

Design Korea, Korean Power

열린 마음으로 정성을 다하여 즐겁게 일하자

디자인 지식정보 보고 I

2006. 7. 20(목)

K I D P

www.designdb.com

목 차

I. 한국 디자인 진흥사	1
II. 디자인의 중요성	3
1. 디자인·문화 중시로의 패러다임 변화	3
2. 기업의 디자인경영 중시 확산	4
3. 디자인은 기술대비 효과적 투자 수단	5
III. 주요국의 디자인정책	6
1. 선진국의 디자인산업 동향	6
□ 영국, 일본, 유럽	
2. 후발국 및 경쟁국의 디자인산업 동향	7
□ 싱가포르, 대만, 중국	

I. 한국 디자인 진흥사

1950년대 : 공예산업 부흥기

- 디자인개념의 개화기로서 전후 복구사업의 일환으로 수공예 산업 장려
- 한국정부와 미국 국제협력처의 공동 출자로 한국공예 시범소 설치운영
- "응용미술"이라는 이름으로 디자인교육 시작

1960년대 : 디자인의식 태동기

- 수출입국을 구호로 주로 경공업 제품 수출을 본격화
- 공산품의 수출증대를 위한 "응용미술"의 중요성 강조: "미술 수출"
- 정부차원에서 수출 상품의 디자인 및 포장 진흥방안 강구

1970년대 : 디자인·포장진흥기

국가주도의 디자인·포장 진흥기관 탄생/ 디자인관련 협회의 설립과 기업의디자인 활동

- 한국디자인포장센터(KDPC)설립으로 본격적인 디자인진흥활동 전개
- 가전 및 자동차 산업에서 고유 디자인개발 시작
- KDPC의 ICSID, Icograda 가입 등 디자인국제교류 본격화

1980년대 : 굿디자인 인식 확산기

디자인 진흥기관의 활성화/ 굿디자인 제도 신설

- 디자인의 중요성에 대한 국민적 공감대 형성
- 디자이너 등록제도, 디자이너 해외 유학 등을 통해 우수 전문인력 공급
- 국제교류를 강화하여 해외 최신 정보자료 수집 및 기술 습득
- GD 마크제 실시로 우수디자인제품 개발 장려

1990년대 : 디자인산업 조성기

한국산업디자인진흥원(KIDP) 출범/ ICSID 이사국 진출,
세계그래픽디자인대회/ 세계산업디자인대회 유치

- 소득 1만달러 시대를 맞아 국가적 디자인 진흥 프로그램 수립: 세계화 추진 위원회의 "디자인산업 세계화방안" 마련 및 산업디자인진흥대회 개최
- 정부의 디자인진흥 전담부서 설치 및 디자인 국제교류의 확대
- 지역별 디자인활동 확대 및 디자인 교육 프로그램 증가

2000년대 : 디자인 세계화 추진기

디자인산업 생태계의 중심지, 디자인코리아 운동 전개

- 코리아디자인센터의 건립에 따른 디자인진흥 인프라 재정립
- 디지털시대의 디자인진흥 활성화 도모를 위해 KIDP가 'Korea Institute of Design Promotion'으로 개명
- Icofrada Millennium Congress, Oullim 2000 Seoul 및 ICSID 2001 SEOUL 개최로 디자인산업 세계화 기반 조성

II. 디자인의 중요성

1 디자인(감성) · 문화 중시로의 패러다임 변화

□ 21세기 감성의 시대를 맞아 감성과 문화를 기반으로 한 소프트 산업이 유망분야로 급부상

○ 세계적으로 주목 받는 글로벌 일류기업들은 대부분 혁신적 디자인, 창조적인 브랜드 이미지 등 차별화 된 소프트 경쟁력을 보유

“디자인, 브랜드 등 소프트 경쟁력을 강화해 기능과 기술은 물론 감성의 벽까지 모두 넘어서야만 품격 높은 명품을 만들 수 있다” - 삼성 이건희 회장

“디자인은 인간이 만든 창조물의 중심에 있는 영혼” - 애플 스티브 잡스

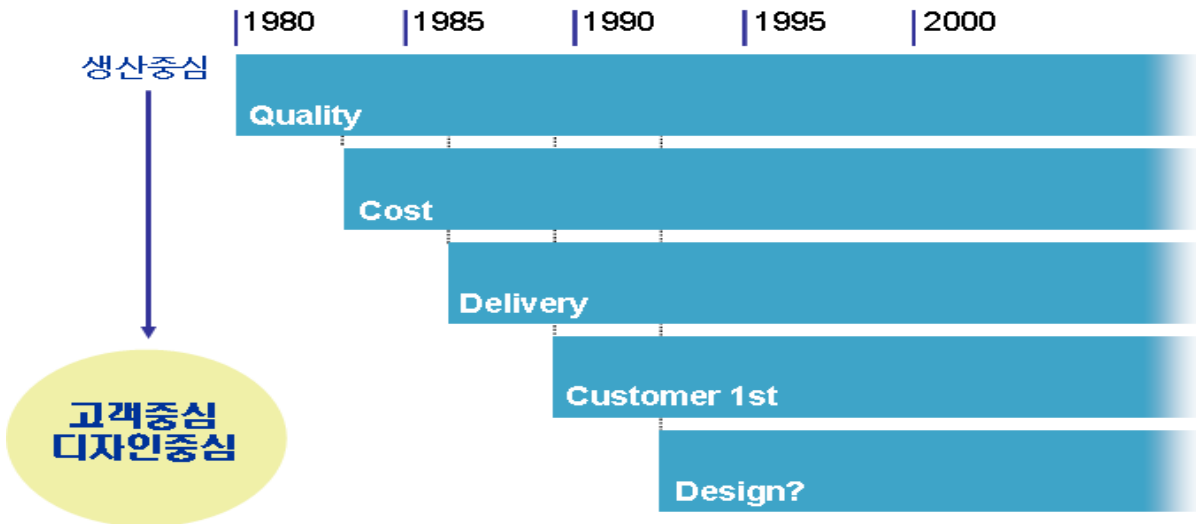
□ 기업들이 이제까지 선진국과의 기술격차 축소에 주력 했다면, 앞으로는 디자인 등을 통한 감성 측면 강화에 주력해야 함

* 21세기 ‘기술+감성’시대 진입 (기술과 감성의 융합시대, SERI, 2003년)

시대구분	생산 (70~80년대)	기술 (90년대)	기술+감성 (2000년대)
소비자 니즈	단순 · 획일	신제품 · 고기능 선호	차별성 · 감성 중시
구매결정의 요인	가격, 품질, 대량확보, 다품종	소형(대형), 고기능, 디지털, 친환경	디자인, 사용편의성, 복합화, 컨셉, 색상, 매력과 브랜드이미지
기업 대응	대량생산과 원가절감	기존 기술 고도화와 첨단 신기술 개발	소프트 강화를 통한 고객감성 포착 사업종 기술 접목
업종 사례	의류, 제지	메모리, 신약, 대형 평면 TV	향기나는 자동차 슈얼리 휴대폰

2 기업의 디자인경영 중시 확산

□ 기업 가치창출의 패러다임 변화



□ 최근 디자인경영이 재계의 화두로 떠오른 가운데 삼성전자와 LG전자가 디자인 글로벌 No.1을 위해 적극 나서고 있음

○ 삼성전자는 '03년 이후 디자인연구인력 50% 확대하였으며, LG전자의 경우 2010년까지 디자인연구인력 700명 이상으로 확대 예정

* '05년 디자인연구인력 현황: 삼성 450명, LG 500명

□ 세계 굴지의 기업들도 경영난 타개를 위해 디자인에 올인하여 성공

○ P&G는 2000년부터 대폭적인 구조조정에도 디자인인력 확대 및 디자인전략 담당 부사장을 영입을 통해 2002년 이후 연평균 매출 13% 성장을 기록

○ 애플 컴퓨터는 기업위기 가운데, 독특하게 디자인된 “iMac” 컴퓨터 개발을 통해 매출액 17억 달러를 기록하여 기업 회생에 성공

3 디자인은 기술대비 효과적인 투자 수단

□ 최근 영국의 디자인카운슬이 발표한 디자인과 주식가치의 연관 관계 분석을 보면 디자인은 기업의 경쟁력 강화에 크게 기여

○ 영국FTSE 100 지수 동향 추적조사 결과 디자인중심 기업의 주식가치는 1994 ~ 2004년 동안 200% 상승

□ 디자인의 투자 대비 회수 효과 및 미래 전망에서는 디자인이 기술보다 효과적인 투자 수단

○ 디자인개발투자의 매출증대 효과

구분	디자인 투자액	증대효과	효과
전체 매출 증대효과	16,956 백만원	699,957 백만원	41.3배
신상품 매출 증대효과	14,658 백만원	410,130 백만원	30.0배
개선상품 매출 증대효과	2,298 백만원	289,826 백만원	126.1배
수출 증대효과	12,682 백만원	164,924 백만원	13.0배

* 출처: 2005년 디자인혁신기술개발사업 성과분석, 2006. 3

○ 기술개발과 비교시 디자인개발은 상대적으로 높은 상품화율(응답업체의 74.9%)을 기록하고 있음

- 상품화율은 산업기술개발사업 59%, 특허기술개발사업 20%, 연구기관과 대학의 개발기술 10% 수준임
- 디자인혁신기술 개발사업 참여기업의 평균 디자인 개발비는 36백만원 수준으로 기술개발비 보다 월등히 낮은 수준

Ⅲ. 주요국의 디자인정책

1. 선진국의 디자인산업 동향

영국, 일본 등 선진국은 일찍부터 국가주도로 다각적인 디자인 진흥정책을 수립해 추진하고 있으며, 특히 영국은 국가 지도자들이 디자인진흥을 위해 강력한 리더십을 발휘하고 있고 기업들은 매출액의 3%를 디자인분야에 투자할 정도로 산·관 모두 디자인을 통한 국가경쟁력 확보에 주력

□ 영국

- 1994년 디자인진흥기구인 디자인 카운슬의 설립, 대처 수상의 디자인진흥회의 주재, 세계 최초의 디자인박물관 건립, '창조적인 영국 만들기' 사업추진, 밀레니엄제품선정, 비즈니스 링크 창설 등을 통해 디자인산업을 진흥하고 있음.
- 특히, UK Trade & Investment(영국 무역투자청)을 통해 해외 시장 정보 조사, 현지 파트너 연계, 각종 해외 전시회 참가 지원 등 디자인서비스 수출을 적극 지원하고 있음.
- 최근 학교, 병원, 교통수단 등 공공시설에 대한 대대적인 리노베이션 프로젝트와 맞물려 공공디자인 영역이 급속하게 확대되고 있음.
- 2002년 현재 영국 디자인산업 규모는 53조원 수준으로 GDP의 2.8%를 차지하고 있으며, 2004년 디자인회사의 전체 매출액은 5조 4천억원에 이르며, 이 중 해외수출액은 7천억 규모로 추산.

□ 일본

- 일본의 디자인진흥은 중앙 정부(경제산업성), 민간 디자인진흥기관(일본산업디자인진흥회, 일본디자인재단), 지방디자인센터라는 세 축을 중심으로 이뤄지고 있음.

- 전국적 디자인 진흥 및 조율기능은 일본산업디자인진흥회가, 지역 디자인진흥은 지역별 디자인센터가, 국제협력 및 해외진출은 일본디자인재단이 담당하는 등 디자인진흥에 있어 명확한 역할 구분
- 지역의 경우, 나고야, 요코하마, 나가오카시 등이 디자인도시 선언을 하고 각 지자체별 지역디자인센터가 설립되어 지역별 특화산업과 연계한 지역 디자인전략을 추진 (전국 32개 자치단체 58개 디자인진흥 기관 활동)

□ 유럽

- 덴마크 노르웨이 스웨덴 핀란드 등 유럽 선진 국가들은 2005년을 디자인의 해로 선포하고 디자인 교육, 디자인 개발, 디자인 네트워크 구축, 산학연계 시스템 구축, 디자인 연구 등의 프로젝트를 진행함으로써 강력한 디자인 생활문화 전통을 산업화하려는 노력을 전개
- 2005년 9월에는 스웨덴, 덴마크, 핀란드 삼개국 연합으로 세계디자인대회를 개최하는 등 세계적 디자인리더십 확보를 위한 국제 홍보활동을 강화하는 추세

2. 후발국 및 경쟁국의 디자인산업 동향

우리나라보다 다소 디자인수준이 낮은 것으로 평가되는 대만, 중국 등도 디자인을 선진국 진입의 원동력으로 활용하고자 정부차원에서 적극적으로 정책을 수립해 추진하고 있음.

□ 싱가포르

- 싱가포르 정부는 3년 전 디자인관련 조직을 새로이 정비하고 정보통신부 산하에 디자인카운슬을 설립하여 싱가포르를 디자인의 허브로 만들기 위한 다양한 노력을 전개 중
- 세계건축가연맹(IFAI)의 본부를 싱가포르에 유치한 한편, 10여년간 전

문가들이 참여하는 전시와 세미나를 중심으로 '보여만 주던' 단조로운 디자인 행사를 개선하여 디자인 프로세스를 '이해하는' 컨셉 중심의 디자인 페스티벌을 2005년부터 개최하기 시작

- 2009년 세계산업디자인대회 개최를 통해 디자인의 중흥기를 꾀하고 있음.

□ 대 만

- 대만 제품의 디자인, 이미지, 품질향상을 목표로 한 5개년 계획을 다각적으로 수립해 추진한 바 있음 (1988~2001)
- 대만 디자인의 세계화 및 글로벌 디자인 네트워크 구축을 위해 뒤셀도르프, 밀란, 도쿄, 샌프란시스코 등에 해외 디자인 센터를 설치·운영 중
- 2004년 2월에는 국가차원의 디자인진흥기관인 대만디자인센터를 설립, 대만 제품의 세계화와 글로벌 디자이너 양성을 목적으로 500명의 엘리트 디자이너 양성, 20개의 글로벌 브랜드 육성 및 디자인산업 규모 1조원으로 확대 등을 2007년 비전으로 수립하여 추진 중

□ 중 국

- 1979년 중국공업디자인협회 설립을 통해 경제발전의 도구로서 산업디자인진흥활동을 시작하였으나, 국가경쟁력 강화를 위한 본격적인 국가 디자인진흥활동을 전개한 것은 1990년대 중반 이후
- 특히, 전국 25개 성에서는 지방 정부와 민간 기업의 지원 아래 자체적인 산업디자인진흥기관을 세우고 각종 디자인공모전 및 전시, 디자이너 교육, 국제협력 등을 실시하고 있음.
- 2008년 북경 올림픽과 2010년 상해 엑스포 개최를 앞두고 중국 내 산업 및 환경 선진화 사업이 국가차원에서 활발하게 이뤄지고 있으며, 이를 기점으로 중국 산업디자인의 발전도 가속화될 것으로 전망