직무역량교육 강화

실무형 인재양성 프로젝트 지원

2,000건

50명



K디자인 해외진출
지원을 통한
새로운 영역 확충

우리 디자인의 높은 수준과 경쟁력을 바탕으로 새로운 시장 창출을 적극적으로
모색하여 내수시장의 불안정성을 극복할 수 있는 돌파구 마련에 매진하겠습
니다. 이를 위해 해외 현지 디자인 교류와 비즈니스를 활성화하고 K디자인의
해외 진출을 위한 발판을 마련하겠습니다.

해외거점 구축 운영

아시아디자인나눔협의회

해외전시 참가지원

해외유통 / 마케팅

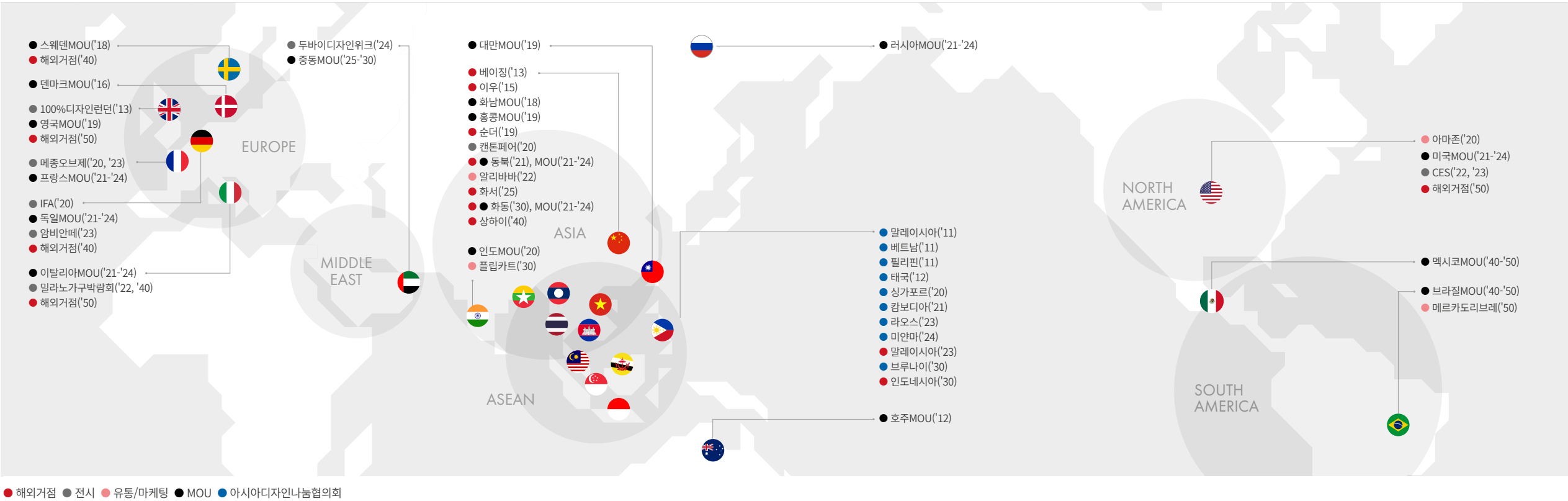
15개소

10개국

15명

5개

구분	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'18	'19	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030	2040	2050
해외거점 (개소, 누적)	-	-	1		2		3	4	4	5	6	7	9	12	15		
	-	-	중국 (베이징)	-	중국 (이우)	-	베트남 (하노이)	중국 (순더)	*20 중국(이우) 거점 종료	중국 (동북)	베트남 (호치민)	말레이시아	-	중국 (화서)	중국(화동) 인도네시아	중국(상하이) 스웨덴, 독일	미국, 영국 이탈리아
아시아디자인 나눔협의회	말레이시아, 베트남 필리핀	태국	-	-	-	-	-	-	싱가포르	캄보디아	-	라오스	미얀마	-	브루나이	-	-
전시	-	-	100% 디자인 런던(영)	-	-	-	-	-	메종오브제(프) IFA(독) 캔튼페어(중)	-	CES(미) 밀라노가구 박람회(이)	CES(미) 메종오브제(프) 암비안페(독)	두바이디자인 위크(UAE)	-	-	밀라노가구 박람회(이)	-
유통/마케팅	-	-	-	-	-	-	-	-	아마존(미) 쇼피, 라자다(동남아)	-	알리바바 (중국)	-	-	-	플립카트 (인도)	-	메르카도리브레 (브라질)
MOU	-	호주	-	이탈리아	-	덴마크	중국(화남) 스웨덴	영국, 베트남 대만, 홍콩	인도	미주·유럽 확대(미국, 러시아, 프랑스, 독일 등) 중국 내 지역 다변화(동북, 화동 등)				중동(UAE 등)	중남미(브라질, 멕시코 등)		
주요 협력기관	필리핀디자인센터 태국창의경제원 필리핀무역전시진흥센터	베이징디자인센터 말레이시아디자인카운슬 태국 상무부 수출진흥국 굿디자인오스트레일리아		이탈리아산업 디자인협회		덴마크디자인센터 베트남무역진흥청 충청시경제정보화위원회	포산시 정부	영국왕립예술학교 스웨덴공예디자인협회 홍콩디자인센터	인도산업연합 대만See디자인재단								



공정·공평한
디자인 거래 생태계
구축

사회적 약자 보호, 공정거래 질서 확립 등을 위해 디자인표준계약서를 개발
및 확산시키고 디자인 법률자문단을 통해 모범적인 디자인 거래 생태계를 조성
하여 동반성장하는데 노력하겠습니다.

표준계약서 활용률

디자인 법률자문단

100%

1,000건



국민참여

서비스디자인 모델

개발 및 성과 확산

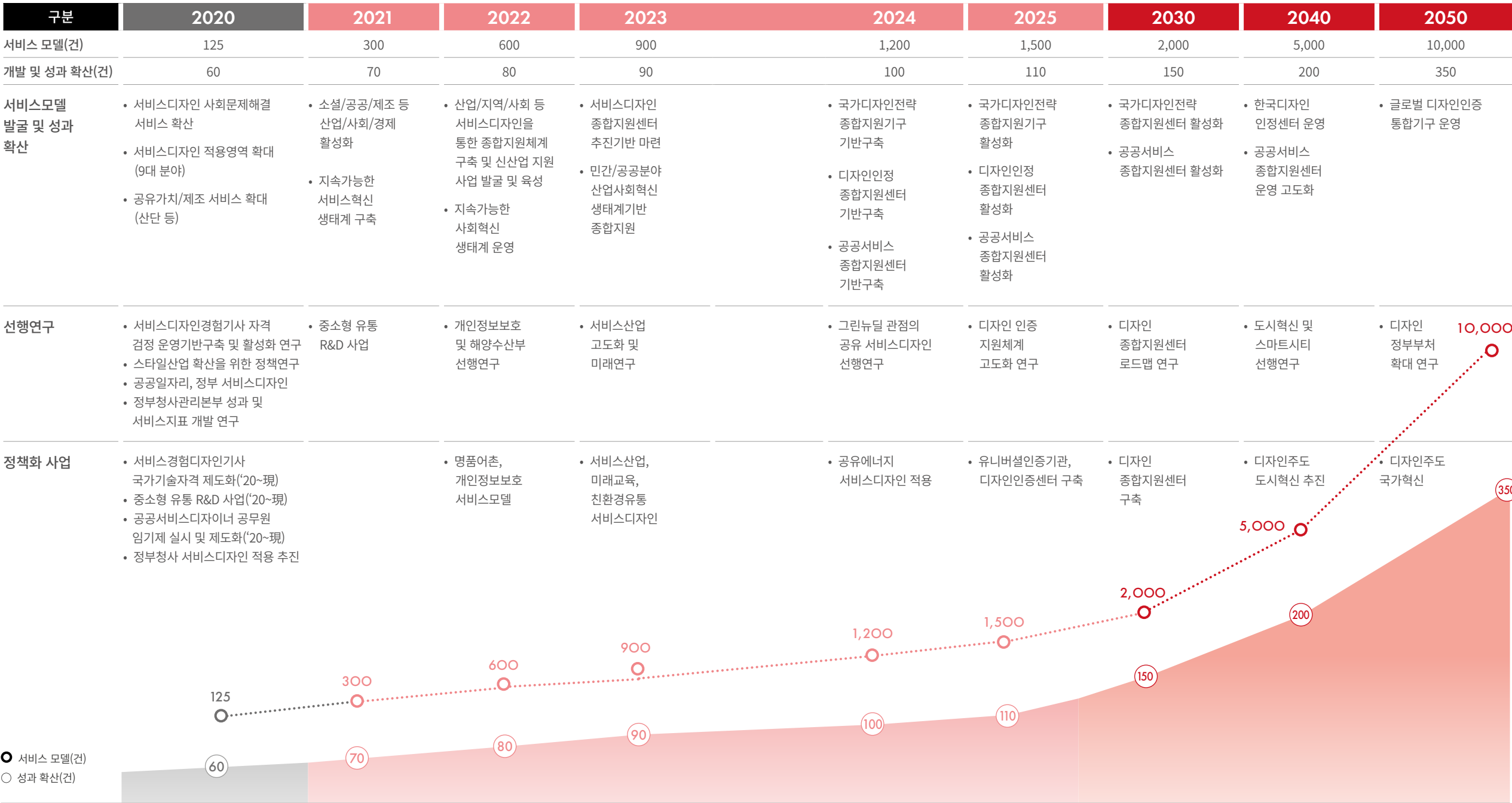
디자인 활용·확산 차원에서 민간협력을 위한 시민사회 자율성 확대 및 교류 강화, 범정부 협업으로 대국민 통합 연계 서비스 확대, 국민에게 필요한 서비스의 선제적·맞춤형 안내와 제공 등을 통해 사회적가치 실현에 일조하겠습니다.

국민참여 서비스디자인 모델

10,000건

개발 및 성과 확산

350건



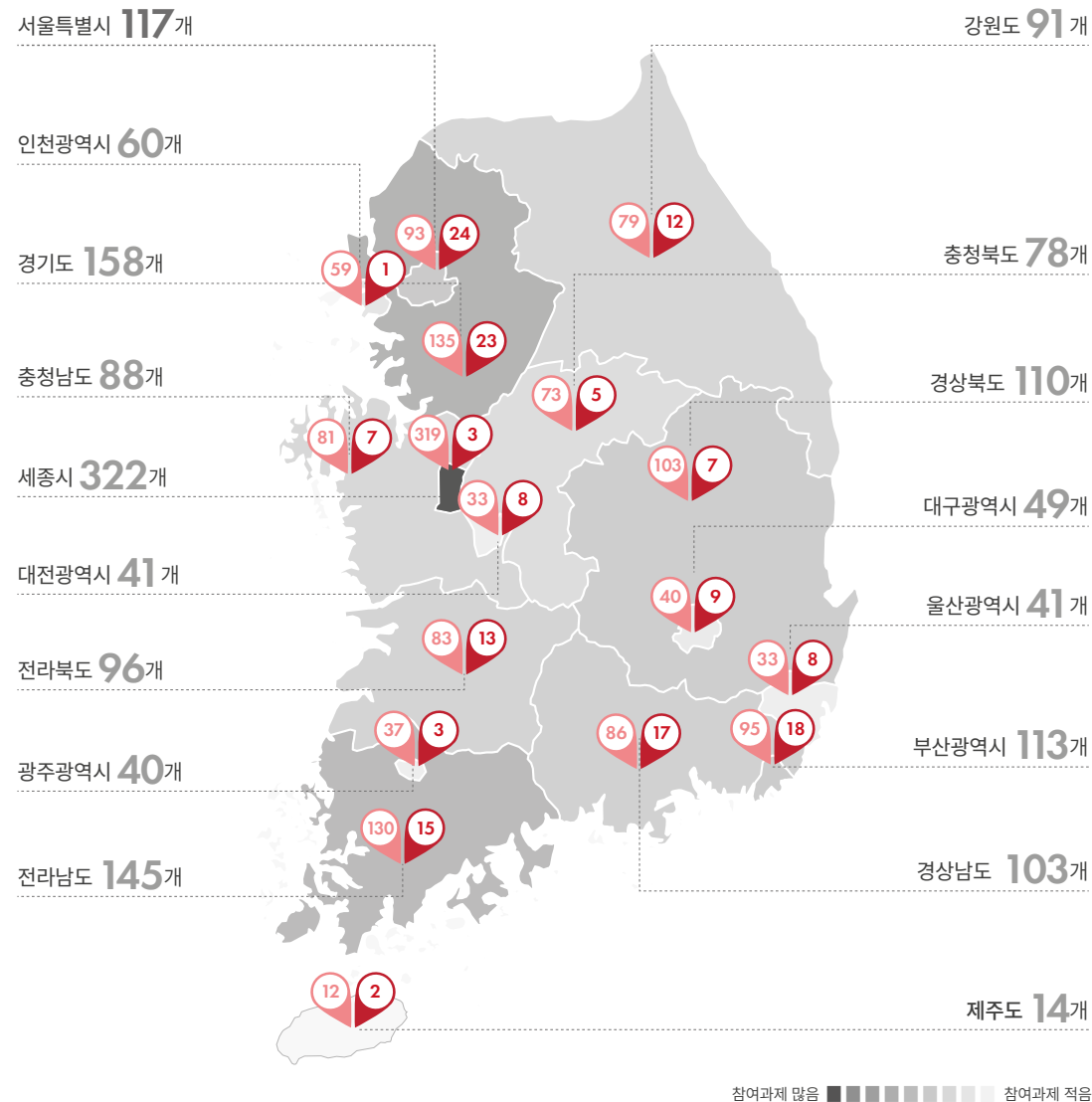
국민참여 서비스디자인 지역별 현황

(2014 ~ 2020)

2014년부터 2020년까지 1개 특별시(서울), 7개 광역·특별자치시(인천, 세종, 대전, 대구, 광주, 부산, 울산), 9개 도(경기도, 강원도, 충청남도, 충청북도, 전라남도, 전라북도, 경상북도, 경상남도, 제주도) 등 총 17개 지역에서 국민디자인단(1,491개)과 도시재생(176개) 과제에 참여하였다.

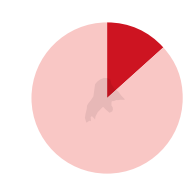
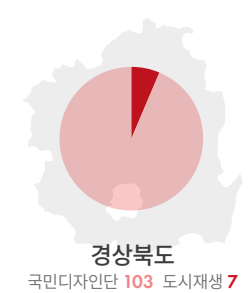
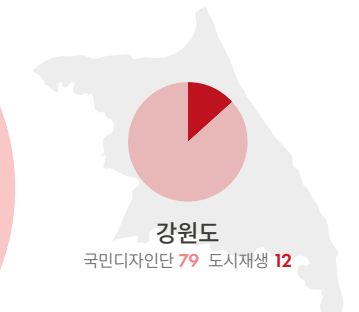
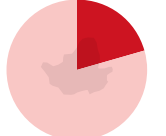
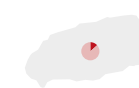
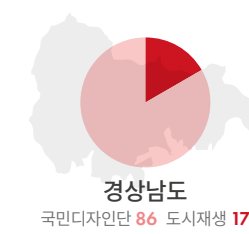
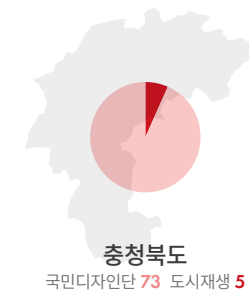
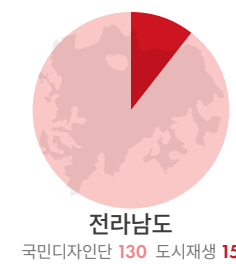
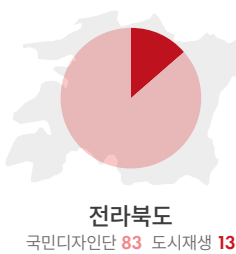
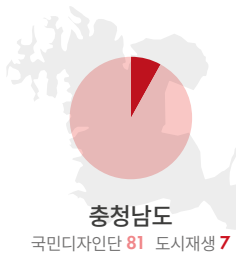
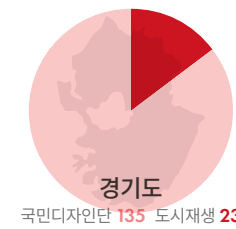
참여과제

● 국민디자인단 **1,491** ● 도시재생 **176**



지역별 참여과제 현황 비교

● 국민디자인단
● 도시재생



디자인주도 사회적 경제 생태계 조성

사회적경제기업이 안정적으로 투자받고 지속가능한 비즈니스 모델을 개발할 수 있도록 적극적으로 지원하여 디자인을 통해 사회적 경제 생태계가 원활히 가동되고 이를 통해소규모 영세기업들이 건전하고 발전적인 성장을 할 수 있게 장려해 나가겠습니다.

사회적기업 지원기업 수

1,500개

사회적기업 지원 예산

30억

사회적기업 지원 일자리 수

1,000명

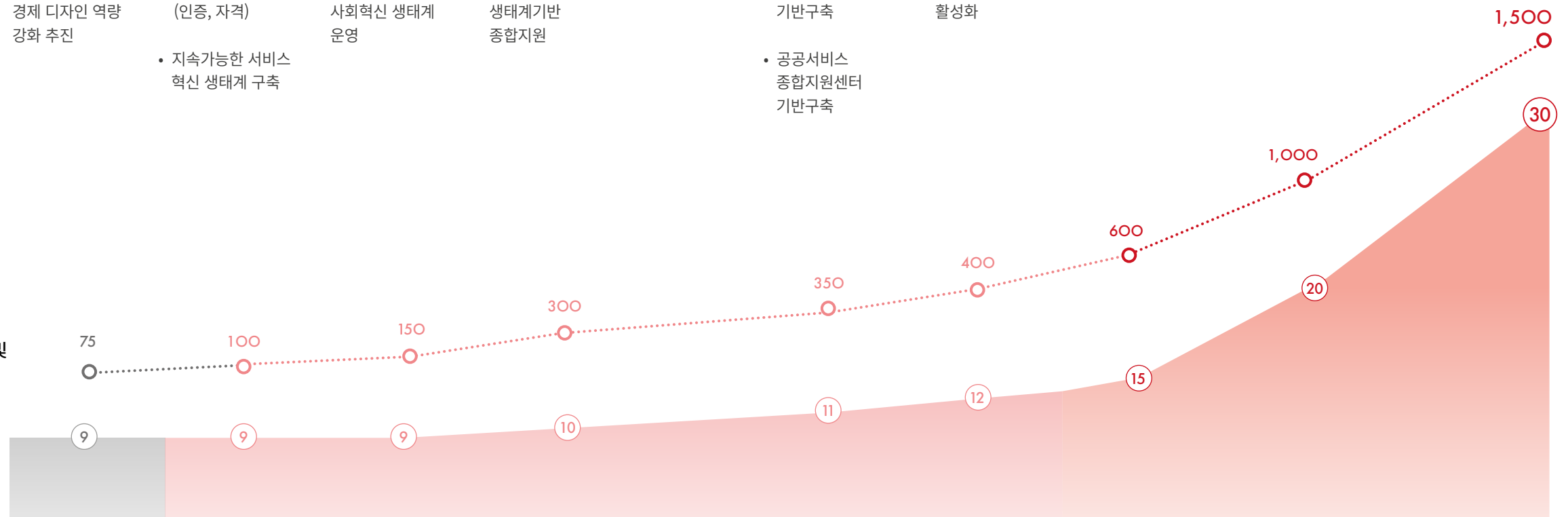
구분		2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030	2040	2050
사회적 기업	지원 수(개사)	75	100	150	300	350	400	600	1,000	1,500
	예산(억원)	9	9	9	10	11	12	15	20	30
	일자리 수(명)	40	48	58	69	83	100	200	500	1,000
	사업화(%)	43	52	62	74	74	74	80	85	90
	투자/계약(건)	10	12	14	17	21	25	50	160	500

서비스모델 발굴 및 성과 확산

- 디자인 검인증 및 역량강화 등 자격제도 시행
- 9대 사회문제 해결 분야 사회적 경제 디자인 역량 강화 추진
- 사회문제 해결 디자인 플랫폼 디지털/그린뉴딜 연계
- 디자인인증센터 (인증, 자격)
- 지속가능한 서비스 혁신 생태계 구축
- 디자인인증센터 정착 및 법제화
- 소셜디자인 기반 사회적 경제활성화 및 지속가능한 사회혁신 생태계 운영
- 서비스디자인 종합지원센터 추진기반 마련
- 민간/공공분야 산업사회혁신 생태계기반 종합지원
- 국가디자인전략 종합지원기구 기반구축
- 디자인인증 종합지원센터 기반구축
- 공공서비스 종합지원센터 기반구축
- 국가디자인전략 종합지원기구 활성화
- 공공서비스 종합지원센터 활성화
- 디자인인증 종합지원센터 활성화
- 한국디자인 인정센터 운영
- 공공서비스 종합지원센터 운영 고도화
- 글로벌 디자인인증 통합기구 운영

사회적기업 지원기업 및 지원예산 확대

- 지원 기업 수(개사)
- 지원 예산(억원)



한국디자인의 역사, 디자인코리아 뮤지엄

소프트파워 경쟁이 가속화됨에 따라 경제·산업 발전의 수단으로 디자인의 중요성은 계속해서 부각되고 있으나 우리 디자인의 역사와 현재, 미래를 알 수 있는 전용 콘텐츠와 공간은 미비합니다. 이에 디자인코리아뮤지엄을 구축하고 운영하여 유구한 한국디자인의 역사를 보존하는데 노력하겠습니다.

2019~20

- 2019년 3~4월
근현대디자인박물관 DKmuseum 이관 협의

- 5월
근현대디자인박물관
콘텐츠 1,600여 점 이관 완료



- 6월 28일
DKmuseum 임시 오픈



- 2020년 1월 9일
DKmuseum 정식 오픈



- 2월 ~10월
 - 소장품 및 전시물품 선별
 - 관람객 투어 및 체험 프로그램 고도화
 - 유료 프로그램 개발 및 홍보 강화
 - 소장품 정보 DB구축 및 디지털 자료화
 - 역대 GD선정작 전시



- 8월 5일
경기도 박물관
등록 완료



Contents **1,604**

2019

2020

- 8월 23일
Summer DKfestival 2019 연계 운영



- 10월
DKmuseum 공간 리뉴얼
 - GATE, EXIT 구축
 - 기획관, 인포데스크 구축



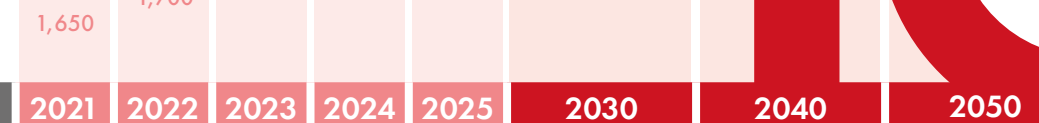
- 11월 ~12월
DKmuseum 투어·교육 프로그램 구축 및 실시
- DKfestival 2020 연계 운영



- 11월 19일~12월 18일
DKmuseum 주제관 콘텐츠 제공
 - 금성사 진공관식 라디오 A-501
 - 텔레비전 VD-191



콘텐츠 수



2021

- 민속생활사박물관 협력망
교육운영 지원사업 운영 (4.24 ~ 6.12)
- 국립민속박물관 등
다양한 지원사업 확보 및 운영
- 지역 초·중학생 체험 및
문화 프로그램 연계 등

2022~25

- 수도권 대표 디자인뮤지엄 기반 구축
- 해외 우수디자인 전시 유치전
- 디자인계 기증품 등을 활용한
박물관 확대 기반 마련

2030

- 국내 대표
디자인뮤지엄 기반 구축
* DKmuseum 전시공간 확대
- K디자인
해외 투어전시 추진

2040

- 아시아권 대표
디자인뮤지엄 기반 구축
- DKmuseum
독립 뮤지엄 구축
(*수도권 기반 구축)
- 디자인 스쿨 기반 마련

3,000
Contents

세계 10대
디자인뮤지엄
기반 구축

MICE 산업 선도, 디자인코리아 페스티벌

한국의 우수디자인을 전세계에 알리고 우리 기업의 새로운 판로 개척을 위해 디자인코리아페스티벌을 개최하고, 하이브리드형 디지털 행사로 추진하여 향후 국내외 MICE 산업의 대표주자가 될 수 있도록 하겠습니다.

DK FESTIVAL

- 2003 서울
- 2004 (북경) 중국국제무역촉진위원회 북경가화전람공사 공동주관
- 2005 서울
- 2006 (상하이) 상하이국제무역촉진위원회 상하이대외과학기술교류센터 상하이산업디자인협회 공동주관
- 2007 서울

- 2008 (광저우) 중국국제무역촉진위원회 광저우시분회 광동성산업디자인협회 공동주관

- 2009 인천광역시 공동주관

- 2010, 2011 서울

- 2012 대구경북디자인센터 공동주관

- 2013 광주디자인센터 공동주관

- 2014 ~ 2017 일산 KINTEX

- 2018 ~ 2019 일산 KINTEX

- 2020 온라인 & 성남 KDC

- 2021 서울 AT 센터

디자인 기획전		기획전 + 비즈니스	기획전 + 비즈니스 + 잡페어				국제교류				세계 MICE 산업 선도		
2003 ~ 2013		2014 ~ 2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2030	2040	2050
관람객(명)	131,783('13)	32,465('14)	60,793	60,975	289,822	67,000	73,700	81,070	73,700	81,070	100,000	150,000	200,000
참가기업(개)	66	180	541	562	680	683	751	826	751	826	1,000	1,500	2,000
비즈니스(건)	-	695	584	607	699	768	844	928	751	826	1,000	1,500	2,000

DIGI+TACT 행사
(온라인)



2003

2014

2015

2016

2017

2018 디자인, K-DNA를 찾다



2019 디자인, 디지털을 입다

2020 디자인, 데이터를 그린다

2021 디자인, 혁신을 주도하다

DK페스티벌 관람객

20만명

DK페스티벌 참가기업

2,000개사

DK페스티벌 비즈니스

2,000건

2022 ~ 2025

- 한국최대 디자인행사
* 국내 디자인 관련 행사 연계 추진
- 글로벌디자인 비즈니스 워크화를 통한 세계디자인 산업 선도
- 해외진출 협업기반 마련
- 국가별 연계 전시 추진 강화
* 한국(거점) + 유럽 + 미주
* 글로벌릴레이 전시회 추진

관람객

10만명

15만명

20만명

2030

- 국내 대표 MICE 기반 구축
- 글로벌 디자인워크 선도
- 글로벌 비즈니스 & 스타트업 행사 확대

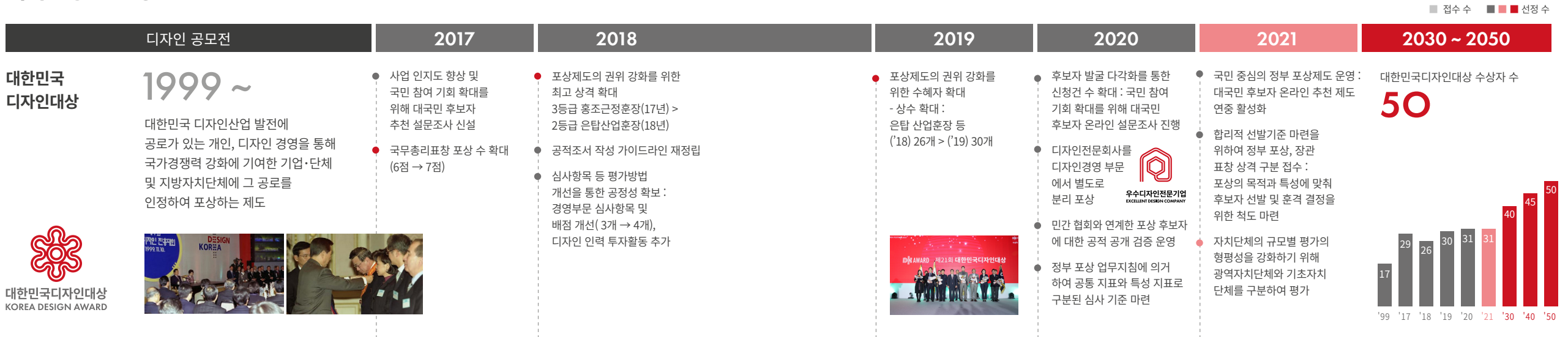
2040

- 글로벌 3대 디자인 행사
- 글로벌 선도 컨퍼런스 (뉴트렌드)

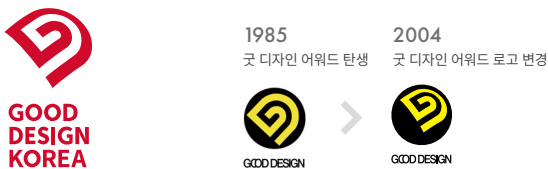
2050

- 글로벌 대표 MICE 행사
* 디자인, 산업, 항공, 의료 등 삶과 관련된 모든 산업을 선도하는 대표 행사 기반 마련

디자인공모 선정 로드맵

우수디자인
상품선정

우수디자인(GD) 상품선정은 산업디자인진흥법에 의거하여 공정한 심사를 거쳐 디자인이 우수한 제품에 정부인증 심법인 GD(Good Design) 마크를 부여하는 제도

대한민국
디자인전람회

디자인 전 분야를 대상으로 공모하는 국내 최고 권위의 디자인 어워드 공정한 제도를 통해 미래를 선도할 디자인 콘셉트와 혁신을 발굴하여 포상하는 제도



● 제도 개선 ● 심사 제도 ● 상금/상격

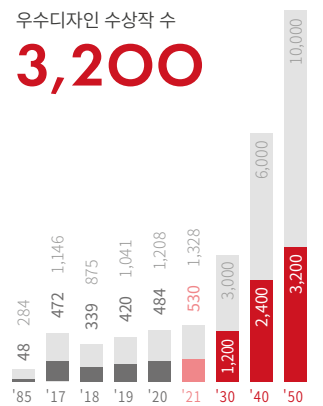
- (대학생 참여단)선정 제도의 투명성 및 공정성 확보
- GD 수상작 전시관 조성
 - 수상작 대상 DK 기획관 운영
 - 국회의사당 특별전시
 - GD 상설 전시관(KDC) 구축



- 수수료 개편 : 참여기업 부담 완화 265만원('18) > 120만원('19) * 총 수수료, 수상기업 기준
- 출품부문 세분화 : 신규 디자인 분류체계를 적용하여 대분류 및 세부 카테고리 개편 ('18) 대분류 : 5개 카테고리 > ('19) 대분류 : 7개 카테고리
- 공모전 통합사이트 신설 : 온라인 심사 도입

- 대국민 공개검증 도입
 - GD 심벌로고 변경 : 글로벌 디자인 인증마크로서 인지도 제고
 - 굿 디자인 어워드 로고 변경 선정작 405개
- GOOD DESIGN KOREA

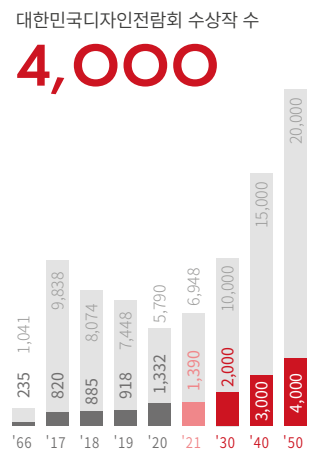
- 국민 참여심사제 도입
- 1인 가구를 위한 디자인 특별상 신설
- 글로벌생활용품 신청 자격을 최근 3개년 GD 인증 제품 대상으로만 한정
- KOTRA 수출지원기반활용 사업의 중견기업 글로벌 지원, 소비자 선도 기업 신청 시 GD 선정품 가점 부여



- 통합 홈페이지 내 공고, 접수, 평가 등 일원화 시스템 구축
- 신규 디자인분류체계 적용, 출품분야 대분류와 세부 카테고리 개편 및 일원화
- 심사위원 온라인 신청 절차 마련 (273명 평가단 POOL 구축)
- 온라인 심사시스템 도입
- 상금 총액 확대 (4,200만원 > 4,400만원) * Silver Prize : 2점 추가

- 한국청소년디자인전람회 통합 운영
- 일반 부문의 별도 신청 및 선정
- 청소년 부문 신설
- 출품 부문별, 심사 단계별 평가항목 차별화를 통한 심사 항목 개편
- 정부 상훈포털 및 KIDP 공식홈페이지에 수상작 공개검증 진행
- DKaward 로고, 브랜드 개편
- 상금 총액 확대 (4,400만원 > 5,060만원) * 청소년 부문 통합

- 정부 포상 공개 검증 실시 * 정부 상훈 포털, KIDP 홈페이지 매체 활용
- 심사위원 위촉 시 지역별, 연령별, 성별 등을 기준으로 고르게 안배하고 단계별 배점·채점 기준표를 마련하여 대국민 공개
- 대국민 온라인 심사 진행 * 심사 결과에 약 10% 내외 반영
- 상금 확대 * (일반 및 대학생) 1등 상금 3,000만원 * 상금 총액 8,700만원



서비스·경험디자인을 통한 산업/사회 혁신

서비스·경험디자인의 활용 및 확산을 통해 에너지, 제조, 지역, 산단 등 산업 전반과 안전, 교육, 보건, 복지 등 사회 전반의 혁신이 이루어질 수 있는 가시적인 성과를 창출하겠습니다.

분야 및 관련부처		'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23		'24	'25	'30	'40	'50
산업·기반	에너지	산업통상자원부			전기차		신재생 에너지			그린 뉴딜				공유 에너지				
	제조	산업통상자원부		안심 키트	대기 오염	수출제조, 제조 서비스화		d.start		산업 x 테크		친환경 유통				디자인 종합 지원 센터		한국 디자인 청
	산단	산업통상자원부	안전		정주 여건				환경 개선, BM 개발	스마트 산단 안전 인프라				디지털 인프라				글로벌 산단
	지역	국토교통부 해양수산부					주민 참여 도시 재생	전담 기구	청년 창업		명품 어촌				도시 농업	해운·항만	디자인 주도 도시 혁신	
	시장	기획재정부 중소벤처기업부 산업통상자원부	활성화		패키지 모델	선도 시장	컨설팅 소방 안전 성범죄		중소 유통 매장	리테일 테크		서비스 산업						
	안전	산업통상자원부			안전 달력									유니버설 인증 기관	안전 평가			
	교육	고용복지부 산업통상자원부		학교	인터넷 중독		D. Think		자격 인증			미래 교육		디자인 인증 센터				마인드셋 전담 센터
	보건	보건복지부 산업통상자원부			만성 질환				공공 의료 서비스	스트레스 관리								
	복지	보건복지부 산업통상자원부 국방부	노인 요양소	고령화					일·가정 양립									
	국방	국방부				군수품 (비전투)								군생활		군수품 (전투)		
사회·공공	행정	행정안전부	국민 디자인	공공 서비스		공유 가치	도시 재생	국민 참여 서비스	공공 일자리, 정부 서비스						공공 서비스 전담 관리			공공 정책 전담 센터

서비스디자인
정책모델
발굴 및 적용

150건

도시재생
공공 비즈니스
모델 개발

70건

서비스디자인의 영역별 주요 사례

분야	서비스디자인의 역할	주요 사례
제조 분야	· 고객의 요구를 발견하여, 통합적 고객경험 가치를 디자인하여 실행	· 필립스 조명 제조 → 조명시설 자금 서비스 융합 사업모델 디자인(필립스디자인연구소) · 벤츠 자동차 제조 → 여성고객 차량 관리지원 서비스 융합 사업모델 디자인(영국, Engine)
산업 기반	· 공급자·사용자 요구와 문제점을 발견하여 새로운 서비스 모델을 디자인·안전, 절약, 사용성 등 Work & Life의 가치를 창출	· 에너지절약 서비스 고지서 디자인(한국) · 산업단지 환경 안전·생태계 혁신 서비스(한국) · 에너지 고객유지 및 서비스 효율화(독일) · 지역사회 에너지 사용총량 절약 및 거래 서비스(영국)
생활 안전	· 국민생활에 잠재된 위험 요소와 애로사항을 발견 · 사전예방과 문제점을 해결할 수 있는 디자인	· 안전교육환경 서비스디자인 · 자살 대응 디자인(핀란드)
재난	· 자연재해, 인재 등 재난 발생시 피해를 최소화 할 수 있는 대응모델(소통) 및 예방 방법을 디자인	· 심폐소생술 서비스개발(한국)
방법	· 범죄 환경과 행동 유발원인을 개선하는 아이디어 및 해결 방법을 디자인	· 범죄대응디자인(영국, 디자인카운슬) · 매춘 없애기(네덜란드, SDN) · 범죄예방 학교 서비스디자인(한국)
교육	· 공급자·사용자 요구를 발견하여 교육환경, 방법 등 교육서비스 모델 디자인	· 360도 회전교실(영국, 디자인카운슬) · 행복한 학교 서비스디자인(한국) · 선불형 직불카드 활용 청소년 지원서비스 개발(프랑스) · 학교 급식 정책 개선(미국, IDEO)
보건 의료	· 건강생활 영위, 환자 중심의 의료서비스를 디자인하여, 국민건강 질병, 감염, 의료사고 등의 예방	· 건강관리 서비스 검진표디자인(한국) · 만성질환자 건강관리 서비스디자인(한국) · 어린이 위화감해소 의료·환경 서비스디자인(영국) · 세균퇴치 제품 서비스디자인(영국, 디자인카운슬)
복지	· 국민 삶의 질 향상을 위한 요구를 중심으로 정책과 서비스 모델을 디자인	· 에너지 지원 복지서비스(한국, 산업부) · 노령자 사회활동 서비스(벨기에, Yellow Window) · 독거노인 문제 해결 서비스(영국, 디자인카운슬)
문화 관광	· 문화관광 자원이 관광서비스, 삶의 질 향상 서비스모델, 콘텐츠 등을 디자인	· 히드로 공항 고객여정서비스(영국, Engine) · 기차여행 경험서비스(미국, IDEO) · 숙박공유서비스(미국) · 파라다이스호텔 서비스개발(한국)
공공 시설	· 공공시설과 상용성을 제고하고, 취약계층을 배려하기 위한 디자인	· 전통시장 서비스모델 디자인(한국) · 경로당 서비스 환경개선 가이드선(한국, DDP) · 노인요양소 신서비스 디자인(한국) · 철도역 활용 서비스디자인(네덜란드, STBY)
정책 행정	· 국가정책 수립 집행과정에서 디자인 방법을 적용하여 국민의 요구를 반영 하는 전략을 제시·정책설명, 활용, 만족도 개선 사항 등의 시각화	· 국민디자인단(한국) · 민원서식 서비스 개선(한국) · 일자리창출정책 개선(영국, Livework)

5

DK ROADMAP

180

디자인코리아 프레임워크

182

① 이해관계자

184

② 지역

186

③ 글로벌 전략국가

188

④ 디자인 분류

190

⑤ 산업 분류

192

⑥ 미래디자인 연구

194

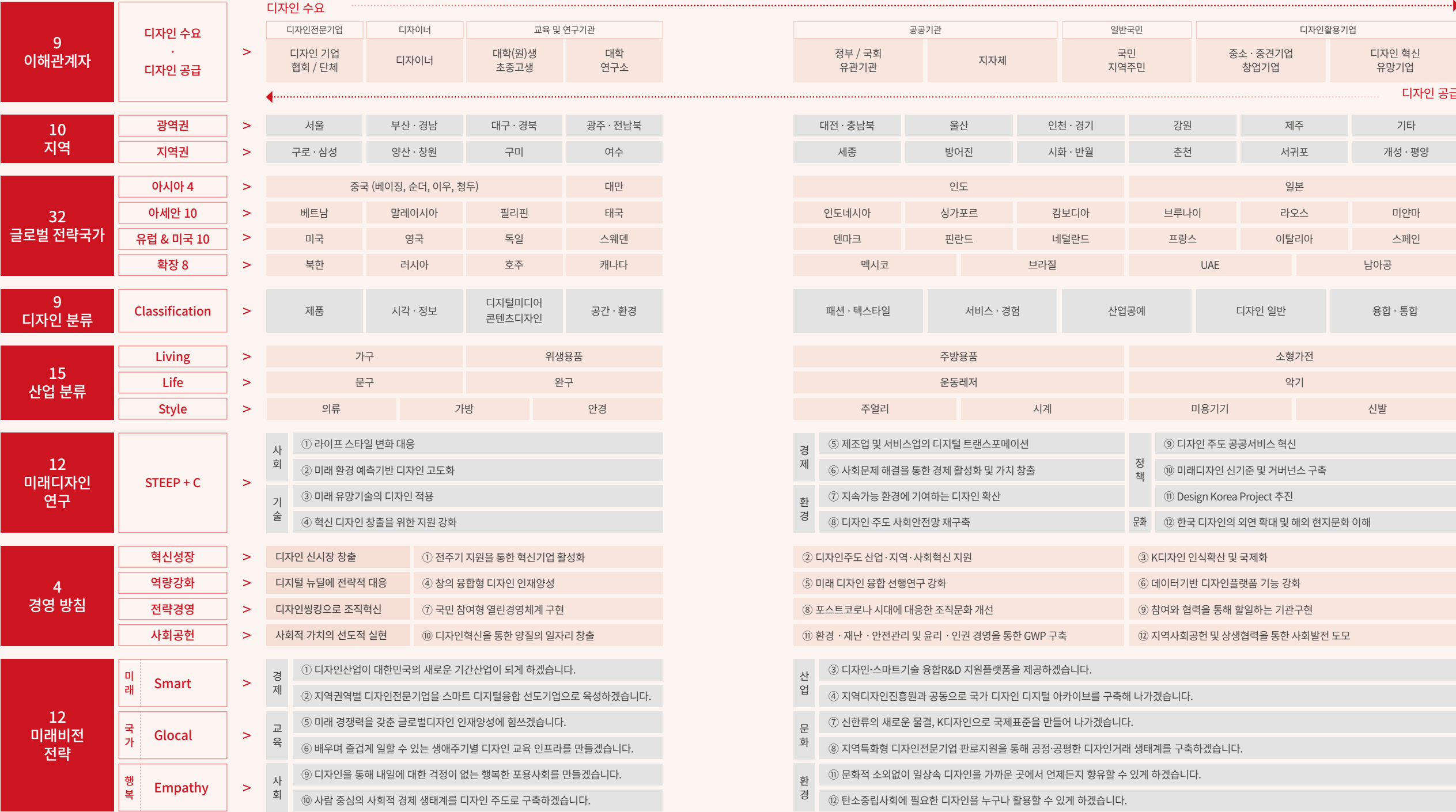
⑦ 경영전략 목표 및 과제

196

디자인코리아의
과거, 현재 그리고 미래

디자인코리아 프레임워크

포스트코로나 시대, 디자인비전 2050은 디자인이라는 전략적 도구로 한 세대 앞을 내다보고 수립한 장기 종합전략이자 국가발전, 디자이너 및 국민의 행복과 미래에 대한 디자인이 할 수 있고 해야하는 과업을 정리한 디자인코리아의 미래 정책 프레임워크입니다.



경제

환경

문화

산업

⑤ 제조업 및 서비스업의 디지털 트랜스포메이션

⑥ 사회문제 해결을 통한 경제 활성화 및 가치 창출

⑦ 지속가능 환경에 기여하는 디자인 확산

⑧ 디자인 주도 사회안전망 재구축

⑨ 디자인 주도 공공서비스 혁신

⑩ 미래디자인 신기준 및 거버넌스 구축

⑪ Design Korea Project 추진

⑫ 한국 디자인의 외연 확대 및 해외 현지문화 이해

경제

환경

문화

산업

② 디자인주도 산업·지역·사회혁신 지원

⑤ 미래 디자인 융합 선행연구 강화

⑧ 포스트코로나 시대에 대응한 조직문화 개선

⑪ 환경·재난·안전관리 및 윤리·인권 경영을 통한 GWP 구축

③ K디자인 인식확산 및 국제화

⑥ 데이터기반 디자인플랫폼 기능 강화

⑨ 참여와 협력을 통해 할일하는 기관구현

⑫ 지역사회공헌 및 상생협력을 통한 사회발전 도모

경제

환경

문화

산업

③ 디자인·스마트기술 융합R&D 지원플랫폼을 제공할 것입니다.

④ 지역디자인진흥원과 공동으로 국가 디자인 디지털 아카이브를 구축해 나가겠습니다.

⑦ 신한류의 새로운 물결, K디자인으로 국제표준을 만들어 나가겠습니다.

⑧ 지역특화형 디자인전문기업 판로지원을 통해 공정·공평한 디자인거래 생태계를 구축하겠습니다.

⑪ 문화적 소외없이 일상속 디자인을 가까운 곳에서 언제든지 향유할 수 있게 하겠습니다.

⑫ 탄소중립사회에 필요한 디자인을 누구나 활용할 수 있게 하겠습니다.

이해관계자

디자인인력양성 현황

연 20,000 명 배출

예술대학 : 디자인, 일반 미술학과 등 예술계
공학계 디자인대학 등: 디자인공학, IT디지털, 서비스공학 등

디자인산업 종사자

연 33,000 명

디자인산업 생태계 연관인력 약 90만명

[현안사항]

- 디자인인력 과잉 배출과 기술융합 인력 부족
- 융역중심 업종 특성과 영세성
- 교육자·연구자 지원책 부재(정책R&D)
- 과다경쟁, 플랫폼 시장 내 불공정거래
- 기술개발·연구 중심 R&D 정부 정책

[개선방안]

- ▶ 미래 수요대비 인력배출
- ▶ 사업수익 모델 확장
- ▶ 디자인정책·연구인력 양성
- ▶ 공정거래 기반확보
- ▶ 전문기업, 해외진출

- 산업계 요구 부응 고급인력 양성·배출
- 디자인 기반 제조·서비스 BM 지원
- 연구·교육자 R&D/정책수립 지원 참여 확대
- 디자인 적정 대가인정, 공정거래 환경구축
- 국가대표급 디자인전문기업육성
- K디자인 브랜드 강화로 디자인수출 확대

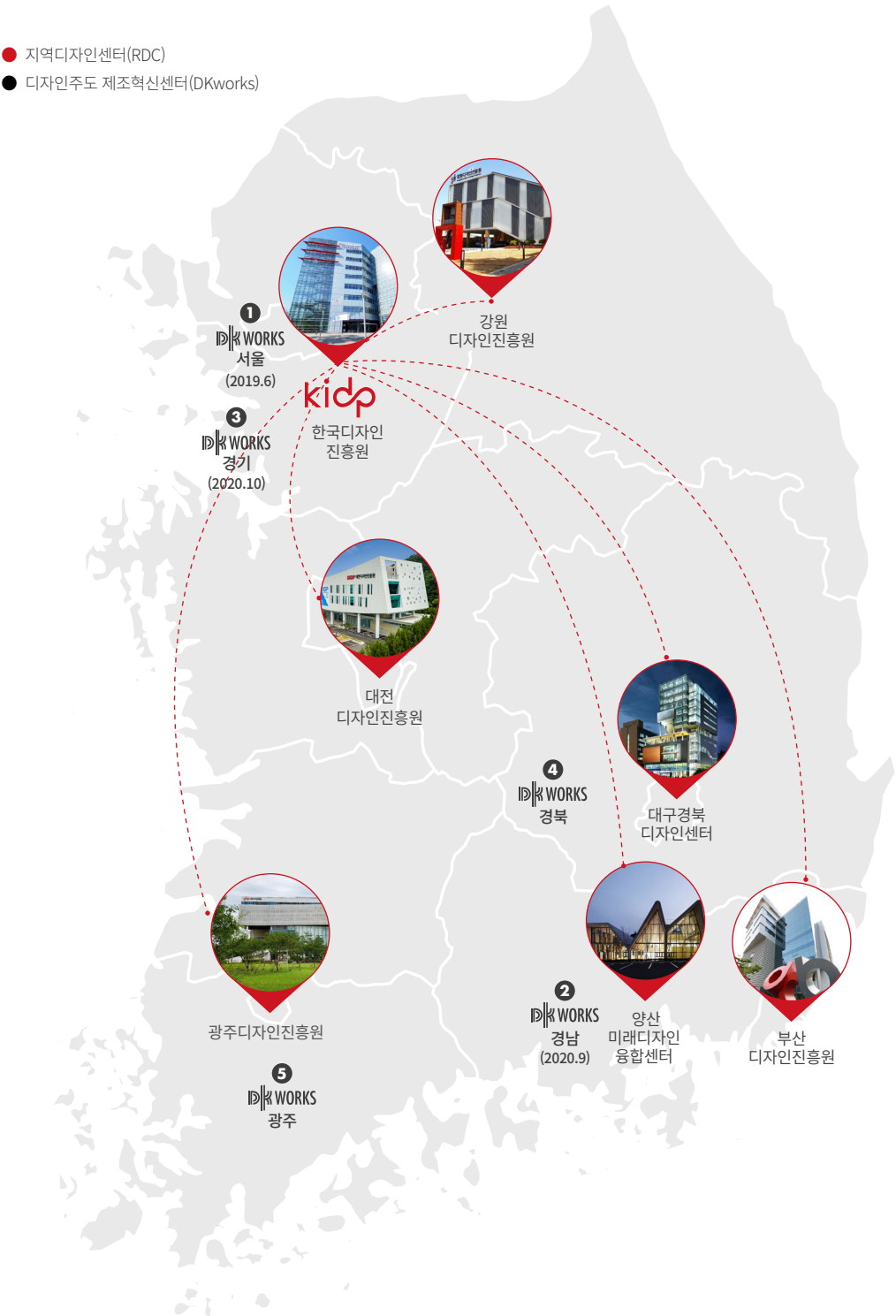
[미래모습]

- 창의성 기반 융합형 고급 인재양성 및 배출
- 플랫폼 기반 상품화센터 기능 구축 등
- 디자인 정책·기획 전문가 전 산업분야 활동
- 디자인 공정거래 계약 플랫폼 운영
- 100억이상 디자인전문기업 1,000개사 육성
- K디자인 브랜드 수출 4,000억원 달성

정책지원방안 및 대상		학생	연구·교육자	인하우스 디자이너	디자인전문회사	프리랜서
지원대상자('19)		20,920	2,333	266,075	17,026	49,847
산업규모('19)		대학(원) 수: 428개(학부 242, 석박사 186) 예술대학(379개), 공학계 디자인대학(49개)	총 2,334 4년제대학: 1,588 / 2년제대학: 746	141,971개사 소기업(111,256), 중소중견기업(29,654), 대기업(1,062)	9,420개사('20년 3월 기준) *6,264개사('20년 통계조사 기준)	산업규모 : 1조 408억원 ('19년) 산업규모 : 9,990억원 ('18년)
디자인진흥원 지원예산	교육	33.4억원(4개 사업)	-	15억원(1개 사업, 고용노동부)	-	-
	해외진출	-	-	28.9억원(2개 사업)	-	-
	기관지원	-	-	14억원(2개 사업)	24.7억원	-
	정보구축	6억원(1개 사업)				
	공정거래	6.7억원(1개 사업)				
애로사항	교육	기업요구 기술/역량 교육이 가능한 교육체제로의 신속한 전환 어려움	디자인정책 수립 위한 전문 연구인력 양성 시스템 부재 융합형 디자인인재 양성에 필요한 교육자 역량강화 필요	디자이너 직무 재교육 필요 경영층의 디자인 마인드 부족, 인식개선 필요	디자인 역량강화(산·학·연) 위한 재교육(워크숍·세미나) 프로그램 부족 (디자인 재교육 부족 → 직급별 (CEO/관리자/실무자) 디자인 역량강화 재교육 지원(해외 연수 프로그램 등)	
	해외진출	해외 유명 기업 등 인턴·취업 해외진출 프로그램 부족 (디자인 우수인력 양성 → 해외 취업(연수) 지원)	-	생활소비재의 수출감소로 디자이너 역할 감소	수출국 비즈니스 환경, 지속성 있는 협력 인프라 구축 부족 (단발성 상품 홍보 → 중장기/바이어 네트워크 및 비즈니스 환경 지원)	융합형 고급인력 양성 위한 신기술이해 재교육 지원 (디자인소스, 트렌드 파악 → 핵심기술 융합 우수디자이너 정보 제공)
	기관지원(취업지원)	-	-	선행디자인 결과물, 사례 정보 제공 미흡 (외관 디자인 결과물 → 제조·서비스, 문제해결 혁신사례 정보제공)	융역기반 사업모델로는 안정적인 기업 운영과 성장의 한계 (우수인력 확보 및 유지의 어려움, 대기업으로 경력 디자이너 인재 유출 문제 심각) 세계적인 디자인전문기업의 부재(디자인 R&D 지원 필요)	개인사업자에서 기업으로의 성장 지원 필요 (디자인 스타트업 육성)
	정보구축	신기술 융합 교육 연구 결과물 서비스 지원 필요(교수,학생) (신 트렌드 정보, 학술연구자료 → 디자인 교육 및 역량강화 활용)	디자인정책 수립 위한 연구자료, 결과물 DB시 시스템 부재 (디자인역사, 학술연구자료 → 디자인정책모델 발굴 및 계획 수립)	-	-	-
	공정거래	민간 공모전 시 디자인 창작물에 대한 권리보호 미흡 (공지중명제도 등 홍보)	-	-	디자인대가기준/지재권/불공정 계약 등 활용여건 필요 (통합민원센터 → 계약/기업관리/불공정사례/디자인기업, 인력관리)	플랫폼 기업의 과도한 단가 하락 경쟁 유도로 디자인계 위협 디자인분야 세제 혜택 부여 필요 (인건비 비중 ↑, 종합소득세 ↑)
지원 필요사항	교육	기술/경영 융합형 실무형 교육과정 지원 확대 (대학·기업 간 컨소시엄 교육 네트워크 지원을 통한 연계교육 필요)	디자인정책 전문가 양성 교육 지원 프로그램 구축 디자인정책전문가 → 국가정책 수립 참여 (R&D, 사회문제해결 등) 디자인 융합형 인재(공학/서비스/UX 등) 육성 위한 교육자 프로그램 개발	-	국내·외 우수 디자인기업/디자이너 역량강화(산·학·연) 재교육(워크숍·세미나) 프로그램 지원 (디자인기업/디자이너 재교육 수요분석 → 직급별(CEO/관리자/실무자) 디자인 역량강화 프로그램 지원(성과확산 세미나-/워크숍 포함)	
	해외진출	해외 일자리/창업 연계 및 지원 확대 (우수디자인인인력 → 해외 취업 및 차세대디자이너리더 양성 지원)	-	생활소비재 명품화 해외 진출 프로그램 지원 (단발성 상품홍보 전시 → 중장기 바이어 비즈니스 환경 지원(DKfestival))	-	디자인 주도 스타트업 지원 위한 제조/투자/마케팅 교육 지원 (해외진출 신서비스 수요 → 디자인주도 사업화 지원 교육)
	기관지원(취업지원)	디자인 조직을 갖춘 기업 내 인턴기회 제공 (신기술 및 현장 스킬 학습이 가능한 새로운 개념의 교육기관 필요)	-	미래디자인 선행기획 결과물 정보 제공(ICT, AI 등 신기술) (외관 디자인 결과물 → 제조·서비스, 사회문제해결 혁신사례 정보제공)	디자인 제조전문서비스 기업 확대(제품) 및 VD 기업(사각) 신규 육성 (융역 중심의 영업) 방식 → 디자인 주도 제조전문서비스 BM개발 지원	디자인-테크 엑셀러레이팅 프로그램 확대 (4차산업 신서비스 수요 → 디자인주도 전문엑셀러레이터 육성)
	정보구축	산업밀착형 디자인 학습 플랫폼 구축 운영 필요 (대학/민간교육기관이 제공하지 못하는 기술역량 교육 제공)	디자인전략정보 빅데이터 추론(AI) 리서치·정책연구 플랫폼 (산업동향·인문사회·고객동향 → 디자인정책연구 빅데이터 구축)	-	디자인 스타트업 육성 위한 R&D 집중 지원 (제품, 사각(VD)서비스) (분야별 우수디자인기업 발굴 → 실리콘밸리 등 국제대표급 디자인기업 육성)	-
	공정거래	-	-	-	디자인 대가기준, 디자이너 노임단가, 표준계약서 확산 및 고도화 (디자인 대가, 표준계약서 → 정부·산업부 내 공공기관 의무 시행) 기재부 예산편성 지침에 대가기준 적용지침 개정	디자인 대가기준, 디자이너 노임단가, 표준계약서 정착화 디자인-제조서비스 전문기업 세제혜택 지원 제도와 방안 연구
2050 전략방향		융합형 디자인고급인력 양성 교육체계 운영, 우수인재 배출 (공학, 인문 등 터분야 내 디자인적 사고역량 제고 → 문제해결 능력 강화)	디자인기반 정책 수립 전문가 양성/배출 후 후속 활동 지원 (국정과제 수립, 사회·경제·문화 등 산업계 전반에 디자인 정책 적용)	디자인주도 기업경영 방식 운영, 디자이너 역량개발, 선행기술 연구 (디자인실명제 활성화, 디자이너 중심 상품개발, 판매, 마케팅 전략 수립)	디자인전문기업 자립화 수익 모델 구축, 단계별 디자이너 역량 교육지원 (디자인전문기업 자체상품 수익모델 구축 → 디자이너 역량 제고 프로그램 확대)	디자인 권리, 공정한 디자인대가 정착, 스타디자이너·기업 배출 (디자인권, 대가기준, 표준계약 → 디자이너권리보호 인포라 구축(시스템))
		약 15,000명	약 1,000명	약 200,000명	10,000명	약 30,000명

지역

한국디자인진흥원은 지역 디자인산업 활성화를 위한 디노베이터 역할을 담당하고자 합니다. 양산 미래디자인 융합센터를 포함해 전국 5개 지역디자인센터(RDC), 지역 대표기관 및 기업과 연계한 디자인 협력 사업 및 지역 특화 산업 활성화에 나서고 있습니다.

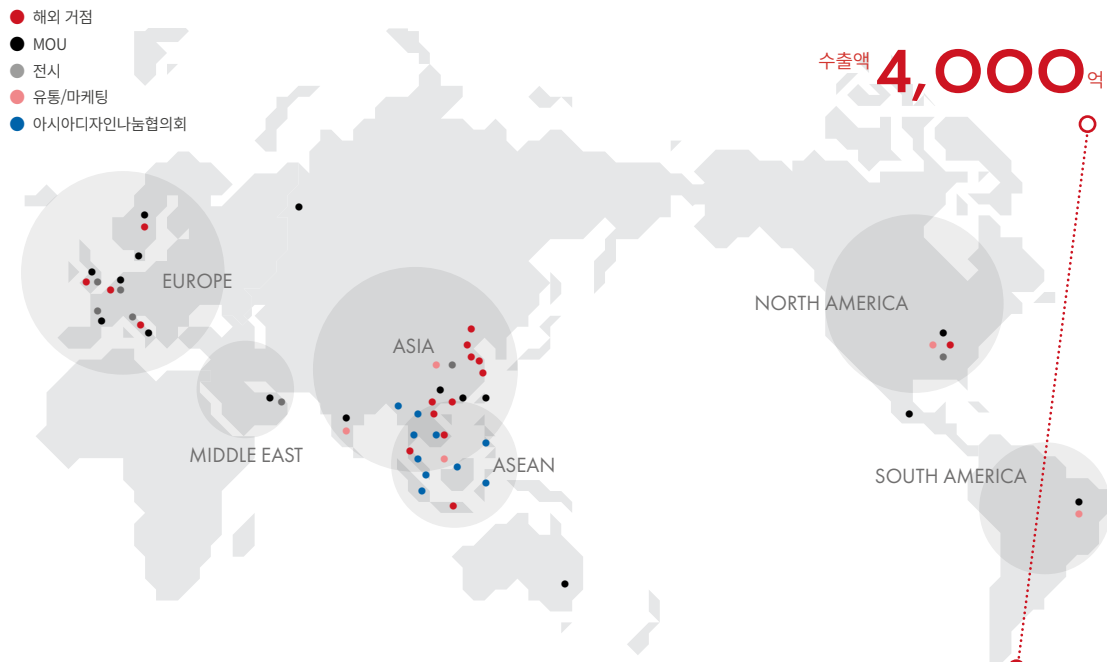


권역별 로드맵

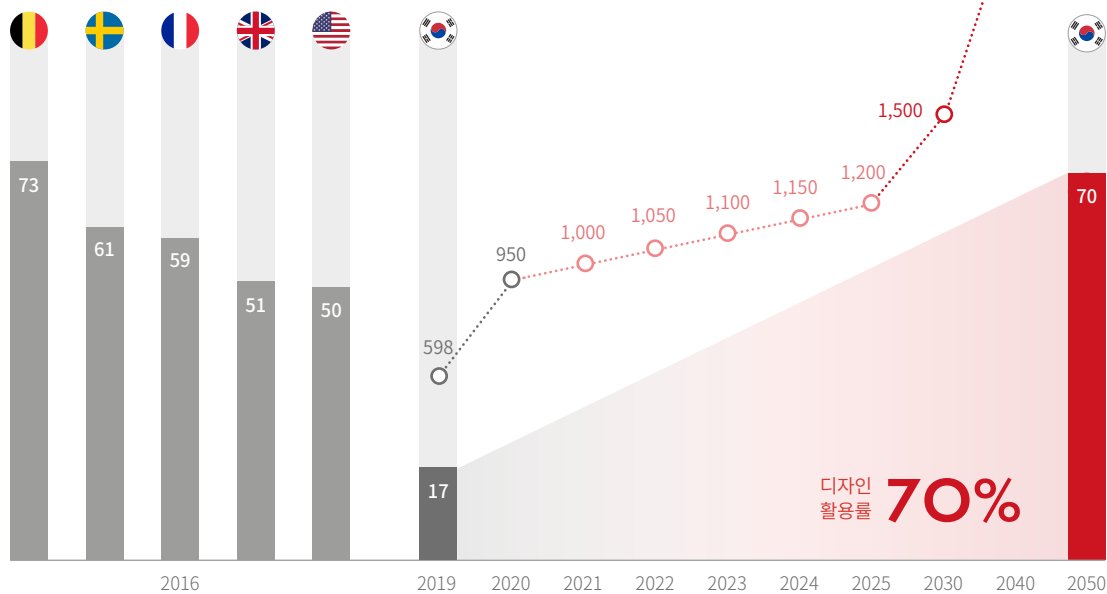
광역·지역	연도	디자인 전문기업 매출 (백만원)	디자인혁신 유망기업 지원 (개사)	디자인주도 제조혁신센터 (개)	세계 일류 디자이너 양성 (명)	우수디자인 (GD) 선정 (Entry)	국민 디자인단 (건)
서울	2020	690	36	1	25	770	52
	2030	1,382	100	2	100	1,000	400
	2040	2,350	200	3	200	1,500	800
	2050	3,995	300	4	300	2,000	1,300
인천 경기	2020	1,255	11	1	5	228	16
	2030	2,903	50	2	70	600	400
	2040	4,936	100	2	140	1,000	800
	2050	8,392	150	3	210	1,600	1,300
강원	2020	329	1	0	0	11	3
	2030	764	25	1	45	350	300
	2040	1,298	50	1	90	500	600
	2050	2,207	75	2	135	800	1,200
대전 세종 충청	2020	455	15	0	10	51	17
	2030	1,052	75	1	50	400	400
	2040	1,789	150	2	100	800	800
	2050	3,042	225	2	150	1,100	1,200
대구 경북	2020	770	29	1	2	59	5
	2030	1,778	75	1	70	450	400
	2040	3,023	150	2	140	900	800
	2050	5,140	225	2	210	1,300	1,300
광주 전라	2020	445	5	1	1	42	15
	2030	1,031	50	1	50	400	400
	2040	1,753	100	2	100	900	800
	2050	2,981	150	2	150	1,100	1,300
부산 울산 경남	2020	470	15	1	3	42	15
	2030	1,088	75	1	70	450	400
	2040	1,850	150	2	140	900	800
	2050	3,145	225	3	210	1,300	1,300
제주	2020	36	1	0	0	5	2
	2030	764	25	1	45	350	300
	2040	1,298	50	1	90	500	600
	2050	2,207	75	1	135	800	1,100
2050년 목표 지표		2,500	1,500	50	1,500	10,000	10,000

글로벌 전략국가

디자인코리아는 2013년 중국 베이징을 시작으로 중국 이우와 순더, 베트남 하노이 2개국 4개 지역에 한국 디자인 해외 거점을 구축하고, 이를 근거지로 한국 우수 디자인 기업의 현지 시장 진출을 지원하고 있습니다. 2050년까지 15개소의 해외 거점을 구축하여 선진국과의 디자인 역량 격차를 줄이고, 수출 시장에서 K디자인의 새로운 성장 동력을 창출하겠습니다.



디자인활용률(%), 수출액(억원)



* 출처: European Commission(2016), Innobarometer 2016 - EU business innovation trends, p.97 / 2020 디자인산업통계조사

국가별 로드맵

국가	해외거점	아시아디자인 나눔협의회	전시	유통/마케팅	MOU	주요 협력기관
아시아 & 오세아니아	중국 ● 베이징('13) ● 이우('15)* ● 순더('19) ● 동북('21) ● 화서('25) ● 화동('30) ● 상하이('40)		● 캠티페어('20)	● 중국 알리바바('22) ● 인도 플립카트('30)	● 화남('18) ● 홍콩('19) ● 대만('19) ● 인도('20) ● 동북, 화동('21-'24) ● 호주('12)	● 중국디자인산업협회('04) ● 베이징디자인센터('10,'12) ● 충청시경제정보화위원회('16) ● 포산시정부('18) ● 홍콩디자인센터('19) ● 대만iSee디자인재단('20) ● 인도산업연합('20) ● 굿디자인오스트레일리아('12)
아세안	● 하노이('18) ● 호치민('22) ● 말레이시아('23) ● 인도네시아('30)	● 말레이시아('11) ● 베트남('11) ● 필리핀('11) ● 태국('12) ● 싱가포르('20) ● 캄보디아('22) ● 라오스('23) ● 미얀마('24) ● 브루나이('30)		● 쇼피, 라자다('20)	● 싱가포르('15) ● 필리핀('11, '12) ● 말레이시아('12) ● 태국('12) ● 베트남('12, '16, '19)	● 싱가포르디자인카운슬('05) ● 필리핀디자인센터('11) ● 필리핀무역전시진흥센터('11,'12) ● 말레이시아디자인카운슬('12) ● 태국상무부수출진흥국('12) ● 태국창의경제원('12) ● 베트남무역진흥청('12, '16)
유럽 & 미국	● 스웨덴('40) ● 독일('40) ● 영국('50) ● 이탈리아('50) ● 미국('50)		● 100%디자인 런던('13) ● IFA('20) ● 메종오브제('20,'23) ● 밀라노가구 박람회('22) ● CES('22,'23) ● 암비안페('23)	● 아마존('20)	● 이탈리아('14) ● 덴마크('16) ● 스웨덴('18) ● 영국('19) ● 독일('21-'24) ● 프랑스('21-'24)	● 독일 if('10) ● 이탈리아산업디자인협회('14) ● 덴마크디자인센터('16) ● 스웨덴공예디자인협회('19) ● 영국 왕립예술학교('19)
확장			● 두바이디자인 위크('24)	● 메르카도 리브레('50)	● 러시아('21-'24) ● 중동('25) ● UAE 등 ● 중남미('40-'50) ● 브라질, 멕시코 등	

* 2020년 중국(이우) 거점 종료



한국디자인베이징비즈니스센터(2013)



한국디자인이우비즈니스센터(2015)



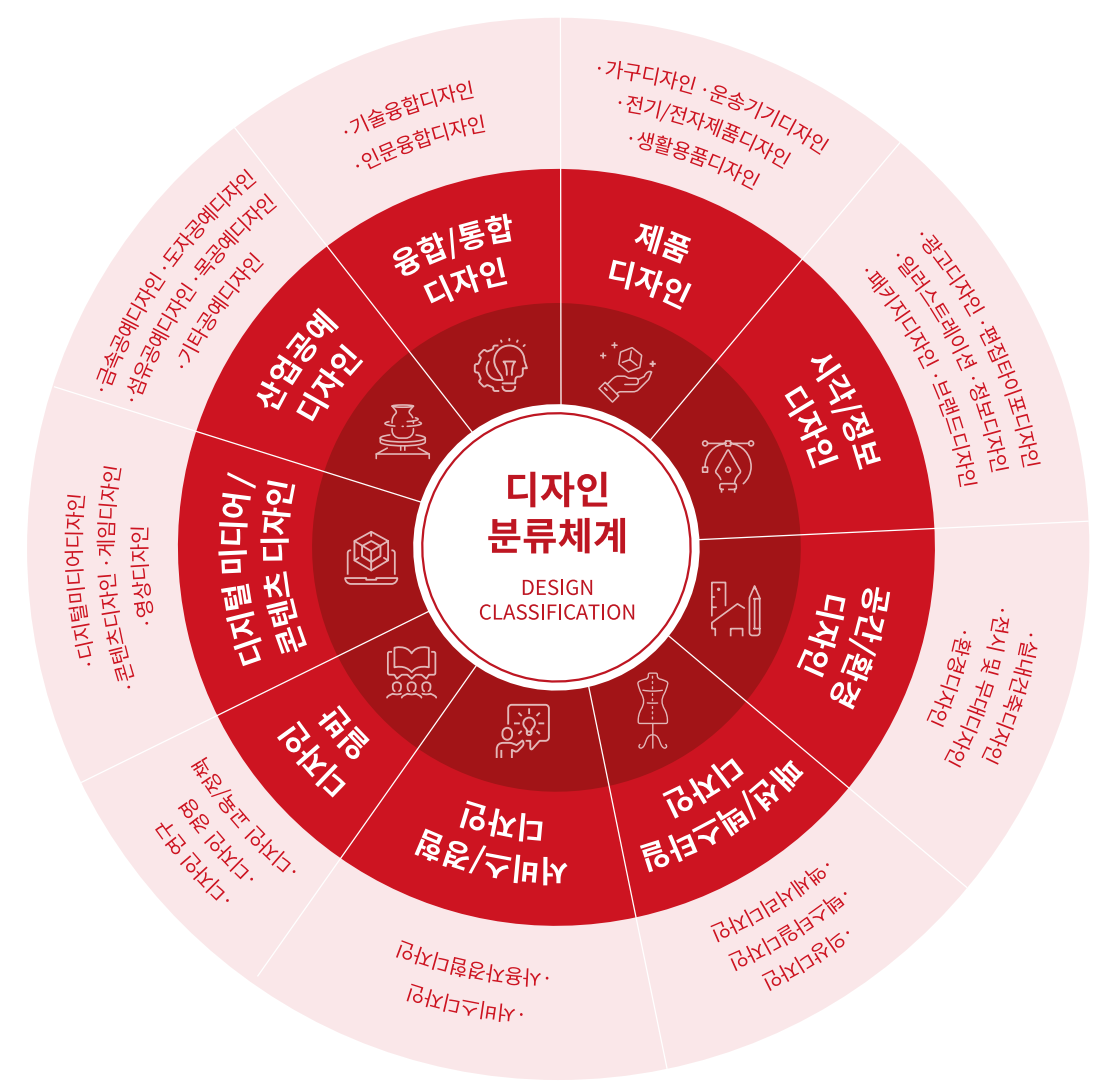
한국디자인순더비즈니스센터(2019)



한국디자인하노이비즈니스센터(2018)

디자인 분류(9C)

디자인코리아는 범정부적 차원에서 디자인산업을 거시적으로 조망하고 디자인산업 발전에 따른 산업 패러다임의 변화와 신산업 분야를 반영한 디자인 분류 체계 정립을 위해 디자인 분류 체계 재정비 연구사업(2019)을 추진했습니다. 총 두 차례에 걸친 국민 디자인 토론회를 개최해 디자인 분류 체계별 의견 청취 워크숍을 진행하였고 다음과 같은 디자인 분류 체계(9C)를 정립하였습니다.



* 출처: 한국디자인진흥원(2019), 디자인분류체계 재정비(안) 연구 사업

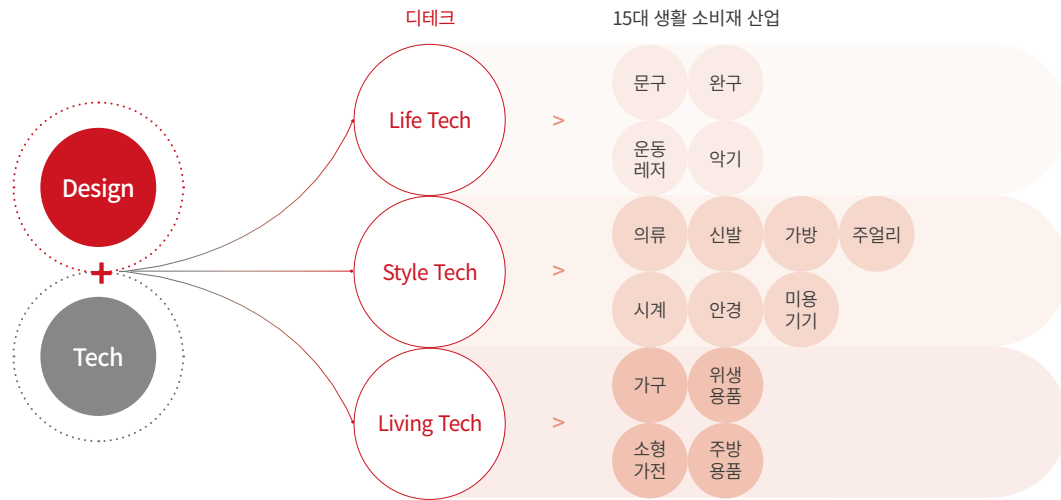
디자인 분류체계(9C)별 주요 통계(2019년 기준)

■ 디자인활용기업 ■ 디자인전문기업

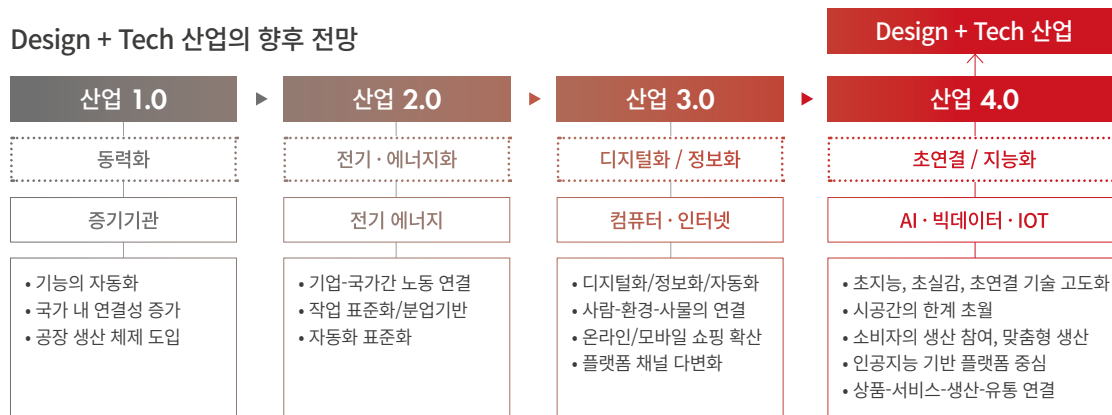
DESIGN CLASSIFICATION	제품	시각 정보	공간 환경	패션 텍스타일	서비스 경험	디자인 일반	디지털미디어 콘텐츠	산업 공예	융합 통합
디자인 활용 기업	디자인활용기업수 (개)								
	141,971	16,790	36,105	20,180	4,792	31,814	24,881	7,426	3,623
	산업규모 (백만원)								
	12,808,262	2,879,833	2,134,108	1,992,233	575,328	2,052,582	2,240,589	828,420	241,968
	평균 디자인 투자액 (백만원)								
	90.22	171.52	59.11	98.72	120.06	64.52	90.05	111.56	66.79
	디자이너 고용업체 평균 디자이너 수 (명)								
	2.47	3.27	2.04	3.3	2.93	1.71	2.55	2.8	2.03
	평균 디자이너 수 (명)								
	1.87	2.59	1	2.58	2.74	1.56	1.99	2.47	1.81
디자인 전문 기업	디자인전문기업 수 (개)								
	6,264	1,095	2,298	1,894	645	57	46	182	34
	산업규모 (백만원)								
	3,962,759	828,742	936,773	1,617,001	396,648	18,802	25,262	130,467	7,901
	평균 디자인 매출액 (백만원)								
	632.62	756.84	407.65	853.75	614.96	329.86	549.17	716.85	232.37
	평균 종사자 수 (명)								
	4.04	4.32	3.66	4.02	3.68	3.94	5.95	8.36	2.82
	평균 디자이너 수 (명)								
	2.72	3	2.77	2.45	1.98	3.29	4.88	5.18	2.22

산업 분류

디테크(Design + Tech)는 4차 산업혁명 기술과 융합하여 주요산업과 기반을 변화시키는 생산, 유통, 소비의 혁신, 개인의 측정과 모니터링이 DB화 되어 생활을 서비스하는 콘텐츠로 제공되고, 새로운 시장을 창출하는 기반이 되는 산업구조입니다.



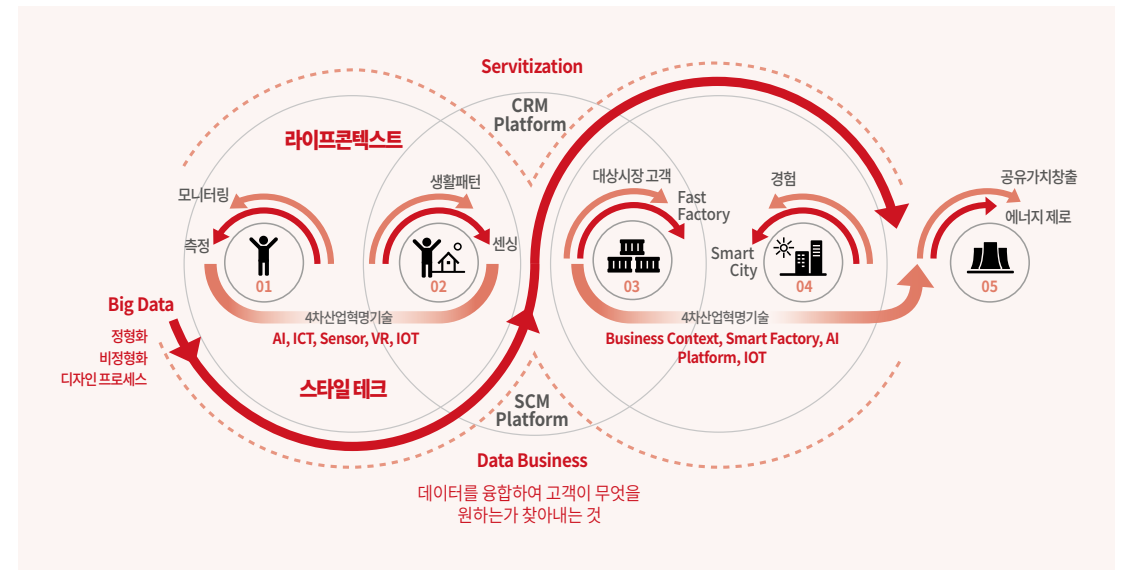
Design + Tech 산업의 향후 전망



Design + Tech 가치사슬 정립



Design + Tech 비즈니스 생태계



Design + Tech 비즈니스 유형

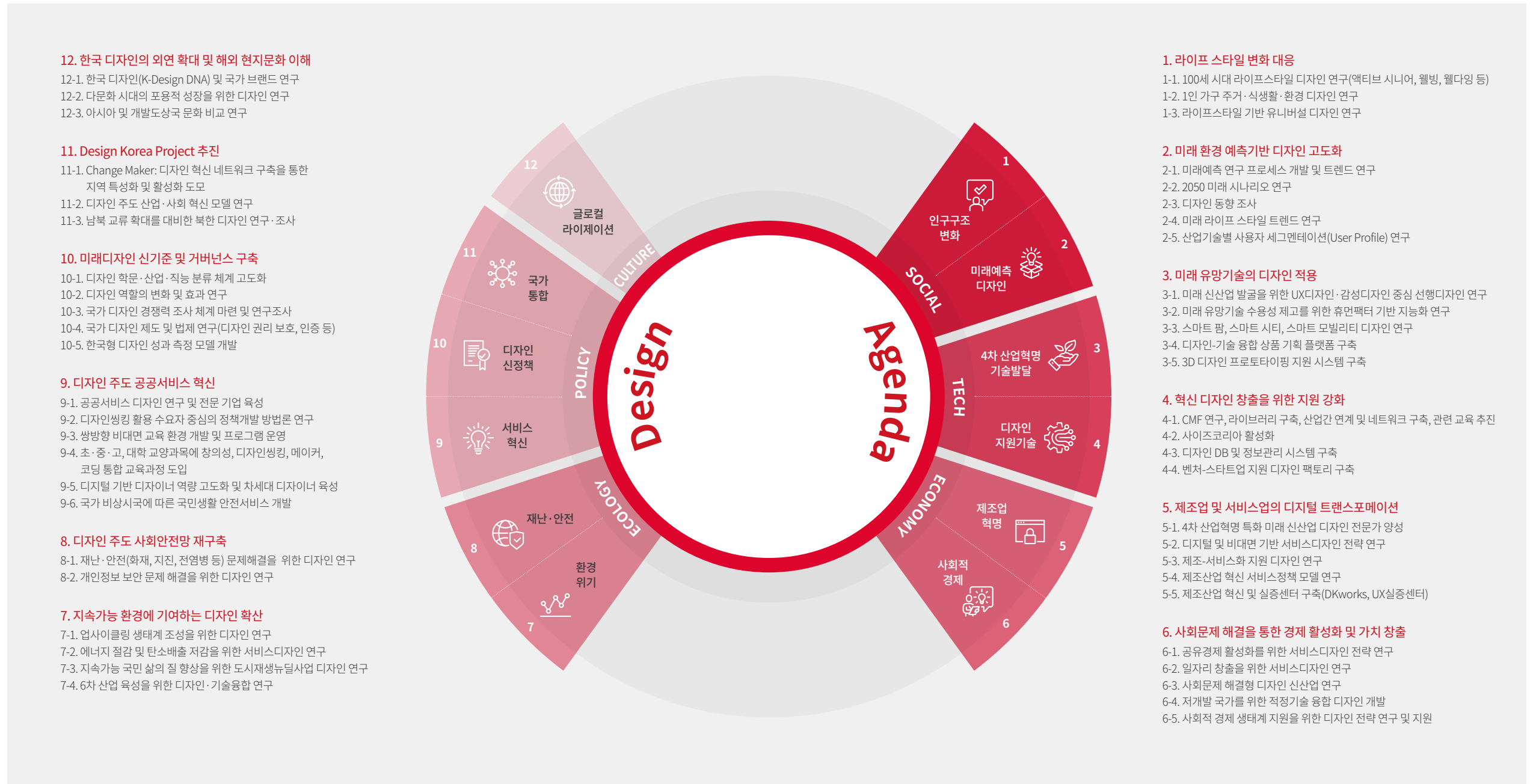
구분	기획/연구개발	데이터 측정	디자인	제조	유통/마케팅
플랫폼	- 브랜드 플랫폼: 고객 맞춤 제조·판매 플랫폼 / 기술융합 제품 제조·판매 플랫폼 - 정보서비스 플랫폼: 커뮤니티 매거진 콘텐츠 플랫폼 / 고객 맞춤 서비스 플랫폼 / O2O 서비스 플랫폼 - 리테일/마켓 플레이스 플랫폼: 대여 / 중고거래 플랫폼 / Cross-border(해외구매) 플랫폼 / 고객맞춤 큐레이션 커머스 플랫폼 / 럭셔리(명품) 마켓플레이스 / (도매·소매) 중개 플랫폼 - 미디어 커머스 플랫폼: 숏클립 영상 커머스(숏폼) 플랫폼 / 라이브 커머스 플랫폼 / 모바일 온라인 홈쇼핑 플랫폼 / 슈퍼블 콘텐츠 플랫폼 / 인플루언서 미디어 커머스 플랫폼 - 제조전문 플랫폼: 제조 서비스 플랫폼(On Demand)				
테크	- 고객 데이터 수집/분석 - 마케팅 브랜드 솔루션 - 상품기획(MD) 기술 분야 - AI, IoT 등 첨단제품 기술/부품기술 - 신체 계측/측정기술, AR, VR 증강현실, 사이즈 데이터 분석 - 스마트미러, 3D스캐너 - 검색엔진 기술/이미지 인식, 서치 전문 기술 3D 디자인 소프트웨어 공급 솔루션 - AI 디자인 테크 3D 프린팅 기술 전문 - 제조생산솔루션 - 고객 주문 데이터 수집/분석 - AR, VR 영상 기술 - 미디어 커머스 기술 - 배송/유통 시스템 솔루션 - 챗봇 등 고객 서비스 관련 기술 - 거래/결제 핀테크				
디자인	- 시장 및 고객 리서치 - 비즈니스 모델 개발 - 디자인, 서비스 모델 개발 - 브랜드 아이덴티티 개발 - 고객 데이터 측정, 사이즈 계측 디자인 - 디자인 선별, 추천/디자인 프로그래밍 - 디자인 제작, 생산 - AR/VR 디자인 - 콘텐츠 디자인				
제조	- 신소재 연구·개발 제조, 센서, 원료, 부품 등 개발·제조 - 제조 서비스 플랫폼(On Demand) - 스타일테크 관련 제품, 측정 디바이스 등 전문 제조 - 제조 테크 솔루션 제공				

미래디자인 연구

어젠다 12

라이프스타일 변화 대응, 미래 환경 예측 기반 디자인 고도화, 미래유망 기술의 디자인 적용, 혁신 디자인 창출을 위한 플랫폼 강화, 제조업·서비스업의 디지털 트랜스포메이션 등 디자인의 역할이 확대되는 시대적 흐름에 맞춰 한국디자인진흥원이 향후 집중적으로 연구해야 할 12가지 미래 어젠다를 선정했습니다.

*STEEP+C: 사회(Social), 기술(Tech), 경제(Economy), 환경(Ecology), 정책(Policy), 문화(Culture)



경영전략 목표 및 과제

혁신 성장	디자인 신시장 창출
----------	------------

1-1. 전주기 지원을 통한 혁신기업 활성화

산업육성	산업육성
산업육성	디자인이노베이션 창업지원
지역균형발전	디자인주도 제조혁신센터 특성화 운영

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
혁신기업선정수(누적)	60	90	150	180	300	1,500
디자인이노베이션캠프 지원기업 수	7	10	10	10	30	50
제조혁신센터구축	-	(신규) 1	2	5	16	50

1-2. 디자인주도 산업·지역·사회혁신 지원

산업육성	산업×테크 융합 신사업 기획·개발
서비스디자인	사회문제해결형 디자인 신산업 육성
서비스디자인	서비스디자인 정책개발 및 확산

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
스타일테크 지원기업 수	-	(신규) 23	26	20	20	20
사회적기업 BM 지원 기업 수	-	(신규) 30	60	60	60	1,200
정책모델 발굴 및 적용(건)	23	33	32	35	53	150

1-3. K디자인 인식확산 및 국제화

K디자인	산업·사회문화 전반 K디자인 확산
글로벌	K디자인 해외진출 거점 구축운영
글로벌	우수디자인 기업·제품 마케팅 지원강화

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
DKfestival 관람객(명)	60,793	60,975	289,822 (온라인)	67,000	150,000	200,000
해외거점 구축 운영 (개소, 누적)	3	4	4	4	7	15
글로벌생활영품선정건수	12	30	30	30	30	100

역량 강화	디지털 뉴딜에 전략적 대응
----------	----------------

2-1. 창의융합형 디자인 인재양성

인재육성	신기술분야 융합디자인 전문인력양성
인재육성	다학제 교육과정 및 해외인턴지원
인재육성	디자이너 경력주기별 직무역량교육 강화

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
디자인·공학 융합대학원(개교)	7	7	5	8	8	20
세계일류수혜학생(수)	-	-	(신규) 60	60	80	1,500
디자인주도 다학제 교육과정(개교)	-	-	(신규) 5	6	6	15

2-2. 미래디자인 융합 선행연구 강화

디자인연구	미래디자인 어젠다 연구
디자인연구	휴먼팩터 중심 지능화 이니셔티브 연구
디자인연구	국내외 디자인통계정보 수집·분석

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
연구성과 활용확산(건수)	-	24	28	24	34	100
융합과제 발굴(건수)	2	4	3	3	3	50
산업디자인통계조사	1	2	3	3	3	10

2-3. 데이터 기반 디자인플랫폼 기능강화

데이터플랫폼	디자인·온라인 제조 플랫폼 서비스 제공
데이터플랫폼	디자인 지식서비스 온라인 정보망 구축
데이터플랫폼	사이즈코리아 사업 운영

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
시제품제작지원	-	40	80	80	350	500
DB 데이터 포털화	872	1,039	1,308	1,340	1,550	3,000
사이즈코리아지원건수	22	13	16	20	35	100

전략 경영	디자인씽킹으로 조직혁신
----------	--------------

3-1. 국민참여형 열린경영 구현

디자인혁신	국민참여 디자인혁신활동 기획·운영
서비스디자인	국민참여 디자인정책개발 및 성과확산
서비스디자인	도시재생뉴딜 등에 디자인방법론 적용

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
국민 참여형 검증 체계 구축(비계량)	정책소통 채널연비	디자인혁신 국민단 구축	혁신국민단 소통 확대	정책개발 성과 사례 개발	디자인기반 의사결정 시스템마련	디자인기반 의사결정 시스템마련
정책개발 및 성과확산	22	33	60	70	110	350
도시재생뉴딜	지원가구 확정	주민참여 15건	도새재생 BM 34	신규 3건	신규 6건	신규 6건

3-2. 포스트코로나 시대에 대응한 조직문화 개선

디자인혁신	코로나19 관련 비대면 업무방식 확대
경영지원	조직유연성 및 성과관리체계 개편
경영지원	정규직 전환 인원 업무환경 개선

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
디자인씽킹기반 조직문화개선(비계량)	혁신전담 조직 확대	수요자중심 협업 체계 구축 운영	소통운영5년 니즈반영3건	혁신모델 정립 및 성과 사례 확산	행정안전부 혁신우수 기관 선정	공공기관 혁신우수 기관
공정한 성과 관리제도 운영(비계량)	기관고유 지표 발굴	수평협업 총상 성과 관리제도개선	평가제도 수용성 제고	성과관리 제도고도화 지속운영	데이터기반 성과관리 시스템고도화	통합 성과관 리 시스템 운영
정규직 전환	비정규직 전환협의	공무직 5	공무직 49명	채우개선 (안) 수립	중장기 인력 운영 계획	중장기 인력 혁신 계획

3-3. 참여와 협력을 통해 할 일하는 기관 구현

기획조정	기관 미래2050(장기비전) 수립·구체화
기획조정	디자인정책연구 및 산업현안 분석
기획조정	산학연 디자인정책 네트워크 구축·운영

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
정책연구 및 세미나	9	6	9	10	15	30
중장기경영목표 수립 등 / 제도개선	1/7	1/32	2/47	5/60	8/70	15/100
공공기관협의회	역할 정립	2	2	2	5	10

사회 공헌	사회적 가치의 선도적 실현
----------	----------------

4-1. 디자인 혁신을 통한 양질의 일자리 창출

산업육성	제조 및 사회적 기업대상 디자인인력 지원
경영지원	사회형평적 채용 확대로 좋은 일자리 마련
경영지원	일·가정 양립 지원으로 노동존중 사회 구현

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
인력지원 정규직 전환율(%)	85.7	92.9	94.8	95	95	95
채용인원(명)	9	1	62	6	10	20
노사협의회	3	4	4	4	10	15

4-2. 재난·안전관리 및 그린·윤리·인권경영을 통한 GWP 구축

경영지원	재난·안전관리 선제적 예방활동 강화
경영지원	그린/인권경영체계 구축·운영
감사윤리	윤리경영 프로그램 운영으로 청렴도 개선

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
재난안전관리기반구축 (비계량)	안전경영 시스템 강화	안전 디자인 적용	안전가이드 개발 및 적용	안전책임 경영체계 마련	안전 플랫폼 구축	재난 안전 우수기관
윤리인권경영 누적교육시간	180	200	210	220	250	300
청렴도	3 (내부4, 외부3)	4 (내부5, 외부3)	3 (내부3, 외부2)	2 (내부2, 외부1)	1 (내부1, 외부1)	1 (내부1, 외부1)

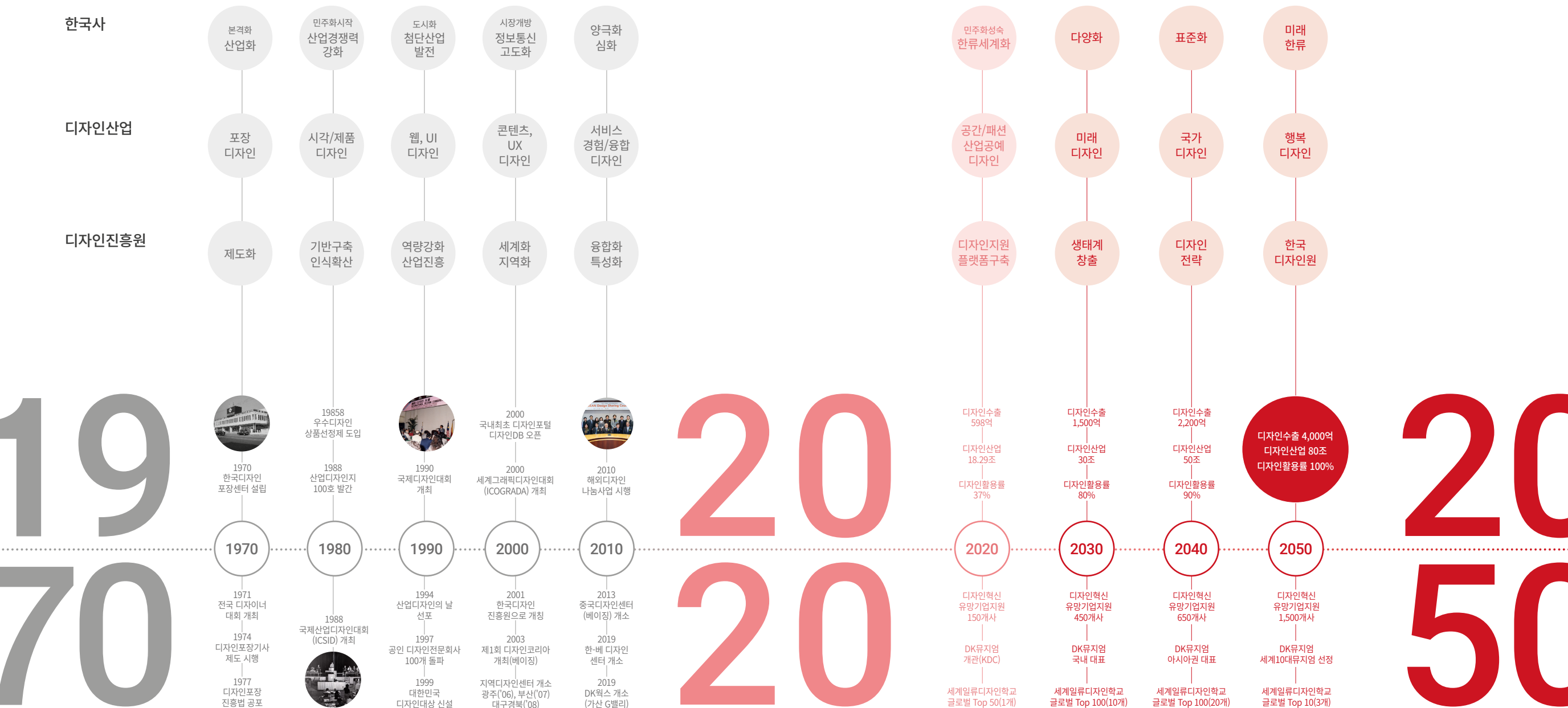
4-3. 사회공헌 및 지역상생협력을 통한 사회발전 도모

기획조정	공정한 디자인산업 거래환경 조성
감사윤리	분쟁조정위원회 연계 원스톱 통합디자인민원센터 운영
경영지원	기관역량에 부합한 사회공헌프로그램 추진

전략과제 및 목표지표	'18	'19	'20	'21	'25	'50
표준계약서 활용율	18.8	38.2	40.9	45	70	100
공지증명	628	719	549	836	1,335	1,335
사회공헌활동	1	4	2	3	5	10

디자인코리아의 과거, 현재 그리고 미래 (1970~2050)

소유를 향한 성장 중심의 속도 경쟁에서 배려를 통한 사람 중심의 포용 사회로 시대의 흐름이 바뀌었습니다. 디자인의 역할도 제품 외관의 심미적인 스타일링에서 벗어나 우리 사회가 안고 있는 양극화 문제를 해결하고, 상생과 행복을 도모하는 사람 중심의 사회 혁신 영역으로 확장 및 고도화되었습니다. 앞으로 디자인인은 지속적인 상생을 위한 핵심 경쟁력으로 작용하며, 시대의 흐름을 결정하는 역할을 하게 될 것입니다.



포장에서 포용으로 진흥에서 지능으로 (1970~2050)

한국디자인진흥원은 2020년 창립 후 50년간 디자인산업 육성의 과정과 성과를 담은 ‘디자인코리아’를 출간했습니다. 이 책에서는 한국디자인진흥원이 창립한 1970년부터 10년 단위로 각 시기의 정책과 주요 사업이 어떤 양상으로 변화되어 왔는지 그 특징을 다음과 같이 정의하고 있습니다.

1970년대에는 디자이너등록제, 포장기사제도 시행, 디자인포장진흥법 공포 등 포장과 디자인산업 육성을 위한 제도적 기반을 만들고자 주력했습니다.

1980년대에는 시각, 산업디자인 영역이 자리 잡기 시작했고 우수디자인 상품 선정제를 도입해 이를 진흥하고 육성하기 위한 역할을 하였습니다.

1990년대는 산업디자인전문회사 제도를 운용하고 디자인발전 5개년 계획을 수립하는 등 보다 체계를 갖추어 디자인산업의 역량을 강화하고 국민적 인식을 높이기 위해 노력했습니다.

2000년대를 맞아 세계그래픽디자인대회, 산업디자인대회 등 우리의 디자인이 세계적인 주목을 받게 되는 많은 계기가 있었고 국내에서도 광주, 부산, 대구·경북에 지역디자인센터가 개소되는 등 세계화와 동시에 지역화 동향이 나타났다. 특히 인터넷 확산에 따라 웹, 사용자경험, 콘텐츠 등 디지털디자인 영역이 크게 성장했습니다.

2010년대에는 제조서비스화와 서비스산업 확대 등 산업 구조적 변화에 대응해 다양한 정책을 통해 서비스디자인 분야가 생겨날 수 있도록 함으로써 새로운 수요시장을 개척하였고 스타일산업 등 상대적으로 정책적 지원을 하지 못했던 다양한 디자인 분야로도 지원영역을 확대하였습니다. 또한 베트남, 중국 등 해외 진출을 돕는 거점을 마련하여 한국디자인 세계화를 위한 노력도 기울이고 있으며 해외 디자인 나눔 사업으로 세계가 당면한 문제를 함께 극복하며 국제사회에 과거에 받았던 바를 보답하는 활동도 함께 하고 있습니다.

2020년에는 코리아디자인센터에 한국 근현대 디자인 사료를 시대별로 볼 수 있도록 디자인계의 숙원사업이었던 디자인 박물관 ‘디자인코리아뮤지엄’을 정식으로 개관하고, 디자인코리아, 한국 디자인 진흥사를 편찬하는 등 K디자인 아카이빙을 위해 총력을 기울이고 있습니다. 또한, 창립 50주년을 기념하여 디자인디비닷컴(designdb.com) 사이트를 개편하여 디자인의 과거, 현재, 미래에 대한 인사이트를 제공하는 플랫폼으로 확장시켜 4차 산업혁명 시대를 선도하기 위한 발판을 마련하였습니다.

한국디자인진흥원은 과거 50년을 넘어 새로운 미래를 내다보며 도약하고자 합니다. 디지털 대전환의 시대를 맞아 아날로그에서 디지털로, 포장에서 포용으로, 진흥에서 지능으로 미래 디자인비전 2050을 통해 미래, 국가, 행복을 함께 디자인하겠습니다.

1970

한국사

본격화, 산업화

디자인산업

포장디자인

디자인진흥원

제도화

- 1970 한국디자인포장센터 설립
- 1971 전국 디자이너대회 개최
- 1972 디자이너 등록제 실시(상공부고시8287)
- 1974 디자인포장기사 제도 시행
- 1977 디자인포장진흥법 공포(세계최초)
다수의 포장 연구개발(연간 1천건 내외)



1980

민주화 시작
산업경쟁력 강화

시각/제품디자인

기반구축, 인식확산

- 1982 올림픽 상품디자인 개발 위원회 설치
- 1984 디자이너등록제 재 실시
- 1985 우수디자인상품선정제 도입
(1회 284점 출품, 최초 48점 선정,
대통령상 삼성전자TV)
- 1987 전산실 준공(정보자료부 신설)
- 1988 국제산업디자인대회
- 1988 산업디자인지 100호 발간



1990

도시화
첨단산업 발전

디지털디자인
웹디자인

역량강화, 산업진흥

- 1990 한국산업디자인대회 개최
- 1991 산업디자인포장개발원으로 개칭
- 1992 1차 산업디자인발전
5개년 계획 발표(93~97)
- 1992 공인산업디자인전문회사 등록제도 실시
- 1993 디자인발전 원년의 해 선포,
디자인주간 선포
- 1994 산업디자인의 날 선포
- 1996 국제산업디자인대학원(IDAS) 개교
(국내최초 대학원대학)
- 1997 공인디자인전문회사 100개 돌파
- 1997 산업디자인정보화사업
(MIDAS PROJECT)
- 1997 한국산업디자인진흥원으로 개칭
- 1999 제1회 산업디자인진흥대회 개최
- 1999 대한민국디자인대상 신설

2000

시장개방
정보통신 고도화

콘텐츠디자인
UX디자인

국제화

- 2000 디자인 정보화 서비스 개시
국내최초 디자인포털 디자인DB 오픈
(designdb.com)
- 2000 디자인혁신센터(DIC) 개설
- 2000 세계그래픽디자인대회(Icograda) 개최
- 2001 세계산업디자인총회(ICSID) 개최
- 2001 한국디자인진흥원으로 개칭
- 2001 코리아디자인센터 완공, 사옥 이전
- 2002 디자인대학박람회 최초 개최
- 2003 제1회 디자인코리아 개최
- 2004 디자인체험관(DEX) 개관
- 2004 차세대디자인리더 1기
- 2006 지역디자인센터(RDC) 개소, 광주
- 2007 지역디자인센터(RDC) 개소, 부산
- 2008 지역디자인센터(RDC) 개소, 대구경북

2010

양극화 심화

서비스·경험디자인
융합디자인

융합화, 특성화

- 2012 디자이너 명예의 전당 헌액 시작
- 2012 디자인분쟁조정위원회 출범
- 2013 서비스디자인 전담조직 개설
- 2013 디자인표준계약서 개발
- 2013 디자인공지증명제도 운영
- 2013 한국디자인진흥원 최초 해외사무소 개설
중국디자인센터(베이징)
- 2015 국민디자인단 시범사업
- 2018 미래디자인융합센터 개소
- 2018 세대융합창업캠퍼스 개소
- 2018 디자이너 경력관리센터 운영
- 2019 한-베 디자인센터 개소, DK웍스 개소
(강남 스타일테크, 가산 G밸리)
- 2019 산업디자인 개발의 대가기준 제정 고시

2020

민주화 성숙
한류 세계화

공간, 패션, 산업공예
포용디자인

디자인 지원, 플랫폼 구축

- 디자인플랫폼 확산(대정부서비스)
- 디자인 수출 598억원
- 디자인코리아뮤지엄 개관(코리아디자인센터)
- 산업디자인 표준 품셈 제정
- 디자인DB(designdb.com) 개편
- 디자인진흥 50년 기념전시 '디자인코리아 아카이브전'
- 강원·대전디자인진흥원 개원
- 서비스·경험디자인 국가기술자격검정 시행
- 디자인전문회사 맞춤지원(7,000개)
- D-Tech 산업 확장
- 신규 제조혁신센터 구축(창원, 반월)
- 제조혁신 통합정보플랫폼 구축
- GD 전시 권위 격상(Entry 1,208)
- 국가디자인위원회 발족
- 도시재생 디자인 정책 확산
- 지역 디자인노베이터 도입

2030

다양화

미래디자인

생태계 창출

- 산업단지 생태계 혁신 정책 도입
- 디자인 수출 1,500억원
- Cloud Design 서비스 기반 정립 및 생태계 창출
- Data literacy 가능한 Data 기반 DDB 생태계 창출
- Intelligent Archive 생태계 조성
- 글로벌명품 디자인전문기업 브랜드육성(10개사)
- 권역별 지역특화 D-Tech 산업 육성(4개)
- 디자인주도 제조혁신 생태계 정립
(디자인제조혁신파크 운영체계)
- O2O DKworks(제조혁신플랫폼 BM 및 컨설팅)
- 세계일류디자인학교 육성(글로벌 Top100, 10개)
- GD 아시아권 대표 디자인어워드로 성장(Entry 3,000)
- 글로벌거점본부(중국, 아시아 총괄) 구축/운영
- 글로벌 거점 자립화 50% 달성
- 국내 디자인계를 대표하는 디자인뮤지엄
- DK페스티벌 국내 최고의 디자인전문전시
- 부처 디자인 디자인전담조직 도입 +
디자인노베이터 협업 제도화
- 디자인 CSR 우수기관 선정

2040

표준화

국가디자인

디자인 전략

- 산업사회혁신 국가디자인 전략사업단 도입
- 디자인 수출 2,200억원
- SBM D-Cloud 다각화
- 디자인 데이터 비즈니스 확대(Automated Data)
- 디자인 주도 산업융합 선도기업육성(100개사)
- 글로벌 선도 D-Tech 산업 육성(8개)
- 디자인주도 제조혁신파크 사업다각화
(O2O 글로벌거점 확보)
- 글로벌 K디자인 비즈니스모델 적용거점 구축
- 세계일류디자인학교 육성(글로벌 Top100, 20개)
- GD 세계 3대 디자인어워드로 성장(Entry 6,000)
- 글로벌거점본부(러시아, 유럽 등) 확대
- 글로벌 거점 자립화 70% 달성
- 아시아권을 대표하는 디자인뮤지엄
- DK페스티벌 아시아 최고의 디자인전문전시
- 공공혁신 전문기관 위상 강화
- 디자인 CSR 프로그램 국제 인증

2050

미래 한류

행복디자인

한국디자인원 DK

- 국가디자인 정책원
- 디자인 수출 4,000억원
- 디자인플랫폼 글로벌 서비스 고도화
- 글로벌시장주도 디자인전문기업(1,000개)
- 한국 주력산업 D-Tech 산업 육성(10개)
- 해외 O2O 제조혁신센터 선도
- DKworks 생활지원 O2O 서비스 도입
- 세계일류디자인학교 육성(글로벌 Top10, 3개)
- GD 세계 3대 디자인어워드 성장(Entry 10,000)
- 해외디자인센터 한국 진출(15개국 글로벌 대상)
- 글로벌 거점 자립화 100% 달성
- 세계 10대 뮤지엄에 선정
- 디자인계 CES, DK페스티벌
- 국가디자인서비스 통합지원 전담기관 제도화
- 디자인주도 미래 산업생태계 개편
- 글로벌 공공혁신 센터
- CSR 선도기관

참고문헌

단행본

대니얼 서스킨드(2020), “노동의 시대는 끝났다: 기술 빅뱅이 뒤바꿀 일의 표준과 기회”, 와이즈베리
리처드 서스킨드, 대니얼 서스킨드(2016), “4차산업혁명시대, 전문직의 미래”, 와이즈베리
데이비드 섹스(2017), “아날로그의 반격: 디지털, 그 바깥의 세계를 발견하다”, 어크로스
에릭 브린올프슨, 앤드루 맥아피(2014), “제2의 기계시대: 인간과 기계의 공생이 새작된다”, 청림출판
앤드루 맥아피, 에릭 브린올프슨(2017), “머신/플랫폼/클라우드: 트리플 레볼루션의 시대가 온다”, 청림출판
엘렌 러펠 셀(2019), “일자리의 미래: 왜 중산층의 직업이 사라지는가”, 예문아카이브
한국디자인진흥원(2021), “한국디자인진흥원 50년사”, 한국디자인진흥원
황지영(2019), “리테일의 미래: 기술은 어떻게 소비를 바꾸는가”, 인플루엔셜
허재준(2019), “AI와 노동의 미래: 우려, 이론, 사실”, 한국경제학회 한국경제포럼
홍성국(2018), “수축사회: 성장신화를 버려야 미래가 보인다”, 메디치미디어

간행물 및 연구보고서

과학기술정책연구원(2014), “사회문제에 대한 현장 밀착형 조사분석사업”
국회미래연구원(2019), “2050년에서 보내온 경고”
국회예산결산특별위원회(2013), “한류의 가치 확산을 위한 전통공연예술의 활성화 방안”
산업통상자원부(2019), “4차 산업혁명 시대 국제표준화 선점 전략”
삼정KPMG경제연구원(2019), “2050 교육산업의 미래: 기술혁신과 플랫폼, 공유경제를 중심으로 ”
NH투자증권(2019), “노인들의 나라, 2050년 대한민국”
문화체육관광부(2018), “문화비전: 사람이 있는 문화”
정부·민간 합동작업반(2006), “함께하는 희망한국”
통계청(2019), “장래인구특별추계(2017~2067)”
환경부(2019), “제5차 국가환경종합계획(2020~2040)”
한국과학기술기획평가원(2020), “과학기술혁신 정책 어젠다”
한국과학기술한림원(2019), “2050년 10대 미래기술”
한국디자인진흥원(2019), “디자인분류체계 재정비(안) 연구 사업”
한국디자인진흥원(2020), “2020 디자인산업통계조사”
한국디자인진흥원(2020), “비대면 시대 디자인, 새로운 질서를 찾다”, 디자인이슈리포트 제46호
한국무역협회(2020), “글로벌 벨류체인 구조 내 서비스업의 위상 변화 및 시사점”
한국법제연구원(2018), “남북한 사회통합을 위한 사회문화부문 협력과 법제도 개선방안”
한국은행(2020), “코로나19 글로벌 확산이 세계 경제에 미치는 영향”

한국정보화진흥원(2019), “인공지능 시대의 리터러시와 사회적 신뢰”
한국정보화진흥원(2019), “AI와 고령화 시대의 일과 교육”
한국정보화진흥원(2019), “인공지능 시대의 데이터 : 공공데이터 품질의 현재와 미래”
한국정보화진흥원(2020), “미국內 인공지능 연구에 대한 향후 20년간 커뮤니티 로드맵”
한국콘텐츠진흥원(2019), “글로벌 한류 트렌드 2019”
European Commission(2016), “Innobarometer 2016 - EU business innovation trends”

전자자료(인터넷)

전주영(2019), “97개 시군구 인구 줄어 사라질 위기”, 동아일보, 2019.11.15.
<https://www.donga.com/news/Society/article/all/20191115/98369483/1>
Julia G.(2020), “Top Art & Design Schools In 2020”, QS TOP UNIVERSITIES,
<https://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/university-subject-rankings/top-art-design-schools-2020>
Nestpick(2021), “2050 Climate Change City Index”,
<https://www.nestpick.com/2050-climate-change-city-index/>

디자인비전 2050

Design Vision 2050

발행일	2021년 5월 19일
발행처	한국디자인진흥원
발행인	윤주현 원장
원고 및 편집	디자인혁신실 : 윤성원 실장, 현기봉 선임연구원 디자인연구실 : 이경순 실장, 진연탁 책임연구원, 백승현 선임연구원
디자인	이봉만
일러스트	최수진
ISBN	979-11-90340-79-3 03060

13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
T. 031-780-2046 F. 031-780-2040
www.kidp.or.kr / 챗봇 디자인DB(desingdb.com)

이 책에 실린 원고기고들은 각 필진들의 주관적인 글임을 밝힙니다.
이 책의 저작권은 한국디자인진흥원이 소유하고 있습니다.
한국디자인진흥원의 동의없이 무단으로 전재 및 복제할 수 없습니다.



