

# 디자인 정책

21세기 국가 선진 전략



세계디자인경영연구원  
Global Design Administration Service

# 디자인을 넘어선 디자인을 이끌어갈길

이어령

전 문화부 장관

한때 평범한 사람들이 향유하기에는 멀게만 느껴지던 디자인이 어느새 전통적 의미의 디자인에서부터 국가 디자인, 정책 디자인이라는 말이 어색하지 않을 정도로 우리 일상의 언어 속으로 보편화되어가고 있습니다. 이런 가운데 최초의 디자인 정책 전문 서적으로서 ‘디자인 정책’의 의미 있는 선구자 역할을 하게 된 것을 진심으로 축하합니다.

한 국가의 디자인 경쟁력은 그 국가의 관료 조직이 얼마나 디자인적 사고를 하는가에 달려 있다고 해도 과언은 아니라고 생각합니다. 특히 공공 디자인이 국가 경쟁력과 직결되는 21세기에는 그 디자인 발주자인 정부와 지자체 관리자들의 디자인적 소양이 경쟁력의 큰 변수로 작용하게 될 것입니다.

디자인적 소양은 거창한 것이 아닙니다. 디자인에 대한 관심 그리고 고정관념에서 벗어나 유연하게 사고할 수 있는 창의적인 마인드가 바로 가장 가치 있는 디자인적 소양이라고 생각합니다. 그런 의미에서 디자인 정책을 이끄는 관리자들은 디자인 정책에 대해 하나에서 열까지 아우르는 이 책을 통해 디자인적 소양을 탄탄하게 갖추 수 있게 될 것이라

고 확신합니다.

디자인은 우리나라 경제를 이끌 차세대 성장동력입니다. 그러나 훌륭한 디자인은 단지 디자인을 전공한 디자이너들만의 것이 아닙니다. 인문학자, 문화인류학자, 엔지니어, 일반 소비자 그리고 정부 관계자들의 통합적 전략을 통해 완성되는 디자인이야말로 지속가능한, 진정한 국가 핵심 경쟁력이라고 할 수 있는 것입니다.

디자인을 넘어선 디자인, 즉 '메타 디자인'을 통해 디자인을 위한 디자인이 아닌 인간을 위한 디자인, 모두를 위한 디자인으로 나아가는 데 이 책이 디자인 정책 분야에서 큰 주춧돌 역할을 해주리라 기대합니다.

## 저자의 말

하버드 대학 마케팅 교수인 짐 테일러 Jim Taylor는 어느 강연에서 디자인의 중요성을 불펜을 가지고 설명한 적이 있다. 그는 강연 도중 주머니에서 두 지루의 불펜을 꺼냈다. 하나는 몽블랑 마스터 피스였고 다른 한 개는 이름 없는 제품이였다. 그는 연단에서 뛰어내려와 관객 한 명에게 두 불펜으로 각각 줄을 그어보라고 부탁했다. 물론 그어진 줄에서는 별다른 차이점을 발견할 수 없었다. 그는 줄이 그어진 종이를 대중을 향해 흔들면서 물었다. “왜 어떤 사람들은 1달러짜리 불펜도 할 수 있는 기능을 위해 1,500달러를 지불할까요?”

질문에 대한 답은 개인에 따라 다를 수 있겠지만, 그 기저에는 제품의 가치를 창출하는 디자인이 있다고 할 수 있다. ‘1달러짜리 불펜도 할 수 있는 기능을 위해 1,500달러를 지불하는 시대’, 바로 제품 경쟁력에서 디자인이 중요시되는 이 시대를 잘 설명해줄 수 있는 말이 아닌가 싶다.

21세기 감성의 시대를 맞아 감성과 문화를 기반으로 한 소프트웨어 산업이 유망 분야로 급부상하고 있다. 세계적으로 주목받는 글로벌 일류 기업들의 대부분이 혁신적 디자인, 창조적 브랜드 이미지 등 차별화된 소프트

경쟁력 보유를 위해 노력하는 등 산업 패러다임의 변화로 인해 디자인의 중요성이 그 어느 때보다 크게 부각되고 있다. 기업들은 이제까지 선발 주자와의 기술 격차 축소에 주력했다면 앞으로는 디자인 등을 통한 감성 측면 강화에 더욱 주력해야 하는 상황이다.

이러한 디자인 파워는 이제 기업에만 국한되지 않고 국가 경쟁력 강화를 위한 핵심 요소로 인정받고 있다. 세계경제포럼 World Economic Forum, WEF, 스위스 국제경영개발원 International Institute for Management Development, IMD 등 매년 국가 경쟁력을 산출하는 기관의 자료에 의하면, 국가 경쟁력이 높은 선진국일수록 국가의 디자인 경쟁력이 높으며, 반대로 디자인 경쟁력이 높은 국가들이 국가 경쟁력도 높은 것으로 나타나고 있다. 결국 국가의 디자인 경쟁력과 국가 경쟁력은 선형 관계에 있다고 볼 수 있는 것이다.

세계 주요 국가들은 디자인을 자국의 기업과 국가의 운명을 결정하는 전략적 수단으로 인식하고 국가 차원에서 디자인 산업을 육성하기 위해 다각적인 노력을 해오고 있다. 인류 역사를 통해 볼 때, 키우는 것에서 만드는 것을 기반으로, 다시 서비스하는 것, 생각하는 것, 이는 것, 경험하는 것으로 부를 창출하는 시스템이 변화하면서 디자인은 국가의 부를 결정하는 요소가 됨으로써 디자인 산업 발전을 위한 정부의 역할이 그 어느 때보다 중요해졌으며, 이를 위해 각 국은 무한 경쟁을 하고 있다.

이 책은 원래 홍익대학교 국제디자인전문대학원 IDAS에서 2008년에 개설한 강좌인 '디자인 정책과 평가'의 강의 자료를 보완한 것이다. 디자인 정책이라는 이름으로 강좌가 개설된 것은 국내 최초라는 말에 처음에는 매우 부담스러웠던 것이 사실이었다. 하지만 전공분야별 이론과 실습에 익숙한 학생들에게 디자인 정책의 개념과 국내외 주요 디자인 정책의

실제 사례들을 가르침으로써 우리 디자인 정책의 발전 방안을 모색하고 현업에서의 정책 활용 및 참여 방법 등을 전파하는 것도 매우 의미 있는 일이라 판단되어 장고 끝에 강의를 맡게 되었다. 그러나 국내에서 처음 개설된 강좌인 관계로 교재로 활용할 만한 적당한 자료가 없어 커리큘럼을 짜고 강의 자료를 만드는 데 많은 어려움을 겪었다. 강의를 준비하며 국내외 각종 자료를 정리하던 중 부족하지만 디자인 정책의 이론과 실재를 전공 학생뿐 아니라 일반 대중에게 전달하면서 동시에 디자인 정책학의 정립을 위한 토대를 마련하자는 취지로 이 책을 내게 되었다.

이 책은 총 3장으로 구성되어 있다. 제1장은 디자인, 디자인 파워, 제2장은 디자인 정책, 제3장은 디자인 파워, 국민소득 4만 불 시대를 열다로 구성되어 있다.

제1장에서는 디자인을 처음 대하는 사람이 디자인에 대한 이해를 쉽게 하기 위해 현상으로서의 디자인을 체계적으로 소개하였다. 즉 디자인과 디자인 산업의 개념, 분류 등 이론적인 부분과 디자인이 경제적, 국가 혁신적 차원에서 얼마나 중요한 역할을 하는지 다루었다.

제2장에서는 디자인 정책의 개념, 유형, 수단 등을 본격적으로 다루면서 영국, 독일, 일본, 미국 등 주요 선진국의 디자인 산업 및 정책 현황을 언급하여 우리의 디자인 산업 및 정책 현황과의 비교를 용이하게 하였다. 끝으로 우리나라 디자인 산업 및 정책 현황을 각종 통계 자료를 통해 살펴보고 디자인 정책의 발전과정 및 주요 정책 등을 자세히 설명하였다.

제3장에서는 그간 추진해왔던 디자인 정책의 성과를 카테고리별로 살펴본 후 현 정부의 디자인 관련 국정과제인 '창의적 디자인 강국 구현'을 위해 국가적으로 추진해야 할 과제들을 제언 형태로 짚어보았다.

이 책이 디자인 정책을 좀더 깊게 이해하려는 일반 독자와 디자인을 학문적으로 접근하려는 학생, 그리고 현장 활동에 깊이를 더하고자 하는 디자인 실무자들에게 도움이 되기를 진심으로 희망한다. 아울러 디자인에 관심을 갖는 정책 입안자, 언론인, 관련 학계 인사들에게도 이 책이 어느 정도 유용성을 가진다면 우리나라 디자인 진흥기관의 대표를 역임한 사람으로서 더할 나위 없는 기쁨일 것이다.

세계적 경제난은 우리나라도 예외는 아니며 현재 우리는 위기를 기회로 전환시킬 국가적 전략이 필요하다. 문제의 시작은 외부에서 비롯되었지만 문제의 해결은 내부적 요인에서 찾아야 할 것이다. 디자인은 현 경제 위기를 기회로 전환시켜줄 최선의 전략이다. 대한민국을 1달러짜리 볼펜이 아닌 1,500달러짜리 볼펜으로 만들어줄 전략인 것이다.

끝으로 이 책이 세상에 나올 수 있도록 자료 정리에 한몫을 톡톡히 한 한국디자인진흥원 하승철 씨와 출간에 기꺼이 동참해준 휴엔즈 박진한 대표에게 깊이 감사드린다. 또한 정경원 서울시 디자인총괄본부장과 서울대 권영걸, 이순종 교수, 경희대 최명식 교수 그리고 고신대 금진우 교수를 비롯한 디자인 정책 분야의 선행 연구자들에게도 경의를 표한다.

2009년 10월

**이일규**

## 목차

추천사	2
저자의 말	4
<b>1장   디자인, 디자인 파워</b>	<b>15</b>
<b>1. 왜 디자인인가?</b>	<b>16</b>
1.1 패러다임의 변화	16
부록 1 국내외 명사들의 디자인 관	20
1.2 디자인과 디자인 산업	22
- 디자인의 개념	22
- 디자인의 분류	27
- 디자인 산업의 개념	34
- 디자인 산업의 분류	35
<b>2. 디자인 파워</b>	<b>39</b>
2.1 디자인의 비즈니스 파워	39
- 디자인 기능의 변화	39
- 디자인과 기업 경쟁력	41
2.2 디자인, 국가 혁신 수단	46



2장   디자인 정책	51
1. 디자인 정책이란 무엇인가?	52
1.1 정책의 이해	52
- 정책의 어원	52
- 정책의 개념	53
- 정책의 특징	54
- 정책의 변수와 구성 요소	54
- 정책의 유형	56
1.2 디자인 정책	59
- 정부의 디자인 지원 역사	59
- 디자인 정책의 개념	60
- 디자인 정책의 유형	61
- 디자인 정책의 수단	67
2. 주요 선진국의 디자인 정책	71
2.1 영국	71
- 디자인 산업 현황	71
- 디자인 정책 개관	75
- 최근 주요 디자인 정책	78
- 주요 디자인 기관	81
2.2 유럽 주요국	85
- 독일 디자인 산업 및 정책	85
- 프랑스 디자인 산업 및 정책	90
- 덴마크 디자인 산업 및 정책	93
- 스웨덴 디자인 산업 및 정책	96

- 네덜란드 디자인 산업 및 정책	98
- 핀란드 디자인 산업 및 정책	100
2.3 일본	101
- 디자인 산업 및 정책 개관	101
- 주요 디자인 기관	106
2.4 아시아 주요국	109
- 싱가포르 디자인 산업 및 정책	109
- 대만 디자인 산업 및 정책	112
- 중국 디자인 산업 및 정책	113
2.5 미국	115
2.6 국가별 디자인 진흥기관 주요 역할 종합	117
부록 2 세계 주요 디자인 단체 현황	119
부록 3 세계 주요 디자인 진흥기관 현황	120
3. 우리나라 디자인 정책	131
3.1 디자인 산업 현황	131
- 디자인 산업 경쟁력	131
- 디자인 산업 규모	134
- 기업체 디자인 활용 현황	135
- 디자인 전문회사 현황	138
- 디자인 인프라 구축 현황	140
- 디자인 교육 현황	141
부록 4 우리나라 주요 디자인 전문회사	144
3.2 디자인 정책의 발전 과정과 현황	145
- 디자인 정책의 시대별 변화	145
- 최근 디자인 정책의 주요 내용	151

- 정부 부처별 디자인 정책 현황	155
<b>부록 5</b> 지식경제부 디자인 전담부서 변화 추이	158
3.3 디자인 정책의 목표, 대상 및 주요 수단	159
- 한국 디자인 정책의 목표 및 대상	159
- 한국 디자인 정책의 주요 수단	161
<b>부록 6</b> 제4차 디자인진흥종합계획	167
<b>부록 7</b> 산업디자인진흥법 전문	171
3.4 한국디자인진흥원 주요 정책	180
- 중소기업의 디자인 개발 지원	180
- 디자인 전문회사의 경쟁력 제고 지원	188
<b>부록 8</b> 디자인 전문회사 창업 가이드	190
<b>부록 9</b> 디자인 전문회사 신고 요령	193
- 디자인 산업의 국제화 · 수출 산업화 지원	195
- 디자인 문화 확산	198
- 창의적 디자인 전문인력 양성	205
<b>부록 10</b> 차세대 디자인리더 육성사업 선정자 현황	212
- 공공부문의 디자인 개발 지원	218
<b>부록 11</b> 디자인나눔사업 기부자 현황	221
- 디자인 정책 개발 및 조사	224
<b>부록 12</b> 2008 국가 디자인 경쟁력 보고서	226
3.5 국내 디자인 기관 현황 및 역할	231
- 한국디자인진흥원	231
- 지역디자인센터	232
- 디자인혁신센터	233
<b>부록 13</b> 우리나라 주요 디자인 단체 현황	235

3장   디자인 파워, 국민소득 4만 불 시대를 열다	241
1. 디자인 정책 추진 성과 및 한계	242
1.1 개관	242
1.2 부문별 주요 성과	243
- 디자인 기반 구축	243
- 디자인 기술 개발	245
- 디자인 전문회사 육성	247
- 디자인 전문인력 양성	248
- 디자인 국제화	249
- 디자인 문화 확산	249
1.3 디자인 정책 추진의 구조적 한계	250
2. 국민소득 4만 불 시대를 여는 디자인 정책 제언	252
2.1 디자인 정책 수립 및 시행 구조 효율화	254
- 통합적 디자인 정책 추진 체제를 마련하자	254
- 정부 · 민간 네트워크링 메커니즘을 원활하게 작동시키자	256
- 효과적인 정책 수행을 위해 충분한 예산을 확보하자	258
2.2 디자인 수요 기반 확충 및 비즈니스 활성화	259
- 기업 활동에서 디자인의 역할을 증대시키자	259
- 디자인 업계 해외 진출 지원을 통해 신시장을 창출하자	261

- 디자인 사업 대가 기준을 마련하자	262
2.3 디자인 R&D 혁신	263
- 디자인을 통한 과학 기술의 상업화를 지원하자	263
- 디자인 지원 기술을 집중 육성하자	265
2.4 디자인 교육 선진화	266
- 다학제 · 융합형 교육을 확대하자	266
- 디자인 조기교육을 강화하자	268
2.5 디자인 경영 확산	269
- 디자인 경영 기법의 보급에 주력하자	269
2.6 디자인 문화 확산	271
- 체험형 디자인 문화를 구현하자	271
2.7 디자인의 사회적 역할 강화	272
- 디자인으로 공공 서비스를 개선하자	272
- 녹색 성장, 디자인 단계부터 실행하자	274
참고자료	277



# 이 디자인, 디자인 파워

## 1. 왜 디자인인가?

- 1.1 패러다임의 변화
- 1.2 디자인과 디자인 산업

## 2. 디자인 파워

- 2.1 디자인의 비즈니스 파워
- 2.2 디자인, 국가 혁신 수단

# 01.

## 왜 디자인인가?

### 1.1 패러다임의 변화

21세기 감성의 시대를 맞아 감성과 문화를 기반으로 한 소프트 산업이 유망 분야로 급부상하고 있다. 세계적으로 주목받는 글로벌 일류 기업들의 대부분이 혁신적 디자인, 창조적 브랜드 이미지 등 차별화된 소프트 경쟁력 보유를 위해 노력하는 등 산업 패러다임의 변화로 인해 디자인의 중요성이 그 어느 때보다 크게 부각되고 있다. 기업들은 이제까지 선발 주자와의 기술 격차 축소에 주력했다면 앞으로는 디자인 등을 통한 감성 측면 강화에 더욱 주력하여야 하는 상황이다.

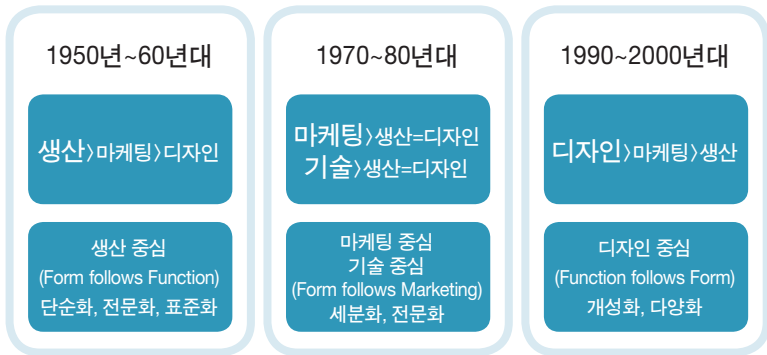
이러한 산업 패러다임의 변화는 기업 경영 전략의 변화를 유도하였다. 1950년대~60년대 기업 경영 전략의 핵심은 생산이었으며, 단순화, 전문화, 표준화가 전략적 목표였다. 그러던 것이 '70년대 들어 그 초점이 생산에서 마케팅으로 넘어갔으며 이때부터 디자인이 생산 활동의 부속 기능이 아닌 독자적인 영역으로 부각되기 시작하였다. 그러나 전략적 목



표는 여전히 세분화, 전문화였다. '80년대에는 기술이 기업 경영의 핵심으로 부각되어 정부는 대형 기반기술 개발에 열중하고 기업은 기업대로 첨단기술 개발 등 기술 혁신에 심혈을 기울였다. '90년대 들어와서는 글로벌 선진 기업들을 중심으로 디자인을 경영 전략의 핵심으로 인식하기 시작했으며 이에 따른 개성화, 다양화가 전략적 목표가 되었다. 이처럼 기업 환경 변화에 따라 디자인이 기업 전략의 핵심 목표로 부각되었으며 이미 일부 기업에서는 디자인을 중심으로 기업의 모든 기능이 통합되어 가고 있는 추세이다.

아울러 지방자치단체를 중심으로 하는 공공부문에서도 도시 공간은 물론 행정 과정에 디자인 개념을 도입하여 적극 활용하고 있는 추세이다. 최근 시·군·구 단위 행 기관에 도시 공공 디자인 부서가 별도로 신설되고 있는 현상이 이를 뒷받침해주고 있다.

[그림1-1] 산업 패러다임 변화에 따른 기업 전략의 변화<sup>1)</sup>



디자인 하면 우선 떠오르는 것이 외형과 관련된 심미적 특징이다. 그러나 디자인은 단순히 심미적 기능을 지닌 형태가 아니라 혁신과 밀접한

1) 조동성·이동현, 디자인, 디자인산업, 디자인정책, 디자인하우스, 1994, P.34 부분 수정

연관성을 갖는 ‘프로세스’로 정의될 수 있다.

바로 여기서 디자인의 중요성을 판단하는 기준이 갈라지게 된다. 디자인을 단지 ‘외모 가꾸기’와 연관된 미적 측면으로 간주하게 될 때 기업들이 얻게 되는 디자인 가치의 활용은 한계를 가질 수밖에 없다.

디자인이 혁신 프로세스라는 판단하에 이를 기업 전략의 핵심 요소로 편입시켜 모든 비즈니스 프로세스의 전략적 자원으로 활용할 때 그 효용 가치가 극대화되는 것이다. 이를 가장 잘 반영하는 사례가 iMac과 iPod으로 경영 위기를 성공으로 대반전시키는 성과를 거둔 애플사 Apple Inc. 라 하겠다.

[그림1-2] 애플사의 iPod과 iMac 디자인 사례

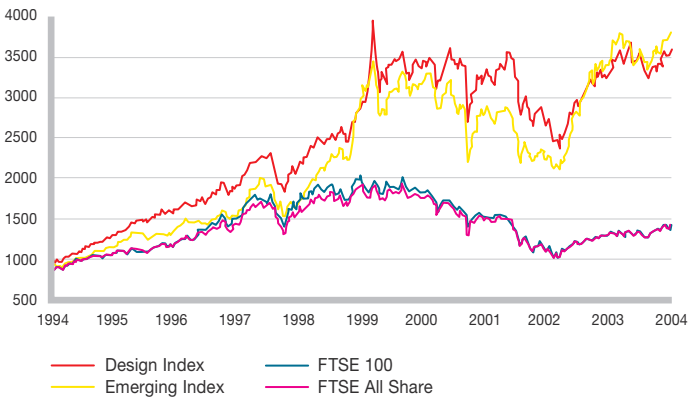


애플은 디자인 가치에 초점을 맞춘 기업 문화를 바탕으로 모든 제조 공정에 디자인적 사고를 활용했으며 새로운 사용자 경험을 창출하고 새로운 형태의 서비스를 만들어내는 등 부가가치 생산을 위한 디자인 잠재력을 극대화시킨 대표적 성공사례로 회자되고 있다.

이제 가격 경쟁력만 갖고 글로벌 경쟁 체제에서 살아남기란 사실상 불가능하다. 고객의 니즈를 미리 예측해 시장을 선도해나갈 수 있는 전략이 필요하다. 감성 시대, 고객의 오감을 만족시킬 수 있는 최대 무기, 바로 디자인 혁신 전략이다.

글로벌 경쟁이 가속화된 20세기 후반부터 기술의 발전 속도가 빨라지면서 경쟁업체 간 품질 수준이 평준화되어 제품 차별화가 어려워지게 되었다. 품질을 신뢰할 만하다거나 더 좋은 기능을 새롭게 추가했다고 팔리던 '생산 중심의 시대'가 지나고 제품을 통해 소비자의 문화 코드를 창조하는 '창조 중심의 시대'가 도래하면서 글로벌 기업들의 시선을 사로잡은 것이 '디자인'이다. 디자인은 이제 전 세계 기업 경영의 화두가 됐다고 해도 과언이 아니다. 이제 창조적 아이디어를 소비에 반영하여 차이를 만들어내고, 기업을 살리기도 하고 죽이기도 하는 것이 '디자인'인 시대가 된 것이다.

[그림1-3] 디자인의 주가 영향력<sup>2)</sup>



영국 디자인 카운슬이 조사 발표한 연구 보고서<sup>3)</sup>에 따르면, 1994년부터 2004년까지 10년 동안 디자인 중심 기업의 주가지수와 영국 FTSE 100 지수 런던증권거래소와 파이낸셜 타임즈가 공동으로 운영하는 100대 기업 중심의 주가지수 동향을 추적 조사하여 비교한 결과, 디자인 중심 기업의 주식 가치는 다른 기업에

2) Design Council, Design Index: The Impact of Design on Stock Market Performance, 2004, p.6

3) 전계서

비해 무려 200%나 상승한 것으로 나타났다.

또한 이 조사 결과에서 두드러진 매출 신장세를 기록한 기업들의 90%는 디자인이 경영 전략의 핵심 요소라고 대답한 반면 성장세가 더딘 기업들의 경우 26%만이 디자인의 중요성을 인식한 것으로 확인되었다. 이처럼 디자인은 기업의 경쟁력 강화에 크게 기여함으로써 그 중요성이 더욱 커지고 있다.

아울러 2007년 한국디자인진흥원이 디자인개발사업 성과를 분석한 결과 디자인 투자 전과 비교하여 디자인 투자 후 기업의 전체 매출이 40.6배나 증가하고 수출도 16.3배나 증가하는 등 디자인은 투자 대비 회수 효과 및 미래 전망에서 기술보다 효과적인 투자 수단으로 분석되고 있다.

## 부록 01

### 국내외 명사들의 디자인 관

#### 마거릿 대처/ 전 영국 수상 (1980년대 초)

디자인을 하지 않으려면 사퇴하라. (Design or resign)

#### 마크 드지어스크/ 미국산업디자인협회장 (2003년)

똑같은 가격과 기능을 가지고 경쟁한다면 디자인만이 유일하게 차별화시킬 수 있다.  
이젠 디자인의 새로운 황금시대이다.

#### **밥 헤이스/ 하버드 경영대학원 명예교수 (1991년 포춘지)**

15년 전에는 기업들이 가격으로 경쟁했고 지금은 품질로 경쟁한다. 하지만 미래는 디자인 경쟁의 시대가 될 것이다.

#### **스티브 잡스/ Apple CEO (2005년 8월 세계디자인포럼 기조연설)**

대부분의 사람들은 디자인을 겉모습의 포장쯤으로 생각하지만 이것은 진정한 디자인의 의미와 거리가 멀다. 디자인은 인간이 만든 창조물의 중심에 있는 영혼이다.

#### **애니타 로딕/ 보디숍 창립자 (1990년대)**

우리는 우리와 공동체 사이를 이어줄 스타일이나 문화를 창조해야 한다. 방법은 오직 뛰어난 디자인뿐이다.

#### **오가 노리오/ 소니 명예회장 (2006년 6월)**

우리는 가격, 성능, 기능면에서 소니와 경쟁사의 제품이 별 차이가 없다고 생각한다. 시장에서 우리 제품들을 돋보이게 만드는 유일한 요소는 디자인이다.

#### **이건희/ 삼성그룹 전 회장 (2005년 4월, 밀라노전략회의)**

21세기는 디자인의 시대: 월드 프리미엄 제품을 만들기 위해서는 디자인 · 브랜드 등의 소프트 경쟁력을 강화해 감성의 벽을 넘어야 한다.

#### **톰 왓슨 주니어/ 전 IBM 사장 (1970년대)**

좋은 디자인은 좋은 비즈니스를 의미한다.

#### **톰 피터스/ 경영학자 (2005년 1월)**

디자인은 우리 내부 깊은 곳에 있는 영혼이다.

#### **2000년 3월 20일자 TIMES 커버스토리**

The Rebirth of Design : 기능은 죽고 형태의 시대가 왔다. 라디오에서부터 자동차, 칫솔에 이르기까지 지금 미국은 스타일에 의해 지배되고 있다.

## 1.2 디자인과 디자인 산업

### 디자인의 개념

“기술과 품질이 쉬 낚고 바래는 시대”, 21세기 비즈니스는 기술이나 품질의 대안으로 디자인을 잡으려는 몸부림이 치열하다. 디자인을 통한 소비자 문화 코드의 선점이 기업이나 국가의 경쟁력을 좌우하게 됨으로써 사회적으로 디자인의 중요성이 크게 대두되고 있으며 이에 따라 디자인에 대한 대중의 관심 또한 고조되고 있다.

그렇다면 이렇게 시대적 흐름으로 조명받고 있는 디자인이란 대체 무엇인가? 디자인이 무엇인지 설명하는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 디자인은 실제로 매우 다양한 의미를 갖고 있으며 여러 분야에서 서로 다른 뉘앙스로 사용되고 있기 때문이다.

사전적 의미에서 디자인은 ‘의미하다, ‘표현하다’와 ‘그리다’의 두 가지 뜻을 가지고 있는 라틴어 ‘데시그나레 *designare*’에서 유래한다. 농경사회 시대 개인이 각자의 농지에 영역을 표시하는 행위나, 고대 점성술사들이 하늘의 별들을 연결하는 가상의 선을 그어 별자리를 그린 것과 같은 행위를 표현하던 말을 ‘데시그나레’라고 하였으며 이는 무질서한 요소들에 일정한 질서를 부여하여 의미 있는 형상을 만들어내는 행위 자체를 의미하는 것이다.

어원상의 의미로 본다면 디자인은 의도나 계획 또는 목표를 미리 생각하고 그것을 현실화하는 과정이라고 할 수 있다. 즉 사람의 생각을 시각화하는 행위라고 말할 수 있으며, 이러한 디자인 행위는 인류와 함께 시작되어 오늘날에는 인간 생활의 모든 부분에 커다란 영향을 미치고 있다.

디자인은 그다양한 의미로 인해 분야별로 제각기 다른 의미로 사용되고 있다. 미술에서는 창작을 위한 기본 구상이나 밑그림을 그리는 활동 또는 응용미술과 같은 영역을 나타내는 말로, 공학에서는 새로운 시스템을 창안하는 '설계'라는 의미로, 건축과 조경에서는 새로운 건물을 세우거나 공원 등을 조성하기 위한 '계획'으로, 자동차 산업에서는 외관을 다듬는 '스타일링'으로 받아들여지고 있다.<sup>4)</sup>

이처럼 디자인이라는 용어는 일상에서 그것이 적용하는 바에 따라 매우 다양하게 쓰이면서 조금은 모호한 의미로 사용되고 있는 것이 사실이며, 실제로 국가마다 분야마다 다른 의미로 사용되어왔다. 심지어 한 국가 내에서도 역사적 시점에 따라 각기 다른 의미로 사용되어 오고 있다.

일례로 마케팅 분야에서는 디자인을 인간의 삶에 유용한 제품과 서비스를 창출하는 본원적 가치 창출의 역할을 의미한다고 보고 있으며, 기술이나 공학 분야에서는 문제 해결을 위해 창의성을 발휘하는 프로세스와 시스템으로 해석하고 있다.

다양한 의미로 해석되고 있는 디자인을 정의한다는 것이 사실상 쉽지는 않지만 대표적 국제 디자인 기구로 알려진 국제산업디자인단체협의회 International Council of Societies of Industrial Design, ICSID 가 밝힌 정의를 통해 그 일반적 의미를 살펴보면 “디자인은 창조적 활동으로서 그 목적은 전체 라이프 사이클에 있어서 물체, 프로세스, 서비스, 그리고 그것들의 시스템에 대한 다양한 측면에서의 특성을 만드는 데 있다. 그러므로 디자인은 기술의 혁신적 인간화에 있어 중심 요소이자 문화·경제적 변화의 중요한 요소라 할 수 있다.”<sup>5)</sup> 라고 정의하고 있다.

이는 디자인의 여러 영역을 잘 포괄하는 개념이라고 볼 수 있는데 ‘물

4) 정경원, 사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2003, p.19

5) [www.icsid.org/about/about/articles31.htm](http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm) : "Design is a creative activity whose aim is to establish the multi-faceted qualities of objects, processes, services and their systems in whole life cycles. Therefore, design is the central factor of innovative humanisation of technologies and the crucial factor of cultural and economic exchange."

체 objects'와 '프로세스 processes', '서비스 services'와 그것들의 '시스템 systems'은 개념상 사용자에게 제공되는 유무형의 모든 것을 의미한다. 이것은 일반인들이 보통 디자인 하면 '만질 수 있는 물건'만을 생각한다는 차원에서 디자인은 물건뿐 아니라 프로세스나 서비스, 그리고 시스템에 관한 것까지 포함하고 있다는 것을 설명해주고 있다. 또한 '기술의 혁신적 인간화 innovative humanisation of technologies'는 디지털 기술의 발달에 따라 다양하게 분화·변화되고 있는 디자인 영역을 포괄적으로 잘 설명하고 있다고 할 수 있다.

시대와 관점에 따라 다르게 정의되고 있는 디자인의 정의를 국제산업

[ 표1-1 ] 생활 차원에서의 디자인에 관한 여러 정의들<sup>6)</sup>

구분	디자인 정의		비고
생활 (국민·개인)	피터 고브 Peter Gorb	디자인은 사람이 보고, 만지고, 들을 수 있는 무언가를 만들어내는 것을 기획하는 것이다.	영국 런던비즈니스 스쿨 학장
	브리짓 모조타 Brigitte Borja De Mozota	디자인은 문제해결 활동이자 창조적인 활동, 체계적인 활동이며 조화의 활동이다. 매니지먼트 또한 해결 활동이자 체계적인 활동, 그리고 조화 활동이라고 말할 수 있다.	프랑스 파슨스 파리 디자인경영 교수
	마이클 포터 Michael Porter	디자인은 일상생활에 형태 및 질서를 부여하는 것	경영학자, 미국
	프랑크 누보 Frank Nuovo	디자인은 해결 방안을 도출하는 것이며 모든 사람들이 매일 하는 것이다.	디자이너, 미국
	톰 피터스 Tom Peters	디자인은 기본적으로 제품의 아름다운 형태를 만드는 일을 담당하지만 이와 함께 비즈니스, 서비스, 고객 그리고 가치를 보장하는 차원으로 확장된다.	경영학자, 미국
	부르스 아처 Bruce Archer	디자인은 인간의 물질적, 정신적 욕구를 충족시키기 위한 환경을 조성하는 역량인 인간의 경험과 기술, 지식을 다루는 분야이다.	디자인학자, 영국

6) 한국법제연구원, 창의적인 디자인강국 구현, 2008, pp.20-21 부분 수정



디자인단체협의회가 내린 정의를 기초로 보다 간략히 정리하자면 디자인은 첫째, 기업의 제품과 서비스의 가치를 창출하고 둘째, 국민의 생활 문화를 형성하는 경험과 기술, 지식 체계로서 생각을 구현하는 프로세스이자 결과물로 정의 내릴 수 있다.

[표1-2] 산업 차원에서 디자인에 관한 여러 정의들<sup>7)</sup>

구분	디자인 정의		비고
산업 (기업 · 사회)	한국디자인학회	디자인은 융합지식이자, 전 방위적 시각을 필요로 하는 통합적 학문이므로 인문학, 과학, 예술 간의 융합을 통해 새로운 가치를 제시하고 산업경제적인 부가가치를 창출하며, 동시에 환경과 인간의 행동을 비교한다. 디자인은 창조시대와 개념시대에 필요한 새로운 교양.	한국 디자인학회 윤리강령
	미국산업 디자이너협회 IDSA	산업 디자인은 콘셉트를 전개시키고 발굴해내는 전문적인 서비스라고 할 수 있으며 사용자와 생산자 모두의 효익을 만족시키기 위한 제품과 시스템의 기능과 가치, 그리고 외형을 가장 이상적으로 조화롭게 표현해낼 수 있는 전문적인 분야이다.	IDSA membership charter
	국제산업디자인 단체협의회 ICSID	디자인은 창조적 활동으로서 그 목적은 전체 라이프 사이클에 있어서 물체, 프로세스, 서비스, 그리고 그것들의 시스템에 대한 다양한 측면에서의 특성을 만드는 데 있다. 그러므로 디자인은 기술의 혁신적 인간화에 있어 중심요소이자 문화 · 경제적 변화의 중요한 요소라 할 수 있다.	ICSID definition of design
	국제그래픽디자인 단체협의회 Icograda	커뮤니케이션 디자인은 이미지의 생산에 있어 결코 단순하지 않지만 커뮤니케이션 문제의 시각적 해결의 현실화의 분석, 구성, 방법과 관련된 지적이고 기술적이며 창의적인 활동이다.	Icograda General Assembly 22, La Habana, Cuba, 26 Oct ober 2007

7) 전계서, p.20, 부분 수정

[ 표 1-3 ] 국가 차원 (제도 · 법)에서의 디자인에 관한 여러 정의들<sup>8)</sup>

구분	디자인 정의	비고
국가 (제도 · 법)	산업 디자인이라 함은 제품 등의 미적 · 기능적 · 경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적 · 심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위를 말하고, 제품 디자인 · 포장 디자인 · 환경 디자인 · 시각 디자인 등을 포함한다.	지식경제부: 산업디자인 진흥법 제2조 (정의)
	문화산업이라 함은 문화상품의 기획 · 개발 · 제작 · 생산 · 유통 · 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로서, '문화상품'이라 함은 예술성 · 창의성 · 오락성 · 여가성 · 대중성 (이하 '문화적 요소'라 한다)이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유 · 무형의 재화 (문화콘텐츠, 디지털 문화콘텐츠 및 멀티미디어 문화콘텐츠를 포함한다)와 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.	문화 체육관광부: 문화산업진흥 기본법 제2조 (정의)
	건축 디자인이란 품격과 품질이 우수한 건축물과 공간환경의 조성으로 건축의 공공성을 실현하기 위하여 건축물과 공간환경을 기획 · 설계하고 개선하는 행위를 말한다.	국토해양부: 건축기본법 제3조 (정의) 4항
	디자인이라 함은 물품 (물품의 부분 및 글자체를 포함한다)의 형상 · 모양 · 색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다.	특허청: 디자인보호법 제2조 (정의)
프랑스	2차원, 3차원의 새로운 디자인 및 구조적으로 구별되거나 개별화된 새로운 산업 디자인 또는 외부효과로 인하여 고유하고 새로운 외관을 나타내는 모든 산업 디자인	구 산업디자인법 L, 511-3 (1998 유럽 지침 97 CB 이전)

구분	디자인 정의		비고
국가 (제도·법)	EU	디자인이란 물품 자체의 선, 윤곽, 색채, 형상, 질감 및 또는 재질 및 또는 그 장식의 특징을 통한 물품의 전체 또는 일부의 외관을 의미한다.	유럽지침 (Directive) 규칙 제3조
	일본	의장(디자인)이라 함은 물품(물품의 부분을 포함한다)의 형태, 모양, 색채 또는 이들을 결합한 것으로 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것이다.	산업디자인법

## 디자인의 분류

### 1) 디자인 영역의 분류

디자인은 예술에서 시작되어 공예로, 다시 산업화 과정을 거쳐 공예에서 탈피, 산업 디자인이라는 보다 세분화되고 전문화된 영역으로 존재하게 되면서 그 활용 목적에 따라 각각의 영역이 구분되었으며, 이에 따라 공예나 건축, 패션 등과는 독립된 분류 체계를 가지게 되었다.

18세기 중반 산업혁명 이후 디자인은 생산성을 바탕으로 기술적인 것 과학과 예술적인 것이 조화된 새로운 분야였기 때문에 최근 들어 디지털 기술의 발달에 의해 디자인 영역이 세분화되기 전까지는 디자인 자체가 곧 산업 디자인을 의미하는 것으로 이해되어왔다.

산업 디자인이라는 용어는 1948년 마트 스타 <sup>8)</sup> Mart Stam 이라는 사람이 처음 사용한 것으로 알려져 있는데 산업 디자인은 모든 산업적인 영역에 관계하여 새로운 재료를 통한 조형에 관계되는 것이라고 하였다. 초기

8) 전계서, pp.19-20, 부분 수정

[그림 1-4] 기존의 디자인 분류 체계 (활용 목적에 따른 분류)



의 산업 디자인은 단지 산업적인 영역과의 관계를 통해 개념 정립이 되었으나 오늘날 디자인은 역사적, 문화적, 기술적인 조건들을 모두 반영하는 위치에 있다는 관점에서 이해되고 있다.<sup>9)</sup>

산업 디자인은 여러 디자인 분야가 서로 비슷한 이름을 가지고 있고, 때로 중복되거나 서로 밀접한 관계를 가지고 있는 경우가 많아 그 분야를 명확히 구분하기는 어려우며 학자마다 서로 다른 견해를 표방하고 있다. 특히 우리나라에서는 1960년대 이후 산업화가 본격적으로 추진되면서 정부 관료들의 관념 속에 ‘산업’이라는 용어가 매우 긍정적으로 자리 잡고 있어 ‘디자인’이라는 용어 앞에 ‘산업’을 붙여 상당 기간 사용하기도 하였다. 그러므로 지금부터는 21세기 융복합 시대에 제품 디자인으로 오인받을 수 있는 ‘산업 디자인’이라는 용어를 ‘디자인’으로 표현하고자 한다.

일반적으로 디자인은 디자인 활동 매체의 특성에 따라 다음과 같이 세 가지로 크게 나눌 수 있다. 첫째, 인간 생활에 필요한 정보와 지식을 보다

9) 최성윤, Design · 디자인, 조형사, 2001, p.14

신속 · 정확하게 전달하기 위한 시각 전달 디자인, 둘째, 인간 생활의 발전에 필요한 제품 및 도구를 생산하기 위한 제품 디자인, 셋째, 인간 생활에 필요한 환경 및 공간을 보다 적합하게 하기 위한 환경 디자인 등이다. 이를 좀더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

### ■ 시각(전달) 디자인

그래픽 디자인이라고도 하며 정보의 전달, 홍보, 인간의 의사를 시각적으로 전달하는 디자인을 의미한다. 시각 메시지를 전달하는 매체의 특성상 평면적인 작업이 많고 CIP Corporate Identity Program, 광고, 포장, 편집, 웹 등 소비자에게 기업의 이미지를 시각적으로 전달할 수 있는 다양한 기업 활동을 지원한다. 어떤 다른 목적보다도 의사 전달 목적을 최고로 추구한다. 특히 기업의 이미지와 관련된 프로그램의 개발 및 유지에 시각 디자인의 중요한 역할로서 최근 브랜드와의 관련성이 더욱 높아지고 있다.

### ■ 제품 디자인

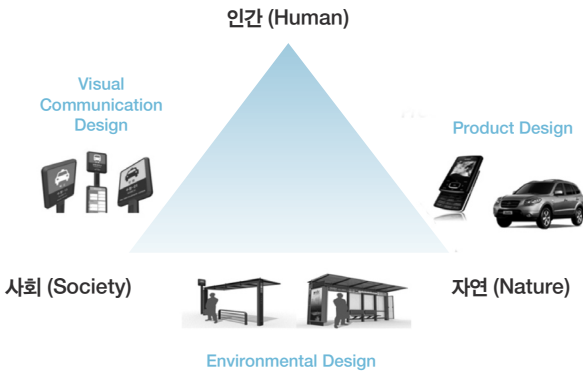
산업적 방법으로 대량 생산되는 것을 전제로 하는 제품의 외 · 내적 형태 및 특징을 창출하는 조형 활동을 말한다. 제품의 구조, 외형, 표면처리, 색상, 조작 요소 등을 구성하는 창조 활동으로 생산, 판매, 소비 등 현대 산업사회와 가장 밀접한 관련을 맺고 있는 디자인 분야이다. 여기에는 공업 디자인, 공예 디자인, 가구 디자인, 차량 · 선박 디자인 등이 포함된다.

### ■ 환경 디자인

인간이 살고 있는 환경 자체를 보다 편리하고 아름답게 만들기 위해 디

자인하는 영역으로서 전시 디자인, 실내 디자인, 건축 디자인, 조명 및 도시계획 등을 포괄한다. 주로 기업과 관련된 분야로는 전시회나 매장에서 고객의 효율적인 참여와 구매를 유도하는 전시 디자인과 업무 효율성을 높이는 실내와 건축, 기타 공간에 대한 디자인 등이 있다.

[그림1-5] 디자인과 환경과의 관계를 기준으로 한 디자인 분류<sup>10)</sup>



또한 디자인을 인간을 중심으로 한 주변 환경과의 관계를 기준으로 살펴보면, 삼각형의 꼭지점에 각각 인간, 자연, 사회를 위치시켜 도식화할 수 있다. 첫째 인간과 자연을 연결시키는 ‘도구적 장비’로서 제품 디자인을, 둘째 인간과 사회를 연결시키는 ‘정신적 장비’는 인간들 서로 보다 깊은 이해를 실현하는 것으로서 커뮤니케이션 디자인으로 표현할 수 있다. 그리고 사회와 자연을 연결시키는 ‘공간적 장비’는 환경 디자인으로 그 연결 고리를 대신할 수 있을 것이다.<sup>11)</sup>

한편 디자인은 표현하는 방식에 따라 평면을 대상으로 하는 2차원 디자인 평면 디자인, 입체와 공간을 대상으로 하는 3차원 디자인 입체 디자인, 영

10) 홍상희, 디자인영역 분류체계, 2007 디자인대토론회 정책연구보고서, 한국디자인진흥원, 2007, p.159

11) 전계서, p.159

[ 표1-4 ] 디자인의 차원별 분류<sup>12)</sup>

구분	시각디자인	제품디자인	환경디자인
2차원 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CI · BI 디자인</li> <li>• 사인 · 심볼 디자인</li> <li>• 문자 디자인</li> <li>• 편집 디자인</li> <li>• 광고 디자인</li> <li>• 그래픽 디자인</li> <li>• 포스터 디자인</li> <li>• 2D 일러스트레이션</li> <li>• 픽토그램 디자인</li> <li>• 사진 디자인</li> <li>• 캐릭터 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 텍스타일 디자인</li> <li>• 벽지 디자인</li> <li>• 태피스트리 디자인</li> <li>• 인테리어 패브릭 디자인</li> <li>• 카펫 디자인</li> <li>• 제품 그래픽 디자인</li> <li>• 서페이스 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 슈퍼 그래픽</li> </ul>
3차원 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포장 디자인</li> <li>• SP 광고 디자인</li> <li>• POP 광고 디자인</li> <li>• 디스플레이 디자인</li> <li>• 전시 디자인</li> <li>• 원도 디스플레이 디자인</li> <li>• 3D 일러스트레이션 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주얼리 · 액세서리 디자인</li> <li>• 코스튬 어패럴 디자인</li> <li>• 전자제품 디자인</li> <li>• 산업기기 디자인</li> <li>• 공예 디자인</li> <li>• 생활용품 디자인</li> <li>• 미디어제품 디자인</li> <li>• 운송기기 디자인</li> <li>• 의료기기 디자인</li> <li>• 조명기기 디자인</li> <li>• 가구 디자인</li> <li>• 문구 · 사무용품 디자인</li> <li>• 가로시설물 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인테리어 디자인</li> <li>• 건축 디자인</li> <li>• 점포 디자인</li> <li>• 디스플레이 디자인</li> <li>• 도시 디자인</li> <li>• 조경 디자인</li> <li>• 스트리퍼니처 디자인</li> <li>• 엑스테리어 디자인</li> </ul>
4차원 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV CF 디자인</li> <li>• 애니메이션</li> <li>• 영상 디자인</li> <li>• 컴퓨터 그래픽스</li> <li>• 홈페이지 디자인</li> <li>• 사이버 쇼핑물 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 컴퓨터 그래픽 모델링</li> <li>• 제품 시뮬레이션 디자인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도시 디자인</li> <li>• CG 시뮬레이션</li> <li>• 박람회</li> <li>• 무대 디자인</li> </ul>

상, 음악, 움직임 등을 동반하는 시간에 관계되는 디자인인 4차원 디자인으로 구분할 수도 있다.

12) 조동성 · 이동현(1998), 디자인, 디자인산업, 디자인정책과 홍상희(2007), 디자인 영역 분류체계, Korea Design Forum 2007 분류체계를 바탕으로 재구성

## 2) 디자인 기술 분류 체계에 따른 디자인 분류

최근에는 디지털 기술의 발달로 인해 디자인 분야의 변화가 가속화되고 있으며 이에 따라 디자인의 각 영역은 점점 통합되어가거나 새로운 영역이 분화되어 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 웹 디자인, 아이덴티티 디자인, 인터페이스 디자인 등과 같이 이전에 존재하지 않던 디자인 분야의 출현도 이와 같은 맥락에서 설명할 수 있다.

과학 기술의 진보에 따른 첨단 기술의 발전은 사람들의 생활양식과 생활환경에 혁신을 불러와 디자인 영역 간의 구분을 모호하게 만든 것이 사실이다. 시각물과 제품, 제품과 의상, 환경과 제품 등의 구분이 모호한 가운데 컴퓨터 중심의 통합적 생활환경 및 생활양식 자체를 제안해야 하는 디자인 과제뿐 아니라 감성공학, 인터페이스 디자인 등 인간의 심리, 인지 구조, 행태 등에 대한 이해 없이는 불가능한 디자인 분야가 출현하고 있다.

따라서 디자인 기술의 분류를 살펴보는 것은 변화하고 있는 디자인 영역을 살펴볼 수 있는 또 다른 기준이 될 수 있다.

디자인 분야는 여러 학문과 연관되어 있는 특성을 지니고 있어 디자인 이론, 방법, 실제 등의 중심 분야를 철학, 역사, 문화, 과학, 기술, 인간공학, 공학, 생산 등이 에워싸고 있으며, 이것은 다시 다른 학문 또는 기술 체제와 연관을 갖는다.

2002년 한국디자인학회가 발표한 디자인 기술 분류 체계를 살펴보면 디자인 기술은 크게 공통요소기술, 기초기반기술, 전용기술로 구분할 수 있다.

공통요소기술은 디자인 기술 분야에 광범위하게 적용될 것으로 예상



되는 개념, 요소, 공정, 또는 과학적 현상에 대한 조사를 통해 개발 결과가 제품 또는 서비스에 범용적으로 적용될 수 있는 기술이다. 다수의 기업 제품 또는 공정에 활용함으로써 각자의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 기술로서 디자인의 학문적인 접근이 주로 이에 해당된다. 디자인 인문학, 디자인 지식, 디자인 이론, 그리고 기타 공통요소기술로 구분할 수 있다.

기초기본기술은 디자인 산업에서 R&D, 생산, 마케팅을 촉진하는 제품의 규격화, 기술의 표준화 그리고 제품 또는 기술의 측정 방법에 관한 사항 등 산업 기술의 기본이 되는 요소로서 제품의 개발과 생산을 촉진

[그림1-6] 디자인 기술 분류 체계를 기초로 한 디자인 분류<sup>13)</sup>



13) 한국디자인진흥원 · 한국디자인학회, 디자인기술 분류체계, 2002, p.22

하는 기술을 포함하고 있다. 즉 디자인 조형, 디자인 공학, 디자인 상징, 디자인 경영, 디지털 디자인, 디자인 방법, 그리고 기타 기초기반기술로 구성된다.

전유기술은 기술 개발의 결과가 디자인 관련 기업의 특정 제품 또는 기술에 국한되어 적용되는 기술을 말한다. 즉 프로젝트 응용, 공업 디자인, 시각정보 디자인, 환경 디자인, 업종별 디자인 기술, 그리고 기타 전유기술로 구성된다.

## 디자인 산업의 개념

디자인은 인간의 생활 목적에 따라 실용성과 미적 조형을 고려하여 용도, 기능, 재료 및 경비와 조형미 등 여러 조건을 수반하여 시행되는 작업이라 할 수 있다. 따라서 디자인은 우리의 삶 모든 영역에 관여하고 있다. 이러한 관점에서 디자인은 산업화 과정을 거치면서 상업적 가치 창출을 위한 수단으로 발전되어왔다.

일반적으로 산업이라는 용어는 모든 분야의 생산적 활동 전반을 지칭하는 동시에 전체 산업을 구성하는 각 부문, 다시 말해 각 업종을 지칭하는 말로 사용된다. 같은 종류의 제품 또는 서비스를 공급하는 기업, 즉 복수의 기업이 존재하고 있는 경우에는 이들이 서로 경쟁 관계에 있는 동일한 분야를 산업이라 한다. 이러한 정의 방식은 디자인 산업을 정의할 때도 똑같이 적용될 수 있는데, 디자인 비즈니스를 이루는 많은 기업 그룹이나 영역을 ‘디자인 산업’으로 이해할 수 있다. 디자인이라는 서비스를 생산하는 기업들의 집합, 더 구체화하면 디자인 서비스를 생산하는

디자인 전문회사들의 집합으로 정의 내릴 수 있는 것이다.<sup>14)</sup>

산업사회에서 정보화 사회로의 변화는 디자인 산업 형태에도 영향을 미치고 있다. 제조업 중심의 사회에서 정보와 지식 관련 산업 중심의 사회로 변화되고 있으며, 디자인 관련 산업 또한 공산품을 대상으로 하는 제품 디자인에서 정보와 지식을 대상으로 하는 시각 디자인과 인터페이스 디자인 등의 산업 영역으로 확대되고 있다. 이러한 변화는 기술 발달에 따라 디자인의 역할과 영역이 확대되고 있기 때문에 디자인 산업의 영역 또한 확대될 수밖에 없다. 따라서 디자인 산업은 디자인 컨설팅에서부터 디자이너 브랜드까지 그 영역이 매우 넓다고 볼 수 있다.

## 디자인 산업의 분류

디자인을 다양한 방법으로 분류할 수 있듯이 디자인 산업 또한 그 분류 기준이 다양하다.

먼저 디자인 산업에 대한 서울대 조동성·가톨릭대 이동현 교수의 선행 연구를<sup>15)</sup> 살펴보면 디자인 산업을 포함한 기존의 산업 분류는 대부분 단순한 생산 활동과 물리적 특성을 기준으로 하고 있음을 알 수 있다. 이는 현대 기업의 활동이 과거에 비해 복잡·다양해지고 있으며 소비자의 특성 또한 과거와는 다른 양상을 보이기 때문이다. 그러므로 새로운 분류 체계가 필요한데 조동성은 디자인 산업을 가치 사슬 value chain이라는 기준에 따라 분류하고 있다.

이는 기업의 경영 활동에 따라 디자인 산업을 분류한 것이다. 가치 사슬은 한 기업의 전체 활동을 전략적으로 연관성이 있는 여러 개의 활동

14) 남주현, 디자인산업의 정의와 범위, 2007 디자인대토론회 정책연구보고서, 한국디자인진흥원, 2007, p.17

15) 조동성·이동현, 디자인, 디자인산업, 디자인정책, 디자인하우스, 1994, pp.62-71

으로 나누어 파악함으로써 기업이 갖는 경쟁 우위의 원천을 분석하기 위해 개발된 분석 도구이다. 이 모델은 기업 내에서 일어나는 각 활동을 본원적 활동(핵심 활동)과 지원 활동으로 구분하여 파악함으로써 부가가치를 창출하는 요소들을 명확히 구분해낼 수 있게 해준다.

[그림 1-7] 디자인 산업의 가치 사슬<sup>16)</sup>



가치 사슬에 따라 디자인 산업의 본원적 활동은 ① 소비자 조사 활동, ② 제품 설계 활동, ③ 제품 제조 활동, ④ 제품 포장 활동, ⑤ 광고 활동의 다섯 가지로 볼 수 있다. 이를 기초로 다음과 같은 디자인 산업의 분류를 제시하였다.

이와 같이 가치 사슬에 의한 디자인 산업 분류 체계는 산업에서 일어나는 여러 가지 활동의 경제적 가치를 분류 기준으로 하고 있다. 따라서 생산 활동의 물리적 성질을 기준으로 한 기존의 표준 산업 분류에서 얻을 수 없는 성질, 즉 디자인을 통해 창출되는 부가가치의 원천과 크기를

16) 전계서, p.63

[ 표 1-5 ] 가치 사슬에 의한 디자인 산업 분류 체계<sup>17)</sup>

	소비자 조사	제품 설계	제품 제조	제품 포장	광고
수송기기 (자동차, 선박 등)		제품 디자인			시각 디자인
전자정보기기 (TV, 라디오, 컴퓨터 등)					
정밀기기 (시계, 카메라 등)					
섬유 (염색)	패션 디자인				
패션					
공예품	공예 디자인				
건축	환경 디자인				
인테리어					

파악할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 그러나 디지털 기술의 발달에 따라 새로운 개념의 제품 및 서비스가 등장하고 경제의 흐름이 디지털 기술을 중심으로 재편되는 상황에서 변화의 흐름을 제대로 반영하지 못하는 평가가 있다.

또한 통계청의 한국표준산업분류<sup>KSIC</sup>를 살펴보면 디자인 산업을 제품 및 서비스의 물리적 특성과 종류와 용도, 생산 공정과 기술의 기준에 따라 다음과 같이 분류·관리하고 있음을 볼 수 있다.

17) 전계서, p.70

[ 표 1-6 ] 제9차 한국표준산업분류에 따른 디자인 관련 산업 분류<sup>18)</sup>

M	전문, 과학 및 기술 서비스업 (대분류)
71	전문서비스업
713	광고업
7139	기타 광고업
71393	광고물 작성업
72	건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업
721	건축기술, 엔지니어링 및 관련기술 서비스업
7211	건축 및 조경설계 서비스업
72111	건축설계 및 관련 서비스업
72112	도시계획 및 조경설계 서비스업
73	기타 전문, 과학 및 기술 서비스업 (중분류)
732	전문 디자인업 (소분류)
7320	전문 디자인업 (세분류)
73201	인테리어 디자인업 (세세분류)
73202	제품 디자인업
73203	시각 디자인업
73209	기타 전문 디자인업

18) 통계청 고시 제 2007-53호, 2007년 12월

## 02.

# 디자인 파워

## 2.1 디자인의 비즈니스 파워

### 디자인 기능의 변화

우리는 이 시대를 문화의 시대, 감성의 시대라 부른다. 개인의 가치와 니즈가 우선시되는 글로벌 경쟁에서 경쟁 우위를 확보하기 위한 마지막 보루로 문화와 감성, 창조성과 같은 소프트 파워가 주목받고 있는 것이다.

디지털 시대의 도래와 세계화의 급속한 진전으로 인해 기업들 간의 경쟁이 심화되면서 기업 경쟁의 패러다임이 바뀌고 있으며 많은 기업들이 새로운 성장동력을 확보하기 위해 노력하고 있다. 소비자 중심으로 시장 환경이 변화되면서 기술과 자원의 평준화에 직면한 기업들은 경쟁 우위를 담보할 수 있는 지속가능한 부가가치 창출의 원동력이 '디자인'이라

는 사실을 새롭게 깨닫고 있다.

세계적 글로벌 기업인 P&G의 CEO인 래플리 A. G. Lafely는 “디자인의 가치가 세상을 지배한다. 모든 분야에 걸쳐 소비자들은 더 나은 디자인에 관심을 보이며, 이를 입증하는 증거는 무수히 많다.”라고 하였다. 그리고 Sony의 노리오오가 Norio Ohga 명예회장은 “우리 제품은 기술력과 가격, 성능, 기능면에서 다른 경쟁사 제품과 별 차이가 없다고 생각한다. 시장에서 우리 제품을 돋보이게 만드는 유일한 요소는 디자인이다.”라고 주장한 바 있다. 또한 BMW는 포춘지 Fortune magazine를 통해 “BMW에서 디자인은 종교와 같이 다루어진다.”라고 밝히고 있다.<sup>19)</sup> 이러한 주장들은 한결같이 기업 경쟁력의 중심에 디자인이 있음을 말하고 있다.

하버드 경영대학원의 대학원장을 역임한 밥 헤이즈 Bob Hayes 교수는 “15년 전에는 기업들이 가격으로 경쟁했고, 지금은 품질로 경쟁한다. 하지만 미래는 디자인 경쟁의 시대가 될 것이다.”<sup>20)</sup> 라고 주장하여 비즈니스에서 디자인의 중요성이 어떻게 변하고 있는지에 대해 설명하고 있다.

디자인 기능의 단계별 변화를 살펴보면 초기 단계에는 디자인이 제품의 스타일을 증진시키는 기술로 간주되어 대체로 기본적인 제품 디자인이 결정된 다음에 형태를 꾸미는 색채, 그래픽 등의 스타일로서의 디자인의 역할이 강조되었다.

그후 시장 경쟁이 격화되자 경영자들은 소비자의 욕구를 알아내기 위한 조사에 보다 관심을 두어야 된다는 사실을 깨닫게 되었고, 이 과정에서 디자인은 엔지니어링, 마켓 리서치 등과 연결되어 더 나은 제품을 위한 방법으로 고려되게 되었다.

이는 더욱 발전하여 경영 활동에 있어 마케팅을 위한 커뮤니케이션

19) Tom Peters, Re-imaginel, Darling Kindersley Limited., 2003, p.143

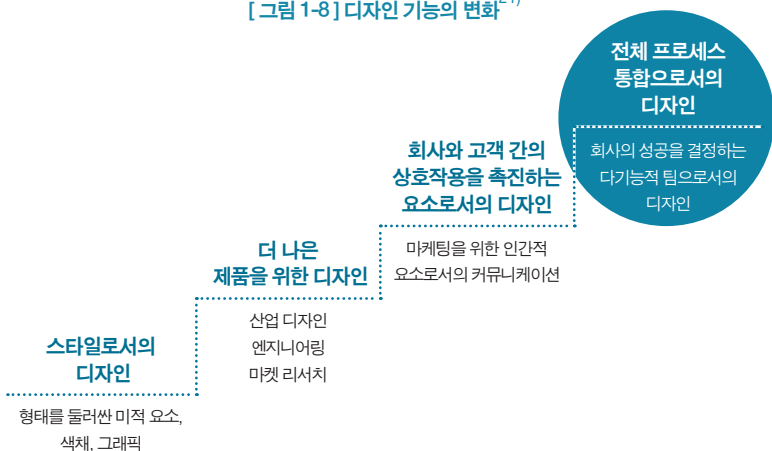
20) 전계서, p.142



수단으로 회사와 고객 간의 상호작용을 촉진하는 요소로서 기능하게 되었다.

현재 디자인은 그 역할이 더욱 확대·강화되어 마케팅, 연구개발 등과 같은 분야의 활동이 유기적으로 어울릴 수 있도록 해주는 전체 프로세스 통합의 주체로서의 역할이 요구되고 있는 상황이다. 시대의 변화에 따라 디자인의 기능도 다양하게 변화하여 “디자인이 비즈니스를 성공으로 이끄는 지름길”이라는 것이 널리 알려지면서 디자인과 경영이 융합된 ‘디자인 경영’이 각광받고 있다.

[그림 1-8] 디자인 기능의 변화<sup>21)</sup>



## 디자인과 기업 경쟁력

흔히들 “굿 디자인은 굿 비즈니스”라는 말을 자주 한다. 비즈니스에서 성공하려면 매력 있는 디자인을 통해 고객의 마음을 사로잡아야 한

21) Ray Holland, Design Management Strategy of Future-driven Era, 2007.5 홍익대 IDAS 방문 강의자료

다는 말일 것이다.

디자인 하면 보통 일반적인 서비스가 아니라 보이는 것, 만질 수 있는 물건만을 생각해왔다. 그러나 1999년 「International Design」은 '미국 최고의 디자인 중심 기업 400'을 발표했는데 그 리스트의 절반이 아마존닷컴, CNN, 디즈니, 뉴욕 양키스 등과 같은 '서비스 기업'이었다. 이 사실은 디자인이 이제 단순히 예쁘게 만들어 눈을 즐겁게 해주는 수준을 넘어서 오감 만족을 통한 고객 감동을 주도하는 요소가 되어야 한다는 것을 말해준다.<sup>22)</sup> 디자인은 제품이나 서비스의 외형을 창조하는 것이 아니라 제품 및 서비스의 콘셉트를 수립하고 그것을 시각적으로 표현하는 것이다.

그렇다면 디자인은 기업 활동에서 구체적으로 어떠한 역할과 기능을 하는 것일까? 물론 가장 핵심적인 것은 디자인이 기업의 수익 창출에 직접적인 영향을 미친다는 것이며, 매출 증대 등의 직접적인 기능 이외에 제품과 서비스의 차별화 요인, 브랜드 가치 창출, 조직 혁신의 촉매제로서의 역할 등을 수행한다.

《메가 트렌드》의 저자로 국내에도 잘 알려진 미래학자 존 나이스비트 John Naisbitt은 “거의 모든 사람들이 같은 기술에 접근할 수 있는 지금, 당신의 회사를 두드러지게 할 수 있는 것은 무엇인가?”라는 질문에 대해 “기술의 참신성이 사라지고 나면, 제품은 하이터치를 통해 차별화된다.”고 하여 디자인이 상품 차별화의 새로운 대안임을 강조한다.<sup>23)</sup>

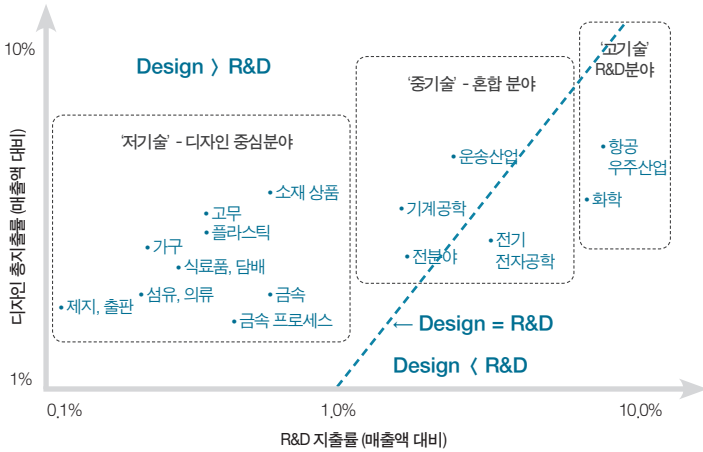
독창적인 아이디어를 통해 새로운 상품이나 서비스를 개발할 수 있는 기회를 제공해주는 것이 기업 활동을 위해 디자인이 줄 수 있는 기본적인 역할인 것이다.

제품과 서비스의 핵심 가치 창출이라는 디자인의 역할은 제조업의

22) 대한상공회의소, 성공 디자인(Design) 경영 실체와 과제, 2005, p.4

23) John Naisbitt, A Visual Culture is taking over The World, 2007 대토론회 Keynote Speech, 한국디자인진흥원, 2007, p.58

[그림 1-9] 영국 제조산업의 R&D와 디자인 투자 비교<sup>24)</sup>



R&D 투자와 디자인 투자를 비교해보면 그 역할을 더욱 명확히 알 수 있다. 영국 임페리얼대학 교수인 브루스 테더 Bruce Tether 박사의 연구결과에 따르면, 항공우주 산업이나 화학과 같은 고기술 R&D분야를 제외하고는 대부분의 산업에서 디자인 투자가 R&D 투자보다 많음을 알 수 있다. 이것은 제품 경쟁력에서 그만큼 디자인이 중요하다고 경영자들에게 인식되고 있다는 것을 반영한다고 하겠다.

디자인이 제품과 서비스의 가치를 창출하는 핵심 요소라는 인식하에 우리나라에서도 이미 대기업들을 중심으로 많은 기업들이 디자인 경쟁력 향상을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다.

국내 디자인 경영의 대표적인 선두 주자인 삼성전자는 “디자인으로 감성의 벽을 넘어야 한다.”는 이건희 전 삼성그룹 회장의 디자인 경영 철학을 실천하고 있다. 삼성의 경우, 최고 경영자가 디자인을 경영의 최고

24) Bruce Tether, Evaluating the Economic Impacts of Design, 2005. 1 프랑스 APCI 주최 컨퍼런스 발표자료

승부처로 인식하여 1996년을 ‘디자인 혁명의 해’로 선포하고 조직, 인력, 프로세스 전반에 걸친 혁신을 통해 글로벌 디자인 경영 체제를 갖추었다. 그리고 디자인을 단순한 제품 차별화 요소로 보기보다는 제품의 아이덴티티를 구축하고, 나아가 브랜드를 리드하는 브랜드 전략 차원에서 활용하고 있다.

삼성은 전자 및 IT회사 중 브랜드 자산 가치가 증가하는 대표적 회사로서 그 성공 요인으로 전문가들은 하이 엔드 High-end 제품 개발을 위한 집중적인 연구 개발과 공격적인 시장 진입 정책, 그리고 디자인 분야에 대한 과감한 투자를 꼽고 있다.

세계시장에서 디지털 제품으로 돌풍을 일으키고 있는 LG전자는 1958년에 국내 업계 최초로 산업 디자인 개념을 도입한 기업이다.

2006년 구본무 회장이 ‘디자인 경영’을 선언한 이후 LG전자는 디자인에 대한 투자를 지속적으로 강화하여 2008년에는 디자인 부문 투자액이 1,000억 원에 이르고, 디자인 인력 또한 700여 명에 이르는 것으로 발표되었다.<sup>25)</sup>

LG전자는 ‘감동과 신뢰를 디자인한다’는 것을 목표로 콘셉트 Concept, 스타일 Style, 사용성 Interface, 마무리 Finishing 등 4대 디자인 핵심 역량을 선정하고 ‘1등 디자인 Great Design’을 위해 노력하고 있다. 또한 모든 제품과 서비스의 개발 초기부터 디자인을 주축으로 상품 기획, 설계, 마케팅 등 관련 부서가 협업팀 Cross Functional Team을 구성해 고객에게 차별화된 가치를 제공하는 매력적인 디자인을 개발하고 있다.

특히, 도쿄, 베이징, 뉴저지, 런던, 뉴델리의 해외 디자인센터를 연결하는 글로벌 디자인 네트워크를 구축하여 세계시장 점유율을 높여가고 있다.

---

25) 김경수, LG 경영을 디자인하라, 파이낸셜뉴스, 2008년 9월 30일자

우리나라의 자동차 디자인도 크게 성장하고 있다. 그 중에서도 현대·기아자동차는 한국이 2007년 세계 자동차 생산국 5위(4,086천 대, 전 세계 생산의 5.6% 차지)를 달성하는 데 크게 기여했으며,<sup>26)</sup> 유럽과 미국 시장에서 현지의 문화와 소비자의 취향을 살린 디자인으로 큰 인기를 얻고 있다.

2000년대 들어서 최고 경영층의 디자인 철학과 리더십을 바탕으로 ‘디자인 경영’을 회사의 미래 핵심 전략으로 선정하여, 세계 3대 글로벌 자동차 디자이너의 영입, 디자인을 주제로 한 기업 광고 시행, 사내 디자인 생활화 캠페인 추진 등 총체적 디자인 경영 활동을 활발히 전개해나가고 있다.

현대·기아자동차의 정몽구 회장은 최근 미국의 비즈니스 위크와 홍콩의 아시아 머니 등으로부터 ‘최고 경영자’로 선정되었는데, 세계 디자인 부문 최고상 다수 수상과 성공적인 글로벌 경영이 선정 사유라고 한다.

대기업뿐만 아니라 중소기업의 경우에도 디자인으로 기업의 경쟁력을 크게 향상시킨 사례들이 지속적으로 증가하고 있다. 한 예로 미국 오토바이족 중 40%가 이용한다는 흥진크라운의 헬멧은 회사의 CEO가 “헬멧은 패션 상품이며, 디자인이 생명”이라는 경영 철학을 가지고 자체 디자인 개발에 심혈을 기울인 결과 오토바이 헬멧 부문 세계시장 점유율 1위를 점하고 있다. 또한 주방용 밀폐용기 ‘락앤락’을 생산하는 ‘하나코비’는 디자인 브랜드 고급화를 추구하여 현재 45개 국에 수출하는 등 해외 시장에서 큰 성공을 거두고 있다.

기업 활동에서 디자인의 또다른 역할은 제품이나 서비스가 고객을 감동시킬 수 있는 독특한 매력을 창조하여 기업과 제품 및 서비스의 브랜드

---

26) 산업경제팀, 한국, 지난해 자동차 생산 세계 5위 기록, 경향신문, 2008년 2월 18일자

드 가치를 높이는 것이다. 디자이너들은 언제나 고객의 관점에서 생각하도록 훈련받고 새로운 것을 추구하는 것을 자신의 역할로 여긴다. 그렇기 때문에 자연스럽게 고객의 마음을 읽고 그것을 과감하게 새로운 콘셉트로 제안하게 된다. 바로 이러한 제안들이 제품 또는 서비스가 고객과 커뮤니케이션할 수 있도록 도와주게 되어 기업의 새로운 브랜드 가치를 창출하게 되는 것이다.

디자인을 통한 신상품 개발은 정체된 회사를 혁신하게끔 하는 촉매제로서의 역할을 하기도 한다. 대표적 사례로 자주 언급되는 것이 세계적인 소비재 기업인 P&G 프록터앤갬블의 사례이다. P&G는 지난 2000년 앨런 래플리 Laffley 회장이 취임한 이후 디자인 담당 부사장 직을 신설하고, 수천 명의 임직원을 정리하면서도 디자인 인력만은 기존의 4배로 늘렸다. 그리고 직원들에게 디자이너의 눈으로 세상을 바라보게 하였으며, 이후 직원들은 소비자들이 매장에서 실제 느끼는 분위기와 행동양식을 주목하기 시작했고 이와 같은 디자인 사고는 곧장 품질 향상으로 이어져 래플리 회장 취임 이전 위기론에 시달리던 P&G를 환골탈퇴시켰다고 평가 받고 있다.

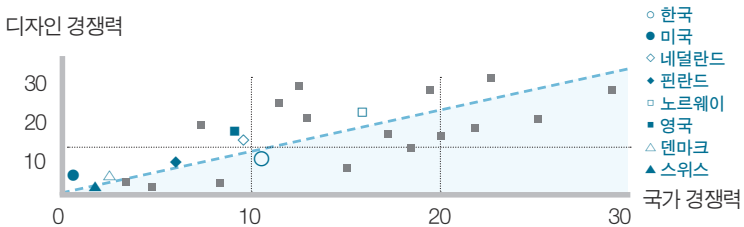
이제 전 세계 기업의 트렌드 중 하나는 디자인과 경영의 통합이다. 21세기의 경영코드가 바로 디자인인 것이다.

## 2.2 디자인, 국가 혁신 수단

디자인의 중요성은 기업에 국한되지 않는다. 디자인은 국가 경쟁력 강화를 위한 핵심 요소로 부상하고 있다. 세계경제포럼 World Economic Fo-

rum, WEF, 스위스 국제경영개발원 International Institute for Management Development, IMD 등 매년 국가 경쟁력을 산출하는 기관과 핀란드 헬싱키미술디자인 대학교 내의 디자인혁신센터인 디자이너엄 Designium의 자료에 의하면 국가 경쟁력이 높은 선진국일수록 국가의 디자인 경쟁력이 높은 것으로 나타났다. 결국 국가의 디자인 경쟁력과 국가 경쟁력은 선형 관계에 있다고 볼 수 있다.

[그림 1-10] 국가 경쟁력과 디자인 경쟁력 비교<sup>27)</sup>



세계 최고의 정·재계 지도자들이 모이는 다보스포럼에서도 2006년의 경우 디자인 관련 세션이 총 22회나 개최되어 디자인의 중요성이 다시 한 번 강조된 바 있다.

영국은 국가 차원에서 디자인을 포함한 창조 산업을 정책적으로 육성해 오고 있다. 영국의 창조 산업 규모는 2006년 573억 파운드로서 총 부가가치의 6.4%를 차지하고 있으며 연 평균 4%의 성장세를 보이고 있어 전체 산업 평균 성장 3% 대비 33%나 앞서고 있다. 수출은 160억 파운드로 전체 수출의 4.3%를 점유하고 있으며 일자리는 190만 개로 매년 2%씩 늘어나고 있어 산업 평균 1%의 두 배에 해당, 고용 창출의 핵심 산업으로 자리매김하고 있다.<sup>28)</sup>

27) 지식경제부, 제4차 디자인진흥종합계획, 2008, p 2

28) DCMS, Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin, 2009, 1

산업혁명 발상지인 영국은 이미 19세기부터 정부가 앞장서서 다각적인 디자인 정책을 수립·추진하였다. 영국의 정치 지도자들은 경제가 위기를 맞을 때마다 디자인을 통해 돌파구를 열기 위해 새로운 정책을 시행하여왔다. 1982년 로버트 필 경 Sir Robert Peel은 의회에서 영국의 섬유 제품이 이웃 프랑스 제품에 밀리는 것은 디자인 때문이라고 지적하며 국가 차원의 디자인 육성책이 필요함을 주장하였다. 그 결과 전국의 산업 중심지에 디자인 학교와 디자인 박물관 설립이 추진되었다.

대처 수상의 경우 IMF 경제 위기 극복을 위해 디자인 산업 육성에 총력을 기울였고 각료회의에서 “디자인을 하지 않으려면 사퇴하라. Design or resign”며 적극적인 동참을 호소하였다고 전해지고 있다. 한편 블레이수상은 과학, 공학, 기술 그리고 디자인의 창의성이 새로운 밀레니엄 시대에 경제적으로 살아남을 수 있는 핵심 요소라고 지적하며 창조 산업을 영국의 성장동력으로 육성하고자 노력하였다.

1990년대 후반 ‘Cool Britannia 멋진 영국 만들기’ 캠페인을 전개하며 디자인 진흥 정책을 경기 회복의 전환점으로 활용한 영국은 최근 RED<sup>29)</sup>와 Dott 07<sup>30)</sup> 등 디자인을 통한 혁신 프로젝트를 통해 정치, 사회, 경제 등 거의 모든 분야에 걸친 국가 쇄신 작업을 펼쳐왔다. 2009년 마이너스 성장과 최악의 실업률을 예상하는 영국은 사면초가의 위기를 창조 산업을 통해 돌파한다는 방침이다. 산업혁명의 발원지에서 창조혁명의 진원지로 변신하려는 전략인 것이다. 물론 산업혁명과 돈 금융 산업에 이어 혁신과 아이디어를 팔아 자본주의의 정점에 서겠다는 전략으로 보인다.

같은 아시아 국가인 일본 또한 마찬가지로 장기 불황에서 벗어나 ‘잃어버린 옛 영광 탈환’에 나선 바 있다. 일본은 경제산업성 METI 주도하에 다양한 디자인·브랜드 육성 정책을 전개하며 일본 기업들의 디자인 경

29) RED : 디자인 혁신을 통한 공공서비스와 시스템 개혁이 목표, 미래형 공공서비스 창출에 디자인적 사고 (Design Thinking)와 다양한 디자인 툴을 활용하는 것이 특징

30) Dott 07 (Design of The Time) : 디자인을 통한 전 국민의 삶의 질 향상을 목표로 2007년부터 10년간에 걸쳐 추진될 예정, 디자인의 가치에 대한 일반 국민들의 인식 제고, 디자인 개선을 통한 제품 및 서비스 질 향상을 통해 시민의 삶의 질 개선과 경제, 문화, 사회 전반에 걸친 대혁신 도모



[ 표 1-7 ] 경제의 혁명적 변화 역사<sup>31)</sup>

	산업혁명	정보혁명	창조혁명
시기	18세기 후반	20세기 후반	21세기 초
대표국가	영국	미국	영국 (?)
주력산업	제조업 · 철강	IT · 금융	디자인 · 문화콘텐츠
현상	- 대량생산 · 대량소비 - 세계를 거대한 시장으로 만든 자본주의의 태동	- 대량의 정보를 소비하고 공유 - 금융이 제조업을 지배하는 토대를 마련	- 혁신가치와 아이디어를 입힌 상품 소비 - 문화와 각종 산업의 융합

영 체제 도입을 위한 지원을 아끼지 않고 있다. 2003년 2월 ‘전략적 디자인 활용 연구회’를 설치하였고 2005년에는 ‘신산업 창조전략 2005’를, 2007년에는 디자인을 통한 경제가치 창출을 위해 ‘감성 Kansei’ 전략을 발표하는 등 다양한 디자인 진흥 정책을 추진하고 있다.

세계 주요 국가들은 대부분 디자인을 자국의 기업과 국가의 운명을 결정하는 전략적 수단으로 인식하고 국가적인 차원에서 육성하기 위해 다각적인 노력을 해오고 있다.

인류 역사를 통해 볼 때, 키우는 것에서 만드는 것을 기반으로, 다시 서비스하는 것, 생각하는 것, 아는 것, 경험하는 것으로 부를 창출하는 시스템이 변화하면서<sup>32)</sup> 디자인은 국가의 부를 결정하는 요소가 되었기에 디자인 산업 발전을 위한 정부의 역할이 그 어느 시대보다 중요해졌으며, 이를 위해 각 국가는 무한 경쟁을 하고 있다. 따라서 디자인 진흥을 위한 국가의 적극적 개입은 21세기에 국가가 감당해야 할 주요 역할이라 할 수 있다.

31) 조의준, 창조혁명—국가개조공장 영국 NESTA, 조선일보, 2009.1.5

\* NESTA(the National Endowment for Science, Technology and the Arts): ‘혁신으로 넘쳐 흐르게 하라’란 구호로 세워진 영국의 혁신실험기관. 예술과 과학, 기업의 융합을 통한 사회 전반의 혁신을 일으키는 것이 목적. 복권기금이 출연한 6,000억 원 규모의 재원을 바탕으로 150여 명의 인력들이 연구와 실행 · 투자까지 시행.

32) Alvin Toffler and Heidi Toffler, Revolutionary Wealth, 2006



# 02 디자인 정책

## 1. 디자인 정책이란 무엇인가?

- 1.1 정책의 이해
- 1.2 디자인 정책

## 2. 주요 선진국의 디자인 정책

- 2.1 영국
- 2.2 유럽 주요국
- 2.3 일본
- 2.4 아시아 주요국
- 2.5 미국
- 2.6 국가별 디자인 진흥기관 주요 역할 종합

## 3. 우리나라 디자인 정책

- 3.1 디자인 산업 현황
- 3.2 디자인 정책의 발전 과정과 현황
- 3.3 디자인 정책의 목표, 대상 및 수단
- 3.4 한국디자인진흥원 주요 정책
- 3.5 국내 디자인 기관 현황 및 역할

# 01.

## 디자인 정책이란 무엇인가?

### 1.1 정책의 이해

#### 정책의 어원

정책의 그리스 어원은 ‘polis’로서 원래 도시 국가를 뜻하는 말이며, 산스크리트어로는 ‘pur’로 도시라는 뜻이다. 이것이 후에 라틴어에 와서 국가 *politia*를 의미하는 것으로 변화되었다. 중세 영어에서는 공공 문제에 대한 처리 *the conduct of public affairs* 또는 정부의 운영 *the administration of government*을 의미하는 ‘*policie*’로 표기되었다.<sup>33)</sup>

근대에 들어와 정책은 ‘공사에 대한 처리’ 같은 일상적 의미로부터 “정부 · 단체 · 집단 · 개인 등에 의해 여러 가능한 대안들 중에서 선택된 일정한 행동 경로 또는 행동 방법으로서 현재와 미래의 세부 결정을 정해주는 지침”, “선택된 행동 대안을 달성 또는 집행하기 위해 취해지는 단일 결정 또는 결정의 집합”, “바라는 목적과 그것을 달성하기 위한 수단

33) George C. Edwards III and Ira Sharkansky, *The Policy Predicament: Making and Implementing Public Policy*, San Francisco: W. H. Freeman and Company, 1978, p.2, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

34) William N. Dunn, *Public Policy Analysis: An Introduction*, Englewood Cliffs, 1981, pp.7~8, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

으로 구성된 계획안”과 같은 특정한 의미에 이르기까지 다양한 의미로 쓰이고 있다.<sup>34)</sup>

정책이라는 것이 어원적으로는 정치(politics)와 같은 뜻이라는 점에서 정책은 정치의 영역에 속한다고 할 수 있으며, 동시에 정치가 국가 또는 정부의 활동이라는 사실에 비추어볼 때 정책도 정부 또는 국가의 활동을 의미하는 것이라고 볼 수 있다.

## 정책의 개념

“정책이란 무엇인가?”에 대한 대답은 학자들마다 다르다. 연구자가 현상의 어느 측면을 보다 강조하느냐에 따라 달라질 수 있기 때문에 모든 사람이 공감할 수 있는 명쾌한 정의를 내린다는 것은 불가능하다.

정책학이 학문적 수준에까지 이르는 데 결정적인 역할을 했다고 평가 받는 라스웰 H. Lasswell은 정책을 “사회 변동의 계기로서 미래 탐색을 위한 가치와 행동의 복합체<sup>35)</sup>, 목표와 가치, 그리고 실재를 포함하고 있는 고안된 계획”이라고 정의하였다.<sup>36)</sup> 이는 정책의 특성으로서 계획성, 목표성, 가치 함축성, 실제성을 강조한 것으로 해석될 수 있다.

그런가 하면 이스턴 D. Easton은 정책을 “사회 전체를 위한 가치의 권위적 배분자, 정치 체계가 내린 권위적 결정, 권위적 산출물의 일종”<sup>37)</sup>으로 생각하고 있다. 그는 산출(outputs)과 성과(outcomes)를 혼동해서는 안 된다고 하면서 산출은 공식적으로 표명된 정책 또는 의도한 정부 행위의 결과를 의미하는 것이며 성과는 그러한 정책으로부터 나온 이차적인 효과 내지 현실 사회에 끼치는 정책의 전반적인 영향을 의미하는 것이라고 말하고 있다.

---

35) Harold D. Lasswell, The Policy Orientation, in Daniel Lerner(ed.), The Policy Sciences, Stanford University Press, 1951, pp.11~13, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

36) Harold D. Lasswell and Abraham Kaplan, Power and Society, New Haven : Yale University Press, 1970, p.71, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

37) David Easton, The Political System, New York: Alfred A. Knopf, Inc., 1953, p.129, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

이 외에도 많은 학자들이 정책에 대한 개념 정의를 시도하고 있지만 여기에서는 이상의 여러 견해를 기초로 해서 정책이란 “공익을 추구하거나 공적 문제의 해결을 위하여 장래 가장 바람직한 결과를 가져다 줄 수 있다고 판단되는 정부의 행동 방안”으로 정의해 둔다.

## 정책의 특징

정책의 정의를 보다 구체화하기 위하여 정책의 특징 또는 속성이라고 생각될 수 있는 것을 살펴보면<sup>38)</sup> (i) 정책은 주로 정치 활동과 관련을 맺고 있고, (ii) 정책에는 실현하고자 하는 특정한 목표가 있으며, (iii) 정책은 그러한 목표를 실현시키기 위한 실제적인 행동 방안을 제시하고 있다. (iv) 정책에는 특정한 가치가 함축되어 있으며, (v) 정책은 개인·집단·정부기관의 복합적 구성체이며 (vi) 정책은 장기간에 걸쳐서 지속적으로 반복됨으로써 일관성을 지니는 경향이 있고 (vii) 정책은 세부 결정, 기획, 법규에 비해 보다 거시적이고 총체적이며 근본적인 성격을 띠면서 그러한 것들에 대하여 전반적인 지침으로서의 기능을 수행한다.

## 정책의 변수와 구성 요소

정책은 다음과 같은 변수로 구성되며, 이에 대한 검토는 정책의 의미를 이해하는 데 도움을 준다. 이들 중 정책 목표와 정책 수단이 가장 핵심적 요소이며 이들과 정책 대상 집단을 합하여 보통 정책의 3대 구성요소라고 한다.

38) 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, pp.38-41

### 1) 정책 목표

정책은 달성하려는 정책 목표를 지닌다. 그 내용이 분명하지 않거나 표면상으로 드러나지 않는 경우가 간혹 있지만 원칙적으로 정책은 정책을 통해서 달성하고자 하는 미래의 바람직한 상태나 방향을 지니고 있다.

### 2) 정책 수단

정책 목표를 달성하기 위한 인적·물적·조직적 도구와 법령 등이 정책의 또 다른 중요한 구성 요소이다. 정책 목표는 정책 수단에 의해 구체화된다.

### 3) 정책 대상

정책이 적용되는 대상 집단으로서 특정 정책에 의해 이해관계가 조정되거나 비용을 부담하거나 혜택을 받게 될 대상 집단도 정책의 중요한 구성 요소가 된다.

### 4) 정책 결정 주체

정책은 권위 있는 정부기관에 의하여 결정되어 공식적으로 실행된다.

또한 정책의 단계별 구성 요소를 살펴보면 다음과 같다.

#### ① 투입 input

비용, 시간, 노력 등 정책을 투입하는 데 소요되는 경제적·비경제적 제반 비용을 말한다. 예컨대 실업자 구제를 위해 투입된 예산 등을 말할 수 있다.

### ② 산출 output

정책의 집행으로 나타난 일차적 결과로서 실업자 10,000명에 대하여 직업훈련을 시킨 행위가 이에 해당된다.

### ③ 성과 performance, outcome

정책 대상자들에게 일어난 이차 산출물에 해당한다. 위의 직업훈련을 받은 10,000명 중 5,000명이 일자리를 구한 것이 그 예이다.

### ④ 효과 effect

정책 대상자에게 미친 직접적이고 최종적인 결과로서 일자리를 구한 5,000명 중 1,000명이 안정적인 생계를 유지하고 있는 경우이다.

### ⑤ 영향 impact

정책으로 인하여 나타난 총체적인 사회적 변화 또는 정책이 사회 전반에 미친 영향으로서 정책으로 인한 부작용까지 모두 포함하는 개념이다. 즉, 위의 실업자 구제 정책이 국민 경제나 사회를 안정시키는 데 기여하였는지의 여부이다.

## 정책의 유형

1960년대 미국의 학자들은 정책의 유형을 주로 연구하였는데 이들 정책 유형 연구는 정책을 독립변수로 보고 정책의 성격이나 유형에 따라 정책 과정이나 정책 환경이 달라진다는 입장을 취한 것이다. 정책의 형



태는 실로 다양하지만 일반적인 분류 방법으로는 안보 정책, 복지 정책, 산업 정책, 보건 정책 등 기능별로 분류하는 것이 일반적이다. 여기에서는 여러 학자들의 분류 중 Almond와 Powell의 분류와 Lowi의 분류를 소개하고자 한다.

## 1) Almond와 Powell의 분류<sup>39)</sup>

Almond와 Powell은 정치 체제의 산출 활동의 기능적 특성을 중심으로 추출 정책, 분배 정책, 규제 정책, 상징 정책으로 분류하였다.

### ① 추출 정책 Extractive Policy

조세, 병역, 노역 등과 같이 국내외 환경에서 물적·인적 자원을 추출하는 것과 관련된 정책이다.

### ② 분배 정책 Distributive Policy

정부가 각종의 물품, 서비스, 명예, 지위, 기회 등을 사회 내의 개인이나 집단에게 분배하는 문제와 관련된 정책이다. 예컨대, 사회복지나 하수도 사업 등이 해당된다.

### ③ 규제 정책 Regulatory Policy

형벌, 의무, 면허 등과 같이 개인이나 집단의 행동에 대하여 정부가 가하는 통제와 관련된 정책이다.

39) Gabriel A. Almond and G. Bingham Powell, Comparative Politics : System, Process, and Policy, 2nd ed., Boston : Little, Brown and Company, 1978, pp.286-231, / 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

#### ④ 상징 정책 Symbolic Policy

정치 체제가 국내의 환경으로 하여금 여타 정책에 보다 효과적으로 순응하도록 하기 위해 정치 체제의 정당성에 대한 심리적 신뢰감을 증진시키는 산출 활동으로 이루어지는 정책을 의미한다.

## 2) Lowi의 분류<sup>40)</sup>

Lowi는 정책의 유형을 분배 정책, 규제 정책, 재분배 정책으로 분류하고 정책 유형에 따라 정책 과정보도 달라진다고 주장하였으며, 그 후에 정부 기관의 신설, 선거구의 조정 등과 관련된 구성 정책을 추가하였다.

#### ① 분배 정책 Distributive Policy

특수한 대상 집단에 서비스나 이익을 분배하는 정책이다.

#### ② 규제 정책 Regulatory Policy

수혜자의 자유 재량을 확대시켜주는 정책과는 상반된 정책으로 기업 규제 정책, 형사 정책 등이 있다.

#### ③ 재분배 정책 Redistributive Policy

정부가 부나 재산, 소득, 권리 등을 사회 내의 계층이나 집단 사이에 재분배하는 정책으로 누진과세 정책이나 사회보장 정책 등이 이에 해당된다.

40) Theodore J. Lowi, "American Business, Public Policy, Case Studies, and Political Theory," World Politics, Vol. XVI, 1964, pp.677-715, /안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997, 재인용

#### ④ 구성 정책 Constituent Policy

정부기관의 신설 및 변경이라든가 선거구의 조정 등과 같이 정부기관의 구조와 기능상의 변화를 목적으로 하는 정책들을 말한다.

## 1.2 디자인 정책

### 정부의 디자인 지원 역사

역사상 디자인 산업에 대한 정부의 지원은 과거 정부의 권력과 위엄을 드러내기 위한 수단으로 건축가나 장인들의 후원자 역할을 해온 데서 시작한다. 오늘날은 국가 경쟁력을 높이기 위한 토대를 제공하는 유용한 방안으로 그 역할이 많이 변화되었다.

근대 산업사회에 접어들면서 각국의 정부는 국민들에게 디자인의 가치를 알리기 위해 노력하였고, 1900년 파리 국제박람회와 같은 대규모 박람회 등을 개최함으로써 정부의 권위를 드러냄과 동시에 디자이너와 제조업체들에게는 판매와 수출 증대의 기회를 제공하였다.

제2차 세계대전 이후 특히 유럽과 아시아의 많은 정부들이 디자인을 산업 정책의 핵심적인 요소로 보기 시작했으며, 1980년대 후반에는 각국 정부가 디자인을 경제 성공의 원동력으로 인식하고 적극적인 디자인 지원 활동을 지속하였다.

또한 최근에는 디자인이 국가나 지역의 정체성을 드러내거나 창출하

는 데 도움을 주는 등 국가의 사회적 수준을 나타내는 역할을 한다고 인식하기 시작하여 많은 나라들은 적극적으로 자국의 디자인을 해외로 홍보하기 위해 노력하고 있다.

## 디자인 정책의 개념

디자인 정책은 ‘디자인’과 ‘정책’이라는 용어의 합성어이다. 따라서 개념상 디자인의 특성과 정책의 특성을 함께 내포하고 있으며, 이 또한 디자인이나 정책의 개념 정의만큼 학자들마다 다양하게 정의 내려지고 있다.

여러 학자들의 개념 정의를 살펴보면 고신대 금진우 교수는 디자인 정책이란 “전반적인 시민의 문화 활동을 배경으로 문화적 가치성과 경제적 가치 획득을 위한 정부의 중장기적 목표의 형성과 그 목표 달성을 위한 의도적이며 계획적인 행동 및 행동 지침을 의미한다.”라고 하였다.<sup>41)</sup>

또한 KAIST 정경원 교수 현 서울시 디자인총괄본부장은 “디자인을 위한 제반 진흥 활동이 실질적으로 이루어지도록 하는 육성 및 지원 체제”<sup>42)</sup> 라고 디자인 정책의 개념을 정의하고 있다.

한편 디자인 정책에서 선도적인 학자라고 할 수 있는 홍콩 폴리테크닉대의 존 헤스켓 John Heskett 교수는 디자인 정책을 “디자인이라는 특정 주제에 대한 정부 의도에 관한 일련의 원칙, 목적, 절차”라고 정의하고 있으며,<sup>43)</sup> 터키 이스탄불 테크니컬대의 알페이 얼 H. Alpay ER 교수는 “국가 디자인 자원을 개발하고, 국제시장에서 국가 경제의 이점을 키우기 위해 기업에서 효과적인 자원으로 활용하도록 고무시키는 것을 목적으로 한 체계적인 정부의 노력”이라고 설명하고 있다.<sup>44)</sup>

41) 금진우, 디자인정책의 발전 방향에 관한 연구, 대전대학교 대학원, 2000, pp.12-13

42) 정경원, 사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2004, p.127

43) John Heskett, Toothpicks and Logos Design in Everyday Life, Oxford University Press, New York, 2002

44) H. Alpay ER, Does Design Policy Matter: The Case of Turkey in a Conceptual Framework, 성남국제 디자인포럼 2002 결과보고서, 2002, p.161

이상의 개념 정의들을 종합해보면 디자인 정책은 디자인이 함축하고 있는 두 가지 주요한 특성인 ‘문화적 가치’와 ‘경제적 가치’의 맥락에서 정리해볼 수 있다. 이를 바탕으로 종합해보면 디자인 정책은 “디자인을 통한 문화적, 경제적 가치 창출을 위한 정부의 의도적이며 계획적인 행동 및 그 절차”라고 할 수 있다.

## 디자인 정책의 유형

정부가 디자인 정책의 가치를 인식하는 정도는 일반적으로 산업의 효율성에 대한 정부의 태도와 연계되어 있으며 정부 개입의 정도와 수준은

[ 표 2-1 ] 국가 디자인 정책의 유형<sup>45)</sup>

유형	내용	국가
통제형	• 중앙 정부가 기업을 소유하고 디자인 정책과 집행을 담당	구 소련
중앙 집중형	• 정부가 주요 디자인 정책을 수립 · 집행 • 디자인은 산업 정책의 일환 • 국제 경쟁력 강화 차원에서 산업계의 디자인 역량을 강화하는 데 상당한 재원을 투자	대만, 한국
분산형 (위임형)	• 민간위임 원칙으로 정부 혹은 비정부 진흥기관이 주요 역할을 수행 • 디자인에 대한 총체적인 정책은 부재	대부분의 유럽 소재 디자인 기관
혼합형 (간접형)	• 중앙집중형이 분산형을 사안별로 선별 채택 • 디자인이 국민의 이익에 부합되는 범위 내에서 정부가 간여	미국, 일본, 독일
통합형	• 디자인 정책을 기술혁신 정책이나 중소기업 정책과 같은 여타 거시 정책과 통합 • 세계화에 따른 정부 정책 제약에 대한 대응책 • 최근 혼합형에서 통합형으로 전환되는 추세	핀란드

45) 전게서, p 170 (존 헤스켓이 1993년 분류한 국가 디자인 정책 유형에 저자가 통합형을 가미하여 재분류)

그나라의 정치·역사·문화와 깊은 관계가 있다. 예를 들어 프랑스, 독일, 이탈리아처럼 지방자치가 활성화되어 있는 나라에서는 디자인에 대한 정부 지원은 전통적으로 중앙 정부가 아니라 지방 정부 차원에서 추진된다. 그리고 미국의 경우 디자인 정책에 정부의 개입이 거의 없는 것은 미국 사회와 경제의 속성이 잘 반영된 것이라고 할 수 있다.

알페이 얼은 정부의 개입 정도에 따라 국가 디자인 정책을 통제형, 중앙집중형, 분산형, 혼합형 및 통합형으로 분류하였다.

통제형 디자인 정책은 산업이 정부에 속해 있고 디자인 정책은 중앙 정부에 의해 고안되고 실행된다. 구소련과 공산주의 국가들이 이 경우에 해당되는데 현실적인 정책안이 아니다.

중앙집중형의 경우에는 디자인을 산업 정책의 일환으로 파악하고 정부 주도하에 주요 디자인 정책이 수립·집행되며 특히 국제 경쟁력 강화 차원에서 산업계의 디자인 역량을 강화하는 데 상당한 재원을 투자하는 경향을 보인다.

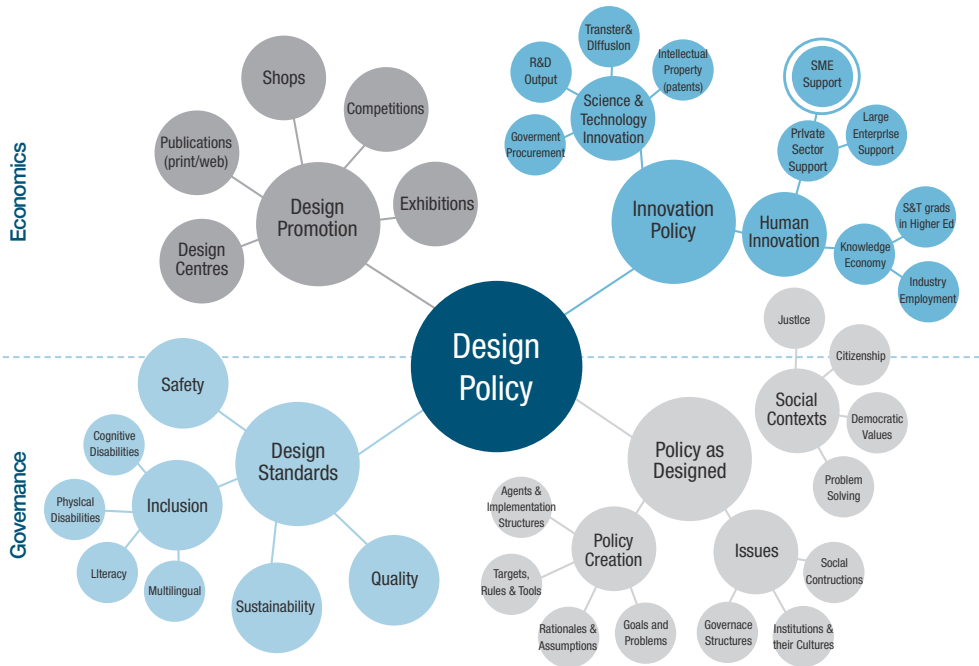
분산형은 정부나 비정부 디자인 진흥단체를 통해 기능한다. 이들은 정부와 산업체로부터 자금 지원을 받는 준독립기관이다. 이 모델은 디자인에 대한 국가적 정책은 없고 대신 디자인센터들이 디자인 진흥을 위해 활동하는데 열악한 재정 상태로 인해 현실적으로 큰 변화를 일으킬 수 있는 힘은 거의 없다.

혼합형은 중앙집중형과 분산형을 시안별로 채택하는 방식으로서 가장 바람직한 모델로 평가되고 있다. 그러나 처음 디자인 정책을 기획하는 정부에게는 현실적인 안은 아니다. 오히려 얼마간은 중앙집중형이나 분산형 정책을 시행한 후 전환 국면에 적절한 모델이라고 볼 수 있다.

한편 1990년대 중반 이후 출현한 통합형 모델에서는 디자인 정책이 혁

신 정책 또는 중소기업 정책과 같은 하나 혹은 그 이상의 거시 정책 속으로 통합된다. 세계화의 진전에 따라 정부는 점차 직접적인 정책 기구를 상실해가고 있어 통합적인 접근이 필요하게 되었다. 핀란드의 경우 디자인 정책이 국가 혁신 시스템의 하나로 통합되고 있으며 혼합형 정책을 추구하는 여타 유럽 국가들도 이 새로운 형태로 점차 이동하고 있는 추세이다. 이 모델은 별도의 국가 디자인 정책은 없으나 혁신과 중소기업 정책을 이미 시행하고 있는 나라의 초기 디자인 정책 입안에 도움을 주는 형태라고 볼 수 있다.

[ 그림 2-1 ] 디자인 정책의 영역<sup>46)</sup>



46) Elizabeth D. Tunstall, Mapping the Design Policy Landscape, SEEdesign Bulletin Issue 5, 2007, p.3

또한 디자인 정책의 영역은 국가 경제의 경쟁력 제고를 위한 수단의 측면에서 '디자인 진흥'과 '혁신 정책' 그리고 국가의 효과적 내부 통치를 위한 수단의 측면에서는 '디자인 지향적 정책'과 '디자인 표준'으로 구분하여볼 수도 있다.

디자인 지원에 대한 정부의 또 다른 접근법은 디자인이 다루어지는 정책적 환경에 따라 문화 정책과 산업 정책 등 크게 두 가지 방법으로 나눌 수 있다.

문화 정책적 접근법은 실질적이고 상업적인 결과보다는 디자인의 교양과 혁신적 속성을 강조하며 사용자보다는 디자인의 창조자에 초점을 맞추는 경향이 있다. 공급 측면에 초점을 맞추고 수요 측면은 사실상 배제하는 이러한 접근법은 주로 보조나 진흥 활동에 국한되어 적용된다.

산업 정책적 접근법은 디자인의 사용자, 특히 경제적 활동을 촉진시키는 데 디자인을 활용할 수 있는 산업적 사용자에 초점을 맞춘 수요 중심의 접근법이다. 수요 중심의 접근법은 크게 세 가지로 나뉘는데 첫 번째 방법은 여러 가지 인식 증진 사업이나 디자이너와 산업 간의 네트워크 구축과 같은 시장을 창출하는 것이다. 두 번째는 중소기업의 디자인 사용에 대한 직접적인 자문을 제공함으로써 디자인의 잠재적 소비자를 지원하는 방법을 택할 수도 있다. 마지막으로 교육 또는 훈련을 통해 디자이너의 실질적 기술이나 비즈니스 기술을 강화시키거나 국내외 시장 진출을 도와주는 사업을 추진하는 방법이 있다.

이에 따라 영국, 일본 등 전 세계 대다수의 국가들이 산업 정책적 접근법을 택하고 있다. 또한 최근에는 문화 정책적 접근법을 강조하는 일부 국가들도 산업 정책적 접근법으로 옮겨가고 있는 추세이다. 전통적으로 디자이너와 예술가를 밀접하게 연결시켜 이들을 지원하는 보조금 사업



을 기반으로 하는 디자인 정책을 운영하는 네덜란드의 경우도 최근 프렘셀라 Premssela 재단을 설립하여 경제 부처들이 디자인의 경제적 가치를 확산하고 지원을 할 수 있게끔 각종 연구를 수행하는 등 산업 정책적 접근법을 병행하고 있다.<sup>47)</sup>

한편 디자인 정책의 유형에 대한 국내 연구를 살펴보면 서울시 정경원 본부장은 디자인 정책 형태를 그 주체가 정부 주도인지 민간 주도인지의 여부와 디자인 진흥기관을 중심으로 모든 정책 수단이 전개되는지 아니면 다수의 진흥기관이 각기 다양한 활동을 펼치는지의 여부에 따라 네 가지 모델로 구분하고 있다.

이러한 기준을 가지고 디자인 선진국들을 살펴보면 우선 영국은 전통적으로 정부 주도형 디자인 진흥 체제를 갖추어 디자인 카운슬을 중심으로 모든 진흥 활동이 체계적으로 이루어지고 있다. 일본 역시 초기에는 정부와 일본산업디자인진흥회 Japan Industrial Design Promotion Organization, JIDPO 위주의 정부 주도형으로 출발하였으나, 1998년 JIDPO의 민영화와 지역 디자인센터들의 활동으로 다각화되어가고 있다.

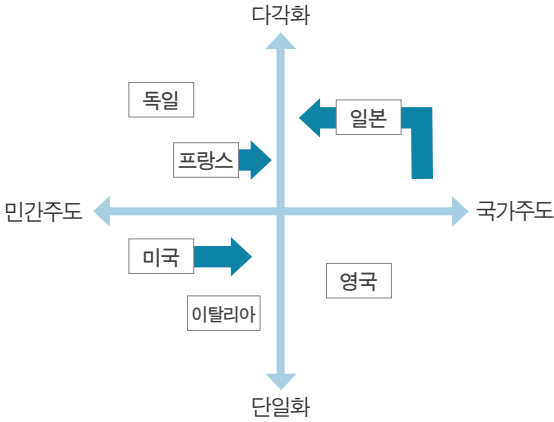
반면에 지방자치제도가 발달된 독일과 프랑스에서는 민간 주도로 디자인 정책을 펼치고 있으며, 지역의 특성에 맞게 디자인 진흥기관들이 운영되고 있다. 미국과 이탈리아의 경우도 민간 주도로 디자인 활동을 전개하고 있지만 디자인 진흥기관보다는 디자인 협회를 중심으로 진흥 활동이 이루어지고 있다.

그러나 이러한 디자인 진흥 체계는 환경의 변화에 따라 조금씩 변화하고 있다. 우선 앞서 언급했듯이 일본은 과거 영국과 같은 전형적인 정부 주도 및 단일화된 디자인 진흥 체계를 갖고 있었으나 현재는 다원화된 정부 및 민간 주도 병행 형태의 디자인 진흥 체계를 가지고 있다. 전형적인

---

47) Department of Innovation Industry & Regional Development, Developing Victoria's Design Capability, 2003, pp.23-24

[그림 2-2] 디자인 정책 형태<sup>48)</sup>



민간주도의 디자인 진흥 활동이 주를 이루었던 프랑스나 미국의 경우도 최근에는 정부의 지원을 이끌어내기 위한 노력이나 연방 정부 차원에서의 정책 추진이 이루어지고 있다.

이밖에도 디자인 정책은 크게 국가와 지역, 그리고 기업의 영역으로 그 활동 영역을 구분할 수 있고 이에 따라 유형을 구분할 수도 있다. 먼저 국가적 차원의 디자인 정책은 디자인을 통해 국가 경쟁력을 높이기 위해 중앙 정부에서 펼치는 다양한 정책들이 해당된다. 둘째 지역 사회 발전을 위해 디자인을 활용하는 지방자치단체들의 디자인 정책을 꼽을 수 있다. 이러한 예로는 디자인 도시를 표방하는 일본의 나고야, 스페인의 바르셀로나와 빌바오, 우리나라의 서울 등을 들 수 있다. 셋째는 기업의 경쟁력을 강화하기 위한 수단으로 디자인을 전략적으로 활용하는 것이다.

48) 정경원, 디자인 전략의 모방자에서 선구자로, 디자인학연구 58, 2004, p.390

## 디자인 정책의 수단

앞서 기술한 바와 같이 정책의 3대 구성 요소는 목표 · 수단 · 대상이며 이 중 목표와 수단이 가장 핵심적 요소이다. 정책학에서 말하는 큰 틀에서의 정책 수단은 인적 · 물적 · 조직적 도구와 법령 등이다. 다시 말해 디자인 정책을 수행할 전문가, 기금 등 관련 예산, 종합 계획, 진흥 기구, 관련 법 등을 의미한다. 하지만 이러한 광의의 수단은 협의의 세부적인 수단이 있어야 제대로 기능할 수 있다. 우리가 일반적으로 말하는 디자인 정책 수단을 2003년 해외에서 발표된 보고서를<sup>49)</sup> 참고하여 구체적으로 정리해본다.

보고서에 의하면 디자인을 진흥하려는 정부들은 두 가지의 기본적인 전략을 채택한다고 한다. 하나는 보조금 지원, 디자이너의 역량 개발, 디자인 유산 보호와 같은 사업 등을 통해 디자인 산업을 직접 지원하는 것이며 문화 정책적 접근법, 다른 하나는 인식을 높이고, 산업의 디자인 활용 능력을 제고하며, 수출을 지원하고 정부의 조달 사업을 통해 디자인의 수요를 창출하는 전략 산업 정책적 접근법이다.

### 1) 문화 정책적 디자인 진흥 수단

#### ① 보조금

보조금 정책을 채택하고 있는 대표적인 나라는 네덜란드이다. 네덜란드 디자인 정책의 근본적인 수단은 디자이너와 디자인 단체에 생계 유지, 작업 활동 등을 위한 보조금을 지급하는 것이다. 영국 등 다른 나라

49) Department of Innovation Industry & Regional Development, Developing Victoria's Design Capability, 2003, pp.32-34

에서는 수출 진흥 수단으로서 해외 순회전시 보조금을 지급하는 등 보다 세부적인 목표를 가짐으로써 네덜란드보다는 제한적인 보조금 제도를 시행하고 있다.

### ② 디자이너 역량 개발

디자이너 재교육 사업 등 디자인 공급자 역량을 키우는 인재 양성 프로그램을 의미한다.

### ③ 디자인 유산 보호 관리

예를 들어 네덜란드나 스웨덴에서는 자국의 디자인 유산 보존을 정부의 주된 역할 중 하나로 인식하고 있다. 이를 위해 여러 기관들이 디자이너를 재정적으로 지원할 뿐 아니라 심포지엄이나 전시 개최, 디자인 출판물 지원 등의 활동을 수행하고 있다.

### ④ 기타

기타 직접 지원의 예는 온라인 디자이너 DB 운영, 해외 시장조사를 통한 정보 제공 등이 있다.

## 2) 산업 정책적 디자인 진흥 수단

### ① 시상 제도

디자인의 우수성과 유익을 홍보하기 위한 디자인 시상제도를 의미한다.

## ② 전시

디자인의 우수성과 혁신에 관한 전시는 가장 흔하게 볼 수 있는 사업이다. 특히 국제 전시는 수출 증진의 매개이자 문화 외교의 한 형태라 할 수 있다.

## ③ 공모전

공모전은 그 결과에 대한 대중의 관심을 유도함으로써 디자인 인식을 효과적으로 제고할 수 있는 수단으로 사용되고 있다.

## ④ 디자인의 가치에 대한 실증 제시 프로젝트

시장제도나 전시, 공모전 등은 이미 디자인에 대해 알고 있거나 관심을 가지고 있는 대상들만을 위하게 될 위험이 있다. 그래서 최근에는 디자인의 가치를 제시하는 프로젝트들이 운영되고 있다. 대표적인 예가 영국 디자인 카운슬에서 운영하고 있는 'Designing Demand' 사업이다. 이 사업은 기업의 경영 활동에 미치는 영향을 평가하여 디자인의 진정한 가치를 잠재적 사용자들에게 효과적으로 설명해준다.

## ⑤ 출판 및 세미나

일반적으로 많이 시행되는 디자인 활용 촉진 프로그램의 대표적 사례들이다.

## ⑥ 수출 증진

주요 무역 박람회와 전시회 참가 지원을 의미한다. 현재 영국에서는 무역투자청 UKTI가 이 업무를 담당하고 있다.

### ⑦ 직접적인 기업 지원 및 디자인 경영 지도

정부는 디자인 진흥을 위해 중소기업을 직접 지원하는 사업을 추진하기도 한다. 대표적인 예가 우리나라의 ‘디자인 기술개발사업’인데 전문회사를 통한 디자인 개발을 지원하여 기업의 경쟁력을 높이고 디자인 경영의 활성화를 유도한다.

### ⑧ 미디어 활용

보다 광범위한 대중을 상대로 디자인 진흥을 시도하는 방법이다.

### ⑨ 공공 분야 사업

정부는 우수 디자인을 어떻게 활용하는지에 대한 사례를 직접 제시하고 디자인 서비스 구매를 통해 활동을 장려함으로써 디자인 시장을 지원할 수 있다.

# 01.

## 주요 선진국의 디자인 정책

### 2.1 영국

#### 디자인 산업 현황

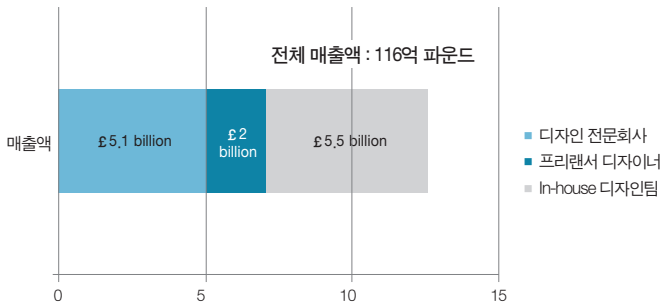
영국은 국가 차원에서 디자인을 포함한 창조 산업을 정책적으로 육성하고 있으며 이에 따라 영국의 창조 산업은 영국 전체 경제에서 매우 중요한 산업으로 부각되고 있다. 영국 무역투자청 UK Trade & Investment, UKTI에 의하면 창조 산업의 영국 GDP 기여도가 8.2%에 달하며<sup>50)</sup> 여기서 디자인 산업이 차지하는 비율은 약 1% 정도에 달한다고 추정하고 있다.<sup>51)</sup>

영국 디자인 카운슬 Design Council에 따르면 2005년 현재 영국 디자인 산업은 12,450개의 디자인 회사와 134,000명의 디자이너와 51,500명의 디자인 디렉터 및 매니저를 포함한 185,500명의 관련 종사자를 가지고 있다. 2004~2005년 회계상 매출액을 주체별로 살펴보면 디자인 전문회사가 51

50) <http://www.ukinvest.gov.uk/UKTI-publications/4017730/ko-KR.html>

51) Design Council, The Business of Design Industry Research 2005, 2005, p.28

[그림 2-3] 영국 디자인 산업의 주체별 매출액(2004~2005 회계연도)<sup>52)</sup>



억 파운드, 프리랜서 디자이너가 20억 파운드, In-house 디자인 팀이 55억 파운드로 총 116억 파운드에 이를 만큼 그 기반이 탄탄하다.<sup>53)</sup> 디자인이 디자인 전문회사의 고객 기업 활동에 미치는 영향을 고려할 때, 디자인이 영국 경제에 기여하는 바는 더 크다고 할 수 있다.

또한 영국 디자인 회사의 수를 분야별로 집계해보았을 때, 가장 큰 비

[표 2-2] 영국 디자인 산업의 분야별 비중<sup>54)</sup>

분야	디자인 전문회사	프리랜스 디자이너	In-house 팀	전체 기업 수
커뮤니케이션 디자인	61%	58%	59%	38,366
디지털 & 멀티미디어 디자인	56%	43%	33%	29,177
인테리어 & 전시 디자인	25%	23%	20%	15,044
제품 & 산업 디자인	16%	22%	38%	14,841
패션 & 텍스타일 디자인	6%	10%	6%	5,884
서비스 디자인	5%	3%	6%	2,267

52) 전계서, p.28

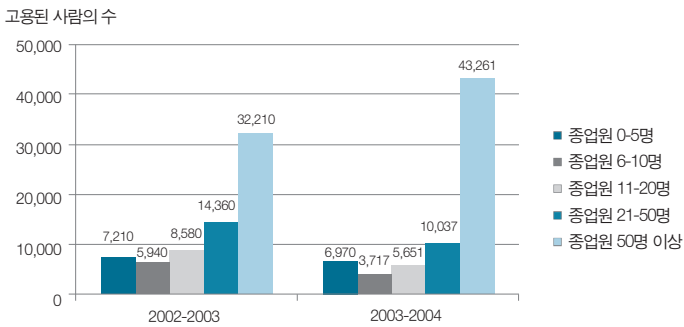
53) 전계서, pp.7-28

54) 전계서, p.16



중을 차지하는 분야는 브랜딩과 그래픽, 포장, 전시 및 이벤트, 멀티미디어 분야이며, 상대적으로 엔지니어링 및 제품 디자인 회사는 적은 편이다. 영국 디자인 회사의 절반 이상이 커뮤니케이션 디자인과 디지털 및 멀티미디어 디자인 분야에 종사하고 있다.<sup>55)</sup>

[그림 2-4] 영국 디자인 산업의 종사자 수(회사 규모에 따른 분류)<sup>56)</sup>



디자인 전문회사의 인력 현황을 살펴보면 디자인 분야의 대다수 기업들은 소규모로서 전체 디자인 회사 중 약 70%가 종업원 10인 이하이고, 58%가 5인 이하인 것으로 나타났다.

영국은 또한 연간 상당한 수의 디자인 전공 학생들을 교육하고 있고 학위를 소지하고 있는 디자이너의 비율도 매우 높은 편이다. 2003~2004년 전공 분야별 학생 분포를 살펴보면 디자인 전공 분야의 학생 수는 56,785명으로 영국 전체 학생 대비 2.53%를 차지하고 있다.<sup>57)</sup>

영국 디자인 카운슬은 2006년 발간한 보고서를 통해 영국 디자인 산업의 SWOT 분석을 [그림 2-5]와 같이 발표하였다. 영국은 정부의 디자인 산업에 대한 높은 관심과 높은 수준의 디자인 교육 및 제도, 기관들

55) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, 2005, p.11

56) British Design Innovation, British Design Industry Valuation Survey 2003 to 2004, 2004, p.3

57) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, p.17

이 많다는 점 등이 강점이며, 약점으로는 디자인 회사들의 규모가 대부분 영세하며, 디자인 회사들의 인력 개발에 대한 지원이 부족한 점 등을 열거하고 있다.

[그림 2-5] 영국 디자인 산업의 SWOT 분석<sup>58)</sup>

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정부가 디자인과 창조 산업에 대해 높은 관심을 가지고 있으며, 기술적인 차이를 극복하려고 노력한다.</li> <li>• 세계적인 디자이너들과 디자인 회사들을 많이 배출하였으며, 역동적이고 계속 성장하는 산업을 가지고 있다.</li> <li>• 디자인 서비스에 대한 요구가 높아지고 있다.</li> <li>• 디자인 교육의 높은 인기와 세계적 명성</li> <li>• 디자인 교육과 산업을 지원하는 좋은 제도와 기관들이 많다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디자인 회사들의 영세한 규모와 불안정한 구조</li> <li>• 많은 사업들이 디자인의 가치를 제대로 인식하지 못하고 있다.</li> <li>• 디자인 회사들의 인력개발에 대한 적극적인 지원이 약해 기술과 성과가 뒤떨어지고 있다.</li> <li>• 디자이너들이 다양성과 복합 문화를 이해하는 데 약하다.</li> <li>• 디자인 교육계와 산업계에서 활동하는 디자이너 사이의 관계가 약하다.</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계화를 통해 새로운 시장과 기회가 열리고 있으며 영국 디자인 회사들은 이미 세계적으로 경쟁 중이다.</li> <li>• 디자인이 새로운 산업 분야에 응용되고 있으며 어떤 비즈니스에서는 전보다 좀더 전략적인 역할로 쓰이고 있다.</li> <li>• 지속가능성(Sustainability)이 화두로 떠오르고 있는 가운데, 영국 디자이너들은 환경을 염두에 둔 디자인 교육을 받았다는 강점을 가지고 있다.</li> <li>• 영국 디자인 산업은 세계적으로 높은 평가를 받고 있으며, 많은 분야에서 실질적으로 디자인 개발을 이끌고 있다.</li> <li>• 영국은 세계적으로 많은 장점을 갖춘 경쟁력 있는 플랫폼을 제공할 수 있는 성숙한 환경을 보유하고 있다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 많은 경쟁국들이 이미 잘 개발된 디자인 교육 시스템을 가지고 있으며, 성공적인 디자인 비즈니스, 포괄적인 국가 디자인 진흥 정책을 시행하고 있다.</li> <li>• 클라이언트들은 영국 디자인 회사들이 직업의식이 부족하며 세계에 대한 인식이 부족하다고 평가한다.</li> <li>• 디자인과 비즈니스 사무실에 있어서 그 결과물의 질을 조절하기가 어려우며, 디자이너들을 위한 널리 알려진 국가적인 전문 개발 시스템이 없다.</li> <li>• 적절한 보조금 지원 없이 학생수만 증가하고 있어, 디자인 교육의 질적 수준과 평판에 위협이 되고 있다.</li> </ul>

58) Design Council, Design a New Design Industry : Design Skills Consultation, 2006, p.75

## 디자인 정책 개관

산업혁명 발상지인 영국은 이미 19세기부터 정부가 앞장서서 다각적인 디자인 정책을 수립·추진하였다. 영국의 정치 지도자들은 경제가 위기를 맞을 때마다 디자인을 통해 돌파구를 열기 위해 새로운 정책을 시행해왔다. 대부분의 유럽 국가들과는 달리 역대 영국의 왕실과 수상들은 국가적인 차원에서 디자인 진흥을 주도하는 전통을 갖고 있으며 국가 지도자들의 강력한 리더십에 의해 영국의 디자인 정책은 국민적 관심 속에 전폭적 지원을 받고 있다.

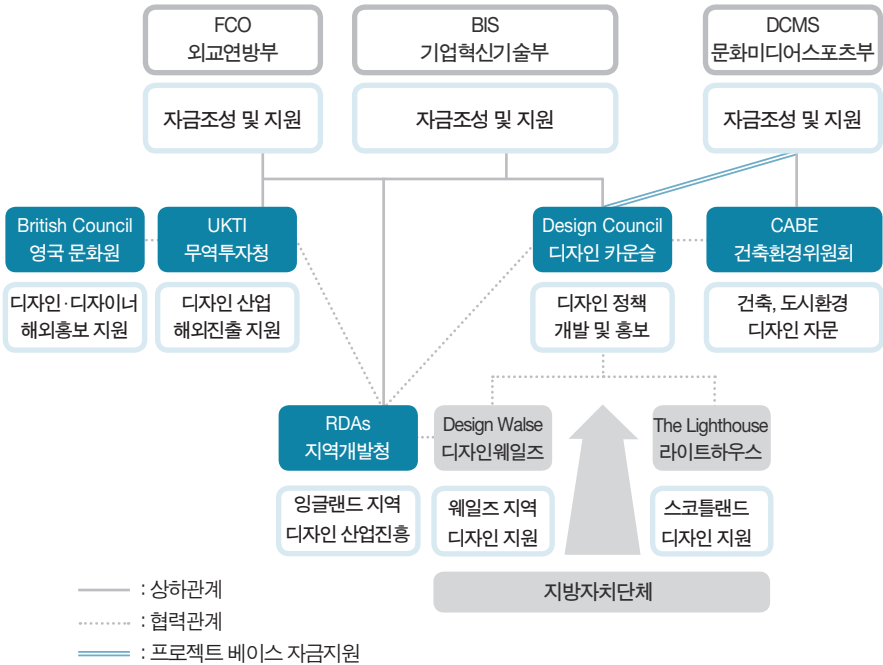
영국은 디자인 수출지원 구조 및 디자인 정책 추진 체계가 세계 어느 나라보다도 튼튼한 국가로서 자국내 디자인 활용을 증대하고 국제적으로도 디자인 활용을 확장시키기 위해 과거부터 많은 노력을 지속적으로 해오고 있다. 이런 영국 정부의 디자인 정책은 크게 디자인 산업 및 디자인 기술 지원과 디자인 수출을 위한 국제 마케팅 지원으로 구분하여 볼 수 있다.

영국 디자인 정책은 과거 주로 통상산업부 DTI : Department of Trade & Industry의 디자인정책팀 Design Policy Unit이 국가적 차원의 디자인 진흥정책 수립을 전담하고, 디자인 카운슬은 국가 이미지의 혁신, 중소기업에 대한 디자인 지원 등과 같은 사업을 수행해왔다.

그러던 것이 Brown 정권의 정부 조직 개편에 따라 국가 디자인 진흥 기관인 디자인 카운슬의 주무 부처가 혁신대학기술부 Department for Innovation, Universities & Skills, DIUS로 바뀌었다. 또한 디자인 카운슬은 기업규제개혁부 Department of Business, Enterprise and Regulatory Reform, BERR에서 정책 수립 시, 기업과 교육, 공공 서비스 등의 각 분야에서 디자인이 실질적으로 활용

될 수 있도록 정책 자문 서비스를 제공하였다. 그러나 영국 정부는 양 부처의 시너지 제고를 위해 2009년 6월 또다시 두 부처를 기업혁신기술부 Department for Business, Innovation and Skills, BIS로 통합하였다.

[그림 2-6] 영국 디자인 정책 추진 체계도



디자인 카운슬은 이러한 싱크탱크 역할과 동시에 무역투자청 UK Trade & Investment, UKTI 및 각 지역의 지역 개발청들 Regional Development Agencies, RDAs 을 통해 각 지방의 연계 기관에서 디자인 정책이 잘 실행될 수 있도록 지원하고 있다. 아울러 정부기관, 디자인 산업 관련 기관, 교육기관 사이의 긴밀한 협조와 공조가 이루어지도록 연결 및 중재 서비스를 제공하

고 있다.

디자인 카운슬 이외에도 정부는 외교연방부 Foreign & Commonwealth Office, FCO의 활동을 통해 디자인을 지원하며, 여기에는 영국 문화원 British Council의 해외 전시 개최 등을 통한 디자인 진흥 등에 큰 역할을 하고 있다. 또한 문화미디어스포츠부 Department for Culture, Media & Sport, DCMS와 건축환경위원회 Commission for Architecture & the Built Environment, CABE에서도 디자인 관련 정책 및 사업을 부분적으로 펼치고 있다.

정부 외에도 수출 진흥을 도모하고 국내 산업을 대상으로 디자인을 지원하는 기관들이 있는데 디자이너 DB와 디자인 관련 정보를 수집·제공하는 영국 디자인 이니셔티브 British Design Initiative 같은 단체가 여기에 해당한다.<sup>59)</sup>

1990년대 이후 추진된 주요 사업들을 살펴보면 국가 이미지 강화사업 추진의 직접적 계기는 1997년 가을 블레이 수상에 집권이었다. 블레이 수상은 영국의 대외 이미지 개선을 통해 영국이 세계에서 가장 창의성이 풍부한 국가로 인식될 수 있는 방안 마련을 위한 워크숍 개최를 지시하였다. 워크숍 결과는 디자인 카운슬이 정리하여 수상에게 제출하였는데, 이에 따라 '멋진 영국 Cool Britannia'이라는 캠페인이 전개되고 '창조적 영국 만들기 Creative Britain'란 이름 하에 다양한 사업들이 추진되었다. 주요 사업으로는 파워하우스 영국 Powerhouse UK 전시회, 창조 산업 TFT 구성, 밀레니엄 제품 선정, 패널 2000 등이 있었다. 이 사업들을 통해 세련됨과 혁신, 풍부한 창의성에 대한 명성을 확보함으로써 관광객을 유치하고 투자 유치와 수출 증대를 도모하였다.

1997년 창조 산업 TFT 구성을 통해 범 정부 차원의 체계적인 디자인 수출지원 체제를 운영하였으며, 현재는 혁신을 통한 경제 부흥을 목적으

59) Department of Innovation Industry & Regional Development, Developing Victoria's Design Capability, 2003, p.13

로 ‘창조성에 대한 콕스 보고서’<sup>05,12</sup>, ‘창조성 · 디자인 및 사업성과’<sup>05,11</sup> 등의 보고서 제언을 기본으로 한 정책을 수립 · 추진 중이다.

디자인 중주국이라 불리는 영국의 디자인 정책은 세계 각국의 디자인 정책 수립 시 벤치마킹의 대상이 되어왔다. 정치 지도자들의 강력한 리더십을 기반으로 한 정부 주도형 디자인 정책은 우리나라를 비롯한 일본, 대만 등 아시아 국가들의 디자인 정책 모델이 되었다.

영국의 다양한 디자인 정책 중 콕스 리뷰 *Cox Review*와 기업 지원에 관한 주요 정책인 ‘Designing Demand’ 및 국가 디자인 전략인 ‘The Good Design Plan’의 주요 내용을 통해 최신 영국 디자인 정책을 살펴보고자 한다.

## 최근 주요 디자인 정책

### 1) 콕스 리뷰 *Cox Review*

*Cox Review*는 신흥국들의 급부상과 영국 제조업의 쇠퇴 등으로 점점 어려워지는 영국 산업이 세계의 도전에 어떻게 대응할 것인가에 대한 우려에서 2005년 기획되었다. 그 동안 영국 정부의 제안서들이 기술과 산업과 같은 분야를 주로 다뤘기 때문에 창의성을 영국 비즈니스의 핵심 역량으로 주목했다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있는 보고서이다.

조지 콕스 *George Cox*<sup>60)</sup>는 영국의 선진 디자인 역량을 통해 영국이 세계 디자인 산업의 선두에 설 수 있다고 주장하면서 이를 달성하기 위한 다섯 가지 방안을 제안하였다.

---

60) 콕스 리뷰 작성 당시 디자인 카운슬 이사장, 현 이사장은 Sir, Richard Bichard 로서 교육부 차관과 런던예술대 총장을 역임했다.

### ① 인식과 이해에 대한 이슈 해결

Design Council에 의해 실험 평가되고 발전해온 비즈니스를 위한 디자인 프로그램 Design for Business programme을 영국 전역에 걸쳐 중소기업들과 관련 기관들이 폭넓게 이용할 수 있도록 한다.

### ② 정부지원 및 인센티브 체계의 효율성을 향상시키기

연구개발 세금 감면을 통해 중소기업들의 혜택을 높이도록 기존의 시스템을 보완할 필요가 있다.

### ③ 고등교육에서 차세대 비즈니스 리더, 창의적 전문가, 엔지니어, 기술자들이 서로에 대한 이해와 기술을 넓히기

경영, 엔지니어링, 기술과 창조 분야가 조화된 다학제적 교육이 필요하다.

### ④ 공공 조달의 강력한 힘 이용하기

중앙과 지역 단위로 공급자들의 상상력을 자극하기 위해 공공 조달의 힘을 이용한다.

### ⑤ 영국의 창의적인 능력 특성 높이기

런던을 중심 허브로 하고 영국 내의 창의혁신센터 Creativity and Innovation Centre를 네트워크화할 수 있는 국가 디자인센터를 건립한다.

## 2) 디자인 디맨드 Designing Demand

영국은 'Designing Demand'라는 중소기업 대상의 디자인 지원 프로그램

램을 운영하고 있다. 이 프로그램의 궁극적인 목표는 디자인을 기업의 사결정의 핵심 요소로 접목시켜 디자인 가치가 지닌 잠재적 역량을 최대한 활용하여 기업의 실적을 개선하는 것이다. 이런 측면에서 창업 초기 단계로 성장을 위한 투자 지원이 시급한 신생 기업이나 새로운 사업 전략 방향을 모색 중인 성숙 단계의 기업 등 각기 니즈가 다양한 기업들을 대상으로 맞춤형 디자인 컨설팅 프로그램을 제공하는 것이 가장 큰 특징이라 할 수 있다.

디자인 카운슬에서 디자인과 경영 분야의 다양한 경험을 가진 전문가들을 연결하여 기업의 디자인 활동을 지원하는 방법으로 운영되고 있다. 프로그램 구성은 '가속화 단계 Accelerate', '혁신 단계 Innovate', '몰입 단계 Immerse'의 3단계로 이루어져 있다.

디자인의 중요성과 가능성에 대한 공감대를 형성할 수 있도록 디자인 카운슬에서 추천하는 전문가가 강의를 하는 워크숍 단계를 거친 후, 이에 관심을 가진 기업들을 대상으로 이미 기업에서 진행하고 있는 사업에 대해 5~12개월 동안 디자인이 전략적 이슈를 어떻게 풀어나가는지에 대해 프로젝트를 진행하면서 경험하는 '가속화 단계'를 진행한다.

이후 디자인을 통해 투자를 유치하고 위험 부담을 줄이며 전략을 다듬음으로써 신기술을 상업화하는 '혁신 단계'를 거쳐, 사업 실적을 지속할 수 있는 성숙한 비즈니스를 위해 디자인을 통해 집중 전략 서비스를 제공하는 '몰입 단계'를 진행하게 된다.

총 2,000만 파운드 디자인 카운슬과 RDAs<sup>61)</sup>가 각각 분담가 투입될 예정인 이 프로젝트는 이미 추진된 바 있는 유사 성격의 시범 프로젝트인 'Design for Business'의 완성판으로 참가 기업 주로 지방 중소기업들을 대상으로 디자인 투자에 대한 자문과 다양한 지원 서비스를 제공하며 2010년까지 전개될

61) RDAs : NRDA(Northwest Regional Development Agency), AWM(Advantage West Midlands), LDA(London Development Agency) 등 영국의 9개 지역을 담당할 총 9개 기관으로 구성된 지역개발청으로서 지역 비즈니스 경쟁력 강화를 위한 다양한 지원정책을 실시



예정이다. 현재는 요크셔 지방에서만 실시되고 있으며 추후 전국적으로 실시할 예정이다.

### 3) 굿 디자인 플랜 The Good Design Plan

영국은 2008년~2010년의 국가 디자인 전략으로 'The Good Design Plan'을 발표하였다. 이 전략의 주요 목표는 첫째, 기업과 공공 영역의 디자인 지원을 통해 세계 수준의 브랜드, 제품 및 서비스 혁신 역량을 강화하는 것이다. 둘째, 현재 영국이 처한 사회 경제적 문제에 대한 새로운 해결책 제시 및 영국 내 모든 지역에 디자인 서비스를 확대하는 것이다. 셋째, 경쟁력 있는 창조 산업과 영국 디자인의 부흥을 위한 최신 디자인 기술을 지원하는 것이다. 넷째, 경제적 성공에 영향을 미치는 굿 디자인의 효과를 홍보하는 것이다. 이 같은 목표들을 토대로 영국 디자인 산업의 도약을 꾀하고 있어 향후 그 결과가 주목된다.

## 주요 디자인 기관

### 1) 디자인 카운슬 Design Council

#### ① 개요

디자인 카운슬은 1944년 제2차 세계대전 이후 영국 산업의 재건을 돕기 위한 목적으로 산업디자인카운슬 Council of Industrial Design이라는 이름으

로 설립되었다. 1946년 'Britain Can Make It', 1951년 'The Festival of Britain'을 개최하는 등 영국인들에게 디자인의 중요성을 알리기 위한 진흥 활동을 실시하였고, 1972년 엔지니어링 디자인의 진흥을 병행하기 위해 현재의 디자인 카운슬로 개칭하였다.

디자인 카운슬은 기업혁신기술부 BIS 산하기관으로 영국의 산업과 공공 서비스에서 디자인의 활용을 촉진시킴으로써 디자인이 국가 경제와 사회를 발전시키는 데 중심적 역할을 수행하고 있다.

기관의 목표는 유능한 디자인 전문가들의 도움을 통해 영국 경영자들이 세계에서 디자인을 가장 잘 활용할 수 있도록 지원하는 것이다.

## ② 주요 사업

### ■ 디자인 정책 Design Policy

정부의 의사 결정에 디자인이 핵심이 될 수 있도록 국가 정책에 영향력을 행사하고 기업 경쟁력과 공익 관련 의사 결정의 핵심으로 디자인이 고려될 수 있도록 주력해왔다. 콕스 리뷰 발표 후에는 다섯 가지 제안 사항들을 실현하는 데 주력하고 있다.

### ■ 디자인 혁신 Design Innovation

공공 서비스에서 디자인의 잠재적 역할을 현실적으로 구현하고 있다. 디자인 사고를 기반으로 정부기관들과 어떻게 서비스를 개발하고 실현할 것인지에 대한 협력에 주력하고 있다. 2004년부터는 현재 대두되고 있는 다양한 사회 경제적인 이슈들을 디자인 혁신을 통해 다루어보고자 하는 취지에서 'RED<sub>R&D</sub> 프로젝트'를 추진 중에 있다.

## ■ 기업을 위한 디자인 Design for Business

중소기업들이 디자인을 통해 혁신을 가능하게 하고 기업 성장의 발판으로 활용할 수 있도록 도와주기 위해 'Designing Demand' 프로그램을 개발하여 지역개발청 RDA들을 통해 실행하고 있다.

## ■ 공공을 위한 디자인 Design for Public

북동지방개발청, 국내의 파트너들과 함께 영국 북동 지역에서 'Dott 07' 프로그램을 진행하였다. 'Dott Design of the time'는 디자인이 우리의 삶에 어떠한 긍정적인 변화를 만들어줄 수 있는지를 탐구하는 2년 단위의 프로젝트로 디자인 카운슬과 지역개발청 RDA의 협력으로 운영되었다. 첫 번째 시도인 'Dott 07'은 북동지역개발청 One North East와 협력으로 건강과 웰

[그림 2-7] 디자인 카운슬의 주요 사업영역과 활동<sup>62)</sup>



62) 한국디자인진흥원 · 인터젠컨설팅, 국가 디자인정책 포트폴리오 개발, 2006, p.61

빙, 음식과 영양, 학교와 커뮤니티, 에너지와 환경, 지속가능한 관광, 이동성과 접근성의 6개 주요 테마로 진행된 바 있다.

#### ■ 디자인 지식 Design Knowledge

디자인 산업에 대한 전반적인 조사와 기업에서 디자인이 가지는 가치에 대한 다양한 연구를 수행해왔다.

### ③ 조직 운영

디자인 카운슬의 조직은 기관장 David Kester 포함, 5명의 경영진과 58명의 직원으로 구성되어 있으며, 2008년~2009년 회계년도를 기준으로 849만 파운드의 예산을 집행하고 있다.

## 2) 라이트 하우스 The Lighthouse

스코틀랜드의 건축과 디자인 진흥을 통한 지역의 창조 산업 허브를 목표로 글라스고우 Glasgow 에 설립된 기관으로 일반인을 위한 디자인 홍보와 교육을 주요 업무로 하고 있다. 공간 임대, '창조적 기업인 클럽' 회비, 전시회 입장료 등의 수익사업과 프로젝트 기반의 지자체 지원을 통해 운영 자금을 충당하고 있다. 그러나 재정 형편이 어려워 급기야 2009년 8월 법정관리 상태에 들어가고 말았다.

## 3) 디자인 웨일즈 Design Wales

1994년 소렐 리포트로 인해 디자인 카운슬의 웨일즈 지부가 폐쇄됨에

따라 웨일즈 지방의 디자인 진흥 활동을 위해 웨일즈 주 정부에서 설립 하였으며 카디프 Cardiff의 웨일즈대학교 내에 위치하고 있다.

PDR National Center for Product Design Development & Research 소속기관으로, PDR 이 디자인 용역회사와 같은 서비스를 제공하며 상업적인 활동을 하는 데 반해 디자인 웨일즈는 지방재정으로 운영되고 있는 기관으로 비영리 진 흥 활동을 전개하고 있다.

지역 기업 디자인 지원, 교육용 케이스 스터디 개발, 웨일즈 지방의 디 자인 전공 학생들을 위한 공모전 Wales Awards 개최, 지역 디자인 전문회사 의 디렉토리 온라인화, 디자인 포럼 지원, 카디프 디자인 페스티벌 지원 등을 통해 웨일즈 지방의 디자인 진흥을 담당하고 있다. 연간 예산은 약 70만 파운드로 100% 지방 정부의 지원으로 운영되고 있다.

## 2.2 유럽 주요국

### 독일 디자인 산업 및 정책

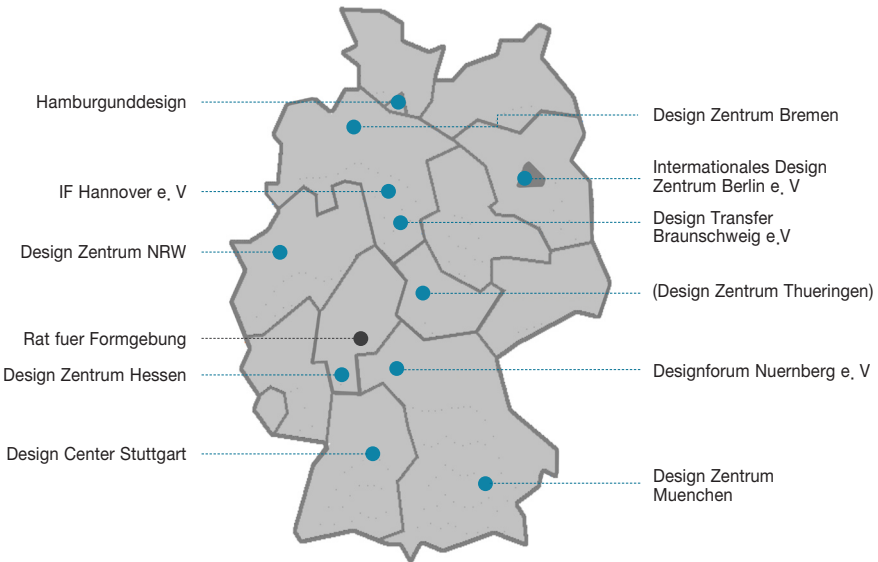
디자인은 독일에서 성장 산업으로 1996년 이래 매년 약 300개의 신규 기업들이 생겨나고 있다.<sup>63)</sup> 다른 유럽 국가들에 비해 넓은 지역과 강한 지방색을 가진 독일은 지역별로 특성을 달리하는 디자인센터나 디자인 용역을 제공하는 디자인 스튜디오가 있다. 지방분권 시스템으로 인해 각 주별로 디자인센터가 독립되어 있고 각기 고유한 목적을 가지고 사 업을 전개하고 있다.

63) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, p.29

독일의 디자인 정책 역사는 일반적으로 세계대전 전후의 역사, 특히 경제 재건 과정과 밀접한 관계가 있다. 그 당시 가장 시급한 임무는 산업과 무역을 다시 활성화하고 국제적인 경쟁력을 획득하는 것이었다. 제 2차 세계대전 이후 미국산 제품들과 비교하여 공산품의 심미적 경쟁력이 약하다고 판단, 독일의 각 주에서는 기업, 디자이너, 디자인 교육기관 등이 중심이 되어 디자인 협회를 구성하였고, 이들이 각 디자인센터의 모체가 되었다.

독일에 범 국가적인 디자인 정책은 존재하지 않는다. 독일의 디자인 교육 또한 주 정부 관할이며 일반적으로 예술대학이나 기술대학에서 이루어진다.

[그림 2-8] 12개 지역디자인센터 현황<sup>64)</sup>



64) 한국디자인진흥원 · KAIST, 디자인진흥기관 역할모델개발 연구, 2006, p.40

독일에는 각 주별로 크고 작은 디자인 기관이 설립되어 활동하고 있다. 이들은 크게 연방정부 중앙정부 주도형, 주 정부 주도형, 민간 주도형으로 구분할 수 있다. 연방정부가 설립한 기관으로는 프랑크푸르트에 소재한 독일 디자인 카운슬 German Design Council이며, 주 정부가 설립한 기관으로는 디자인센터 슈트트가르트 Design Center Stuttgart가 있고, 민간 주도형 기관으로는 IF 하노버, 디자인 젠트룸 NRW 등이 대표적이다.

### 1) 독일 디자인 카운슬 German Design Council

독일 디자인 카운슬은 영국 디자인 카운슬이 설립된 지 약 10년 후인 1953년에 설립되었다. 연방정부 산하기관으로 연방정부 및 프랑크푸르트 시로부터 재정 지원을 받고 있으나 각 디자인센터를 총괄하는 기관은 아니다.

독일 디자인 카운슬의 설립 목적은 독일의 디자인 진흥을 담당하는 국가적 대표 기구로서 산업 및 문화 분야, 일반 대중의 디자인 관련 의사 결정에 도움을 주는 것이다. 각종 전시 · 심포지엄 · 공모전 개최, 정기간행물 발간, 자료실 운영 등의 사업을 시행하고 있다.

### 2) 디자인센터 슈트트가르트 Design Center Stuttgart

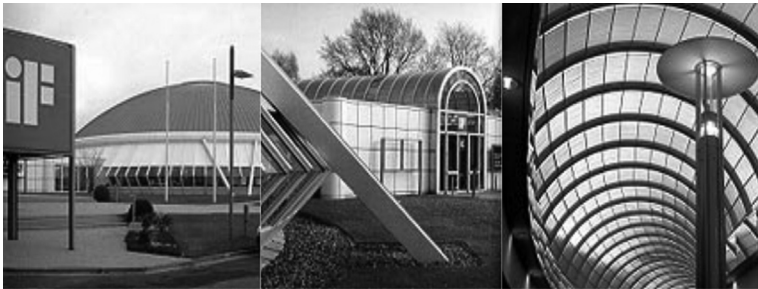
1969년 바덴 뷔르템베르크 주 정부 소속 디자인센터로 출범하여 현재 독일 내 유일한 주 정부 산하 디자인센터이다. 디자인 자료실 운영, 중소기업과 디자이너를 연결시켜주는 온라인 데이터베이스 개발 및 상담 주선, 포커스 Focus 상 및 미아 제거 Mia Seeger 상 등을 운영하고 있다.

주 정부의 재정 지원을 받음으로써 타 지역디자인센터에 비해 안정적으로 사업을 운영 하고 있다.

### 3) iF 하노버 iF-Hannover Industrial Forum for Design

지방 정부 주도로 설립된 지역디자인센터로 제2차 세계대전 이후 영국 정부의 독일 재건을 위한 수단으로써 하노버 페어가 결정됨에 따라 이와 관련하여 1953년에 설립되었다. CeBIT 및 하노버 페어 등 디자인 센터가 위치한 하노버 박람회장 내에 위치하여 입지 조건이 매우 우수하다.

[그림 2-9] iF Hannover Industrial Forum for Design



iF 하노버 디자인센터는 산업 측면의 디자인 활동에 집중하는 것이 특징이며 비영리 기관으로 정부 지원은 없다. 일반 기업과 개인 회원들에게 서비스를 제공하는 Industrial Forum Design Hannover E.V.와 2001년 설립되어 디자인센터의 전반적인 비즈니스 업무를 맡고 있는 International Forum Design GmbH의 2개의 기관으로 나누어 운영되고 있다.



iF 하노버 디자인센터의 대표 사업은 'iF 디자인 공모전 iF Design Award'으로 Red dot, IDEA와 함께 세계 3대 우수 디자인 인증제 중 하나로 손꼽히고 있다. 제품, 커뮤니케이션, 콘셉트, 포장, 소재 분야로 구성되어 있고, iF Design Award China와 같이 로컬 대상의 인증제 도입으로 사업 영역 확장을 시도하고 있다.

#### 4) 노르트라인 베스트팔렌 디자인센터 Design Zentrum Nordrhein Westfalen e.V.

노르트라인 베스트팔렌 디자인센터는 1954년 에센에서 대중을 위한 디자인 진흥을 목적으로 출범하였다. 출페라인 공업지구 및 쾰른, 본 등의 독일 주요 도시와 인접해 있어 독일의 산업과 디자인을 연계하는 활발한 활동을 전개하고 있다. 현재는 Red Dot상을 비롯한 다양한 사업을 통해 독일의 한 지역디자인센터가 아닌 세계 유수의 디자인센터로 우뚝 서고 있다.

주요 사업은 전시 및 세미나 개최, 디자인 서적 발간, 디자인 연구 등이며, 핵심 사업은 'Red Dot Award'이다.

[그림 2-10] Design Zentrum Nordrhein Westfalen 과 레드닷 마크



reddot

1955년에 시작되어 매년 두 차례 제품 부문과 커뮤니케이션 부문, 디자인 콘셉트 부문으로 나누어 운영하고 있으며, 레드 닷 마크는 세계적 권위의 우수 디자인 인정 표시로 자리매김하였다. 현재 콘셉트 부문은 '레드 닷 싱가포르'에서 운영하고 있다.

## 프랑스 디자인 산업 및 정책

프랑스는 다른 유럽 국가들과는 달리 문화 정책에서 특히 정부의 역할이 큰 나라이다. 프랑스의 디자인 정책은 1959년 설치된 문화부를 그 시작으로 본다. 디자인 정책은 산업부와 문화부로 이원화되어 추진되고 있는 것을 볼 수 있는데 산업부는 중소기업 및 지역산업 활성화를 위한 견인차로서의 디자인 진흥에 역점을 두고 있으며, 문화부는 차세대 디자이너 지원 등 디자이너들의 창의적 활동을 격려하는 프로그램을 운영하고 있다. 민간 디자인 진흥기구들은 소규모로 운영되며 프로젝트 단위로 정부 예산을 지원받아 활동하고 있다.

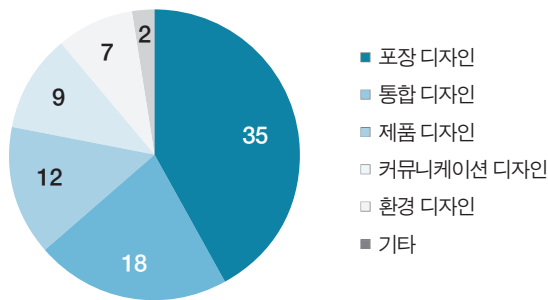
1970년대 르노 자동차, 콩코드 비행기 등 첨단 기술의 발전과 더불어 이 분야의 디자인 산업도 크게 발전하였으나, 1973년 석유 파동 등을 겪으면서 1990년까지 디자인 회사 절반이 문을 닫는 등 디자인 산업도 위축된 상황이다. 그러나 라팔 전투기 등의 군수 산업 및 TGV나 콩코드 여객기와 같은 운송 수단, 샤넬이나 루이 비통과 같은 패션 제품들의 디자인이 세계적인 것으로 평가받고 있다.

프랑스의 경우 독립적인 디자인 산업은 상대적으로 초보 단계여서 매출은 22억 유로에서 30억 유로 정도로 추정되고 있다.<sup>65)</sup> 전체 디자인 전

65) British Embassy, Doing Business with France, 2005/ International Evidence on Design 재인용

문화사의 53%가 활동 경력 10년 미만이며 디자인 경영은 현재 하나의 학문으로 완전하게 인식되지 못하고 있는 상황이다.<sup>66)</sup> 자동차, 항공우주 산업, 그리고 엔지니어링 회사들은 자체 디자이너를 활용하고 있는 반면, 명품 생산 기업들은 브랜드 개발 및 기업 커뮤니케이션을 위해 국제적인 디자인 회사들을 활용하는 편이다.

[그림 2-11] 프랑스 디자인 산업의 디자인 분야별 매출 비중<sup>67)</sup>



분야별로 보면, 제품 디자인 및 엔지니어링 디자인 분야에 속한 회사 수가 가장 많고, 포장 디자인 분야의 매출이 전체 디자인 매출에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

프랑스 기업의 평균 디자인 활용률은 36% 정도이다. 그러나 이 수치는 기업의 규모에 영향을 받는 것으로 소규모 기업들은 대기업보다 디자인 투자에 소극적인 경향이 있다. 전체적으로 디자인 회사나 외부 디자이너의 활용률은 36%이며, In-house 디자이너들은 자동차나 항공우주 산업 등 주요 기업에서 일하고 있다.<sup>68)</sup> 프랑스 디자인 산업은 프랑스 소재 다국적 기업과 대기업들을 위해 일하는 규모가 큰 디자인 회사가 주도하고 있다.

66) Bruce, M; Kratz, C and Glennon, S, Marketing and Design: A Symbiotic Relationship - UK and French Comparisons', presentation at EURAM, Munich, 4th-7th May 2005/ International Evidence on Design 재인용

67) APCI, L'offre de design en France, 2002/ International Evidence on Design 재인용

68) Bruce, M; Kratz, C and Glennon, S, Marketing and Design: A Symbiotic Relationship - UK and French Comparisons', presentation at EURAM, Munich, 4th-7th May 2005/ International Evidence on Design 재인용

디자인 교육 시스템은 다른 나라와 직접적으로 비교하기 어려운데 사립학교들은 문화부 소속의 소수 권위 있는 학교들과 함께 디자인 교육을 제공하며 여기에서 디자이너들은 석사 학위에 준하는 학위를 받을 수 있다. 교육부 관할하에 있는 미술학교들 또한 디자인 교육을 실시한다. 학생들은 3년간의 학업 후에 졸업 증명을, 5년 과정을 마치면 석사 학위를 수여받는다.<sup>69)</sup>

디자인 단체나 디자인 기관에 대한 정부의 투자는 체계적으로 이루어지지 않고 있으며, 주요 디자인 진흥기관으로 산업디자인진흥원 APCI과 혼 알프스 디자인센터 Rhone-Alpes Design Center가 있다.

### 1) 산업디자인진흥원 Agence pour la Promotion de la Creation Industrielle

기업 경영 전략에 디자인을 적용하고 해외에 프랑스 디자인을 홍보하기 위한 목적으로 1983년 설립되어 1993년 민간 독립기구로 전환되었다.

주요 사업으로는 우수 디자인 선정제도인 ‘Observateur du Design’을 1999년부터 매년 시행하고 있으며, 디자인 전시 및 세미나 개최, 국제회의 개최와 공동 연구 수행, 출판사업 등과 정부의 디자인 정책 프로젝트를 대행하고 있다.

[ 그림 2-12 ] Observateur du Design 상 마크



69) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, 2005, p.19

## 2) 혼 알프스 디자인센터 Rhone-Alpes Design Center

프랑스는 낭뜨, 낭시, 바에르종, 리옹 혼 알프스 등 네 곳에 지역디자인센터가 있다. 정부 산하 디자인 기관보다 지역디자인센터가 먼저 생겨났으며 지방 정부로부터 재정 지원을 받고 있다. 각 지역디자인센터는 중소기업에 상담 및 제품 지도와 같은 전문적인 디자인 서비스를 제공하고 디자인 산업의 지방화를 촉진하는 역할을 담당하고 있다.

혼 알프스 디자인센터 리옹 디자인센터는 1991년에 기업을 위한 디자인 지원을 위해 설립되었다. 정보 교류, 디자인 관련 연구 마케팅, 재료, 테크닉 등, 세미나와 컨퍼런스, 전문 디자이너와 기업 간 연계, 전공 학생들의 취업을 위한 기업 연계, 디자인 공모전, 디자인 경영 잡지 발간 Design Plus 등의 사업을 시행하고 있다.

## 덴마크 디자인 산업 및 정책

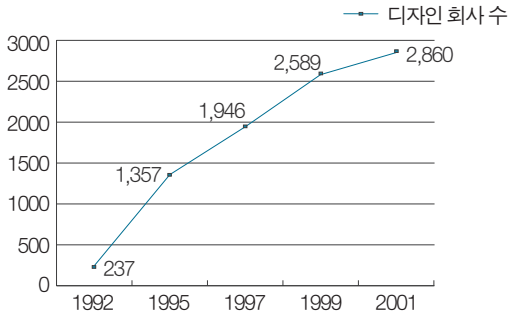
덴마크는 디자인 분야에서 오랜 전통을 가지고 있으며 국제 디자인계를 이끌어가는 디자인 선진국 중 하나로서 최근 덴마크 디자인 산업은 크게 성장하고 있는 추세다.

디자인 산업의 총 매출액을 살펴보면 1992년 57.5백만 유로이었던 것이 1997년에 155.2백만 유로로, 다시 2001년에는 265.6백만 유로로 크게 증가하였으며 디자인 회사의 수적인 측면에서도 상당히 늘어났는데 1992년에 237개에서 2001년 2,860개로 집계되었다.<sup>70)</sup>

분야별로 살펴보았을 때 덴마크 디자인 산업에서 가장 큰 비중을 차

70) Nordic Innovation Centre, Country Report : The Danish Design Industry, 2004

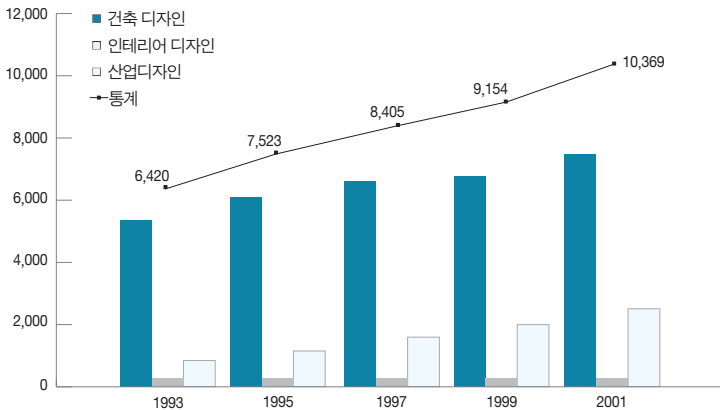
[그림 2-13] 덴마크 디자인 회사 증가 추이



지하는 분야는 그래픽 디자인이다. 전체 회사의 32%, 디자인을 구매하는 기업을 대상으로 한 매출 실적의 65%를 차지하고 있으며, 산업 디자인과 패션 및 텍스타일 디자인이 그 뒤를 따르고 있다.<sup>71)</sup>

또한 디자인 분야에 종사하는 사람의 수도 1993년 6,420명에서 2001년 10,361명으로 61% 증가하였다.

[그림 2-14] 덴마크 디자인 산업 고용 현황<sup>72)</sup>



71) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, 2005, p.25

72) 전계서, p.25

아울러 덴마크에서는 매년 250명에서 300명의 신규 디자이너가 교육 받고 있으며, 디자인 교육은 질적 측면에 초점을 두고 강한 공예적 요소를 가지고 있는 것이 특징이다.<sup>73)</sup>

덴마크는 국가 디자인 정책을 보유하고 있고 이에 대한 재정 지원을 실시하고 있다. 덴마크 디자인 정책의 큰 방향은 덴마크 디자인센터 Danish Design Center를 통해 이뤄지는데 덴마크 디자인의 브랜드화, 연구 조사, 디자인 교육의 산업 연계성 강화 등을 중점적으로 추진하고 있다.

### 덴마크 디자인센터 Danish Design Center

1978년 설립된 경제산업부 산하 디자인 진흥기관으로 전시장, 컨퍼런스룸, 디자인 스툴 등의 시설을 갖추고 있다.

주로 중소기업을 중심으로 한 산업계, 디자인 전문회사, 디자인에 관심을 가지고 있는 일반 대중을 대상으로 디자인 활용 지식에 관한 접근을 용이하게 하는 활동, 디자인에 대한 투자의 경제적 효과를 홍보하는 활동, 덴마크 디자인을 국제적으로 브랜딩하는 활동 등의 역할을 담당한다. 이를 위해 컨퍼런스, 세미나, 워크숍, 전시 등을 개최하고 뉴스레터 및 잡지 Designmatters 발간, 인증제도인 덴마크 디자인 상 Danish Design Prize을 운영하고 있다. 주로 프로젝트 단위로 주무부처인 경제산업부는 물론 문화부와 유관기관으로부터 사업을 위탁받아 추진하고 있다.

이 외에 스폰서십, 센터 입장료, 컨퍼런스룸 대여, 카페 및 디자인 스툴 운영 등의 자체 수익사업을 통해 운영 자금의 반 이상을 충당하고 있다. 기관장 포함, 38명의 정규직 외에 원활한 기관 운영을 위해 훈련생, 보조원 등을 활용하고 있다.

---

73) 전계서, p.26

## 스웨덴 디자인 산업 및 정책

스웨덴은 전통적으로 스칸디나비아 디자인의 리더로서 특히 산업 디자인, 가구, 유리, 도자기 등에서 강세를 보이는 가운데 최근에는 디지털 디자인의 선두 주자로 나서고 있다.

스웨덴 디자인 산업의 총 매출액은 2003년을 기준으로 7,549백만 스웨덴 크로나이다. 340개의 산업 디자인 회사가 활동하고 있고, 여기에 그래픽, 인테리어 및 가구 디자인 분야에 있는 회사들을 포함한다면 디자인 산업의 규모는 훨씬 커질 것으로 추정하고 있다.<sup>74)</sup>

노르딕 이노베이션 센터(Nordic Innovation Centre)가 2004년 발표한 자료에 따르면 스웨덴의 디자인 분야는 1993년과 2002년 사이에 디자인 회사가 272%나 증가하는 등 상당한 성장을 이루었음을 확인할 수 있다. 디자인 전문회사들의 지역별 분포를 살펴보면 약 78%의 디자인 전문회사들이 스톡홀름과 예테보리, 말뫼 등지에 위치하고 있으며 디자인 전문회사의 50%가 스톡홀름에서 활동하는 것으로 조사되었다.<sup>75)</sup>

또한 스웨덴 산업디자인재단이 조사한 바에 따르면 디자인에 대한 기업의 투자는 확대되고 있는 추세로 전체 기업의 75%가 디자인에 투자하고 있고 일부 기업들은 기업 내부 디자인 역량을 개발하고 있는 한편 다른 회사들은 디자인을 외부에 아웃소싱하고 있다.<sup>76)</sup>

스웨덴 디자인 교육은 지난 10년 동안 많은 성장을 해왔는데 1995년에 단지 2개의 디자인 스쿨에 6개의 프로그램에 그치던 것이 2005년에는 그 수가 75개의 프로그램으로 증가하였다.<sup>77)</sup> 또한 연구보다는 전문 디자이너 양성에 무게를 두기 때문에 대학원 졸업생 및 박사과정 학생 수는 적은 편이다.<sup>78)</sup>

74) 전계서, p.20

75) 전계서, p.20

76) SVID, 10 Points Attitude, Profitability and Design Maturity in Swedish Companies, 2004



스웨덴은 정부의 재정 지원을 받는 국가 디자인 정책을 가지고 있으며 이를 통해 국가적 목표와 실행을 개발하고 정의한다.<sup>79)</sup> 스웨덴은 2005년을 ‘디자인의 해’로 지정하여 디자인의 중요성을 강조하고 약 1,500개의 프로젝트를 추진하였으며, 지속가능한 디자인, 업무 생활을 위한 디자인, 성장 요소로서의 디자인 등 7대 핵심 전략을 수립·추진하였다.

스웨덴의 주요 디자인 기관으로는 스웨덴 산업디자인재단 SVID과 스웨덴 공예디자인협회 Svensk Form를 꼽을 수 있다.

## 1) 스웨덴 산업디자인재단 SVID: Stiftelsen Svensk Industrial design

스웨덴 산업디자인재단 SVID은 1989년 스웨덴 왕립 공과대학, 산업기술발전위원회, 공예디자인협회가 협력하여 설립한 기관이다. 중소기업을 대상으로 디자인을 진흥시키는 일을 주로 해왔으며, 대학 간 정보 및 아이디어 공유의 중재자 역할도 수행해왔다.

매년 정부 Ministry of Industry, Employment & Communication로부터 기관 운영비를 지원받고 있으며 후원금, 디자인 경영 컨설팅, 기업과 디자이너 간 연계 등을 통해 다양한 수입 창출 방안을 모색하고 있다. 스톡홀름에 본사가 있고 스웨덴 전역을 중부, 북부, 서부, 남동부, 남부 지역으로 나누어 각 지역마다 한 개의 지역 센터를 두고 있다.

## 2) 스웨덴 공예디자인협회 Svensk Form

스웨덴 공예디자인협회는 1845년에 설립된 세계에서 가장 오래된 디자인 단체이다. 2002년에 정부의 지원을 받아 신사옥 Design Forum을 건립

77) Design Council, Design Around the World, 2008

(<http://www.designcouncil.org.uk/en/About-Design/Research/Design-Around-the-World>)

78) Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, 2005, p.22

79) Designium, Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions, 2003

하였다.

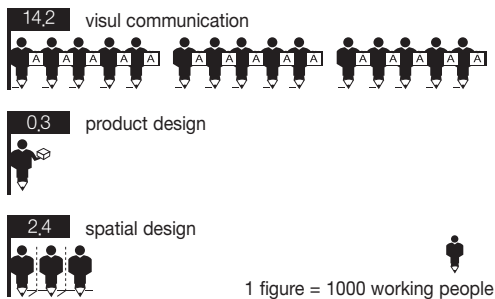
디자인 잡지 발간, 전시회, 강연 및 토론회, 장학 사업 등 다양한 활동을 통해 디자인의 중요성에 대한 대중의 이해를 제고하고 있으며, 디자인 문화 확산과 우수 인재 조기 발굴을 위해 ‘스웨덴 디자인 상<sup>Design S</sup>’과 ‘Young Swedish Design’ 등의 공모전을 운영하고 있다.

## 네덜란드 디자인 산업 및 정책

네덜란드에서는 전통적으로 디자인의 경제적 중요성이 간과되어왔는데, 이는 디자인이 단순히 예술적 또는 심미적인 것으로만 간주되어왔기 때문이다. 네덜란드의 디자인은 문화 중심적인 성향이 있어 디자인 정책 또한 문화 정책적인 접근 방식을 취해왔다.

네덜란드에는 2004년 말 기준으로 약 46,100명의 디자이너가 활동하고 있는 것으로 나타났다. 이들 중 약 1/3<sup>37%</sup>, 16,900명에 해당되는 디자이너가 디자인 전문회사에 종사하고 있는 것으로 조사되고 있다. 또한 이

[그림 2-15] 네덜란드의 디자인 분야별 디자이너 수<sup>80)</sup>



80) Premsele Foundation, Design in the Creative Economy, 2005, pp.2-5

들은 약 26억 유로의 경제적 부가가치를 창출하였는데 이것은 네덜란드 경제의 총 부가가치 중 0.7%를 차지하는 수준이다.<sup>81)</sup>

디자인 분야를 지원하기 위한 정부 사업은 재단을 통해 시행되는 보조금 제도의 형식을 취하는 경우가 대부분이다. 하지만 문화 정책으로서 디자인 정책을 인식하던 네덜란드는 최근 네덜란드 디자인의 우수성을 이끈 디자인의 문화적 측면을 보호함과 동시에 디자인의 경제적 측면을 산업계에 인식시키기 위한 다양한 방법을 모색하고 있다. 그 첫 번째 단계로 프렘셀라재단을 설립하여 산업과 디자인계의 연계를 창출하고자 노력하고 있다.

## 1) 프렘셀라재단 Premsele Foundation

프렘셀라재단은 2002년에 설립되어 사회, 경제, 국제적인 관점에서 네덜란드 디자인의 잠재력을 제고하기 위해 노력하고 있다. 네덜란드 교육 문화과학부와 암스테르담 시가 재정 지원을 하고 있으며 디자인과 사회, 경제, 문화 사이의 다양한 상호작용을 자극하는 역할을 수행하고 있다.

주요 활동으로는 토론회 및 컨퍼런스 개최, 창조 산업이 경제에 미치는 영향에 관한 조사, 네덜란드 디자인의 국제화 사업, 디자인 유산의 유지 보수 등이 있다.

## 2) 시각예술 · 디자인 · 건축재단 BKVB

시각예술 · 디자인 · 건축재단은 개인 시각 예술가와 디자이너, 건축가들을 무상으로 지원하기 위해 교육문화과학부에 의해 1988년에 설립되었다.

---

81) 전계서, p.8

재단은 시각 예술가나 디자이너가 처음 일을 시작할 때 필요한 생계비를 충당할 수 있도록 하는 기초 보조금에서부터 혁신적인 프로젝트에 대한 재정 보조까지 지원한다.<sup>82)</sup> 또한 전 세계 여러 도시에 스튜디오를 운영하면서 경험을 넓히고자 하는 디자이너들이 활용할 수 있도록 하는 거주 프로그램을 통해 디자이너를 지원하기도 한다.

이 밖에도 몬드리안 재단과 같이 박물관이나 미술관을 지원하는 재단과 네덜란드 건축재단 The Netherlands Architecture Institute과 같이 연구 기관이나 지방자치단체, 건축 및 설계 회사, 디자인 회사를 지원하는 지원 기관들이 있다.<sup>83)</sup>

## 핀란드 디자인 산업 및 정책

핀란드는 산업적 측면에서의 국가 디자인 진흥 정책을 펼치고 있다. 1990년대 이전의 정책은 주로 핀란드 디자인을 세계에 홍보하기 위한 것이었던 반면, 1990년대 들어 산업적 측면의 디자인 정책으로 전환되었다.<sup>84)</sup>

핀란드의 디자인 진흥은 핀란드의 산업화가 시작된 19세기 중반부터 그 역사가 시작되었다. 1870년대 초 응용미술 전문가 양성을 위해 현재의 헬싱키 미술·디자인 대학 University of Art & Design Helsinki : UIAH의 전신이 설립되었으며, 1875년에는 대학 운영과 응용미술 및 디자인의 중요성을 전파하기 위해 핀란드 공예디자인협회 Finnish Society of Crafts and Design가 발족되었다. 공예디자인협회는 1997년에 현재의 디자인 포럼 핀란드 Design Forum Finland로 재편되어 통상산업부의 재정적 지원을 받으며 출판물 발간

82) Department of Innovation Industry & Regional Development, Developing Victoria's Design Capability, 2003, p.7

83) 전개서, 2003, p.10

84) 이윤경, 문화적 관점에서 본 디자인 산업 정책 개발, 한국문화관광정책연구원, 2006, p.97

및 전시·세미나 운영 등 디자인 관련 정보 확산 및 홍보와 관련된 다양한 진흥 사업을 추진하고 있다.

핀란드의 디자인 산업 발전에 탄력을 준 가장 주목할 만한 최근의 노력으로는 2000년 교육부, 무역산업부, 핀란드 산업 및 경영자 연합이 주축이 되어 수립·추진한 'Design 2005' 프로그램을 들 수 있다. 주요 목적은 역동적인 디자인 시스템 구축을 통해 제품과 서비스의 국가 경쟁력을 확보하고 국가 정체성과 문화적 이미지를 강화하는 것을 목표로 하였다.<sup>85)</sup>

산학 협력을 중심으로 한 교육 및 연수사업의 추진, 디자인 분야 지식 기반 기술 연구 지원, 국가 혁신 시스템에 디자인을 통합하는 것을 중점 추진사업으로 진행하였다. 세부적으로는 디자인 전문회사의 활동을 지원하여 국제적 디자인 회사를 육성하는 것과 기업에 대한 디자인 R&D 지원, 디자인 교육, 디자인 문화사업 지원, 공공 디자인 강화, 핀란드 국가 이미지 국제 홍보 등을 주요 전략으로 다루었다.

핀란드는 'Design 2005'의 체계적 추진을 통해 디자인 산업이 크게 성장하였으며 국제사회에서 디자인 강국으로 평가받게 되었다.

## 2.3 일본

### 디자인 산업 및 정책 개관

2004년 일본 통계청이 발표한 자료에 따르면 일본의 디자인 전문회사는 9,415개에 이르고 매출액은 5조 8천억 원을 기록했다. 일본의 디자

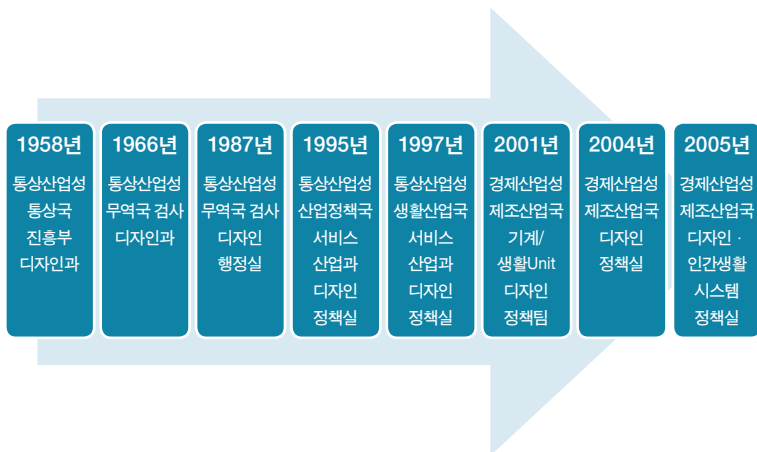
85) Ilpo Santala, 핀란드의 디자인, 2004 광주 국제디자인컨퍼런스, 2004, p.97

인 산업은 디자인 전문회사의 경우 일본 기업의 In-house 디자인 팀 선호 문화로 인해 디자인 전문회사 활동이 다소 위축되어 있는 실정이다. In-house 디자인 팀을 살펴보면 대기업의 경우 평균 200~400명의 내부 디자이너를 활용하고 있다. 영국의 조사 결과에 따르면 최근 일본 기업체 종업원을 대상으로 한 직업 조사에서 스스로를 디자이너라고 응답한 사람이 12만 명인 것으로 조사되었다.<sup>86)</sup>

세계 디자인 산업의 리더로 활동하고 있는 일본은 최근 전 세계적으로 환경 규제가 확산되고 있는 추세를 반영하여 친환경 디자인 분야의 선두 주자로 주목받고 있다.

일본의 디자인 정책은 1928년 디자인을 통한 지역경제 활성화를 위해 경제부가 샌다이에 ‘공예훈련소’를 설립한 데서 시작되었다.<sup>87)</sup> 그리고 1950년대 선진국 제품 모방문제 해결을 위한 ‘수출검사법’을 제정하면서 본격적으로 디자인 정책을 추진하였다. 1957년에는 ‘G-Mark’ 도입,

[그림 2-16] 일본 정부의 디자인 담당 부서 변화 추이<sup>88)</sup>



86) Trade & Partners UK, Design Fact-Finding Mission to Japan Report, 2002

87) Takeshi Hirose, Design Policy of Kansei, 2008(JDF 주최 ADNC 2008 발표자료), 발표자는 경제산업성 디자인인간생활시스템정책실장

88) 한국디자인진흥원·인터젠컨설팅, 국가 디자인정책 포트폴리오 개발, 2006, p.83

1958년 통상산업성에 디자인정책실 설치, 1959년 수출상품디자인법 제정, 1969년 일본산업디자인진흥회 JIDPO 설립, 1981년 일본국제디자인교류재단 JDF 설립 등을 통해 일본의 디자인 산업은 비약적인 발전을 거듭해왔다.

1950년대부터 정부 차원에서 입안·시행되어온 일본의 디자인 정책은 1958년 통상성 통상국 진흥부에 디자인과가 설립되면서 오늘에 이르고 있다. 초창기에는 통상이나 무역 진흥 차원에서 이루어졌으며 1990년대 들어 산업 정책의 일환으로, 다시 이것이 미래의 산업 진흥과 생활 문화의 향상을 도모하기 위한 수단으로 정책의 기초가 전환되었다. 이는 디자인 정책을 담당하는 주관 국 및 담당 부서가 바뀌는 과정에서 나타난 현상이다.

일본 정부의 디자인 진흥 역사를 좀더 구체적으로 살펴보면 1950년대에는 미국에 디자인 국비 유학생 파견 등 선진 디자인 습득에 대한 정부 지원이 시작되었다. 또한 디자인 모방에 따른 통상 마찰이 이슈화되자 디자인 도용 방지와 오리지널 디자인 개발을 장려하기 위한 디자인 정책 수립의 요구가 증대됨에 따라 1958년 통상성에 디자인과가 설치되었다. 이 당시 추진된 대표적 정책이 수출품디자인법 제정에 따라 모방방지대책 및 G마크제도 우수디자인제품 선정제 운영과 일본무역진흥회 JETRO의 디자인 유학생 파견 지원 등이다.

1960년대~70년대에는 일본 경제가 고도화되던 시기로 제품 수출에 있어 디자인의 중요성이 확산되면서 디자인 정책의 체계화가 추진된 시기라 할 수 있다. 1969년 일본산업디자인진흥회 JIDPO 설립, 1973년 '디자인의 해' 선포 및 ICSID 총회 개최 등 각종 국내외 디자인 행사 개최로 디자인에 대한 인식이 증대되어 디자인이 급성장하는 계기를 마련하였다.

1970년 중반 이후에는 스타일로서가 아닌 제품 개발의 전략적 도구로서의 디자인에 대한 인식이 확산되기 시작하였다.

1980년대는 일본 첨단 산업의 국제 경쟁력 확보와 함께 디자인 역량이 국제적 수준으로 향상된 시기로 1981년 일본국제디자인교류협회 JDF 설립으로 디자인 분야의 국제 협력이 확대되었다. 1989년 다시 한 번 ‘디자인의 해’를 선포하여 국가적 차원의 디자인 진흥 행사를 개최하고 이를 토대로 디자인 기반의 확대를 도모하였다. 또한 1990년대는 경제 성장에 힘입어 지역별로 디자인센터가 건립되어 디자인 진흥의 지역화 기반이 마련된 시기이다.

최근의 디자인 정책을 살펴보면 경제산업성은 ‘디자인과 브랜드의 전략적 활용’을 위해 2003년 2월 ‘전략적 디자인 활용 연구회’를 설치하고 자국의 산업 경쟁력 강화를 위해 디자인 창조와 활용에 관한 과제 및 대응 방안을 검토하였다.

2005년에는 ‘신산업 창조전략 2005’를 통해 일본의 미래 성장을 주도할 7개의 전략산업 분야의 하나로서 디자인을 포함한 ‘비즈니스 지원 서비스’의 육성 및 강화를 천명하였다.<sup>89)</sup>

아울러 2006년에는 어린이의 안전과 건강한 성장 발달을 위한 생활 환경 창출에 일조한 디자인을 표창하는 ‘키즈 디자인 표창제도 Kid’s Design Award’를 도입하였고 2007년에는 디자인을 통한 경제가치 창출을 위해 ‘감성 Kansei’ 전략을 발표하는 등 다양한 디자인 진흥 정책을 추진하고 있다.

#### ① J40 정책 보고서

경제산업성에서는 2003년 수립된 ‘전략적 디자인 연구 결과보고서’를 토대로 ‘디자인은 브랜드 확립의 지름길’이라고 하는 40개의 제언으로 된

89) 전게서, p.81



보고서를 2006년 발표하였다.

그 주요 내용을 살펴보면 굿 디자인 상등 브랜드 확립을 위한 디자인의 전략적 활용 지원, 중소기업의 디자인 개발 지원, 디자인 정보 인프라 구축, 권리 보호 강화, 디자인 경영 인력 양성, 디자인 뮤지엄 설립 등을 근간으로 하여 세부적인 실행 계획을 수립·추진하였다.

## ② 신일본양식 운동 Neo-Japanesque Style Movement

2005년 5월 경제산업성과 마츠시타 전기, 도요타 자동차 등 일본의 주요 기업이 공동으로 일본의 전통문화를 살린 새로운 국가 브랜드 전략인 ‘신일본양식 운동 Neo-Japanesque Style Movement 정책’을 발표하였다.

[그림 2-17] 신일본양식 Neo-Japanesque Style 100선의 예<sup>90)</sup>

06



08



21



22



40



43



21세기 세계화 시대의 경쟁력이 품질에서 품격으로 전환되고 있다는 인식하에 일본 고유의 문화가 반영된 국가 브랜드를 제품 이미지와 동일시하기 위한 정책을 2005년부터 2008년까지 3년간 실행하였다. 이는 자국의 문화 홍보를 위해 문화 상품을 만드는 것이 아닌 일본의 ‘고품질 제품 이미지’에 문화적 요소를 가미함으로써 문화·경제적 효과를 동시에 겨냥하며 기획되었다.

90) 전게서, p.83

### ③ 감성 Kansei 전략

경제산업성은 2007년 전문가의 혼이 담긴, 스토리가 있는 ‘truly fulfilling’한 상품을 제조하여 새로운 경제적 가치를 창출하기 위해 ‘감성 Kansei’ 전략을 발표하였는데, 이는 구매자가 아닌 사용자에게 요구하는 감성 디자인 전략이라 할 수 있다. Kansei가 반영된 제품은 별도의 선정 절차를 거친 후 발표될 예정이다.

## 주요 디자인 기관

일본의 디자인 정책을 추진 주체별로 살펴보면 경제산업성 Ministry of Economy, Trade and Industry 과 (재)일본산업디자인진흥회 JIDPO, (재)일본국제디자인교류협회 JDF 등의 디자인 기관 그리고 각 지역디자인센터라는 세 축으로 구성되어 있다. 국내 디자인 진흥 및 조율 기능은 일본산업디자인진흥회가 맡고 있으며, 지역 디자인 진흥은 지역별 디자인센터가, 국제 협력 및 해외 진출은 일본국제디자인교류협회가 담당하고 있다.

### 1) 일본산업디자인진흥회 Japan Industrial Design Promotion Organization

1969년 설립된 일본의 대표적 디자인 진흥기관으로 1998년 민영화되었다. 1973년과 1989년 두 번의 ‘Design Year’ 제정에 이어 ‘굿 디자인 상 Good Design Award’ 시상과 ‘디자인 · 경제 포럼 Design & Business Forum’ 등의 사업을 시행하고 있다.

굿 디자인 상 Good Design Award은 1957년 일본의 수출 제품에 대한 해외

디자인 도용을 막기 위해 정부가 도입한 G마크 제도를 1998년 통상산업  
성 현 경제산업성에서 JIDPO로 이관한 후 변경된 사업명이다. 선정 분야는  
제품뿐 아니라 환경, 건축물, TV 프로그램도 포함하고 있다.

2003년부터 경제산업성과 연계하여 ‘디자인 · 경제 포럼’을 발족하여  
기업의 디자인 활용을 촉진하고 소비자의 디자인 인식 증대에 기여하고  
있으며 굿 디자인 상 운영과 정부로부터의 프로젝트 수주를 통해 운영  
자금을 확보하고 있다.

## 2) 일본국제디자인교류협회 Japan Design Foundation

1983년 국제 디자인 공모전과 국제 디자인 컨퍼런스를 효과적으로 개  
최하기 위해 오사카에 설립된 이후 디자인 교류 행사를 지속적으로 수  
행해오고 있다.

주요 사업으로 1983년 이후 ‘오사카 국제 디자인 공모전’을 매년 개최  
하고 있으며, 아시아 디자인 네트워크 구축을 통해 일본 디자인의 해외  
진출을 지원하고 있다.

오사카 시 정부와 경률회의 재정 지원이 설립 당시보다 많이 감소됨  
에 따라 운영에 어려움을 겪고 있다. 따라서 일본 정부는 2009년 3월 JDF  
를 해산하고 그 기능을 JIDPO에 이관하였다.

## 3) 지역디자인센터

지역 산업의 활성화를 위해 일본은 나고야 국제 디자인센터를 비롯하  
여 전국 18개 지역에 디자인센터를 두고 지역 특성에 맞는 디자인 정책

을 시행하고 있다. 지역디자인센터들은 지역 내 중소기업의 디자인 지원, CEO 디자인 마인드 제고 등 지역 산업 활성화에 직접적으로 연관되는 사업에 주력하고 있다.

여기에서는 일본 내 대표적 지역디자인센터인 오사카 디자인센터, 나고야 국제 디자인센터, 그리고 토야마 디자인센터에 대해 소개하고자 한다.

### ① 오사카 디자인센터 Osaka Design Center

1960년 오사카 시 지역 상공회 소속 기업들 사프, 마츠시타 등이 주축이 되어 설립하였다. 오사카 시의 중소기업 지원, 디자인 전문회사와 중소기업의 연계 지원, 오사카 굿 디자인 상 운영, 세미나 및 전시회 개최, 인큐베이터 운영 등의 사업을 추진하고 있다.

오사카 디자인센터는 유동인구가 많은 복합 건물인 ATC(아태 트레이드 센터) 내에 위치해 있어 입지 조건이 좋은 편이며, 소규모 자료실도 운영하고 있다.

### ② 나고야 국제 디자인센터 International Design Center Nagoya

나고야 시 디자인 산업 육성 및 시민들의 삶의 질 제고를 위해 1996년 나고야 시, 아이치 현, 지역 경제계가 함께 제3섹터 방식으로 설립하였다.

주요 사업은 디자인 인재 육성, 국내외 디자인 전시 및 세미나 개최, 중소기업 및 디자인 업체 지원, 체험관 운영, 시설 임대 등이다. 현재 지속적인 적자 운영으로 자본 잠식 상태에 있다.

### ③ 토야마 디자인센터 Toyama Design Center

토야마 디자인센터는 중소기업 지원을 위해 1990년 설립되었다. 주요 사업으로는 디자이너 및 중소기업 연계 지원, 공모전 운영, 이벤트 Design Wave 등 개최, 출판 및 정보제공 사업, 인큐베이터 운영 등이 있다.

## 2.4 아시아 주요국

### 싱가포르 디자인 산업 및 정책

싱가포르의 디자인 정책은 1984년 무역산업부 Ministry of Trade & Industry 산하 싱가포르 무역발전국 TDB : Trade Development Board, 현재의 IE 싱가포르 내에 디자인 전담 부서 Design Promotion Unit 를 설치한 것에서 출발한다고 볼 수 있다. 1987년에는 기업체의 디자인 개발을 지원하기 위한 제도인 'Design Ventures Program'을 시행하였으며 영국과 마찬가지로 디자인 과목을 중등학교 이하에서 의무교육과정으로 채택하였다. 1988년은 싱가포르 디자인 진흥의 원년이라 할 수 있다. 1988년부터 국가 차원의 디자인 진흥을 목적으로 격년 주기로 'International Design Forum'과 'Singapore Design Award'를 개최하기 시작했다. 또한 청소년의 디자인 활용을 유도하기 위해 싱가포르 디자이너협회와 공동으로 'Young Designers Award'를 매년 개최하였다.

현재 싱가포르의 디자인 산업과 관련한 공공 조직으로는 EDB Economic Development Board와 IE 싱가포르 International Enterprise Singapore가 있다. EDB는 세계적인 디자인 전문회사의 싱가포르 유치와 국내 디자인 전문회사를 지원하고 있고, IE 싱가포르는 디자인을 싱가포르 기업의 국제화를 위한 전략적 요소로 개발하는 역할을 수행한다.

또한 2003년 디자인 싱가포르 카운슬 The Design Singapore Council을 설립하여 본격적인 디자인 진흥 활동을 전개해나가고 있다.

최근 주요 디자인 정책으로는 'Design Singapore Initiative'가 있는데 이는 싱가포르의 비즈니스, 예술, 문화, 기술 자원과 디자인을 연계하여 진흥시키고자 하는 싱가포르 최초의 국가 전략이라고 할 수 있다.

## 1) Design Singapore Initiative<sup>91)</sup>

'Design Singapore Initiative'는 싱가포르가 "디자인 의식과 창조성이 직장, 가정, 여가 활동의 모든 면을 아우르는 전 세계 상품, 콘텐츠, 서비스 디자인을 위한 문화·비즈니스 허브"가 되고자 하는 비전을 제시하고 있다.

구체적 전략은 다음과 같다. 첫 번째 전략은 '기업 활동과 디자인을 통합함으로써 싱가포르의 아이콘적인 상품과 서비스를 정의하고 개발하는 것, 디자인에 민감하게 영향을 받는 서비스업과 엔터테인먼트 산업, 의약 산업 등을 가능성 있는 산업으로 분류하여 지원하는 것, 디자인 활용의 중요성을 인식하지 못하고 있는 기업을 대상으로 디자인 활용을 보다 용이하게 하는 것들을 제시하고 있다.

두 번째 전략은 '활기 있고 전문적인 디자인 커뮤니티 개발'로 디자인 전문가의 수준을 향상시키고, 젊은 인재를 끌어들이어 싱가포르의 디자인

91) 전계서, pp.104-106의 내용을 재구성

능력을 제고하기 위해 기존 디자인 교육 프로그램을 개선하고 디자인 인 큐베이터를 설립하는 것 등을 제안하고 있다.

세 번째 전략은 ‘글로벌 디자인 허브로서의 싱가포르’로 국제 디자인 회사 및 디자이너를 싱가포르로 유입· 정착시키고 다국적 기업의 디자인 부서 등을 싱가포르에 설립하도록 하는 활동을 통해 아시아뿐 아니라 글로벌 디자인 허브로서의 적극적인 노력을 주문하고 있다.

네 번째 전략은 ‘디자인 문화의 육성과 인식 제고’로 디자인의 중요성에 대한 국민 의식을 제고하고 디자인에 대한 감응이 큰 문화를 육성하기 위해 다양한 디자인 이벤트와 전시의 개최를 제안하고 있다.

## 2) 디자인 싱가포르 카운슬 The Design Singapore Council<sup>92)</sup>

싱가포르 디자인의 진흥과 개발을 위해 국가 정책의 일환으로 정보통신예술부 Ministry of Information, Communications & the Arts 주도로 2003년 디자인 싱가포르 카운슬이 설립되었다.

디자인 싱가포르 카운슬은 디자인을 통해 국민의 삶의 질 향상과 국가 경쟁력을 강화시키고 창의적인 디자인을 선도하는 국제적인 디자인 센터를 지향한다. 다른 국가 기관들과 디자인계 그리고 교육기관과의 협력을 통해 디자인 진흥· 개발에 필요한 재원을 조성하고 해외 디자인 커뮤니티와의 긴밀한 네트워크를 구축하는 등의 역할을 담당하고 있다.

주요 활동은 다음과 같다. 다분야 간 협력 프로젝트 추진을 독려하고 지원하여 역동적인 통합적 디자인 서비스 클러스터를 육성하고 있다. 그리고 세계적 디자인 전문회사의 정착 및 국제 행사와 공모전 개최, ICSID, Icoграда와 같은 주요 국제 기구 및 국제 디자인계와의 긴밀한 네트워크

92) 전게서, pp.104-106의 내용을 재구성

구축에 힘쓰고 있다. 또한 아트·미디어·디자인 분야의 대학 교육 프로그램을 신설하고 기존의 공예 및 미술 학교의 디자인 교과목을 강화하여 세계적 수준의 디자인 전문가를 육성하고 있다. 기업 대상 디자인 개발 지원 프로그램을 운영하는 등 기업의 디자인 역량 강화에도 힘쓰고 있으며 디자인 문화 창출을 위해서도 노력하고 있다.

예산은 2007년의 경우 1,000만 싱가포르 달러이며 대부분 정부 지원금으로 충당하고 있고, 직원 수는 '08년 현재 20명이다.<sup>93)</sup> 주요 디자인계 인사와 디자인 관련 산업·전문 협회 등의 대표자들로 구성된 카운슬 내 조언 그룹인 '산업 발전 패널 The Industry Development Panel'과 디자인과 관련된 국제 비즈니스와 디자인 커뮤니티의 리더들로 구성된 '산업 자문 패널 The Industry Advisory Panel'을 조직 내에 두고 있는 것이 특징이다.

## 대만 디자인 산업 및 정책

대만은 체계적인 디자인 진흥 계획을 일관성 있게 추진해오고 있는 나라이다. '품질 향상을 위한 5개년 계획', '산업 디자인 진흥 5개년 계획', '대만제품 이미지 강화를 위한 5개년 계획' 등 다양한 정책을 추진해왔다. 그리고 1995년을 '산업 디자인의 해'로 선포하고 디자인 붐을 조성하였고, 제19차 ICSID 총회의 개최를 통해 대만 디자인의 세계화를 추진하기도 하였다.

대만 디자인 정책의 강점으로는 독일 뒤셀도르프와 미국 샌프란시스코에 디자인센터의 해외 지사를 두어 글로벌 네트워크를 구축하고 있다는 점을 꼽을 수 있다.

93) JDF, Asian Design Information Database, 2008, p.13



2002년 대만기술원 Taipei Technology Institute의 'Industrial Design Industry Sampling Survey'에 따르면 대만 디자인 산업의 연간 총 생산 가치는 14억 대만 달러이고 개인 작업실을 포함, 총 6,583개의 디자인 전문회사와 스튜디오가 있으며, 고용 인원은 대략 12,300명으로 추정하고 있다.

### 대만 디자인센터 Taiwan Design Center

대만 디자인 정책의 실행 기관으로는 경제부 Ministry of Economic Affairs 산하의 대만 디자인센터 Taiwan Design Center가 있다. 2008년 현재 약 100명의 직원들이 디자인 전시 및 공모전 개최, 디자인 교육 프로그램 운영, 디자인 트렌드와 프로젝트 연구, 디자인 산업 지원 등의 국가 디자인 진흥 활동을 추진하고 있다.<sup>94)</sup>

### 중국 디자인 산업 및 정책

중국은 WTO 가입 이후 시장 개방이 가속화되면서 세계의 생산기지로서 그 위상이 강화되고 있다. 중국의 산업 디자인은 아직은 모방 수준에 머무르고 있지만 일부 가전 및 통신기기 분야의 대기업들은 이미 독자 브랜드와 디자인 개발에 박차를 가하며 세계시장 공략에 나서고 있다. 그들이 보유한 인적, 물적 자원 그리고 시장 규모를 생각할 때 발전 잠재력은 우리의 예상을 뛰어넘을 것이라고 생각한다. 2003년 7월 비즈니스위크 지는 “Designed in Italy, No, in China”라는 제목의 기사에서 중국은 우수한 인적자원을 바탕으로 머지않아 ‘디자인 중국’으로 부상할 것

---

94) 전계서, p.50

이라고 내다봤다.

현재 중국에는 디자인과 관련한 통계가 매우 부족하다. 국가통계국 산업 분류에도 디자인 산업이 명시되어 있지 않아 디자인 산업의 규모나 디자이너 및 디자인 회사의 수를 정확히 알기 어렵다. 베이징산업디자인센터 Beijing Industrial Design Center, BIDC 는 2005년 중국 디자인 규모를 디자이너 약 30만 명, 시장 규모 약 300억 위안, 4년제 디자인 대학 약 400개, 디자인 전공자 배출 규모 연간 약 3만 명 등으로 추정한다.

중국에는 중앙 정부 차원의 디자인 전담부서나 진흥기관이 아직 없다. 그러나 2007년 3월 발표된 '국무원의 서비스산업 발전에 대한 의견 7호 문건'을 통해 산업 디자인 육성책의 중요성과 지속적인 지원책을 재차 강조하고 있어<sup>95)</sup> 디자인의 중요성에 대한 중국 정부의 인식과 디자인 산업 육성 의지는 높다고 볼 수 있다. 전국 규모의 디자인 단체로는 1979년 설립된 중국산업디자인협회 China Industrial Design Association, CIDA가 있다. 중국 전체 디자이너와 디자인 회사 등을 회원으로 보유하고 있고 다양한 디자인 활동을 펼치고 있어 해외에서는 중국을 대표하는 디자인 진흥 단체로 인식되어 있다.

그러나 중국 대도시를 중심으로 한 지방 정부 차원의 디자인 진흥은 최근 들어 꽤 활발하다. 베이징 시는 1995년 시 과학기술위원회 산하에 베이징산업디자인센터를 설립하였고, 2005년 6월에는 디자인자원센터 Design Resource Center를 세웠다. 그리고 2006년에는 국가발전개혁위원회와 BIDC가 중국 최초의 굿 디자인 상인 'Red Star Award' 제도를 도입하였다.<sup>96)</sup>

한편 상하이 시정부는 2004년 11월 상하이창의산업센터를 세우고 시내에 50여 개의 창의산업단지를 구축해나가고 있으며, 매년 창의산업주간행사를 다양한 내용으로 개최하고 있다. 또한 전통적으로 산업과 상

95) KOTRA 상하이무역관 내부 보고자료, 2007.11.19

96) 전계서

업이 발전한 광저우는 시내에 있는 섬 하나 전체를 ‘대학성’이라는 벤처 디자인기술단지로 조성하여 시너지를 제고함과 아울러 강력한 산학연계 시스템을 구축하였다.<sup>97)</sup>

이 밖에도 칭다오, 우시, 닝보 등 산업 기반이 튼튼한 대도시들이 디자인 산업 육성에 적극적이다.

## 2.5 미국

미국에 디자인 정책을 추진하는 정부 기관은 따로 없다. 대신 순수 민간 디자인 단체가 디자인 분야의 권익 확보와 발전을 위해 공공 성격의 디자인 사업을 수행하고 있다. 즉, 미국산업디자이너협회 IDSA, 디자인경영원 DMI, 기업디자인재단 CDF 등 민간 협회나 단체들이 그 역할을 하고 있다. 정부 차원의 디자인 정책은 없으나, 민간 디자인센터 및 박물관 운영, 수준 높은 디자인 교육 등 디자인 발전을 지원할 인프라가 잘 갖춰져 있다. 하지만 세계 최고 수준의 디자인 교육과 전문회사를 자랑하는 미국의 디자인 산업에 한 가지 아쉬운 점은 명확한 통계 자료가 없다는 것이다.

### 1) 미국산업디자이너협회 Industrial Designers Society of America

민간 협회인 미국산업디자이너협회 IDSA는 1938년에 설립된 미국디자이너협회 America Designers Institute를 모체로 하여 1965년 설립된 전국 규모의

97) 디자인플러스, 윤대영, 중국 디자인에 대하여2, 2007.12.17

조직이다. 이 협회는 산업 디자인의 중요성에 대한 기업의 인식을 제고하고 수준 높은 산업 디자인 교육 체계의 확립을 목적으로 설립되었다. 주요 사업으로는 비즈니스 위크와 공동으로 '우수 산업디자인 상 Industrial Design Excellence Award : IDEA'의 선정, 디자이너 · 교육자 · 경영자 등이 참석하는 연례 전국대회 National Conference 개최, 다양한 디자인 정보의 제공, 각종 세미나 · 워크숍 · 공모전 등의 사업을 운영하고 있다. 협회의 본부는 버지니아 달라스에 있으며 14명의 직원과 3,300여 명의 회원으로 구성되어 있고, 전국적으로 28개의 지부가 구성되어 있다.

## 2) 디자인경영원 Design Management Institute, DMI

디자인경영원은 디자인 경영의 지식체계 확립을 위해 관련 정보의 수집, 조직화, 이용을 가능하게 하고자 1975년에 설립되었다. 연구자들과의 협력을 통해 디자인 경영 성공사례를 발굴하여 하버드 경영대학원이 출판하도록 함으로써 디자인 경영의 중요성을 홍보하고 있다. 주요 사업은 디자인 경영 심포지엄, 컨퍼런스 및 세미나 개최, 디자인 경영 출판물 간행 등이다.

## 3) 기업디자인재단 Corporate Design Foundation, CDF

기업디자인재단은 기업가, 경영자, 공공부문의 정책 결정권자들에게 교육을 통해 디자인에 대한 올바른 인식을 심어주기 위해 1985년에 설립되었다. 재단은 비즈니스에 있어 디자인의 유용성에 대한 연구, 새로운 교수법과 비즈니스 교육에 사용하기 위한 교재 개발 등을 지원하고 있

다. 특히 최근 들어서는 디자인과 비즈니스, 교육 분야를 연결할 수 있는 개인과 단체의 네트워크 구축을 강화하고 있다.

## 2.6 국가별 디자인 진흥기관 주요 역할 종합

국가의 디자인 진흥 활동은 그 목적에 따라 디자인에 대한 인식을 고취시키고 질적 수준을 높이기 위해 전시회 개최, 디자인 시상제도 실시, 국제 교류 등의 활동을 전개하는 ‘디자인 장려 encouragement’와 디자인 산업 발전을 위한 기반 조성, 기업 디자인 개발 지원 등 ‘디자인 지원 support’으로 구분할 수 있다.<sup>98)</sup>

영국의 경우 디자인 카운슬은 개발된 정책을 실행할 조직이 없어 국가 차원의 디자인 정책 개발만을 전담하고 있고, 디자인 웨일즈는 디자인 지원 사업에 치중하는 반면, 스코틀랜드의 더 라이트 하우스는 장려 중심의 사업을 수행하고 있다.

일본의 경우는 디자인 장려 중심의 활동에 치중하여 JIDPO는 국내, JDF는 해외를 전담하는 구조를 가지고 있다. 그러나 각 지역디자인센터는 지역 내 중소기업을 위한 디자인 지원 중심의 활동을 전개하고 있다.

독일의 경우는 지역별로 디자인 장려 중심의 활동을 펴는 기관들이 대다수이고, 유일하게 주 정부의 지원을 받는 슈투트가르트 디자인센터만이 디자인 지원 중심의 역할을 수행하고 있다.

각 국의 디자인 정책 수단을 크게 정책개발, 시상 및 인증, 전시, 출판

98) 한국디자인진흥원 · KAIST, 디자인진흥기관 역할모델개발 연구, 2006, p.85

및 홍보, 국제교류, 교육 및 연수, 연구조사, 개발 및 지원의 여덟 가지로 분류하여 정리하면 다음과 같다.

[표 2-3] 각국의 진흥기관별 활동 분석<sup>99)</sup>

구분	진흥기관명		정책 수단							
			정책 개발	시상 인증	전시 행사	출판 홍보	국제 교류	교육 연수	연구 조사	개발 지원
영국	N	Design Council	●			●			●	
	R	The Lighthouse			●	●	●	●	●	
	R	Design Wales		●	●	●		●	●	●
일본	N	JIDPO		●	●	●		●		
	N	JDF		●	●	●	●	●	●	●
	R	OSAKA Design Center		●	●	●		●		●
	R	Int, Design Center NAGOYA		●	●	●	●	●	●	●
	R	TOYAMA Design Center		●	●	●	●	●		●
독일	N	German Design Council		●		●	●			●
	R	iF Hannover		●	●	●	●	●		
	R	Design Zentrum NRW		●	●	●	●	●		
	R	Design Center Stuttgart		●	●	●	●	●		●
덴마크	N	Danish Design Center		●	●	●			●	●
스웨덴	N	Svensk Form		●	●	●	●			●
	N	SVID			●			●	●	●
프랑스	N	APCI		●	●	●	●			
	R	Lyon Design Center			●	●				
한국	N	한국디자인진흥원(KIDP)	●	●	●	●	●	●	●	●
	R	지역디자인센터(RDC)			●	●		●		●

99) 전계서, p.88, 부분 수정

## 부록 02

### 세계 주요 디자인 단체 현황

#### 국제산업디자인단체협의회 1957년 설립

ICSID(International Council of Societies of Industrial Design)

455 St-Antoine W. Suite SS10 Montreal, Quebec, H2Z 1J1 Canada

전화 : +1 514 448 4949

[www.icsid.org](http://www.icsid.org) / [office@icsid.org](mailto:office@icsid.org)

#### 국제그래픽디자인단체협의회 1963년 설립

Icograda(International Council of Graphic Design Association)

455 St-Antoine Quest, Suite SS10 Montreal, Quebec, H2Z 1J1 Canada

전화 : +1 514 448 4949

[www.icograda.org](http://www.icograda.org) / [secretariat@icograda.org](mailto:secretariat@icograda.org)

#### 국제실내건축가연맹 1963년 설립

IF(International Federation of Interior Architects/Designers)

140 Hill Street 5th Storey MICA Building Singapore 179369

전화 : +65 6338 6974

[www.ifeworld.org](http://www.ifeworld.org) / [info@ifeworld.org](mailto:info@ifeworld.org)

#### 유럽디자인협회 1969년 설립

BEDA(The Bureau of European Design Associations)

Diagonal 452, 08006 Barcelona, Spain

전화 : +34 (0)934 153 655

[www.beda.org](http://www.beda.org) / [office@beda.org](mailto:office@beda.org)

### 부록 03

## 세계 주요 디자인 진흥기관 현황

#### [네덜란드] 프렘셀라 재단 2002년 설립

Premselela

Prinses Irenestraat 19 1077 WT Amsterdam Postbus 75905

NL-1070 AX Amsterdam The Netherlands

전화 : +31 20 344 9449

[www.premselela.org/home/--/en/](http://www.premselela.org/home/--/en/) / [secretariaat@premsela.org](mailto:secretariaat@premsela.org)

#### [노르웨이] 노르웨이 디자인 카운슬 1963년 설립

Norwegian Design Council

Hausmannsgate 16, 0189 Oslo, Norway

전화 : +47 2329 2630

[www.norskdeshign.no/](http://www.norskdeshign.no/) / [jrs@norskdeshign.no](mailto:jrs@norskdeshign.no)

#### [대만] 타이완 디자인센터 2004년 설립

Taiwan Design Center

3F, Bldg. G, 3-1 Park Street, Nangang, Taipei, Taiwan

전화 : +886 22 655 8199

[www.tdc.org.tw/](http://www.tdc.org.tw/) / [lindalee@tdc.org.tw](mailto:lindalee@tdc.org.tw)

#### [덴마크] 덴마크 디자인센터 1978년 설립

Danish Design Centre

HC Andersens Boulevard 27, DK 1553 Kobenhaven V, Denmark

전화 : +45 3369 3369

[www.ddc.dk/](http://www.ddc.dk/) / [bca@ddc.dk](mailto:bca@ddc.dk)



**[독일] 슈트트가르트 디자인센터 1963년 설립**

Design Center Stuttgart

Landesgewerbeamt Baden-Wurtemberg, Willi-Bleicher-Strasse 19,  
70174 Stuttgart, Germany

전화 : +49 (0)711 123 27 81

[www.design-center.de](http://www.design-center.de)

**[독일] 노르트라인 베스트팔렌 디자인센터 1954년 설립**

Design Zentrum Nordrhein Westfalen

Gelsenkirchener Strasse 181 D-45309 Essen, Germany

전화 : +49 (0)201 30 10 419

<http://www.red-dot.de> / [vok@designcentrum.cz](mailto:vok@designcentrum.cz)

**[독일] 독일 디자인 카운슬 1953년 설립**

German Design Council (Rat for Formgebung)

P.O. Box 15 03 11, 60063 Frankfurt am Main, Germany

전화 : +49 69 74 74 860

[www.german-design-council.de](http://www.german-design-council.de) / [info@german-design-council.de](mailto:info@german-design-council.de)

**[독일] iF 국제디자인포럼 1953년 설립**

iF International Design Forum Hannover

Messegelände, D-30521 Hannover, Germany

전화 : +49 511 89 32 400

[www.ifdesign.de](http://www.ifdesign.de) / [Dick.Bartelsmeier@ifdesign.de](mailto:Dick.Bartelsmeier@ifdesign.de)

**[말레이시아] 말레이시아 디자인 카운슬 1994년 설립**

Malaysia Design Council

Level 6, Bangunan MIDF, 195A, Jalan Tun Razak, 50400 Kuala Lumpur, Malaysia

전화 : +603 2161 9440

www.mrm.gov.my / mdc@malaysiadesigncouncil.gov.my

**[벨기에] 디자인 플랜더스 2004년 설립**

Design Flanders

Kolonienstraat 56, 6th floor, 1000 Brussels, Belgium

전화 : +32 2 227 6060

designvlaanderen.be / bie.luyssaert@designvlaanderen.be

**[스웨덴] 스웨덴 산업디자인재단 1989년 설립**

Swedish Industrial Design Foundation(SVID)

Sveavagen 34, SE 111 34 Stockholm, Sweden

전화 : +46 (0)8 661 20 35

www.svid.se / info@svid.se

**[스웨덴] 스웨덴 공예디자인협회 1845년 설립**

Svensk Form

Holmamiralens vag 2 111 49 Stockholm, Sweden

전화 : +46 (8) 463 31 30

www.svenskform.se/ / info@svenskform.se

**[스페인] 바르셀로나 디자인센터 1973년 설립**

Barcelona Design Center(BDC)

Barcelona Centre de Disseny Av. Diagonal, 452, 5a planta, 08006

Barcelona, Spain

전화 : +34 93 218 28 22

[www.bcd.es /](http://www.bcd.es/)

**[싱가포르] 싱가포르 디자인 카운슬 2003년 설립**

Design Singapore Council

140 Hill Street 5th Story MICA Building, Singapore, 179369

전화 : +65 6837 9694

[www.designsingapore.org /](http://www.designsingapore.org/) [info@designsingapore.org](mailto:info@designsingapore.org)

**[영국] 디자인 카운슬 1944년 설립**

Design Council

34 Bow Street London WC2E, UK

전화 : +44 (0)20 7420 5200

[www.design-council.org.uk /](http://www.design-council.org.uk/) [tracy.breeze@designcouncil.org.uk](mailto:tracy.breeze@designcouncil.org.uk)

**[영국] 라이트하우스 1999년 설립**

The Lighthouse

The Lighthouse Scotland's Centre for Architecture, Design and the City

11 Mitchell Lane Glasgow G1 3NU, UK

전화 : +44 (0)141 221 6362

[www.thelighthouse.co.uk /](http://www.thelighthouse.co.uk/) [enquiries@thelighthouse.co.uk](mailto:enquiries@thelighthouse.co.uk)

[영국] 디자인웨일즈 1994년 설립

Design Wales

Western Avenue - UWICCardiff, WalesCF5 2YB, UK

전화 : +44 (0) 29 2041 7028

[www.designwales.org.uk](http://www.designwales.org.uk) / [info@designwales.org](mailto:info@designwales.org)

[오스트리아] 디자인 오스트리아 1927년 설립

Design Austria

designforum MQ - MuseumsQuartier, A-1070 Vienna,

Museumsplatz 1, Austria

전화 : +43 1 524 49 490

<http://designaustria.at> / [info@designaustria.at](mailto:info@designaustria.at)

[인도] 국립 디자인원 1961년 설립

National Institute of Design

380 007, Paldi, Ahmedabad, India

전화 : +91 79 2663 9692

[www.nid.edu](http://www.nid.edu) / [koshy@nid.edu](mailto:koshy@nid.edu)

[인도네시아] 인도네시아 디자인센터 2001년 설립

Indonesia Design Center(IDC, Pusat Desain Nasional)

Ministry of Industry Bld, Floor 15th, Jl. Gatot Subroto Kav. 52-53

Jakarta, Indonesia

전화 : +49 69 74 74 860

[www.designcenter.or.id](http://www.designcenter.or.id) / [pdnid@cbn.net.id](mailto:pdnid@cbn.net.id)

**[일본] 일본산업디자인진흥회 1969년 설립**

Japan Industrial Design Promotion Organization(JIDPO)

5th floor, Midtown Tower, 9-7-1 Akasaka, Minato-ku, Tokyo

107-6205 Japan

전화 : +81 (0)3 6743 3772

www.jidpo.or.jp / f-press@jidpo.or.jp

**[일본] 일본국제디자인교류협회 1981년 설립**

Japan Design Foundation

3-1-800, Umeda1-Chome, Kitaku, Osaka, 530-0001, Japan

전화 : +81 6 6346 2613

www.jdf.or.jp / apdc@jdf.or.jp

**[중국] 베이징산업디자인센터 1995년 설립**

Beijing Industrial Design Center

Building 102, No.28 Xinwaidajie, Xicheng District, Beijing, China

전화 : +86 10 82055308

www.drcchina.com / CDL@bjdesign.com

**[중국] Ningbo산업디자인센터 2004년 설립**

Institute of Industrial Design Ningbo China

Lian Feng Li Jiao Nan (Zhejiang Business Technology Institute)

Ningbo City, Zhejiang Province 315012 China

전화 : +86 0571 86845090

www.iidnc.org

[체코] 체코 디자인센터 1991년 설립

Design Centrum of the Czech Republic

Radnicka 2, 602 00 Brno, the Czech Republic

전화 : +420 542 211 423

[www.designcentrum.cz](http://www.designcentrum.cz) / [vok@designcentrum.cz](mailto:vok@designcentrum.cz)

[캐나다] 디자인 익스체인지 1994년 설립

Design Exchange

234 Bay Street, P.O. Box 18,

Toronto Dominion Center, Toronto, ON M5K 1B2, Canada

전화 : +1 416 363 6121

[www.designexchange.org](http://www.designexchange.org) / [info@dx.org](mailto:info@dx.org)

[태국] 태국 창조&디자인센터

Thailand Creative & Design Center

24th Fl, Emporium Tower 622 Sukhumvit 24, Sukhumvit

Road Klongtoey, Bangkok 10110 Thailand

전화 : +66 (2) 664 7667 ext. 103

[www.tcdc.or.th](http://www.tcdc.or.th) / [info@tcdc.or.th](mailto:info@tcdc.or.th)

[폴란드] 산업디자인센터

Institute of Industrial Design (IWP)

ul. Swietojska 5/7 Warsaw, Mazowieckie 00-236 Poland

전화 : +48 22 860 00 66

[www.iwp.com.pl](http://www.iwp.com.pl) / [iwp@iwp.com.pl](mailto:iwp@iwp.com.pl)

**[프랑스] 프랑스 산업디자인진흥원 1983년 설립**

Agence Pour La Promotion De La Creation Industrielle (APCI)

24, rue du Charolais, 75012 Paris France

전화 : +33 1 43 450 450

[www.apci.asso.fr](http://www.apci.asso.fr) / [info@apci.asso.fr](mailto:info@apci.asso.fr)

**[핀란드] 디자인포럼 핀란드 1989년 설립**

Design Forum Finland

Erottajankatu 7 00130 Helsinki, Finland

전화 : +358 (0)9 6220 8112

[www.designforum.fi](http://www.designforum.fi) / [tuula.laulajainen@designforum.fi](mailto:tuula.laulajainen@designforum.fi)

**[필리핀] 필리핀 제품개발 및 디자인센터**

Product Development and Design Center of the Philippines

CCP Complex Roxas Boulevard Pasay City, National Capital Region

1300 Philippines

전화 : +63 2 832 1112

**[헝가리] 헝가리 디자인 카운슬 2002년 설립**

Hungarian Design Council

Bureau of the Hungarian Design Council, 1054 Budapest, Garibaldi

u,3, Hungary

전화 : +36 1 474 5560

[www.hpo.hu/English/](http://www.hpo.hu/English/) / [judit.varhelyi@hpo.hu](mailto:judit.varhelyi@hpo.hu)

[호주] 호주표준국 1922년 설립

Standard Australia

Level 10, The Exchange Centre, 20 Bridge Street, Sydney, Australia

전화 : +61 (02) 9237 6000

[www.standards.org.au](http://www.standards.org.au) / [gjen@designawards.com.au](mailto:gjen@designawards.com.au)

[호주] 호주디자인원 1947년 설립

Design Institute of Australia(DIA)

Level 1, 175 Collins Street, Melbourne VIC 3000, Australia

전화 : +61 (03) 9662 4140

[www.dia.org.au](http://www.dia.org.au) / [admin@design.org.au](mailto:admin@design.org.au)

[홍콩] 홍콩 디자인센터 2001년 설립

Hong Kong Design Center

1F, Inno Centre, 72 Tat Chee Avenue, Kowloon Tong,

Kowloon, Hong Kong

전화 : +852 3586 3080

[www.hkdesigncentre.org](http://www.hkdesigncentre.org) / [allan.chiang@hkdesigncenter.org](mailto:allan.chiang@hkdesigncenter.org)



**[미국] 미국산업디자인협회 1965년 설립**

Industrial Designers Society of America(IDSA)

45195 Business Court, Suite 250, Dulles, VA 20166-6717, USA

전화 : +1 703 707 6000 ex116

[www.idsa.org](http://www.idsa.org) / [lesliec@idsa.org](mailto:lesliec@idsa.org)

**[미국] 디자인경영원 1975년 설립**

Design Management Institute(DMI)

101 Tremont Street, Suite 300, Boston, MA 02108 USA

전화 : +1 617 338 6380

[www.dmi.org](http://www.dmi.org) / [dmistaff@dmi.org](mailto:dmistaff@dmi.org)

**[미국] 기업디자인재단 1975년 설립**

Corporate Design Foundaion(CDF)

Corporate Design Foundation 20 Park Plaza Suite

400 Boston, MA 02116-4303, USA

전화 : +1 617,566,7676

[www.cdf.org](http://www.cdf.org) / [admin@cdf.org](mailto:admin@cdf.org)

**[이탈리아] 이탈리아 산업디자인협회 1956년 설립**

Associazione per il Disegno Industriale(ADI)

Bramante 29, Milan, Italy

전화 : +39 (0)23 310 0241

[www.adi-design.org](http://www.adi-design.org) / [g.ciceri@adi-design.org](mailto:g.ciceri@adi-design.org)

[중국] 중국산업디자인협회 1979년 설립

China Industrial Design Association

北京市东直门外大街26号奥加饭店415室 邮编 : 100027

전화 : +86 10 64163104

www.chinadesign.cn / cida@vip.163.com

\* 미국과 이탈리아는 정부 산하 디자인 진흥기관이 없어 대표적인 민간 단체들을 명기하였고, 중국의 CIDA 또한 민간 협회지만 중국 디자인 산업에 있어 CIDA의 역할이 매우 커 표기하였음.

## 03.

# 우리나라 디자인 정책

## 3.1 디자인 산업 현황

### 디자인 산업 경쟁력

우리나라는 1997년 IMF 경제 위기를 성공적으로 극복한 이래 글로벌 경쟁 환경 속에서 지속적인 성장을 이뤄왔다. 특히 자동차와 디지털 가전, 무선통신, IT 분야 등에서 이룬 성과는 매우 괄목할 만하다. 이러한 성공에는 우리 제품의 첨단 기술력뿐 아니라 디자인이 세계적으로 인정받고 있는 데에 기인한다고 볼 수 있다.

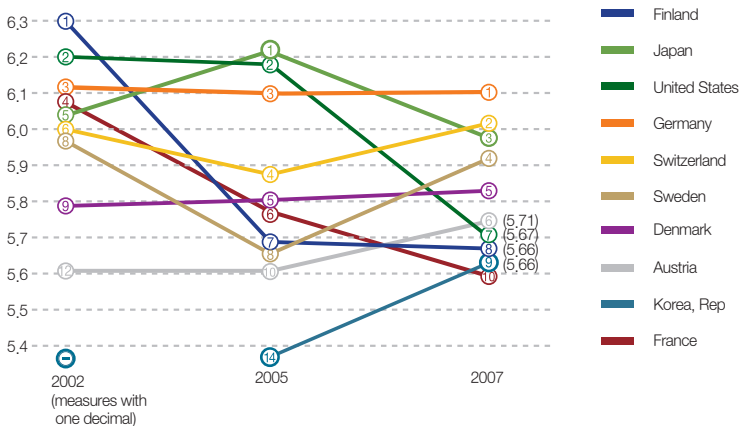
한국 기업들이 첨단 기술과 디자인력을 갖추고 세계적인 브랜드로도 약하면서 세계의 언론들도 한국 기업들을 주목하고 있다. 2004년 7월 Forbes지는 'Samsung's Next Act'라는 커버스토리를 통해 삼성의 휴대폰을 소니의 워크맨에 비유하며 삼성의 브랜드 파워를 추켜세웠다. 또한

영국 경제주간지 이코노미스트지는 “As good as it gets? 이보다 더 좋을 수 있을까?”라는 제목의 특집 기사에서 삼성전자가 1997년 외환위기 이후 디자인과 기술에 대한 집중적인 투자로 세계적인 브랜드를 만들었다고 소개한 바 있다. 이러한 세계적 경쟁력 확보의 중심에는 첨단 기술력과 함께 기업의 디자인 중심 경영이 자리하고 있다.

한편 정부의 디자인 산업 발전을 위한 노력도 우리 디자인 발전에 한 몫을 톡톡히 했다. 2005년 3월 영국의 건축·디자인 전문 잡지인 Icon지는 특집 기사로 “향후 디자인 분야에서 가장 영향력 있는 21가지 이슈”를 실었다. 주요 이슈로는 이케아 Ikea, RP Rapid Prototyping, 밀라노 Milano, 프랑스의 형제 디자이너인 로난과 에르완 부르렉 Ronan and Erwan Bouroullec 등과 함께 국가로는 유일하게 ‘한국’이 선정되었다.

일반적으로 국내 디자인 산업의 경쟁력은 미국이나 영국, 일본 등 선진국의 85% 수준이며, 중국 등 개도국과는 120% 수준으로 평가되고 있

[그림 2-18] 국가별 디자인 경쟁력 순위(2002, 2005, 2007)<sup>100)</sup>



100) Designium, Global Design Watch 2008, 2008, p.16

다. 하지만 국가 간의 디자인 산업 경쟁력을 다른 나라와 비교 분석할 자료는 국내외를 통틀어 많지 않다. 이런 가운데 핀란드의 Designium이 발표한 국가별 디자인 경쟁력을 비교한 자료는 동일한 기준하에 국가 간 디자인 경쟁력을 비교하고 있다는 점에서 의미 있고 주목할 만하다.

[표 2-4] 국가별 디자인 경쟁력 순위

2007년 순위	2005년 순위	2002년 순위
1. 독일	1. 일본	1. 핀란드
2. 스위스	2. 미국	2. 미국
3. 일본	3. 독일	3. 독일
4. 스웨덴	4. 스위스	4. 프랑스
5. 덴마크	5. 덴마크	5. 일본
6. 오스트리아	6. 프랑스	6. 스위스
7. 핀란드	7. 핀란드	7. 네덜란드
8. 미국	8. 스웨덴	8. 스웨덴
<b>9. 한국</b>	9. 벨기에	9. 덴마크
10. 프랑스	10. 오스트리아	10. 영국
	<b>14. 한국</b>	<b>25. 한국</b>

이 자료에서 한국은 2002년 25위에서 2005년 14위, 다시 2007년에는 9위로 디자인 경쟁력이 상승하여 2005년 발표된 국가 디자인 경쟁력 대비 가장 많이 순위가 개선된 국가로 언급되고 있다. 1993년부터 2007년까지의 한국의 디자인 정책을 성공적인 것으로 평가하고 있다.

이처럼 우리나라 디자인 산업은 정부의 강력한 디자인 진흥 정책 추진과 풍부한 디자인 인적자원 등의 강점 등으로 인해 최근 10년간 빠른 속

도로 성장하여 높은 부가가치를 창출하는 국가 신성장동력 산업이 되었다. 이러한 점이 해외에서 높은 평가를 받으며 현재 우리의 성장 모델이 개도국을 중심으로 전 세계의 벤치마킹 대상이 되고 있다.

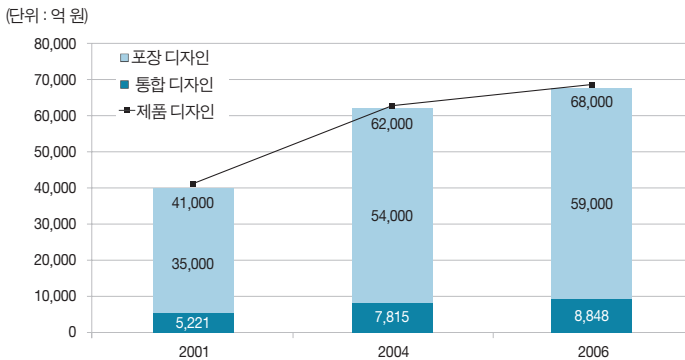
## 디자인 산업 규모

일반적으로 디자인 산업 규모는 기업의 디자인 투자와 디자인 전문 회사 매출액의 합으로 추정하는데, 우리의 경우, 2001년 4.1조 원에서 2004년에는 6.2조 원, 2006년에는 6.8조 원으로 지속적으로 증가하고 있는 추세이다.

세부적으로는 디자인 전문회사의 매출액이 2004년 대비 2006년에 13.2%의 높은 성장률을 보인 반면 일반 기업의 디자인 투자 증가율은 9.3% 정도인 것으로 조사되었다.

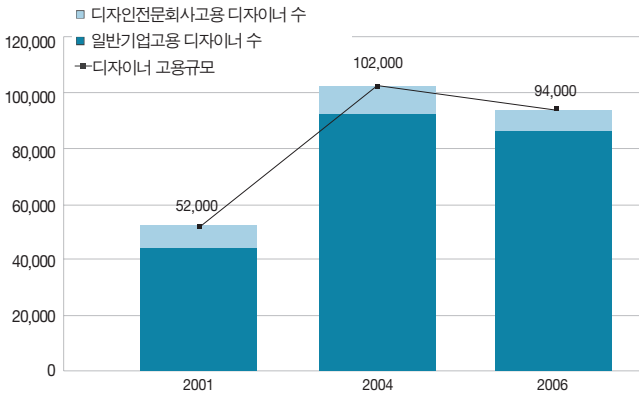
또한 국내 디자인 인력의 규모는 2006년 총 9.4만 명이며 이는 총 고

[그림 2-19] 디자인 산업 규모<sup>101)</sup>



101) 한국디자인진흥원, 2007 디자인센서스, 2008

[그림 2-20] 디자인 인력 규모<sup>102)</sup>



용 대비 0.41%의 비중을 보이고 있고, 세부적으로는 기업의 고용 디자이너 수가 약 8만 6천 명, 디자인 전문회사의 고용 디자이너 수가 7천 5백 명 정도이다.

한편 디자이너를 고용한 업체 수는 2002년 18,438개에서 2005년 23,376개, 2007년 15,888개로 감소하였으며, 디자인 전문회사의 수도 2002년 2,413개에서 2005년 2,480개, 2007년 2,330개로 소폭 감소하였다.<sup>103)</sup>

## 기업체 디자인 활용 현황

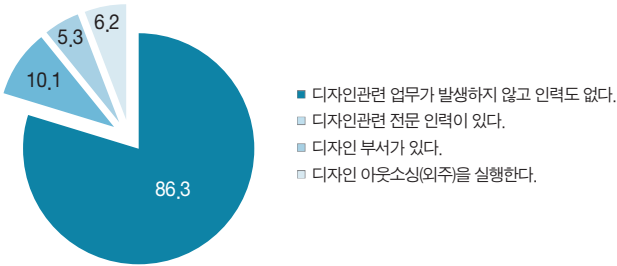
디자인 활용 업체의 비율이 2004년 22.6%에서 2006년 13.7%로 감소하였는데 이는 경기 악화로 디자인 활용 업무가 감소한 것으로 보인다.

좀더 상세히 조사 결과를 살펴보면 2006년을 기준으로 “디자인 부서가 있다.”라고 응답한 업체가 5.3%로 결국 전체 기업의 94.7%가 디자인

102) 전계서 참조, 디자인 전문회사 총 종사자 수는 통계청 자료 활용 / 일반기업의 고용 디자이너 수는 제조업, 건설업, 사업서비스업에 한함

103) 한국디자인진흥원, 2002 디자인인센서스, 2005 디자인산업현황조사, 2007 디자인인센서스 참조

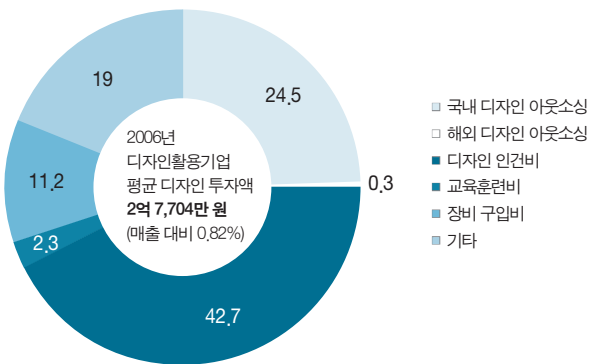
[ 그림 2-21 ] 기업체 디자인 업무 활용 실태(2006년)<sup>104)</sup>



[ 표 2-5 ] 기업 디자인 부서 운영(2006년)<sup>105)</sup>

구분 (단위 %)	전체	업종별			기업규모별	
		제조업	건설업	사업 서비스업	중소기업	대기업
제품디자인	36,1	56,4	10,6	10,7	35,2	46,3
시각디자인	30,0	30,1	13,6	36,5	28,5	46,3
환경디자인	18,5	5,0	90,9	12,6	17,6	29,3
기타디자인	51,1	52,1	4,5	68,6	51,5	46,3

[ 그림 2-22 ] 기업 디자인 투자 실태(2006년)<sup>106)</sup>



104) 한국디자인진흥원, 2007 디자인센서스 참조, 디자인부서 보유업체와 전문인력 보유업체, 디자인 아웃소싱 실시 업체는 모두 복수응답 결과

105) 한국디자인진흥원, 2007 디자인센서스, 2008

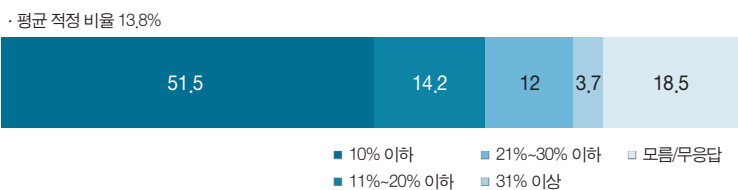
106) 전계서



부서가 없다는 것이 우리 기업의 현실이다. 디자인 업무를 활용하는 기업의 디자인 부서 운영은 업종별로 차이는 있지만 주로 제품 디자인과 시각 디자인인 것으로 나타났다.

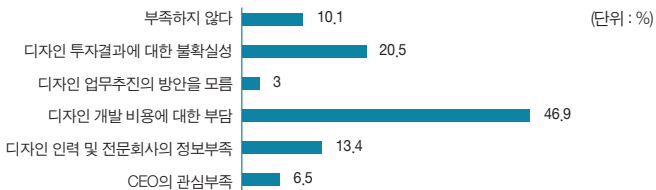
또한 기업이 디자인에 투자하는 금액은 평균 2억 7천만 원이며, 이 중 가장 높은 비율을 차지하는 것이 인건비 42.7%이고 국내 외주 용역비 24.5%, 기자재 구입비 11.2%가 그 뒤를 따른다.

[그림 2-23] 기업 디자인 투자 금액의 매출액 대비 적정 비율(2006년)<sup>107)</sup>



디자인 투자 금액은 매출액 대비 10% 이하가 적당하다고 대답한 회사가 51.5%로 가장 많았으며 평균적으로는 13.8% 정도가 적당하다는 의견이다. 기업의 투자가 과감하지 못한 이유로는 디자인 개발 비용에 대한 부담이 46.9%로 가장 높게 나타났으며 그 다음은 디자인 투자 결과에 대한 불확실성 20.5%, 디자인 인력 및 전문회사의 정보 부족이 13.4%의 순이다.

[그림 2-24] 기업의 디자인 투자 금액이 부족한 이유(2006년)<sup>108)</sup>

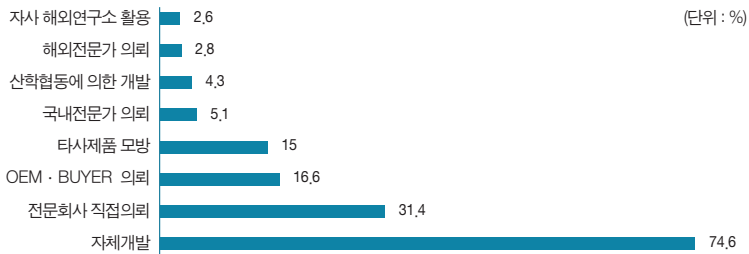


107) 전계서

108) 전계서

디자인 개발 방법은 자체 개발을 한다는 업체가 74.6%로 가장 높게 나타났으며 전문회사에 직접 의뢰하는 업체가 31.4%, OEM 또는 바이어의 의뢰에 따라 개발하는 기업이 16.6%, 타사 제품을 모방한다는 기업이 15%로 조사되었다.

[ 그림 2-25 ] 기업의 디자인 개발 방법(2006년)<sup>109)</sup>



디자인 인력 현황을 성별로 보면 2006년 현재 남성 48.1%, 여성 51.9%로 남녀 고른 비중을 보이고 있다. 디자인 분야별 인력 분포는 제품 디자인과 시각 디자인이 18% 대로 유사하게 나타나고 있다.

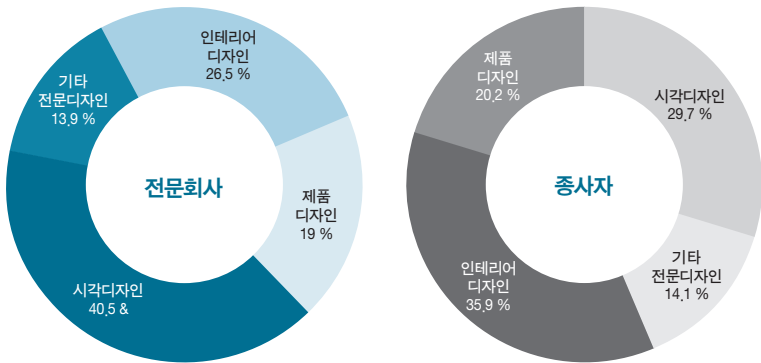
## 디자인 전문회사 현황

국내 디자인 전문회사는 2006년 현재 약 2,300여 개 사가 활동하고 있다. 분야별로 볼 때 시각 디자인 전문회사가 가장 많고, 그 뒤를 인테리어 디자인과 제품 디자인이 잇고 있으며, 최근 멀티미디어 부문이 크게 증가하고 있는 추세이다.

또한 디자인 전문회사의 매출액 규모는 2006년의 경우 2004년 대비

109) 전계서

[그림 2-26] 디자인 전문회사 및 종사자의 분야별 분포(2006년)<sup>110)</sup>



36.8% 증가한 8,848억 원이며 전체 업체의 76%가 수도권에 있는 것으로 조사되었다. 매출액 기준으로도 수도권이 86%를 차지해 지방은 매우 영세함을 알 수 있다.

2004년과 비교해볼 때 2006년 전문회사의 디자인 예산은 매출 대비 1.4% 정도 소폭 감소하여 평균 2억 1,490만 원으로 나타났다. 항목별로 살펴보면 인건비가 51.2%로 가장 많고 다음으로 기자재 구입비, 관리 운영비, 디자인 연구개발순으로 조사되었다.

[표 2-6] 디자인 전문회사의 매출액, 업체당 평균 매출액, 회사 수<sup>111)</sup>

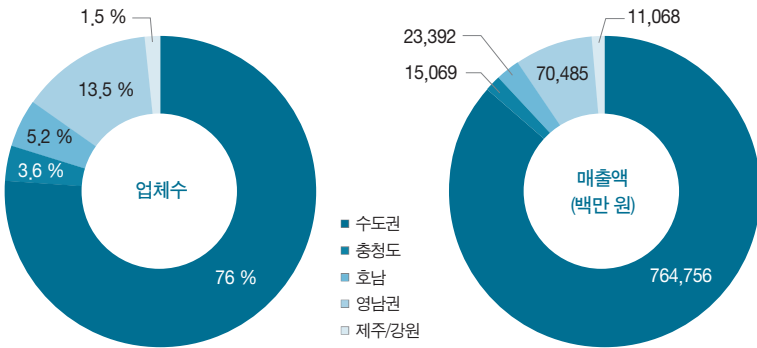
구분	2001년	2004년	2006년
디자인 전문회사 매출액	5,221억 원	6,468억 원	8,848억 원
업체당 평균 매출액	2.4억 원	2.6억 원	3.8억 원
디자인 전문회사 수	2,212개	2,480개	2,330개

110) 통계청, 서비스업 조사자료, 2006

111) 전계서

또한 전문회사의 디자인 인력은 2명 29.4%, 1명 21.7%, 3명 20.3%의 순으로, 전문회사당 평균 3.3명의 디자이너를 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

[그림 2-27] 디자인 전문회사 지역별 분포(2006년)<sup>112)</sup>



## 디자인 인프라 구축 현황

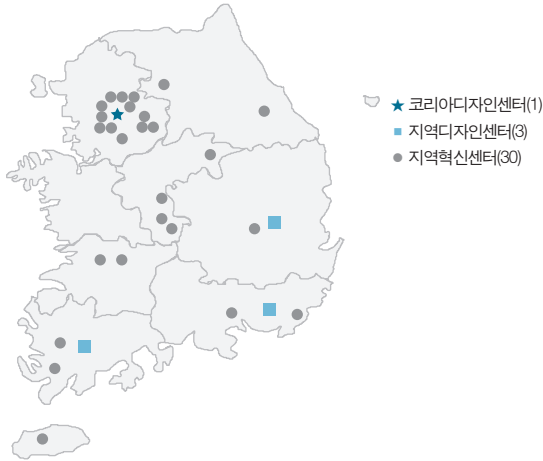
우리나라의 디자인 진흥 전면에는 세계적인 디자인 인프라가 있다. 먼저 성남 분당에 소재하고 있는 코리아디자인센터는 조기교육과 체험 학습을 위한 디자인체험관, 국제회의장, 정보자료실, 대규모 전시장 등을 보유하고 있다. 또한 민관이 유기적으로 협력할 수 있도록 디자인 단체 및 협회와 벤처 기업이 입주해 있다.

그리고 대표적인 지방 도시인 광주, 부산, 대구에 디자인 지역화의 파트너인 지역디자인센터가 있으며, 지역의 중소 디자인 업체 및 대학생들

112) 전계서

이 공동으로 활용할 수 있는 첨단 디자인 장비를 갖춘 30개의 디자인혁신센터가 전국적으로 설치되어 있다.

[그림 2-28] 디자인 인프라 구축 현황<sup>113)</sup>



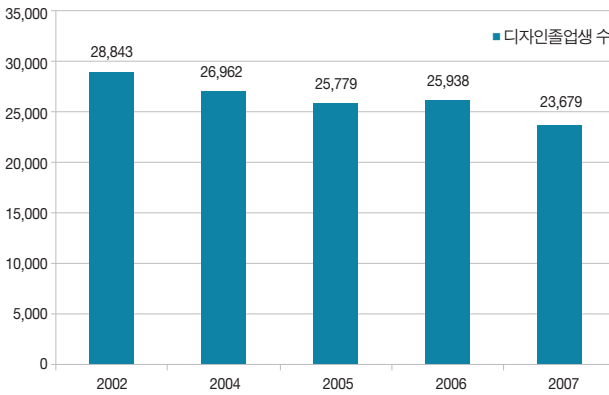
한편 문화체육관광부는 2008년 초 ‘(재)한국디자인문화재단’을 설립 하였고 서울시는 동대문운동장 부지에 2011년 건립 예정인 ‘동대문디자인플라자&파크’의 운영과 서울시 디자인 사업 수행을 위해 2008년 말 ‘서울디자인재단’을 출범시킨 바 있다.

### 디자인 교육 현황

디자인 인력은 2007년 현재 1,301개 학과에서 2만 4천 명이 배출되고 있고 소폭이지만 매년 감소 추세에 있는데, 이는 학생 수 감소에서 기인한 것으로 분석되고 있다.

113) 제주발전연구원, 제주 디자인 산업 구축을 위한 제주디자인센터 설립방안, 2008, p.90

[그림 2-29] 연간 디자인 인력 배출 현황<sup>114)</sup>



114) 교육과학기술부, 2007 교육통계, 2007

※ 교육과학기술부의 교육통계상의 디자인 학과 분류표

계열	해당 학과
디자인 일반	디자인학부(예술대학)
산업디자인	문화산업디자인학과, 인터디자인전공, 생산디자인전공, 한지문화산업학과, 토이디자인학과, 산업디자인전공(예술대학), 홍보디자인학전공, 문화산업디자인학부
시각디자인	시각영상디자인학과, 디자인학부 영상디자인전공, 시각디자인전공(예술대학), 시각브랜드디자인·애니메이션학부, 시각공업디자인전공
패션디자인	패션디자인·비즈니스학과, 패션이벤트학과, 텍스타일아트, 사회문화대학 패션디자인학과, 디자인학부 패션디자인전공, 패션디자인전공(예술대학)
기타디자인	뷰티디자인전공, 영상광고디자인전공, 관공영상디자인학과, 생활조형디자인학과, 주얼리디자인학과, 장신구·금속디자인전공, 공예학부 문화공예품개발학전공, 건축실내디자인학과, 화예디자인학과, 웹디자인학과, 조형정보디자인전공(미술대학), 건축인테리어디자인학과, 유니버설디자인학과, 디자인학부 공간디자인전공, 영상디자인전공(예술대학), 공간디자인전공(예술대학), 실내공간디자인전공, 디지털콘텐츠디자인전공, 에듀테인먼트디자인전공, 영상디자인학전공, 공간조형디자인전공, 컴퓨터그래픽디자인학과

2007년 기준으로 분야별로 살펴보면 기타 디자인(공예, 인테리어 등), 산업 디자인, 패션 디자인, 시각 디자인순으로 배출되고 있다. 수준별로는 전문대가 62%, 석사 이상은 4.3%를 차지하고 있다.

[표 2-7] 디자인 전공자의 수준별 분포

구분	전문대	학부	석사	박사	합계
2006	17,472 (67.2%)	7,384 (28.4%)	1,086 (4.2%)	41 (0.2%)	25,983 (100%)
2007	14,578 (61.6%)	8,081 (34.1%)	965 (4.1%)	55 (0.2%)	23,679 (100%)

디자인 전공 졸업자의 취업률은 79.1%로 평균 취업률(76.1%)을 상회하며 2004년과 대비해서는 20% 이상 증가하였다. 그리고 취업자 중 75.4%가 디자인 관련 분야에 취업한 것으로 나타났다.

[표 2-8] 07년 디자인 전공자의 취업 시 전공 일치도

취업자 수	전공분야 취업	타분야 취업
17,252 (100%)	13,005 (75.4%)	4,247 (24.6%)

부록 04

우리나라 주요 디자인 전문회사

회사명	대표자	전문분야	지역
김현선디자인연구소	김현선	종합(환경)	서울
나텔레콤	이 훈	종합(제품)	서울
다담디자인어소시에이트	정우형	제품	서울
디자인뮤	윤정식	종합(제품)	경기
디자인블루	이상용	시각 · 포장	서울
라미환경연구원	김경영	종합(환경)	서울
세울디자인컨설팅	김애수	종합(제품)	서울
시디알어소시에이츠	김성천	종합(시각)	서울
올커뮤니케이션	김경환	시각 · 포장	서울
위즈크리에이티브	박소연	시각 · 포장	서울
601비상	박금준/정종인	시각 · 포장	서울
이미지마케팅연구소	장석익	종합(시각)	서울
지엘어소시에이츠	곽병두	종합(환경)	서울
코다스디자인	이유섭	제품	서울
코랄디자인	편준범	제품	서울
퓨전디자인	김형배/노순창	종합(제품)	서울
피앤	정강선	종합(시각)	전북
피앤디디자인연구소	장우철	종합(시각)	서울

\* 한국디자인진흥원 선정 2008 우수 디자인 전문회사 선정 업체(순서는 가나다순)



## 3.2 디자인 정책의 발전 과정과 현황

### 디자인 정책의 시대별 변화

#### 1) 1970년대 디자인 정책

1970년대 우리나라 경제가 본격적인 도약기를 맞이하면서 취약한 부분으로 지적되고 있던 디자인과 포장 분야에 대한 집중적인 투자를 정부가 유도하면서 우리나라는 본격적인 디자인·포장의 진흥기를 맞이하게 되었다.

먼저 1970년 한국포장기술협회와 한국수출디자인센터를 해산하고 한국수출포장센터에 흡수·합병하여 재단법인 한국디자인포장센터 KDPC, 현 한국디자인진흥원을 설립하였다. 설립목적은 디자인의 향상과 포장 기술의 개선을 기하고 우수한 수출품 포장 기재의 공급 및 연구 개발에 필요한 사업을 수행함으로써 경제 발전에 기여하기 위함이었다. 이를 위해 디자인·포장 연구 개발 및 기술지도, 디자인·포장 전문지 창간 및 자료실 개관, 대한민국디자인전람회, 한국포장대전 등 전람회 개최, 해외 유학생 파견 등의 다양한 디자인 진흥 사업을 전개하였다.

1970년 국가적으로 디자인 진흥 정책이 본격화되면서 1972년 현 한국산업디자인협회의 전신인 한국인더스트리얼디자인협회와 한국시각정보디자인협회의 전신인 한국그래픽디자인협회가 설립되었다. 또한 1973년에는 전통 공예를 토대로 현대 공예를 연구하기 위한 목적으로 한국공예가회가 설립되고, 1978년에는 디자인에 대한 다양한 학문적 연

구와 교육에 공헌하기 위해 한국디자인학회가 창립되는 등 여러 디자인 관련 단체가 결성되었다.

이 시기에는 1969년 제정된 전자공업진흥법에 따라 정부의 다양한 육성·지원 활동이 전개됨과 동시에 저렴한 노동력, 기업의 적극적 설비 투자와 기술 도입 등의 요인에 기초하여 국내 전자 산업이 양적 성장을 하였다. 이 과정에서 디자인 선도 기업 금성사, 삼성전자 등이 등장하게 되어 1970년대 중반부터 국내 제품 디자인의 기반이 조성되었다.

## 2) 1980년대 디자인 정책

1980년대는 포장은 물론 제품의 질과 기능이 뛰어나야 판매가 된다는 점을 인식하기 시작하여 굿 디자인에 대한 고민과 함께 기업의 제품 디자인 수준 향상과 우수 인력 양성을 위한 교육 기반 마련에 정부가 힘을 쏟은 시기라 할 수 있다.

1985년 산업계에 디자인 개발 동기 부여 및 소비자의 상품 선택 안목을 제고하여 궁극적으로 국가 산업 발전과 국민 생활의 질적 향상을 유도하기 위해 국내 공산품 중 기능과 디자인이 우수한 상품을 선정하여 그 우수성을 인정하는 GD Good Design 선정제도를 제정하였다. 현재까지 매년 시행하고 있으며, 상품의 짧아진 라이프 사이클을 감안해 2004년부터는 매년 2회 선정하고 있다.

한편 아시안 게임과 서울 올림픽으로 디자인 활성화 분위기가 조성되어, 시각 디자인과 환경 디자인, 패션 등 거의 모든 디자인 분야가 급성장하게 되었다.

또한 이 시기에는 다양한 국제 교류 활동이 세미나, 전시회, 심포지엄

형태로 개최되었다. 대표적인 예로 1980년 미국과 일본의 저명한 디자이너를 초청한 디자인 세미나와 1987년 한일 디자인 세미나, 1988년 한불 디자인 심포지엄 등을 들 수 있다.

### 3) 1990년대 디자인 정책

1990년대는 디자인이 산업에 중요한 요소로 등장함으로써 이를 활성화하기 위한 여건 조성이 확고히 자리매김한 기간이다. 정부 정책도 지도 및 개발에 치중해왔던 사업 비중을 진흥 업무로 개선한 시기라 할 수 있다.

한국산업디자인진흥원 현 한국디자인진흥원은 1993년을 디자인 발전 원년으로 삼고 보름에 걸쳐 기념식 및 유공자 포상, 디자인 전람회, 세미나, 벽화 제막식 등 디자인에 관련된 다양한 행사를 집중적으로 개최하는 등 일반인이 디자인을 다양하게 접촉할 수 있는 이벤트 개최를 통해 친밀한 생활 속 디자인 이미지를 각인시키기 위해 노력하였다.

또한 1996년 4월 통상산업부 현 지식경제부에 중앙 정부 최초로 디자인 정책 전담 부서인 '산업디자인과'를 신설하였다. 그리고 같은 해 세계화추진위원회를 주축으로 디자인 산업 세계화 방안에 대한 연구를 수행하여 2005년 디자인 분야 세계 일류 국가 건설을 목표로 한 디자인 산업 진흥 마스터 플랜을 수립하는 등 한국 디자인의 세계화를 위해 정부 차원의 노력을 강화하였다.

1998년엔 “디자인 혁명, 수출 2배, 경제 르네상스”라는 주제로 대통령을 모시고 디자이너 및 관련 인사 등 모두 5백여 명이 참석한 가운데 ‘한국디자이너대회-어울림’을 개최하여 디자이너들의 결속과 2000년 세계 그래픽디자이너대회와 2001년 세계산업디자이너대회의 성공적 추진을 다

잡하기도 하였다.

아울러 1990년대 이후 우르과이라운드<sup>UR</sup> 타결과 WTO체제의 출범으로 중소기업에 대한 정부의 직접 지원이 어려워져 일반 기업에 양질의 디자인을 공급하기 위해 디자인 전문회사들 중 일정 기준 이상의 매출 실적이 있고 전문인력을 보유한 회사를 산업자원부가 인증해주는 ‘공인 디자인 전문회사 등록제도’를 실시하였다.

또한 공중파 방송에서 디자인과 관련한 특집 방송을 제작·방영하여 디자인의 제반 문제와 가치를 대중적으로 끌어올리는 계기를 마련하였다.

#### 4) 2000년대 디자인 정책

2000년 이후는 디자인 산업 조성이 어느 정도 자리 잡은 상황 속에서 세계화 추세에 맞춰 디자인 분야 일류 국가라는 목표를 달성하기 위해 매진한 디자인 세계화 추진 시기로 디자인 벤처 지원 및 인프라 조성 등이 추진되었다.

2001년에는 산업 디자인만이 아닌, 디자인 전 분야에 대한 통합적 지원과 산업자원부, 문화관광부, 정보통신부 등 관련 부처와의 업무 연계 강화 등을 모색하기 위해 한국산업디자인진흥원이 한국디자인진흥원으로 새롭게 출범하였다.

또 문화, 관광, 디자인, 정보통신 등 4개 분야를 집중 육성하고자 하는 정부의 ‘지식기반산업 발전대책’<sup>1998년</sup>에 의거하여 디자인 선진국 진입을 위한 국가 행사로 ‘디자인진흥대회’와 ‘대한민국디자인대상’ 제도를 신설하였다.

디자인 인프라 구축을 위한 노력으로는 2001년 9월 코리아디자인센

터 KDC를 건립하고, 주요 대학에 고가의 첨단장비를 구축하여 지역대학, 중소기업, 전문회사, 학생 등이 실비로 기기를 활용할 수 있는 시설인 디자인혁신센터 DIC를 설치하였다.

한편 한국 디자인 세계화 기틀 마련을 위해 2000년 세계그래픽디자인대회 개최, 2001년 세계산업디자인대회 ICSID 2001 SEOUL 등 국제 행사를 개최하였으며, 개도국 인력 양성을 위해 한국국제협력단 KOICA과 협력하여 디자인 연수사업 2000년을 실시하는 등 2000년 이후 한국 디자인 세계화 정책 추진을 위해 인력 양성과 전시 등 국제 교류 및 협력을 강화해오고 있다.

종합해보면 우리나라의 디자인 정책은 지난 40년간 급격히 변화된 것이 아니라 시간을 두고 기능을 추가하면서 산업 정책의 일환으로 추진되었다. 시대의 변화에 따라 디자인 정책 간 비중의 변화는 나타났으나 산업 지원이라는 근간은 그대로 유지하면서 점차 독자적인 산업으로서 디자인의 가능성을 비중 있게 다루기 시작하였다.

우리 디자인 정책의 또 다른 특징은 강력한 정부 주도의 디자인 정책이라는 점으로, 이를 통해 짧은 기간 동안 디자인 산업이 괄목할 만한 양적·질적 성장을 달성할 수 있었다.

[표 2-9] 디자인 정책 및 산업 정책의 변화<sup>115)</sup>

구분	시대별 특징 (산업)	산업 정책	디자인 정책	시대별 특징 (디자인)
60년대	산업기틀 조성 - 경공업 위주	수출주도형 전략 - 경공업 위주 - 본격적 경제개발 추진	디자인 의식 태동기 - 수출 상품의 디자인 및 진흥 방안 강구 - 한국공예디자인연구소 한국수출디자인센터	디자인 개념 미흡 - OEM, Copy 생산

구분	시대별 특징 (산업)	산업 정책	디자인 정책	시대별 특징 (디자인)
70년대	생산 중시 / 수출 중점 - 경공업분야 수출 확대 - 중화학공업 육성개시	중화학공업 육성 - 주력산업 기틀 마련	디자인 · 포장 육성기 - 한국디자인포장센터 설립(1970) - 연구개발 및 기술지도 - 각종 전람회 개최 (산업디자인전람회) - 국제교류 본격화 (ICSID, icograda 가입)	디자인 개념의 인식 - 경공업분야의 디자인 개념 적용 - 설계기술 바탕 디자인 시도 - 외형적인 미 중시/ 포장기법으로서 디자인
80년대	생산 중시 / 산업구조 고도화 추진	중화학분야 산업합리화 - 중화학분야 구조 조정 추진 - 경쟁, 개발 체제로의 이행 - 기술개발 등 시장 보완적 산업정책 추진	디자인 인식 확산기 - 우수디자인(GD)제 신설 - 우수인력 양성을 위한 교육기반 마련 - 디자이너 등록제도, 디자이너 해외유학	디자인 역할에 대한 관심 증가 - 시장수요를 감안한 제한형 디자인제품 생산 가능 - 대기업 디자인능력 보유 - 자체 고유 브랜드 수출 (자동차, 타이어)
90년대	기술 중시 / 첨단산업 - 반도체, 자동차	개방화와 민간주도 경제운용('92-'97) - G7프로젝트, 정보통신기술개발  IMF 관리체제와 산업 구조조정 - 기업재무구조 개선 - IT산업 부상	디자인 산업 조성기 - 디자인 정책: 연구개발 → 진흥 - 정부 디자인 진흥 전담부서 설치 - 디자인 산업 기반조성 - 대국민 인식 확산 - 국제 디자인계 위상 제고	디자인이 산업에 있어 핵심요소로 등장 - 독창적 디자인으로 고유 브랜드 제품의 생산 및 수출이 본격화 - 대기업의 해외 디자인연구소 설립, 자체 디자인 개발 능력 확보
00년대	기술과 감성 중시 서비스산업 확대 - 향기나는 자동차, 주얼리 휴대폰	혁신주도형 경제로 전환  부문 간 동반 발전 - 혁신역량 강화 - 양극화 해소책 추진  * 산업 기술기반 조성 벤처육성(코스닥 개설) 지역혁신 성장동력 육성 기술이전 등	디자인 세계화 추진기 - 디자인 산업 세계화 기반 조성 - 디자인분야 일류국가 추진	디자인 개발 성과 시현 - 대기업들의 디자인 성과 - 중소기업 경영자들의 디자인 인식 전환 시기

115) 한국산업정책의 과거와 현재 그리고 미래(산업연구원), 우리상품의 디자인경쟁력 강화 방안 연구(산업연구원), 기술혁신제도의 효과 분석과 개선방안(과학기술정책연구원, 한국산업기술진흥협회), 한국디자인포장센터 20년사(한국디자인진흥원)를 토대로 재구성

## 최근 디자인 정책의 주요 내용

### 1) 참여정부 디자인 산업 발전전략<sup>2003, 12</sup>

정부는 2003년 발표된 ‘참여정부 디자인 산업 발전전략’을 통해 한국 디자인의 위상을 경제적 위상 GDP 12위과 비슷한 수준으로 추정, 강점을 살리고 약점을 보완하기 위한 비전과 전략을 수립하였다. 2008년 세계 7위의 디자인 선진국을 비전으로 세우고, 구체적으로는 2008년에 선진국 대비 디자인 수준을 90~95%까지 올리겠다는 구체적 목표를 설정하였다. 이를 달성하기 위한 4대 과제로 첫째 디자인 산업의 경쟁력 강화, 둘째 산업 전반의 디자인 접목을 통한 고부가가치화, 셋째 디자인의 국제화와 지방화, 넷째 디자인 문화의 저변 확대를 선정·추진하였다.

### 2) 디자인 전문인력·전문회사 육성방안<sup>2004, 12</sup>

정부는 2004년 실시된 ‘참여정부 디자인 산업 발전전략’의 효율적이고 지속적인 추진을 위해 2005년 역점 사업으로 디자인 산업의 육성 및 잠재 인력 활용을 선정하였다. 그리하여 실무 능력을 갖춘 창의적 디자이너 육성과 디자인 전문회사의 경쟁력 제고를 주요 내용으로 하는 ‘디자인 전문인력·전문회사 육성방안’을 발표하였다.

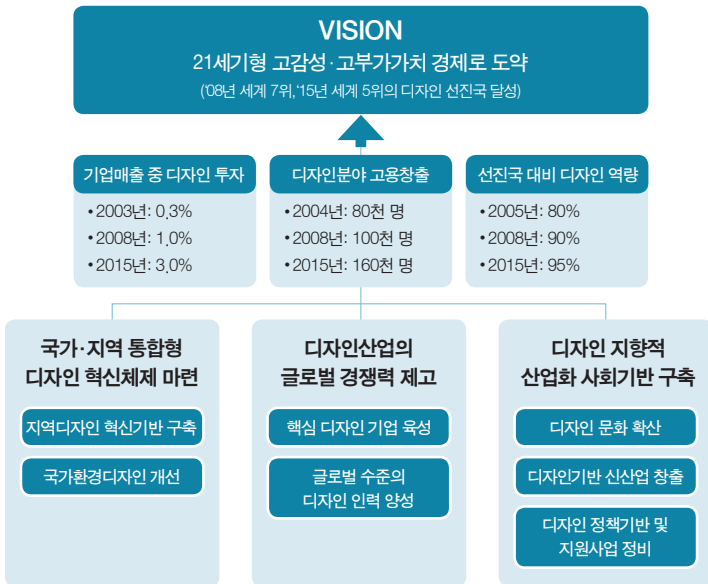
실무 능력을 갖춘 창의적 디자이너를 육성하기 위한 과제로는 산학협력 프로젝트 등의 ‘현장맞춤형 교육 프로그램의 확대’ 실시와 ‘디자인 교육의 내실화 및 특성화 유도’, 디자이너의 해외 진출 지원 등의 ‘한국 디자인인의 세계화’ 등을 선정하였다.

디자인 전문회사의 경쟁력 제고를 위한 과제로는 ‘디자인 전문회사 신 고제도 개선을 통한 전문화·대형화 유도’, ‘우수 디자인 전문회사에 대한 지원 강화’, ‘디자인 개발비의 로열티 지급 방식 도입’ 등 ‘디자인 전문 회사의 기업형 경영 유도’ 등을 선정하였다.

### 3) 디자인 산업 경쟁력 강화방안 2005. 12

2005년에는 이전 추진된 중소기업에 대한 가격 보조 중심의 단선적 지원 체계 유지로는 변화하는 디자인 산업의 정책 수요에 적시에 대응하는 것이 어렵고 부처 간 정책 조율의 미비로 효율적인 범국가적 디자인

[그림 2-30] 디자인산업 경쟁력 강화방안 정책목표 체계





지원정책이 미흡하다는 인식하에 ‘디자인 산업 경쟁력 강화방안’<sup>2005, 12</sup>을 발표하였다.

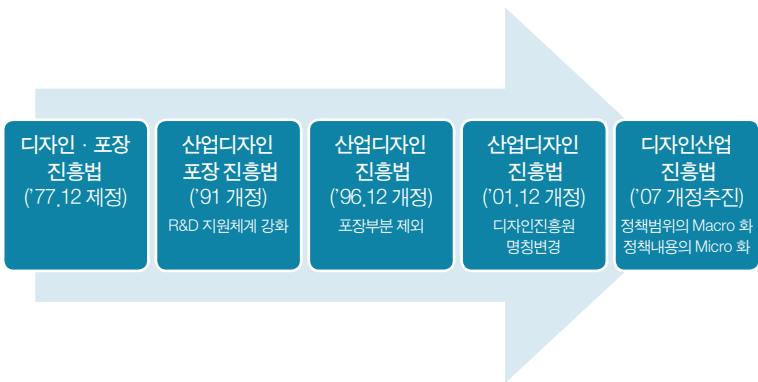
주요 내용은, 첫째 디자인 기반의 비즈니스 활성화를 통한 부가가치 창출, 둘째 개성과 통일성이 조화된 지역 및 국가 이미지 조성, 셋째 제품보다 디자인을 시는 성숙한 디자인 소비문화 배양 등이다.

#### 4) 2007 디자인 산업 정책방향<sup>2006. 12</sup>

2006년 정부는 ‘2007 디자인 산업 정책방향’을 발표하며 참여정부 기간 동안 추진되어온 디자인 정책의 기본 방향을 시대 흐름에 맞춰 수정·보완하여 2007년 중점 추진할 정책 방향을 발표하였다. 그 주요 내용은, 첫째 디자인 위상 재정립을 위한 법령 개정, 둘째 디자인의 사회적 자본화, 셋째 시장 부문 디자인 개발사업의 개선 등이다.

과거 제조업의 부속 산업 정도로 인식되었던 디자인 산업이 환경 변

[ 그림 2-31 ] 산업디자인진흥법 연혁



화에 따라 미래의 국가 성장동력인 창조 산업으로 육성할 필요성이 대두되었고 이에 따라 기존 산업디자인진흥법을 제조업과 사회 자원을 포괄할 수 있는 통합 법제로의 전환을 추진하였다.

또한 디자인의 사회적 자본화라는 기치 아래 한국 고유의 디자인 정체성 개발에 착수하여 'Designed in Korea'의 경쟁력을 강화하고, 90년대 후반부터 추진해온 공공 디자인 및 지역 특화 디자인 개발사업에 대한 투자 확대 등을 통해 국민 삶의 질 향상을 도모하였다.

그리고 시장 부문 디자인 개발사업의 개선으로 1990년대 초부터 지원해왔던 디자인 개발사업을 기존 제조업체의 단순 디자인 개선에서 디자인 업계의 창의력 및 기업가 정신이 제고될 수 있고 시장 환경에 부합될 수 있도록 개선하였다.

#### 5) 2008 디자인 산업 발전전략 2007. 11

2007년 말 발표된 정부의 '2008 디자인 산업 발전전략'은 21세기 디자인 선진국 도약이라는 비전 아래 '국내외 디자인 수요 기반 확충', '산업현장형 인력 양성', '디자인 전문회사의 경쟁력 강화'를 추진 전략으로 삼았다.

이를 위해 산업계와 공공부문의 디자인에 대한 투자 확대, 내수 위주 디자인 산업의 수출 산업화 유도, 지역 디자인 활성화 등 디자인 저변 확대 등을 주요 추진 과제로 선정하였다.

산업계와 공공부문의 디자인 투자 확대를 위해서는 중소기업에 대한 디자인 컨설팅을 강화하고 우수디자인(GD)상품 인증제도의 국제화 추진, 공공디자인개선사업에 대한 예산 지원 확대 등을 추진하였다.

내수 위주 디자인 산업의 수출 산업화 유도를 위해 영국 100% 디자인

전 등 해외 유명 디자인 전시회에 한국관 참가 및 각종 디자인 전시회의 국제화, 비즈니스화 등을 추진하였다.

지역 디자인 활성화 등 디자인 저변 확대를 위해서는 지역디자인센터 를 중심으로 지역 디자인 산업 활성화를 추진하고 지방 우수 인력 양성 사업 및 공무원, 일반 시민 대상의 디자인 홍보 교육 등을 실시하였다.

### 정부 부처별 디자인 정책 현황

산업 패러다임의 변화로 디자인의 중요성이 증대됨에 따라 최근에는 지식경제부뿐만 아니라 타 부처의 디자인 관련 정책 및 사업이 지속적으로 증가하고 있다. 디자인 산업의 외연 확장에는 크게 기여하고 있으나 각 부처가 비슷비슷한 사업을 협의 없이 각기 추진하여 국가적으로 볼 때 과잉 중복 투자로 인한 예산 낭비가 우려되며 시너지 효과도 기대할 수 없는 문제를 야기하고 있다.

[표 2-10] 중앙 부처 디자인 정책 현황<sup>116)</sup>

구분	지식경제부	문화관광체육부	국토해양부	행정안전부
국가 환경 디자인 개선	- 국가 환경 디자인 개선사업 - 공공 디자인 개발사업 - 공공 디자인 컨설팅 - 간판 표준 디자인 및 가이드라인 개발	- 문화적 생활공간 조성 기획, 컨설팅 지원 - 간판문화 개선사업 - 공공 디자인 개선 시범사업 및 공공 디자인 시범 도시 조성 - 문화·역사마을 만들기 조성사업 - 건축물 공공 미술 활성화	- 살고 싶은 도시 만들기 사업 - 가로시설물 디자인 개선 및 통합 사업 - 미래형 첨단도시 U-City 시범사업 - 건축문화 선진화 시범사업 - 행정중심 복합도시 도시경관 7대과제	- 소도읍 육성사업 - 3대 관광권 기반 조성 3개년 사업 - 아름다운 마을 가꾸기 사업 - 간판 시범거리 조성 사업 - 살기 좋은 지역 만들기 시범사업

116) 한국법제연구원, 창의적인 디자인강국 구현, 2008, pp 59-61

구분	지식경제부	문화관광체육부	국토해양부	행정안전부
인프라 구축	- 코리이디자인 센터 (KDC) 건립	- 디자인 문화재단 설립		
지역 디자인 기반 조성	- 디자인 기반 구축사업 (DIC) - FDC 디자인 혁신 거점화 - 지역 디자인 혁신 사업	- 지방 문화 산업 기반 조성사업 - 대구 디자인 패션 산업육성 지원		
전시 / 진흥	- 디자인 센서스 - 디자인대학 박람회 - 대한민국 디자인대상 - 한국청소년 디자인 전람회 - 우수디자인(GD) 상품 선정제도 - 대한민국 디자인전람회	- 한국 문화상징 (CI) 홍보계획 및 개선방향 - 서울캐릭터페어 한국캐릭터대상 - 우수 캐릭터 지적재산권 지원 - 캐릭터 디렉토리 제작 - 건축제 및 공간 문화대상 지원 - 디자인 미술관 운영지원 - 건축물 공공미술 진흥 활성화	- 'Good Design 빌딩' 지정 제도	- 국가상징 디자인공모전
디자인 아카이빙		- 문화콘텐츠 디자인 사업 추진 - 우리문화 원형의 디지털 콘텐츠화 사업		
중소기업 기술개발 지원	- 디자인 홀닥터사업 - 포장기술 홀닥터사업 - 시제품용자지원 - 디자인벤처지원 - 디자인 실명제 - 선도디자인 확산사업	- 문화콘텐츠 특성 문화브랜드 발굴 지원사업 - 국산 캐릭터 라이선스 활성화사업 - 국산 캐릭터 연계 프로그램 제작지원		- 향토 지적재산 육성사업

구분	지식경제부	문화관광체육부	국토해양부	행정안전부
중소기업 기술개발 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 우수 디자인 전문회사 선정제</li> <li>- 디자인관련 소재·표면처리 기술개발사업</li> <li>- 디자인기본기술 개발사업</li> <li>- 디자인혁신기술 개발사업</li> <li>- 세계일류상품 디자인·브랜드 개발사업</li> </ul>			
인력양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CDO출강지원</li> <li>- 학점교류형 산학 협력 프로젝트</li> <li>- 국비지원 글로벌 디자이너 양성</li> <li>- 재학생 현장실습 학점 인증제</li> <li>- 차세대 디자이너 지원사업</li> <li>- 디자인 인력 인턴 지원사업</li> </ul>			
브랜드 구축		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한스타일 기반 조성사업</li> <li>- 한스타일 분야별 대표 브랜드 육성</li> </ul>		

부록 05

지식경제부 디자인 전담부서 변화 추이

지식경제부 디자인 전담부서 변화 추이	
상공부 무역진흥과	'70.5~'70.10
통상진흥국 디자인포장과	'70.10~'73.1
중소기업국 디자인포장과	'73.1~'77.3
중소기업국 지도과	'77.3~'78.7
기획관리실(기업지도 담당)	'78.7~'81.5
기획관리실(경영지도 담당)	'81.5~'81.11
산업정책과(산업정책 담당)	'81.11~'81.12
섬유생활공업국 섬유제품과	'81.12~'82.9
중소기업국 지도과	'82.9~'83.2
중소기업국 농촌공업과	'83.2~'87.3
산업정책국 산업진흥과	'87.3~'91.12
산업정책국 산업기술과	'91.12~'94.12
통상산업부 산업기술과	'95.1~'96.3
통상산업부 산업디자인과	'96.3~'98.2('97.7이후 산자부)
산업자원부 품질디자인과	'98.2~'00.9
산업자원부 디자인브랜드과	'00.9~'04.11
산업자원부 표준디자인과	'04.11~'05.11
산업자원부 디자인브랜드과	'05.11~현재('08.20이후 지경부)

### 3.3 디자인 정책의 목표, 대상 및 주요 수단

#### 한국 디자인 정책의 목표 및 대상

##### 1) 정책 목표

정책 목표란 정책을 통해 달성하려는 미래의 바람직한 상태, 즉 정책이 추구하는 미래상이며 희망하는 결과이다. 이것은 정책 과정의 전반에 걸쳐서 정책의 방향을 제시해주는 핵심적인 기능을 수행한다.

한국 디자인 정책의 목표는 2008년 발표된 제4차 디자인진흥종합계획에 비전으로 제시되어 있다. 현 정부 국정 과제 중 하나이기도 한 '창의적인 디자인 강국 구현'이라는 비전 아래 첫째, 디자인 산업 규모를 2006년

[그림 2-32] 한국 디자인 정책의 목표<sup>117)</sup>

#### 창의적인 디자인 강국 구현



117) 지식경제부, 제4차 디자인진흥종합계획, 2008

6.8조 원 수준에서 2012년 14.4조 원 수준으로 확대하고, 둘째, 디자인 분야의 고용을 현재 10만 명 수준에서 2012년 15만 명 수준으로 늘리는 것이다. 셋째, 디자인 수지는 적자 상태를 2012년까지 흑자 전환하고, 마지막으로 국가 디자인 경쟁력 순위를 현재 세계 9위 수준에서 세계 5위 수준으로 제고하는 것이 당면 목표이다.

정책 목표는 정책의 방향을 설정하고 구성원의 집행 활동에 대해 지침을 제공한다는 측면과 정책이나 조직의 존재나 활동을 정당화시키는 근거를 제공한다는 측면에서 기능을 한다. 그렇기 때문에 향후 디자인 정책은 앞서 제시한 정책 목표를 달성하기 위한 전략이라 할 수 있다.

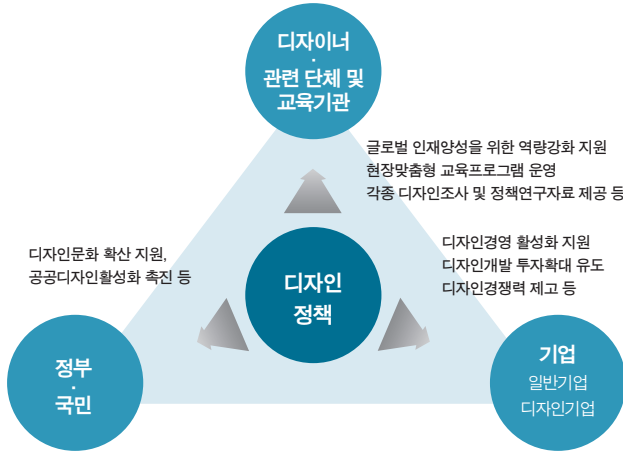
## 2) 정책 대상

특정 정책에 의해 이해관계가 조정되거나, 비용을 부담하거나, 혜택을 받게 되는 대상 집단을 정책 대상이라고 한다. 디자인 정책의 대상은 크게 기업, 디자이너·디자인 단체 및 교육기관, 정부 및 일반인으로 구분할 수 있다.

기업은 다시 일반 기업과 디자인 전문회사로 나눌 수 있는데 이 그룹에 대해서는 디자인 경영 활성화 지원, 디자인 개발 지원 및 투자 확대 유도, 디자인 경쟁력 제고를 위한 정책이 실행되게 된다. 그리고 디자이너·디자인 단체 및 교육기관에 대해서는 글로벌 인재 양성을 위한 역량 강화 활동 지원 및 현장맞춤형 교육 프로그램, 각종 디자인 조사, 정책 연구 자료를 제공하는 정책 서비스가 제공된다. 또한 정부 및 일반 국민에 대해서는 디자인 행사 및 교육 등을 통한 대 국민 디자인 문화 확산과 공공 디자인 활성화를 촉진하는 정책들이 제시된다.



[그림 2-33] 한국 디자인 정책 대상



## 한국 디자인 정책의 주요 수단

정책 목표를 달성하기 위한 법령적 도구, 인적·물적 자원의 배치 등을 결정하는 기획이 중요한 구성 요소들로서 정책 목표를 구체화시키는 수단으로서의 역할을 담당한다.

### 1) 법령적 도구

법령은 일반적으로 법률과 그 하위 규범인 대통령령·총리령·부령 등의 시행령 및 시행규칙을 합하여 부르는 말이다. 법령은 정책이 표현되는 가장 대표적인 방법 중 하나이며, 인적·물적·조직적 도구들이 실행되는 근거를 제공한다. 한국 디자인 정책의 대표적 법령에는 ‘산업디자인진흥법’과 동 법 시행령과 시행규칙이 있다.

## ① 산업디자인진흥법

1977년 제정된 산업디자인진흥법은 총 20조로 구성되어 있다. 디자인의 연구 및 개발을 촉진하고 디자인의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력 강화에 이바지함을 목적으로 제정되었다.

주요 내용으로는 디자인진흥종합계획의 수립과 관련된 내용, 연구 및 진흥사업의 실시에 관한 내용, 디자인의 육성 및 개발과 관련된 내용, 우수 디자인 <sup>GD</sup>상품의 선정, 전문인력의 양성과 디자인 전문회사에 대한 지원, 한국디자인진흥원의 설립 등과 관련된 내용들이 법제화되어 있다.

1977년 ‘디자인포장진흥법’이라는 명칭으로 제정되었으며, 이 법을 통해 디자인포장진흥위원회의 설치와 한국디자인포장센터 현 한국디자인진흥원의 설치 운영 및 디자인포장진흥기금 조성 근거를 마련하였다.

이 법은 1991년 1차 개정되었는데 진흥종합계획의 수립과 디자인 연구 개발 사업의 실시, 우수 디자인 상품과 우수 포장 상품의 선정·시상, 디자인 전문회사의 설립 지원, 한국산업디자인포장개발원으로서의 기관 명칭 변경 및 사업 수행을 위한 정부의 지원 근거 마련 등이 법령화되었다.

1993년 제2차 개정에서는 정부조직법 개정에 따른 용어 변경이 있었으며, 1994년 제3차 개정에서는 기금관리기본법에 의거, 규모가 영세한 디자인포장진흥기금을 폐지하였다.

1994년 제4차 개정에서는 산업디자인진흥법으로 법명이 변경되었고 포장 디자인을 시각 디자인에서 분리하여 디자인 분야에 포장 디자인을 추가하였다. 또한 연구개발 사업 출연근거에 공업발전법 외에 산업기술 기반조성사업자금을 추가 명시하였으며 디자인 개발지원 사업과 지방의 디자인 진흥사업 등을 사업 범위에 추가하였다. 아울러 기관명을 한

국산업디자인포장개발원에서 한국산업디자인진흥원으로 변경하였다.

1999년의 제5차 개정은 우수 디자인<sup>GD</sup> 상품 등록제도를 폐지하고, 통상산업부 장관 소속하의 산업디자인진흥위원회를 폐지하였다. 2001년의 제6차 개정에서는 디자인 개발을 통해 산업 경쟁력을 향상시킨 기업 및 개인에 대한 시상 및 지원 조항과 우수 브랜드 지원 사업 및 국내외 디자인 통계 작성을 위한 조사 실시 근거를 신설하였으며, 한국디자인진흥원으로 기관 명칭을 변경하였다.

2005년의 제7차 개정에서는 산업발전법과 산업기술기반조성에 관한 법률을 산업기술촉진법으로 법명을 변경하였으며, 2006년의 제8차 개정에서는 전문인력 양성, 디자인의 보호, 통계 조사 등을 국가와 시·도의 공동 사무로 명기하였다.

## ② 산업디자인진흥법 시행령과 시행규칙

산업디자인진흥법 시행령은 총 33조로 구성되어 있다. 주요 내용으로는 대한민국디자인전람회의 개최와 우수 디자인 상품 선정과 관련된 내용, 디자인 전문회사에 대한 지원, 전문인력 양성 및 재교육, 산학협동·공동연구 촉진 등이 명시되어 있다.

시행규칙은 동 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 정하기 위한 목적으로 1991년 제정되었으며 총 9조로 구성되어 있다.

## ③ 기타 디자인 관련법

디자인 관련법에는 디자인의 등록 및 출원, 심사, 디자인권, 디자인권자의 보호 등이 명문화되어 있는 ‘디자인보호법’과 산업 디자인을 제외한

디자인을 문화산업으로 정의한 ‘문화산업진흥기본법’, 경관계획과 사업, 협정, 경관위원회 등에 대해 명시한 ‘경관법’, 건축 디자인의 기준 설정에 관한 ‘건축기본법’ 등이 있다.

## 2) 기획

기획이란 구체적인 집행 전략이다. 최적 수단으로 설정된 행정 목표나 정책 대안을 달성하기 위해 장래의 활동에 관한 일련의 결정을 준비하는 연속적이고도 동태적인 과정을 의미한다. 즉 특정 목표를 달성하기 위해 누가, 언제, 어떠한 방법으로, 어느 정도의 예산으로 어떤 활동을 하는가를 결정하는 것을 말한다.

기획은 정책의 또 다른 수단으로 인적·물적·조직적 도구의 사용을 계획하는 정책의 주요한 수단 중의 하나이다.

우리의 경우 디자인진흥종합 5개년 계획이 이러한 기획으로서 정책을 표현하고 있다. 여기서는 제1차 종합계획부터 제3차 계획까지 그 내용을 살펴보고자 한다.

### ① 제1차 디자인진흥종합계획 1993년~1997년

제1차 종합계획의 주요 내용은 첫째, 창의력과 실무 능력을 갖춘 디자인 전문인력 양성이다. 국제 수준의 엘리트 디자이너 양성을 위해 1996년 ‘국제디자인대학원대학교(현 홍익대 IDAS)’를 설립하였다.

둘째, 급증하는 디자인 수요에 대비한 디자인 인프라 구축을 위해 디자인센터 및 디자인 정보 유통체제의 구축을 계획하였는데, 이의 실행 과제로 ‘코리아디자인센터’ 건립 및 ‘디자인 정보화 구축 5개년 계획’ 등

을 수립하였다.

셋째, 디자인 전문 업체의 설립 촉진, 세제 혜택 추진, 디자인 개발자금 지원 강화 등 디자인 전문회사 육성을 계획하였다.

넷째, 디자인 개발 능력이 취약한 중소기업의 디자인 개발 강화와 디자인 기초기반 연구 촉진을 계획하였다. 이 계획하에 디자인 전문가를 활용하여 중소기업의 디자인 개발을 지원하는 디자인 기술개발사업이 1994년부터 시행되었고 1997년부터 디자인 기초연구 촉진을 위해 디자인 기반기술개발사업이 추진되었다.

다섯째, 세계 주요 디자인 국제 행사의 유치 및 해외 디자인 기관과의 협력 강화를 통한 한국 디자인의 국제적 위상 제고를 계획하였다.

마지막으로 디자인 발전을 위한 사회적 분위기 조성을 위해 다양한 디자인 인식 제고 사업을 기획하였다.

## ② 제2차 디자인진흥종합계획 1998년~2002년

제2차 종합계획은 첫째, 우수 디자이너 양성 기반 구축과 디자인 교육의 질적 향상을 도모하는 것이다. 이를 위해 디지털 디자인 인재 양성을 위한 e-디자인아카데미를 온라인상에 구축하고 디자인 발전을 지원하기 위해 색채 전문인력을 양성하는 등의 노력을 하였다.

둘째, 1차 종합계획에 명시된 디자인 인프라 구축의 차질 없는 추진이다.

셋째, 디자인 전문회사 육성이다. 디자인 전문회사의 창업 활성화 및 디자인 벤처기업화 촉진 등을 통해 이를 추진하였다.

넷째, 중소기업 디자인 개발 지원 강화다. 디자인 기술개발사업이 확대되었고 시제품 개발 융자금을 지원하는 등 기업의 디자인 개발을 촉진

하기 위해 다양한 시책들이 추진되었다.

다섯째, 디자인 산업 국제화 추진이다. Icoagrada 2000 Seoul 및 ICSID 2001 Seoul을 성공적으로 개최하고 다양한 국제 협력 사업들이 전개되었다.

마지막으로 대한민국디자인대상 시행 등 디자인에 대한 범국민적 인식 확산을 위한 계획이 수립·추진되었다.

### ③ 제3차 디자인진흥종합계획 2003년-2007년

제3차 종합계획은 디자인 역량 강화를 통해 산업 경쟁력 강화와 국가 이미지를 제고하여 세계 7대 디자인 선진국 대열에 합류하기 위해 여섯 가지 전략을 수립하였다.

첫 번째 전략은 디자인 경영 활성화, 세계일류상품 및 미래유망상품의 디자인 혁신 지원 등을 통한 디자인의 저변 확대이다.

둘째, 디자인 조기교육 프로그램 개발, 스타 디자이너 양성, 현장 디자이너 능력 향상 등을 통한 세계 일류 디자인 양성이다.

셋째, 지역디자인센터 및 디자인혁신센터의 차질 없는 구축, 지자체의 도시환경 디자인 개선사업 지원 등을 통한 지방의 디자인 혁신능력 강화이다.

넷째, 디자인 연구개발 능력 강화로 통합디자인연구소 설치, 연구조사 기능 강화이다.

다섯째, 국가CI 프로그램 추진, 국가 브랜드 가치제고 방안 강구 등을 통한 국가 이미지 혁신이다.

마지막은 국제 디자인 교류 확대 및 동북아 협력 강화로 동북아 디자인 포럼 창설과 KIDP 해외 지사 설립 등이 주요 골자이다.

## 1. 비전과 추진전략

창의적인 디자인 강국 구현		
구 분	2006년	2012년
디자인산업 규모	6.8조 원 (GDP 0.8%)	14.4조 원 (GDP 1.2%)
고 용	10만 명	15만 명
디 자 인 수 지	-17백만 \$	흑자전환
디자인 경쟁력 (07)	세계 9위	세계 5위



#### 디자인을 통한 혁신 촉진

1. 디자인 경영체제 확산
2. 디자인기업 혁신역량 강화
3. 디자인클러스터 활성화
4. 국가브랜드 가치 제고
5. 디자인을 통한 사회문제 해결

#### 신성장동력화 및 시장확대

1. 디자인 원천기술 및 전략적 디자인 R&D 지원
2. 국내 디자인수요 확대
3. 해외 디자인시장 개척
4. 디자인 일자리 창출
5. 디자인 국제협력 강화

#### 기반조성 강화

1. 디자인 정보기반 구축
2. 지역 디자인인프라 활성화
3. 디자인권리 보호 강화
4. 법·제도적 기반 구축
5. 디자인마인드 확산

#### 창의적인 인재 양성

1. 스타디자이너 배출기반 조성
2. 산업현장형 디자이너 양성
3. 지역 디자인 인재 양성

## 2. 추진과제

### 과제 1 혁신 · 창의과정으로서의 디자인 활용 촉진

#### 디자인경영체제의 국가적 확산 추진

- ▷ 디자인경영 표준시스템 개발 및 디자인경영 Best Practice 확산
- ▷ 중소기업 대상의 맞춤형 디자인컨설팅 확산 : 디자인경영체제 진단, 가이드라인 제시

#### 디자인기업의 혁신역량 강화

- ▷ 종합디자인 컨설팅업체 육성  
→ 디자인 개발사업 참여시 우대가점 부여 등
- ▷ 기능별, 품목별로 특화된 디자인기업(Design Studio) 육성  
→ 창업지원, 제조업체와 Design Studio간 사업 연계 형성



#### 디자인을 통한 국가 및 기업브랜드 가치 제고

- ▷ 전략적 디자인 활용방법을 매뉴얼화해 보급하여 중소기업의 자체브랜드 확립
- ▷ 국가브랜드 평가모델 정립을 통한 체계적 관리체계 구축
- ▷ 녹색성장, 교육 등 사회현안에 대한 디자인적 해결방안 마련

### 과제 2 디자인산업의 신성장동력화 추진 및 시장창출 확대

#### 디자인 원천기술 및 전략적 디자인 R&D 지원 강화

- ▷ 디자인 원천기술 개발 로드맵 수립 및 지원예산 확대
- ▷ Green Design, 신성장동력 산업 등 전략적 분야에 대해 디자인 개발지원 강화
- ▷ 기술 · 디자인 통합 R&D 추진  
⇒ R&D 기획단계부터 디자인 전문가 참여 및 R&D 사업비 일부 디자인 투자 의무화 추진



### 국내 디자인수요 확대

- ▷ GD제품에 대한 인지도 향상 및 수요 확대 : 홍보강화 및 선정물 인화 추진
- ▷ 지식서비스 바우처사업에 의한 디자인 서비스 구매 지원

### 해외 디자인시장 개척

- ▷ 대통령 · 관계장관의 해외 순방시 디자인 홍보행사 병행 개최
- ▷ 해외 한인 디자이너 네트워크 구축 및 KOTRA를 활용한 디자인 수출지원
- ▷ 디자인전시회의 비즈니스 성격 강화 ⇒ 국제적인 디자인거래 시장으로 전환

### 일자리 창출 확대

- ▷ 디자이너 Job Training 사업을 신설하여 기업 수요에 맞는 인력 양성
- ▷ 디자인학과 미취업자 인턴교육을 지속 확대

### 국제 협력 강화

- ▷ 해외 디자인기구와의 협력 강화  
⇒ DMI 등 국제적 연구기관과 공동으로 디자인잡지 간행 및 포럼 개최
- ▷ GD제도의 국제화  
⇒ 해외디자인 시상제도와 상호 인정, 해외기업 출품 확대, 해외전문가의 심사위원 위촉
- ▷ 국제 산학협력 강화  
⇒ 국제 산학협력 프로그램, 국제 디자인공모전에 우리 대학의 참여 확대  
⇒ 세계 우수 디자인대학 · 연구소와 정보교류 및 공동 프로젝트 추진
- ▷ 해외 선진기관과의 워크숍 등을 통해 디자인 해외진출 확대

## 과제 3 디자인 기반조성 강화

### 디자인 정보기반 구축

- ▷ 우수 디자인전문기업의 해외홍보사이트 개설  
⇒ 수출 및 협력채널 구축 수단으로 활용
- ▷ 인력, 콘텐츠 등 핵심 DB의 보강 추진

## 지역 디자인인프라 활성화

- ▷ RDC의 지역혁신 Hub화 촉진
  - ⇒ 기구축 장비를 활용한 광역권 디자인 클러스터 구축 → 지역전략산업 지원
  - ⇒ 디자인 기초 영역별로 특성화된 서비스 제공능력을 보유토록 지원
- ▷ 일부 DIC를 산업단지로 이전, DIC의 산업적 활용도 제고
  - ⇒ '09년 서울디지털산단과 안산시화산단에 대해 시범사업으로 추진

## 법·제도적 기반 구축

- ▷ R&D에 준하여 디자인 아웃소싱에 대해서도 세액공제 추진
- ▷ 디자인 프리 피칭 방식 규범 및 업계 자율적 추진

## 과제 4 창의적인 디자인 인력 양성

### 스타디자이너 배출을 위한 기반 조성

- ▷ 디자인 조기교육을 통한 창의적 디자인 인재육성
  - ⇒ 초등학교 방과후 프로그램에 디자인 추가 및 미술교과서 개편 추진
- ▷ 다학제 커리큘럼 및 체험형 교육과정 개발

### 산업현장형 디자이너 양성

- ▷ 디자인전공생의 현장적응력 향상
  - ⇒ 디자인학과 계약 운영제, Capstone Design 사업 확대
- ▷ 국가적 차원의 Digital Design 전문인력 육성
  - ⇒ 디지털 S/W 표준화, 교육 커리큘럼 마련

### 지역 디자인 인재 양성

- ▷ 지역 디자인 멤버십 프로그램 확대
  - ⇒ 지방의 우수학생 세계적 스타디자이너로 양성
- ▷ 「e-디자인아카데미」의 콘텐츠 및 교육 프로그램 확대 개편

## 부록 07

### 산업디자인진흥법 전문

1977. 12. 31  
법률 제3,070호

개정 1991. 1. 14 법률 제4,321호  
개정 1994. 12. 22 법률 제4,791호  
전문개정 1996. 12. 30 법률 제5,214호  
개정 1999. 2. 5 법률 제5,773호  
일부개정 2001. 2. 3 법률 제6,415호  
일부개정 2005. 5. 26 법률 제7,506호  
일부개정 2006. 4. 28 법률 제7,949호  
일부개정 2008. 2. 29 법률 제8,852호  
일부개정 2009. 5. 21 법률 제9,688호

**제1조(목적)** 이 법은 산업디자인의 연구 및 개발을 촉진하고 산업디자인의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력강화에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 “산업디자인”이라 함은 제품 등의 미적·기능적·경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위를 말하고, 제품디자인·포장디자인·환경디자인·시각디자인 등을 포함한다.

**제3조(산업디자인진흥종합계획의 수립 등)** ① 지식경제부장관은 산업디자인의 개발 촉진과 진흥을 위한 종합적인 계획(이하 “산업디자인진흥종합계획”이라 한다)을 수립하고 이를 공고하여야 한다. 산업디자인진흥종합계획을 변경한 때에도 또한 같다.  
(개정 1999,2,5, 2008,2,29)

② 산업디자인진흥종합계획에는 산업디자인에 관한 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 기본정책방향
2. 개발촉진 및 진흥의 목표·대상 및 실시방법에 관한 사항
3. 개발촉진 및 진흥에 필요한 자금지원에 관한 사항
4. 기타 개발촉진 및 진흥을 위하여 필요한 사항

③ 삭제 <1999.2.5>

**제4조(연구 및 진흥사업의 실시 등)** ① 지식경제부장관은 산업디자인진흥종합계획을 효율적으로 실시하기 위하여 산업디자인에 관한 연구 및 진흥사업을 실시할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>

② 다음 각호의 기관 등은 대통령령이 정하는 바에 의하여 제1항의 규정에 의한 연구 및 진흥사업에 참여할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2001.2.3, 2005.5.26, 2008.2.29>

1. 제9조의 규정에 의한 산업디자인전문회사
2. 제11조의 규정에 의한 한국디자인진흥원
3. 지식경제부장관이 지정하는 산업디자인에 관한 기업부설연구소
4. 「고등교육법」에 의한 대학·산업대학·전문대학 및 기술대학
5. 국립·공립연구기관
6. 기타 대통령령이 정하는 기관 또는 단체

③ 지식경제부장관은 제2항의 규정에 의하여 연구 및 진흥사업에 참여하는 기관 등이 동 사업을 실시하는 데 소요되는 자금의 전부 또는 일부를 「산업기술혁신 촉진법」 제11조제2항 및 제19조제2항의 규정에 의한 예산의 범위안에서 출연할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2001.2.3, 2005.5.26, 2006.4.28, 2008.2.29>

④ 제3항의 규정에 의한 출연금의 지급·사용 및 관리에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

**제5조(산업디자인의 육성·개발사업)** ① 정부는 산업디자인에 관한 국가경쟁력을 향상하게 하기 위하여 다음 각호의 사업을 실시할 수 있다.

1. 산업디자인의 개발 등에 의하여 산업경쟁력을 향상하게 한 기업과 개인에 대한 시상 및 지원

- 2. 산업디자인의 개발에 의한 우수브랜드의 육성 · 지원
  - 3. 그 밖에 산업디자인의 개발 등에 의한 산업경쟁력의 향상을 위한 지원
- ② 지식경제부장관은 우수한 산업디자인의 개발을 위하여 다음 각호의 사업을 실시할 수 있다. <개정 2008.2.29>
- 1. 산업디자인전람회의 개최 및 지원
  - 2. 산업디자인분야의 벤처기업 그밖에 기술성이 우수한 기업의 선정 및 지원
  - 3. 산업디자인 정보시스템의 구축 및 지원
  - 4. 산업디자인 거래의 지원 및 활성화를 위한 사업
- ③ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 사업의 세부내용과 지원의 범위 · 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- [본조신설 2001.2.3]

- 제6조(우수산업디자인상품의 선정 등)** ① 지식경제부장관은 우수한 산업디자인의 개발을 촉진하기 위하여 디자인이 우수한 상품(이하 “우수산업디자인상품”이라 한다)을 선정하는 등 필요한 조치를 할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>
- ② 지식경제부장관은 제1항의 규정에 의하여 선정된 우수산업디자인상품에 대하여 필요하다고 인정하는 경우에는 시상을 할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>
- ③ 삭제 <1999.2.5>
- ④ 지식경제부장관은 제1항의 규정에 의하여 선정된 우수산업디자인상품에 대하여는 당해 상품이 우수산업디자인상품임을 나타내는 표지(이하 “우수산업디자인표지”라 한다)를 붙여서 판매하게 할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>
- ⑤ 지식경제부장관은 제1항의 규정에 의하여 선정된 우수산업디자인상품이 선정당시와 외관이 동일하지 아니하는 등 제6항의 규정에 의한 사용기준에 적합하지 아니하게 된 때에는 그 사용의 정지를 명할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>
- ⑥ 제1항 · 제2항 · 제4항 및 제5항의 규정에 의한 우수산업디자인상품의 선정 · 시상 · 지원 · 사용정지 및 우수산업디자인표지의 사용기준 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 1999.2.5>

**제7조(우수산업디자인표지의 부착금지)** 제6조제1항의 규정에 의하여 우수산업디자인상품으로 선정된 상품외의 상품과 동조제5항의 규정에 의한 사용정지명령을 받은 상품에 대하여는 우수산업디자인표지를 붙여 판매하거나 판매를 위하여 진열·보관 또는 운반하여서는 아니된다. <개정 1999,2,5>

**제8조(전문인력의 양성 등)** ① 국가 또는 특별시·광역시·도(이하 “시·도” 라 한다)는 산업디자인에 관한 전문인력의 양성을 위하여 노력하여야 한다. <개정 2005,5,26>

② 정부는 산업디자인에 관한 산학협동과 전문인력의 자질향상을 위한 재교육을 장려하여야 한다.

③ 지식경제부장관 또는 특별시장·광역시장·도지사(이하 “시·도지사” 라 한다)는 필요한 경우 디자인 관련 전문인력 실태조사를 실시하고 전문인력의 수급에 관한 개선방안을 수립할 수 있다. <개정 2001,2,3, 2005,5,26, 2008,2,29>

**제9조(산업디자인전문회사에 대한 지원)** ① 정부는 산업디자인에 관한 개발·조사·분석·지문 등을 전문적으로 행하는 회사(이하 “산업디자인전문회사” 라 한다)로서 지식경제부령이 정하는 기준에 해당하는 회사에 대하여 다음 각호의 지원을 할 수 있다. <개정 1999,2,5, 2008,2,29>

1. 연구성과의 제공 및 첨단 개발기법의 지도
2. 산업디자인전문회사의 창업을 지원하기 위한 창업보육시설의 설치·운영
3. 고가장비의 공동사용
4. 기타 산업디자인의 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령이 정하는 사항

② 제1항의 규정에 의한 지원을 받고자 하는 산업디자인전문회사는 지식경제부령이 정하는 바에 의하여 지식경제부장관에게 신고하여야 한다. <개정 1999,2,5>

③ 지식경제부장관은 제2항의 규정에 의한 신고의 처리에 관한 업무를 대통령령이 정하는 바에 의하여 특별시장·광역시장 또는 도지사에게 위임하거나 제11조의 규정에 의한 한국디자인진흥원에 위탁할 수 있다. <개정 1999,2,5, 2001,2,3, 2008,2,29>

**제10조(산업디자인의 보호)** ① 국가 또는 시·도는 산업디자인의 개발을 촉진하고 모방을 방지하기 위하여 산업디자인의 보호에 노력하여야 한다. <개정 2005.5.26>

② 지식경제부장관 또는 시·도지사는 산업디자인의 보호를 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 관련제도의 개선 및 운영합리화 등에 관하여 관계행정기관의 장에게 협조를 요청할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2005.5.26, 2008.2.29>

**제10조의2(산업디자인통계의 조사)** ① 지식경제부장관 또는 시·도지사는 산업디자인진흥종합계획의 효과적인 수립·시행을 위하여 국내외의 산업디자인통계의 작성을 위한 조사를 실시할 수 있다. <개정 2005.5.26, 2008.2.29>

② 산업디자인통계의 작성·관리에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.  
[본조신설2001.2.3]

**제11조(한국디자인진흥원의 설립 등)** ① 산업디자인의 개발촉진 및 진흥을 위한 사업을 효율적이고 체계적으로 추진하기 위하여 한국디자인진흥원(이하 "진흥원"이라 한다)을 설립한다. <개정2001.2.3>

② 진흥원은 법인으로 한다.

③ 진흥원은 정관이 정하는 바에 의하여 국내외의 필요한 곳에 분원 또는 사무소를 둘 수 있다.

④ 진흥원은 산업디자인에 관한 다음 각 호의 사업을 행한다.

1. 개발지원사업
2. 전시사업
3. 출판 및 홍보사업
4. 정보화사업
5. 교육·연수사업
6. 지방의 산업디자인 진흥을 위한 사업
7. 국제교류·협력사업
8. 정부의 위촉사업
9. 기타 대통령령이 정하는 사업

- ⑤ 진흥원은 제1항의 규정에 의한 목적달성에 필요한 경비를 조달하기 위하여 대통령령이 정하는 바에 의하여 수익사업을 할 수 있다.
- ⑥ 진흥원에 관하여 이 법에 규정된 것을 제외하고는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다. <개정 2005.5.26>

**제12조(진흥원의 경비지원)** 정부는 예산의 범위 안에서 진흥원의 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 출연하거나 보조할 수 있다.

**제13조(자료의 제공 요청 등)** ① 진흥원은 국가·지방자치단체·공공단체·정부투자기관·연구기관이나 교육기관 등에 대하여 사업수행에 필요한 자료의 수집 및 제공을 요청할 수 있다.

② 진흥원은 지방자치단체에 대하여 지방의 산업디자인 진흥을 위한 사업에 협력을 요청할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 자료의 수집·제공 또는 협력을 요청받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

**제14조(사업계획서 등의 제출)** ① 진흥원은 대통령령이 정하는 바에 의하여 매 사업연도개시일까지 사업계획서와 예산서를 지식경제부장관에게 제출하여야 한다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>

② 진흥원은 매 사업연도의 결산서를 작성하여 다음 사업연도 3월 31일까지 지식경제부장관에게 제출하여야 한다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>

**제15조(보고 및 검사)** ① 지식경제부장관은 이 법의 시행을 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 진흥원에 대하여 그 업무상황에 관한 보고를 명하거나 소속공무원으로 하여금 진흥원에 출입하여 장부·서류 기타의 물건을 검사하게 할 수 있다. <개정 1999.2.5, 2008.2.29>

② 제1항의 규정에 의한 검사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 내보여야 한다.



**제16조(비밀엄수의 의무)** 진흥원의 임원이나 직원 또는 그 직에 있었던 자는 직무상 알게 된 비밀을 누설하여서는 아니된다.

**제17조 삭제** <1999.2.5>

**제18조 삭제** <1999.2.5>

**제19조(벌칙)** 제7조 또는 제16조의 규정에 위반한 자는 1년 이하의 징역 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

**제20조 삭제** <1999.2.5>

**부칙 (제5214호, 1996. 12. 30)**

제1조(시행일) 이 법은 1997년 1월 1일부터 시행한다.

제2조(산업디자인포장개발원의 명칭 등의 변경에 관한 경과조치) ① 이 법 시행당시의 산업디자인포장개발원은 이 법에 의한 한국산업디자인진흥원으로 본다.

② 이 법 시행당시의 산업디자인포장개발원이 행한 행위 기타 법률관계에 있어서 산업디자인포장개발원은 이를 한국산업디자인진흥원으로 본다.

제3조(정관변경 등) 산업디자인포장개발원은 지체없이 통상산업부장관의 승인을 얻어 이 법에 적합하도록 정관을 변경하고, 명칭 등의 변경에 따른 변경등기를 신청하여야 한다.

제4조 (다른 법률의 개정) ① 공업발전법 중 다음과 같이 개정한다. 제13조제1항제6호를 다음과 같이 한다.

6. 산업디자인진흥법에 의한 한국산업디자인진흥원 및 산업디자인전문회사

② 조세감면규제법중 다음과 같이 개정한다. 별표중 제110호란을 다음과 같이 한다.

110

산업디자인진흥법에 의하여 설립된 한국산업디자인진흥원

제5조(다른 법령과의 관계) ① 이 법 시행당시 다른 법령에서 종전의 산업디자인·포장진흥법 또는 그 규정을 인용한 경우 이 법 중 그에 해당하는 조항이 있을 때에는 종전의 규정에 갈음하여 이 법 또는 이 법의 해당 조항을 인용한 것으로 본다.

② 이 법 시행 당시 다른 법령에서 종전의 산업디자인·포장진흥법에 의한 산업디자인포장개발원을 인용한 경우에는 이 법에 의한 한국산업디자인진흥원을 인용한 것으로 본다.

부칙 <제5773호, 1999. 2. 5>

이 법은 공포한 날부터 시행한다.

부칙 <제6415호, 2001. 2. 3>

제1조(시행일) 이 법은 2001년 4월 1일부터 시행한다.

제2조(한국산업디자인진흥원의 명칭 변경에 관한 경과조치) ① 이 법 시행당시 한국산업디자인진흥원은 한국디자인진흥원으로 본다.

② 이 법 시행당시 한국산업디자인진흥원의 모든 재산과 권리·의무는 한국디자인진흥원이 포괄 승계한다. 이 경우 종전의 재산과 권리·의무에 대한 등기부 기타 공부상의 한국산업디자인진흥원의 명칭은 한국디자인진흥원의 명의로 본다.

제3조(다른 법률의 개정) ① 산업발전법 중 다음과 같이 개정한다.

제24조제1항제6호 중 “한국산업디자인진흥원”을 “한국디자인진흥원”으로 한다.

② 여성기업지원에관한법률 중 다음과 같이 개정한다.

제12조중 “한국산업디자인진흥원”을 “한국디자인진흥원”으로 한다.

부칙 <제7506호, 2005. 5. 26>

이 법은 공포후 3월이 경과한 날부터 시행한다.

부칙(산업기술기반조성에관한법률) <제7949호, 2006. 4. 28>

제1조(시행일) 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

제2조 내지 제5조 생략

제6조(다른 법률의 개정) ①내지 ③생략

④산업디자인진흥법 일부를 다음과 같이 개정한다.

제4조제3항 중 “「산업발전법」 제24조제2항 또는 「산업기술기반 조성에 관한 법률」 제5조제3항의 규정” 을 “「산업기술혁신 촉진법」 제11조제2항 및 제19조제2항의 규정” 으로 한다.

⑤내지 ⑩생략

제7조 생략

부칙(정부조직법) (제8852호, 2008. 2.29)

제1조(시행일) 이 법은 공포한 날부터 시행한다. 다만, . . . <생략> . . . , 부칙 제6조에 따라 개정되는 법률 중 이 법의 시행 전에 공포되었으나 시행일이 도래하지 아니한 법률을 개정한 부분은 각각 해당 법률의 시행일부터 시행한다.

제2조부터 제5조까지 생략

제6조(다른 법률의 개정) ①부터 <358> 까지 생략

<359> 산업디자인진흥법 일부를 다음과 같이 개정한다.

제3조제1항, 제4조제1항·제2항제3호·제3항, 제5조제2항, 제6조제1항·제2항·제4항·제5항, 제8조제3항, 제9조제2항·제3항, 제10조제2항, 제10조의2제1항, 제14조제1항·제2항, 제15조제1항 중 “산업지원부장관” 을 각각 “지식경제부장관” 으로 한다.

제9조제1항·제2항 중 “산업지원부령” 을 각각 “지식경제부령” 으로 한다.

<360> 부터 <760> 까지 생략

제7조 생략

부칙 <제9688호, 2009. 5. 21>

이 법은 공포한 날부터 시행한다.

### 3.4 한국디자인진흥원 주요 정책

21세기 세계 경제는 디지털이라는 추세에 맞춰 역동적인 변화를 거듭하고 있다. 디지털이 몰고 온 혁신적인 패러다임은 기업 활동의 중심을 생산자에서 사용자로, 기능에서 감성 중심으로 바꾸어 놓았다. 결국 인간의 감성을 만족시켜주는 창조적인 디자인 역량이 글로벌 경쟁의 핵심 요소가 되고 있는 것이다.

국가적으로도 디자인은 미래의 국가 경쟁력을 선도하는 차세대 신성장동력으로서 한국이 세계 속의 중심 국가로 발돋움하는 데 필요한 핵심 역량을 만들어나가는 중요한 역할을 담당하고 있다. 이러한 환경 속에서 한국디자인진흥원 KIDP은 디자인 기초 연구 조사 및 정보 생산 보급 등 디자인 R&D 활동을 강화하고, 기업의 디자인 혁신과 수출 경쟁력 확보를 위한 다각적인 활동을 펼침으로써 우리나라의 선진국 진입을 앞당기는 견인차 역할을 하고 있다.

1970년 설립된 중앙 정부 유일의 디자인 진흥기관인 한국디자인진흥원의 디자인 정책은 곧 우리나라 디자인 정책을 대변한다고 볼 수 있다. 그러므로 2008년 한국디자인진흥원이 추진한 주요 디자인 프로그램을 소개함으로써 우리나라 디자인 진흥의 구체적 내용들을 밝히고자 한다.

#### 중소기업의 디자인 개발 지원<sup>118)</sup>

##### 1) 세계일류 · 미래유망상품 디자인개발사업

2003년부터 시행해온 세계일류상품에 대한 디자인 개발과 2007년부

118) KIDP가 1994년부터 시행해온 중소기업 디자인 개발사업은 정부의 R&D 통합 방침에 따라 2009년 5월 신설 통합기관인 한국산업기술평가관리원으로 이관되었다.

터 추진해온 미래유망상품에 대한 디자인 지원을 2008년부터는 세계일류·미래유망상품 디자인개발사업이라는 단일 사업으로 통합하여 운영하고 있다.

세계일류·미래유망상품 디자인개발사업은 세계일류 상품에 일류 디자인을 접목하여 세계적 디자인 명품을 개발하고 국가 차원에서 혁신적 미래 산업을 육성하여 우리 상품의 국제 경쟁력 제고 및 산업구조 고도화를 통한 경제성장 촉진을 위해 추진하는 사업이다.

**[표 2-11] 산업발전법 제5조의 규정에 의한 “첨단기술 및 제품의 범위”에 해당되는 품목**

1	전자·전기 및 정보 분야	6	항공기·수송 분야
2	정밀기계·신공정 분야	7	환경·에너지지원 분야
3	재료·소재 분야	8	물류·유통 분야
4	신물질·생물공학 분야	9	지식·서비스 분야
5	광학·의료기기 분야	10	첨단 문화·콘텐츠 분야

이 사업은 기업의 경쟁력 제고와 수출 활성화를 위해 지식경제부가 선정한 세계일류상품과 차세대일류상품 인증기업, 산업발전법 제5조의 규정에 의한 “첨단기술 및 제품의 범위”에 해당되는 품목과 지식경제부 기술표준원 NEP 신제품 인증기업을 대상으로 한다. 지원 분야는 제품 디자인, 브랜드 디자인 브랜드 네이밍 포함, 포장 디자인, 캐릭터 디자인 및 시각 디자인 분야로 지원 방법은 상기 인증기업을 대상으로 디자인 전문 회사 및 대학을 연계하여 디자인 개발을 수행하는 형식을 취한다. 지원 금액은 과제당 연간 1억 원 이내로 총 개발비의 3/4까지 대기업 2/30이내 지원하고 있다.

## [그림 2-34] 세계일류 · 미래유망상품디자인개발사업 추진절차

### 사업고시 및 협약체결

- 지식경제부 관보 및 홈페이지에 고시

### 기간별 지원안내 공시

- 한국디자인진흥원(전담기관) 홈페이지에 공시

### 개발신청서 접수

- 지식경제부가 선정한 세계일류상품 및 차세대 일류상품 인증기업
- 기술표준원이 선정한 NEP 인증기업 및 "첨단기술 및 제품의 범위" 품목

### 과제선정 평가 (1차 평가)

- 기획평가단 위원 중 5명 이상으로 평가위원회를 구성하여 지원 여부 확정 (서면평가)

### 개발사업자 공모 및 주관기관 선정 (2차 평가)

- 주관기관 (디자인개발 사업자) 선정 (서면 및 발표평가)

### 협약체결

- 선정통보일로부터 15일 이내 협약 체결

### 디자인개발 진행

- 주관기관 + 참여기업

### 디자인개발 결과보고

- 주관기관 → 전담기관(한국디자인진흥원)

### 결과평가 (3차 평가)

- 평가점수 60점 이상 : 성공 / 평가점수 60점 미만 : 실패

### 정액기술료 징수

- 참여기업 → 전담기관 (한국디자인진흥원)

### 정액기술료 징수

- 상품화 및 성공화 관리 (성과분석)

또한 수혜자 부담 원칙에 따라 성공한 것으로 평가된 과제에 대해서는 참여기업에게 사업비로 지원된 금액의 일정 부분 중소기업 20%, 대기업 40%을 기술료로 징수하고 있다.

[ 그림 2-35 ] 세계일류상품 디자인 개발 사례  
'새로운 유압브레이커 모델에 대한 디자인 개발'



## 2) 디자인컨설팅사업

2008년부터 신규 도입된 사업으로 중소기업의 디자인 환경을 분석하여 기업 전략 수립·교육 지원 등 기업별 맞춤형 디자인 컨설팅 지원을 통해 기업의 디자인 경영 기반 확립과 디자인 경쟁력을 제고하고자 추진하는 사업이다.

지원의 종류는 기업 현장을 방문하여 디자인 환경 진단 및 디자인 컨설팅 계획을 작성하는 현장 진단과 기업 디자인 경영과 관련하여 환경 분석, 전략 및 실행 계획 수립, 임직원 교육 등을 지원하는 디자인 컨설팅, 디자인 컨설팅 결과와 연계한 디자인 개발로 구성되어 있다.

지원 범위는 과제당 5천만 원 이내이며, 현장 진단은 전액 지원하나, 디자인 컨설팅은 2천9백만 원 이내에서 총비용의 80%까지 지원한다. 디자인 개발은 2천만 원 이내에서 총 개발비의 3/4까지 지원하고 있다. 한편 평가위원회에서 과제의 개발 결과를 성공으로 평가할 경우, 참여 기업에 대해 디자인 개발비로 지원된 금액의 20%를 기술료로 징수한다.

### [ 그림 2-36 ] 디자인컨설팅사업 추진절차

#### 주관기관 POOL 구성/ 주관기관 모집 및 선정

- 주관기관 POOL 홈페이지 고시

#### 참여기업 모집 (참여기업 → 전담기관)

- 참여기업은 전담기관에 참여신청서 접수

#### 평가위원회 개최 (현장진단기업 선정 및 현장진단 실시)

- 서류심사 및 선정기업에 대한 현장진단 실시

#### 평가위원회 개최 (디자인컨설팅 지원과제 선정)

- 발표평가 및 선정기업에 대한 현장진단 실시

#### 평가위원회 개최 (전담기관 + 주관기관 + 참여기업)

- 업체부담금 납부 및 협약 체결 / 디자인컨설팅 실시

#### 평가위원회 개최 (디자인컨설팅 결과평가)

- 디자인컨설팅 결과보고서 제출 / 디자인컨설팅 지원결과 평가

#### 평가위원회 개최 (디자인개발 지원과제 선정)

- 디자인컨설팅 결과평가와 연계 실시

#### 평가위원회 개최 (전담기관 + 주관기관 + 참여기업)

- 업체부담금 납부 및 협약체결 / 디자인 개발 실시

#### 평가위원회 개최 (디자인개발 결과평가)

- 성공과제는 기술료 납부

### 3) 신기술디자인개발사업

2006년 도입된 사업으로 중소기업청이 지원한 기술개발 성공 과제에 대하여 디자인 개발을 후속 지원해줌으로써 개발 기술의 조기 사업화를 촉진하고 궁극적으로 기술개발 사업의 지원 효과를 극대화하는 데 목적이 있다.



[그림 2-37] 신기술디자인개발사업의 디자인 개발 사례



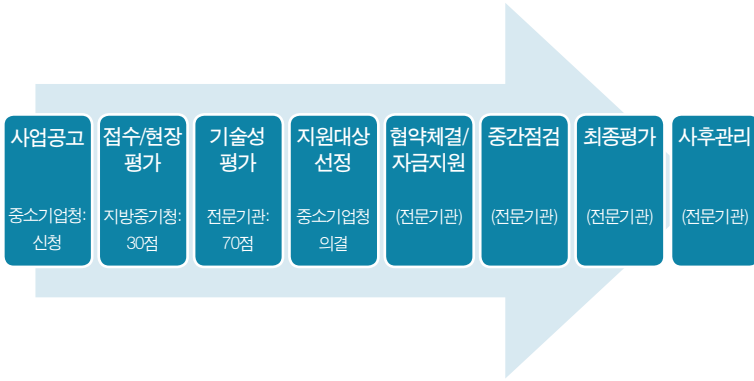
지원 대상은 제품 기술의 혁신적인 디자인 개발을 통하여 고부가가치화를 추진하는 중소 제조기업으로, 중소기업청 기술개발지원사업에 참여하여 성공 판정을 받은 지 3년 이내인 개발 제품 또는 기술을 보유하고 있거나, 수출유망중소기업요령에서 정한 수출유망 중소기업, 중소기업진흥및제품구매촉진에관한법률에 의한 공동상표 참여기업에 대해 우대 지원하고 있다.

지원 내용은 기술 개발에 성공한 제품 및 기술을 사업화하는 데 필요한 제품 디자인 개발, 제품의 개량 포함과 시각 디자인 CI, BI, 제품 GUI, 포장, 캐릭터에 한함 개발 지원이며, 총 사업비의 75% 이내에서 최고 5천만 원까지 지원하고 있다. 디자인 개발이 성공적으로 평가되었을 경우, 정부 출연금의 20%가 기술료로 회수된다.

#### 4) 디자인소재 · 표면처리기술개발사업

이 사업은 국내 디자인 관련 소재 · 표면처리 업계의 낙후된 기술력을

[그림 2-38] 신기술디자인개발사업 추진절차

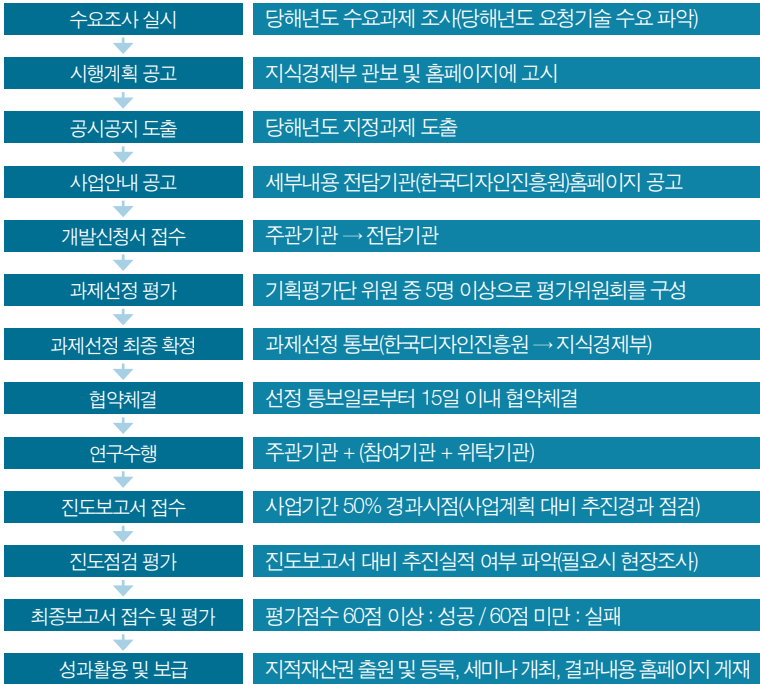


극복하고, 21세기 제품 경쟁력의 핵심요소인 감성 디자인의 획기적인 발전을 도모하고자 마련된 사업이다. 제품의 명품화, 일류화에 기여하기 위해 제품의 품질을 결정하는 소재, 표면처리, 후가공 등 제품 디자인에 활용이 가능한 기술 개발을 지원해주고 있다.

지원 대상은 디자인 소재, 표면처리, 색채 등의 관련 기술을 개발하고자 하는 기업이며, 과제당 연간 1.5억 원 이내에서 공동기술개발(주관기관과 참여기관이 공동으로 개발 사업을 추진하는 것)의 경우 중소기업은 소요비용의 3/4 까지, 대기업은 2/3 까지 지원하며, 기업체 단독 개발의 경우 중소기업은 1/2 까지, 대기업은 1/3 까지 지원해준다.

평가위원회에서 과제의 개발 결과를 성공으로 평가할 경우, 참여기업에 대해 중소기업은 실제 개발 사업비로 지원된 금액의 20%를, 대기업은 40%를 기술료로 징수한다.

[그림 2-39] 디자인소재 · 표면처리기술개발사업 추진절차



[그림 2-40] 디자인소재 · 표면처리기술개발사업 개발 사례

(주)ST&G가 개발한 “유리비드를 활용한 실크스크린 인쇄기술” 적용 사례 : LG 디오스 냉장고



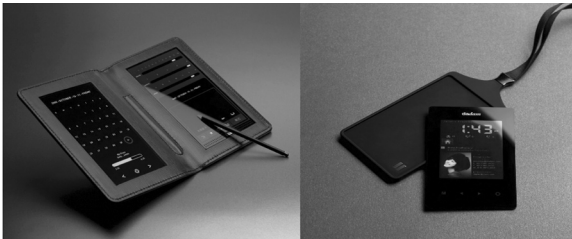
## 디자인 전문회사의 경쟁력 제고 지원<sup>119)</sup>

### 1) 선행디자인개발사업

이 사업은 디자인 중심의 제품 개발 지원을 통해 디자인 전문회사의 수익 창출 역량을 높이고 글로벌 경쟁력을 강화하기 위해 2007년부터 시행하고 있는 사업이다. 지원 대상은 디자인진흥법 제9조의 규정에 의한 디자인 전문회사이며, 디자인 기획에서부터 조사·분석, 관련 기술의 연구·개발·검증에 이르기까지 디자인 개발의 전 과정을 일괄 지원한다.

과제당 연간 2억 원 이내에서 공동개발 주관기관과 참여기관이 공동으로 사업을 추진하는 것의 경우 소요비용의 2/3 범위까지, 기업체 단독 개발의 경우 소요비용의 1/2 범위까지 지원해준다.

[ 그림 2-41 ] 선행디자인개발사업의 개발사례  
다담디자인 어소시에이츠의 AMOLED Display를 활용한 정보 단말기 디자인 개발  
(좌) Digital Diary, (우) Digital ID Card



### 2) 디자인창업지원사업

이 사업은 디자인 전문회사 설립을 촉진하고 경쟁력 있는 기업으로의 성장 발전을 지원하기 위해 2007년부터 시행해온 사업이다. 지원 대상은

119) 선행디자인개발사업과 디자인창업지원사업 또한 정부의 R&D 통합 방침에 따라 2009년 5월 신설 통합기관인 한국산업기술평가관리원으로 이관되었다.

예비 창업자 및 창업 후 5년 이내의 디자인 전문회사이며, 주요 내용은 창업과 경영에 관한 컨설팅과 교육이다.

소요 비용은 경영지도, 사업 타당성 검토, 법인 설립 등의 디자인 창업 컨설팅의 경우 예비 창업자는 전액 지원을, 기 창업자는 총 비용의 80% 까지 지원해주고 있다. 지원 한도는 경영 지도는 5백만 원까지, 사업 타당성 검토는 4백만 원까지, 법인설립은 2백만 원까지 지원해준다.

[그림 2-42] 디자인창업 교육현장



### 3) 디자인 전문회사 육성 지원 신고 수리

디자인진흥법 제9조의 규정에 의거 수행하고 있는 디자인 전문회사 육성 지원은 디자인에 관한 기획, 개발, 조사, 분석, 자문 등을 전문적으로 행하는 회사(디자인 전문회사)를 육성하여 디자인 수요에 부응하고 궁극적으로 우리나라의 디자인 경쟁력을 높이는 데 목적이 있다.

디자인 전문회사 신고 시 디자인 인력 보유 등 일정 자격요건을 구비하여야 하며, 신고를 마친 디자인 전문회사에 대해서는 디자인 경쟁력을 확보할 수 있도록 각종 디자인 지원 사업에 참여 기회를 제공하고 있다.

특히, 디자인 전문회사는 조세특례제한법상 세제 혜택 지원 대상이며, 지방자치단체의 중소기업 육성자금 지원 시 지원 대상에 포함되고, 유관 기관의 디자인 관련 사업 시행 시 우선권을 부여받고 있다.

한편, 2007년부터 디자인 전문회사의 전문화·대형화를 유도하고 국제 경쟁력을 높이기 위해 디자인 전문회사 신고제도가 일부 변경되었는데, 분야별 전문인력 3인 이상 보유, 신고 직전 사업년도 매출액이 2억 원 이상으로 디자인 전문회사 요건을 강화하였다.

## 부록 08

### 디자인 전문회사 창업 가이드

#### 1. 법인 설립

##### ■ 사업 설계 및 계획

- 창업자(디자이너)의 입안 및 설계로 신 디자인 창출이 우선
- 신 디자인의 상품화 가치와 사업 타당성 검토
  - 창업자의 디자인 및 기술 능력, 디자인 및 기술 수준, 제품의 시장성, 사업 계획의 타당성 및 수익성 검토

##### ■ 발기인 구성

- 주식의 인수 형태에 따라 2가지 설립 방식 존재
  - 발기 설립: 주식의 총수를 발기인이 전부 인수하여 설립
  - 모집 설립: 주식의 일부를 발기인이 인수하고 잔여 주식에 관여하는 주주를 모집하여 설립
- \* 발기인: 실질적으로 주식회사의 설립을 기획하고 그 설립사무를 집행하는 사람

### ■ 정관 작성

#### - 정관 기재사항

- 사업 목적, 상호
- 회사가 발행할 주식의 총수, 1주의 금액
- 회사가 설립 시 발행하는 주식의 총수, 본점 소재지
- 회사의 공고 방법, 발기인의 성명과 주소, 주민등록번호

### ■ 공증 절차

#### - 본점 소재지 관할 법원(등기소)의 공증인 사무실에서 공증받는 절차

\* 공증 : 특정한 사실 또는 법률 관계의 존재를 공적으로 증명하는 행정 행위

### ■ 주주 확정 및 출자 기금

#### - 금융기관에 주금을 납입하는 절차

- 발기인 대표인 대표이사가 직접 해당 은행을 방문, 별단에금계좌를 개설하여 주금 납입 후, 주금납입증명서를 발급받고, 원본은 등기소에 등기신청 시 첨부서류로서 편철해야 함

\* 공증받는 날 주금을 납입해야 함

### ■ 등록세 납부

- 자본금의 0.4% 납부. 단, 수도권 지역의 경우 3배 초과해야 하고, 지방교육세는 등록세의 20%를 납부
- 등기신청서 사본 1통을 본점 소재지 관할 시·군·구청 세무과 (중합민원실)에 제출, 납부

### ■ 설립 등기 및 법인격 취득

- 설립 등기 서류 중 날인누락 여부와 첨부서류의 편철상태를 확인 후 본점 소재지 관할등기소 법인등기 담당자에게 접수 (신청 후 2~3일 이내 취득 가능)

### ■ 사업자등록

- 등록신청은 법인설립 등기한 날로부터 20일 이내에 관할 세무서에 사업자의 인적 사항, 사업자등록 신청사유, 사업개시연월일을 기재한 사업자등록신청서를 제출
- 법인신고는 법인설립 등기 후 1월 이내에 본점 소재지의 관할 세무서에 신고

### ■ 자금 조달

- 직접금융(엔젤, 벤처캐피탈), 간접금융(신용보증기금 등)

## 2. 개인 설립

### ■ 사업 아이템 선정 및 사업 계획 수립

- 사업 타당성 조사를 통해 사업 아이템을 선정하고 사업 규모 및 기업 형태를 결정

### ■ 사업자등록 신청

- 신규로 사업을 개시하는 자는 사업장마다 사업개시일로부터 20일 이내에 사업장 소재지 관할 세무서 민원봉사실에 신고하여 사업자등록 실시
- 신규로 사업을 개시하고자 하는 자는 사업개시일 전이라도 등록 가능
- 구비서류 : 사업자등록신청서 1부, 사업인허가증 사본 1부(법령에 의한 인허가 업종에 한함), 주민등록등본 1부

### ■ 사업 개시

- 개인기업의 창업 기준일(창업지원법 제3조)
  - 사업개시일
  - 부가가치세법 규정에 의한 사업개시일  
(제조업 : 제조장별로 재화의 제조를 개시한 날  
서비스업 : 재화 또는 용역의 공급을 개시한 날)



### 전문회사 신고 자격요건

- 매출액 (직전사업년도) : 2억 원 이상
- 전문인력 (디자이너) : 분야별 3인 이상

### 전문회사 신고 방법

- 신고서류 (우편접수)
  - 산업디자인전문회사 신고서 (소정양식) 1부
  - 대표자 이력서 1부
  - 정관 사본 1부 (법인에 한해)
  - 매출액을 증명하는 서류 (직전사업년도)
    - 재무제표확인원 또는 부가가치세과세표준증명원 (국세청, 회계법인 또는 세무사 발급)
  - 사업자등록증 사본 1부
  - 전문인력임을 증명하는 서류 (원본제출)
    - 전문인력에 대표자 포함도 가능함 (자격 증빙자료 제출)
    - 최종학교 졸업증명서, 재직증명서, 경력증명서
  - 고용보험 등 4대 사회보험 중 택일, 가입자 명부 1부
  - 신고 처리기간 : 접수일 기준 14일 이내 (접수일은 상기 신고서류가 모두 구비된 시점을 기준으로 함)
    - \* 대학교의 전임강사 이상은 신고대상에서 제외

※ 전문인력 기준

- 국가기술자격법에 의한 제품디자인기술사 또는 제품디자인기사, 시각디자인기사 자격 소지자
- 국가기술자격법에 의한 제품디자인산업기사 또는 시각디자인산업기사로서 2년 이상의 산업디자인분야 실무 경력이 있는 자
- 대학원 산업디자인 관련학과 졸업자. 다만, 디자인관련 학부졸업자에 한하며, 일반학부졸업자인 경우에는 1년 이상의 산업디자인분야 실무경력이 있는 자
- 4년제 대학 산업디자인 관련학과 졸업자 또는 동등 이상 자격 소지자로서 1년 이상의 산업디자인 분야 실무경력이 있는 자
- 4년제 대학 일반 미술학과 졸업자 또는 동등 이상 자격 소지자로서 2년 이상의 산업디자인분야 실무 경력이 있는 자
- 전문대학 산업디자인 관련학과 졸업자 또는 동등 이상 자격 소지자로서 3년 이상의 산업디자인분야 실무 경력이 있는 자
- 전문대학 일반 미술학과 졸업자 또는 동등 이상 자격 소지자로서 4년 이상의 산업디자인분야 실무 경력이 있는 자
- \* 관련학과 졸업자가 아닐 경우 고졸로 인정 6년 경력 필요
- 고등학교 졸업자 또는 동등 이상 자격 소지자로서 6년 이상의 산업디자인분야 실무 경력이 있는 자
- 대한민국디자인전람회 초대디자이너 또는 추천디자이너
- \* 경력증명서 발급 시 전 직장이 폐업했을 경우 4대 보험 중 택일하여 재직기간 중 가입내역증명서 제출

## 디자인 산업의 국제화 · 수출 산업화 지원

### 1) 디자인코리아 개최

지식경제부와 한국디자인진흥원은 세계적 수준의 디자인 상품을 비교 전시하고 최신 디자인 트렌드 정보 교류 및 기업 간 디자인 비즈니스와 마케팅이 이루어질 수 있도록 국제 규모의 디자인 전시 및 컨퍼런스 등 디자인코리아 행사를 국내와 해외에서 격년 주기로 교차하여 개최하고 있다.

홀수년도에 국내에서 개최되는 디자인코리아는 세계베스트디자인상품전과 국제회의로 구성된다. 첫 해인 2003년에는 세계 12개국에서 미국 IDSA 등 13개 기관, 독일 브라운사 등 54개 기업이 참여한 가운데 COEX 대서양홀에서 열렸다. 이 행사에는 모두 13만여 명의 관람객이 다녀갔다. 이 행사는 2005년에 이어 2007년도에 격년 주기로 국내에서 성황리에 개최되었다.

[그림 2-43] 2007 디자인코리아 국제회의 및 전시 전경



한편, 중국, 인도 등이 세계적인 신흥시장으로 떠오르면서 우리나라도 많은 기업들이 이들 시장에 이미 진출했거나 진출을 준비하고 있다. 특히 최근 중국과 동남아 등지에 일고 있는 한류 열풍은 우리 기업이 아시아 시장에서 유리한 위치를 선점할 수 있는 호재로 작용하고 있다.

이에 따라 우수한 품질에 디자인까지 월등한 우리나라의 중소기업 제품들이 아시아, 동유럽 등의 신흥시장을 비롯한 해외시장에 적극 진출할 수 있도록 지식경제부와 한국디자인진흥원은 다양한 지원책을 마련하여 추진하고 있다.

그 중에서도 짝수년도에 해외에서 열리는 디자인코리아가 대표적이다. 사업은 우리나라의 우수한 디자인 제품과 디자인 전문회사, 디자인 선도 기업을 현지에 알리기 위한 해외 로드쇼 성격으로 2004년부터 격년으로 개최하고 있다.

이 행사는 디자인전문회사관, 우수기업관, 우수디자인상품관 등으로 구성되며, 우리나라 디자인의 우수성을 알리는 한편, 기업을 위한 비즈니스 상담 기회를 제공하여 국내 디자인 전문회사의 해외 진출을 지원하는 역할을 하고 있다.

[그림 2-44] 2008 디자인코리아-광저우 전시 개막식



북경의 중화세기단에서 개최된 ‘디자인코리아-2004 베이징’을 시작으로 상하이 세무상성에서 열린 ‘디자인코리아-2006 상하이’에는 디자인 전문회사 38개사, 우수 기업 12개사, 우수 디자인 상품 68개, 한국 15개 대학·중국 15개 대학이 참여하였다. 2008년 9월에 중국 광저우에서 개최된 ‘디자인코리아-2008 광저우’에는 약 16만 5천 명의 관람객이 다녀갔으며, 상담액은 약 50억 원, 계약액은 약 8억 원이 이루어지는 실적을 달성하였다.

## 2) 디자인 전문회사의 해외시장 진출 지원

자유무역협정<sup>FTA</sup> 확대 등으로 인해 향후 국내 서비스 시장이 급격히 개방되고 이에 따라 우리 디자인 전문회사의 국제 경쟁력 강화 및 해외 시장 진출이 시급한 문제로 대두되었다. 이에 따라 국내 디자인 전문회사의 해외시장 진출을 돕기 위한 다양한 정책이 추진되고 있다.

먼저 디자인 전문회사가 해외 디자인 시장에서 실질적인 비즈니스 활동을 벌일 수 있도록 디자인 전문회사의 영문 디렉토리를 발간<sup>’07년 12월</sup> 하여 보급하였다. 또한 디자인 전문회사가 중국 산업의 거점 지역에 진출할 수 있도록 2007년부터 디자인 전문회사 ‘중국시장개척단’을 운영하고 있다. 시행 첫 해에는 중국 상해와 닝보에 시장개척단을 파견하여 수출 상담회를 개최하였으며, 2008년 7월에는 칭다오에서 개최된 중국소비전자엑스포<sup>CINOCES</sup>에 시장개척단을 파견하였다. 이를 통해 ’07년에는 상담액 220만 달러, 계약액 25만 달러의 실적을, ’08년에는 상담액 201만 달러, 계약액 28만 달러의 실적을 거두었다.

이와 함께 2008년부터는 중소기업 및 디자인 전문회사 해외진출 지원

의 일환으로 해외 유명 디자인 상 출품을 지원해주고 있다. 주요 내용은 해외 디자인 상 출품 신청 시 번역 서비스 지원, 해외 디자인 상 출품에 따른 정보 및 컨설팅 지원 등이다.

[그림 2-45] 디자인 전문회사 시장개척단 운영 및 해외전시 지원



## 디자인 문화 확산

### 1) 우수 디자인 Good Design 상품 선정

디자인진흥법 제6조의 규정에 근거하여 1985년부터 시행하고 있는 우수 디자인 GD 상품 선정사업은 디자인이 우수한 상품을 선정·홍보함으로써 기업의 디자인 활동을 촉진하고 상품의 디자인 수준을 향상하는 데 그 목적이 있으며 궁극적으로 국민의 다양한 욕구 충족 및 국민 생활의 질적 수준을 높이는 데 기여하고 있다.

엄격한 심사를 거쳐 선정된 우수 디자인 상품에는 GD 마크가 부착되며 사용하기 편리하고 상품의 내·외관이 기능적이고 아름답게 구성되

어 있다는 것을 국가가 인증하는 상품이다. 매년 1회 선정하였으나 제품 라이프 사이클이 짧아진 최근의 시장 특성을 감안하여 2004년부터는 연 2회 선정하고 있다.

신청일 2년 전부터 국내 또는 해외에서 판매 중이거나 향후 판매 예정인 상품이면 신청 가능하다. 선정 상품에 대하여는 조달청이 시행하는 우수제품 선정 및 물품구매 적격심사 조달품목으로 등록 시 우대하며, 코엑스 물 디자인 갤러리 입점 및 판매 지원, 국내외 유명 전시를 통한 홍보 등 각종 우대 혜택이 주어진다. 또한 한국디자인진흥원이 운영하는 우수디자인상품선정 웹사이트 [www.gd.or.kr](http://www.gd.or.kr) 에서 선정품에 대한 사이버 전시를 연중 실시하고 있다.

2006년부터는 기존의 제품 디자인, 포장 디자인, 환경 디자인, 소재표면처리 디자인에 더하여 새롭게 커뮤니케이션 디자인, 건축 디자인, 패션 디자인 분야로 대상 분야를 확대하였으며, 2007년에는 공공 디자인 부문까지 확대 운영하고 있다.

2002년도부터 출품 자격이 국내의 기업으로 확대된 이래 외국기업들의 참가가 지속적으로 증가하고 있고, 2005년 호주디자인상 AIDA과 상호인증 협약을 체결함에 따라 GD 마크가 국제적인 인증 마크로 발전하는데 매우 긍정적인 요소로 작용하고 있다. 국내 GD 마크를 받은 상품은 호주 시장 진출 시 호주 AIDA 마크를 부착할 수 있다. 2008년부터는 세계 3대 굿 디자인 인증제도의 하나인 독일 iF와 협력하여 국내 GD 선정 상품은 iF 1차 심사 면제의 혜택도 주어졌다. 향후 해외 우수 디자인 상품의 상호 인증 확대를 위해 지속적으로 노력하여 우리 상품의 해외시장 진출을 촉진할 계획이다.

[그림 2-46] 2008년 GD 대통령상 수상작 : (주)삼성물산 '래미안 한국형 욕실디자인'



## 2) 대한민국디자인전람회 및 한국청소년디자인전람회

대한민국디자인전람회는 1966년 처음 시작한 이래 2008년 43회를 맞은 명실상부한 국내 최고 권위의 디자인 전람회이다. 문화경제 시대와 지식정보 사회의 중추적 역할을 담당할 신진 디자이너의 등용문 역할을 담당하며, 다양한 디자인 제안을 통해 미래 산업의 발전과 국민 삶의 질

[그림 2-47] 제43회 대한민국디자인전람회 대통령상 수상작(좌), 제15회 한국청소년디자인전람회 초등부 국무총리상 수상작(우)





개선에 기여하는 역할을 수행하고 있다.

또한 미래 산업의 주역이 될 초·중·고등학생들에게 디자인의 역할에 대한 이해를 증진시키고, 유능한 디자인 인재의 조기 발굴 및 육성을 위해 1994년부터 매년 한국청소년디자인전람회를 개최하고 있다.

### 3) 대한민국디자인진흥대회 및 대한민국디자인대상

한국디자인진흥원은 1999년부터 매년 디자인과 관련된 업계, 학계, 관련 단체, 정계 인사들을 한자리에 초청하여 차년도 정책 발표를 통해 디자인 산업 진흥을 위한 정부의 의지를 표명하고, 대한민국디자인대상 및 우수 디자인GD 상품 시상식을 개최하는 행사인 대한민국디자인진흥대회를 개최하고 있다.

대한민국디자인대상은 디자인진흥법 제5조의 규정에 의해 '99년부터 시행하고 있는 사업으로, 디자인의 연구·개발 및 디자인 경영 전략을 적극 활용하여 산업 경쟁력 향상에 기여한 기업과 개인의 공로를 치하함과 아울러 산업 전반에 디자인의 중요성을 확산시키는 데 그 목적이 있다.

[그림 2-48] 제10회 대한민국디자인진흥대회 및 대한민국디자인대상 시상식 현장



이 포상제도는 디자인을 기업 경쟁력 강화의 주요 전략으로 추진하여 우수한 경영 성과를 거둔 기업체를 대상으로 하는 경영대상과 우수 디자인 연구개발·육성을 통해 산업 발전에 기여한 공로자를 대상으로 하는 공로상으로 나뉘어 시행된다. 2008년부터는 지자체의 디자인 경영 및 공공 디자인의 활성화를 위해 지자체 부문을 신설하였다.

2008년의 경우 디자인 경영 부문에서는 기아자동차가 대상을, NHN이 최우수상을 수상하는 등 5개 사가 수상하였으며, 신설된 지자체 부문에서는 안산시가 대상을, 평택시가 최우수상을 받는 영예를 안았다.

#### 4) 온라인 지식·정보 서비스 강화

한국디자인진흥원은 디자인 전문 포털 사이트 designdb.com을 통해 디자인에 관한 국내외 정보를 DB로 구축하여 인터넷을 통한 온라인 지식·정보 서비스를 제공하고 있다.

[ 그림 2-49 ] designdb.com 홈페이지



designdb.com은 각 분야의 뉴스와 디자인 개발에 필요한 2백만 건에 이르는 디자인 이미지, 상표 및 의장자료, 각종 연구 자료와 논문, 디자인 관련 기업·인명·학교 DB, 국내외 디자인관련 최신 정보와 공모전·전시회, 디자인 상품 거래 등 다양한 정보를 제공하고 있다.

2008년에는 한국 디자인을 해외에 소개하고, 국제 디자인 지식 정보의 허브 기능 수행을 목적으로 global.designdb.com이라는 영문 디자인 포털 사이트를 개설하여 운영하고 있다.

### 5) 디자인 저변 확대 및 지식 확산 교육 프로그램

비 디자이너 기업 CEO, 공무원, 엔지니어 등을 대상으로 디자인의 중요성과 디자인을 어떻게 활용할 것인가를 교육하는 것은 디자인의 저변 및 시장을 확대시킨다는 측면에서 디자인 진흥의 중요한 활동 중 하나라고 할 수 있다.

[그림 2-50] 디자인마인드확산 교육현장



한국디자인진흥원은 이러한 비 디자이너를 대상으로 하는 교재를 제작, 보급하여 국내 관련 분야를 대상으로 디자인 마인드를 확산시키기 위해 노력하고 있으며, 정부, 지자체, 공공기관, 산업계 종사자 등을 대상으로 '디자인 마인드 확산교육'을 실시하여 디자인 마인드 구축을 통한 창의적 혁신을 유도하고 있다.

## 6) 디자인체험관

디자인 조기교육과 청소년의 창의력 개발을 위한 '디자인체험관 DEX'을 2004년 11월 개관하여 2008년 말까지 약 6만 명이 관람하는 등 생활 속의 디자인 문화 창조에 기여하고 있으며, 각종 디자인 조기교육 프로그램을 개발하여 디자인체험관과 연계 운영하고 있다.

[ 그림 2-51 ] 디자인체험관 전경



## 창의적 디자인 전문인력 양성

### 1) 차세대 디자인리더 육성사업

차세대 디자인리더 육성사업은 세계적 경쟁력을 갖춘 디자이너 육성을 위해 성장 가능성이 높은 디자이너를 선발하여 세계 진출을 지원하는 사업이다. 우리 디자인 산업은 짧은 기간 동안 큰 성장을 했으나 아직 세계적인 디자이너를 배출하지는 못하고 있다. 이 같은 현실 인식과 스타 디자이너의 배출이 디자인 선진국으로서 국가 브랜드 이미지를 구축하는 데 도움이 되며 이를 통해 우리 디자인 산업의 경쟁력을 높여보자는 취지에서 기획된 사업이다.

[그림 2-52] 차세대 디자인리더의 작품 : 김형정의 도지(Dozi)



다른 인력양성 사업이 특정한 교육 목표를 가지고 있는데 반해 차세대 디자인리더 육성사업은 디자이너 본인의 계획에 기반하여 지원하는 수요자 맞춤형 지원 사업이라는 큰 특징을 가지고 있다. 디자이너의 해외 진출 지원 및 역량 향상이라는 지원의 큰 틀만을 가지고 국제 디자인 공모전 및 전시회 출품을 위한 작품 제작과 전시, 국제 워크숍 참가 등의 교육 프로그램 참여 등 디자이너로서 개인의 역량을 제고하고 국제 네트

워크를 구축할 수 있도록 1인당 최대 3천만 원 평가 후 최대 3회까지 지원 가능까지 지원하는 프로그램이다.

한국 국적 소지자로서 실무 경력 10년 이하인 자와 디자인 관련 학교 재학생을 대상으로 서류 및 면접 심사를 통해 연간 25명 내외로 선정하며, 디자인 분야에 따른 제한은 없다.

[ 그림 2-53 ] 차세대디자인리더 선정자 지역별 분포



## 2) 해외 선진기관 워크숍

역량 있는 국내 신진 디자이너들에게 해외 유명기업의 현지 디자인 워크숍에 참여시켜 프로젝트 개발에 참여할 수 있는 기회를 부여, 국제적 브랜드 가치를 가지는 세계 수준의 디자인 실무 전문가로 성장할 수 있는 여건을 마련해주기 위해 기획된 사업이다.

2008년의 경우 영국 센트럴세인트마틴대학, 독일 베를린 국제디자인 센터 등 연 5회 정도 해외 디자인 선진기관과 공동 워크숍을 진행하고 있다.

[그림 2-54] 해외 선진기관 워크숍 교육현장



교육 분야는 전략 분야와 취약 분야로 나누어 전략 분야는 CMF<sup>Color · Material · Finishing</sup>, 공공 디자인, 트렌드 등 기초 · 기반분야 워크숍 프로그램을 중심으로 진행되며, 취약 분야는 인터페이스 디자인, 에코 디자인, 유니버설 디자인 등을 중심으로 진행하고 있다. 참여자에게 항공료와 교육비, 체재비 등 국내외 워크숍 비용의 75%를 지원한다.

### 3) 실무 디자이너 재교육

국내 산업계에 종사하는 실무 디자이너를 대상으로 현장에서 요구되는 UI<sup>User Interface</sup> 디자인, 기획 및 마케팅 교육, 디자인 트렌드 중심의 교육 콘텐츠를 개발, 재교육함으로써 실무 디자이너들의 자질 향상을 통한 디자인 산업 발전을 도모하기 위한 교육 프로그램이다.

[그림 2-55] 실무디자이너재교육사업 교육현장



#### 4) 디지털 디자인 교육

실무 디자이너의 디지털 디자인 교육 강화를 통해 산업계가 요구하는 디자이너로 육성하기 위한 프로그램으로 '디지털 디자인 교육'을 운영하고 있다.

온라인 기반의 'e-디자인 아카데미'를 통해 가치창출형 디자인 경영자에게 필요한 역량인 디자인 인문사회 코스와 디자인 MBA 코스의 교육 서비스를 연중 제공하고 있다. 또한 자동차, 제품, 주얼리 디자인 분야의 실무에 필요한 3D 모델링 기법을 교육하여 국내 디자인 인력의 디지털 디자인 활용 능력을 키우기 위한 과정인 '3D Modelling Rhino 국제 민간 인증 과정'을 연 2회 실시하고 있다.

[그림 2-56] 디지털 디자인 교육현장





## 5) 학점 인정 사업

국내 중소기업의 73%가 현장 실무능력을 갖춘 디자이너의 채용에 어려움을 호소하고 있는 것에 착안하여 창의적 현장 실무 인재양성 기반을 구축하기 위해 디자인 전공 3학년과 4학년 학생을 대상으로 현장 실무교육 후 학점으로 인정되도록 지원하는 프로그램이다.

[그림 2-57] 학점인정사업 워크숍 현장



## 6) 디자인학과 계약운영제

대학 재학생을 선발하여 기업주문형 교육 후 졸업과 동시에 취업을 연계해주는 '디자인학과 계약운영제'를 운영하고 있다. 기업과 대학이 디자인전공 4학년 학생을 예상 채용 인력의 3~4배수를 선발, 기업맞춤형 위탁 교육을 팀별로 실시하며 졸업 후 해당 기업으로의 취업을 연계하는 프로그램으로 국내 교육비 및 교육 운영비를 100% 지원해주고 있다.

[그림 2-58] 디자인학과계약운영제 성과발표 현장



## 7) 캡스톤 디자인 사업

캡스톤 디자인(Capstone Design)은 미국 미시간 공과대학에서 1990년 처음 사용한 용어이다. 전기, 전자, 기계 등 공과대학에 소속되어 있는 학과들이 공동으로 참여하는 프로젝트 교육을 통해 통합적 문제해결 능력을 기르는 교육 과정을 말한다. 한국디자인진흥원에서 시행하는 캡스톤 디자인 사업은 디자인학과를 중심으로 인접학과 공학, 경영, 마케팅 등와의 다학제 지식교육을 통한 통합적 문제해결 능력을 지닌 인재를 육성하는 프로그램이다. 지원 내용은 국내 교육비 및 교육 운영비, 우수 팀 해외연수비 등 총 사업비를 100% 지원하고 있다.

[그림 2-59] 캡스톤 디자인 교육현장



## 8) 미취업자 취업지원사업

디자인 미취업자를 대상으로 재교육 프로그램을 운영하여 인턴·취업을 연계하는 교육 프로그램이다.

3개월 이상의 미취업자로 디자인 관련 전문성이 있는 자를 대상으로 약 3개월의 집체교육과 3개월의 현장교육 후 취업을 지원하는 '인력채용 패키지사업'과 디자인과 졸업자 또는 졸업예정자로 미취업 상태인 여성을 대상으로 User Interface Application 디자인 과정을 2개월 교육 후 취업을 지원하는 '전문직종 취업지원 사업'을 운영하고 있다.

[그림 2-60] 인력채용패키지사업 교육현장



부록 10

차세대디자인리더 육성사업 선정자 현황

기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속	
1기	선도	멀티미디어	설은아	한국	포스트비주얼 대표	
	선도	제품 디자인	이주희	영국	삼성디자인 런던디자인센터 디자이너	
	선도	제품 디자인	이돈태	한국/영국	탠저린 사장	
	선도	제품 디자인	송희원	핀란드	Company Design Studio 공동대표	
	선도	주얼리 디자인	홍수원	한국	홍수원주얼리 대표	
	신세대	시각 디자인	박형민	한국	SK엔카 디자이너	
2기	선도	멀티미디어	권 혁	한국	㈜올엠, 이사	
	선도	시각 디자인	안기영	일본	긴끼대학교 교수	
	선도	시각 디자인	유성자	한국	CR드림 대표	
	선도	제품 디자인	이대석	한국	로이앤블록 대표	
	선도	제품 디자인	최준영	한국	Oliver Boats 대표	
	선도	제품 디자인	하지훈	한국	계원조형예술대학 교수	
	선도	제품 디자인	김형정	헝가리	Mika & Heni Design Studio 대표	
	선도	컨셉트 디자인	이상훈	한국	홍익대학교 프로덕트디자인 전공 교수	
	선도	텍스타일 디자인	김윤경	중국	Donghua University Full-time Lecturer	
	신세대	제품 디자인	손주영	영국	Kingston University 박사과정 재학	
	3기	선도	제품 디자인	박진우	한국	ZnP Creative 디렉터
		선도	제품 디자인	엄세영	한국	ALIFE 크리에이티브 디렉터
신세대		제품 디자인	김영윤	한국/영국	Salford Univ. Industrial Design 박사과정	
신세대		제품 디자인	박찬휘	이탈리아	이탈리아 피네파리나 디자이너	

기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속	
4기	선도	제품 디자인	안상균	미국	Washington State University 교수	
	선도	제품 디자인	조민상	영국	Studio Make Light Ltd 디렉터	
	선도	제품 디자인	김태완	한국	삼성전자 디자이너	
	선도	제품 디자인	이상진	한국	디월디자인스튜디오 대표	
	선도	주얼리 디자인	김수미	영국	Asprey & Garrard 수석디자이너	
	신세대	제품 디자인	정보영	벨기에	DRAW ME A SHEEP 디자이너	
	신세대	제품 디자인	최윤경	영국	JACKIE CHOI 대표	
	신세대	제품 디자인	김동규	스웨덴	Sony Ericsson 본사 Creative Design Center 디자이너	
	신세대	제품 디자인	이석우	한국/미국	모토로라 Global Creative Principal	
	신세대	환경 디자인	양성구	미국	Ether Ship 디자이너	
	5기	선도	제품 디자인	유영규	한국	레인컴 아이리버 제품기획부문 디자인총괄 이사
		선도	제품 디자인	구민철	독일	Daimler AG 디자이너
		신세대	멀티미디어	임지동	캐나다	Simon Fraser University 박사과정
신세대		시각 디자인	김정훈	미국	프리랜서	
신세대		시각 디자인	이장섭	스페인	프리랜서	
신세대		제품 디자인	이갈욱	미국	Electrolux 가전 제품디자이너	
신세대		제품 디자인	정연우	영국	Audi-Volkswagen Group 디자이너	
신세대		제품 디자인	김현빈	한국	LG전자 CID그룹 제품디자이너	
신세대		주얼리 디자인	이정인	한국	디미첼리 Chief Director	
신세대		환경 디자인	김기덕	영국	Zaha Hadid Architects 인턴	

기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속
6기	선도	산업공예/주얼리	이정연	한국	이정연주얼리디자인연구소 대표
	선도	시각 디자인	양요나	한국	양디자인 책임디자이너
	선도	제품 디자인	김선태	한국	프리랜서
	선도	제품 디자인	오세환	한국	프리랜서
	선도	환경 디자인	김정윤	한국	오피스박김 소장
	선도	환경 디자인	황윤혜	미국	하버드 디자인대학원 MLA II 과정
신세대	멀티미디어	김건동	미국	Rhode Island school of Design 대학원	
신세대	산업공예/주얼리	양현진	스웨덴	프리랜서, Maleras Glasbruk AB 디자이너	
신세대	산업공예/주얼리	조성호	이탈리아	Alchimia 디자이너	
신세대	시각 디자인	정재경	미국	Rhode Island School of Design 대학원	
신세대	시각 디자인	정진열	미국	예일대학교 예술대학원 그래픽 디자인과 재학	
신세대	시각 디자인	전진수	한국	STEREOTYPE 대표	
신세대	시각 디자인	김민규	한국	서울대학교 디자인대학원 재학	
신세대	제품 디자인	김소형	미국	Stanford University D School 재학	
신세대	제품 디자인	임승모	독일	Hochschule Pforzheim 재학	
신세대	제품 디자인	양연주	영국	AB Rogers Design 디자이너	
신세대	제품 디자인	황수현	미국	INSYNC DESIGN 제품디자이너	
신세대	환경 디자인	박상욱	미국	하버드 디자인대학원 재학	
신세대	환경 디자인	은진표	미국	Columbia University 재학	
신세대	환경 디자인	장수현	스위스	Herzog & de Meuron Architects 디자이너	

기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속
7기	선도	멀티미디어	노승관	한국	연세대학교 심리학과 박사과정
	선도	환경 디자인	양수인	미국	The Living 대표
	선도	멀티미디어	육준호	네덜란드	Philips Design(본사)
	선도	시각 디자인	유혜영	스페인	프리랜서, Elisava Escola superior de disseny 교수
	선도	제품 디자인	임현택	네덜란드	Design Academy of Eindhoven 재학
	선도	제품 디자인	정명용	이탈리아	밀라노공대 산업디자인과 박사과정
	선도	멀티미디어	조홍래	한국	VINYL Inc, 대표
신세대	제품 디자인	강 준	이탈리아	Carcerano, Italy	
신세대	제품 디자인	김숙연	미국	Microsoft UI Center 디자이너	
신세대	시각 디자인	김영나	네덜란드	프리랜서	
신세대	제품 디자인	김창덕	이탈리아	프리랜서	
신세대	패션/텍스타일	김현주	한국	HARRIETTE 대표	
신세대	산업공예/주얼리	나유리	핀란드	Crart 대표	
신세대	환경 디자인	박나라	미국	Harvard University GSD 재학	
신세대	제품 디자인	박현준	영국	Royal College of Art and Design	
신세대	제품 디자인	서호영	한국	Motorola Korea, ID Designer	
신세대	제품 디자인	성정기	미국	LUNAR Design Inc., San Francisco	
신세대	제품 디자인	안대경	영국	Royal College of Art, IDE 재학	
신세대	제품 디자인	여미영	이탈리아	프리랜서	
신세대	환경 디자인	원하연	한국	서울대학교 디자인학부 공간디자인전공 석사과정	

기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속
7기	신세대	제품 디자인	윤수한	이탈리아	Carcerano 디자이너
	신세대	시각 디자인	이경민	미국	프리랜서
	신세대	제품 디자인	이보경	한국	이와신 디자인 대표
	신세대	제품 디자인	이성용	영국	Royal College of Art 재학
	신세대	제품 디자인	이정훈	영국	Creative Box Inc.
	신세대	시각 디자인	이푸로니	한국	서울대학교 디자인학부 시각디자인전공 박사과정
	신세대	기타(디자인이론)	황소인	미국	하버드대학 GSD 재학
8기	선도	제품 디자인	김지훈	한국	프리랜서 디자이너
	선도	제품 디자인	양재원	한국	파운틴 스튜디오 디자이너
	신세대	시각 디자인	김승연	한국	텍스트 콘텍스트 디자이너
	신세대	디자인 이론	김지혜	한국	유학 준비 중
	신세대	제품 디자인	김 황	영국	Royal College of Art 재학
	신세대	산업공예/주얼리	박경현	영국	Serena Park 대표
	신세대	제품 디자인	박재문	한국	MODU Design&Development 대표
	신세대	시각 디자인	석재원	한국	홍익대 대학원 시각디자인과 석사과정
	신세대	시각 디자인	송지연	미국	The Art Institute of California 강사
	신세대	제품 디자인	윤정연	이탈리아	YOONJUNGYUN 대표
	신세대	시각 디자인	이동윤	미국	Fake Duck Studio 대표
	신세대	제품 디자인	이승호	핀란드	Fusion 콘셉트 디자이너
	신세대	제품 디자인	정명택	한국	홍익대 목조형기구학과 강사



기수	부문	활동분야	이름	현거주지	현재 소속
8기	신세대	산업공예/주얼리	조민지	한국	프리랜서 디자이너
	신세대	환경 디자인	조신형	미국	하버드 디자인대학원 석사과정
	신세대	환경 디자인	조은환	한국	프리랜서 디자이너
	신세대	제품 디자인	차일구	영국	Royal College of Art 재학
	신세대	멀티미디어	한윤정	미국	UCLA 디자인 미디어 석사과정

\* '차세대 디자인리더' 들은 우리나라 디자인 산업의 미래를 이끌어갈 주역들이다.  
디자인 업계 및 학계에서 이들을 많이 활용하기 바란다.

## 공공부문의 디자인 개발 지원

### 1) 공공디자인개발사업<sup>120)</sup>

공공 공간, 공공 시설물, 공공 이미지 등 시민이 향유하는 공공 영역의 디자인 개선을 통한 국민의 삶의 질을 향상시키고 국가 이미지를 제고하고자 하는 사업이다.<sup>121)</sup>

공공 영역의 사업에 대한 디자인 개발을 필요로 하는 중앙 부처, 지방자치단체 및 공공기관을 지원 대상으로 하며 중앙 부처는 사업비의 100%, 공공기관은 50% 이내, 지방자치단체는 70% 이내에서 지원한다.

[그림 2-61] 여수 간판문화 개선사업



120) 공공디자인개발사업 역시 정부의 R&D 통합 방침에 따라 2009년 5월 신설 통합기관인 한국산업기술평가관리원으로 이관되었다.

121) 공공 공간 : 공원, 발전소 등 도시마을 경관, 도시기반시설 등/ 공공시설물 : 벤치, 가로등, 정보부스 등 편의시설, 관리시설, 정보시설 등/ 공공이미지 : 주민등록증, 여권, 기관 상징시스템, 야간경관계획 등

## 2) 공공디자인컨설팅사업

정부, 지자체, 공공기관의 디자인 컨설팅 지원을 통해 공공 디자인의 수요를 발굴하고 공공 디자인 개발에 대한 전략적 대안을 제시하여 국가 및 지역 이미지를 향상하기 위한 기반을 마련하고자 추진하는 사업이다. 공공 영역의 사업에 대한 디자인 컨설팅을 필요로 하는 중앙 부처, 지방자치단체 및 공공기관이 지원 대상이다. 현장 진단을 통해 활용 기관의 기초 자료 조사 및 주요 컨설팅 추진 방안과 범위 등을 도출하게 되며 디자인 컨설팅을 통해 종합적인 전략 및 로드맵의 도출과 공공 이미지, 공간, 시설물 등에 대한 개발 전략을 도출한다.

현장 진단은 전액 지원하며, 디자인 컨설팅 비는 과제당 5천만 원 이내에서 지원 대상별로 중앙 부처는 사업비의 100% 이내, 공공기관은 50% 이내, 지방자치단체는 70% 이내에서 지원한다.

## 3) 디자인나눔사업

한국디자인진흥원은 디자인 진흥기관이라는 설립 목적과 전문성에 기반을 둔 사회공헌 활동으로 디자이너의 디자인 기부를 유도·활성화

[그림 2-62] 2007년 디자인나눔사업 디자인 개발 사례



하여 다양한 나눔 문화를 확산시키기 위한 ‘디자인나눔사업’을 아름다운 재단, 희망제작소와 공동 추진하고 있다.

2007년도에는 13명의 개인 기부자, 17개 디자인 전문회사, 53명의 홍익대 프로덕트 디자인 전공 학생들과 함께 28개의 재정이 열악한 NGO 및 사회복지단체에 CI 및 리플렛, 모금함 등의 디자인을 기부하였다. 개발된 디자인을 통해 약 8억 원의 경제적 효과를 거둔 것으로 평가받고 있으며, NGO 단체의 사업 홍보 및 후원자를 개발할 수 있도록 지원함으로써 사회적약자인 ‘장애인, 어린이, 노인’의 권익 보호와 사회 공공의 이익을 위한 ‘인권, 환경’ 운동 등 시민사회 운동의 활성화를 지원하였다.

2008년에는 재정이 열악한 소기업, 사회적 기업 대상의 디자인 지원으로 사업을 확대하여 추진하고 있으며, 이러한 사업의 추진을 통해 디자인의 사회적 역할 확대 및 공공 서비스의 개선을 도모하고 있다.

[ 그림 2-63 ] 2008년 디자인나눔사업 오리엔테이션



## 부록 11

### 디자인나눔사업 기부자 현황

사업구분	이름(소속)	2008 지원단체명
2007 아름다운재단 (1차)	김현빈 (LG전자 연구원)	인권피해자를 위한 오픈 클리닉
	유건종 (현대자동차 차장)	생명인권운동본부
	김장수 (나텔레콤 본부장)	한국근육장애인협회
	손은미 (연세대 디자인센터 디렉터)	현장과 이론이 만나는 연구소 생태지평
	박주석 (삼크리에이티브 대표)	위례지역복지센터
	강은정 (IDAS 학생)	송암체육연구회
	이장섭 (프리랜서, 在스페인)	참세상강북장애인자립생활센터
	이철용 (코애티 대표)	새통영지역아동센터
	김성남 (디자인엔터 대표)	서초장애인자립생활센터
	김상규 (이엘디자인커뮤니케이션즈 대표)	청년평화센터 푸름
	김일호 (우리디자인문화연구소 소장)	전북 작은자의 장애인 자립생활센터 산서지역 아동센터
	이상현 (니토디자인 대표)	한국장애인자립생활센터총연합회
	명광주 (한성대 교수)	통일을 준비하는 탈북자 협회
	박금준 (601비상 대표)	노들장애인자립생활센터
	정일선 (소디움파트너스 대표)	재활용대안기업협회
	정태식 (디자인초이스 대표)	햇살자리
	김동진 (브랜딩인투이션로고뱅크 대표)	천마장애인자립생활센터
	전진수 (프리랜서)	장애인학생지원네트워크
	박봉래 (한양여대 교수)	평택참여자치시민연대
	최대희 (신원프린팅 대표)	중랑장애인자립생활센터
	박형민 (SK엔카)	대전마을어린이도서관협의회
	유성자 (씨알드림 대표)	장애전담 어린이집 아이꿈터
	조선희 (씨니커뮤니케이션즈 대표)	Happy-U 자립생활센터
	김선주 (김포대학 교수)	동안지역아동센터
	정석원 (엑스포디자인연구소)	사북면 문해학교
	배성실 (더 퍼스트 대표)	인천여성민우회
	최유리 (광주디자인센터 대리)	더불어 사는 집
	정환오 (미래시티 대표)	대구참여연대 동구주민회

사업구분	이름(소속)	2008 지원단체명
2008 아름다운재단 (2차)	이성용 (프리랜서, 차세대 7기)	관악구 봉천지역 지역아동센터 네트워크
	김일호 (우리디자인문화연구소 소장)	청원가정폭력상담소 청원성폭력상담소 성서공동체 FM
	이동규 (비투인 대표)	부천지역아동센터연합회
	오창화 (디자인시티)	부천여성회
	최대희 (신원프린팅 대표)	동작장애인자립생활센터
	최형기 (토인애드 대표)	민들레지역아동센터
	홍현정 (SK네트워크 대리)	도봉아이사랑모임
	이난경 (광주여대 교수)	광주장애인자립생활센터
	배성실 (더퍼스트 대표)	서울여성회
	박성무& 박민진 (기업은행, 연세대)	남은자 자립홈타운
	노황우 (컴픽스 대표)	열방공동체
	장윤지&정승원 (7=1)	서울농아인협회 강북구 지부
	조선희 (씨니커뮤니케이션즈 대표)	장애여성공감 출추는 베이커리
	정민현 (인디자인 대표)	우리복지시민연합
	전경준 (알지비커뮤니케이션 대표)	나눔과 기쁨 인천광역시 협의회
	박주석 (십크리에이티브 대표)	성언의 집 노인복지센터
	이창호 (샘파트너스 대표)	수원여성회
	김진국 (디자인캐스팅 대표)	장애여성문화공동체
	전진수 (프리랜서)	구로건강복지센터
	남장혁 (Flex Interactive 대리)	외국인이주노동자인권을 위한 모임
최법진 (강원대학교 센터장)	광주외국인노동자의 집	
정일선 (소디오파트너스 대표)	의정부여성회	
최정아 (프리랜서)	월곳아름다운학교	
김승현&서현영 (프리랜서)	대한성공회 봉천동 나눔의 집	
최유리 (광주디자인센터 대리)	예수마리아요셉 부활의 집	
이영선 (디자인스퀘어 대표)	서울DPI	
이아람&강민정 (아이셋파트너스 대리)	아시아역사연대	
유건중 (현대자동차 차장)	다솜동지복지재단	

사업구분	이름(소속)	2008 지원단체명
2008 희망제작소	박성근 (주)가람디자인컨설팅 대표)	(주)감자
	김금화 (주)피터 프로젝트 사장)	꽃빛향 영농조합
	김지훈 (샘파트너스 실장)	경주시니어클럽
	김대수 (프리랜서)	감이랑
	김대중 (주)나루커뮤니케이션 대표)	참술 영농조합
	정구욱&김아름 (주)포시산업)	한술
	이중휘 (인우그룹 대표)	새순 영농조합
	김일호 (우리디자인문화연구소 소장)	조인덕 생산골
	배성실 (더퍼스트 대표)	비움 영농조합
	이종락 (리앤파트너스 대표)	풀무우유 영농조합
	유건중 (현대자동차 차장)	보성선씨종가
	김지윤 (프리랜서)	세왕주조 영농조합
	성정기 (Lunar Design)	희망제작소

\* 생업과 학업에 바쁜 중에도 디자인을 통한 아름다운 세상 만들기에 가까이 동참해 주신 여러분들께 다시 한 번 감사드립니다.

## 디자인 정책 개발 및 조사

### 1) 디자인 센서스 등 디자인 산업 실태조사

디자인 산업 전반에 대한 현황 및 실태를 조사하여 국가 디자인 정책 수립 및 기업 디자인 전략 개발의 기초 자료를 제공하고자 디자인 산업 현황, 투자 및 개발 현황, 경쟁력, 인식 및 선호도 등에 대한 조사를 시행하고 있다.

디자인 센서스는 매 5년마다 시행되어왔으며, '08년 국가 승인 통계로 지정됨에 따라 앞으로는 2년에 한 번씩 시행될 예정이다.

### 2) 'designdb+' 발간

국내외 최신 트렌드 및 디자인 · 브랜드 정책에 대한 자료를 수집 · 분석하여 제공함으로써 국내 디자인 산업의 역량 강화를 유도하기 위해 2008년부터 'designdb+'를 계간지로 발간하고 있다.

[ 그림 2-64 ] designdb+ 표지





2007년부터 'Global Design Outlook', 'Design Issue' 등 디자인 관련 최신 트렌드 및 동향을 분석한 보고서를 발간하여 제공해왔던 것을 2008년 통합하여 'designdb+'로 정보를 제공하고 있다.

### 3) 국가 디자인 경쟁력 지수 개발 및 평가

국가 경쟁력에 있어 디자인의 중요성이 증대되고 있는 데에도 불구하고 전 세계적으로 국가 디자인 경쟁력 평가에 대한 연구가 부족한 실정이다. 핀란드의 Designium 등에서 국가별 디자인 경쟁력을 평가하고 있지만 평가 기준 등이 정확한 평가를 하기에 부족한 부분이 있다는 지적이 제기되어왔다. 따라서 한국디자인진흥원은 이러한 문제들을 보완하여 2007년 디자인 공공재, 디자인 산업, 국민·소비자 관점의 평가 항목을 도출, 국가 차원의 디자인 경쟁력을 측정할 수 있는 모형을 개발하였다. 2008년에는 개발된 모형을 바탕으로 국가별 디자인 경쟁력을 조사, 우리 디자인의 현 주소를 정확히 파악하여 정책 수립의 기초 자료로 활용하고 있다.

## 부록 12

# 2008 국가 디자인 경쟁력 보고서 National Design Competitiveness Report

디자인의 시대, 한국 디자인 경쟁력은 어디쯤 와 있을까?

2008년 한국디자인진흥원이 실시한 '국가 디자인 경쟁력 조사'의 결과는 우리나라 디자인 경쟁력의 현재 수준을 이해하는 데 도움을 주고 있어 이 결과를 살펴보는 것은 향후 디자인 정책을 체계적이고 효과적으로 수립하는 데 필요한 지침이 된다는 점에서 가치가 있다.

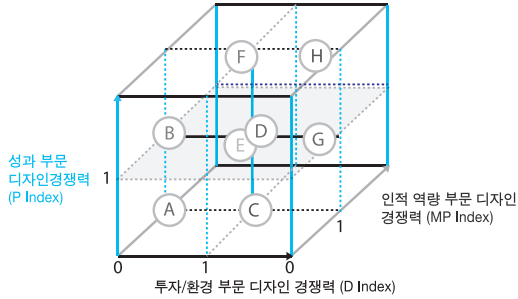
### 국가 디자인 경쟁력 구성 요소

한 국가의 총체적 디자인 경쟁력은 국가 공공 시설 디자인 경쟁력, 산업/기업의 디자인 경쟁력, 그리고 디자인을 소비, 향유하는 국민/소비자의 디자인 수준에 따라 결정된다. 때문에 본 연구에서는 아래와 같이 국가 디자인 경쟁력을 평가하기 위해 경쟁 세부 주제 단위를 **디자인 관련 국가 공공재 분야(디자인 정책)**, **디자인 산업 분야(디자인 산업)**, **국민/소비자 분야(디자인 문화)**의 3개 부문으로 나누었다. 또한 3개 경쟁 주제에 대해 다시 **디자인 관련 성과 부문**, **디자인 투자/환경 부문**, **디자인 인적 역량 부문**으로 나누어 디자인 경쟁력을 측정하였다.

### 국가 디자인 경쟁력 NDCP Matrix를 이용한 3차원 진단

다음과 같이 3개 주요 평가 축을 이용하여, 국가별 디자인 경쟁력을 다양한 측면에서 평가한다. 3차원 Map 상에 존재하는 각 국가의 위치를 파악하여, 해당 국가의 총체적인 디자인 경쟁력을 상대적으로 비교할 수 있으며, 주요 요소별로 해당 국가의 경쟁력 장단점을 파악할 수 있다.

### 3차원 디자인 경쟁력 평가 모형(MDPC Matrix)



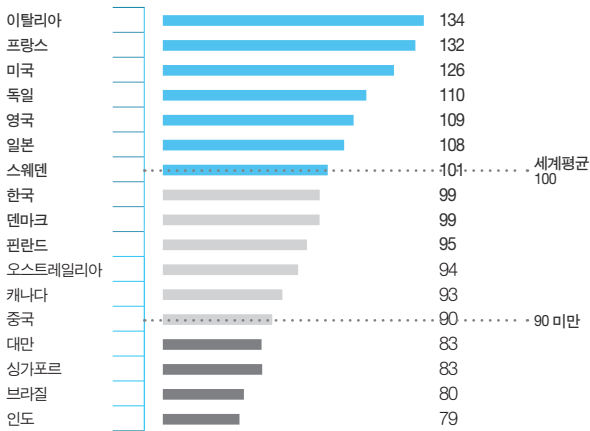
### NDCP Model Framework

	국가 공공재 분야 디자인 경쟁력	산업 분야 디자인 경쟁력	국민/ 소비자 분야 디자인 경쟁력
성과 부문	공공시설 디자인 수준 국가를 대표하는 건축 디자인 수준 도시의 아름다움 (Rank) 디자인 관련 문화시설 활용도	디자인 기업 성과 (디자인 매출) 제품디자인 수준 디자인 국제화 수준	디자인 생활수준 기여도 디자인 관련 소비 규모
인적 역량 부문	디자인 관련 부서 유무 디자인 공교육 기관수준 (양적/질적)	디자이너의 양적 수준 (국제 어워드 수상 비율) 사내 교육기관 보유 수준	대중교육 양적 수준 (교육 기회) 대중교육 질적 수준(만족도) 국민 심미성 디자인 관련 태도 (디자인 중요도 순위)
환경 투자 부문	정부의 디자인 진흥 수준 (정부 지원 노력/ 만족도) 정부예산 디자인 보호 법적 수준 디자인 등록 용이성	기업 투자 규모 (총예산/ 매출액 대비 디자인 투자 비중) 디자이너 만족도 디자인 지식/기술 관리 수준	디자인 관련 정보 수집 용이성 (채널 용이성) 디자인 관련 소비(투자) (시간, 비중 할애 비중)

## 종합평가 결과

전체 종합평가 결과 1위는 이탈리아가 차지했고, 프랑스와 미국이 각각 2위와 3위를, 영국(5위)과 일본(6위), 스웨덴(7위)에 이어 한국과 덴마크가 공동 8위, 그리고 핀란드가 10위로 조사되었다. 이밖에 향후 디자인 경쟁국으로 꼽는 중국, 싱가포르, 인도는 각각 13, 15, 17위로 평가되었다.

NDCP Index 기준 국가별 총체적 디자인 경쟁력

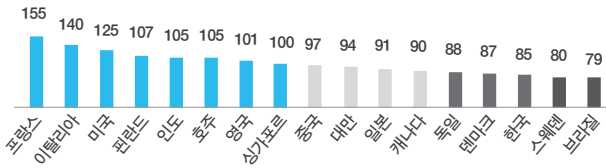


※ Index의 지수값은 세계 평균을 100점으로 하여 상대적으로 비교한 값임.

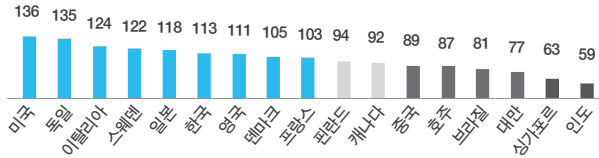
## 주요 분야별 평가

주체별로 살펴보면 공공 분야와 산업 분야, 국민/소비 분야의 디자인 경쟁력 국가별 순위는 상위권 국가의 경우 유사하며 국가 경쟁력과 디자인 경쟁력은 상호 연관성이 높게 나타났다. 공공 분야에서는 프랑스, 이탈리아, 미국, 산업 분야는 미국, 독일, 이탈리아, 국민/소비 분야는 이탈리아, 프랑스, 일본 등이 상위 순위로 평가되었다.

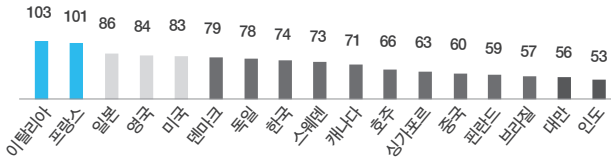
### 공공 부문 디자인 경쟁력



### 산업 부문 디자인 경쟁력

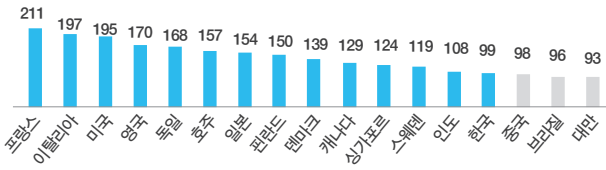


### 국민/소비자 부문 디자인 경쟁력

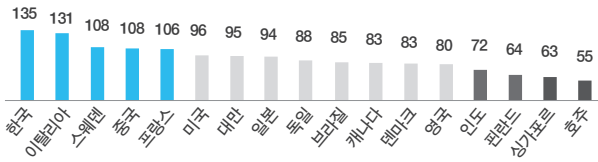


역량별로 살펴보면 성과 부문은 전통적인 디자인 강국이 높게 표출되며, 인적 역량 부문은 아시아 국가의 경쟁력이 다소 높고, 환경/ 투자 부문에서 정부가 디자인 진흥에 관심을 갖고 있는 북유럽 국가들이 두드러졌다. 한국은 인적역량 부문 디자인 경쟁력이 1위로 매우 높게 나왔고, 성과부문과 환경/ 투자 부문에서는 매우 미흡하게 평가되었다.

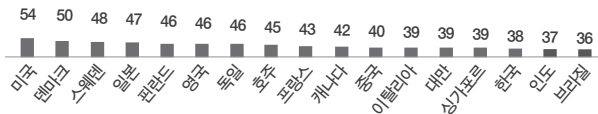
#### 성과 부문 디자인 경쟁력



#### 인적 역량 부문 디자인 경쟁력



#### 환경/ 투자 부문 디자인 경쟁력



### 3.5 국내 디자인 기관의 현황 및 역할

#### 한국디자인진흥원 Korea Institute of Design Promotion, KIDP

중앙 정부(지식경제부) 산하 국내 유일의 대표적 디자인 기관인 한국디자인진흥원은 디자인 진흥을 통한 산업 경쟁력 강화와 국민 삶의 질 향상을 목적으로 1970년 설립되었다. 주요 기능으로 상품 경쟁력 및 부가가치 향상을 위한 디자인 개발과 디자인 조사 연구 및 정책 개발, 디자인 홍보·전시 및 정보 제공, 우수 디자이너 양성을 위한 교육·연수, 우리 디자인 해외진출 지원 및 국제협력 등을 수행하고 있다.

[ 그림 2-65 ] 코리아디자인센터 내외부 전경



한국디자인진흥원은 2001년 국내 산업의 디자인 경쟁력을 강화하기 위한 디자인 인프라 확보를 목적으로 경기도 성남시 분당에 코리아디자인센터 KDC를 건립하여 운영 중이다. 코리아디자인센터는 디자인 전문

회사, 기업, 유관 단체, 교육기관의 디자인 활동과 관련한 중심 인프라 역할을 수행하고, 디자인 정보센터의 운영 및 각종 전시 활동 등의 지원을 통해 기업의 디자인 개발과 해외시장 진출을 위한 디자인 정보의 발신기 지 역할을 수행하고 있다.

## 지역디자인센터 Regional Design Center, RDC

지역디자인센터는 디자인 산업의 전국적 균형 발전과 이를 통한 지역 특화 산업의 고부가가치 제고, 권역별로 디자인 진흥을 담당하기 위한 종합 디자인 인프라로 활동하기 위해 설립되었다.

[ 표 2-11 ] 지역디자인센터 건립 현황

구분	부산 디자인센터	광주 디자인센터	대구·경북 디자인센터
위치	센텀시티 지방산업단지	첨단과학산업단지	대구상공회의소 부지
건축규모	지하 3층, 지상 8층 연면적 23,435㎡	지하 2층, 지상 7층 연면적 17,384㎡	지하 3층, 지상 7층 연면적 19,603㎡
사업기간	2002.12~2008.3	2002.12~2007.10	2003.7~2008.3
주관기관	부산광역시	광주광역시	대구광역시

광주, 부산, 대구광역시에 2002년부터 2007년에 걸쳐 설립되었으며, 지역 내 우수 디자인 제품 전시·판매장 운영, 장비·정보 제공, 지역 내 디자인 교육 및 실무 디자이너 훈련, 디자인 이벤트 개최 등의 기능을 수행하고 있다.



[ 표 2-12 ] 지역디자인센터 사업 현황 비교 (정관 비교)

	사업내용	광주	대구	부산
1	디자인 진흥 및 지역 디자인 특화 산업			
2	기업의 디자인 개발 지원			
3	디자인 공동연구 개발			
4	디자인 인력의 교육 및 훈련			
5	디자인 정보의 수집 및 제공			
6	디자인 신기술 보육 및 창업			
7	디자인 연구개발 시설의 공동 이용			
8	디자인 국제교류·협력			
9	산업디자인보호 및 통계 조사			
10	디자인 전시·박람회의 개최 및 알선			
11	디자인 출판 및 홍보			
12	지역 디자인 전문기업 육성			
13	국가·지방자치단체 및 유관기관 등 위임·위탁받은 사업			
14	기타 디자인 개발, 확산 및 사업화 촉진을 위해 시장이 필요하다고 인정한 사업과 위탁하는 사업			
15	섬유·패션 연구개발 지원			

## 디자인혁신센터 Design Innovation Center, DIC

지역의 디자인 산업 경쟁력 강화를 위해 지역 내 주요 대학에 고가의 기자재를 구축하여 디자인 대학·기업·연구소의 활용을 도모하고자 설립되었다. 2000년 시범사업을 시작으로 2단계 사업까지 지원하여 현재까지 30개 사업이 추진되었다.

[ 표 2-13 ] 디자인혁신센터(시범 DIC □ / 지역 DIC □ / 특성화 □) 건립 현황

	과제명 (주관기관)	1차				2차			
		00	01	02	03	04	05	06	07
1	디자인혁신센터 시범(홍익대학교)								
2	디자인경영센터 (중앙대학교)								
3	디지털미디어DIC (KAIST)								
4	디지털영상DIC (동서대학교)								
5	디자인개발기반구축 (광주대학교)								
6	지역문화특화DIC (삼척대학교)								
7	지식정보DIC (강원대학교)								
8	디자인산업진흥센터 (계명대학교)								
9	디자인가치혁신센터 (전북대학교)								
10	통합DIC (KIDP)								
11	친환경DIC (세명대학교)								
12	문화산업DIC (청주대학교)								
13	관광문화상품DIC (제주관광대학)								
14	바이오DIC ((재)바이오21)								
15	공예문화DIC (서울산업대학교)								
16	해양레저산업DIC (대불대학교)								
	<b>소계 (지역 DIC)</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>12</b>
1	국제디자인트렌드연구소 (IDAS)								
2	디자인정보자료실구축 (KIDP)								
3	e-Design Academy설립운영 (KIDP)								
4	디자인개발체험관 (KIDP)								
5	브랜드통합정보망구축 (한국생산성본부)								
6	포장인력양성사업 ((사)한국포장협회)								
7	한국디자인산업연구소 (서울대학교)								
8	디자인실용화센터 ((사)KADFA)								
9	브랜드경영연구원 (산업정책연구원)								
10	글로벌디자인양성 (KIDP)								
11	디지털영상디자인지원센터 (세종대학교)								
12	도시환경디자인시스템구축 (경원대학교)								
13	표면처리감성디자인기반구축 (한서대학교)								
14	유니버설디자인기반구축 (경성대학교)								
15	디자인 인력양성기반구축 (KIDP)								
	<b>소계 (특성화)</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

## 부록 13

### 우리나라 주요 디자인 단체 현황

#### (사)한국디자인단체총연합회

KFDA(Korea Federation of Design Association)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 213호

전화 : 031-788-7104

[www.kfda.or.kr](http://www.kfda.or.kr) / [kfda@kfda.or.kr](mailto:kfda@kfda.or.kr)

#### (사)한국디자인학회

KSDS(The Korean Society of Design Science)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 410호

전화 : 031-781-5021

[www.design-science.or.kr](http://www.design-science.or.kr) / [ksds@design-science.or.kr](mailto:ksds@design-science.or.kr)

#### (사)한국산업디자인협회

KAID(The Korea Association of Industrial Designers)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 411호

전화 : 031-703-2657

[www.kaid.or.kr](http://www.kaid.or.kr) / [master@kaid.or.kr](mailto:master@kaid.or.kr)

#### (사)한국디자인기업협회

KODFA(Korea Design Firms Association)

서울시 강남구 논현1동 10 승영빌딩 4층

전화 : 02-3445-2313

[www.kodfa.org](http://www.kodfa.org) / [kodfa@hanmail.net](mailto:kodfa@hanmail.net)

**(사)한국시각정보디자인협회**

VIDAK(Visual Information Design Association of Korea)

경기도 성남시 분당구 야탑1동 344-1 코리아디자인센터 213-1호

전화 : 031-706-0970

[www.vidak.or.kr](http://www.vidak.or.kr) / [vidak@vidak.or.kr](mailto:vidak@vidak.or.kr)

**(사)한국텍스타일디자인협회**

KTDA(The Korea Textile Design Association)

경기도 성남시 분당구 야탑1동 344-1 코리아디자인센터 403-1호

전화 : 031-419-7694

[www.ktda.or.kr](http://www.ktda.or.kr) / [scrhee@hanmail.net](mailto:scrhee@hanmail.net)

**(사)한국패키지디자인협회**

KPDA(The Korea Package Design Association)

경기도 성남시 분당구 야탑1동 344-1 코리아디자인센터 413호

전화 : 031-788-7901

[www.kpda.or.kr](http://www.kpda.or.kr) / [kpda@kpdananum.com](mailto:kpda@kpdananum.com)

**(사)대한산업미술가협회**

KIAA(The Korean Industrial Artists Association)

경기도 성남시 분당구 야탑1동 344-1 코리아디자인센터 212-2호

전화 : 031-708-4991

[www.sanmi.org](http://www.sanmi.org) / [yk14862002@yahoo.co.kr](mailto:yk14862002@yahoo.co.kr)

**(사)한국현대디자인실험작가협회**

KECD(The Korea Society for Experimentation in Contemporary Design)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 212-1호

전화 : 031-788-7215

master@kecd.org

**(사)한국디자이너협의회**

KDC(The Korea Designers Council)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 403-1호

전화 : 031-788-7760

www.kdc.re.kr / hksong@ans.ac.kr

**(사)한국실내디자인학회**

KIID(Korean Institute of Interior Design)

서울시 강남구 역삼1동 635-4 과학기술회관 1107호

전화 : 02-564-2598

www.kiid.or.kr / kiid@kiid.or.kr

**(사)한국일러스트레이션학회**

KSIR(The Korea Society of Illustration Research)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 416호

전화 : 031-788-7298

www.kia1983.or.kr / hs2881s@hanmail.net

**(사)한국디자인창의력개발원**

KDDC(The Korean Design Development Institute for Creativity)

서울 서초구 서초동 1362-21 블루닷 빌딩

전화 : 02-586-7744

www.kddc.or.kr / eunjung@ibluedot.co.kr

**(사)한국귀금속보석디자인협회**

KJDA(The Korea Jewellery Design Association)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 408-1호

전화 : 031-788-7088

www.koreajewelry.com / semisung2000@hanmail.net

**(사)한국여성시각디자인협회**

KWVD(The Korea Women Visual Designer's Association)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 408호

전화 : 031-788-7085

www.kwvd.or.kr / kwvd@hanmail.net

**(사)광주전남디자인협회**

GJDS(Gwangju Jeonnam Design Society)

광주시 북구 오룡동 1110-7 광주디자인센터 406-1호

전화 : 062-611-5619

www.gjds.or.kr / rannari@hanmail.net

**(사)한국실내건축가협회**

KOSID(Korean Society of Interior Architects/Designers)

서울시 용산구 한남동 726-74 남산맨션 209호

전화 : 02-508-8038

[www.kosid.or.kr](http://www.kosid.or.kr) / [kosidnews@paran.com](mailto:kosidnews@paran.com)

**(사)한국색채학회**

KSCS(Korea Society of Color Studies)

서울시 마포구 도화동 544 고려빌딩 210호

전화 : 02-325-9956

[www.color.or.kr](http://www.color.or.kr) / [kcds2008@hanmail.net](mailto:kcds2008@hanmail.net)

**(사)한국공공디자인학회**

KSPD(Korean Society of Public Design)

서울시 종로구 내수동 72 경희궁의 아침 3단지 513호

전화 : 02-6731-8173

[www.publicdesign.or.kr](http://www.publicdesign.or.kr) / [publicdesign@naver.com](mailto:publicdesign@naver.com)

**(사)한국디지털디자인협의회**

KODDCO(Korea Digital Design Council)

경기도 성남시 분당구 정자동 17-2 백궁동양파라곤 A동 822호

전화 : 0505-507-0101

[www.digitaldesign.or.kr](http://www.digitaldesign.or.kr) / [dgtdesign@paran.com](mailto:dgtdesign@paran.com)

**(사)여성디자이너리더십네트워크**

WDLnet(Woman Designer Leadership network)

서울시 종로구 동숭동 91-49 동숭빌딩 404호

전화 : 02-538-7204

www.wdlnet.org / wdl1234@hanmail.net

**(사)한국문화상품디자인협회**

KCDC(Korean Culture & Design Council)

서울시 성북구 월곡동 23-1 동덕여대 디지털공예과

전화 : 02-940-4539

www.kcdc2000.or.kr / kcdc2000@hanmail.net

**(사)커뮤니케이션디자인협회**

CDAK(Communication Design Association of Korea)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 415호

전화 : 031-788-7111

www.cdak.or.kr / webmaster@cdak.or.kr

**(사)한국디자인트렌드학회**

DeTRA(Society of Korea Design Trend)

경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1 코리아디자인센터 412호

전화 : 031-788-7733

www.detra.org

\* (사)한국디자인단체총연합회 회원단체 및 코리아디자인센터 입주 단체  
(2008년 말 기준)



# 03

## 디자인 파워, 국민소득 4만 불 시대를 열다

### 1. 디자인 정책 추진 성과 및 한계

1.1 개관

1.2 부문별 주요 성과

1.3 디자인 정책 추진의 구조적 한계

### 2. 국민 소득 4만 불 시대를 여는 디자인 정책 제언

2.1 디자인 정책 수립 및 시행 구조 효율화

2.2 디자인 수요 기반 확충 및 비즈니스 활성화

2.3 디자인 R&D 혁신

2.4 디자인 교육 선진화

2.5 디자인 경영 확산

2.6 디자인 문화 확산

2.7 디자인의 사회적 역할 강화

# 01.

## 디자인 정책 추진 성과 및 한계

### 1.1 개관

우리 디자인 산업의 성장은 실로 놀라워 세계 디자인계에서 주목해야 할 이슈 중 국가로는 유일한 나라가 되었다. 주요 부문별로 그 내용을 간략히 되새겨본다. 우선 디자인 산업 규모는 최근 5년간 68% 성장하여 '01년 4.07조 원에서 '06년 6.8조 원으로 증가하였고 GDP 비중도 0.65%에서 0.8%로 상승하였다.

제조업, 사업 서비스업 등 일반 기업의 디자인 투자는 최근 5년간 68.5% 증가하여 '01년 3.5조 원에서 '06년 5.9조 원으로 확대되었다. 한편 디자인 기업의 매출은 '01년 5.2천억 원에서 '06년 8.8천억 원으로 증가하여 최근 5년간 69% 성장하였다.

고용된 디자이너 수는 최근 5년간 82.7% 증가하여 '01년 5.2만 명에서 '06년은 9.5만 명으로 대폭 늘어났으며 따라서 일반 기업의 평균 디자이너 수도 '04년 4.24명에서 '06년 5.72명으로 증가하였다.

디자인 전문회사의 경우 기업 수 증대뿐 아니라 매출 규모 면에서도

'01년 5,221억 원에서 '06년 8,848억 원으로 70%나 확대되었다. 그리고 디자인 인력은 2007년 현재 2만 4천 명이 배출되고 있으며 전반적인 학생 수 감소에 따라 소폭이지만 매년 감소 추세를 보이고 있다. 하지만 우리의 경우 수요에 비해 공급이 너무 비대하므로 인력 배출 감소만큼은 바람직한 현상이라고 할 수 있다.

마지막으로 양적·질적 성장을 해외의 평가를 통해 종합적이고 객관적으로 살펴보면 우리의 국가 디자인 경쟁력 순위는 '02년 25위에서 '05년 14위 다시 '07년 9위로 수직 상승하고 있다. 해외에서는 국내 기업들의 관심과 투자 증대 및 정부의 적극적인 디자인 정책 추진을 높이 평가하고 있는 것이다.

## 1.2 부문별 주요 성과

우리나라에서 정부 차원의 디자인 진흥을 위한 본격적인 정책은 1993년 '제1차 디자인진흥종합5개년계획'을 수립·시행하면서부터라고 할 수 있다. '93년부터 현재까지 추진되어온 디자인 정책을 보면 몇 가지 커다란 정책 기조를 발견할 수 있는데 그 내용을 중심으로 추진 성과를 보다 구체적으로 기술하고자 한다.

### 디자인 기반 구축

1996년 3월 중앙 정부 통상산업부에 처음으로 디자인과가 설치되어 우리

나라의 디자인 정책을 총괄적으로 수립·추진하게 되었다. 그 일환으로 1997년 ‘산업디자인진흥법’을 시대 및 환경 변화에 부응할 수 있도록 전부개정하였다. 그리고 국가 디자인센터 건립 계획을 수립하여 최첨단 디자인 진흥 시설을 구축함으로써 디자인 산업 발전의 기초를 튼튼히 쌓았다. 1998년부터 2001년까지 1,008억 원을 투입하여 디자인 종합지원 서비스 기능을 수행할 수 있는 코리아디자인센터를 성남 분당에 건립하였다. 또한 2002년부터 2007년까지 총 사업비 1,547억 원(국비 744억 원, 지방비 803억 원)을 투입하여 광주 06.3 개월, 부산 07.4 개월, 대구 07.12 개월에 지역디자인센터를 건립하였다. 그리고 2000년부터 2007년까지 디자인 장비, 인력, 정보 등 인프라를 대학, 공공기관 등에 조성하여 디자인 혁신 역량을 제고하기 위한 ‘디자인기반구축사업’을 수행하였다. 총 사업비 658억 원을 투입하였으며, 전국적으로 30개의 디자인혁신센터를 구축하였다.

또한 두 차례의 정보 인프라 사업을 통해 designDB.com을 구축, 디자

[ 표 3-1 ] KDC-RDC-DIC 비교<sup>122)</sup>

	코리아디자인센터	지역디자인센터	디자인혁신센터
개념	범국가적 디자인 인프라 집적시설 (전국Hub 기능)	권역별 디자인 인프라 집적시설 (광역-중간 기점)	소규모 산학연 지원 시설 (소권역-단위시설)
규모(연면적)	46,011m <sup>2</sup>	16,200m <sup>2</sup>	324m <sup>2</sup> ~ 972m <sup>2</sup>
지원면적	전국	지방 디자인 권역	소지역
운영주체	디자인진흥원	(재) 지역디자인센터	대학, 법인 등
주요기능	국가디자인 진흥사업 디자인국제교류 디자인 인프라 통합연계	지역 디자인 진흥사업 지역 디자인 진흥 프로그램 지역 디자인 특성화사업	산학연 연구개발 디자인장비 공동활용

122) 김태년 · 서갑원 · 이광재 · 한병도, 21세기 혁신코드 디자인, 2005 정기국회 국정보고서, p.18

인 지식과 정보의 효율적 생산과 공급을 가능케 하였다.

세계적인 수준의 디자인 인프라를 갖추었으나 RDC와 DIC의 경우 지역별 특성화된 전략이 없고 정보 인프라는 지식의 전달 기능 위주로 추진되어 업체 홍보, 시장정보 유통 등 산업지원 기능은 미흡하다는 평가를 받고 있다.

## 디자인 기술 개발

1994년부터 2007년까지 디자인 개발, 컬러, 소재, 포장 등을 포함하는 '디자인기술개발사업'을 통해 제품 및 산업의 고부가가치화를 지향하였

[ 표 3-2 ] 디자인기술개발사업 추진실적(1994년~2007년)<sup>123)</sup>

(단위 : 억 원, 건)

구분	혁신기술		세계일류		기반기술		소재표면		포장기술		공공디자인		선행디자인		디자인문화 확산		합계	
	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수
94	30	391	-	-	-	-	-	-	-	155	-	-	-	-	-	-	30	546
95	55	580	-	-	-	-	-	-	-	168	-	-	-	-	-	-	55	748
96	60	670	-	-	-	-	-	-	7	187	-	-	-	-	-	-	67	857
97	75	1,198	-	-	20	17	-	-	10	167	-	-	-	-	-	-	105	1,382
98	65	1,016	-	-	10	15	-	-	5	80	-	-	-	-	-	-	80	1,111
99	56	498	-	-	10	14	-	-	8	91	-	-	-	-	-	-	74	603
00	81	585	-	-	10	13	-	-	10	65	-	-	-	-	-	-	101	663
01	100	646	-	-	15	22	-	-	15	45	-	-	-	-	-	-	130	713
02	105	717	-	-	15	18	-	-	10	43	-	-	-	-	-	-	130	778
03	98	611	5	13	17	10	-	-	10	51	-	-	-	-	-	-	130	685
04	71	411	9	15	10	11	10	10	10	54	-	-	-	-	-	-	110	501
05	66	413	15	17	8	5	15	15	1	3	-	-	-	-	-	-	105	453
06	68	306	30	28	7	4	15	16	-	-	10	7	-	-	-	-	130	361
07	-	-	18	27	14	5	9	7	-	-	71	51	3	2	5	21	130	113
계	930	8,042	77	100	136	134	49	48	86	1,109	81	58	3	2	5	21	1,377	9,514

123) 지식경제부, 제4차 디자인진흥종합계획, 2008.11

다. 이 기간 동안 지식경제부는 총 1,377억 원의 사업비를 투입하여 9,514개 과제를 지원하였다. 이 중 7,170 과제가 상품화(71.3%)에 성공함으로써 기업의 신상품 개발을 촉진하였다. 이를 통해 기업 매출 6조 4백억 원 증대, 수출 4조 9백억 원 증대 및 고용 5만 9천 명을 창출하는 효과를 시현하였다. 또한 기술개발사업의 일환인 디자인기반기술개발연구를 통해 디자인 산업 발전을 위한 기초 기술 확보에도 기여하였다.

디자인기술개발사업을 통해 참여 업체의 디자인 수준이 '94년 디자인 선진국의 60%에서 '07년 80%로 향상되었고 특히 공공디자인개발사업과 디자인소재·표면처리개발사업이 개발에 따른 디자인 수준 향상 효과가 큰 사업으로 조사되었다.

**[ 표 3-3 ] 개발 지원에 따른 디자인 수준 향상 (05 ~ 07년)<sup>124)</sup>**

(단위: 점)

	개발 전 평균	개발 후 평균	증 감
디자인혁신기술	46.7	75.5	28.8
세계일류·미래유망	54.2	80.6	26.4
디자인기반기술	60.0	80.0	20
디자인소재표면	51.2	83.6	32.4
공공디자인	46.6	79.5	32.9

또한 디자인기술개발사업을 통해 참여 업체의 매출 및 고용이 크게 증가함으로써 산업 경쟁력 제고에 기여하였다. '05 ~'07년까지 디자인기술 개발사업을 통해 업체당 평균 매출액과 수출액이 각각 58.1%, 89.4% 증가하고 고용은 18.3% 증가하였다. 종합적으로 살펴보면 업체당 평균 3천

124) 전계서, p 12

[ 표 3-4 ] 디자인 개발에 따른 기업 경영성과 변화<sup>125)</sup>

(단위 : 백만 원)

구분	개발 전	개발 후	증 감	증감률
매출액	1,548,8	2,448,7	899,9	58,1%
수출액	762,6	1,444,2	681,6	89,4%
고 용	44,7명	52,9명	8,2명	18,3%

\* 대상 : 디자인기술개발사업에 참여한 923개 기업 중 650개 응답기업

4백만 원을 디자인에 투자하여 매출은 26배, 수출은 16.3배 증가한 것으로 나타났다.

가장 많은 예산 지원을 통해 중소기업과 디자인 전문회사의 디자인 역량 강화에 크게 기여한 이 사업은 전문회사의 시장 경쟁력을 일부 약화시키는 부작용도 낳았다는 지적이 있다. 그리고 기반기술연구는 연구 결과가 산업에 미치는 파급 효과가 다소 미약했다는 평가를 받아 2008년도에는 이 사업의 중장기 발전계획을 통해 파급 효과가 클 것으로 예상되는 3년 단위의 장기 과제를 선정하였다.

## 디자인 전문회사 육성

디자인 산업 발전의 추동력이라 할 수 있는 디자인 전문회사의 설립을 촉진하기 위해 기술개발 준비금 손금 산입 및 기술·인력 개발비 세액 공제 대상에 공업디자인서비스업<sup>1996년</sup> 및 상품디자인업<sup>1997년</sup>을 추가한 바 있다. 그리고 2000년 10월에는 디자인 벤처펀드를 60억 원 규모로 조

125) 전계서, p 12

성하여 디자인 전문회사의 벤처기업화를 촉진하기도 하였다. 이러한 결과 1992년 1개였던 디자인 전문회사가 1997년 132개, 2002년 532개, 2008년 1,635개 사로 대폭 증가하였다.

양적 증가뿐 아니라 전문회사의 질적 수준 제고를 위해 우수 디자인 전문회사 선정 제도를 운영해왔으며 2007년부터는 디자인 기획에서부터 조사·분석·검증에 이르기까지 디자인 개발의 전 과정을 일괄 지원하는 ‘선행디자인개발사업’을 통해 디자인 회사의 전문성 제고에 기여해 오고 있다. 또한 좁은 내수시장을 탈피하여 신수요 창출을 지원하기 위해 해외시장개척단을 운영하여 디자인 수출을 돕고 있다.

## 디자인 전문인력 양성

우선 세계 수준의 엘리트 디자이너 양성을 위해 1996년 ‘국제디자인대학원대학교 IDAS’를 설립하였고 디지털 디자인 인재 양성을 위해 ‘e-디자인아카데미’를 온라인상에 구축하였다.

2001년 9월에는 우수 인재 양성을 위한 제도적 보완책으로 디자인 석사학위자를 병역특례 대상에 포함시켰다. 그리고 2001년부터 2004년까지 청소년 디자인 현장학습장 조성을 위해 ‘디자인체험관’을 코리아디자인센터에 구축하였다.

또한 2005년부터 2008년까지 ‘차세대 디자인리더 육성사업’, ‘재학생 현장실습학점운영제’, ‘글로벌디자이너양성사업’ 등의 사업에 118억 원을 투입하는 등 디자인 분야 고급 인재 양성에 노력하였고 실무능력 향상을 위한 재교육 프로그램도 지속적으로 추진하였다. 현장맞춤형 교육 프로그램 도입으로 디자인 교육제도를 산업현장형으로 전환하는 데 크



게 기여했다는 평가를 받고 있다. 하지만 창의적 글로벌 인재의 양성과 세계적인 디자인 회사 육성을 위한 체계적인 지원 시책은 여전히 부족한 점이 있다는 지적도 있다.

## 디자인 국제화

2000년 세계그래픽디자인대회 ICOGRADA 2000 SEOUL 및 2001년 세계산업디자인대회 ICSID 2001 SEOUL 를 국내에 유치, 성공적으로 개최하여 국제적 위상을 제고하였다. 그리고 세계적인 디자인 이벤트인 Design Korea 를 2003년부터 홀수년도에는 국내, 짝수년도에는 해외 로드쇼로 개최해 오고 있다. 또한 디자인사절단 교환사업 한국-프랑스 2001, 한국국제협력단 KOICA 연수생 초청사업 2000-2002 등 디자인 분야 국제 협력을 강화하였고 세계 각국의 디자인 진흥기관, 대학, 기업, 연구소와 교류도 지속적으로 확대해오고 있다. 앞으로는 우리 디자인 산업에 실질적인 혜택을 부여하기 위해 디자인 산업의 수출 산업화를 적극 지원할 계획이다.

## 디자인 문화 확산

제1차 디자인진흥종합5개년계획의 시행 첫 해인 1993년을 디자인 발전의 원년으로 정하고 각종 이벤트 개최, 디자인 관련 특집방송 방영 등 사회적 분위기 조성을 위해 노력하였으며 디자인 문화의 지방 확산을 위하여 부산, 광주 등 대도시에서 산업 디자인 종합행사를 개최하였다.

1999년에는 디자이너 지위 향상과 사기 진작을 위해 디자인 경영 우수기업과 공로자를 포상하는 '대한민국디자인대상' 제도가 도입되어 매년 시행되고 있다. 또한 세계산업디자인대회를 맞아 2001년을 '디자인의 해'로 지정하여 다양한 디자인 행사를 운영함으로써 디자인에 대한 국민적 관심 제고 및 문화 확산에 기여하였다.

각종 제도 및 다양한 디자인 행사 등을 통해 디자인의 중요성에 대한 인식증대로 디자인 관련 보도가 '00년 3,159건에서 '06년 6,685건으로 크게 증가함과 아울러 디자인 산업 육성이 국가적 아젠다로 부각되었다.

다만 국가 브랜드 등 사회 현안과 디자인 간의 연계성이 다소 미흡하여 디자인에 대한 인식증대에 따른 파급 효과와 지속성이 부족하다는 것이 개선점으로 지적되고 있다.

### 1.3 디자인 정책 추진의 구조적 한계

앞서 살펴본 바와 같이 우리나라는 짧은 디자인 산업 역사에도 불구하고 질적, 양적으로 고성장을 거듭해왔다. 영국의 디자인 카운슬이 캠브리지대학교와 공동으로 2여 년간 연구해 2009년 4월 발표한 자료에서도 한국은 매우 높은 평가를 받아 '새로운 디자인 파워하우스'라는 평가를 받았다.<sup>126)</sup> 이러한 성장을 지속 발전시켜 우리나라가 디자인계의 글로벌 리더가 되기 위해서는 시급히 해결해야 할 구조적 문제가 있다.

그것은 정부 디자인 정책 시스템의 비효율적 구조이다. 몇 년 전부터 디자인은 우리나라에서 혁신과 선진의 유용한 방법론으로 부상하였

---

126) J. Moultrie & F. Livesey, International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, April 2009

다. 그러나 종합적이고 체계적인 국가 디자인 전략이 없는 상태에서 정부 각 부처와 지자체들이 유행병처럼 유사한 디자인 정책과 사업을 각기 시행하고 있다. 국가 디자인 전략 마련을 통한 정책 추진의 효율성 제고와 선택과 집중의 사업 추진보다는 각 부처별로 눈에 띄는 사업의 단기적 성과에 대한 집착이 우리나라 디자인 산업의 진정한 발전을 저해하고 있는 것이다.

일례로 몇 년 전부터 추진하고 있는 통합적 디자인법 추진의 경우 정부부처의 이해관계 때문에 아직까지도 법 개정에 어려움을 겪고 있다. 우리나라는 세계에서 유일하게 디자인진흥법을 갖고 있다. 디자인법이 있는 다른 나라는 모두 디자인보호법인데 반해 우리나라는 보호법 외에 진흥법도 보유하고 있는 것이다. 우리나라 디자인 산업 발전의 기본 틀인 진흥법이 이번에는 관련부처가 합심하여 시대 상황에 맞고 우리 디자인 산업 발전에 탄력을 더할 수 있는 훌륭한 법으로 재탄생될 수 있기를 바란다.

우리나라가 세계 디자인계의 리더가 되고 혁신과 창조 의 본고장이 되기 위해서는 통합적 디자인 정책 추진 체제 마련이 시급하다.

## 02.

# 국민소득 4만 불 시대를 여는 디자인 정책 제언

앞서 살펴본 바와 같이 세계 주요 국가들은 대부분 디자인을 자국의 기업과 국가의 운명을 결정하는 전략적 수단으로 인식하고 국가적인 차원에서 육성하기 위해 다각적인 노력을 해오고 있다. 인류 역사를 통해 볼 때, 키우는 것에서 만드는 것을 기반으로, 다시 서비스하는 것, 생각하는 것, 아는 것, 경험하는 것으로 부를 창출하는 시스템이 변화하면서<sup>127)</sup> 디자인은 국가의 부를 결정하는 요소가 되었기에 디자인 산업 발전을 위한 정부의 역할이 그 어느 시대보다 중요해졌으며, 이를 위해 각 국가는 무한 경쟁을 하고 있다.

최근 뉴질랜드 정부 산하 디자인 진흥기관인 BBD Better by Design는 정기간행물에 “Design or Die”란 제목의 글을 실은 적이 있다. “디자인하지 않으면 망한다.” 즉, “디자인을 모르는 자가 기업이나 기관을 경영해서는 안 된다.”는 것이다. 이 정도로 이 시대에서 디자인은 절박하다는 뜻일 것이다.

127) Alvin Toffler and Heidi Toffler, Revolutionary Wealth, 2006

소득 수준이 증가하고 기술 격차가 줄어들면서 제품 경쟁력의 초점이 가격이나 품질에서 디자인으로 이동하고 있다. 세계적 추세를 살펴볼 때에도 디자인은 한 나라의 산업 경쟁력과 문화·사회적 발전 수준을 가늠하는 척도로서 그 중요성을 인정받고 있다. 영국의 경우 디자인 산업을 포함한 창조 산업을 신성장동력으로 육성하여 높은 성장세를 유지하고 있다. 그 결과 영국의 창조 산업은 GDP의 8.2%를 차지하고 있으며, 200만 개의 일자리를 창출하였다. 또한 일본은 새로운 국가 브랜드 정책인 네오재패니스크(Neo-Japanesque) 전략에 따라 일본의 고품질 제품 이미지에 문화적 요소를 가미하는 디자인 육성 정책을 전개하여 2010년 디자인 산업 규모 12조 엔, 40만 개의 신규 일자리 창출을 전망하고 있다.

개인의 창작력이나 재능에 기초해 새로운 부와 직업을 창출하는 디자인 산업 육성을 통한 국가 경쟁력 증진은 인적자원이 풍부한 우리에게 시사하는 바가 크다. 우리나라가 수출 대국으로 발전하기 위해서는 제조업과 지식서비스산업의 융합으로 새로운 부가가치를 만들어내는 ‘디자인 산업’의 역할이 매우 중요하다. 특히 우리 기업의 99%를 차지하고, 전체 근로자의 88%를 고용하는 중소기업이 글로벌화된 기업 환경에서 생존하기 위해서는 기술 개발과 아울러 투자 규모는 작지만 회수기간이 짧고 고부가가치 창출이 가능한 디자인 개발이 매우 시급하다.

디자인은 제조업에서 출발했지만 요즘 그 파급 효과는 사회전반으로 확산되고 있다. 특히, 서울시를 비롯해 전국의 지자체를 중심으로 수요가 증가하고 있는 공공 디자인 프로젝트는 국가의 이미지 개선과 국민의 삶의 질 향상, 그리고 디자이너에게 고용의 기회를 제공하는 매우 긍정적인 효과를 낳고 있다. 제품의 외관을 보기 좋게 바꿔주는 정도로 인식되던 디자인이 이제 건축물 안팎, 도로 및 공원, 도시 내 특정지역 및

도시 전체 환경, 화폐나 여권, 주민등록증 등의 개선에도 그 역할을 다하고 있는 것이다.

디자인 정책은 곧 디자인과 국가와의 관계를 설명하는 것이라고 생각한다. 거시적인 관점에서 정책의 주체와 대상은 곧 국가이니 만큼 국가가 국민을 위해 디자인으로 할 수 있는 일을 찾아본다면 그것이 곧 디자인 정책이 아니겠는가? 국민소득 4만 불 시대를 열어나갈 '창의적인 디자인 강국 구현'을 위해 선진 한국의 미래를 디자인할 핵심 요소들을 일곱 가지 카테고리로 나누어 짚어보고자 한다.

## 2.1 디자인 정책 수립 및 시행 구조 효율화

### 통합적 디자인 정책 추진 체제를 마련하자.

최근 들어 디자인이 우리 사회 각계의 화두로 대두됨에 따라 정부 각 부처<sup>128)</sup>와 지방자치단체들이 유사한 디자인 관련 정책과 사업을 각기 시행하는 등 디자인 관련 사업 및 예산 집행의 효율성 제고에 대한 필요성이 대두되고 있다. 디자인 종주국이라 불리는 영국의 경우 디자인 카운슬을 통해 디자인 정책을 통합·집행함으로써 국가 이미지를 전통과 보수 Rule Britannia에서 창조와 혁신 Cool Britannia으로 성공적으로 개선한 바 있다.

우리나라는 디자인 영역에 대한 부처 간 갈등이 심하나 이에 대한 조

128) 디자인 관련 부처 : 지식경제부, 문화체육관광부, 국토해양부, 행정안전부, 농림수산업부 등

정 기능이 미흡하여 각 부처 및 지자체의 디자인 관련 정책과 사업이 급증하고 있음에도 불구하고 이에 대한 효과적인 관리 시스템이 없는 상태이다. 특히 사업 성격상 다수의 부처와 기관이 관련되어 있는 공공 디자인 분야에서 유사·중복 사업 등의 문제가 심각하다.

그리고 정책 집행기관인 한국디자인진흥원은 주무 부처가 지식경제부인 관계로 업무상 관련이 큰 문화체육관광부, 국토해양부, 행정안전부 등과 유기적인 협조 체제를 구축하는 데 한계가 있다. 부처별 업무 분장에 따라 캐릭터, 게임, 애니메이션 등 디자인 관련 분야를 포괄적으로 진흥하는 데에도 한계가 있다. 상기 분야는 근로자의 상당수가 디자인 전공자이나 주무 부처는 문화체육관광부이다. 한편 패션 디자인 분야는 지식경제부 주력산업정책관실, 미래생활섬유과 소관으로 사무가 분장되어 별도의 정책을 펴고 있는 실정이다.

우리나라를 찾은 한 외국 디자이너는 디자인 관련 부처가 너무 많아 정확한 담당자를 찾는 데 장시간이 소요되는 비효율을 문제점으로 지적하기도 했다.<sup>129)</sup>

따라서 종합적이고 체계적인 국가 디자인 전략을 추진할 수 있도록 민간 전문가를 중심으로 ‘국가디자인자문단’을 설치하여 국가 디자인 종합 계획, 관계 부처의 정책 및 사업 조정 등에 관해 자문을 할 수 있는 기능을 부여하는 것이 필요하다. 또한 정책 집행의 일관성과 효율성을 위해 영국과 같은 방식으로 디자인 정책 집행 창구를 단일화하고 통합적인 디자인 정책 추진 체제를 마련하는 것이 필요하다. 다시 말해 한국디자인진흥원이 디자인 총괄 집행기관으로서의 역할을 수행하여 주무 부처인 지식경제부뿐만 아니라 문화체육관광부 등 타 부처 및 지자체의 디자인 사업을 통합·조정하여 수입·집행하는 것이 바람직하다.<sup>130)</sup>

129) 영국 무역투자청 크리스틴 루스캣 교문 인터뷰, (07.12.14, 조선일보)

130) 총괄 기능 수행 사례

사례1) 대한무역투자진흥공사(KOTRA): 지식경제부 산하기관으로 국내기업의 해외 진출지원, 외국인 투자 유치 등 각 부처 및 지자체의 해외업무 관련 수입사업을 수행하고 있는 우리나라의 해외 무역투자 진흥업무 총괄 집행기관

사례2) 한국개발연구원(KDI): 과거 기획재정부 산하기관으로 있으면서 각 부처의 정책연구용역 업무를 수행

(현 국무총리실 산하기관)

## 정부 · 민간 네트워크 메커니즘을 원활하게 작동시키자.

앞서 언급한 대로 우리나라 디자인 경쟁력은 세계 8~9위로 평가받고 있어 디자인 분야도 빠른 시간 내에 한강의 기적을 이루었다고 볼 수 있다. 하지만 성장의 이면에는 여러 가지 문제점과 불만의 소리로 존재하기 마련이다. 정부의 정책 수립과 진흥기관의 정책 집행에 대한 민간의 평가는 그리 곱지 못한 것이 사실이다.

정책을 시행할 때 지나치게 조급하게 효과를 바로 가시화하려는 강박관념을 버려야 한다고 충고한다. 정부 업무의 특성상 순환 근무를 실시하다 보니 정책 수립 담당자는 자신의 재직 기간 동안 실현 가능한 성과 위주의 사업에 관심을 갖게 되는 경우가 많고 단계적 시행과 관리가 필요한 장기 과제들은 뒤로 밀려나는 경향이 있다. 수많은 정책들을 발표하기는 하나 정착 일관된 의지를 가지고 이를 추진하고 감독하며 평가하는 일에 관심을 갖는 것은 구조적으로 어렵게 되어 있다. 때문에 비슷비슷한 정책들이 일정 시기마다 반복적으로 등장하고 있는 것이다.

한편 공무원 사회의 비전문성을 보완해줄 민간기관으로 한국디자인진흥원이 존재하지만 '97년 이후 지속적인 인원 감축에도 불구하고 사업 범위를 확대해온 터라 상대적으로 정책연구 기능이 취약한 편이다. 따라서 선택과 집중을 통한 사업의 효율성 제고와 정책연구 기능 강화가 진흥원에 바라는 민간의 주된 의견으로 요약된다.

정부와 진흥기관의 정책 수립과 집행을 보완해줄 민간 단체의 경우 정부 정책에 대한 의견 표명 외에는 실제적 대안을 제시하기 어려운 구조이다. 단체장과 임원진들이 비상근이고 회원들의 회비로 운영되는 재정형편상 사무국에 상근 직원이 없는 경우가 많기 때문이다.



정부의 정책 수립에 대한 문제점을 해결하기 위해 중앙 부처에 디자인 직렬을 신설하거나 순환 근무를 없애는 것은 정부의 특성과 여건상 쉽지 않을 것이다. 따라서 디자인진흥원이 정부와 민간의 가교 역할을 충실히 수행해야 한다.

진흥원은 바람직한 역할 정립을 위해 디자인계 전문가들이 조언하는 대로 사업의 우선순위에 따라 장기적인 관점에서 일관된 정책 추진이 필요한 부분에 예산과 인력을 집중하고 기타 민간 이양이 가능한 사업은 과감하게 이양해야 한다. 정책연구 기능 강화, 공공 분야 디자인 개발 수요 발굴, 기업의 디자인 인식 및 활용도 제고, 우리 디자인 해외 진출 지원, 우수 디자인 인재 양성과 디자인 보호, 디자인 기반지식 개발 및 인프라 구축, 디자인 문화 확산 등 민간에서 추진하기 어려운 기반 과제를 중심으로 사업 구조를 재편하는 일이 필요하다.

그리고 한국디자인법인단체총연합회, 전경련 산업디자인특별위원회 등과의 커뮤니케이션 채널을 항상 열어 놓아 정책 수립 및 집행과정에 민간으로부터의 피드백이 정례적이며 자연스럽게 이루어져야 한다.

또한 민간을 중심으로 우리 디자인 산업이 발전하기 위해서는 학계보다는 업계 중심의 직능 단체가 활성화되는 것이 바람직하다고 본다. 산업 규모 자체가 크지 않아 당장은 쉽지 않겠지만 디자인 산업이 제조업의 지원 및 부속 기능을 넘어 독자적인 가치 사슬을 지닌 하나의 산업으로서 발전하기 위해서는 반드시 필요한 것이다. 또한 디자인 단체 발전의 선순환 구조를 확립하기 위해서는 정부 의존보다는 회비나 민간 펀딩을 통해 운영되는 것이 바람직하다. 자생력을 갖추게 되면 민간 단체에 대한 정부의 신뢰도가 높아져 정부위탁 사업 수행에도 도움이 되기 때문이다. 그 반대의 경우는 지원받기도 어렵거니와 NGO로서의 기능만 취

약해질 뿐이다. 영국 디자인기업협회 Design Business Association, DBA의 경우 회원 기업이 370여 개에 불과하지만 회원사들이 회비를 성실히 내기 때문에 계약직 포함 10명 내외의 직원을 두고 회원사들뿐 아니라 영국 디자인계를 위해 독자적인 사업을 다양하게 펼치고 있다.

### 효과적인 정책 수행을 위해 충분한 예산을 확보하자.

정부의 디자인 산업 육성 의지는 예산으로 표현된다. 하지만 디자인 산업의 중요성이 증대되고 그 인식 또한 확대되고 있는 긍정적 환경 조성에도 불구하고 정부의 디자인 투자는 오히려 지속적으로 축소되고 있는 것이 안타까운 현실이다.

최근 3개년만 보더라도 국고 지원의 경우 2007년 4,544백만 원, 2008년 3,335백만 원, 2009년 2,985백만 원으로 계속 줄어들고 있다. 또한 디자인 분야 R&D 투자 규모 역시 지속적으로 줄어들고 있다. 2003년 정부 R&D 예산은 6조 5천억 원에서 2008년 10조 8천억 원으로, 지식경제부 R&D는 1조 2천억 원에서 4조 1천억 원으로 크게 증가된 반면 디자인 분야 R&D 예산은 2003년 238억 원에서 2008년 193억 원으로 줄어들었다. 지식경제부 R&D와 디자인 R&D의 비중 면에서 보면 2003년 대비 2008년 4배가 넘게 축소되었다.

‘창의적 디자인 강국 구현’을 위해 특단의 조치가 필요한 시점이다. 민간에서는 우리나라의 정책 목표인 ‘2012년 세계 디자인 5위’ 달성을 위해 정부가 2003년에 발표한 발전전략에서 제시한 ‘디자인 R&D 자금 1,000억 원 규모 확대’를 반드시 지켜야 한다고 지적하고 있다. 정부의 디자인 산업 육성 의지가 확실히 예산으로 표현되어야 하기 바란다.

(단위: 억 원)

구 분	국가 R&D	지경부 R&D(A)	디자인 R&D(B)	비중(B/A)
2003년	65,154	12,510	238	1.90%
2005년	77,996	17,673	193	1.09%
2007년	97,629	21,836	226	1.03%
2008년	108,401	41,084	193	0.47%

※ 출처 : 기획재정부 「총괄재정규모통계집」 및 지식경제부 홈페이지 정책 자료

## 2.2 디자인 수요 기반 확충 및 비즈니스 활성화

### 기업 활동에서 디자인의 역할을 증대시키자.

디자인은 비즈니스를 혁신하는 과정에서 매우 중요한 요소이다. 소비자의 니즈와 사회적, 기술적 변화를 예측하여 실용적이고 유용하면서도 매력 있는 제품, 서비스, 그리고 환경 등을 개발한다. 또한 디자인은 단순히 아이디어의 시각화에 그치는 것이 아니라 새로운 아이디어를 도출하고 새로운 기술 영역을 탐색하는 과정에도 사용될 수 있다.

비즈니스에서는 이와 같은 디자인적 사고가 제품 개발의 초기 단계와 전략 단계에 사용될 때 그 영향력이 매우 큰데 그것은 디자인이 제품, 서비스, 시스템뿐만 아니라 전체 조직을 개선하는 데 성공적으로 활용될 수 있기 때문이다.

디자인이 비즈니스의 성공에 핵심적 요소로서 기능하고 있고 디자인이 비즈니스 혁신에서 매우 중요하다는 사실은 이미 여러 차례 주지된 바 있다. 하지만 우리 기업들 중 디자인을 통해 새로운 아이디어를 시장 가능성으로 연결하는 기업은 그리 많지 않다. 너무도 많은 우리 기업들이 아직도 디자인을 효과적으로 사용하지 않고 있는데, 이는 분명히 그들의 성장을 지체시키는 것이며 생산성과 국제시장에서의 경쟁력 또한 저하시키는 것이다.

2007년 한국디자인진흥원이 조사한 내용을 보면 일반 기업들 중 디자인을 활용하고 있는 업체는 전체의 13.7%에 그치고 있는 것을 확인할 수 있으며, 이는 기업들이 지금껏 생산 기술에만 의존해왔음을 보여주는 것이라 하겠다.

이들에게 부가가치를 창출하고 상품과 서비스를 차별화하는 데 디자인 과정이 필요하지만 정작 기업인들은 비즈니스에서 디자인을 전략적으로 사용하여 얻는 이익을 아직 깨닫지 못하고 있다. 그러므로 최고 경영자들의 사고방식을 변화시킬 만한 정책이 그 어느 때보다 절실히 요구된다.

이를 위해 우선 디자인을 통한 기업의 성공사례를 발굴하고 적극적으로 홍보하여 기업의 디자인 인식 전환을 도모해야 한다. 현재 정부는 중소기업에 대한 디자인 개발 지원 사업을 통해 개발된 품목 중 성공 상품을 발굴하여 홍보하는 'Success Design' 선정제도를 운영하고 있으며, '디자인마인드 확산사업'을 통해 지속적으로 디자인의 가치를 홍보하고 교육하는 데 힘쓰고 있다. 하지만 이러한 노력들이 기사 게재와 도록 발간 등 소극적인 홍보 활동에 그치고 있어 그 영향력이 크지 않은 편이다. 성공사례 발굴 및 홍보, 경영인 교육 등과 관련된 정부 지원 규모를 확대하

고, 발굴된 성공사례를 영향력 있는 매체를 통해 홍보하여 디자인을 통한 비즈니스 성공 경험을 보다 많은 기업인들이 공유하고 확신할 수 있는 계기를 마련해야 한다.

또한 조금은 극단적인 제안일지도 모르지만 정부의 중소기업 지원을 위한 모든 비즈니스 프로그램에 디자인 사용의 의무화를 추진함으로써 모든 비즈니스 영역에서 혁신이 가능하도록 유도하는 것이 필요하다고 생각한다.

영국의 누군가는 “영국이 만들 수 있는 것은 세상 어느 곳에서든 만들 수 있다. 우리의 상품과 서비스를 다른 것과 차별화하는 주요소는 디자인의 내용이다.” 라고 했다고 한다. 우리도 다르지 않을 것이다. 우리 제품과 서비스를 차별화하기 위한 유일한 대안은 디자인이다.

## 디자인 업계 해외 진출 지원을 통해 신시장을 창출하자.

우리나라 디자인 산업의 발전을 위해서는 공공부문의 디자인 활성화와 경영자들의 디자인 인식 제고를 통한 신규 수요 확보에는 한계가 있다. 내수시장이 작기 때문이다. 영국의 경우 디자인 산업 총 매출의 18.6%를 해외에서 발생시키고 있는데 반해 우리는 3%가 채 안 되며 수출 대상국도 중국이 70%를 차지하고 있는 실정이다.

영국은 디자인 업계 해외 진출을 돕기 위해 국가별 맞춤형 디자인 수출 지원을 펼치고 있다. 우리도 디자인 유망 시장 개척을 위해 2007년에 처음 시행한 디자인 해외시장개척단 운영과 2008년부터 시행하고 있는 100%디자인전 등 해외 유명 전시회 한국관 참가를 대폭 확대하고 좀더

정치한 국가별 맞춤형 디자인 수출 지원책을 마련할 필요가 있다. 그리고 해외 한인 디자이너 네트워크를 구축·활용함으로써 해외 진출 시 시행착오를 줄여야 할 것이다.

## 디자인 사업 대가 기준을 마련하자.

디자인 산업을 육성하기 위해서는 그 주체인 디자인 전문회사와 디자이너들의 비즈니스를 도와줄 수 있는 산업 기반을 갖추는 것이 무엇보다 중요한데 그 중의 하나가 디자인 사업 대가 기준이라고 할 수 있다.

디자인 사업 대가 기준은 디자인 사업자, 즉 디자인 전문회사나 프리랜스 디자이너가 제공하는 디자인 서비스에 대해 발주자가 지급하는 대가를 말한다. 일반 상품은 그 품질을 사전에 알 수 있으므로 가격 경쟁이 가능하지만 디자인 사업의 경우 소비자가 그 품질을 사전에 알 수 없으므로 능력과 경험을 기준으로 사업자를 선정하고 가격을 결정하는 것이 관행이다.

이것은 외국의 경우도 비슷한데 영국도 디자인 서비스에 대해 디자인 전문회사가 청구하는 요금은 그 회사가 수행하는 기능과 경험에 따라 차이가 난다. 그러나 영국의 경우는 일반적으로 시장에서 통용되는 거래 가격이 있다. 여러 디자인 분야를 통합하여 담당하고 브랜드나 비즈니스 분야에서도 경험을 갖춘 회사의 경우에는 1인 1일당 약 140만 원에서 200만 원의 요금을 청구하고 있다. 또한 프리랜스 디자이너의 경우 약 80만 원~200만 원의 요금을 청구하며 경험이 적은 디자이너의 경우에는 위 금액의 절반 정도의 요금을 청구하고 있다고 한다.<sup>131)</sup>

131) 한국법제연구원, 디자인산업 발전을 위한 법제연구, 2006, pp.203-204

디자인 사업 대가 기준은 적정 대가의 보장을 통해 디자인 서비스의 부실화를 방지하고 디자인 사업에 대한 예정 가격의 작성기준으로 활용하기 위해서도 반드시 필요하다.

따라서 디자인 산업의 육성을 위해서는 관련 기관 또는 단체의 건의를 받아 정부에서 디자인 사업 대가 기준을 정할 필요가 있다. 정부는 이를 기준으로 중앙 정부 · 지방자치단체 · 공공기관 등이 디자인 사업자와 디자인 사업 계약을 체결하는 경우에 대가 기준에 따른 대가를 지급하도록 권장하여 이를 통해 디자인 산업을 보호 · 육성해야 한다.

## 2.3 디자인 R&D 혁신

### 디자인을 통한 과학 기술의 상업화를 지원하자.

현대 사회는 모든 국가로 하여금 과학 기술의 발전을 위해 노력할 것을 요구하고 있으며 우리도 적지 않은 예산을 국가 R&D를 위해 사용하고 있다. 그러나 우리가 과학의 발전을 위해 노력하는 것은 단순히 연구업적만으로 평가받기 위함이 아니라 그 결과를 국가 경제에 활용하기 위한 임무를 잊지 말아야 한다.

과학을 성공적으로 적용시키기 위해서는 새로운 과학을 장려하고 탐구하는 것뿐 아니라 과학적 발견을 활용하는 데에도 자원이 쓰여야 한

다. R&D 과정의 끝까지 새로운 기술에 대한 상업적, 혹은 사회적인 고려를 충분히 하지 못한다면 그 기술은 실패할 확률이 높다. 과학 기술의 잠재적 사용과 시장의 수용성 등에 대한 이해나 전달이 미약하면 이는 잠재 투자기들과 다른 협력자들이 그 이상의 개발을 기꺼이 지원할지의 여부에 영향을 미칠 것이다. 또한 고객, 즉 과학 기술을 포함하는 상품을 사용할 사람들에 대해 깊이 생각하는 기업만이 장기적인 성공을 기대할 수 있다. 결과적으로 사용자를 고려하지 않은 상품이 시장에 진출한다면 그 과학 기술의 확실한 가능성도 보여주지 못하게 되며 상업적으로도 실패할 것이다.

디자인이 R&D 과정의 핵심부에 놓였을 때 잠재적인 최종 사용자, 즉 고객에게 모든 사고를 집중하게 된다. 초기 단계에서부터 디자인 사고와 기술을 사용함으로써 과학 기술 비즈니스는 상품의 어떤 특성이 잠재적 고객과 호응하는지에 대해 새로운 통찰력을 얻을 수 있게 된다. 이 과정은 기업이 과격적인 과학 기술의 혁신을 시도할 때 그 상품이나 서비스의 어떤 점이 시장에서 수용되는지 또 그 기술을 어디에 다양하게 적용할 수 있는지에 대한 확신이 없을 때 특히 유용하다. 디자인은 또한 잠재적인 최종 고객을 상대로 미리, 또 자주 테스트함으로써 기술 혁신에서 비용을 절감하고 위험 부담을 감소시킨다.

따라서 우리에게서 국가 R&D와 디자인을 연계하는 전략이 필요하다. 차세대 성장산업, 미래 유망산업 등의 R&D 진행 과정에 있어 기획 단계에서부터 디자인을 고려해야 한다. 미래의 트렌드를 예측하고 이에 맞는 디자인 개발과 기술 개발을 병행해야 하는 것이다. 과학 기술의 성공적인 상용화를 위해 국가 R&D 예산의 일정 부분을 디자인에 할애해야 할 것이다.



## 디자인 지원 기술을 집중 육성하자.

기술 평준화로 제품 차별화의 요인은 감성과 고품격 프리미엄 디자인으로 전환되고 있어 제품의 가치와 가격을 결정하는 소재, 표면처리, 후가공 기술 등 디자인 지원 기술<sup>132)</sup>이 제품 경쟁력을 결정하고 있다. 이는 소비자가 직접 만나고 사용하는 전자제품과 생활용품에서 특히 중요하며 디자인 소재와 표면처리 기술의 개발이 직접적인 기업 제품 개발의 경쟁력이 되고 있는 상황이다.

바로 이 전자제품과 생활용품이 우리의 수출을 주도하는 제품들이라는 점에서 더욱 디자인 지원 기술에 주목하지 않을 수 없다. 우리나라의 수출을 주도하는 모바일, IT 등 디지털 제품에 있어 전체적인 디자인 경쟁력은 높아지고 있으나 감성과 고품질을 구현하는 디자인 지원 기술이 낙후되어 세계 프리미엄급 제품 생산의 걸림돌이 되고 있는 것이 현실이다.

GE, 듀폰, 머크 등 디자인 선진국의 다국적 기업이 고부가가치 소재 표면처리 기술의 50% 이상을 점유하고 있을 정도로 소재, 표면처리 분야에서의 핵심 기술을 독점화하려는 경향이 전 세계적으로 점점 높아지고 있다.

따라서 우리 기업들의 디자인 경쟁력 확보를 위한 인프라 구축 차원에서 정부의 디자인 지원 기술 육성에 대한 지원이 대폭 확대되어야 한다.

---

132) 일반적으로 디자인 지원 산업이라 하면, 디자인 콘셉트에서 최종 양산제품의 생산에 이르는 디자인 프로세스 상에서 디자인을 최적화할 수 있도록 지원하는 기반 기술로 콘셉트, 소재, 표면처리, 목업, 금형, 평가, 컨설팅, 표준, 인터랙션 등을 말한다.

## 2.4 디자인 교육 선진화

### 다학제 · 융합형 교육을 확대하자.

디자인 산업은 소프트 산업이다. 따라서 디자인 산업 발전을 위해서는 그 어느 인프라보다 인적자원이 중요하다. 우리의 경우 양적으로는 세계 최고 수준에 근접했다는 것이 일반적인 평가이나 상대적으로 질적인 면에서는 개선해야 할 부분이 많다고 지적되고 있다.

우리의 디자인 교육이 공급자 위주의 교육에서 탈피하여 산업의 수요와 변화를 적극적으로 수용하고 실무에 적용 가능한 현장수요부응형 교육을 도입해야 한다는 것이다.

디자인계의 많은 인사들이 현재 하향 평준화되어 있는 디자인 고등 교육 시스템을 혁신하는 데 있어 핵심 키워드로 '다학제 교육'을 언급하고 있다. 디자인 연관 학문 경영, 마케팅, 인문학 및 공학 등을 접목시킨 다학제 교육과정 도입을 통해 다변화된 시대 조류를 선도해나갈 준비를 해야 한다는 것이다.

영국의 디자인 카운슬 또한 최근에 발표한 정책 제언에서 경영인들과 과학자들이 디자인을 이해하지 못하고 연구와 일을 할 때 필수 요소로 활용하지 않으면 영국의 경쟁력에 손실이 있게 되며 그렇기 때문에 대학의 모든 비즈니스, 과학, 공학 과정에서 디자인을 가르쳐야 한다고 언급하고 있다.

현대의 디자인 활동은 심미적인 조형 행위라는 범주를 넘어서서 다양

한 분야에 대한 접근을 요구한다는 점과 디자인 행위가 제품의 기능 향상과 미적 혁신이라는 종합적인 활동으로 구성된다. 그렇기 때문에 디자인은 경영, 공학, 예술 등과 분리할 수 없는 관계를 가지고 있으며 이와 관련된 지식, 절차 등을 흡수하며 발전되어야 한다.

변화하는 산업 수요에 보다 적극적으로 대처하기 위해서는 종합적 시각에서 교육과 비즈니스를 연계할 수 있는 프로그램 개발에 집중해야 한다. 이를 위해 디자인 대학의 교육 구조는 종래의 디자인과 미술 교육 위주의 환경에서 벗어나 경영과 엔지니어링을 통합하고 마케팅에서 생산에 이르는 능력을 습득하는 디자인 교육이 되어야 한다. 또한 비즈니스나 과학, 공학 과정의 교육도 디자인을 가르칠 수 있는 시스템을 도입하여야 한다.

산업과 밀접한 연관이 있는 디자인의 특성을 고려하여 디자인 전담 부서를 두고 있는 지식경제부가 디자인 교육 혁신을 위한 주도적 역할을 하여야 한다. 디자인 교육 체계 점검과 커리큘럼 개발, 산학 연계 등 폭넓은 구상과 가능성 속에서 디자인 교육 혁신을 위한 고민을 다해야 한다.

현재 정부는 한국디자인진흥원을 통해 'Capstone Design'이라는 다학제·융합형 교육 시스템을 운영하고 있다. 향후 이를 보다 확대 실시하여 보다 창의적인 디자인 인재 육성에 힘써야 할 것이다. 21세기 '감성과 경험의 시대'에 다학제·융합형 디자인 교육은 선택이 아닌 필수가 되어야 한다.

## 디자인 조기교육을 강화하자.

창의적 디자인 강국이 되기 위해서는 그 나라 국민이 먼저 창의적이어야 한다. 또한 국민들의 디자인에 대한 안목이 높아야 할 것이다. 그렇다면 우리는 두 가지 과제를 갖게 된다. 첫째, 어떻게 국민을 창의적으로 만들 것인가의 문제와 둘째, 어떻게 대다수의 국민들이 디자인의 중요성을 깊이 인식하고 좋은 디자인을 선별할 수 있는 안목을 갖게 할 것인가의 문제이다.

해외에서 공부하고 있는 우리 디자이너들에 대해 외국의 교수들은 한결같이 말한다. 우리 디자이너들이 좋은 손재주를 가졌다고. 실제로 제품 디자인의 경우 모형을로 만들어진 것을 보면 우리 학생들의 것이 다른 나라 학생들의 것에 비해 깔끔하고 마무리가 잘 되어 있는 경우를 자주 보게 된다. 그러나 항상 지적되는 것이 우리 디자이너들의 창의력이다. 우리 디자이너들의 작품을 한 사람 것만 본다면 훌륭하다고 말할 수도 있을 것이다. 그러나 여러 사람의 것을 한곳에 놓고 보았을 때 어딘지 모르게 비슷한 부분을 많이 발견하게 되고 바로 이러한 부분이 우리 디자이너들이 독창적이거나 창의적이지 못하다고 지적되는 부분인 것이다.

창의력은 몇 번의 교육으로 일순간에 만들어지는 것이 아니다. 따라서 디자인 조기교육의 도입은 국민의 창의력 개발을 위한 필수 조건이라 할 수 있다.

자타가 공인하는 디자인 선진국인 영국의 경우 초등학교부터 디자인 과목 Design & Technology 을 정규 교과목으로 편성하여 교육하고 있다. 이 교육의 목적은 빠르게 변화하는 미래 사회에 자율적이며 창조적인 문제해

결 능력을 기르는 것이다.

21세기에 적합한 창의력과 유연한 사고 개발을 위해 초·중등 교과과정에 미술과 과학을 연계한 통합 디자인 교육을 정규 교과목으로 채택하여 어린이들을 교육시켜야 한다. 이를 위해 디자인 교육 콘텐츠, 교과서, 교안 및 교구 등의 체계적 개발을 국가 차원에서 지원하여야 한다.

## 2.5 디자인 경영 확산

### 디자인 경영 기법의 보급에 주력하자.

21세기는 디자인이 혁신을 주도하는 시대이다. 디자인이 한 국가의 미래를 이끌어나가는 경쟁력의 원천이라 해도 과언이 아닐 것이다.

이처럼 무한 경쟁 시대의 지속가능한 미래 성장동력으로서 '디자인 경영'의 중요성이 부각되면서 이미 한국을 대표하는 글로벌 기업들은 디자인 경영을 선포하면서 디자인을 제품 차별화 및 브랜드 가치 제고의 핵심 요소로 활용하여 세계적으로 디자인 능력을 인정받고 있다.

디자인 경영은 기업뿐 아니라 지방자치단체 등 행정기관과 공공기관 등에서 디자인 역량을 적극 활용하는 경영으로 성과를 극대화함으로써 조직 목표를 달성하는 데 필요한 지식체계를 연구하는 분야이다.

현재 기업 및 행정기관 등 대다수 조직에서는 디자인의 중요성에 대해 총론적으로는 많이들 이해하고 있는 분위기이다. 그러나 경영 과정에서

디자인 역량을 어떻게 활용해야 하는지 등 구체적인 방법론에 대해서는 아직도 그 이해가 많이 미흡한 실정이다. 특히 중소기업에서는 여전히 디자인을 ‘제품의 외관 꾸미기’ 정도로 인식하고 일부 프로세스에 국한된 기능적 활동으로 이해하는 경우가 많다.

디자인 경영에 대해 알아보고자 해도 마땅한 정보가 부족한 형편이며 또한 디자인에 대한 전문적 지식을 해당 기업이나 기관의 상황에 맞게 활용하는 데에는 적잖은 어려움이 있는 것도 사실이다.

기업의 경쟁력 제고뿐만 아니라 우리나라의 국력에 맞는 국가브랜드 향상을 위해서도 디자인 경영 행정의 보급 및 확산이 그 어느 때보다 중요하다. 이를 위해서는 첫째, 디자인 경영에 관한 구체적인 방법을 알기 쉽게 성공사례 위주로 정리하여 기업, 공공기관 및 행정기관에 보급해야 한다. 둘째, 디자인 경영의 지식 체계화를 위해 대학의 디자인 또는 경영 관련 부문에 디자인 경영학과 설치 또는 강의 과목 개설을 활성화해야 한다. 셋째, 조직 내에서는 최고 경영자의 디자인에 대한 높은 관심이 무엇보다 중요하며 이와 아울러 조직에 디자인 전담 부서를 설치하고 최고 디자인 임원 Chief Design Officer을 두어 총괄 관리하는 시스템을 구축해야 한다. 마지막으로 관련 학회나 협회 그리고 민간 법인 설립을 권장하고 지원하여 디자인 경영 보급의 동력으로 활용할 필요가 있다.

## 2.6 디자인 문화 확산

### 체험형 디자인 문화를 구현하자.

한 나라의 디자인 수준은 국민들의 디자인에 대한 이해도와 밀접한 관련을 맺고 있다. 좋은 디자인을 선별할 수 있는 국민들의 안목에 따라 국가의 디자인 수준이 좌우되기 때문이다. 이에 따라 그 동안 정부는 디자인의 중요성을 널리 알리기 위해 국제 행사 유치, 디자인의 날 선포, 각종 전시 및 세미나 개최 등 다양한 디자인 행사를 개최해왔으며 언론 및 방송을 통한 홍보도 게을리 하지 않았다.

하지만 일반인 대상의 디자인 저변 확대를 선진국형으로 하기 위해서는 매스컴을 통한 디자인 홍보 강화와 행사 중심의 진흥 방식이 아닌 시민들의 생활 속으로 깊이 파고들 수 있는 디자인 박물관과 같은 체험 공간이 필요하다. 국내 디자인 문화 시설로는 개인 선문대 박임종 교수이 사재를 털어 마련한 근현대디자인박물관, 예술의 전당 내에 위치한 한가람디자인미술관, 코리아디자인센터 내 디자인체험관 및 전시관 등이 전부이고 그나마 대중적 인지도도 낮은 실정이다.

실현가능성을 고려할 때 우선 우리나라 디자인 발전의 주무부처를 자임하는 지식경제부의 힘이 미치는 디자인체험관을 먼저 활성화하는 것이 필요하다. 현재의 시설을 보강하여 어린이들의 디자인에 대한 흥미와 재미를 직접적으로 유발하기 위해 디자인의 원리, 색, 감성 소재 등을 직접 작동하고 만져볼 수 있는 기능 Hands-on을 강화해야 한다. 그리고 디자인의 개념과 역할뿐 아니라 디자인 프로세스를 경험할 수 있도록 해답을

언는 과정을 능동적으로 체험케 함으로써 디자인에 대한 지적 이해를 통한 상호작용을 강조하는 기능 Minds-on을 강화할 필요가 있다.

또한 아이들뿐 아니라 청소년과 성인들의 디자인 안목 제고를 위해 디자인 박물관 건립을 제안한다. 영국의 디자인 뮤지엄이나 빅토리아앤알버트 뮤지엄 Victoria & Albert Museum과 같은 디자인 문화 시설 건립을 통해 국내외 우수 디자인 체험과 우리나라 디자인 유산 보존에 기여하길 원한다. 이를 통해 한국적 이미지가 담긴 대한민국 명품 브랜드의 탄생이 앞당겨지길 간절히 바란다. 영국의 관광 명소 중 하나인 테이트 모던은 템즈강변의 화력발전소를 리모델링한 문화 자산이다. 칙칙한 구 시대의 유물이 소프트한 자산으로 성공적으로 변신한 사례인 것이다. 우리도 한강변의 당인리 화력발전소가 디자인 박물관, 창작소, 서점 등이 들어선 디자인 문화 복합공간으로 하루 속히 재탄생되길 기대한다.

## 2.7 디자인의 사회적 역할 강화

### 디자인으로 공공 서비스를 개선하자.

최근 들어 디자인과 디자이너들의 사회적 역할에 대한 수요가 증가하고 있다. ‘Sustainable Design’, ‘Universal Design’ 등의 개념은 아마도 이런 사회적 요구에서 비롯된 것이 아닌가 싶다. 그 중에서도 디자인을 통한 공공 서비스의 개선을 언급하고자 한다.



공공 서비스는 사용자의 필요를 중심으로 개발하지 않으면 실패한다는 점에서 사용자 니즈를 충족시키는 것이 기본인 디자인이 공공 서비스를 개선하는 데 최적의 수단임은 두말할 나위가 없다.

디자인을 통한 공공 서비스 개선의 예를 들면 다음과 같다. 영국의 디자인 카운슬과 혁신대학기술부는 중등학교 커리큘럼 안내문을 재디자인하는 사업을 추진했다. 이는 학부모를 염두에 둔 것으로 이들이 자신의 아이들이 무엇을 배우고 있으며 왜 배워야 하는지를 이해할 수 있도록 한 것이다. 이전의 문서는 비전문가인 사용자의 관심을 전혀 고려하지 않은 잘못된 레이아웃을 가지고 있었다. 재디자인 결과 접근성이 향상된 문서가 탄생하였고 학부모들은 자녀들의 교육과 교육 시스템에 보다 잘 관여할 수 있게 되었다.

이와 유사하게 영국에서는 거리 범죄를 줄이거나 환자의 안전을 강화하기 위해 병원 디자인을 점검하는 것과 같이 다양한 목적을 달성하는 수단으로 디자인을 활용하는 사업들을 전개하고 있다. 디자인을 통한 범죄 예방 사업은 거리 조명에서부터 쓰레기통 디자인과 자동차 디자인에 이르기까지 모든 문제들을 검토하였으며 환자 안전을 위한 디자인은 환자들의 자해나 의료진의 우발 사고 등을 줄이기 위한 병원 디자인에 관한 내용이었다.

아마도 정부가 디자인을 진흥하는 방법 중에 가장 효과적인 방법은 정부가 디자인을 어떻게 활용하는지의 사례를 직접 제시하고 디자인 서비스 구매를 통해 디자인을 진흥하는 방법일 것이다. 그러나 대다수 정부기관 및 공무원들은 디자인의 가치를 이해하지 못하거나 이를 활용하는 데 매우 서툴다.

따라서 우선 공무원을 대상으로 하는 디자인 교육을 시행하여 디자인

에 대한 공무원들의 의식을 개선하고 어떻게 디자인을 활용할 것인가의 방법론을 제시하여야 할 것이다.

또한 공공 서비스를 최종 사용자 중심으로 재설계하는 것은 혁신 과정의 심장부에 디자이너들을 배치함을 뜻하며 적절하고 효과적인 해결책을 도출하는 데 반드시 필요하다. 따라서 이를 위한 정부의 지원이 뒤따라야 한다. 이는 지식경제부의 명칭에 부합하는 공공 디자인 개선 사업임에 틀림없다.

공공 서비스에서 디자인 주도적 접근방식은 현대 사회의 요구에 부응하고 미래에도 받아들여질 수 있는 혁신적이고 새로운 서비스의 전개를 가능케 할 것이다.

## 녹색 성장, 디자인 단계부터 실행하자.

십여년 전 타계한 저명한 디자이너 브루노 무나리<sup>1907-1998</sup>, 이태리는 이 세상에서 오렌지만큼 훌륭한 디자인이 없다고 했다. 보관이 용이할 뿐 아니라 손으로 쉽게 까서 먹을 수 있으며 껍질은 흠속에서 씹으니 재활용을 위한 고민이 필요 없다는 것이다.

요즘처럼 자원과 에너지 소비가 많은 시대에는 다소 엉뚱한 얘기로 들릴지도 모른다. 천정부지로 치솟던 국제 유가가 안정세를 보이고 있지 만 여전히 우리 경제에 부담으로 작용하고, 부존자원 없이 주요 에너지를 대부분 해외에 의존하고 있는 우리나라 현실을 감안하면 한번쯤 곱씹어 볼만한 얘기다.

특히 대통령이 '녹색 혁명'을 국가의 새로운 성장동력으로 제시할 정

도로 친환경 기반의 성장 추구는 우리의 미래와 직결되는 중요한 이슈가 되고 있다. 정부는 새로운 국가 비전 실천을 위한 정책 개발에 몰두하고 기업 역시 친환경이라는 새로운 산업 패러다임에 맞게 기업 시스템을 바꿔나가고 있다. 이러한 때에 녹색 성장의 핵심을 디자인에서 찾아보는 것도 매우 의미 있는 일이라고 생각한다.

디자인은 제품이나 도구, 기계뿐만 아니라 도시 환경, 건축물 등 우리가 사용하거나 삶과 직·간접적으로 연관되는 모든 분야와 관련이 있다. 따라서 디자인 행위는 생태계 및 환경, 인간 생활 특히 에너지 소비에 매우 직접적이고 커다란 영향을 미친다.

제품을 디자인할 경우를 예로 들어보자. 디자이너가 제품을 디자인할 때는 보통 제품의 소재에서부터 제조 과정, 포장, 수송, 폐기 등 제품의 생명주기를 모두 염두에 두고 디자인을 한다. 이 과정에서 디자이너가 어떤 재료를 사용하여, 어떤 방법으로 제작하고, 완제품을 어떻게 포장할 것인가를 결정한다. 선진국뿐만 아니라 국내 일부 기업에서는 이미 설계 단계부터 자원과 에너지 효율을 제고하고, 유해물질 사용 억제, 생산부터 폐기까지 환경 영향 등을 평가하는 ‘에코디자인 Eco Design’ 시스템을 도입·시행하고 있다.

요즘 이슈가 되고 있는 도시환경 등 공공 디자인 분야도 개발 초기 단계부터 에너지 효율을 고려한 친환경 디자인 Green Design에 나서야 한다.

세계적으로 보면 이미 건축 디자인 분야에서 에너지 절감을 위한 연구가 활발히 진행되어왔다. 그 중에서도 1991년 최초로 건축물에 대한 친환경인증제도 BREEAM를 도입한 영국이 대표적이다. 특히, 영국에서 2002년 완공된 ‘탄소 제로’ 친환경 주거단지인 ‘베드제드 BedZED’에서는 태양광 패널, 자동차용 태양광 전지 충전소, 자체 열병합발전소 등이 유기적으

로 디자인된 에너지 관리 시스템 덕분에 일반 주택 전기 사용량의 56%를 절감하고 있다. 지구 생태계 보존, 인간과 자연과의 공존을 추구하는 지속가능 디자인 Sustainable Design의 모범 사례로 평가받고 있다.

이제 디자인이 단순히 제품의 부가가치를 높이고 기업의 이윤을 극대화시켜주는 도구로만 사용되는 시대는 지났다. 선진국의 대다수 디자이너와 기업들은 고유의 친환경·고효율 에너지 디자인 프로세스를 수립하여 추진하고 있다. 우리나라는 전체 에너지의 97%를 해외에서 수입하는 대표적인 에너지 수입국임에도 불구하고 '탄소 경제' 체제를 벗어나기 위한 노력은 매우 미흡하다.

환경 및 에너지 문제는 앞으로 더 심각해질 수밖에 없다. 환경을 파괴하고 에너지 소비를 부추기는 디자인은 우리의 미래를 병들게 할 뿐이다. 이에 친환경·저에너지 디자인의 확산을 위해 에너지 소비와 환경 파괴를 줄이는 '친환경 디자인 운동'을 디자이너들과 기업 경영자들에게 제안한다. 지속가능한 환경 만들기에 대해 고객을 설득하고 기업에 대해서는 대안적 소재의 개발과 친환경·저에너지 디자인 및 생산 과정의 확산을 유도하는 것이다.

요즘 세계 디자인계의 키워드 중의 하나는 '지속가능 디자인'이다. 앞서 말한 에코 디자인과 그린 디자인을 포함한 개념이다. 향후 10여 년간 계속될 것이라고 세계 유명 디자인 연구소들이 내다보고 있다. 지속가능 디자인이야말로 건강한 환경을 후대에 물려줘야 할 이 시대 기업 경영자와 디자이너들이 실천해야 할 과제이다.

## 참고자료

### ■ 국내자료

1. 교육과학기술부, 2007 교육통계, 2007
2. 금진우, 디자인정책의 발전 방향에 관한 연구, 대전대학교 대학원, 2000
3. 김경수, LG 경영을 디자인하라, 파이낸셜뉴스, 2008년 9월 30일자
4. 김태년 외 3인, 21세기 혁신코드 디자인, 2005 정기국회 국정보고서, 2005
5. 남주현, 디자인산업의 정의와 범위, 2007 디자인대토론회 정책연구보고서, 한국디자인진흥원, 2007
6. 대한상공회의소, 성공 디자인(Design) 경영 실체와 과제, 2005
7. 산업경제팀, 한국, 지난해 자동차 생산 세계 5위 기록, 경향신문, 2008.2.18
8. 안해균, 정책학원론, 다산출판사, 1997
9. 이윤경, 문화적 관점에서 본 디자인 산업 정책 개발, 한국문화관광정책연구원, 2006
10. 정경원, 디자인 전략의 모방자에서 선구자로, 디자인학연구 58, 2004
11. 정경원, 사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2003
12. 조동성 · 이동현, 디자인, 디자인산업, 디자인정책, 디자인하우스, 1994
13. 지식경제부, 제4차 디자인진흥종합계획, 2008
14. 제주발전연구원, 제주 디자인 산업 구축을 위한 제주디자인센터 설립방안, 2008

15. 최성운, Design · 디자인, 조형사, 2001
16. 통계청, 서비스업 조사자료, 2006
17. 한국디자인진흥원, 2005년 디자인혁신기술개발사업 성과분석, 2006
18. 한국디자인진흥원, 2007년 디자인기술개발사업 성과분석, 2008
19. 한국디자인진흥원, 2007 디자인센서스, 2008
20. 한국디자인진흥원, 조사DB 신 분류체계 연구, 2004
21. 한국디자인진흥원 · 인터젠컨설팅, 국가 디자인정책 포트폴리오 개발, 2006
22. 한국디자인진흥원 · 한국디자인학회, 디자인기술 분류체계, 2002
23. 한국디자인진흥원 · KAIST, 디자인진흥기관 역할모델 개발, 2006
24. 한국법제연구원, 창의적인 디자인강국 구현, 2008
25. 홍상희, 디자인영역 분류체계, 2007 디자인대토론회 정책연구보고서,  
한국디자인진흥원, 2007
26. H. Alpay ER, Does Design Policy Matter?: The Case of Turkey in a Conceptual Frame  
work, 성남국제디자인포럼 2002 결과보고서, 2002
27. Ilpo Santala, 핀란드의 디자인, 2004 광주 국제 디자인 컨퍼런스, 광주광역시
28. John Naisbitt, A Visual Culture is Taking over the World, 2007 대토론회 Keynote  
Speech, 한국디자인진흥원, 2007
29. KOIRA 상하이 무역관 내부 보고 자료, 2007.11.19

## ■ 외국자료

1. Alvin Toffler and Heidi Toffler, Revolutionary Wealth, 2006
2. APCI, L'offre de design en France, 2002
3. British Design Innovation, British Design Industry Valuation Survey 2003 to 2004, 2004
4. Bruce Tether, Evaluating the Economic Impacts of Design, 2005, 2005.1  
프랑스 APCI 주최 컨퍼런스 발표자료
5. Center for Business Research, Manchester Business School, International Evidence on Design, 2005
6. DCMS, Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin, 2009
7. Design Council, Design a New Design Industry: Design Skills Consultation, 2006
8. Design Council, Design Index: The Impact of Design on Stock Market Performance, 2004
9. Design Council, The Business of Design Industry Research 2005, 2005
10. Design Council, Design Around the World, 2008
11. Designium, Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions, 2003
12. Designium, Global Design Watch 2008, 2008
13. Department of Innovation Industry & Regional Development, Developing Victoria's Design Capability, 2003
14. Elizabeth D Tunstall, Mapping the Design Policy Landscape, SEEdesign Bulletin Issue 5, 2007

15. JDF, Asian Design Information Database, 2008
16. J. Moultrie & F. Livesey, International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, University of Cambridge, April 2009
17. John Heskett, Toothpicks and Logos Design in Everyday Life, Oxford University Press, New York, 2002
18. Prensela Foundation, Design in the Creative Economy, 2005
19. SVID, 10 Points Attitude, Profitability and design maturity in Swedish Companies, 2004
20. Takeshi Hirose, Design Policy of Kansei, 2008 (JDF 주최 ADNC 2008 발표자료)
21. Trade & Partners UK, Design Fact-Finding Mission to Japan Report, 2002
22. Tom Peters, Re-imagine!, Darling Kindersley Limited., 2003, p.143
23. Ray Holland, Design Management Strategy of Future-driven Era, 2007,5 (홍익대 IDAS 방문 강의자료)



## 디자인 정책 21세기 국가 선진 전략

<b>인쇄</b>	2009. 10.
<b>발행</b>	2009. 10.
<b>발행인</b>	박현덕
<b>발행처</b>	세계디자인경영연구원
<b>주소</b>	서울시 양천구 목동 917-9 현대41타워 2610호
<b>전화</b>	02,3443-7330
<b>팩스</b>	02,515-3949
<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.glodas.com">http://www.glodas.com</a>

ISBN 978-89-963327-0-1

Copyright©2009GLODAS

이 책에 실린 모든 글과 이미지는 저작권법에 따라 보호받으며 무단 복제나 도용을 금합니다.