

산업디자인

INDUSTRIAL DESIGN

97
1988VOL.19

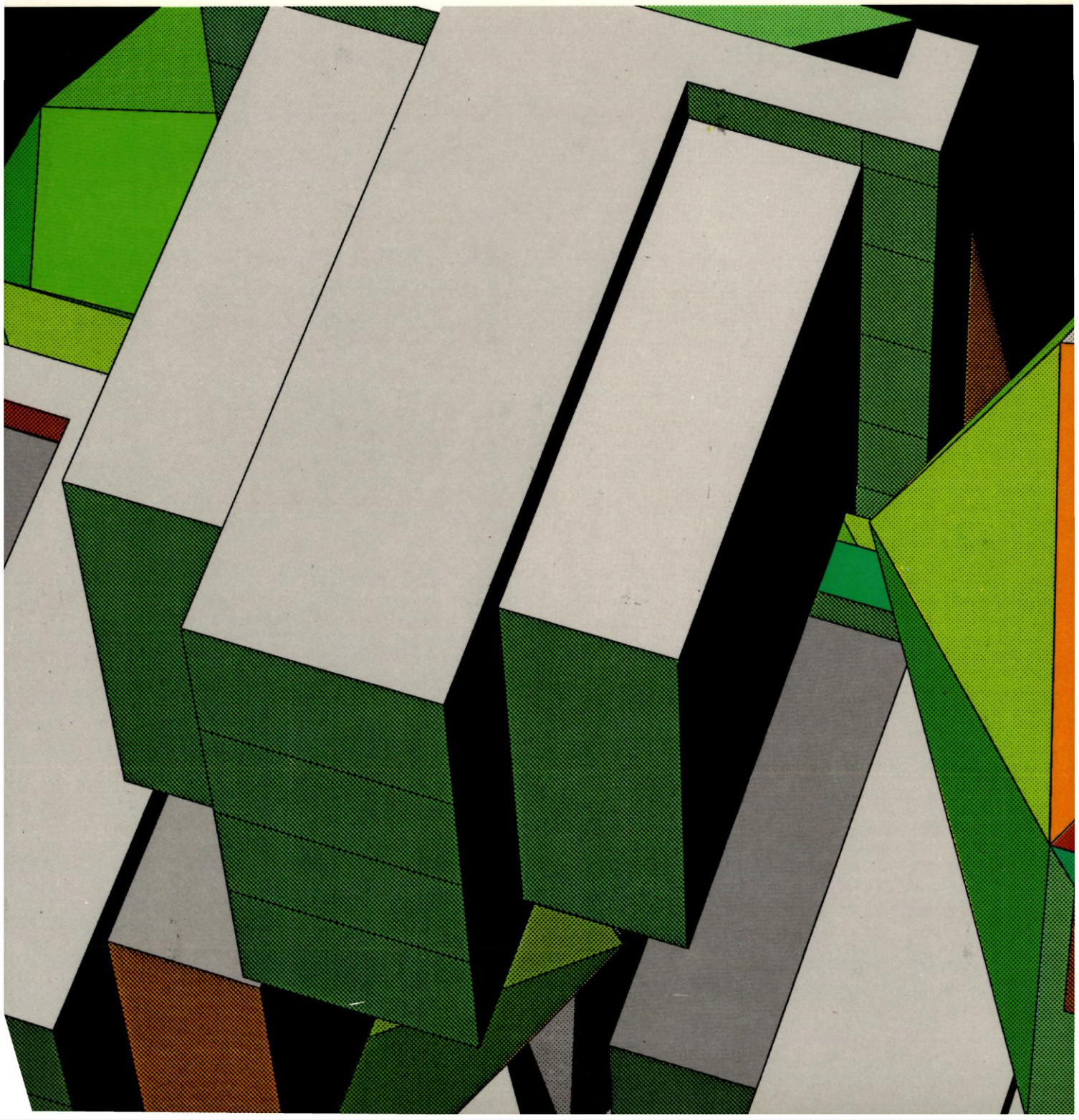
특 집 : 제23회 대한민국 산업디자인 전람회

'88년 우수 디자인 상품 선정제

연구논단 : 한글의 획폭비와 가시거리에 관한 연구

지상중계 : 제3회 JAGDA+KSVD 교류전

국제 세라믹 타일 공모전 수상작



제23회 대한민국산업디자인전의 성공적인 개최를 축하드립니다.



모니터 시스템 (한국과학기술원)



삼성카메라 (삼성원공)



NMR-CT (한국과학기술원)



캠프마스타 (대중공업)



캠프마스타포장박스



샤부드 (에바스)



이너린스



감마필화장품

상품을 비싸게 팔 수 있는 방법.

품 질이나 성능에 있어서 결코 뒤지지 않는 우리의 상품이 해외시장에서 값싸게 팔리는 첫번째 이유로 디자인이 나쁘기 때문이라는 지적이 있습니다.

이제 값싸고 수출하던 시대는 지나가고 있습니다. 똑같은 재료에 똑같은 노력을 들인 상품을 더 값싸게 팔아서 부가가치를 높이고 원화의 평가절상에 대처할 수 있는 방법으로는 디자인 개선이 첫째입니다. 허만칸 박사나 사세휘박사의 예언이 아니더라도 우리나라 사람의 머리와 손재주라면 뛰어난 품질과 우수한 디자인으로 다가오는 태평양시대에서 선두주자가 될 수 있습니다.

디 자인에 조금만 더 투자해서 세계 제1의 상품을 만드십시오. 저희 홍인디자인이 정성을 다하여 도와드리겠습니다.

저희 홍인디자인그룹은 1977년 창업한 종합디자인회사로서 그동안 많은 기업의 제품디자인, 포장디자인, 캐털로그제작을 맡아 철저한 시장조사에 기초를 둔 뛰어난 디자인전략으로 상품의 성공적 판매에 기여하였습니다. 예를 들자면 (주)에바스의 화장품시장진출을 위한 최초제품디자인전략으로 당시 업계에서 꺼리던 블랙라인의 디자인을 과감히 도입하여 시장공략에 성공하였고 과학기술원의 조장희박사팀이 개발한 초전도단층촬영기, 삼성카메라, 금성산전연구소의 바코드시스템등 최첨단 상품의 디자인을 성공적으로 수행하여 디자인 능력을 인정받은 바 있습니다.

상품의 디자인뿐만 아니라 제품의 이름짓기, 포장디자인, 캐털로그나 포스타제작등이 포함된

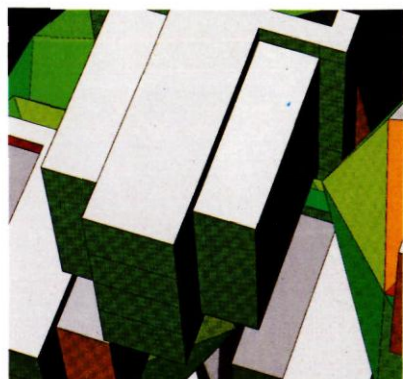
BIP 작업과 기업의 CIP 작업등 고도의 디자인전략이 필요하시다면 지금 곧 779-2139나 2510으로 전화로 하셔서 아트디렉터인 김영택사장이나 오우훈차장을 찾아주십시오.

 Design and Marketing Consultants Group
홍인디자인그룹
Hong-in Design Group
서울 중구 을지로 2가 195-8 서정빌딩 5층
중앙우체국사서함 10093호
TEL: (02) 779-2139, 2510, 776-3185,
FAX: (02) 755-7508

목 차

Contents

특 집	제23회 대한민국 산업디자인 전람회 The 23rd Korea Industrial Design Exhibition		4
	● 제23회 대한민국 산업디자인전 수상작		5
	● 심사총평	백태원	17
	● 수상작품 제작 후기 및 심사평	오국영·권혁방 외	18
	'88년 우수디자인 상품 선정제 1988 Good Design Products		30
	● '88년 우수디자인 상품 선정제 개요		31
	● 심사총평	이우성	32
	● 선정작품		33
연구 논문 단	한글의 획폭비와 가시거리에 관한 연구 The Study on Stroke Width-to-Height Ratio and Reading Distance of the Korean Character	최동찬·박영택	48
	디자인 정보	ICSID 1985 ~ 1987 활동 보고서 ICSID Executive Board Report 1985 ~ 1987	편집실
기획 연 재	세계 유명상품 디자인사 Design History of World Famous Products	편집실	58
지 상 중 계	제3회 JAGDA + KSVD 교류전 The 3rd JAGDA + KSVD Exhibition		60
	국제 세라믹타일 공모전 수상작 The International Design Contest for Ceramic Tiles		66
디자인 뉴스	디자인 동서남북 Design News		69
디자인 자료	도요다 자동차 디자인사 III Design History of Toyota Motor	마사오 모리모토	74
	국내외 디자인 관련 정보자료 Latest Information on Industrial Design	편집실	81
기 타	내용색인 Index		88



금세기 과학 문명의 총아라 할 수 있는 컴퓨터의 등장은 디자인 분야에 "컴퓨터 그래픽스"라는 새로운 장르를 탄생시킴으로써 디자인의 개발 영역을 무한히 확대시켜 주는 획기적인 도약의 계기를 마련해 주었다.

이와 같은 컴퓨터 그래픽스 분야는 앞으로 디자이너뿐만 아니라 일반인에게까지 폭넓게 활용되리라 예견되며, 나아가 산업디자인 분야의 발전을 한 걸음 더 촉진시켜 줄 것이다.

출판위원: 박漢裕·李大成
 企劃: 金映民·金宰弘
 編輯: 李敦圭·金珠美
 寫真: 黃善柱

● 隔月刊『산업디자인』通卷 第97號, Vol. 19
 ● 發行人 編輯人: 趙鎮禧
 ● 發行·編輯: 한국디자인포장센터
 ● 發行日: 1988年 4月 30日
 本社: 서울特別市 鍾路區 蓮建洞 128-8
 Tel. (762) 9461 ~ 5, 9130 ~ 7, (744) 0226 ~ 7
 示範工場: 서울特別市 九老區 加理峯洞 第2工團
 Tel. (856) 6101 ~ 4
 釜山支社: 釜山直轄市 北區 鶴章洞 261 ~ 8
 Tel. (92) 8485 ~ 7
 ● 登錄番號: 바-599號
 ● 登錄日字: 1971年 1月 14日
 ● 印刷·製本: 정화인쇄(주)
 ● 寫真植字: (株)大通

특집

THE 23rd KOREA INDUSTRIAL DESIGN EXHIBITION

제 23 회

대한민국

산업디자인전

주최 : 상공부 / 주관 : 한국디자인포장센터 / 후원 : 한국방송공사
한국디자인포장센터전시관 '88.5.26-6.9



한국 전통 민예품 포장 디자인 연구

A Study on Package Design of Korean Traditional Folk Arts.



1. 연구목적

가. 용역에도 및 당 남지 않았다. 그동안 많은 분야에서 용역의 상품개발과 포장개선을 위한 여러 노력도 이루어졌으나 최근 들어는 수급불균형에 따른 가격폭락, 원재료 상승 등 어느 곳에서도 무포장상태에서 판매되고 있다. 또한 생산자나 판매자의 열성적 노력과 다량 소량생산의 유연성과 탄력성으로 포장이란 자체가 이해되기 어려운 한계에까지 이르게 되었다.

나. 용역권을 얻고서 외국업체에 용역의 민족성을 전보일 수 있는 좋은 기회가 되며 일민주의의제에도 새로운 상품에 비하여 영감을 실험하는 추세로 바뀌고 있는 과정의 민예품의 이미지제 부활할 수 있는 포장디자인을 개발함으로써 용역의 예술성과 문화적 향유를 증진시키고 부가가치가 있는 상품이 될 것이다.

다. 본연구는 연구가 본인이 80년 1월 해외인수 자식고 간 민예품(물산)을 선출할 때 상품에 대해 용역권을 받았으나 원재료 및 포장상태에서 원재료의 수급과 부가치를 담당 하신도 비록이 귀국에 되던 번들이 제정하게 결성하게 되었다.

2. 디자인 개념

가. 본연구는 제품의 특성과 재질을 고려하여 상품에 요구되는 시각적 정보에 미치지 못하여 신속정확하게 소비자에게 전달되는 과정에서 일어나는 재반복 재정을 절감하고자

- 1) 제품의 보호성, 안전성, 편의성, 기능성
- 2) 단골, 숙련자, 스텝의 구별이 가능하여 용역가 용이하도록 설계
- 3) 재판매가에 대한 적절한 포장비를 절감
- 4) 저가구조를 통한 진열표의 극대화와 Unit Display의 다이나믹한 결합 효과
- 5) 용역 및 재상수에 영도적 포장규격의 지수를 표준화 시킴.

나. 본연구는 단순한 표현상의 장식과 모양을 아름답게 보이는 데 국한된 작업이 아



한국 전통 민예품 포장 디자인

속포장 디자인



남포장 디자인



3. 디자인 특징

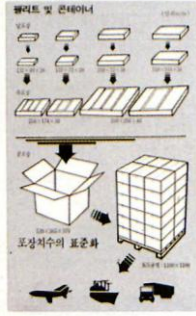
가. 용역에서의 강한 Display 효과
나. 용역에서의 용역과 문화적 역동성
다. 타상품과의 차별화를 위하여 다음중에 Brand Identity를 도입
라. 무포장상태의 민예품에 최초로 POP를 도입하여 용역에서 선진성과 판매촉진을 유도할 것이다 상품의 진솔한 정보를 제공한다.

4. 포장의 특징

가. 각기 다른 규격의 상품을 통일 포장상자에 포장할 수 있도록 제작하여 민예품의 보호와 수송, 보관, 하역에 적절하게 설계하여 포장의 물적용량을 절감하였다.



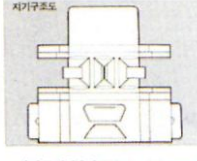
개인전 무포장 디자인



포장적수의 표준화



POP 포장 디자인



지기구조도

다. 용역 및 수송시 Unit Load System에 적용할 수 있도록 ISO규격 1140×1140과 KOS 규격 1100×1100mm 컨테이너 사용용을 영도적 포장상자의 체수를 표준화하였다.

5. 포장비 비교

가. 제품가격(평균) : 6000원 × 4 × 18 = 132,000원
나. 포장비 : 300원 × 4 × 18 = 21,600원
다. 제품가격에 포함 : 5%

6. 포장규격

가. 남포장
1) 재료 : 아이보리색 250g/m²
2) 도수 : 5도인쇄 나미
3) 규격 : 210×103×38mm
210×72×38mm
132×49×28mm

나. 속포장
1) 재료 : 아이보리색 400g/m²
2) 도수 : 2도인쇄 나미
3) 규격 : 350×256×40mm
256×174×30mm

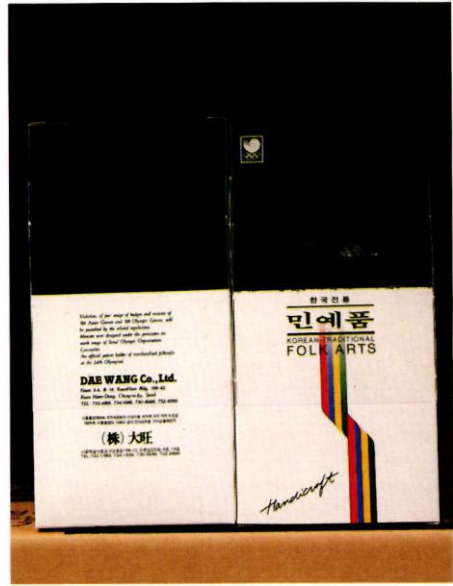
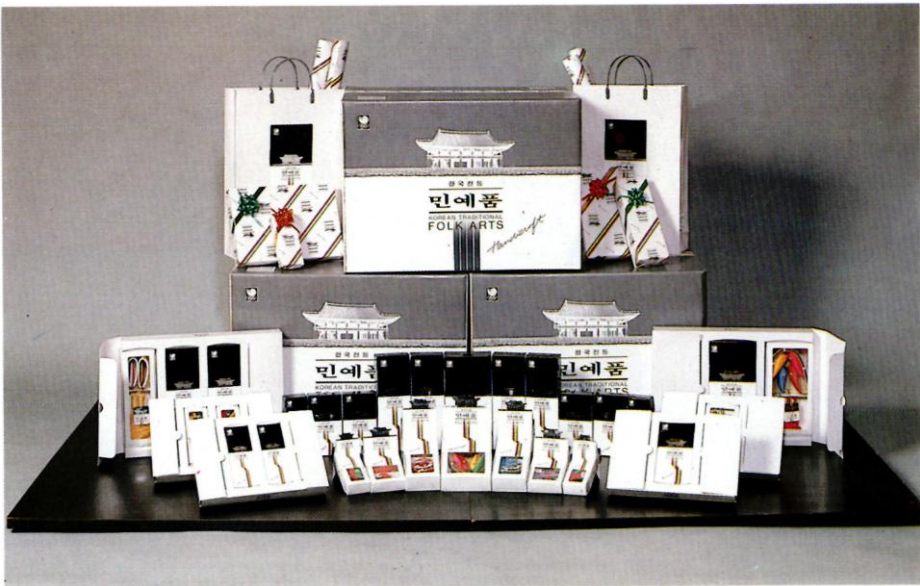
다. 진열표
1) 재료 : SWI를 인쇄제형사(시원) SC
에스디 200g/m² 필름
2) 도수 : 1도인쇄
3) 규격 : 530×365×370mm
4) 내용물중량 : 7.9kg
5) 크기 : 88cm²

7. 콘테이너적재 (8피트 6인치)

가. 연적수 : 11998 × 230 × 2350mm
나. 콘테이너(SB) 규격 : 1140 × 1140mm
다. 컨테이너적재량 : 967 × (1000 × 1000) × 2.4
라. 적재수 : 651

8. 기대되는 효과

가. 상품의 부가가치 상승
나. 용역의 생산성 향상
다. 용역의 품질 향상
라. 용역의 판매 촉진
마. 용역의 수출 증진
바. 용역의 브랜드 가치 상승
사. 용역의 고객 만족도 향상
아. 용역의 경쟁력 강화
자. 용역의 사회적 책임 실현
차. 용역의 문화적 가치 확산
카. 용역의 환경 친화성 강화
크. 용역의 안전성 강화
키. 용역의 편의성 강화
기. 용역의 효율성 강화
구. 용역의 유연성 강화
구. 용역의 확장성 강화
구. 용역의 지속성 강화



SELF

for comfortable car life

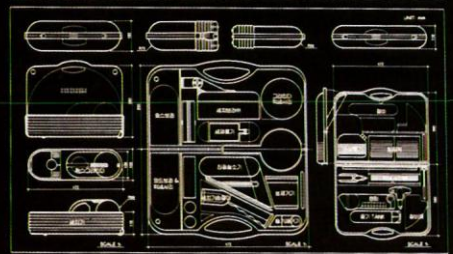
디자인 배경

국내외 경제성장과 더불어 자동차 산업의 발전을 이루었고 이에 따른 국내 자동차 보급률의 기하급수적인 증가로 수출시장의 활력을 담당하여 국내 자동차산업은 새로운 국면을 맞이하게 되었고 반면에 대외경쟁의 문제가 야기되어 사회적 측면으로 대두된 것이다. 특히 자가운전자의 생활의 안전성과 관리효율의 측면에서의 심각성을 초감하게 되었다. 여기서 관리문제는 경제성과 직결되어 자가운전자들에게 직접적인 영향으로 부각되어 기능효율 중심의 관리용 자동차를 관리하고자 노력하고 있으며 따라서 자동차의 수명을 연장하고 관리용 문제를 하기 위하여 운전자들은 세차 및 정비, 정기적, 비 정기적으로 하고 있다. 세차의 경우 자가운전자의 생활로 향상되어 이를 이용하고 있으며 이러한 관리는 전문 세차장만을 위한 것이 아니고 운수 세차기 이외까지 일상적인 필요성을 충족시켜 줄 필요가 있다. 이차 운전자들에게 경제적인 부담을 주고 있으며 이러한 현상은 직접적인 영향은 자가 운전자를 위한 기능적인 도구기 아직까지 개발되고 있지 않은 실정이다. 자동차 제조사에서는 관리용 중심을 내세우고 있지 않은 상황이다. 이러한 배경을 바탕으로 자가 운전자들이 운수 용기 자동차를 관리할 수 있는 도구인 세차의 장비는 분야를 구분하여 전문용에서 벗어나 누구나 부담없이 사용과 보관, 휴대성이 향상되고 관리에 세차 과정에서 필요한 모든 행동과 기초적인 정비와 비상시 필요한 기능적인 항목을 토대로 이를 도구화 하여 자동차 관리가 편리 경제적인 측면이 있고 즐겁게 관하게 관리할 수 있는 자가운전자들을 위한 세차 및 정비 패키지를 연구하였다.

디자인 의도

세차 및 정비용 자가운전자에게 편리하고 즐겁게 활용시키기 위하여 그 자체의 기능을 도구화시켜 이 PACKAGE 개념의 COMPACT 한 및 PORTABLE 한으로 사용의 편리성과 보관의 효율성을 높이고 각 도구를 안전성을 위한 부속으로 컬러 COORDINATE 적용으로 CORPORATE IMAGE UP을 부각시키고 KNOCK DOWN 방식의 차량용 기능, 휴대성적 다양성을 추구하여 도구 구입의 경제적 부담을 줄이도록 세차용 장비용 자가운전자에게 LEISURE의 활용으로 승용차의 새로운 자동차 문화형식을 창조하였다.

GoldStar



GoldStar



국 무 총 리 상
이승철·구본호/자가운전자를 위한 세차 및 정비세트





상 공 부 장 관 상
이소경/장식 용구 세트





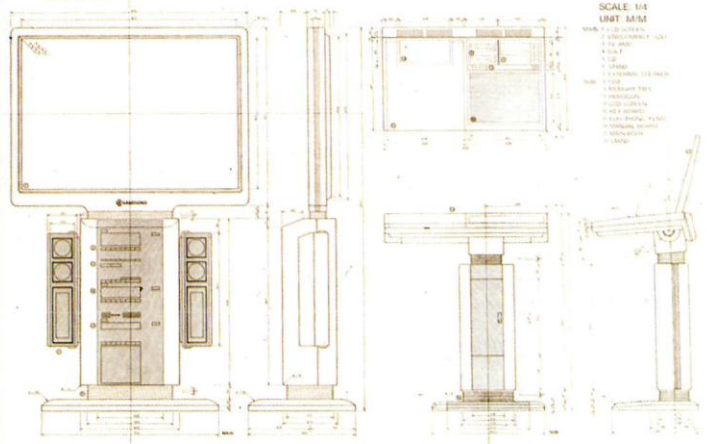
상 공 부 장 관 상

박희면·최민철/퓨터(PEWTER)를 이용한 조립식 데스크 액세서리





본 시스템은 시청각 교육에 필요한 각종 시청각 자료를 효과적으로 전달하고, 학습자의 학습 흥미를 유발하여 학습 효과를 극대화시키는 데 목적이 있다. 본 시스템은 시청각 자료를 효과적으로 전달하고, 학습자의 학습 흥미를 유발하여 학습 효과를 극대화시키는 데 목적이 있다. 본 시스템은 시청각 자료를 효과적으로 전달하고, 학습자의 학습 흥미를 유발하여 학습 효과를 극대화시키는 데 목적이 있다.



상 공 부 장 관 상
양윤식·구기설/시청각교육 시스템





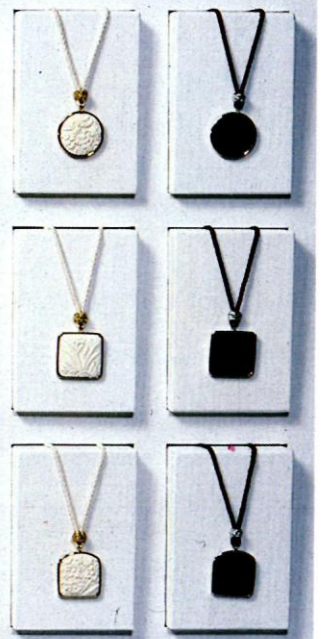
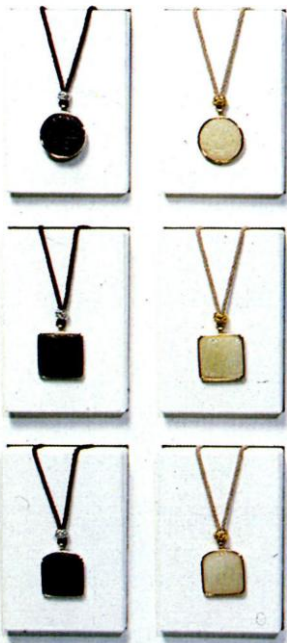
상/큼/한/맛!

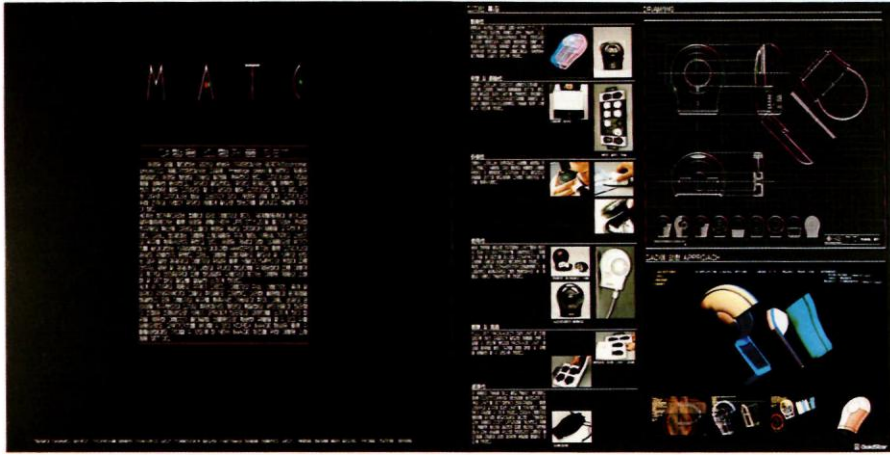
대한상공회의소
회장 김공용/오뚜기계란 포스터
상



진/한/맛!

중소기업협동조합중앙회
회장 송영주/전통문양을 이용한 목걸이
상





전국경제인연합회
회장상
이순인·홍정표/여행용 전기용품 세트



대한무역진흥공사
사장상
김호연/사신 12생초 36수 및 28속도

한국방송공사
사장상
박승대·유성봉/이산가족, 남북대화 포스터

남북대화

아우님, 이제 내 말 잘 들리니까?

말하는 달리고 쉽다.
아우님, 이제 내 말 잘 들리니까? 남북 대화의 첫걸음은 '듣기'입니다. 서로의 마음을 이해하고 공감하는 것이 대화의 시작입니다. 이 포스터는 남북 대화의 중요성을 강조하며, '듣기'의 중요성을 강조합니다.

말하는 달리고 쉽다.
아우님, 이제 내 말 잘 들리니까? 남북 대화의 첫걸음은 '듣기'입니다. 서로의 마음을 이해하고 공감하는 것이 대화의 시작입니다. 이 포스터는 남북 대화의 중요성을 강조하며, '듣기'의 중요성을 강조합니다.

말하는 달리고 쉽다.
아우님, 이제 내 말 잘 들리니까? 남북 대화의 첫걸음은 '듣기'입니다. 서로의 마음을 이해하고 공감하는 것이 대화의 시작입니다. 이 포스터는 남북 대화의 중요성을 강조하며, '듣기'의 중요성을 강조합니다.

대한적십자사
KOREAN NATIONAL RED CROSS

한국디자인포장센터
이사장상
김영주·김주성/전기·전자제품의 경쟁력을 높이기 위한
플렉 디자인

이산가족

40년간 부치지 못한 '어머님 전상서' 김보애 할머니

남북 격심사화
남북이산가족 회담이 남과 북에 이산가족의 소식을 전하는 중요한 계기입니다. 이 포스터는 이산가족의 고통과 희망을 표현하며, 남북 대화의 중요성을 강조합니다.

지향수
이산가족의 고통을 덜어주기 위한 노력입니다. 이 포스터는 이산가족의 고통을 덜어주기 위한 노력입니다. 이 포스터는 이산가족의 고통을 덜어주기 위한 노력입니다.

대한적십자사
KOREAN NATIONAL RED CROSS

CORDINATION

PLUG

CORDINATION은 제품과 동일한 형태를 가지고 온 Plug의 직접 접촉하는 부분으로 금속 코팅된 측면에서 단단하게 Display 되어 있다.

CORDINATION은 제품과 동일한 형태를 가지고 온 Plug의 직접 접촉하는 부분으로 금속 코팅된 측면에서 단단하게 Display 되어 있다.

세계 패키지디자인 과 P.O.P광고



세계 패키지
 세계는 다양성이 아름다운 곳이다. 다양한 문화와 전통이 공존하는 곳이다. 이러한 다양성을 표현하는 것이 패키지 디자인의 중요한 역할이다. 특히, 전통적인 문화를 현대적으로 재해석하여 표현하는 것은 소비자들에게 신선한 인상을 줄 수 있다. 또한, 패키지는 제품의 가치를 높여주는 중요한 요소이다. 아름다운 디자인은 소비자의 구매 욕구를 자극하고, 제품의 이미지를 높여준다. 따라서, 패키지 디자인은 제품의 성공에 크게 기여한다.



시계 Body
 시계는 단순한 시간 측정 도구가 아니라, 패션 액세서리로서도 중요한 역할을 한다. 시계의 디자인은 개인의 취향과 스타일을 반영하며, 일상생활에서 중요한 역할을 한다. 특히, 시계의 케이스와 스트랩은 시계의 전체적인 분위기를 결정짓는다. 따라서, 시계 디자인은 기능성과 미적 가치를 모두 고려해야 한다.

시계 Package
 시계는 선물하기 좋은 아이템이다. 특히, 고급 시계는 더더욱 그렇다. 시계 패키지는 시계의 가치를 높여주는 중요한 요소이다. 아름다운 디자인의 패키지는 소비자에게 고급스러운 느낌을 주며, 시계의 이미지를 높여준다. 따라서, 시계 패키지는 시계의 성공에 크게 기여한다.

시계 Strap
 시계의 스트랩은 시계의 중요한 부분이다. 스트랩의 디자인은 시계의 전체적인 분위기를 결정짓는다. 또한, 스트랩의 소재와 질감도 시계의 가치를 높여주는 중요한 요소이다. 따라서, 시계 스트랩 디자인은 시계의 성공에 크게 기여한다.

시계 Case
 시계의 케이스는 시계의 중요한 부분이다. 케이스의 디자인은 시계의 전체적인 분위기를 결정짓는다. 또한, 케이스의 소재와 질감도 시계의 가치를 높여주는 중요한 요소이다. 따라서, 시계 케이스 디자인은 시계의 성공에 크게 기여한다.



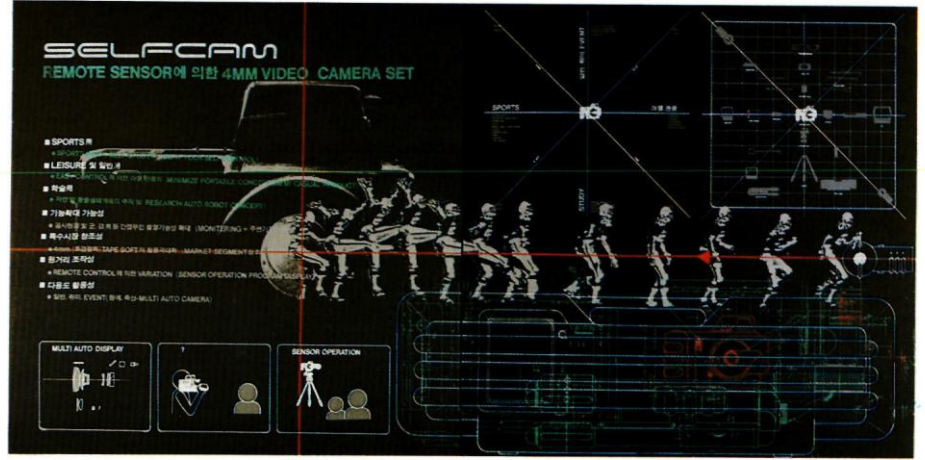
한국 무역 협회
 회 장 상
 조성진/세계패키지 및 POP광고



한국디자인포장센터
 이 사 장 상
 박용원/한국관광 포스터



중소기업진흥공단
이 사장 상
이거후·유상욱/리모트센스를 위한 4mm VCR CAMERA



한국디자인포장센터
이 사장 상 김치준/생활용품의 하모니를 위한 연구



심사총평

백 태 원 심사위원장 (중앙대학교 예술대 교수)

올해로서 23회의 연륜을 갖는 「대한민국 산업 디자인 전람회」는 주최 및 주관 기관의 꾸준히 이어지는 디자인 개발 시책과 디자인계에서 직접 일하는 디자이너들과 이에 관련되는 업체, 관계 연구 기관 등의 협력으로 발전 속도가 가속화되고 있다.

특히 금년에 접어들면서 기업의 협조와 참여도가 점차로 높아져 가고 있는 상황은 무엇보다 고무적인 것으로 높이 평가해야 하며, 앞으로 이러한 참여를 더욱 신장시켜 나가는 데 주력해야 할 것으로 생각한다.

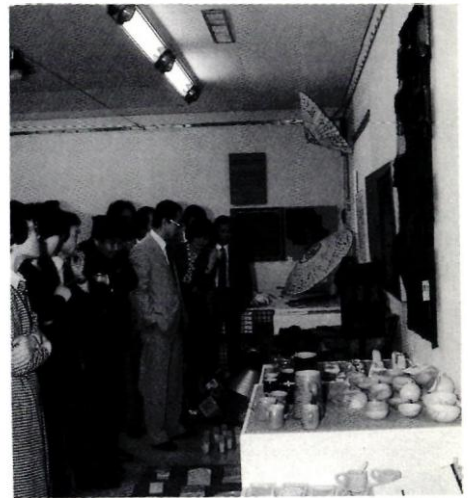
기업의 생리로 봐서 신규 연구의 공개란 쉬운 문제가 아니기 때문에 산업 디자인전을 통한 발표의 활성화에도 어려운 문제가 따른다는 것은 간과할 수 없는 사실이다. 나아가 이 문제는 산업 디자인전뿐 아니라 디자인 창작의 권익 보전의 영역이라는 근간을 다지기 위해서도 정책적인 배려가 선행되어야 하며, 그렇게 되어야만 비로소 이 전람회도 소기의 목적 지표선에 도달하게 되리라 본다.

또 이 산업 디자인전이 하나의 상례적(常例的)인 행사화로 고착되기 않을까 하는 염려해야 할 요소도 있다는 것을 염두에 두고 디자인계 활성화의 대응으로 전개되었으면 하는 바람이 있다.

세계를 1일권으로 묶는 교통·통신 수단의 발달과 과학 문화의 급진적 발전으로 인해 각국의 지역 성향 개념이 희석되면서 생활 양식의 동일 성향적으로 변화되었다. 또 도의 정신 문화에서 물질 편향의 생활 편의 궤도로 바뀌어 가는 과정에서 전통적 특이성 등이 점차로 사라져 가고 동질적 세계로의 변모가 점차 가속화되고 있다. 이러한 현실은 첨단 과학적 부분일수록 더욱 가중된다고 할 수 있다. 국제 산업 문화가 이와 같이 하나의 획일성적으로 접근하고 있는 현실 속에서 우리의 산업 디자인전도 이제 보다 실제적인 분위기로 자리 잡아 가고 있다는 사실을 실감하게 되었다.



심사광경



금년도의 출품 상황은 수량면에서 '86년도의 1,084점, '87년도의 850점에 비해 775점으로 하향 추세를 나타내 공모전의 성격 구조로 보아 결코 바람직스럽지는 않으나 질적인 면에서는 눈부신 발전을 보여 각 부분의 작품 내용이 과거와 같이 추상적, 환상적이 아니라 내실을 갖춘 작품이 대거 출품됨으로써 본 전람회가 제 자리를 찾고 있다는 사실을 느낄 수 있었다.

대통령상을 비롯한 수상 작품들과 특·입선 작품들이 각기 독특한 개성 위에서

창작 특성들이 뚜렷히 표출되어 있음을 볼 수 있었다.

출품해 주신 여러분의 노고에 우선 감사의 말씀을 드리고 수상자들에게는 축하와 성원을 보내는 바이다. 특히 여러 가지 어려운 여건 속에서도 출품해 주신 많은 분들에게 수상의 기회를 못 드린데 대해 아쉬움과 위로의 말을 금할 길이 없다.

앞으로 더욱 분발하여 부분적으로 문제되었던 점의 보완과 지속적인 노력으로 다음 기회에 반드시 수상의 영광을 누리게 되기를 바란다.

수상작품 제작후기 및 심사평

민예품 포장 디자인 연구

오 국 영 · 권 혁 방 대통령상 수상자

I. 디자인 배경

한국의 전통 민예품은 조선시대의 서민 자수에 의해 집집마다 가풍(家風)으로 전해져 왔으며 해학과 유모어 등의 표현을 담기도 하였다. 한국 여성이 창안한 전통 민예품은 그 기조를 특유의 신선함과 아름다운 전통적 색채에 두었으며, 꽃버선·복주머니·노리개·꽃신·은장도·골무 등은 소박한 생활 문화를 배경으로 창조되었다. 그리고 이것들은 서민 사회를 아름답고 즐겁게 꾸며주는 동시에 의례적(儀禮的), 종교적인 면에서도 큰 의미를 지닌 독특한 우리 민족의 혼이 깃들어 있는 전통 민예품이다.

올림픽도 몇 달 남지 않았다. 그 동안 많은 분야에서 올림픽 상품 개발과 포장 개선을 위해 노력해 왔지만 아직도 민예품 분야를 비롯한 수공예품 분야에는 시장, 백화점, 전문점 등 어느 곳에서도 무포장 상태에서 판매되고 있다. 또한 생산자나 판매자의 영세성과 다품종 소량 생산의 오랜 전통 및 관습으로 포장 디자인이란 자체가 이해되기 어려운 현실이며 동일 상품에 대한 가격 차이도 심하다.

더욱이 '88올림픽을 앞두고 세계의 모든 사람들에게 우리의 전통과 혼이 깃든 민예품을 소개할 수 있는 최적의 기회를 맞이하게 됨으로써 민예품의 이미지에

부합될 수 있는 포장과 포장 디자인의 개발이 시급해지고 있다.

그리고 본 연구를 시도하게 된 직접적인 동기는 지난 해 해외 연수시 가지고 간 민예품(꽃신)을 외국인에게 선물할 때 우수한 내용물에 비해 얇은 화지 한 겹으로 싸 포장되어 매우 빈약하여 상대적으로 선물의 값어치를 떨어뜨린다고 느껴서 귀국하게 되면 이러한 민예품 포장을 반드시 개선시켜 보겠다고 결심한 데서 비롯되었다.

II. 디자인 개념

시간의 흐름과 환경의 변화에 따라 인간의 생활 패턴과 사고방식도 그 시대에 맞게 변하고 있다. 그와 함께 포장 디자인의 변천도 시대별로 품사(品詞)의 개념으로 나누어 볼 수 있겠다. 우리나라의 경우 먼저 '50년대의 상품 부족 시대에서의 포장이란 단순히 상품 보호 기능만 가지게 되어 값이 싸면 팔리던 시대, 즉 명사(名詞)적인 포장과 디자인의 개념만 가졌다.

그 후, 동동 크림과 같이 가가호호 방문하는 소위 방문 판매로 대표되는 '60년대에서는 동사(動詞)적인 개념의 디자인을 하게 되었으며, '70년대에 와서는 고도 성장으로 인하여 대량 생산, 대량 유통, 대량 판매 등 상품이 남아돌게 되면서 형용사(形容詞)적인 디자인이 필요하게 되었다.

'80년대에 들어와서는 컬러 TV의 등장과 함께 소비자가 포장과 디자인을 보는 안목도 높아지고 개성화, 차별화, 다양화되어 가면서 다품종 소량 생산함에 따라 부사(副詞)적인 포장과 디자인을 요구하게 되었다.

그러나 우리 주위에서는 아직도 무포장 상태의 명사적인 상품들을 얼마든지 볼 수 있다. 그런데 불행하게도 그 중의 하나가 우리의 민족 혼이 깃든 전통 민예품이라고 할 수 있다.

일본의 포장과 디자인이 훌륭하다는

것은 벌써부터 부사적인 포장과 디자인을 했기 때문이라고 판단된다. 즉, '80년대에는 부사적인 디자인을 해야 한다는 까닭은 소비자가 상품을 구매할 때 꼭 필요해서 사는 경우나 선물로 사는 경우 이외에 갖고 싶다, 귀엽다, 사고 싶다, 구입함으로써 즐겁다 등의 다양한 구매 욕구를 만족시킬 수 없는 디자인이 아니면 팔리지 않는 상품이 되기 때문이다.

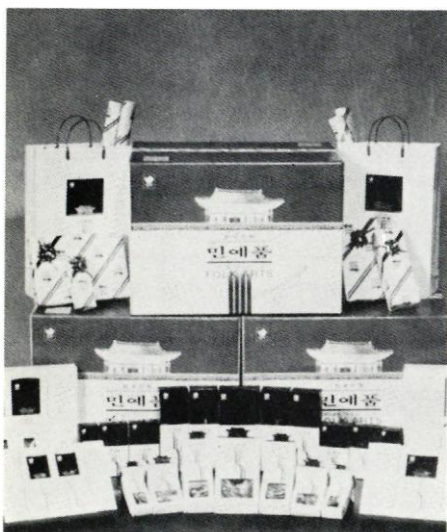
소비자는 예술가는 아니지만 전문가라 할 수 있다. 좋은 느낌을 주는 상품과 나쁜 이미지를 주는 상품을 반드시 구분하여 나쁜 상품은 절대로 사지 않는다. 포장 디자인에 의해 팔리는 상품은 포장 디자인 전략이 적중해서이지 결코 포장 디자인 자체가 우수하기 때문은 아니다. 예를 들어 현대적인 포장 디자인 개념에서 시계는 시간을 볼 수 있는 기능성 측면보다 시계 자체를 볼 수 있도록 만들어져야 할 것이다.

따라서 본 연구도 이러한 측면을 고려하여 단순히 표면상의 장식과 모양을 아름답게 보이는 데만 국한시키지 않고 과학적이고 합리적인 포장 디자인 전략에 의한 제품 계획(Product Planning)의 일환으로 상품 정책(Merchandising)의 실용화 입장에서 실시하였다.

III. 디자인상의 특징

1. 소비자가 갖고 싶어하고 가져서 즐거움을 느낄 수 있는 디자인, 특히 외국인에게는 보기 드문 우리의 민예품을 전통 이미지와 현대 감각을 믹스하여 단순 시각화시킴으로써 소비자의 기호와 취향에 맞는 디자인을 개발하였다.

2. 상품 자체가 화려하므로 무채색 계통(흑백)으로 디자인하여 포인트가 되는 색등 줄무늬를 옷깃이 접혀 넘어가는 부드러운 선의 이미지로 표현하였으며 경회루를 중심으로 로고타입과 함께 단순 표현하였다. 꽃신, 꽃버선, 은장도 등 다양한 품종을 대상으로 하였기 때문에 브랜드



네임은 “민예품” 하나로 통일시켜 각 상품을 동일 날포장 상자에 포장할 수 있도록 하였으며, 각각의 상품명은 하단 밑부분에 라벨을 부착시킴으로써 인쇄비의 절감과 관리가 편리하도록 하였다.

3. 1면 접착의 간단한 지기 구조를 응용, 날포장과 속포장이 각각 단독 POP물로 제작되어 디스플레이 효과의 극대화를 꾀하는 동시에 유니트 디스플레이(Unit Display)의 다이나믹한 집합체의 효과로 선전 광고 및 판매 촉진을 유도할 뿐만 아니라 상품에 대한 신속한 정보를 전달해 주도록 했다.

IV. 포장의 특징

1. 무포장 상태의 다종 제품에 통일된 이미지의 날포장을 적용함으로써 상품의 가격을 높이고 인쇄물의 관리와 경제성 및 포장의 합리화를 도모하여 날 구매와 세트 구매를 용이하도록 하였다.
2. 겹포장 골판지 상자의 치수를 표준화하여 530×365mm로 설계, 2열 3행 적재시(1,060×1,095mm) 유니트 로드 시스템(Unit Load System : 일괄 수송 체계)에 적합한 국제표준규격(ISO) 규격 1,140×1,140mm 및 KS 규격 1,100×1,100mm의 평펠리트에 95% 이상의 적재 효율을 보임으로써 수출시 수송비 절감 효과를 꾀하였다.
3. 제품의 판매가가 평균 6,000원선이며, 투입된 포장비가 300원 정도이기 때문에 우리나라 평균적 포장비 비율인 5%선으로서 적정 포장 수준을 유지하였다.

V. 포장 규격

1. 날포장

- 1) 재료 : 로얄 아이보리지 250g/m²
- 2) 색도 : 5도 인쇄 나미
- 3) 규격 : 210×103×38mm
210×72×38mm
132×72×28mm
132×49×28mm

2. 속포장

- 1) 재료 : 로얄 아이보리지 350g/m²
- 2) 색도 : 2도 인쇄 나미
- 3) 규격 : 350×256×40mm
256×174×30mm

3. 겹포장

- 1) 재료 : SW 1종 골판지 상자 A1형 + SC 마닐라 200g/m² 합지
- 2) 색도 : 1도 인쇄

- 3) 규격 : 530×365×370mm
- 4) 내용물 중량 : 7.9kg
- 5) 파열강도 : 8kg/m²

V. 기대 효과

1. 올림픽을 앞두고 세계의 여러 사람들에게 한국의 풍습과 문화를 소개할 수 있는 좋은 기회가 될 것이며, 상품의 부가 가치를 높이고 민예품으로서의 향상된 제품 이미지를 부여해 줌으로써 판매

효과를 증대시켜 준다.

2. 지기 구조를 응용, 다이나믹한 디스플레이 효과로 소비자의 구매 의욕을 자극시켜 타상품과의 차별화를 통해 점두의 좁은 공간에서도 타상품에 방해하지 않고 제품의 정보를 정확하게 전달해 줄 수 있도록 POP 효과를 극대화 시켰다.

3. 적정 포장 및 포장의 단순화와 치수의 표준화로 물적 유통비(포장비·수송비·하역비·보관비·정보통신비)의 절감을 기하였다.

대통령상 수상작 심사평

봉상균 제1부 심사위원장(서울산업대학 교수)

해가 거듭되어 올해로 벌써 23회째 산업 디자인전을 맞게 되었다. 어언 스물 세 해를 맞아 성년기를 지난 한참 왕성한 청년기에 들어선 것이다. 특히 올해 새롭게 개선된 일이라면 무지스럽게 크기만 했던 103×74 사이즈의 평면 판넬이 A-1 사이즈(83×54.1)로 변한 것이라 할 수 있다. 인쇄를 전제로 한 프린팅 미디어(印刷媒体)로서 종전 규격은 터무니 없는 것이었으나 이번 개정된 A-1 이사즈는 때늦은 감은 있으나 정말 적절한 실제 인쇄 규격이라 할 수 있다.

이번 제1부(시각 디자인부)에서 선정된 작품들은 엄정한 심사를 통해 매우 우수하고 미래 지향적인 테마와 보다 감각적이고 하이센스티브한 화면 처리 등 아주 까다로운 구석구석까지 면밀히 살펴본 후 선정된 작품들이다.

제1부의 수많은 작품 중에서 엄선된 입선 이상의 작품 중에서도 대통령상을 수상한 「민예품 포장 디자인 연구」는 종래 포장 디자인전에서는 흔히 볼 수 없는 우수한 공간 처리와 실제 사용상의 기능, 유통, 하역, 점두 진열 및 그 표상(表象) 처리까지 염두에 둔 작품이라 할 수 있다.

올림픽 기념품으로 시기적으로도 매우 합당한 테마 선정이라 볼 수 있으며 우리나라 고유의 규수방 민예품을 내용으로 한 특수 민예품의 보호 기능 이라든가 형형 색색의 크기와 모양새가 다른 소품적인 형태 포장에까지 배려를 해 디테일한 세부 설계에도 고심한 흔적이 역력히 보였다.

설계상에서는 유니트(Unit)시와 집합적

세팅(Setting)시 모두 무리가 없게 조치하였고 또 표준 규격을 설정하여 유통과 적재시에도 네모난 규격 컨테이너에 최대 적재를 할 수 있도록 면밀히 사전 설계조사에 의한 디자인이었다는 것이 그 특징 중의 하나일 것이다. 용적과 부피, 포장 재료의 선택, 어려운 골판지의 인쇄 효과까지 고려하여 적은 색조와 적은 인쇄도로로우 코스트를 지향한 매우 고무적인 창작품인 것이다.

그 중 단위 포장인 소비자용의 지기 구조는 종래 P. O. P 아이템에서는 보기 드문 구조적 변화로서 새롭고 참신한 아이디어가 아닐 수 없다. 다만 접어서 퍼내려 갈 때 지력(紙力) 혹은 지압(紙壓)의 최종 처리를 굴절(屈折) 도무송 처리로 좀 더 강하게 처리하였더라면 완벽하지 않았나 여겨진다.

그러나 본 작품은 단순한 시각적 표상과 레이아웃 등에만 치중한 종래 작품과는 달리 처음부터 토털 프로젝트 프랜닝 시스템(Total Products Planning System)을 도입한 아주 계획적이고 치밀한 마스터 플랜 아래 제작하였다는 점을 높이 평가하고 싶다. 더욱이 작품이 작품만으로 끝나는 것이 아니라 실용화를 당장이라도 할 수 있게 설계되고 디자인된 점이 각별한 특징이기도 한 것이다.

또 펠리트의 구조적 해설과 설계 도면의 단계적 다이어그램과 지기 구조의 기본 도면은 과거 일본의 「포장기술」매뉴얼에서 수 백 가지의 구조 설계 도면에서도 일찍 보지 못한 지기 구조로 앞으로의 우리 포장 디자인의 전망에 희망적 기대를 크게 가져 보아도 무방할 것이다.

자가운전자를 위한 세차 및 정비 세트

구 본호·이 승철 국무총리상 수상자

I. 디자인 배경

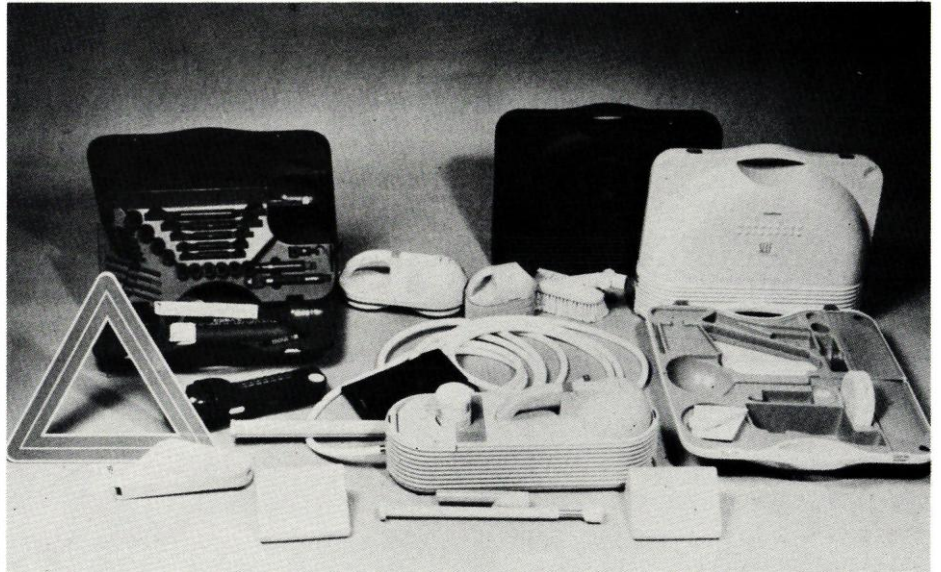
국내의 지속적인 고도 경제 성장과 더불어 여러 가지 생활 문화가 창조 되었지만, 가장 두드러지게 나타난 현상은 현대 기술 산업의 종합 예술이라 말하는 자동차에 관한 '자동차 문화'를 들 수 있겠다. 마이 카(My Car), 오너 드라이버(Owner Driver)란 용어는 이제 낯설지 않는, 우리 주위에 맴도는 익숙한 단어로 되었다. 그런데 문화의 형성이란 역사(시간의 개념)의 의미를 내포하고 있는 것처럼 지금 우리의 현상은 급속한 발전으로 인한 문화 형성의 요인인 시간의 의미가 내포되어 있지 않는 상태로 '가(假)문화'가 이루어짐으로 인한 다소 부정적인 측면이 사회 전반에 걸쳐 노출되고 있는 실정이다.

자동차의 경우를 보면 '도로 교통 법규 준수' 또는 '운전 미숙' '도로 상태', '정비 관리 능력' 등 여러 가지 측면에서 성숙된 모습을 보여주지 못하고 있다. 따라서 자가 운전자(Owner Driver)의 급증으로 인한 안전 운전과 관리 측면의 효율성 제고 문제가 거론되어야 할 시점이라 생각된다.

안전 운전이란 각자 자신의 도로 교통 법규 준수가 제 1의 원칙이지만 상대적인 문제(운전자와 운전자간의 상호 영향, 운전자와 보행자간의 상호 영향, 운전자와 도로 상태와의 상호 영향, 운전자와 차와의 상호 관계 등)에 따라서 일어나므로 사회 전반적인 계몽, 교육이 필요하기 때문에 여기에서는 생략하기로 한다.

관리 측면의 효율성 제고란 자기가 사용하는 차에 대한 정비 및 세차의 전반적인 효율성을 의미한다. 자동차관리는 크게 두 가지로 나눌 수가 있다. 첫번째는 예비 관리이고 두 번째는 응급시(時) 관리이다. 예비 관리란 항상 고장이 뒤따르게 마련인 약 3만개의 각종 크고 작은 부품이 정밀하게 짜 맞추어져 있는 자동차를 항상 쾌적하고 안전하게 사용하기 위한 사전 점검의 관리를 의미한다.

응급시(時)의 관리란 위에서 지적한 바와 같이 자동차=수많은 부품으로



조립된 기계의 의미로 볼 때 전혀 예기치 않은 상황이 벌어질 가능성이 많다. 즉, 특수한 외부 조건(기후 조건) 등의 경우 또는 주행시에 일어나는 문제, 시동시에 일어나는 문제 등 수많은 경우가 발생할 때 각각의 상황에 신속 정확하게 대처할 수 있는 관리를 의미한다.

또한 자동차의 관리는 상기(上記)에서 서술한 당위성뿐만 아니라 경제적인 측면과도 직결되어 있다. 자가 운전자들에게는 가능한 최소의 경비로써 자동차를 관리하고자하는 요구(NEED)가 필수적으로 대두되기 때문이다. 현재 자가 운전자들의 일반적인 관리 실정은 전문 세차장을 주로 이용하거나, 전문 정비 공장을 이용하고 있다. 이는 자동차에 대한 전반적인 지식 부족 탓도 있겠지만 아직까지 국내 인건비 등의 저렴으로 인한 경제적인 부담이 크게 작용하지 않기 때문인 것으로 보아지나 이것은 일시적인 현상이라고 생각된다. 외국(선진국)의 경우 전문 정비공장을 이용할 경우 상당한 경비가 지출되기 때문에 사소한 정비는 자가 정비를 하고 있는 실정이다. 그러므로 국내의 경우도 이와 같은 현상이 곧 대두될 것은 자명한 사실이므로 자가 운전자들의 관리 측면에서의 경제적인 문제는 점점 더 심각하게 나타날 것이다. 이러한 현상의 직접적인 요인은 자가 운전자를 위한 기본적인 도구가 아직까지

개발되고 있지 않은 실정이며 자동차 제조회사에서의 배려도 현실로 나타나고 있지 않은 상황이다.

이러한 배경을 바탕으로 자가 운전자들이 손수 쉽게 자동차를 관리할 수 있는 도구를 세차와 정비의 분야로 구분하여 전문성에서 벗어나 누구나 부담없는 사용과 보관의 효율적인 측면을 고려하여 세차 과정에서 필요한 모든 행동과 기초적인 정비 및 비상시 필요한 기본적인 내용을 토대로 이를 도구화하여 즐겁고 편하게 자동차를 관리할 수 있게 "자가 운전자를 위한 세차 및 정비 세트"를 연구하였다.

II. 세차와 정비에 대한 일반적인 현황 분석

1. 세차

차를 깨끗하게 닦고 다니면 타고 다니는 사람이나 보는 사람이나 기분이 좋을 것이다. 이는 차를 소유하고 있는 사람(User)의 공통된 심리로 생각된다. 그러나 현재의 실정은 이러한 요구에 부합되는 제품이 없이, 단지 가장 원시적인 방법으로 해결하고 있다.

그러면 세차 과정에서 일어나는 행동 과정과 세차 횟수(세차 시간), 세차 잇점을 살펴보면 다음과 같다. 일반적인 세차 과정은 '물 세차→세제 세차→말리기→왁스 세차'로 이루어지며, 물 세차와 세제

세차는 동시에 일어나는 수도 있다. 그리고 세차는 차의 실내와 실외(차의 외곽)의 청소로 나누어진다. 평상시 세차는 1주일에 한 번 정도가 가장 적합하며, 비 온 뒤 또는 빗속에 장시간 주행 후엔 반드시 세차를 하는 것이 좋다. 세차는 너무 자주하면 세차중에 물기가 차체 등 강판을 녹슬게 하는 원인을 만들어 수명을 단축시키기 때문이다. 세차시에 중성세제를 가급적 안 쓰는 것이 좋으며, 왁스는 1개월에 한 번 정도가 좋다.

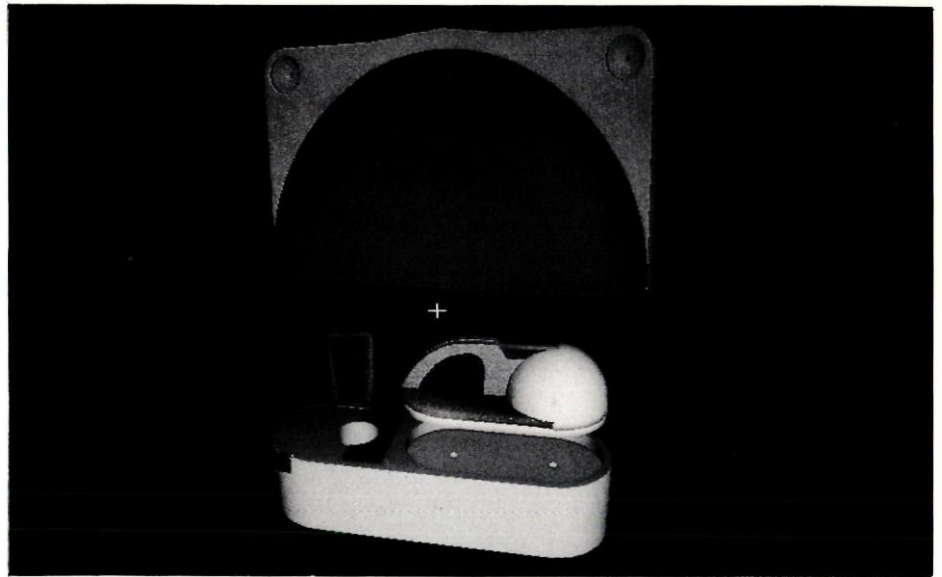
막 출고한 새 차의 경우는 세 가지의 도장을 한 다음 섭씨 130~140도 정도에서 30분 정도 고열로 구운 것이다. 이런 열 처리는 선명한 광택을 유지하고 완전한 경화로써 휘발유, 석유 또는 신나 등 용해제에 보호될 수 있기 때문이다. 그뿐만 아니라 얼룩이 잘기는 기름, 벌레의 죽은 자국, 비 또는 눈, 먼지, 흙탕물 같은 자연 환경적 오염으로부터 보호하기 위해서 더욱 그러하다. 여기에 왁스 처리는 차체에 있어서 제4의 도장이라고 말할 정도로 중요한 차체 보호책이다. 비, 눈, 먼지로부터 쉽게 탈진(脫塵)할 수 있을 뿐 아니라 표면이 매끄럽기 때문에 강제 손상이 가해지더라도 그 정도가 훨씬 감소되어 차체를 보호하는 역할을 한다. 이는 왁스가 유성(油性)막을 형성해 주기 때문이다.

2. 정비

3만개의 크고 작은 각종 부속품이 어울려 제각기 고유의 구실을 하고 있는 자동차는 자연 마모와 뜻하지 않은 사고 등으로 크고 작은 고장이 있게 마련이고 그럴 때마다 없어서는 안되는 것이 공구(tool)이다.

자동차 기술이 고도로 발달된 요즘은 사고에 의하지 않고서는 여간해서 큰 고장은 없다. 그러나 뜻하지 않은 곳에서 사고와 고장을 부르는 때가 얼마든지 있다. 이에 자가 수리가 가능한 최소의 정비 공구가 필요하다. 물론 차 뒷 트렁크 속에는 드라이버 등 5~6종의 표준 공구가 갖추어져 있다. 그러나 비상시에 응급 용구로써 만족할 만한 것이 못되므로 자가 정비를 할 수 있는 공구가 절실하다. 그러므로 상기(上記)조건에 부합된 최소의 도구 또는 용구(표준 공구)는 다음과 같다.

- 드라이버(DRIVER) : 플러스(십자)와 마이너스(일자) 드라이버 각각 1개씩.
- 플라이어(PLIER, PLYER) : 주둥이를



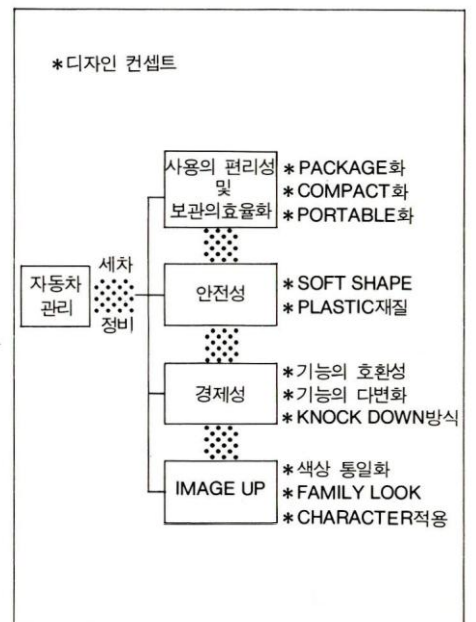
넓게 좁게 2단으로 조정해 가면서 사용.

- 스패너(SPANNER) : 각종 볼트나 너트를 죄고 푸는 데 쓰인다. 8×9, 10×12, 14×17m/m 3가지가 일반적이다.
- 허브너트렌치(HUB NUT WRENCH) : 휠(호일) 허브너트를 죄거나 풀 때 쓰는 렌치이다.
- 플러그렌치(PLUG WRENCH) : 엔진의 스파크 플러그를 탈착할 때 쓴다.
- 몽키 스패너(MONKEY SPANNER) : 스패너 세트의 대응품으로 다양성이 있다. 사용 칫수를 자유자재로 변경하여 사용할 수 있는 잇점이 있다.
- 잭과 핸들(JACK AND JACK HANDLE) : 타이어 교환을 위해 차체를 부분적으로 들어 올리는 기구이고 잭의 높낮음은 잭 핸들로 들어 올리거나 내리게 된다. 이상의 표준 공구 이외에도 타이어의 공기압을 점검하는 타이어 게이지, 플래그 갭이나 포인트 갭, 밸브 갭 등을 측정하는 시그네스 게이지, 와이어 브러시, 스패너 세트, 박스 세트, 스텐비 드라이버(Stubby Driver : 주먹드라이버) 페이퍼, 테스트 램프 그리고 작업복 등이 있다.

그리고 트렁크에 보관하는, 응급시에 사용되어질 최소한의 비상 용구는 다음과 같다.

- 기본공구 : 잭, 허브너트렌치(타이어 펌크나 교환때), 플라이어, 일자(-) 드라이버, 십자(+) 드라이버, 스패너
- 팬 벨트 : 패넬트나 에어컨 컴프레셔용 각각 1개 또는 2개
- 연료필터 : 비닐제일수록 예비품 휴대
- 퓨즈 : 5, 10, 15A(암페어) 짜리 각각 2개
- 램프의 밸브 : 헤드, 프래셔, 스톱 미등 등의 예비 램프 각각 1개씩

- 비닐 테이프 : 전기계통 수리와 비상용 접착물로 활용
- 삼각표지판 : 고장으로 인한 비상 주차시 설치를 위한 삼각대 또는 고장 신호램프
- 랜턴 : 야간 고장 작업 또는 업무에 쓰는 회중전지(프레시)
- 비닐 호스 : 연료 결핍 등의 사태를 위해 최소 1.5m내외, 직경 10m 내외의 것
- 비상용 용기 : 연료 결핍 등의 사태에 연료를 보급하기 위해 사용되며, 이것은 냉각수 비상 보충 때도 활용하게 되는데 4리터 정도가 된다.
- 헌 신문지 : 물건을 바닥에 내려 놓을 때 깔거나 트렁크내의 더럽히기 쉬운 물건 보관 때 활용
- 용보자기 : 평소에는 왁스 처리 광택용이지만 고장 작업 때 차체 보호용으로 사용
- 우비 : 갑작스런 우천이나 폭설에 대비.



III. 이미지 전개

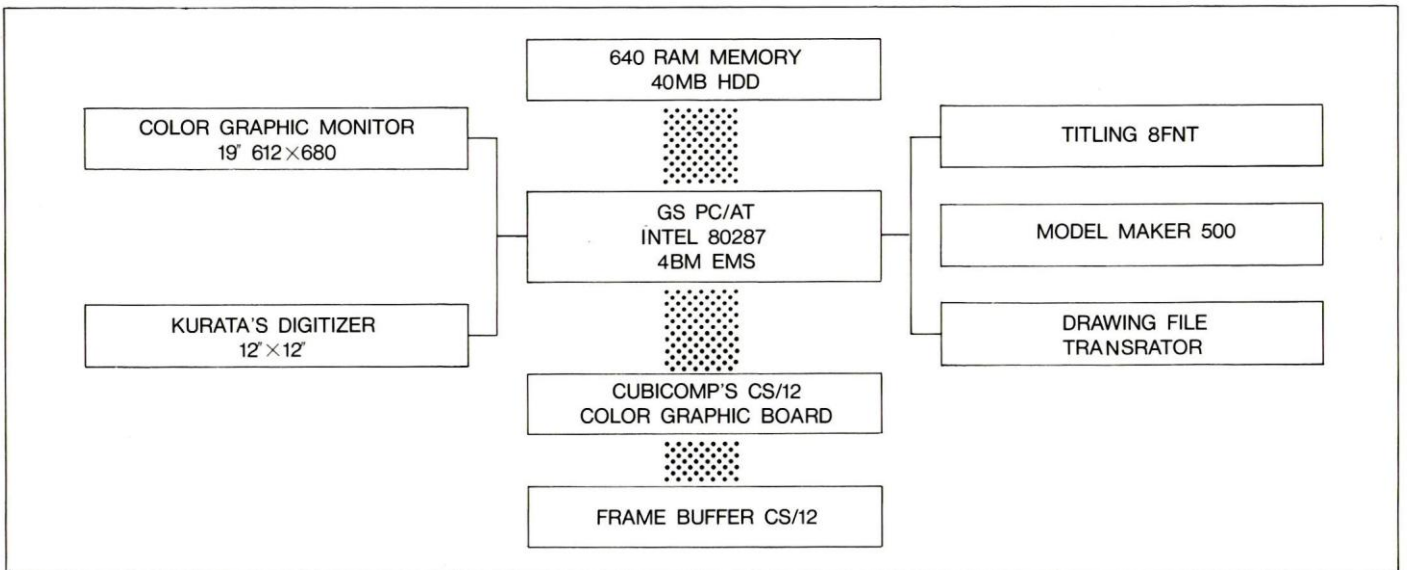
이 제품의 이미지는 다음 3가지에 초점을 맞추어 진행하였으며, 그 진행과정은 CAD를 활용함으로써 좀 더 신속하고 적합한 형태를 찾을 수 있다.

● IMAGE POINT

1. SOFT IMAGE.
2. CHIC IMAGE.
3. SIMPLE IMAGE.

이미지를 시각화 시키는데 사용된 CAD의 기종은 기본 입체 형성과 색채 조절이 용이한 "Model Maker"를 사용하였다. 이 시스템의 특성을 간단히 피력 하면 아래 그림과 같다.

SYSTEM CONFIGURATION



2. 시스템의 특징 및 적용 범위

2-1) 기본 입체 형상(2D & 3D)

CONCEPTUAL DESIGN을 통한 아이디어 전개 및 STUDY MOCK-UP을 대신할 수 있어 초기에 다각적인 시각에서의 형태를 평가할 수 있음.

2-2) 제품의 COLOR COSMETIC CHANGE

다양한 색채(4096가지의 색채)를 보유하고 있으므로 제품의 이미지 컬러 검토 및 COSMETIC CHANGE에 편리 함.

2-3) LETTERING

8가지 3D-TYPE의 LETTERING에 적용.

2-4) AUTO CAD 기종과의 호환성.

IV. 맺는말

본 디자인은 보관하는 장소의 제약 때문에 컴팩트의 개념을 최우선으로 생각하여 각종 세차 용구, 정비공구, 비상 용구를 패키지화함으로써 사용상에 일어나는 혼잡스러움과 번거로움을 일관성 있게 처리할 수 있었다. 이 제품으로 '자동차 문화'의 올바른 정착이 이루어지고 나아가 세계로 뻗어나가는 우리의 자동차와 함께 수출 상품화가 되었으면 하는 바램이다.

제3부 제품 및 환경디자인 부문 심사평

부수언 제3부 심사위원장(서울대학교 미술대학 교수)

산업 디자인전이 개최된지도 올해로 23회, 햇수로 23년이 되었다. 그동안 국내 여러 분야 여건이 그 당시 예측했던 것보다 급진적인 발전을 거듭해 왔음은 주지의 사실이다. 특히 수출 산업의 급속한 성장과 이에 뒷받침이 되는 국내 생산 제품들이 자체 브랜드로 해외 시장 진출이 활발해지고 제품의 질 자체도 좋은 평가를 받고 있는 시점에 이르렀으며 이는 급속한 앞으로의 변화를 실감케 하고 있다. 이 이면에는 그 동안 많은 디자인 교육기관의 설립과 여기서 배출된 전문 인력들이 기업 발전에 큰 역할을 담당한 공헌도 상당하리라 생각된다.

대중을 이루고 있어 긍정적인 평가가 이루어지고 있는 것 또한 사실이다. 그러나 사회적인 여건, 다시 말하면 대부분의 실무 디자이너들이 전자·전기 제품을 생산하는 기업에 종사하기 때문에 출력작의 대부분이 전자·전기 제품이다. 따라서 전자·전기 제품 디자인전 같은 느낌과 결과를 초래하는 것이 아닌가 하는 걱정을 하게 된다. 이것을 출력된 작품의 질적인 문제를 지적하는 것이 아니라 보다 다양한 분야와 내용들이 출품되어 그 명칭이 뜻하는 산업 디자인전으로서의 알찬 면모를 갖추었으면 하는 바램에서이다.

산업 디자인전 역시 디자이너의 사회 등용문 역할과 정부와 사회에 대한 디자인의 계몽 및 인식 발전에 많은 영향을 미쳐 왔다. 그러나 이 시점에서 산업 디자인전도 사회 각 분야의 급속한 발전과 세계 속의 한국, 한국 속의 세계라는 시각으로 그 성격을 다시 한번 검토할 필요가 있지 않나 생각된다. 출품자의 직업별 구성비의 경우 초창기 여러 회까지는 대부분 디자인을 전공하고 있는 대학생 위주였으나 사회의 실무 디자인 인구의 확대에 힘입어 이제는 대부분의 출품자들이 기업에서 실무 디자이너로 활약하고 있는 사람들이

심사 전(前) 위원들의 간담회에서 논의된 내용들도 이번에는 좀 더 다양하고 일상 생활에 보다 밀접한 내용의 범주나 주제를 선정해 소위 요즈음 말하는 한 상 차리기 효과 위주의 풍토를 배제함으로써 실질적인 질적 향상을 도모하지는 의견들이 많았다. 이는 출품자의 경제적인 부담, 효과 위주에서 오는 시간적인 낭비의 지적일 것으로 받아들여진다.

이번 3부의 경우 입선 33점, 특선 12점, 입상 5점 등 모두 50점이 입선 이상의 작품인데, 입상 및 특선 일부에 대한 심사위원들의 의견을 종합해 보고자 한다. 국무총리상의 「자가운전자를 위한 세차 및 정비 세트」는 2원화된 작업 체계를 현실성에 비추어 일원화시켜 문제를 해결한 내용으로 출품자가 그 문제점을 충분히 조사·계획하였다고 평가되었으며

종합적인 문제 해결이 수준급이었다는 의견들이었다. 다소의 문제점으로 지적된 것은 개체들의 기능적인 면이 다소 미흡하지 않나 하는 것이었다.

상공부장관상의 「시청각 교육 시스템」의 경우 우리 현실에서 첨단 기술이 요하는 내용을 체계적으로 필요 충족시켰다는 점에서 기성 디자이너다운 해결 방법을 모색했다는 평가를 받았다.

디자인포장센터 이사장상의 「전자·전기 제품의 경쟁력을 높이기 위한 플럭 디자인」은 전기·전자제품의 다양화에 따른 전원 연결 플럭을 여러 상황에 맞추어 해결하려는 노력이 엿보였으며 이 점이 평가되었다. 전국 경제인연합회 회장상의 「여행용 전기용품 세트」는 여행자를 위한 필요용품 중 전기 제품을 동일 형태내에 수용·해결한 것으로 해결 과정에서

입체적인 검토가 이루어진 것에는 의견이 모아졌으나 동일 형태의 제약에서 오는 다소의 문제점이 지적되기도 했다. 중소기업 진흥공단 이사장상의 「리모트센서를 위한 4mm VCR 카메라」는 첨단 기술을 요하는 제품 계획으로 전체적인 형태 처리와 부분적인 문제 해결을 심도있게 입체화한 예로 의견들이 모아졌다.

이외에도 좋은 작품이 많았으나 지면 관계로 특선 및 입선 작품에 대하여는 심사위원들의 의견을 생략하기로 한다. 앞서서도 언급했듯이 산업 디자인전의 존속 의의나 지금까지의 여러 공헌도는 충분히 인정되나 여러 가지 사회발전 현상과 디자인계의 현 시점, 앞으로의 가능성들에 대비하여 제조 및 운영 방법이 반드시 검토 개선되어야 한다고 생각한다.

퓨터를 이용한 조립식 데스크 액세서리

박희면·최민철 상공부장관상 수상자

I. 개요

1. 공예 산업의 현실

우리의 산업 기술이 아직은 선진공업국에 따르지 못하는 분야가 있다 하더라도 이미 반세기의 많은 경험과 급속한 경제 성장으로 국제 사회에서 향상된 우리의 지위는 국제 교류를 빈번하게 하고 있다.

이제는 선인들이 물려준 문화와 전통 기술을 해외에 널리 소개함은 물론 문화 교류를 통해 우리 국위를 선양해야 할 시기로서 공예품은 그 중 중요한 일익을 담당하게 될 것이다.

이러한 중요한 시기에 우선 우리의 공예 산업 자체의 문제점을 살펴보면 가장 근본적인 문제가 아직도 많은 공예업체가 영세하고 전근대적인 가내 수공업 형태를 크게 벗어나지 못하고 있다는 사실이다.

과거의 낡은 생산 방식의 생산은 생산성과 수익성이 낮고 상대적으로 임금 상승률은 높아 수입자유화 시대에 더욱 경영을 악화시켜 공예산업 기반의 취약 요소로 지적되고 있다. 따라서 공예 산업은 종래와 같은 가내 수공업적인 경향에서 하루 속히 탈피하여야 하며 외국인들의 기호에 맞고 우리의 전통성과 멋이 담긴 공예품을 개발 생산해 낼 수 있는 현대적 기업 형태로 탈바꿈이 되어야 하겠다.

2. 우리의 전통적 미

최근에 와서 우리 민족 고유의 문화적 전통을 계승 발전시키려는 움직임이 활발하게 일고 있다.

한 나라의 문화는 전통이나 민족의 명맥이며, 전통성이 없는 문화는 연속성이 없는 단절된 문화라 할 수 있을 것이다.

이같이 문화의 중요성이 강조되고 있는 시기에 정부에서도 문화 민족으로서 열과 기예가 담긴 문화적 유산을 상품화함과 아울러 기존의 공예품들을 개선 또는 보완하여 한국적 특성이 담긴 전통적 공예품 개발을 위해 「올림픽 상품 종합 육성 계획」을 마련 추진하고 있는 것이다.

우리나라의 전통적 미는 미학자 또는 사학자들이 일컬었듯이 적조(寂照), 자연(自然), 청초(淸楚), 선(線), 천성(天性), 소박(素朴)과 선의(善意), 정적(靜寂)과 온아(溫雅)라는 특질로 대변되어져 왔으며 디자인적인 특성에 있어서는 복잡보다는 단순, 회삽(晦澁)보다는 담백(淡白), 원색보다는 중간색을 선호한 것으로 우리의 전통적 이미지를 찾을 수 있다.

그러나 무엇보다도 중요한 것은 우리 민족 고유의 독창성과 우수한 슬기를 되살려 전통적인 미를 바탕으로 한 참신한 우리 고유의 새상품을 개발하여 수출 신장은 물론 우리 사회의 문화 수준을

고유하게 유지·보존하는 일이라 하겠다.

II. 디자인 배경 및 의도

우리는 일상 생활의 필수용품으로 각종 문구류를 사용하고 있다.

문구의 정의로는 일반적으로 “읽고, 쓰고, 셈하는” 기능을 해낼 수 있는 도구로 학습 문구와 탁상용품으로 구별되어질 수 있다.

문구 제품은 그 나라의 역사와 독특한 문화 전통을 반영하는 문화 상품인 동시에 사무나 학습에 밀접한 관계를 이루고 있는 만큼 기능 위주의 다른 공산품과는 본질적으로 다른 특성을 지니고 있다.

특히 88서울 올림픽을 계기로 많은 외국인이 한국을 방문하게 됨에 따라 우리의 문구 제품의 우수성을 내외에 과시할 수 있는 절호의 기회로 신규 상품이 계속 개발되고 있는 가운데 그 수요도 날로 늘어가고 있는 추세이다.

산업의 현대화 고도화가 추진됨에도 불구하고 다른 산업에 비해 투자나 기술 혁신이 거의 없었던 문구 산업이 '87년 수입 자유화 시대가 개막되어 국내 시장까지 치열한 국제 경쟁의 영향으로 캐릭터나 팬시(Fancy) 문구의 급증을 가져왔고, 생활 패턴의 변화를 가속화시켜 외제 선호성을 부채질하고 있다.

이러한 국제화 시대를 맞이하여 우리의

주체 의식과 한국적 이미지를 살려주고 우리의 독특한 문화를 바탕으로 한 문구류 제품의 고급화 및 품종 다양화를 적극 추진해야 할 것이다.

디자인은 격조 높은 생활 문화를 발전시켜 나가는 문화 창조의 행위로 훌륭한 소재에 디자인이 잘 된 문구는 인간의 정서적 사회적 활동에 많은 영향을 주고 있어 새로운 소재의 연구가 절실할 뿐 아니라 새로운 기법의 제작 방법을 통한 생산으로 기업의 궁극적 목표인 이윤의 극대화를 기하도록 해야 할 것이다.

따라서 본 디자인은 탁상용품을 중심으로 여러 가지 요소들, 즉 재료, 형태, 기능, 조형미의 연구에 초점을 두고 연구하게 되었다.

III. 디자인의 특징

1. 재료 및 제작기법

가. 금속

퓨터(PEWTER)는 주석 약 98%와 안티몬 2%의 합금으로 인체에 무해하고 영구 불변의 미려한 은백색을 띠고 있다.

주로 원심 주조 기법을 이용하여 대체로 섬세하게 표현되는 장점으로 인해 고대 로마시대 이후부터 유럽 지역에서는 컵류와 장신구 등에 많이 사용되어 왔으며 미국의 탄생 기념 금속으로 지정되기도 했다.

나. 나무

흑단과 괴목을 접목한 후 섬세한 구름 문양의 상감을 위해 첨단 기술인 레이저 가공법을 이용, 음각하였다.

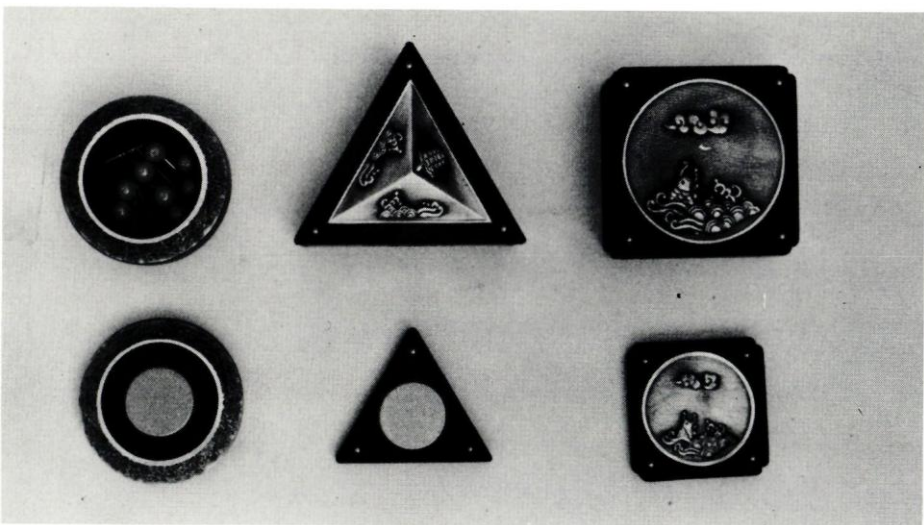
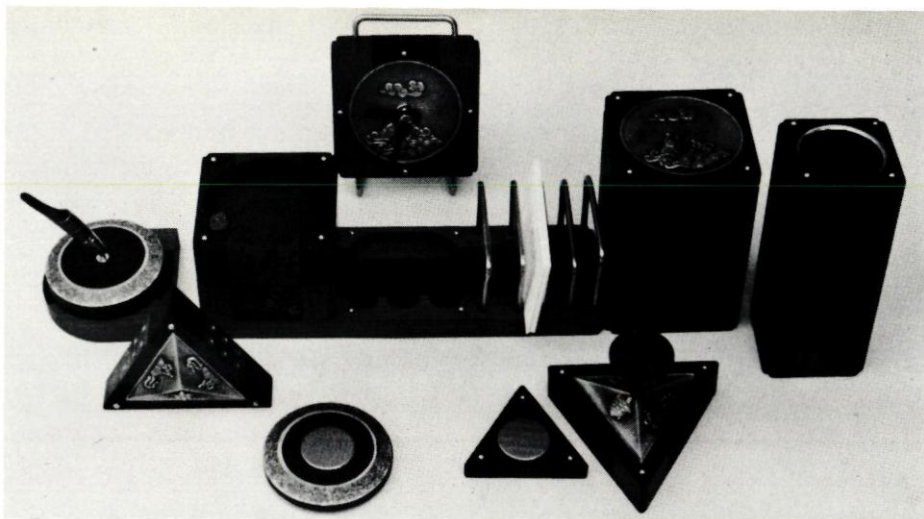
2. 문양

문양이라는 것은 단순한 장식에만 그치는 것이 아니라 오랜 역사를 지닌 민족에게는 신앙적이고 심미적인 요소로서 상징화 되었던 것으로 시대성과 민족성을 함축시킨 우리의 전통 문양을 현대 감각에 맞게 단순 정리하였다.

특히 구름 문양을 정리하여 전체적 통일감을 유도하였다.

가. 십장생문(十長生紋)

18세기 후반에서 19세기에 선비들의 고고한 인격의 표현으로 장수와 번영의 신앙적 요소로 사용되었던 목공예, 도자기 그리고 각종 민속품 등 사랑방의 기물에서 볼 수 있는 장생도를 퓨터의 금속 재질에 단순 정리 후 양각 처리하였다.



나. 어문(魚紋)

뚜껑의 금속 부분에는 득남·번식·번영의 상징으로 부녀자의 방이나 기물에 많이 그려졌던 이어(잉어)문을 정리하였다.

3. 형태

우리의 전통 문양에 입각하여 형태를 기본적인 원, 사각, 삼각을 응용하여 현대적 감각을 살렸고, 탁상 위에서 쌓여질 수 있도록 함으로써 수시로 필요 품목마다 조립하여 정리 가능토록 하였다.

IV. 맺는 말

우리가 상품을 구입할 때는 외관, 구조, 성능, 디자인, 색상, 가격 등이 그 상품을 선택하는 데 많은 비중을 차지하는 결정적인 요소가 되고 있다.

우리 제품이 우수하지만 디자인 때문에 때때로 비싼 가격을 지불하면서도 외제품을 선택한다는 말을 듣는다.

즉, 예술적인 안목에서 균형과 짜임새, 색상, 형태 등 그 상품이 갖는 특성과 잘

조화된 디자인을 보고 대부분의 소비자들은 구매욕을 갖게 되는 것이다.

본 제품의 디자인 개발 주안점은 대량 생산 체제하에서 기능 위주의 기계생산 제품이 주는 무미건조할 정도의 단순함이나 획일적인 느낌에서 벗어나는 데 두었다. 또 우리 고유의 이미지를 살려주고 한국적인 문양과 형태를 현대적 감각으로 조형미를 강조하였고 새로운 디자인의 상품화를 모색하고자 새로운 소재(PEWTER)의 복합으로 변화를 줌으로써 소재의 개발 여부에 따라 부가가치가 높은 공예품의 디자인 개발이 이루어질 수 있음을 느꼈다.

특히 산업 공예의 디자인 개발이라는 측면에서 한정된 제작 방법을 벗어나 첨단 산업인 레이저를 이용한 상감기법의 대량 생산은 그 독창성, 과학성, 효율성 등에 있어 가치를 높이 평가하여야 하며 더욱 발전시켜 현대 디자인 개발에 보다 다양하게 응용할 수 있도록 꾸준한 연구가 되어져야 할 것이다.

장식용구 세트

이소경 상공부장관상 수상자

I. 디자인 배경

현대 산업사회에서 디자인의 중요성은 새삼 강조할 필요조차 없다. 하루에도 수없이 디자인이라는 말을 입에 올리게 되고 적든 많은, 유치하든 세련됐든 디자인이 가미된 생활품을 대하게 된다. 그러므로 1차 산업에서 4차 산업에 이르기까지 디자인은 이미 인간의 모든 행동 반경 안에 들어와 있는 것이다.

디자인의 궁극적인 목표는 산업체의 대량 생산과 연결된 생활품의 품질 향상은 물론 대중의 문화적 감각까지 리드해 나가는 데 있다. 그러므로 디자인은 소비를 충족시켜야 할 뿐 아니라 미래 지향적으로 유도해 나가야 하는 것이다. 이러한 디자인의 활성화와 발전을 위해 마련된 자리가 「대한민국 산업 디자인전」이다. 매년 전시회가 거듭되어 벌써 23회라는 연륜을 맞아 날로 보완되면서 직접·간접으로 우리의 산업 문화 사회에 공헌하여 오고 있는 것이다. 내후년이면 4반세기에 이르는 오랜 동안 꾸준히 질적·양적으로 성장해 온 산업 디자인전은 새롭게 실력있는 디자이너의 등용문인 동시에 기성 디자이너들에게는 의욕을 불러일으키는 촉진제로서의 역할을 다함으로써 우리나라 수출 산업과 문화 사회 발전에 큰 공헌을 하고 있다고 본다.

오늘날 현대 생활의 모든 면에서 작용하는 디자인의 역할과 효능은 매우 큰 비중을 차지하여 또 다시 이야기할 필요조차 없지만, 현재 모든 산업이 수출 집약적으로 이루어지는 상황이므로 수출을 위한 디자인의 개발 여부는 기업의 성패를 좌우하는 현실에까지 이르고 있다.

외국 제품의 모방에만 급급해서 스스로 디자인 후진국으로 머물러 있던 처지에서 산업 디자인전이 주도한 국내 산업 디자인 진흥 운동은 수출 진흥을 통한 산업 경제력 증대의 촉진적인 매개체가 되었다고 할 수 있다. 아울러 우리나라의 디자인 교육계에 끼친 영향도도 매우 크다고 말할 수 있겠다. 그러나 산업 디자인전에 출품되었던 지금까지의 여러 가지 공예 작품들을 보면 그 소재에 있어서 문방용구 세트, 여성용구 세트,

생활용구 세트, 주방용구 세트, 탁상용구 세트 등 일부 한정된 품목만 주력해 왔다는 감이 없지 않다. 따라서 시대를 이끌어 갈 책임이 있는 디자이너들은 감각과 시대성에 민감한 오늘날의 소비자들을 위해서 많은 새로운 제품의 개발을 위해 보다 많은 노력을 기울여야 할 것이다.

필자도 산업 디자인전에서 별로 다루어지지 않았던 여타 품목에 대한 균형적인 디자인 개발에 역점을 두어야겠다는 뜻에서 재작년의 주방용기 세트와 작년의 우산 손잡이에 이어서 올해는 단추와 목걸이, 브로우치, 귀걸이, 팔찌와 벨트, 핸드백, 장갑, 구두의 세트화와 불고기(스테이크)판용 소재로 선택하여 기능성은 물론 아름다운 조형물의 역할과 새로운 소재의 개발에 목적을 두고 두가지의 방향의 것을 출품하였다.

새로운 소재의 개발에 역점을 두어야 하겠다는 목적이 생기자 작년에 출품한 우산 손잡이가 새로운 면의 구상이라는 평과 격려를 많이 받은 바 있어, 나에게는 많은 자극이 되었다.

감각과 시대성에 민감한 오늘날의 소비자들은 제품의 소유를 통하여 자기 표현과 개성을 나타낼 수 있으며, 아이덴티티(Identity)가 높고 지적인 충족감을 줄 수 있는 물건을 요구한다. 따라서 필자는 선진국 디자인의 모방 또는

일부 수정하는 단계를 벗어나지 못했던 장신구를 구조적인 연계성으로 디자인함으로써 새로운 제품 디자인 개발과 소재의 다양한 개발에 역점을 두었다.

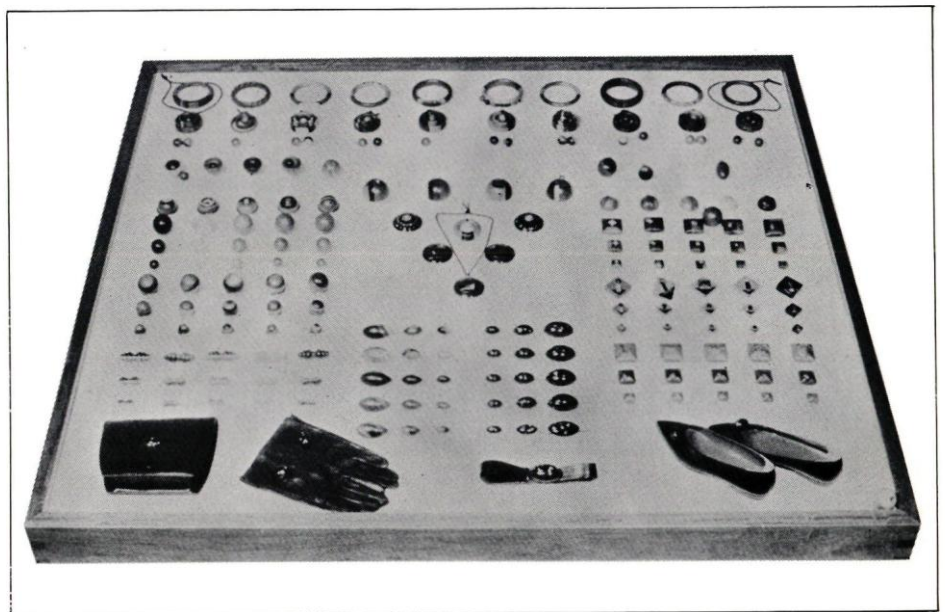
II. 제품의 디자인 방향

최근 문화의 발전과 함께 소비 풍조의 경향은 현대 문화의 특징이라 할 수 있는 독신주의, 개성화, 고학력화, 여성의 사회 참여 기회 증가, 라이프 스타일의 변화 등으로 인해 점차 가속화되어 가고 있다.

그러나 이러한 소비 풍조가 사치성을 유발시키기 보다는 좀 더 아름다운 자신을 가꾸는 개성 시대를 만들려 하고 있다는 해석이 옳다고 생각한다.

이러한 경향은 개성 시대의 마지막 장르인 장신구의 발전을 가져 오게 했다. 오늘날의 우리 시대 장신구는 유행성 장신구로만 그치지 않고 한층 더 장식적인 데로 치우치고 있다. 장신구가 몸 전체를 뒤덮어 마치 인간이 뒤에서 장신구를 들고 있는 것처럼 보이는 전근대적인 장신구들은 너무 인간을 배경으로만 몰아 붙이고 있어서 장신구라기보다는 인간을 위협하는 도구로 느껴지기도 했다.

또한 그 재료에 있어서도 금속이 주종이어서 더욱 더 그러한 느낌을 더해 준다.



그러므로 필자는 장신구하면 사치성을 띤 비경제적인 액세서리만 연상하는 우리네 관념을 좀 더 새롭게 하기 위해서 액세서리를 부착 안해도 효과를 낼 수 있는 단추를 중심으로 장신구 세트를 구상해 보았다.

단추는 의복에 없어서는 안되는 것이자 액세서리가 없는 의복에는 액센트 효과를 내는 기능성과 미를 지니는 이중성을 띤다. 단추는 기능이 위주이므로 모가 나지 않게 원을 기본형으로 사각·삼각·타원 등을 사용하여 의상의 형태, 의상 복지 문양 내지는 사람의 이미지를 염두에 두어 다변화를 주었으며 문양은 자연스럽게 다변적인 감정이 우리나라에 하기 위해서 고전적 문양과 기하학적 문양의 변형과 나무의 접목으로 생기는 자연 무늬 색상 등을 살려서 이용하였다. 단추를 제작함에 있어서는 금속보다는 나무를 선택하여 그 느낌을 부드럽게 했으며, 나무는 가령, 화류, 흑단, 괴목, 티크, 장미목, 참나무, 오리나무, 은행, 백양나무 등을 이용하여 색상에 변화를 많이 주었다.

제작 방법에 있어서는 경제성과 실용성을 고려하여 거의 기계 작업으로 가공이 가능하도록 했으며 조각 나무를 주로 사용하여 생산 단가를 저렴히 하여 대량 생산이 용이하게 하였다.

또한 나무의 단조로움을 피하기 위해 단추의 몇 종은 칠기와 자개를 이용함으로써 다양한 소재를 개발해 보려 했다.

팔찌와 목걸이, 귀걸이는 나무를 여러 가지로 접목해서 원을 기본형으로 로구로 작업을 하여 기계 생산을 할 수 있게 하였다. 그리고 팔찌의 가운데 나무를 이용해서 목걸이를 만들어 팔찌와 목걸이 귀걸이를 세트로 해서 목재를 절각하면서 연관성을 조성하게끔 했다.

제품의 형태는 어디까지나 전통성과 현대성을 접목시키려 하였고 나무의 가연성을 최대한 표출시키고자 노력하였다.

III. 한국적 이미지의 개발

현대 공예에 있어 두드러진 추세로서, 공예의 소재와 재료가 무엇이든 간에 실용적 의미를 떠나 작품으로서의 형태 감각을 중요시하는 움직임은 공예의 대상이 실용적 물건이라는 단조로움에서 탈피하여 공예가 지닌 고급 조형성을 중시하는 것이다.

다시 말해서 인간공학적 측면에 예술적 정서 감정을 추가하자는 것이다. 그러한 움직임을 바탕으로 본격적으로 공예가 지니는 가치가 부각되었고 이에 따른 공예가들의 움직임도 활발해졌다.

이와 같이 산업 디자인에서는 예술로서의 정서 감각과 과학으로서의 공학적 기술 처리의 합리적 운용이 잘 그려지고 감각적인 디자인과 합리적이고 논리적인 디자인이 다같이 중시되어야 할 것이다. 그러나 아직도 공예품의 다양한 소재 개발이라는 문제에 있어서는 개척의

여지가 많으며, 이에 대한 집중적인 노력이 필요하다고 본다.

하나의 디자인을 창조하기 위해서는 수많은 모델링을 통한 실험 과정을 거쳐 시안을 얻어내고, 그 디자인이 기계의 실용성에 적합할 수 있는지의 여부를 살펴보고 양산 공정에 필수적인 규격화의 개념에 알맞는 경제적이고 효율적인 과정을 철저히 검토, 분석해야 할 것이다.

본 상품 개발을 통해서 현재 우리나라에서 개발된 장신구 세트에 대한 편견과 비난보다는 우리의 여건과 생활에 맞는 참신하고 경제적인 디자인을 연구, 개발함으로써 국제 경쟁력을 강화해 줄 수 있는 상품의 고급화에 쉽게 접근할 수 있음을 깨달았다.

결론적으로 장신구 하나만을 예로 하더라도 이제까지는 서구형 스타일의 형상과 소재가 일반화되어 왔던 것이 사실이었는데, 이제 앞으로는 우리의 한국적 소재의 이미지 부각과 기량의 고도화, 동양 문화의 신비성을 추려서 서구 및 기타 지역의 생활 속에 침투시킨다는 역 반응적인 노력이 요구된다고 생각한다.

마지막으로 작년에 이어 상공부 장관상에 입상함으로써 산업 디자인전의 한 일원으로서 갖는 무거운 책무를 느끼며 공예 디자이너로서의 보다 더한 알찬 연구를 다짐해 본다.

제2부 공예부문 심사평

정대유 제2부 심사위원장(성신여대 교수)

생활 문화의 질은 그 바탕이 어떠한 생활용품들을 사용하느냐에 근본을 두고 있다 하겠다.

금년들어 23회째를 맞이하는 대한민국 산업 디자인전은 생활 문화의 내용적 향상 문제에 보다 가깝게 접근할 수 있는 최상의 방법이라 하겠다.

대한민국 산업 디자인전은 작품의 내용과 부가 가치면에서 오늘의 산업 입국을 지향하는 우리에게 크나큰 동기와 자극을 주고 있으며 오늘날이 있기까지 많은 공헌을 해왔다는 것은 부인할 수 없는 사실이다.

이는 첫째, 생활용품에 대한 사용자의 디자인 감각을 높여 주었고, 둘째,

생산 과정에서 경영자의 디자인에 대한 관심도를 폭넓고 깊게 하였으며, 셋째, 디자인 교육의 목표와 방향에 새로운 지표를 암시하여 줌과 더불어 디자이너의 후계자 양성에 영향을 주어 왔다.

금년의 2부 공예에서는 입선작 수준들이 급변하여 가는 생활 문화에 보다 가깝게 가려는 노력의 흔적이 현저하게 나타났음을 발견할 수 있었으며, 사용 재료의 다양성과 용도에도 눈길이 끌리는 세련된 디자인 감각의 작품들이 선정되었음은 결실이라 생각한다.

특히 상공부 장관상을 수상한 박희면, 최민철 씨의 「퓨터(Pewter)를 이용한 조립식 데스크 액세서리」는 재료의 복합

사용, 기법의 정교성, 소재의 실용성에 주안점을 두고, 형태에서는 전통적 문양을 오늘의 생활에 접합시켜 보려는 생활 문화의 질적 향상을 위한 공예품으로서의 성격이 뚜렷하여 수공예 차원을 넘어선 산업 공예품으로서의 충분한 가능성을 보여준 점이 특이하였고 생산적 측면에서도 부가 가치의 기대를 해볼만한 작품이었다. 앞으로 용도의 다양성에 개발 방향의 기대를 하여 보직 하겠다.

또한 같이 상공부 장관상을 수상한 이소경 씨의 「장식용구 세트」는 재료의 소박함과 목재의 접합이라는 기법을 사용하여 신변 장신구는 물론 의류 산업에 친밀감 있는 자연 재료의 맛을 한층

느리게 해주고 있다. 앞으로 한국적인 문양을 적극 개발하여 수공예 작업의 공예에서 산업 공예의 방향으로 유도시킨다면 새로운 맛의 생활 공예품으로서의 특성을 살릴 수 있는 작품이라 하겠다.

앞으로 재료가 갖는 맛을 기법에 잘 접근시켜 실생활에 활용할 수 있는 소재의 개발에 방향을 둔다면 부가 가치가 높이 평가될 수 있을 것으로 기대된다.

면면이 이어온 한국적 풍토에서의 소재를 오늘의 생활 문화에 끌어들이려 창조명하여 본다면 작업 과정에서 재료,

기법과 함께 조화를 이룰 수 있으며 그 성격에서 더욱 큰 부가 가치를 발견할 수 있을 것으로 본다.

공예품의 디자인에서는 외적인 질도 중요하지만 내적인 질의 문제를 승화시켜 볼 때 생활 문화의 질적 변화를 가져올 수 있을 것이다. 이는 생활 문화의 질적 문제는 어떠한 질의 생활용품을 사용하느냐에 비례될 수 있기 때문이며, 생산 과정을 고려한 아이디어의 개발은 제품화, 실용화 단계에 이르는 빠른 길이기도 하겠다. 지역적 특성을 고려한 생활 공예품의 개발은 중소 생산업체의

육성이라는 측면에서 볼 때 새로운 생활 공예품의 개발 가능성을 보여주며, 개발 능력인의 양성이라는 측면에서도 중요성을 가질 수 있다. 금번 대한민국의 산업 디자인전의 심사과정에서 아이디어나 기타 여러 면에서 주목되어지는 작품이 많았으나 입선 또는 입상의 기회를 얻지 못한 출품자들에게는 애석한 마음을 금할 수 없다.

생활 문화의 질적 향상을 위하여 생활 공예품들이 어느 방향으로 가야 하는가를 좀 더 예리하게 판단하여 좋은 작품을 연구하여 주기 바란다.

시청각 교육 시스템

양윤식·구기설 상공부 장관상 수상자

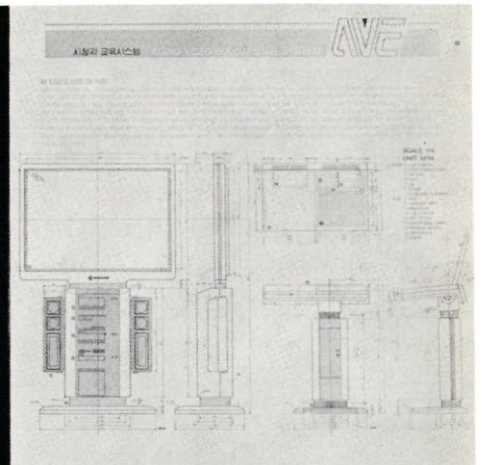
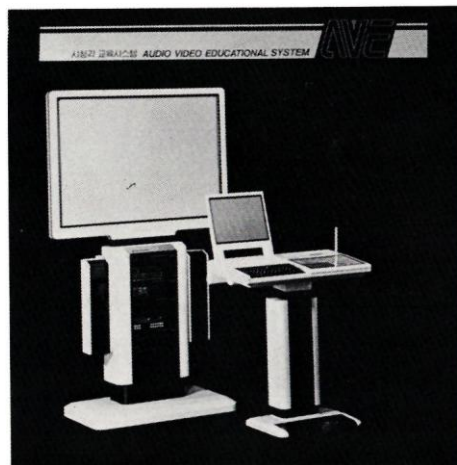
I. 디자인 배경 및 의도

대부분의 인간들은 어떠한 형태로든 풍족한 삶을 추구하면서 살아간다. 현재 고도로 발달되어 가는 산업화, 공업화는 무수한 문명의 이기들을 창출시켰으며 이러한 문명의 이기들은 생활의 간편화, 합목적화, 효율화를 통해서 인간의 풍족한 삶을 충족시켜 주기 위한 충분한 필수 조건으로 기여하게 되었다.

산업의 발달중에서도 전자산업의 발달은 그야말로 눈부신 것이어서 손톱만한 크기에 수십만 개의 기억 소자를 넣을 수 있는 반도체 기술을 주축으로 기계, 자동차, 항공, 우주 산업에 이르기까지 타산업에 지대한 영향을 끼치고 있다.

향후 계속적인 기술 혁신을 통한 전자 기술의 발전이 예측되어지는 바, 그 관련 부분들은 ① 생산 시스템, ② 가정 시스템, ③ 오피스 시스템, ④ 교통 및 운수 시스템, ⑤ 의료 및 교육 시스템, ⑥ 정보 서비스, ⑦ 정보 처리 및 전달 기술 등 생활 전반에 걸친 폭 넓은 부문이 된다.

본 프로젝트는 이러한 여러 가지 항목 중에서 그 중요성은 충분히 인정되면서 전자 산업의 혜택을 그다지 받지 못하고 있는 부문에 눈을 돌리면서 출발했다. 예로부터 우리나라에서의 교육열은 그 어느 나라보다도 높았다. 그러나 그 열의에 비해서 물론 여러 가지 요인이 있었지만 비능률적이고 비생산적인 교육이 이루어져 왔던 것도 사실이다. 그나마도 근래에 들어서는 전자 기술의 이용이 초·중·고교의 시청각 교육으로부터 기업의 전문



기능 훈련을 위한 시뮬레이터 시스템까지 광범위하게 침투하고 있는 것은 바람직한 현상이라고 볼 수 있다. 그러나 고도 정보 사회에 있어서 교육에의 요청은 학교 교육에 그치지 않고 모든 사람에 대한 생애 교육으로 향하고 있으며, 유치원부터 대학으로 이어지는 학교 교육은 물론 학원 등의 진학 교육, 기업내 연수 및 훈련, 주부를 대상으로 한 교양 강좌 등 다양한 형태로 요구되고 있다.

이같은 교육 현장의 확대에 수반하여 학습자의 연령이나 학습 이력의 편차가 커지므로 동시 진행적인 일률적 교육으로는 곤란한 경우가 생긴다. 한편 교육 실시 기관에서는 학습자를 교육시키는 교육자의 부족에 고뇌하고 또 교육자나 관리자도 관리상의 사무 처리 때문에 개개의 학습자에 대한 지도를

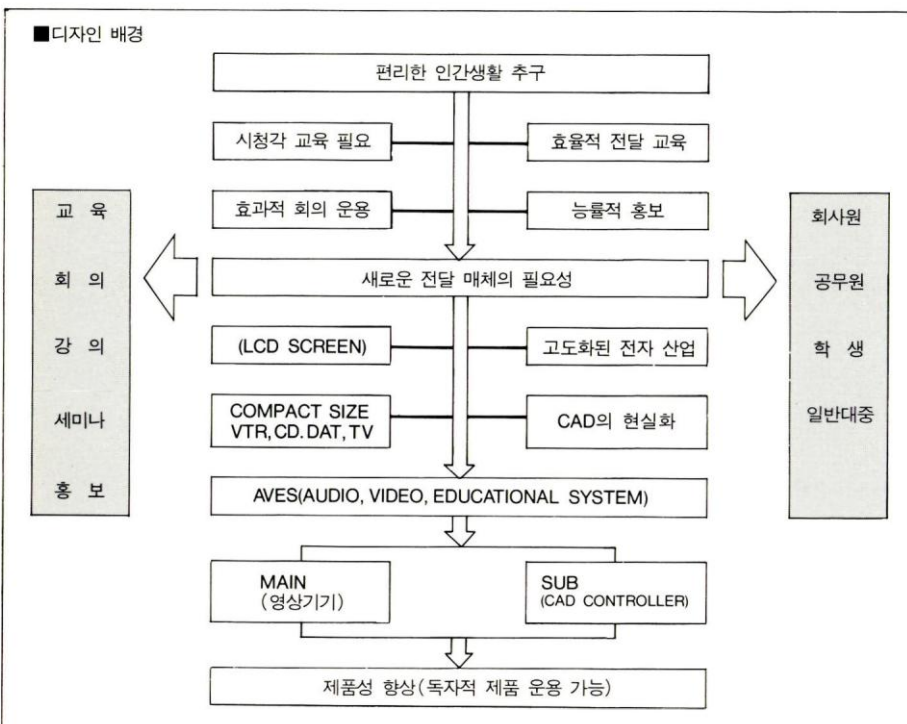
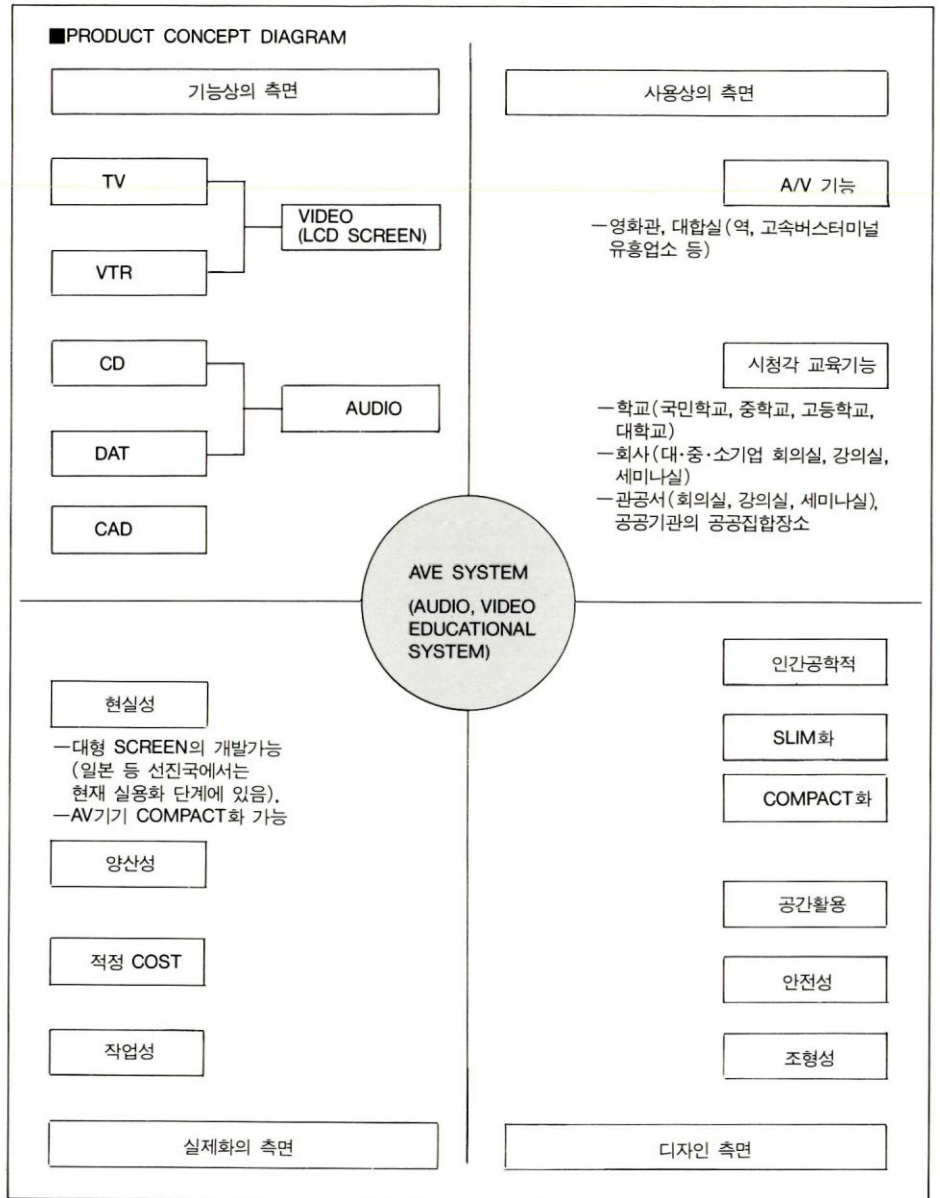
충분히 하지 못하는 상태가 발생하는 등 교육의 질이나 형태에 대한 새로운 요청이 발생하고 있는 것이다. 또한 직접 보고 듣고 느낄 수 있는 형태의 교육의 요구가 절실히 대두되고 있는 것은 주지의 사실이다. 아울러 기업내에서와 관공서내에서도 계획을 짜고 실행해 나가는 과정에서 크고 작은 규모의 각종 회의가 거의 매일 빈번히 발생되고 있는 실정이며 산업이 발달되면서 늘어나는 정보로 인해 회의는 시간만 낭비하는 결과를 초래하게 되었다.

따라서 본 프로젝트는 이러한 여러 가지 교육 상황에서 야기되는 요구와 문제 및 기업과 관공서 등지에서 비밀비재하게 발생하는 각종 회의, 심포지엄, 세미나 등을 효과적이고 생산적으로 해결할 수 있는 방법 등을 생각해 보면서 문제를 해결해

나가는 데 그 주안점을 두었다.

문제의 해결 과정에서 L.C.D 대형 스크린과 CAD의 활용은 주된 요체가 되었는데, 시청각 교육에 있어서 대형 스크린은 필수적인 것으로 시각 활동의 주된 요소를 이룬다. 기존에 있는 대형 스크린으로는 브라운관과 프로젝션이 있으나 이들은 그 크기나 부피에 있어서 제품의 성격에 부합되지 못했기 때문에 아직 국내에서는 실용화가 되지는 않았지만 일본 등 선진국에서는 실용화 단계에 있는 대형 L.C.D 스크린을 사용했다.

또 복잡한 수치 계산과 그림이나 도표 등의 화상 정보를 신속하게 처리해 줄 수 있는 단계로 발달한 CAD를 교육적인 측면에서 활용하게 됨으로써 도형의 이동, 회전, 축소, 복사, 삭제, 다듬기 등 기하학적인 편집 기능과, 면의 입체화 처리 등을 실감있게 교육시켜 교육의 효과를 높이고, 각종 회의시 도표, 도식, 제시 등으로 그 효과를 배가시킬 수 있는 전기를 마련하게 하였다. 요약해서 이야기하면 본 프로젝트의 디자인 의도는 고도로 발달되어 가는 전자산업의 배경 아래서 그다지 전자기술의 혜택을 받고 있지 못한 교육과 회의 등 커뮤니케이션의 현상을 파악하고 야기되는 문제점을 합리적으로 해결하는 과정에서, 전자산업의 혁신적 산물인 대형 액정 스크린과 CAD를 응용, 새로운 기술을 디자인에 접목시키는 데 있다고 볼 수 있다.



II. 제품의 특징 및 기능

1. 제품의 특징

서두에서 언급한 바와 같이 하루가 다르게 발달되어 가는 전자 기술을 배경으로 해서 사회 발전의 원동력으로 그 중요성이 인정되면서 그다지 전자산업의 혜택을 받지 못하는 교육의 측면에서 현상을 파악하고, 문제를 해결해 가는 과정으로 디자인을 전개했으며, 디자인의 가장 큰 특징은 그 역할 분담에 있어서 MAIN 영상기기와 SUB CAD CONTROLLER로 분리 처리하고 제품의 효율화를 위해서 각각 독립된 제품으로도 사용 가능하게 한 데 있다.

특히 MAIN 영상기에 있어서는 시청각 교재의 필수적인 대형 화면을 첨단기술인 L.C.D. 스크린으로 처리함으로써 심플하고 컴팩트한 수직적

형태로 유도했으며 교육 시스템에 최초로 CAD를 도입하여 교육이나 회의의 질적 발전을 피하게 한 것이 큰 성과라 할 수 있다.

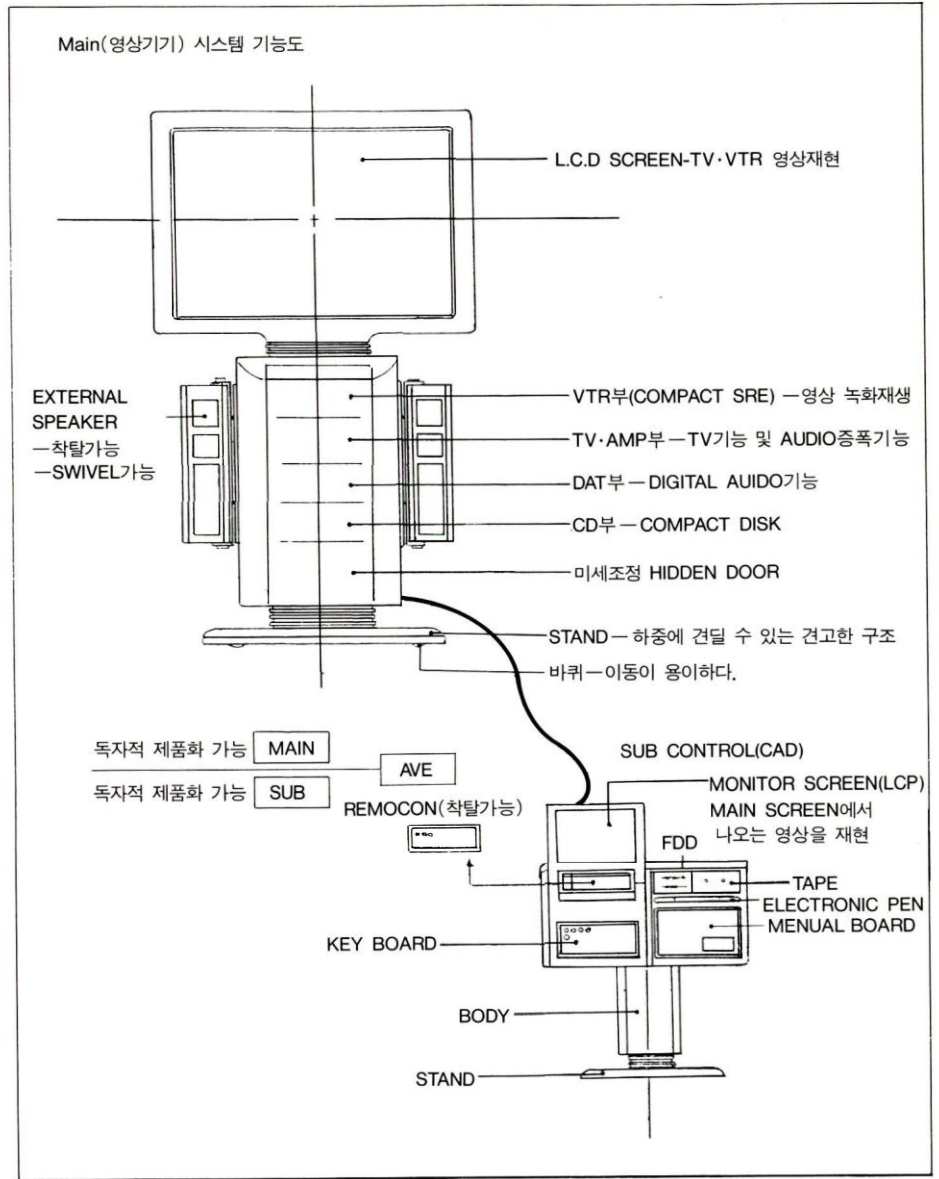
2. 제품의 기능

가. MAIN 영상기기

- ① TV기능 : 일반적 TV기능으로 MAIN 영상기기의 제품성을 향상시킨다.
- ② AUDIO 기능
 - D.A.T : 최신 첨단 오디오의 디지털 오디오 테이프로 기존의 테이프 레코드 기능을 대체하면서 음악 감상의 질을 높이고 C.D에서 불가능한 고음질의 녹음, 재생이 가능하다. 음악 감상이라는 일반적 기능 이외에도 교육이나 회의시 화자의 음성을 녹음, 재편집할 수 있으며 여러 가지 청각 자료로도 사용되어질 수 있다. 또한 콤팩트 사이즈이기 때문에 취급이 용이한 잇점도 있다.
 - C.D : COMPACT DISK로 앞으로 확대될 추세에 대비 순수 음악 감상용으로 채용.
 - ③ VIR기능 : CAD CORD를 사용하여 일반 자연 현상 등 시청각 교육에 필요한 여러 가지 현상 등을 녹화 재생시킬수 있으며 또한 여러 나라의 풍물, 풍습을 비롯한 문화적인 자료를 시청할 수 있다. 교육적 드라마 등 시청각 교육의 기초 매체라 할 수 있으며, VHS 콤팩트 사이즈로 취급이 용이하다.

④ 대형 L.C.D. 스크린

L.C.D 스크린은 소형은 이미 시판되고 있는 실정이며 대형 또한 일본에서 실용화 단계에 있다. 액정의 원리는 아래와 같다.

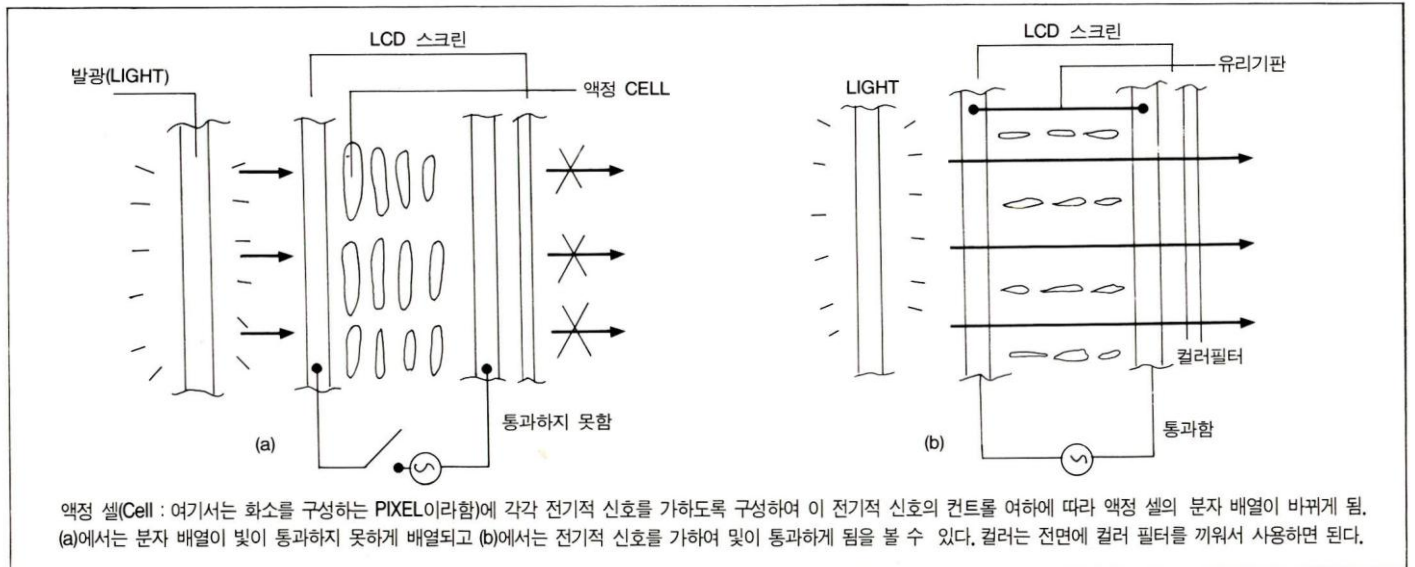


- ⑤ SPEAKER : MAIN에 착탈식으로 부착 가능하며 원하는 각도대로 조절이 가능하다.

나. SUB CAD CONTROLLER

① 입력장치(INPUT)

- 펑션키보드(FUNCTION KEY BOARD) : 처음부터 시스템에 고정되어 있는 기능과 사용자가 자유로이 정의하여



액정 셀(Cell : 여기서는 화소를 구성하는 PIXEL이라함)에 각각 전기적 신호를 가하도록 구성하여 이 전기적 신호의 컨트롤 여하에 따라 액정 셀의 분자 배열이 바뀌게 됨. (a)에서는 분자 배열이 빛이 통과하지 못하게 배열되고 (b)에서는 전기적 신호를 가하여 빛이 통과하게 됨을 볼 수 있다. 컬러는 전면에 컬러 필터를 끼워서 사용하면 된다.

사용할 수 있는 기능이 있다.

●키보드(KEY BOARD) : 가장 기본적인 입력 장치로 시스템의 초기 시동, 명령 입력, 좌표 데이터의 입력, 문자 코드 입력 등에 쓰인다.

●태블릿(TABLET) : 디지타이저와 거의 같은 기능을 가지며 소형인 좌표 입력 장치를 말한다. 프리핸드 드로잉(FREE HAND DRAWING)과 원고를 입력하는데 유용하다.

●라이트 펜(LIGHT PEN) : CRT에서 나오는 빛을 검출하여 검출 시정의 디스플레이가 무엇을 찾아내는 역할을 한다. 모니터에 직접 드로잉할 수도 있다.

② 출력장치(OUT PUT)

●컬러모니터 : 텔레비전과 같은 방식으로 화상을 출력하며 상(IMAGE)은 화소(PICTURE CELL)라 불리는 점의 행렬로 구성되고 상의 선명도와

표현되는 색수는 컬러 그래픽 카드(COLOR GRAPHIC CARD)에 따라 다르다. 자체내에 소형 L.C.D 스크린이 있어 독립적으로도 기능 수행 가능하며 여러 사람에게 교육의 필요가 있을 때는 MAIN 영상기기의 대형 L.C.D 스크린을 활용할 수 있다.

③ REMOTE CONTROLLER : MAIN 기기의 작동을 리모트할 수 있으며 SUB 기기에 장착되며, 착탈도 가능하다.

III. 맺는 말

인간과 이를 둘러싼 모든 주위의 정신적, 물질적 환경 속에서 어떠한 특정 현상의 문제점을 파악하고 인간의 니즈를 수집한 다음 이를 해결해 줄 수 있는 적절한 제품을 생산한다는 것은 단지 그 제품을 생산하는 기업의 이윤 추구에만 목적이 있는 것이 아니라, 보다 간편하고

합리적이며 능률적인 인간의 삶을 위한 기여도 내포되어 있으리라 본다. 일상의 커뮤니케이션 중에서 우리는 많은 문제점과 새로운 니즈를 발견하게 된다.

본 프로젝트는 앞서도 누누히 얘기한 바와 같이 고도로 발달된 전자 기술을 문제점이 대두된 교육이나 회의 등의 커뮤니케이션의 현상에 대해 디자인이라는 수단을 통해서 그 해결책을 찾아보자고 한 것이다.

물론 이 제품이 실용화 단계에 접어들기까지는 해결해야 될 문제점이 아직 많이 남아 있지만 혁신적 전자 제품들이 온갖 산고를 치르고 탄생되는 것과 같이 가능성이 선행되어 기술 개발이 추진되고 그 편리함과 경제성이 수요를 창출하여 실용화되고 있다는 것에 주목해야 할 것이다.

상공부 장관상—시청각교육 시스템 심사평

홍 성 수 제3부 심사위원(중앙대학교 교수)

Arthur J. Pulos는 “산업디자인이란 인간의 물질적인 욕구와 심리적인 욕망을 충족시키기 위해 제품이나 제품 체계를 창의적으로 개발하는 행위이며, 이와 같은 시대를 사는 동료 인간을 위하여 제품이나 총체적 환경(Total Environment)을 유용하고 아름답게 만드는 일이다”라고 산업디자인에 대한 정의를 내리고 있다.

그러나 학자들의 주장대로 인간을 위한 완벽한 디자인을 창조하기란 그리 쉬운 작업은 아니다. 디자인의 우수성이란 얼마만큼 완벽에 가깝게 접근하느냐에 따라서 객관적으로 평가되어야 할 것이다.

이번 제23회 산업 디자인 전람회 출품 작품 중 제3부인 제품 및 환경 디자인 부문에서는 다양한 테마와 그에 따른 우수한 작품들이 많아서 심사하는 데 많은 시간이 소요되었으며 어려움도 많았다.

특히 출품된 작품 중에서, 최첨단의 전자 기능을 갖추었으며, 전자 제품이라기 보다는 교육 기재로서 또는 교육 시설물로 사용할 수 있는 특수 제품이라 할 수 있는 「시청각 교육 시스템(Audio Video Educational System)」은 테마에서부터 디자인 컨셉트, 그에 따른 창조성, 조형성, 기능성, 조작성, 색상 용도 등 각요소를 충분히 만족시켜 줌으로써 완벽에 가까운

우수한 작품이라 할 수 있다.

우리나라는 교육열은 대단히 높은 반면에 교육 시설은 선진국에 비해 매우 전근대적이라고 할 수 있으며, 과학적인 교육 기재도 충분치 못한 실정에서 이와 같은 컴퓨터 기능을 갖춘 시청각 교육 시스템의 창출은 대단한 의의가 있다고 할 수 있겠다.

향후의 교육은 컴퓨터에 의한 시청각 교육이 될 것이며, 커뮤니케이션의 효율적 전달을 통해 새로운 학문을 신속하게 교육 받을 수 있게 될 것이다.

이러한 관점에서 이 작품은 현시점에 절대 필요한 아이템이며 향후 제품화될 경우 여러 방면에서의 교육 수준을 향상시켜 주고 인간 생활에 보다 편리함을 줄 수 있는 작품이라고 생각된다.

따라서 본 작품의 기본 의도가, 근래에 들어 시청각 교육의 필요성이 크게 대두되고 있는 각급 학교의 교육과 기업체나 관공서에서의 각종 회의, 역, 터미널 등 공공 장소에서의 커뮤니케이션을 위해서 효율적 전달 매체의 개발이 절실히 필요해짐에 따라 이를 위한 새로운 전달 매체를 창출하는 데 있으므로 디자인 컨셉트부터 확고하게 설정되어 있다.

기능에 있어서도 전자산업의 혁신적인

산물인 대형 액정 스크린과 CAD를 응용, 새로운 기술을 디자인에 접목시키려고 의도하였으며, 시청각 교육 시스템과 더불어 제품의 효율성을 높이기 위해 주종 기기(영상기기)와 부속 기기(CAD Control)를 각각 독립적으로 사용 가능케 함으로써 작품의 다양성과 질을 향상시켰으며 각 조인트 부문에 자브라를 이용하여 각도를 자유자재로 조절할 수 있게 하여 사용자를 더욱 편리하게 하였다.

형태와 색상에 있어서도 직선과 소프트한 곡선을 적절히 조화시켰으며, 주종 기기와 부속 기기의 형태 이미지를 코디네이션화 하였고 특히 컨트롤부의 정교한 배열들은 작품을 더욱 돋보이게 하였다. 흑백의 강한 색상 대비는 현대적인 감각을 추구함으로써 작품 전체 이미지에 부합되도록 하였다.

이번 심사 과정을 통하여 우수한 작품들을 보고 느낀 점들이 많지만 특히 본 작품과 같이 현대 교육 시스템에서 절실히 필요로 하는 작품이 창출된 것은 대단히 고무적인 성과라 할 수 있으며, 앞서 기술한, 디자인이란 인간의 물질적 욕구와 심리적 욕망을 충족시킬 수 있는 제품이어야 한다고 했듯이 본 작품도 인간을 충분히 충족시켜 줄 수 있는 우수한 작품이라고 평할 수 있겠다.

포장기술편람 발간 및 광고 안내

우리센터에서는 국내포장산업의 발전을 위하여 78년판 포장기술편람을 개정 보완하여 최신 포장동향 및 포장기법을 수록한 포장기술편람을 금년 하반기에 발간하게 되었습니다. 아울러 이번에 발간되는 포장기술편람에 업체 상호간의 정보교환 및 판매촉진을 위하여 광고를 게재코자 하오니 많은 이용 있으시길 바랍니다.

1. 발 간

가. 발 간 일 : 1988년 하반기

나. 인쇄규격 : 16절

다. 인쇄면수 : 2,000면

라. 수록내용 :

차례	구분	내 용
제1편	포 장 개 론	포장의 정의와 기능, 포장과 유통, 포장위생 및 폐기처리, 기타
제2편	포 장 재 료	나무용기, 지판지, 플라스틱 필름 및 용기, 금속, 유리, 점착제·접착제, 완충재, 봉합재, 방청제, 골판지, 포대, 가공지, 기타
제3편	포 장 기 법	방청포장, 방수, 방습포장, 식품포장, 중량물포장, 완충포장, 포장인쇄, POS 시스템, 기타
제4편	포장디자인	포장디자인과 마케팅 전략, CI·BI 계획, POP, 상품개발과 포장디자인, 기타
제5편	포 장 기 계	계량·계수기, 충전기, 봉합기, 랩핑기, 수축포장기, 진공포장기, 밴딩기, 스테플러, 팰리타이저, 인쇄기, 포장재료가공기, 물적유통장비, 무균포장 시스템, 레토르트 포장시스템, 다품종소량 생산품 포장시스템, 포장시스템의 로봇트화, 기타
제6편	포 장 시 험	포장시험의 의의, 시료채취 및 전처리, 강도시험, 차단성시험, 열적시험, 포장 화물시험, 방청시험, 적정포장 시험방법, 기타
제7편	부 록	포장산업 통계자료, 각국의 포장관련규격, 각종 포장방법통칙, 기타 관련자료

마. 관 매 가 : 50,000원/권(예정)

2. 광 고

가. 광고유치 대상업체

- 포장재료 생산 및 가공업체
- 물류관련업체
- 포장기계및 관련기기 생산업체
- 기타관련업체
- 포장작업및 판매업체

나. 광고지면 및 게재료

지 면	색 도	게 재 료(원)
표 지 2	칼 라	1,500,000
제호전1	칼 라	1,300,000
기타내지	칼 라	1,000,000
기타내지	흑 백	700,000
후 미 1	칼 라	1,200,000
표 지 3	칼 라	1,300,000

단, 광고원고 및 광고필름 제작비는 광고주 부담, 부가세 별도

3. 문의처

서울시 종로구 연건동 128 한국디자인포장센터 포장개발부 1110-460 TEL: 762-8338, 9463



보다 편리하고
보다 아름답고
보다 쾌적함을
추구하는 인간의
욕망은 일상생활에
연관된 모든 분야에
디자인이라는 개념을 더욱
강조시켜 주고 있다.

지난 '85년에 우리 센터에서
처음으로 도입, 실시한 우수
디자인 상품 선정제(GD마크제)가
올해로 네번째를 맞아 생산자와
소비자에게 디자인에 대한 인식을
새롭게 일깨워주면서 실질적인 굿 디자인
운동으로 정착되어 가고 있다.

올해에도 675점의 제품이 출품되어 116점이
「GD마크」를 부여받았는데, 본지에서는
이번 선정제의 개요와 함께 선정 상품(업체별,
제품별 1점씩)을 확보로 소개한다

1988 GOOD DESIGN

'88년 우수 디자인 상품 선정제 개요

GD 마크제

우수디자인(Good Design)상품 선정제는 국내공산품 가운데서 상품의 기능, 안전성, 품질, 사용상의 편리성, 유지관리의 용이성, 가치 및 외관등을 종합적으로 심사하여 합리적으로 최적(最適)하게 조화된 상품을 선정 장려하는 제도로서, 상품의 디자인수준 향상을 통해 국제경쟁력을 강화시키고, 국민생활의 질적향상을 도모하는 것을 목적으로 한국디자인포장센터가 실시하고 있다.

GD 마크제의 실시효과

우수디자인 상품선정제는 첫째, 상품을 생산하는 사람들에게는 그들 상품의 우수함을 공정하게 인정받게 하고 아울러 우수디자인 상품을 생산하려는 의욕을 드높여주며, 소비자에게는 상품에 관한 정보를 제공한다.

그리고 높은 구매의욕을 갖게하여 판매를 촉진시켜 줄 것이다.

둘째, 소비자에게 우수디자인 상품을 소개함으로써 소비자가 마음놓고 좋은 상품을 선택할 수 있게 해준다. 이것은 그들에게 경제적인 이익뿐만 아니라 편리하고 풍요로운 생활을 약속해 줄 것이다.

셋째, 국가는 생산자, 유통관계자나 소비자 모두에게 디자인에 대한 높은 관심과 이해를 진작시켜 현대산업에서 중요한 위치를 차지하고 있는 산업디자인을 육성 발전시킬 수 있다.

이러한 사실은 높은 수준의 우수디자인 상품생산을 장려하여 우리나라 상품의 품질향상과 고급화라는 좋은 결실을 맺게 할 것이다.

선정

가. 심사기준

- 1) 외관 : 외관을 구성하고 있는 요소가 종합적으로 아름답게 구성되어 있으며 독창성이 있을 것.
- 2) 기능 : 사용목적에 적합한 기능성, 사용상의 편리성 및 유지관리상의

- 용이성을 충분히 구비하고 있을 것.
- 3) 품질 : 적절한 재료를 유효하게 사용하여 해당상품에서 통상적으로 요구되는 품질수준을 충분히 충족시킬 것.
 - 4) 안전성 : 사용자 사용자에게 위해가 없을 것.
 - 5) 기타 : 대량생산에 적합하며 가격이 합리적인 것.

나. 자료조사

심사의 완벽을 기하기 위하여 심사전에 관련분야의 전문가들로 전문위원회를 구성, 신청상품과 관련된 각종 자료를 수집분석하여 심사시 참고한다.

다. 심사위원회

선정을 위한 심사위원회는 디자인분야 및 기타 관련분야의 전문가들 중에서 심사위원을 위촉하여, 1차 심사위원회와 2차 심사위원회를 구성한다.

라. 심사절차

- 1) 1차심사 : 신청된 전상품을 대상으로 품질과 기능적 요소에 중점을 두어 심사함.
- 2) 2차심사 : 1차 심사에서 선정된 상품으로 대상으로 외관을 포함하여 종합적인 관점에서 심사함.

선정대상품목('88년도)

부문별	세 부 품 목
전기·전자제품부	• 텔레비전 • 전기냉장고 • 선풍기 • 전기세탁기 • 전기탈수기 • 전회기 • 전자레인지 • 전기다리미 • 후레쉬 • 전기청소기 • 전기면도기 • 전기스탠드 • 전기보온밥통 • 전기술 • 전기포트 • 전기믹서 • 전기주서 • 전기모발건조기 • VTR • 에어콘 • 가습기 • 유행기기(라디오, 카세트, 뮤직센터) • 전기스토브 • 전기후라이팬 • 인터폰 • 헤드폰
주택설비제품부	• 욕조류(법랑, 스테인레스강판, 인조대리석제) • 가정용 주방용구(조리대, 가스대, 코너대, 물버림대, 복합취사대등) • 도자기질 타일 • 위생도기(세면기, 양변기, 변기)
레저스포츠용품부	• 테니스라켓 • 자전거용 공기펌프 • 자전거 • 체중계 • 배드민턴라켓 • 운동화
악기부문	• 피아노 • 기타 • 오르간
아동용구부문	• 유모차 • 유아용삼륜차 • 보행기 • 어린이용그네
사무기기(문구)	• 볼펜 • 만년필 • 사프연필 • 연필깎이 • 스테이플러 • 사무자동화용 책걸상 • 자
일용품부문	• 라이터 • 우산및양산 • 손톱깎이 • 보온용기 • 진공보온병 • 보온도시락 • 가스레인지 • 압력솥 • 석유레인지 • 시계 • 석유난방기구 • 압력냄비 • 가스난방기구 • 산업도자(커피세트, 단반상기) • 연도기 • 주방용기물 • 저울
완구부문	• 볼레완구 • 고무 또는 플라스틱 완구 • 금속완구 • 기타완구
기타부문	• 핸드백 • 휴대 • 지갑 • 열쇠고리 • 여행용 가방 • 학생용 가방

선정현황

부문별	1987년도			1988년도		
	신청수	선정수	선정율	신청수	선정수	선정율
전기전자	297	103	34.6%	429	75	17.5%
주택설비	3	0	0	4	2	50
레저스포츠	33	10	30.3	21	4	19
악기류	0	0	0	35	8	22.9
아동용구	2	0	0	2	1	50
사무기기(문구)	13	5	38.4	8	2	25
일용품	163	31	19	173	24	13.9
기타	0	0	0	3	0	0
계	511	149	29.2%	675	116	17.2%

회사별 선정 현황

회사명	'85년도 선정수	'86년도 선정수	'87년도 선정수	'88년도 선정수	계
(주)금성사	21	0	53	29	103
금성전기(주)	1	0	0	0	1
금성통신(주)	0	1	1	1	3
(주)남소	0	0	1	0	1
대림요업(주)	1	0	0	0	1
대성사	0	1	0	0	1
(주)대승	0	1	0	0	1
대양고무	0	0	2	0	2
대우전자(주)	4	17	24	21	66
대우통신(주)	0	0	0	1	1
동양시멘트(주)	0	0	0	1	1
동원전자(주)	0	2	1	0	3
라니산업(주)	0	2	1	1	4
린나이코리아(주)	0	0	1	0	1
(주)명성	0	1	0	0	1
명성전자(주)	0	0	0	2	2
(주)밀양도자기	0	0	2	0	2
(주)보네오가구	0	0	1	1	2
삼성반도체통신(주)	2	0	0	0	2
삼성시계공업(주)	0	0	0	1	1
(주)삼성전자	11	0	27	25	63
삼익악기제조(주)	0	0	1	6	7
삼천리전자공업(주)	0	1	1	2	4
세창기업	0	1	0	0	1
신일산업(주)	2	0	0	0	2
신한일전기(주)	2	0	1	0	3
(주)신화사	0	4	0	0	4
아남산업(주)	0	0	4	2	6
에스케이아리캐공업(주)	1	1	2	1	5
영진전자(주)	0	3	0	0	3
영창악기제조(주)	0	0	1	2	3
(주)우림정밀	0	0	1	0	1
(주)우성	0	0	0	8	8
오리엔트시계공업(주)	0	8	3	1	12
(주)오리표	0	1	0	1	2
(주)오업개발공사	0	1	1	0	2
유닉스전자(주)	0	2	0	0	2
중앙전자(주)	0	0	1	1	2
한국도자기(주)	0	0	6	1	7
(주)한국아프리카	1	1	0	1	3
한국바이로트만필	0	0	0	1	1
(주)한독	0	2	0	0	2
한백무역(주)	0	0	1	0	1
(주)한샘	1	1	0	1	3
한샘공업(주)	0	0	4	0	4
(주)한음파	0	0	0	1	1
한일라이트공업(주)	0	0	2	1	3

한 일 전 기(주)	0	1	1	0	2
(주)행 남 사	0	9	3	2	14
행 천 자 기(주)	0	0	0	1	1
현대 전자 산업(주)	0	1	2	0	3
후지카 대원 전기	1	0	0	0	1
계	48	62	149	116	375

'88년 운영위원 명단

구분	성명	소속 및 직위	비고
1	센 터 이광노	한국디자인포장센터 이사장	위원장
2	센 터 박한유	한국디자인포장센터 디자인포장 사무이사	
3	학 계 한도룡	홍익대학교 미술대학 교수	
4	학 계 이우성	숙명여자대학교 미술대학 교수	
5	관계기관 김균섭	상공부 산업진흥 과장	
6	관계기관 이희관	공업진흥청 재료표준 과장	
7	관계기관 한호섭	특허청 의장1과장	
8	관련단체 이우직	대한무역진흥공사 무역본부장	
9	관련단체 정광모	한국소비자연맹 회장	

선정품의 혜택

당 센터에서는 GD마크제 및 GD마크 상품의 보급과 홍보를 위하여 다음과 같은 혜택을 제공한다.

첫째, GD마크 사용:

선정품에 우수한 상품임을 표시하는

GD마크를 사용할 수 있다.

둘째, 선정품 전시:

선정품은 서울에서는 센터에서 상설 전시하며, 기타 국내 주요도시에서는 이동 전시한다.

셋째, 선정집 제작 배포:

선정품의 카다로그를 국문판과 영문판으로

발간 국내외에 배부하고 기타 언론매체를 통한 홍보활동을 수시로 해준다.



심사평정

심사총평

이우성 심사위원장(숙명여대 교수)

디자인의 발전이 한 나라의 문화와 산업의 발전에 정비례한다는 말은 디자인의 중요성을 단적으로 표현한 것이라 할 수 있다.

우리나라는 전세계의 이목이 집중되고 있는 '88서울올림픽을 비롯해 각종 대규모의 국제 행사를 개최하는 등 놀라운 속도로 국제화 시대에 돌입하고 있다. 그러나 이와 더불어 우리나라에 대한 점증되는 무역 개방 압력과 선진 각국의 보호무역 강화 등 국제 환경의 변화에 대처하기 위한 우수한 상품의 개발이 숙명적인 과제로 대두되고 있다. 따라서 이를 위해서 디자이너와 메이커 그리고 관련 기관 등이 지속적이고 종합적인 차원에서 예지와 힘을 모아 협력해 나가야 하리라고 본다.

이러한 측면에서 볼 때 굿 디자인 상품 선정제는 이미 오래 전부터 실시하고 있는 이웃 일본 등에 비해서는 다소 늦은 감이 있으나 소비자를 보호하고 상품의 고급화를 기하는 동시에 수출 산업을 활성화시킨다는 점에서 그 어느 때보다도 절실하게 강조되고 있는 실정이다.

4회째를 맞은 이번 선정제에 출품된 상품들은 그 연륜에 비해 상품의 품질이나 디자인면에서 놀라운 발전이 있음을 볼 수 있었다. 금년의 출품 현황은 전기·전자·부문을 위시하여 주택 설비, 레저·스포츠, 악기류, 아동용구, 사무기기, 일용품 등을 합하여 총 675점이 출품되었다. 이 품목을 1차에 1,2군으로 나누어 심사하여 선정된 227점을 2차에서 엄정 심사하여 116점이 최종으로 선출되어

GD마크를 부여받았는데, 이것은 전체 출품 수의 약 18%에 해당된다.

1차 심사의 심사 기준은 첫째, '상품'이라는 점이 중시되고 사용 목적의 적합성, 사용상의 편리성, 유지 관리상의 용이성 등의 기능면을, 둘째, 품질 수준의 충족 여부, 사용상 재료의 적절성 등 품질을, 셋째 안전성 및 위해성이 없는가 하는 점으로 각계에서 위촉된 심사위원 10명이 여기에 주안점을 두고 심사했다.

2차 심사는 최종 심사로서 1차의 1,2군에서 선정된 품목이 다양한 요구를 지닌 소비자에 적합한, 시대에 맞는 디자인인가 하는 점을 감안하여 첫째, 형태, 색채, 디자인 패턴, 심미성 등 외관의 구성 요소를, 둘째 한국 시대를 열 수 있는 한국적 아이덴티티가 담겨 있는 독창성을, 셋째, 사용상의 편리성과 지성과 감성의 밸런스가 조화된 디자인성을 중시하여 학계 5명, 관련 단체 5명으로 구성된 심사위원들에 의해 실시되었다.

심사 후, 심사위원들의 간단한 평가회에서 제품의 제작 기술과 내용 그리고 디자인 등이 많은 발전을 했다는 긍정적 의견이 대체적이었다. 그리고 기타 건의성 의견으로는 가전3사 위주의 인식을 불식하고 품목을 확대하여 중소기업체를 대폭 영입할 방법은 없는가, G.D마크에 대한 계몽이 선정 작업 자체보다 더 더 중요하지 않은가, 상품의 종류별, 그룹별로 격년제 선정 작업은 어떠한가 등의 의견이 나왔다. 또 제품군 '시리즈 제품'은 기업에서 자체 심사 후 대표작을 출품하는 것이 바람직스러우며 수입 개방에 따른 소비자 보호 차원에서 수입품도 대상에 넣어야 할 것이라는 등의 고무적인 의견이 속출했다.

대체적으로 가전제품은 철저한 검사를 거친 제품들이지만 단지 출품만 하면 선정된다는 생각을 가지고서는 큰 발전을 기대하기 어렵다고 생각한다.

앞으로 디자이너들은 시대를 리드하고 시대의 요구에 맞는 상품을 개발하여 국제적인 상품으로서의 면모를 갖춘 국산품 개발에 박차를 가하여야 할 것이다. 미래의 디자인은 산업 발전의 차원을 넘어서 인간의 생활을 보다 아름답고 풍요하게 해주는 데 그 사명을 다해야 할 것이다.

굿 디자인 상품 선정제도가 앞으로 더욱 발전하여 우리나라 디자인 발전의 상징이 되기를 바라 마지 않는다.

심사위원

1차 1군 심사위원



이우성 (심사위원장)
숙명여자대학교 미술대학 교수



김철수
국민대학교 조형대학 학장



박한유
한국디자인포장센터 디자인포장 상무이사



서인갑
한국기계연구소부설기업지원센터지원부장



이 건
서울시립대학교 문리대학 교수



이상열
한국전기전자시험검사소 검사부장



이희관
공진청 재료표준과 과장



한호섭
특허청 의장1과장



현태섭
한국생활용품시험검사소 검사부장

1차 2군 심사위원



곽원도 (심사위원장)
중앙대학교 예술대학 교수



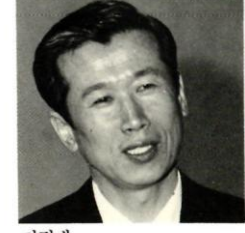
권영하
중소기업진흥공단 지도이사



김교만
서울대학교 미술대학 교수



김용대
특허청 의장 2과장



김진대
공진청 기전표준과 과장



박한유
한국디자인포장센터 디자인포장 상무이사



배세훈
한국화학분석시험검사소 시험연구실장



부수인
서울대학교 미술대학 교수



선우영연
한국기계연구소 표준시험연구부장



이병학
영남대학교 미술대학 교수

2차 심사위원



이우성 (심사위원장)
숙명여자대학교 미술대학 교수



곽원도
중앙대학교 예술대학 교수



민경우
명지대학교 정보산업대학원 부교수



민중기
대한상공회의소 유통부장



박한유
한국디자인포장센터 디자인포장 상무이사



안종문
홍익대학교 미술대학 교수



이순혁
이화여자대학교 미술대학 교수



이은직
대한무역진흥공사 무역정보 본부장



정광도
한국소비자연맹회장

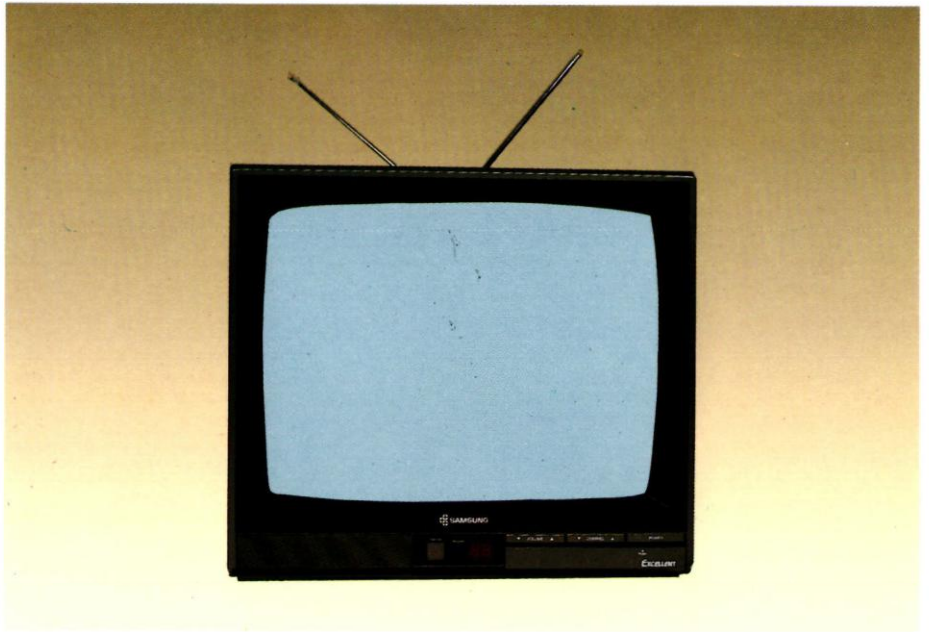


최성규
국립공원시험원 전기전자부장

선정상품

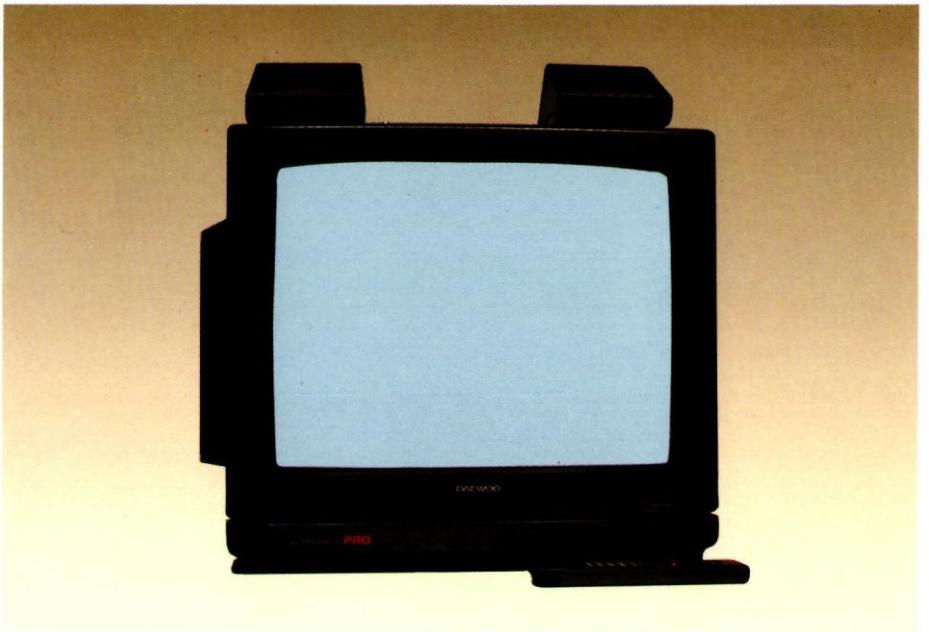
88-가-0104

상 품 명	: 텔레비전(Television Set)
제 조 회 사	: 삼성전자(주)
판 매 회 사	: 삼성전자(주)
디 자 이 너	: 구기설(KOO KI SEOL)
형 식 명 명	: CT-2097S
브 랜 드 명	: EXCELLENT
크 기	: L, 543m/m W, 527m/m H, 475m/m
소 매 가 격	: 366,000 원
특 징	: ○단순형상의 캐비닛 처리(모니터록 타입) ○메모리기능 및 무선 리모콘 기능



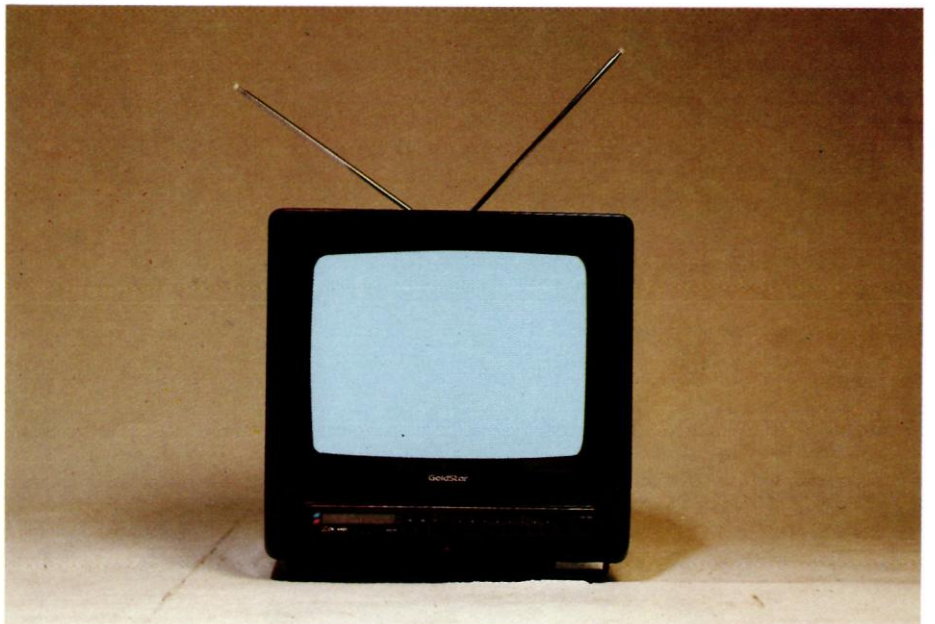
88-가-0108

상 품 명	: 텔레비전(Television Set)
제 조 회 사	: 대우전자(주)
판 매 회 사	: 대우전자(주)
디 자 이 너	: 박태영(PARK TAI YOUNG)
형 식 명	: TCX-2181FW
브 랜 드 명	: DIGITAL
크 기	: L, 666m/m W, 480m/m H, 469m/m
소 매 가 격	: 980,000 원
특 징	: ○입자가 깨끗하고 선명한 FS CRT 채택 ○2개 화면을 동시에 볼 수 있는 DIGITAL PIP 기능 ○64KEY BUTTON의 리모콘 기능



88-가-0110

상 품 명	: 텔레비전(Television Set)
제 조 회 사	: (주) 금성사
판 매 회 사	: (주) 금성사
디 자 이 너	: 이석준(LEE SEOK JOON)
형 식 명	: CN-4461
브 랜 드 명	:
크 기	: L, 380m/m W, 418m/m H, 380m/m
소 매 가 격	: 269,000 원
특 징	: ○FM/AM 라디오와 칼라TV 동시기능 ○SOFT한 이미지의 ROUND 디자인 ○SWIVEL BASE 채용 (시청각도 조절 용이)





88-가-0406

상 품 명 : 세탁기(Washing Machine)

제 회사 : (주) 금성사

판매회사 : (주) 금성사

디자이너 : 이재우(LEE JAE WOO)

형 식 명 : WF-1010WS

브랜드명 : O·K

크 기 : L, 625m/m W, 580m/m H, 925m/m

소매가격 : 459,000 원

특 징 : ○전면 MICOM 컨트롤 패널 채택
○세탁조 뚜껑 접는 TYPE으로 처리
윗부분 공간 활용가능



88-가-0404

상 품 명 : 세탁기(Washing Machine)

제회사 : 대우전자(주)

판매회사 : 대우전자(주)

디자이너 : 김용철(KIM YONG CHUL)

형 식 명 : RWF-400CH

브랜드명 : 봉 세탁기

크 기 : L, 580m/m W, 560m/m H, 860m/m

소매가격 : 382,000 원

특 징 : ○컴팩트하고 심플한 분위기
○컨트롤 패널 우측 앞쪽에 경사면에 위치
하여 조작이 편리



88-가-0401

상 품 명 : 세탁기(Washing Machine)

제회사 : 삼성전자(주)

판매회사 : 삼성전자(주)

디자이너 : 심재숙(SIM JE SUK)

형 식 명 : SEW-50FX

브랜드명 :

크 기 : L, 566m/m W, 580m/m H, 920m/m

소매가격 : 445,000 원

특 징 : ○사용이 편리한 측면 컨트롤 터치버튼
○라운드 감각과 패션칼라의 조화

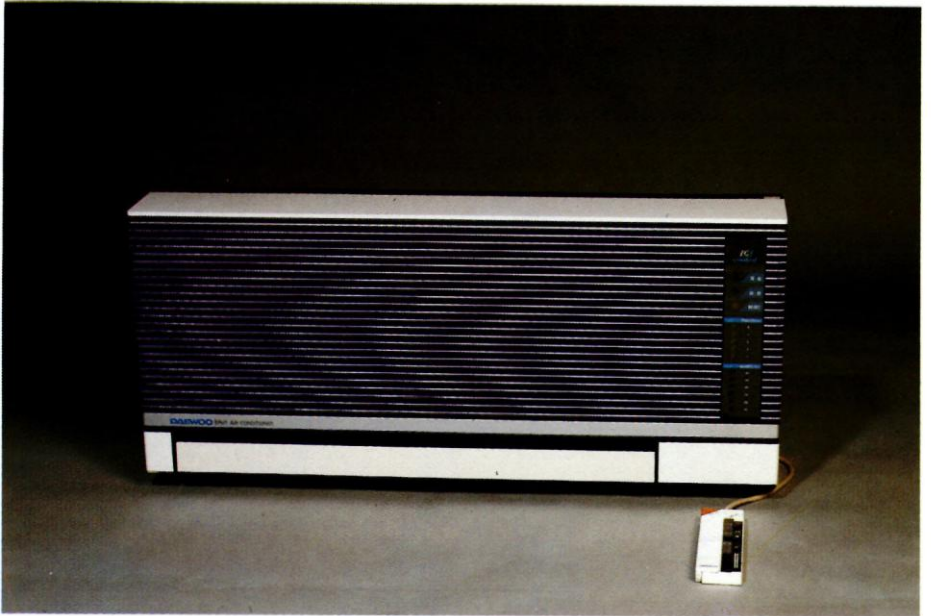
88-가-2001

상 품 명 : 에어컨(Air Conditioner)
 제조회사 : 삼성전자(주)
 판매회사 : 삼성전자(주)
 디자이너 : 정상욱(JUNG SANG UK)
 형 식 명 : AS-307CN
 브랜드명 : COOL LIFE
 크 기 : L, 790m/m W, 145m/m H, 398m/m
 소매가격 : 802,000 원
 특 징 : ○좁은 실내에도 적합한 초박형 디자인
 ○어느 공간에나 어울리는 SILKY
 WHITE 색상처리



88-가-2002

상 품 명 : 에어컨(Air Conditioner)
 제조회사 : 대우전자(주)
 판매회사 : 대우전자(주)
 디자이너 : 윤재우(YOON JAE WOO)
 형 식 명 : FAS-250CE
 브랜드명 :
 크 기 : L, 820m/m W, 375m/m H, 142m/m
 소매가격 :
 특 징 : ○FAMILY LOOK 개념 도입
 ○수평 그릴 채택으로 시원하고 SLIM 한
 느낌 강조



88-가-2003

상 품 명 : 에어컨(Air Conditioner)
 제조회사 : (주) 금성사
 판매회사 : (주) 금성사
 디자이너 : 김인준(KIM IN JUN)
 형 식 명 : GA-920
 브랜드명 :
 크 기 : L, 178m/m W, 960m/m H, 360m/m
 소매가격 : 798,000 원
 특 징 : ○수직 그릴 채택으로 컴팩트한 분위기
 ○WOOD GRAIN 처리로 부드럽고
 소프트한 감각





88-가-0601

상 표 명 : 전화기 (Telephone Set)

제조회사 : 대우통신(주)

판매회사 : 대우통신(주)

디자이너 : 김철수 (KIM CHUL SOO)

형 식 명 : DW-200

브랜드명 : 유니폰

크 기 : L, 219m/m W, 134m/m H, 79m/m

• 소매가격 : 41,000 원

특 징 : ○모던한 분위기 유도

○버튼을 반부식 처리하여 시각적 지루함 탈피



88-가-0602

상 품 명 : 전화기 (Telephone Set)

제조회사 : 금성통신(주)

판매회사 : 금성통신(주)

디자이너 : 박희성 (PARK HEE SUNG)

형 식 명 : GS-5700

브랜드명 : WORLD PHONE

크 기 : L, 153m/m W, 205m/m H, 65m/m

소매가격 : 39,000 원

특 징 : ○곡선과 직선을 적절히 혼합한 안정감있는 디자인



88-가-0603

상 품 명 : 전화기 (Telephone Set)

제조회사 : 중앙전자공업(주)

판매회사 : 중앙전자공업(주)

디자이너 : 민경우 (MIN KYUNG WOO)

형 식 명 : ST-802

브랜드명 :

크 기 : L, 225m/m W, 132m/m H, 63m/m

소매가격 :

특 징 : ○벽걸이와 탁상겸용을 위한 Hand-Set Hook 변환기능
○외형을 부드럽우면서도 기하학적으로 처리

88-가-0701

상 품 명 : 전자렌지 (Microwave Oven)
 제조회사 : 삼성전자(주)
 판매회사 : 삼성전자(주)
 디자이너 : 이주열 (LEE JOO YOUL)
 형 식 명 : RE-500TBM
 브랜드명 :
 크 기 : L, 528m/m W, 344m/m H, 314m/m
 소매가격 : 299,000원
 특 징 : ○코너 부위의 ROUND 처리한 여성취향
 적 분위기
 ○HANDLE 부위와 동작KNOB의
 모터브 통일 감각유도



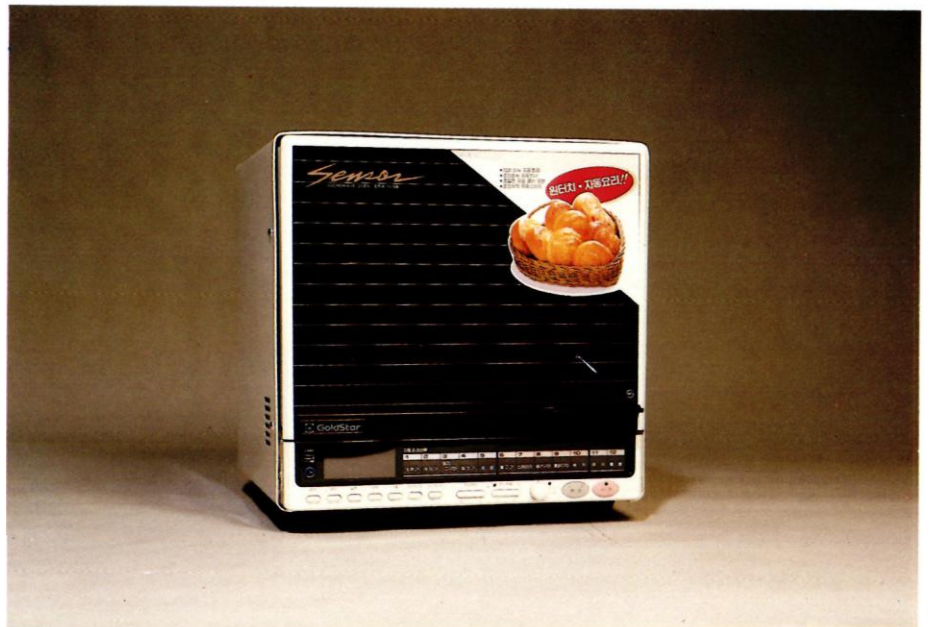
88-가-0703

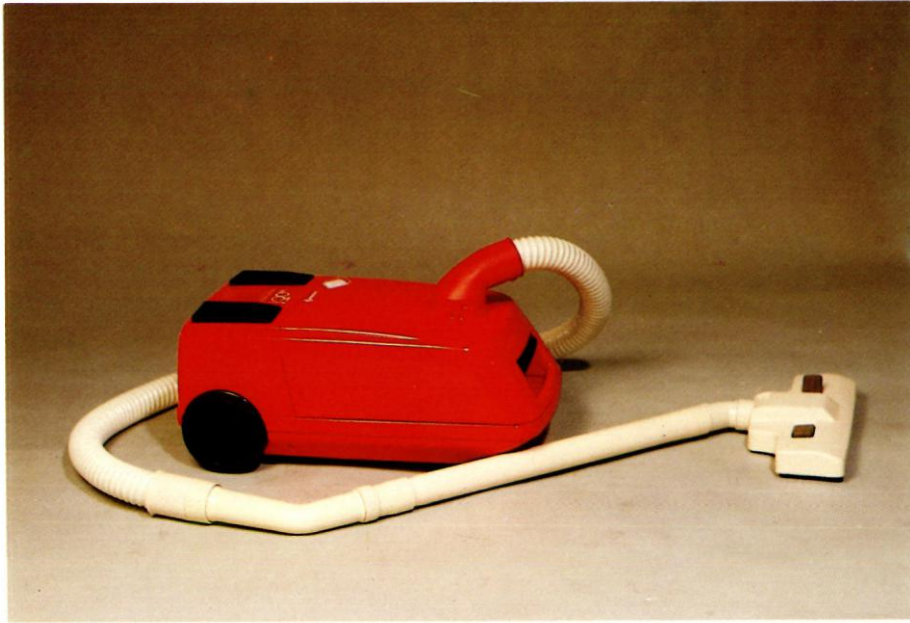
상 품 명 : 전자렌지 (Microwave Oven)
 제조회사 : 대우전자(주)
 판매회사 : 대우전자(주)
 디자이너 : 김귀성 (KIM KUI SUNG)
 형 식 명 : KOR-102
 브랜드명 :
 크 기 : L, 353m/m W, 560m/m H, 406m/m
 소매가격 :
 특 징 : ○MEMBRANE 스위치 채택
 ○DOOR OPEN 기능을 원터치 버튼
 채택하여 돌출 부위 배제



88-가-0705

상 품 명 : 전자렌지 (Microwave Oven)
 제조회사 : (주) 금성사
 판매회사 : (주) 금성사
 디자이너 : 한경하 (HAN KYOUNG HA)
 형 식 명 : ER-615HSB
 브랜드명 :
 크 기 : L, 400m/m W, 312m/m H, 400m/m
 소매가격 : 399,000원
 특 징 : ○자동 콤비 오븐 전자렌지 기능
 ○모니터록 타입
 ○MEMBRANE 스위치 채택





88-가-1001

상 품 명 : 청소기 (Vacuum Cleaner)

제조회사 : 삼성전자(주)

판매회사 : 삼성전자(주)

디자이너 : 윤일만 (YOUN IL MAN)

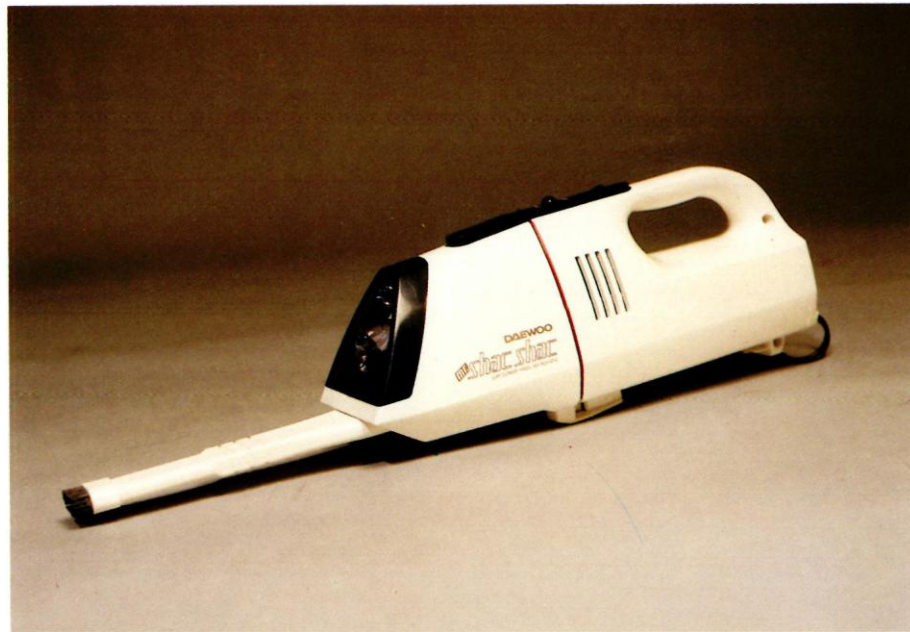
형 식 명 : VC-1600

브랜드명 : Clean House

크 기 : L, 472m/m W, 270m/m H, 203m/m

소매가격 : 79,000 원

특 징 : ○실내 공간 절약의 콤팩트 TYPE
○청소시 행동반경극대화를 위한 360° 회전 호스 채용



88-가-1002

상 품 명 : 청소기 (Vacuum Cleaner)

제조회사 : 맥스타산업(주)

판매회사 : 대우전자(주)

디자이너 : 최종운 (CHOI JONG WOON)

형식명 : RCH-021 C

브랜드명 :

크 기 : L, 131m/m W, 161m/m H, 360m/m

소매가격 :

특 징 : ○자동차 전용 청소기
FRESH 부착 비상시 사용가능
○몸체바닥에 브러쉬부착 사용시 분리 조립이 용이



88-가-1003

상 품 명 : 청소기 (Vacuum Cleaner)

제조회사 : (주) 금성사

판매회사 : (주) 금성사

디자이너 : 장순필 (CHANG SUEN PIL)

형 식 명 : V-500

브랜드명 : HI-CLEANER

크 기 : L, 410m/m W, 260m/m H, 210m/m

소매가격 : 77,000 원

특 징 : ○실내 분위기의 적합한 부드러운 형태
○손잡이에 전원 스위치부착 사용시 편리

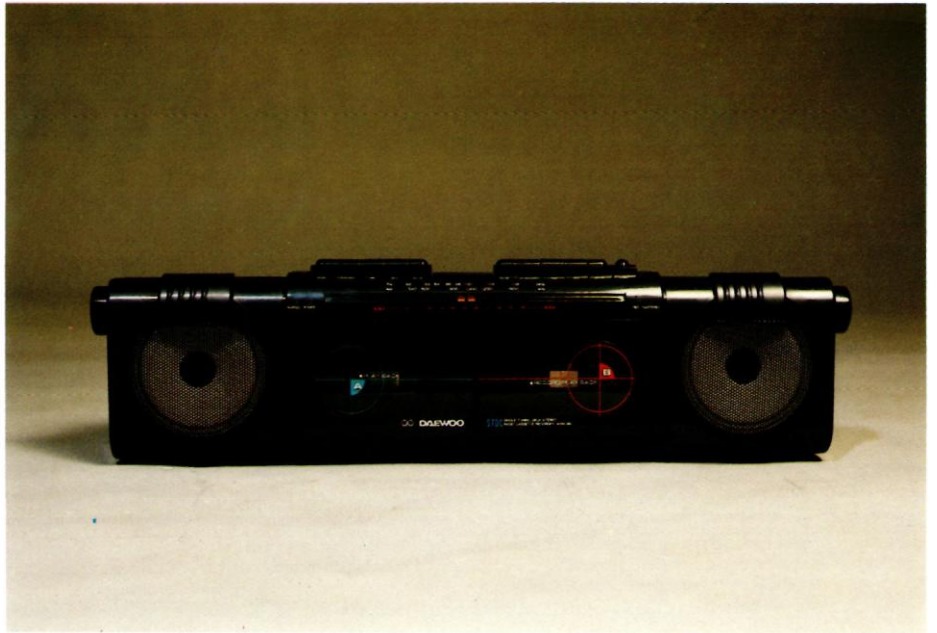
88-가-2202

상 품 명 : 카세트(Portable Double Cassette)
 제조회사 : 삼성전자(주)
 판매회사 : 삼성전자(주)
 디자이너 : 강태수(KANG TAE SOO)
 형 식 명 : W-250
 브랜드명 :
 크 기 : L, 480m/m W, 98m/m H, 135m/m
 소매가격 : 69,800 원
 특 징 : ○패션감각에 맞는 ROUND형 디자인
 ○더블데크 채용이지만 얇가형
 ○소프트칼라의 그래픽 처리



88-가-2205

상 품 명 : 카세트(Radio Cassette Recorder)
 제조회사 : 대우전자(주)
 판매회사 : 대우전자(주)
 디자이너 : 정미혜(JEONG MI HYE)
 형 식 명 : ARW-360
 브랜드명 :
 크 기 : L, 540m/m W, 105m/m H, 140m/m
 소매가격 :
 특 징 : ○시각적으로 부드러운 ROUND TYPE
 ○DIAL SCALE 부분 곡면처리 가시성을 높임
 ○작동이 편리하도록 KNOB 크기 배려 및 양각처리



88-가-2212

상 품 명 : 카세트(AM/FM Radio Cassette)
 제조회사 : (주)금성사
 판매회사 : (주)금성사
 디자이너 : 이종복(LEE JHONG BOK)
 형 식 명 : TSF-5053
 브랜드명 :
 크 기 : L, 415m/m W, 110m/m H, 115m/m
 소매가격 : 48,500 원
 특 징 : ○소프트한 감각의 ROUND 디자인
 ○FASHIONABLE 한 슬림 타입





88-가-2208

상 품 명 : 카세트(Stereo Radio & Cassette)

제조회사 : 명성전자공업(주)

판매회사 : 명성전자공업(주)

디자이너 : 이철(LEE CHEOL)

형 식 명 : MS-859ES

브랜드명 : PROMAX

크 기 : L, 130m/m W, 33m/m H, 86m/m

소매가격 :

특 징 : ○부드러운 Round 스타일

○4밴드 그래픽 이퀄라이저 처리



88-가-2801

상 품 명 : 헤드폰(Head phone)

제조회사 : (주) 한음파

판매회사 : (주) 한음파

디자이너 : 김태호(KIM TAI HO)

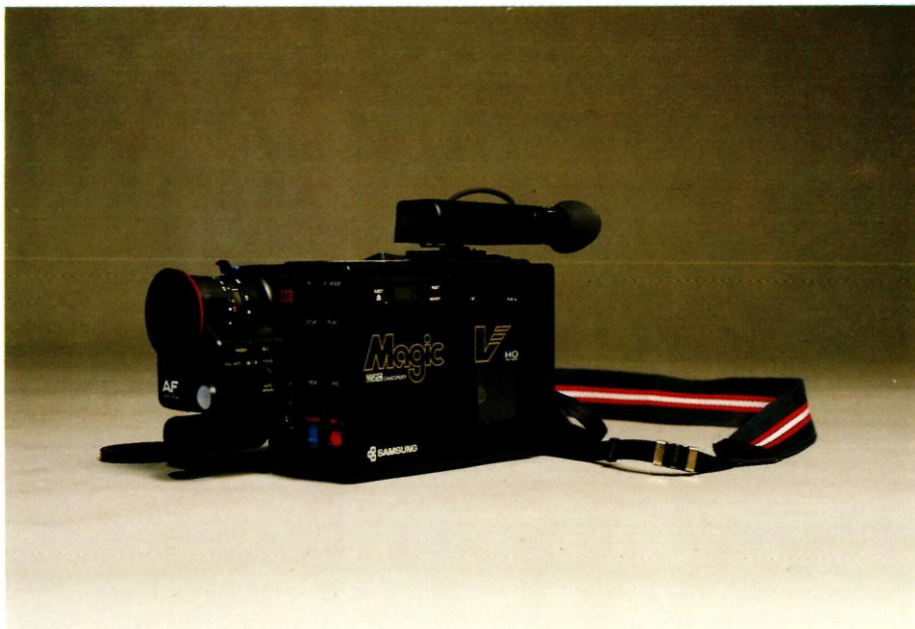
형 식 명 : JZ-3

브랜드명 : HAN

크 기 : L, 190m/m W, 165m/m H, 75m/m

소매가격 : 15,000 원

특 징 : ○중후한 스타일에 모던한 이미지 부각



88-가-1903

상 품 명 : 비디오 카메라 테이프 레코더

(Video Camera & Tape Recorder)

제조회사 : 삼성전자(주)

판매회사 : 삼성전자(주)

디자이너 : 이계천(LEE KIE CHEON)

형 식 명 : SV-C15

브랜드명 : MAGIC V

크 기 : L, 223m/m W, 121m/m H, 165m/m

소매가격 : 1,590,000 원

특 징 : ○전체적으로 ROUND 감각으로 처리

○조작이 용이하도록 KEY를 크게 디자인

○초소형, 초경량으로 휴대가 간편

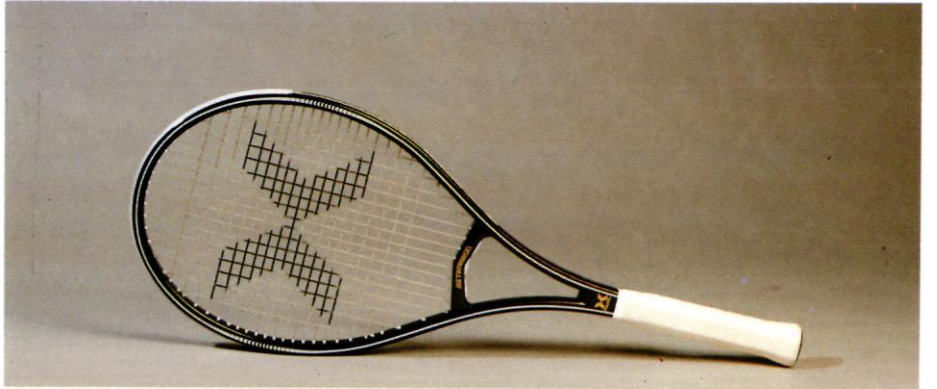
88-다-0101

상 품 명 : 테니스라켓(Tennis Racket)
 제조회사 : 에스콰이어라켓공업(주)
 판매회사 : 에스콰이어라켓공업(주)
 디자이너 : 고은영(KOH EUN YOUNG)
 형 식 명 : ER-882(GRAND-CANNON)
 브랜드명 :
 크 기 : L, 683m/m W, 260m/m H, 18m/m
 소매가격 : 175,000 원
 특 징 : ○충격 안전장치 내장(VIBRATION STABILIZER)
 ○타구시 비틀림 방지 및 충격분산장치 내장(SUPER WEIGHT PREMIUM)



88-다-0102

상 품 명 : 테니스라켓(Tennis Racket)
 제조회사 : 한일라켓공업(주)
 판매회사 : 한일라켓공업(주)
 디자이너 : 하광모(HA KWANG MO)
 형 식 명 : A/S-88
 브랜드명 :
 크 기 : L, 680m/m W, 260m/m H, 19m/m
 소매가격 : 130,000 원
 특 징 : ○BRIDGE 부분을 역V자 형태로 가공 (균일한 탄성 및 TORSION, TRAMPOLING 현상 감소)



88-사-0103

상 품 명 : 피아노(PIANO)
 제조회사 : 영창악기 제조(주)
 판매회사 : 영창악기 제조(주)
 디자이너 : 고재홍(KO JAE HONG)
 형 식 명 : G-1751
 브랜드명 :
 크 기 : L, 1750m/m W, 1486m/m H, 1016.5m/m
 소매가격 : 4,200,000 원
 특 징 :



88-사-0102

상 품 명 : 피아노(Piano)
 제조회사 : 삼익악기제조(주)
 판매회사 : 삼익악기제조(주)
 디자이너 : 김창운(KIM CHANG UN)
 형 식 명 : SG-172G
 브랜드명 :
 크 기 : L, 1720m/m W, 1480m/m H, 1010m/m
 소매가격 : 2,824달러
 특 징 :





88-바-0501

상 품 명 : 시계 (Wrist Watch)
 제조회사 : 오리엔트시계공업(주)
 판매회사 : 오리엔트시계공업(주)
 디자이너 : 박종수 (PACK JONG SOO)
 형 식 명 : G047-F, G048-F : PAIR
 브랜드명 : 샤갈(CHAGAL)
 크 기 : L, 225m/m W, 23m/m H, 5m/m
 L, 205m/m W, 19m/m H, 7m/m
 소매가격 : 45,000원, 44,000원
 특 징 : ○BLACK SENSE 사각형의 디자인
 ○CASE 및 BAND 줄 무늬로 심플한
 이미지 강조



88-바-0502

상 품 명 : 시계 (Wrist Watch)
 제조회사 : 삼성시계
 판매회사 : 삼성시계
 디자이너 : 이지강 (LEE JI GANG)
 형 식 명 : BB 516A, IA 092 A
 브랜드명 : KAPPA PRIME
 크 기 : L, 40m/m W, 32.5m/m H, 6.2m/m
 소매가격 : 115,000원, 105,000원
 특 징 : ○DRESSY 한 형상의 디자인
 ○PIPE와 관말이의 복합적인 BAND
 채용



88-바-0503

상 품 명 : 시계 (Wrist Watch)
 제조회사 : 아남산업(주)
 판매회사 : 아남산업(주)
 디자이너 : 조성금 (CHO SEONG KEUM)
 형 식 명 : AM82764
 브랜드명 : ALPEX JK
 크 기 : L, 34m/m W, 25.5m/m H, 6.3m/m
 소매가격 : 110,000원
 특 징 : ○BLACK RHODIUM PLATING의
 중후한 감각
 ○중장년층의 BLACK 선호에 알맞는
 감각



88-바-0504

상 품 명 : 시계 (Wrist Watch)
 제조회사 : 아남산업(주)
 판매회사 : 아남산업(주)
 디자이너 : 조성금 (CHO SEONG KEUM)
 형 식 명 : AL 92676
 브랜드명 : ALPEX JK
 크 기 : L, 27.5m/m W, 19.5m/m H, 6.1m/m
 소매가격 : 110,000원
 특 징 : ○BLACK RHODIUM PLATING의
 중후함

88-나-0101

상 품 명 : 싱크대 (Kitchen Furniture)
 제조회사 : (주)오리표
 판매회사 : (주)오리표
 디자이너 : 김영배 (KIM OYEONG BAE)
 형 식 명 : BELAMI
 브랜드명 : 베라미-100
 크 기 : L, 2,450m/m W, 550m/m H, 940m/m
 소매가격 : 787,000 원
 특 징 : ○밝은 GREY COLOR에 WHITE
 LINE의 격조 있는 분위기



88-나-0102

상 품 명 : 싱크대 (Kitchen Furniture)
 제조회사 : (주)한샘
 판매회사 : (주)한샘
 디자이너 : 이인복 (LEE IN BOK)
 형 식 명 : 유로 1000 버드아이
 브랜드명 : 한샘 유로
 크 기 : L, 2100m/m W, 600m/m H, 850m/m
 소매가격 : 1,041,580 원
 특징 : 징 : ○HPM에 특수 광택코팅으로 고급화
 ○베이지 색조의 부드러운 분위기 연출



88-바-0201

상 품 명 : 가스레인지 (Gas-Range)
 제조회사 : 라니산업 (주)
 판매회사 : 라니산업 (주)
 디자이너 : 함재룡 (HAM JAI RYONG)
 형 식 명 : RE-1600SV
 브랜드명 : Sunburner
 크 기 : L, 320m/m W, 280m/m H, 110m/m
 소매가격 : 32,000 원
 특 징 : ○슬림한 외관에 스테인레스 상판 부착
 ○바람막이 채용



88-바-0202

상 품 명 : 가스레인지 (Gas Range)
 제조회사 : 동양시멘트 (주)
 판매회사 : 동양시멘트 (주)
 디자이너 : 인터디자인연구소 (INTER DESIGN)
 형 식 명 : T60M-3ZA-11
 브랜드명 : MAGIC-TOP
 크 기 : L, 594m/m W, 480m/m H, 165m/m
 소매가격 : 109,000 원
 특 징 : ○전통 서구 스타일의 컴팩트한 디자인
 ○알루미늄 캡버너 채용
 ○사각 평면 받침쇠 채용





88-바-0801

상 품 명 : 단반상기(Bowl Set)

제조회사 : (주)행남사 BowlSet

판매회사 : (주)행남사 BowlSet

디자이너 : 행남사 디자인실

형 식 명 : HN 006

브랜드명 :

크 기 :

소매가격 : 25,000 원

특 징 : ○한국의 전통미인 완자돌림무늬 응용
○원과 8각의 견고미를 결합한 형태미 추구



88-바-0802

상품 명 : 단반상기(Bowl Set)

제조회사 : 행천자기(주)

판매회사 : 행천자기(주)

디자이너 : 김상민(KIM SAM MIN)

형 식 명 :

브랜드명 : 옥합백자

크 기 : L, 124m/m W, 124m/m H, 80m/m

소매가격 : 3,014 원

특 징 : ○우아한 곡선미와 백자의 우아한 색상의 조화
○단순하면서도 고급스러운 분위기



88-바-0401

상 품 명 : 커피세트(Coffee Set)

제조회사 : 한국도자기(주)

판매회사 : 한국도자기(주)

디자이너 : 목진준(MOK JIN JOON)

형 식 명 : NO. 2990102

브랜드명 : Pile

크 기 : L, 155m/m W, 88m/m H, 68m/m

소매가격 :

특 징 : ○사각형태에 조형미 부각



88-바-0402

상 품 명 : 커피세트(Coffee Set)

제조회사 : (주)행남사

판매회사 : (주)행남사

디자이너 : 행남디자인실

형 식 명 : HN013

브랜드명 : GOLD LINE

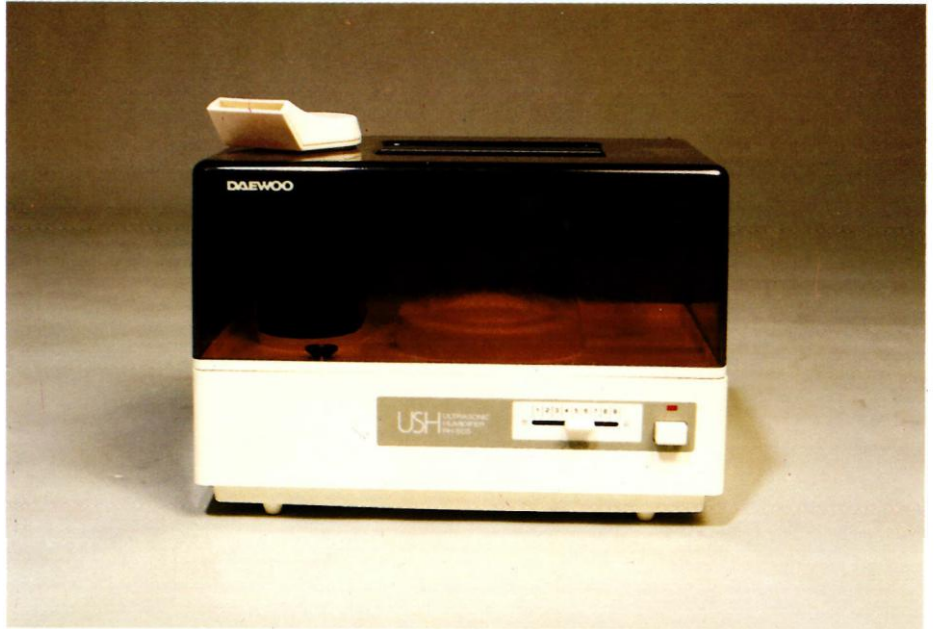
크 기 :

소매가격 : 54,000 원

특 징 : ○미래 지향적인 사고에 기형의 특징을 부분적으로 첨가하여 독창성 극대화

88-가-2301

상 품 명 : 가습기(Humiditer)
 제조회사 : 대우전자(주)
 판매회사 : 대우전자(주)
 디자이너 : 이근빈(LEE KHUN BIN)
 형 식 명 : RH-505
 브랜드명 :
 크 기 : L, 320m/m W, 190m/m H, 206m/m
 소매가격 : 42,000 원
 특 징 : ○물통과 가습실을 한 몸체로 만든 탱크 일체형
 ○단순형상 처리로 컴팩트한 분위기 연출



88-라-0101

상 품 명 : 유모차(Baby Stroller)
 제조회사 : (주) 한국 아프리카
 판매회사 : (주) 한국 아프리카
 디자이너 : 차미영(CHA MI YOUNG)
 형 식 명 : B-17
 브랜드명 : APRICA
 크 기 : L, 800m/m W, 550m/m H, 990m/m
 소매가격 : 90,000 원
 특 징 : ○외풍 보호 시트 및 차양 부착
 ○대형 쇼핑 바구니 부착
 ○3단 등받이 조절 및 회전, 직진 가능



88-다-0202

상 품 명 : 자전거(Bicycle)
 제조회사 : 삼천리자전거공업(주)
 판매회사 : 삼천리자전거공업(주)
 디자이너 : 임우빈(LIM WOO VIN)
 형 식 명 : CU 8202
 브랜드명 : 마리안느(MARIANNE)
 크 기 :
 소매가격 : 71,000 원
 특 징 : ○승하차가 용이하게 저 지상고 디자인
 ○안장 높낮이 조절이 가능한 퀵시트 클램프 부착





88-바-0903

상 품 명 : 후라이팬 (Fry Pan)
 제조회사 : (주) 우성
 판매회사 : (주) 우성
 디자이너 : 김명석 (KIM MYUNG SUK)
 형 식 명 : PRIMA GOLD 2410
 브랜드명 : PRIMA GOLD
 크 기 : L, 415m/m W, 260m/m H, 120m/m
 소매가격 : 29,000 원
 특 징 : ○PAN의 외저면에 돌조와 요홈을 배치한
 형상 및 모양의 결합



88-바-0904

상 품 명 : 후라이팬 (Chicken Fryer)
 제조회사 : (주) 우성
 판매회사 : (주) 우성
 디자이너 : 김명석 (KIM MYUNG SUK)
 형 식 명 : PROSTAINLESS 1340
 브랜드명 :
 크 기 : L, 555m/m W, 325m/m H, 140m/m
 소매가격 :

88-마-0801

상 품 명 : 사무용의자 (Office Chair)
 제조회사 : (주) 보르네오가구
 판매회사 : (주) 보르네오가구
 디자이너 : 이세환 (LEE SAE WHAN)
 형 식 명 : O·A SYSTEM CHAIR
 브랜드명 : 아스트로 (VC-1601)
 크 기 : L, 595m/m W, 620m/m H, 1068m/m
 소매가격 : 623,000 원
 특 징 : ○인체공학적인 설계로 안락함 강조



88-마-0101

상 품 명 : 만년필세트 (Fountainpen Set)
 제조회사 : 한국빠이롯트 만년필 공장
 판매회사 : 한국빠이롯트 만년필 공장
 디자이너 : 이서용 (LEE SEO YONG)
 형 식 명 :
 브랜드명 : PRINCE
 크 기 :
 소매가격 : 16,000 원
 특 징 : ○만년필, 볼펜, 샤프 등의 필기구를 백색과
 금색의 조화로 귀족스럽고 중후한
 감각으로 표출



한글의 획폭비와 가시거리에 관한 연구

최 동 찬·박 영 택 성균관대학교 산업공학과 교수

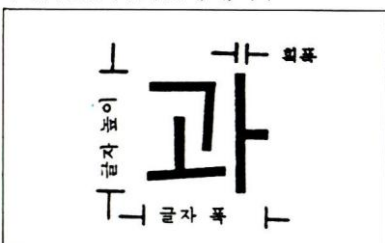
I. 서론

1. 연구 목적 및 배경

우리 주위에는 수많은 인쇄물(특히 광고물, 포스터)과 표지판 등이 있다. 더우기 자라나는 한글 세대에 맞추어 한글 위주의 인쇄물이 많다. 이러한 인쇄물과 표지판은 정보 전달의 매개 수단이며 신속·정확·용이하게 읽혀져야 한다. 대량 정보전달 시대는 훌륭한 글자체(typography)를 요구한다. 그러기 위해서는 목적에 맞게끔 활자를 잘 선택해야 하며, 글자체의 기본이 되는 시각적인 미와 디자인도 중요하지만 이에 앞서 정보를 전달하는 매개 수단으로서의 글자체에서는 반드시 전달 문체의 전체 조건인 가독성이 고려되어야 할 것이다.

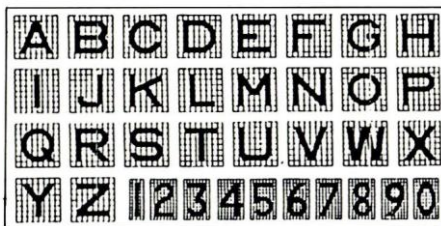
글자는 크면 클수록 더욱 더 잘 볼 수 있고 인식할 수 있다. 좀 더 먼 곳에서 알아 볼 수 있기 위해서는 글자 크기가 증가해야 한다. 글자 크기를 증가시킬 때 최적 가독성을 유지하기 위해서는 적합한 획폭과의 관계가 필요하다. 획폭비란 글자 높이에 대한 획폭의 비로써 나타낸다. 글자의 획폭은 판독하는 데 결정적인 역할을 하며 획폭이 너무 가늘면 글자가 잘 보이지 않게 되고 반면에 너무 굵으면 시각적 융합(fusion) 현상 때문에 글자를 명확히 알 수가 없어 정확한 인식을 할 수가 없다. 그림 1은 한글의 글자 높이, 폭, 획폭

<그림1>한글의 글자 높이, 폭, 획폭



글자 폭 및 획폭을 나타낸다.

영문자의 경우는 흰 바탕에 검은 글자일 때 최대 가시거리를 주는 최적 획폭비(optimal stroke width-to-height ratio)는 1:6에서 1:8 사이이며 검은 바탕에 흰글자는 1:8에서 1:10사이이다.⁽¹¹⁾ 숫자의 최적 획폭비는 검은 숫자가 1:8이고 흰 숫자는 1:13.3이다⁽⁸⁾. 즉, 음각의 경우가 양각의 경우보다 최적비가 적은데, 그 이유는 글자의 흰 부분이 바깥으로 번져 보이는 광섬 효과(irradiation effect) 때문이다⁽¹⁾.



<그림2>NAMEL이라 불리는 미군용 규격 MIL-M-18012B

그림2는 흔히 NAMEL (Navy Aeronautical Medical Equipment Laboratory)이라 불리는 미군용 규격을 예시한 것이다. NAMEL의 경우 횡중비(width-height ratio)는 1:1이며(I, J, L, W는 제외), 획폭비는 1:6이다.

한글에 관한 연구는 기존 독서 속도 측정법을 이용한 한글 본문용 문자체의 가독성 연구와 표제용 활자의 조형성에 관한 연구에 그치고 있으며, 한글은 디자인할 때 영문자나 일본 문자에 관한 연구 결과를 직접 인용하는 잘못을 범하기도 한다. 그러므로 본 연구에서는 한글의 최적 가독성을 주는 획폭비(stroke width-to-height ratio)를 구하여 한글 표지판, 광고물, 포스터 등을 포함한 한글 글자체의 설계시 하나의 지침을 제공하고자 한다.

2. 연구 범위 및 방법

글자체(typography)란 문자나 숫자의 모양과 배열 상태를 말하며 서적, 신문, 광고물, 잡지, 포스터 등과 같은 인쇄물의 디자인을 포괄하고 나아가서는 표지판과 같은 글자를 배열, 구성하여 시각화한 것을 모두 포함한 것을 일컫는 말이다.

문자나 숫자의 가독성을 좋게 하기 위해서는 다음과 같은 사항들을 고려해야 한다.⁽¹³⁾

- (1) 중횡비(height/width ratio)
- (2) 획폭(stroke width)
- (3) 문자와 그 배경에 대한 최대 대비(maximum contrast)
- (4) 문자·숫자 속공간(counter)

본 연구 범위는 세리프(sherif)가 없는 양각고딕체로 한정하였는데, 이는 세리프가 있는 명조체보다는 세리프가 없는 고딕체의 가독성이 더 좋기 때문이다. 그리고 여러 가독성 요소 중에서 최대 가시거리를 주는 한글의 획폭비를 구하고자 하였다.

연구 방법에 있어서는 크기가 100급(25×25mm²)인 실험용 글자를 만들어서 가독성을 측정하였는데, 글자 높이와 글자 폭을 똑같이 25mm로 한 것은 한글 글자체의 중횡비가 통상 1:1이기 때문이다.

실험용 글자(총 712개)는 선정된 각각의 대표 글자(55자)마다 획폭을 0.2mm에서부터 0.2mm씩 증가시켜 연구에 적합하도록 2.4mm 또는 3.0mm까지 되도록 도안한 것이다.

가독성 측정 방법에는 일반적으로 다음과 같은 것들이 있다⁽¹²⁾.

- (1) 지각속도 측정법(short-exposure method):순간 노출기(tachistoscope)를 사용하여 측정 하는 법으로서, 인지도 측정에 주로 쓰인다.

(2) 거리 지각도 측정법(distance method): 실험 재료의 거리를 동일선상에서 변화시켜 가독성을 측정하는 방법으로서 최대 가지거리의 측정을 목적으로 한다.

(3) 눈깜박임수 측정법(blinking method): 가독성과 눈깜박임수가 관계가 있다는 것을 전제로 하여 눈깜박임수를 측정하는 방법이나, 신뢰성이 문제되고 있다.

(4) 독서 속도 측정법(speed-of-reading method): 독서 속도를 측정하는 방법으로 본문용 글자체의 비교 연구에 주로 사용된다.

(5) 안구 운동 측정법(measurement of eye movement): 아이 카메라(eye camera)를 사용하여 가독성을 측정하는 방법으로서 글자체의 배열 등에 관한 연구에 사용된다.

위 방법 중 본 연구에서는 "거리 지각도 측정법"을 채택하였는데, 이는 최대 가지거리를 측정하려 하기 때문이다.

II. 실험 계획

1. 한글의 분류

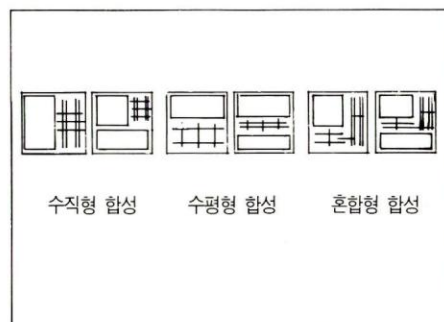
한글은 19개의 자음(ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㄹ, ㅁ, ㅂ, ㅅ, ㅇ, ㅈ, ㅊ, ㅋ, ㆁ, ㄷ, ㅌ, ㅍ, ㅍ, ㅍ), 9개의 수직선 모음(ㅏ, ㅑ, ㅓ, ㅕ, ㅗ, ㅛ, ㅜ, ㅠ, ㅡ) 및 6개의 혼합형 모음(ㅘ, ㅙ, ㅚ, ㅛ, ㅜ, ㅠ) 중에서 자음과 모음이 모여 한 개의 글자를 이루는데, 초성 자음과 중성 모음만으로 된 간단한 조형의 글자에서부터 초성 자음과 중성 모음 및 중성 자음이 조합된 복잡한 조형의 글자에 이르기까지 각 글자마다 획의 수효나 방향 및 조형의 균형이 아주 다양하다. 즉, 모아쓰기 방식에 따라 단순한 구조에서 자음이나 모음이 계속 추가되면서 획의 수효가 증가되는 것이다. 이렇게 모아쓰기 방식으로 표기 될 수 있는 글자를 모두 계산하면 무려 6,600자에 달한다²⁾. 그러나 표기만 될 수 있고 실제로 발음하지 않는 글자를 제외하면 통상 사용되는 글자는 2,110자가 되는데, 특히 외래어 표기에서 사용되는 글자는 일상 생활에서 거의 사용되지 않는 글자들이어서 사용 빈도가 높은 글자는 1,484자 정도이다³⁾.

김진평씨는 가로획과 세로획의 수량을 기준으로 한글을 다음과 같이 분류하였다¹⁾.

한글의 자모를 이루는 기본 조형 단위를 (1)점, (2)가로선, (3)세로선, (4)오른편 사선, (5)왼편 사선, (6)원의 6가지로

본다면 글자의 공간을 나누는 가장 단순한 요소로서 가로, 세로획으로 이들을 더욱 단순화시켜 분류할 수 있다. 즉, 점의 성격인 「ㅎ」과 「ㅈ」의 윗부분은 가로획으로 분류될 수 있으며, 1개의 사선은 1개의 가로 또는 세로획으로, 원은 4개의 획으로 만들어진 사각형보다는 단순한 구조이며 글자 속공간(counter)을 만드는 최소의 획으로 보아 2개의 가로 혹은 세로획으로 분류될 수 있다. 그런데 「ㅅ」과 「ㅇ」은 모음과의 합성 위치에 따라 2개의 가로 혹은 세로획으로 분류될 수 있다. 자음과 모음의 합성을 형태별로 분류한 것은 그림3과 같다.

<그림3> 자모합성의 형태분류



<표2> 한글자음의 분류⁽³⁾

가로획 세로획	0	1	2	3	4	5	6	7
0	—	—	ㅇ ㅅ (H)	ㅈ (H)	ㅎ ㅈ ㅅ (H)	—	ㅅ ㅅ (H)	—
1	—	ㄱ ㄴ	ㄷ ㅋ	ㅌ ㅍ ㅅ	ㄴ ㅅ	ㄴ ㅎ	—	—
2	ㅇ ㅅ (V)	ㅈ (V)	ㅁ ㅂ ㅅ ㅈ (ㅎ) ㅅ (V)	ㄹ	ㄹ ㅅ ㅅ	—	—	ㄹ ㅎ
3	—	—	—	—	ㄹ ㅅ	—	ㄹ ㅎ	—
4	ㅅ ㅅ (V)	—	ㅅ ㅅ (V)	—	ㅅ ㅅ	ㄹ ㅎ ㄹ ㅎ	—	—

<표3> 받침 자음이 없는 글자

세로	가로	0	1	2	3	4	5	6	7	8
0					으 스	즈	초 효 쓰		뜨	
1			그 느		으의 우의 스 수	조 주 트	초 회 추 효 쓰 투 쇠		뜨 푸	
2		기 니	가 디 거 키 노 나 고 누 너 구	으 게 다 두 소 회 부 나 다 코 수 휘 프 너 카 쿠 오 쇠 고 도 커 티 유 쉬	커 로 위 쥬 타 루 쇠 죄 터 티 쉬 튀 토 와 조	머 퀴 테 뒤 베 라 주 뒤 러 트 퇴 러 트 혀 로 워 쳐 루 왜 끼 며 웨 따 패 쇄	취 회 추 효 쓰 취 회 취 회 와	취 뒤 회 와 와	튀	
3	이 시	아 어 사 서 지	야 게 되 끼 여 교 뒤 내 샤 규 미 네 셔 노 비 므 자 뉴 피 저 괴 히 개 귀 치	마 부 자 끼 에 뒤 머 좌 치 꼬 뇌 져 모 퍼 계 꾸 뒤 무 포 계 리 대 바 루 큐 제 데 버 하 휘 파 뒤 보 러 까 귀 되	머 퀴 테 뒤 베 라 주 뒤 러 트 퇴 러 트 혀 로 워 쳐 루 왜 끼 며 웨 따 패 쇄	라 토 류 러 류 빠 떠 뜨 뒤 뜨	취 뒤 회 와 와	튀	튀	
4		에 예 세 세	에 예 제 제	재 회 패 제 해 계 메 베 페 교 혜 때 매 표 갸 체 묘 뷰 큐 제 노 체 유 외 개 튀 체	취 회 패 제 해 계 메 베 페 교 혜 때 매 표 갸 체 묘 뷰 큐 제 노 체 유 외 개 튀 체	취 회 패 제 해 계 메 베 페 교 혜 때 매 표 갸 체 묘 뷰 큐 제 노 체 유 외 개 튀 체	취 회 추 효 쓰 취 회 취 회 와	취 뒤 회 와 와	튀	
5	새	싸 써	찌	짜 찌	찌 찌	찌 찌	빠 찌	빠 찌 뜨 꾸	빠	
6		에 예		때			때 도			

형태로 볼때, 「ㅅ」과 「ㅇ」은 기본 자음으로 여기에 획을 더하거나 병서하여 만들어진 자음인 「ㅅ」, 「ㅈ」, 「ㅅ」, 「ㅅ」 혹은 「ㅎ」은 앞서 설명한 계산법에 따라 가로획, 세로획을 더하고자 모 합성의 형태별로 수직형(V) 또는 수평형(H)으로 나누었다.

표1과 표2는 이 원칙에 따라 작성된 자음과 모음을 분류한 것이다.

가로획과 세로획의 수량에 따른 한글의 분류는 표1과 표2의 자모 분류표를 합성하여 작성하였다. 합성 과정에서 사용 빈도가 극히 적은 글자들은 탈락시키고 268개의 받침 자음이 없는 글자는 표3에, 1,216개의 받침 자음이 있는 글자는 표4에 분류하였다.

<표1> 한글 모음의 분류⁽³⁾

가로획 세로획	0	1	2
0	—	—	—
1		ㅏ ㅑ ㅓ ㅕ	ㅗ ㅛ
2	—	ㅘ ㅙ ㅚ ㅛ ㅜ ㅠ	ㅜ ㅠ ㅡ
3	—	—	ㅜ ㅠ ㅡ

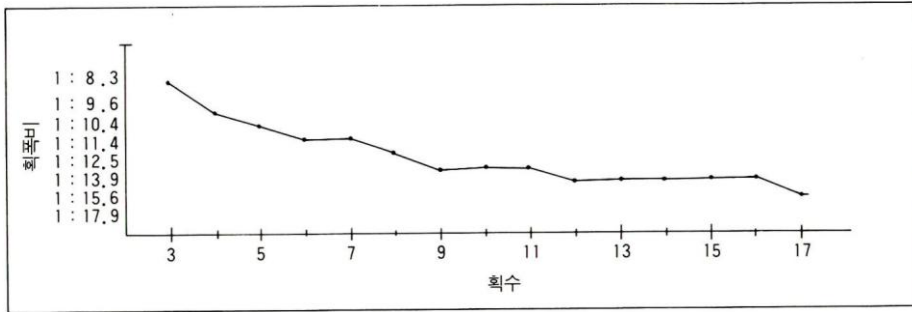
〈표 7〉 획폭비와 가시거리

(단위 : m)

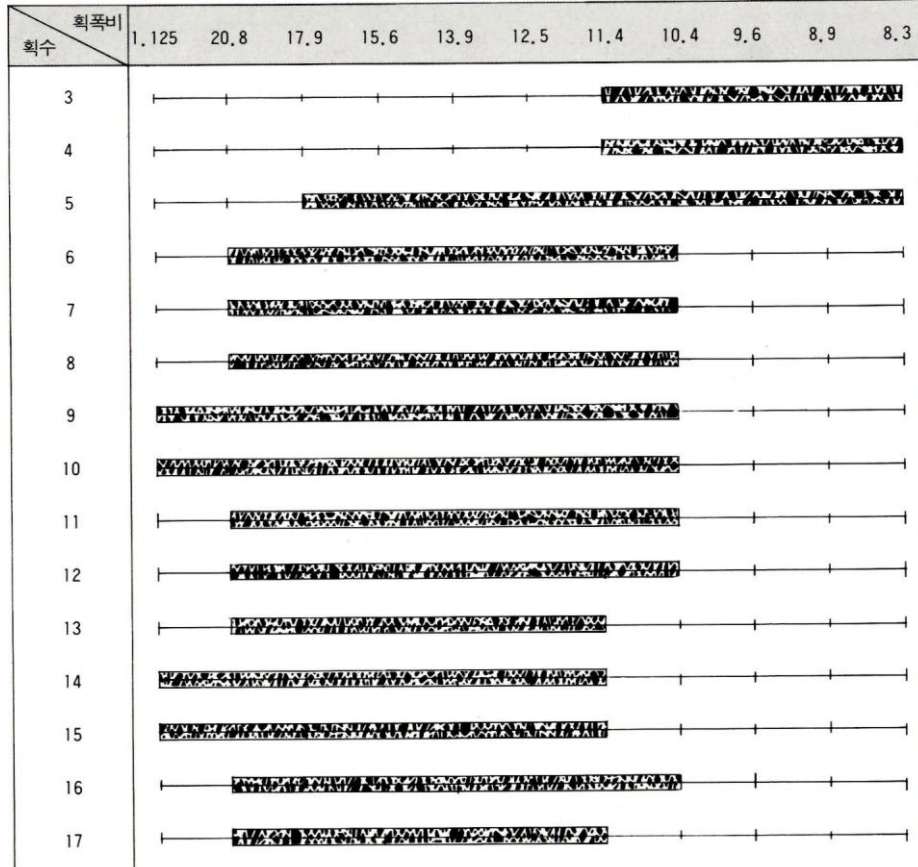
획폭비	1:125	1:62.5	1:41.7	1:31.3	1:25	1:20.8	1:17.9	1:15.6	1:13.9	1:12.5	1:11.4	1:10.4	1:9.6	1:8.9	1:8.3
3획 평균	4.70	5.52	6.39	7.11	8.14	9.29	9.70	10.09	10.59	11.25	11.66	12.05	12.24	12.59	*12.95
4획 평균	4.07	4.46	5.06	6.01	6.53	6.94	7.50	8.17	8.54	8.73	9.24	9.51	*9.92	9.84	9.87
5획 평균	4.44	4.73	5.40	6.12	6.74	7.15	7.32	7.57	7.76	7.77	7.99	*8.01	7.83	7.68	7.54
6획 평균	4.02	4.52	5.15	5.79	6.15	6.48	6.55	6.89	6.90	6.97	*7.01	6.84	6.27	6.26	6.22
7획 평균	3.87	4.33	5.07	5.43	5.83	6.38	6.39	6.69	6.73	6.70	*6.86	6.64			
8획 평균	3.59	3.83	4.48	4.97	5.38	5.64	5.80	5.82	6.00	*6.03	5.99	5.95			
9획 평균	3.42	3.65	4.10	4.72	5.20	5.41	5.50	5.69	*5.76	5.74	5.53	5.46			
10획 평균	3.05	3.34	3.83	4.16	4.46	4.64	4.70	4.79	*4.94	4.87	4.87	4.73			
11획 평균	2.98	3.26	3.88	4.15	4.34	4.55	4.66	4.81	*4.86	4.76	4.60	4.38			
12획 평균	2.79	3.11	3.63	3.99	4.25	4.46	4.64	*4.76	4.71	4.69	4.42	4.32			
13획 평균	2.80	3.28	3.60	4.03	4.26	4.65	4.75	*4.78	4.65	4.61	4.43	4.25			
14획 평균	2.85	3.19	3.68	4.01	4.31	4.40	4.56	*4.65	4.45	4.38	4.28	4.16			
15획 평균	2.80	3.08	3.60	3.91	4.10	4.36	4.33	*4.54	4.42	4.40	4.17	4.04			
16획 평균	2.87	3.16	3.54	3.94	4.08	4.30	4.39	*4.54	4.46	4.48	4.39	4.25			
17획 평균	2.77	2.99	3.45	3.83	3.99	4.24	*4.44	4.38	4.36	4.29	4.04	3.97			

* 주 : * 표시의 숫자는 최대 가시거리를 말함.

〈그림 4〉 획수와 최적 획폭비



〈그림 5〉 최대가시거리의 90%치와 최적 획폭비 범위

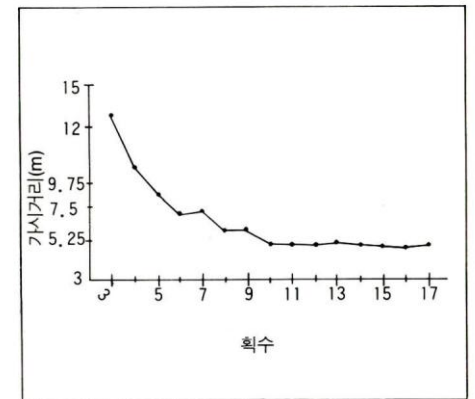


사이의 3획과 4획의 가시거리는 나머지 획수의 최대 가시거리 보다 훨씬 더 길다. 따라서 한글의 최적 획폭비는 1:11.4에서 1:19.9사이로 잡을 수 있을 것이다.

3. 획수와 가시 거리

본 실험의 결과 한글의 최적 획폭비는 1:11.4에서 1:17.9사이인 것으로 밝혀졌다. 여기서 획폭비가 1:12.5인 경우, 획수와 가시 거리의 관계를 그래프로 나타내 보면 그림 6과 같다. 이 그림에 의하면 획수가 많아질수록 가시거리는 감소하며, 10획에서부터 감소가 점차 둔화되어 간다는 것을 볼 수 있다.

〈그림 6〉 획수와 가시거리



위 곡선의 회귀식을 구하면 다음과 같다.

회귀식(regression equation):

$$Y = -0.94 + 19.92\sqrt{X}$$

(; Y = 가시거리, X = 획수),

$$R = 0.98, R^2 = 0.97$$

앞에서 연구한 실험 분석을 토대로 어떤 일정한 거리에서 읽을 수 있는 최소 글자 크기를 정할 수 있다. 영문자의 경우에 글자 크기와 가시거리의 관계식은 다음과 같다⁽¹³⁾

$$\text{글자크기 (cm)} = 0.25(\text{cm}) \times \text{가시거리(m)}$$

$$(\text{글자크기(in)} = 0.03(\text{in}) \times \text{가시거리(ft)} \dots$$

식(2)

영문자는 한글의 3획 내지 4획에 해당하며 획폭비가 1:12.5인 경우, 3획과 4획의 가시거리는 10m 내외이다. 따라서 식(2)에 가시거리 10m를 대입하여 글자 크기를 구하면 2.5cm가 되는데, 이는 본 연구에서 사용한 한글 글자 크기와 일치하는 것을 볼 수 있다. 그러나 한글의 획수는 3획에서부터 17획에 이르기까지 다양하므로 한글의 글자 크기와 가시 거리에 관한 새로운 식이 필요한데, 본 연구의 17획을 기준으로 삼으면 다음식을 얻을 수 있다.

글자크기(cm)=0.58(cm)×가시거리(m)·식(3)

식(3)은 한글의 17획을 기준으로 구한 것인데, 그 이유는 17획의 가시 거리가 가장 짧기 때문에, 이 식을 하나의 넉넉한 (conservative) 기준으로 삼을 수 있도록 하기 위한 것이다.

본 연구의 결과 한글의 최적 획폭비는 1:11.4에서 1:17.9사이인 것으로 밝혀졌다. 만약 획폭비가 1:12.5인 경우에 글자 크기가 정해지면 다음 식에 의해 획폭을 결정할 수가 있다.

획폭(cm)=0.08×글자크기(cm)·식(4)

한글 표지판은 윗공식들에 의해 설계될 수 있는데, 특히 달리는 상황에서 표지판을 신속·정확하게 읽어야 하는 도로 표지판의 글자 크기는 식(3)에서 구한 값보다 약 10%를 증가시켜 주면 된다¹³⁾.

표지판을 설계할 때 시력과 조도는 빠뜨릴 수 없는 중요한 요소들이다. 시력은 조도의 대수치에 비례하는 일종의 Fechner의 법칙을 따르는데, 이는 10fl 이하에서만 성립한다¹⁰⁾ 그러나 정상 시력을 가진 사람에게는 30fl 이상이 되면 조도와 시력은 별 상관없이 있는 것으로 알려져 있는데 Kuntz와 Sleight에 의하면 31.6fl와 1,000fl 사이에서 시능(acuity performace)의 차이는 약 7%에 불과하다고 하였다⁹⁾.

흐린날 보통 지면이 100fl이므로 보통 주간 상황에서의 조도는 가시 거리에 큰 영향을 미치지 못한다.

IV. 실험 결과

본 실험의 결과는 다음과 같다.

(1) 획수가 증가할수록 최적 가독성을 주는 획폭비는 적어지며, 가시 거리 또한 줄어든다. (3회의 최적 획폭비와 최대 가시 거리는 17획의 최적 획폭비와 가시 거리보다 2배 이상 크다.) 그러므로 획수는 가시 거리와 최적 획폭비에 큰 영향을 준다는 것을 알 수 있다.

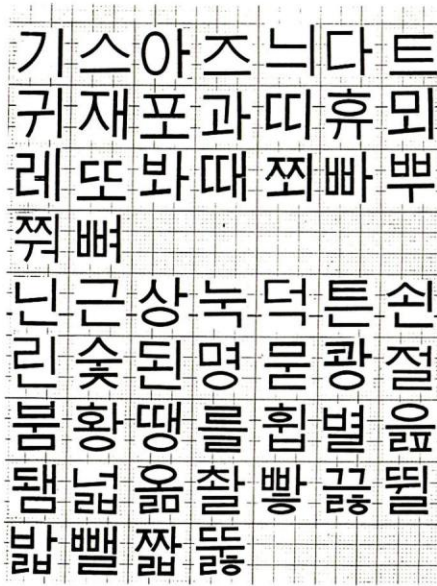
(2) 최대 가시 거리를 주는 한글의 최적 획폭비는 1:11.4에서 1:17.9사이이다.

(3) 한글의 글자 크기와 가시 거리의 관계식은 다음과 같다(17획 기준).
글자크기(cm)=0.58(cm)×가시거리(m)

(4) 획폭비가 1:12.5인 경우 한글의 획폭과 글자 크기의 관계식은 다음과 같다.

획폭(cm)=0.08(cm)×글자 크기(cm)

(5) 가독성이 좋은 한글의 예는 (획폭비가 1:12.5인 경우) 그림 7과 같다.



<그림 7> 가독성이 좋은 한글의 예 (획폭비가 1:12.5인 경우)

V. 결론

현대를 정보 시대라고 한다. 정보 전달의 매체 수단의 일종인 글자에 대해서는 우선 신속·정확하게 읽혀져야 한다. 특히 우리 주위에는 한글 세대에 맞추어 한글 위주의 많은 인쇄물이 범람하고 있다. 이런 시점에서 한글 글자체의 기본이 되는 시각적인 미와 디자인도 중요하지만 이에 앞서 가독성에 관한 인간공학적 연구가 선행되어야 할 것이다. 본 연구에서는 획폭비와 가시 거리와의 관계를 살펴봄으로써, 가독성이 좋은 한글 획폭비를 구하고자 하였다. 한글을 디자인할 때 종종 외국 문자의 연구 결과를 직접 인용하고 있는데, 외국 문자와 한글 문자는 근본적으로 글자 구조가 다르므로 한글에 적용한다는 것은 타당치 못할 것이다.

본 연구는 양각 한글 고딕체의 최대 가시 거리를 주는 획폭비에 관한 것만을 다루었으나, 음각의 경우라든지, 다른 활자체에 관한 연구도 계속되어야 할 것이다. 또한 도로 표지판 등의 경우에는 가시 거리도 커야 하지만 판독 시간도 짧아야 한다. 따라서 인간공학적인 자체의 연구를 위해서는 한글의 미적 조형성과 더불어 가시 거리, 판독 시간 등의 관점에서 보다 종합적이고 체계적인 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

참고문헌

- [1] 김진평, 한글 Typeface의 글자폭에 관한 연구, 서울여자 대학교 논문집, 제11호, 1982
- [2] 김진평, "한글 디스플레이타이프 개발방향(2)", 한국디자인 포장센터, 디자인·포장, 47호, 1972
- [3] 김진평, 한글의 글자표현 미진사, 1985.
- [4] 박경수, 인간공학, 영지문화사, 1980.
- [5] 안상수, "한글 타이포그래피의 가독성에 관한 연구", 석사학위 논문, 홍익대학교 대학원, 1980.
- [6] 이면우, 박창호의 2명, "서울시내 도로 표지판 설치 운영의 인간 공학적 분석", 도로 교통, 1981
- [7] 황진희, "한글의 본문용 문자체와 그 가독성에 관한 연구", 석사학위 논문, 숙명여자대학교 대학원 1982.
- [8] Berger, C., "Storke width, From and Horizontal Spacing of Numericals as Determinants of the Threshold of Recognition", Journal of Applied Psychology. Vol. 28, 1944.
- [9] Kuntz, J. E. and Sleight. R. B., "The Effect of Target Brightness on Normal and Subnormal Visual Acuity", Journal of Applied Psychology Vol. 33, 1949.
- [10] Lythgoe, R. J., "The Measurement of Visual Acuity", M. R. G. Special Report, No. 173, London, H. M. S. O., 1932.
- [11] McCormick, E. J., Sanbers, M., Human Factors in Engineering and Design, 5th Ed., McGraw-Hill Co., 1982.
- [12] Tinker, N. A., Legibility of Prints, Iowa State University Press, 1963.
- [13] Woodson, W. E., Human Factors Design Handbook, McGraw-Hill Co., 1981.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find the optimal stroke width-to-height of the Korean character(Hangeul)which yields the greatest reading distance.

In this study, black characters on a white background were used under 200 lux conditions in-doors, with the stroke width-to-height ratio ranging from a very thin 1:125 to heavier 1:8.3. The criterion was the average reading distance at which three subjects(male university students)having normal visual acuity (1. 2) could read the characters.

Using the data obtained from the experiment, we analyzed the relationship between stroke width-to-height ratio and reading distance.

In the case of the black characters on a white background, the greatest reading distances occurred with a range from 1:11. 4 to 1:17. 9.

ICSID 1985~1987 활동보고서

국제산업디자인단체협의회(ICSID : International Council of Societies of Industrial Design)는 1957년에 설립되었으며, 현재 37개국 62개 단체가 가입된 비영리 국제 기구로서 우리 센터도 1973년에 가입했다.

ICSID는 회비 및 기부금 등의 기금으로 자체 운영되고 있으며, 총회, 대회, 세미나, 전시회, 워크샵, 분과위원회 활동 및 뉴스지 발간을 통하여 국제 협력 강화 및 디자인에 관한 정보·지식 교환을 주된 사업 내용으로 하고 있는데, 본 기사는 지난 해 8월 21~22일 네덜란드의 암스텔담에서 개최된 총회에서 보고된 1985~1987년 사이의 활동 내용을 요약한 것이다. [편집자 주]

제3세계를 위한 디자이너의 역할

알렉산더 노이마스터(Alexander Neumeister)

1985~1987년 사이의 활동은 1983년 시작된 “디자인과 제3세계의 국가들”과 연관된 전문적인 지원 프로젝트와 방법을 개발, 시행하는 노력의 연장이었다고 할 수 있다. 지금까지 완료된 내용을 살펴보면 다음과 같다.

1. ICSID/UNESCO 공동디자인 워크샵 ; “개발도상국을 위한 기초 의료 장비 디자인”

세계그래픽디자이너협의회(ICOGRADA), 세계보건기구(WHO), 세계과학단체협의회(International Council of Scientific Unions) 및 루베인카톨릭대학의 공중보건학교(the School of Public Health/Louvain Catholic University) 등은 ICSID와 UNESCO의 지원을 받아 개발도상국을 위한 기초 의료 장비의 디자인에 관한 최초의 ICSID/UNESCO 공동 디자인 워크샵을 실시하였다.

1985년 10월 20일부터 11월 2일까지 14인의 인더스트리얼 및 그래픽 디자이너와 적도 지역 국가에서의 경험이 많은 4인의 의사, 7인의 보조 요원 등이 14개 국가로부터 선발되어 그들의 전문 노하우(know-how)와 경험을 이 워크샵에서 서로 결합시켰다. 새로운 해결 방안을 찾기 위한 목표를 설정하거나, 지방의 병원에 필요한 기존 의료 장비를 적용하기 위하여 다음의 3가지 내용을 중점적으로 상세하게 연구하였다.

a. 지방 의료 기관에 적합한 기본 가구의 디자인

b. 냉장 유통 시스템(백신 주사제의 포장, 수송, 냉장에 관련된 적절한 해결책을 연구)

c. 실제 사용에 필요한 데이터 수집 장치의 디자인 : 기존의 수동식 등록을 컴퓨터시스템으로 전환.

2. 결과에 대한 최종 보고서

이 워크샵의 결과는 1986년 봄에 발행된 ICSID NEWS의 특집호에 발표되었다. 제품 아이디어, 모델 및 배경 정보에 관한 워크샵의 결과에 대한 추가 보고서는 ICOGRADA의 협조로 작성되었다. 이 보고서는 디자인 단체에 배포하기 이전에 보건 분야에 관한 업무를 담당하고 있는 각 국가 및 국제기구 등에 배포될 것이다.

이 워크샵에 대한 추가 사업이 다음과 같은 3단계로 진행될 예정이다.

가. 아이디어로부터 시안까지
나. 시안에 의거한 프로토타입
다. 프로토타입을 실험 사용하여 완전한 최종 디자인 결정 등이다.

마지막 두 과정은 개발도상국에서 실시될 것이다.

3. “디자인과 개발도상국” 전문가 명부

디자인 분야에는 세계적으로 개발도상국의 디자인 활동에 도움을 줄 수 있는 훌륭한 전문가들이 많이 있다. 필요한 곳에 적합한 전문가를 찾아내는 일이 매우 중요한 요소인데, ICSID는 이를 위해 여러 국제기구들과 협의한 바 있다. 순수한

디자인 관점과는 달리, 개발도상국에서의 디자인 활동은 “개발을 향한 디자인”을 증명하는 데 중점을 두었던 것으로 간주해야 한다.

지난 회기에 시작한 전문가들 명부 작성은 전세계적으로 특정 업무에 렌더링 능력이 있는 디자인 전문가들과 필요한 기관들 사이의 정보망을 구성하는 첫 단계로 간주할 수 있다.

앞에서 언급한 일련의 3단계를 통하여, ICSID에서는 모든 국가의 디자인 기구와

접촉하여 평가표를 배포하였다. 그 결과는 전문가 명부에 수록하였으며, 지난 8월 ICSID의 요청을 받아 이 사업에 참여한 ICOGRADA와 IFI에서 제출한 명단도 포함되어 있다.

모든 데이터는 전산 처리하여 내용 변경에 따른 지속적인 수정 보완이 용이하도록 되어 있다.

이 전문가 명부는 세계의 각 디자인 기관뿐만 아니라 관련 국제 기구와 정부 기관 등에도 배포될 예정이다.

4. 기타 사업 내용

특정 사회 또는 지역에서 디자인과 관련이 높은 사업은 문제의 해결과 그 해결책의 대안을 찾는 데 있어 디자인이 지니고 있는 가능성을 제시해 준다는 측면에서 ICSID가 적극적으로 참여해야 한다. 그 가운데 하나가 다음에 소개될 “노인을 위한 디자인”에 대한 새로운 사업이다.

“노인을 위한 디자인”

닐 트벤스버그(Nils Tvensberg)

지난 회기에 UNESCO와의 협력으로 새로운 사업이 계획되었다. 이 사업은 UN기구와의 협력을 강화하고 개선하는 중요한 노력으로 볼 수 있다. 이 사업은 노인들의 현 상황을 연구하여, 인구 분포상 점점 더 큰 부분을 형성하고 있는 노인층의 조건을 개선하기 위한 산업 디자인의 역할을 찾아내기 위한 것이다.

만약 ICSID에서 개발하게 되면, 기구내의 다른 활동과 연관성이 있어야 하며, 사업 기간은 각 위원들의 재임 기간보다 길어야 한다. 그렇지 않으면 모든 사업은 종료와 함께 잊혀지는 격리 현상을 갖게 된다.

국제적 연계 사업에서 가장 심각한 문제점의 하나는 커뮤니케이션이다. 언어뿐만 아니라 지역적 시간적 거리가

효율적인 의사 소통의 장애가 되는 것들이다.

따라서 사업의 시작 단계에서 사업 계획이 약간 수정되었다. 많은 토의를 거친 후에, 새로운 사업 계획이 수립되었다. 앞으로 이와 같은 사업은 장기 사업(long-term project)으로 불리울 것이다. 이와 같은 유형의 사업을 수립하는 목적은 ICSID의 활동을 보다 지속적으로 확보하고, 한 이사회 재임 기간에 해결하기 어려운 문제들을 해결할 수 있는 능력을 갖추기 위한 것이다.

“노인을 위한 디자인(design for the elderly)”으로 계획된 본 세미나는 ICSID내의 커뮤니케이션 네트워크를 개선, 개발하기 위한 장기 사업의 일부인 것이다.

본 사업의 중요한 목표 가운데 하나는 ICSID회원국과 대상 그룹(target group) 사이에서 사업의 계획 단계와 그 사업의 결과에 대하여 보다 나은 커뮤니케이션 방법을 개발하는 것이다. 본 사업과 계속되는 사업에서 얻은 경험은 ICSID의 후원하에 다음 세미나를 기획하는 데에 기초 자료가 될 것이다.

“노인을 위한 디자인”에 대한 세미나는, 이 주제에 대해 많은 연구와 위원회의 보고서 이용이 가능한 스웨덴에서 개최될 예정이다. 독립된 주제의 세미나가 이미 개최되었으며, 87년 11월 27일부터 12월 6일까지 스웨덴의 고텐부르크(Gothenburg)에서 개최될 워크숍의 기초자료로 준비되어 있다.

ICSID 교육 사업

리처드 콜린스(Richard Collins)

교육담당자 : Richard Collins
Danielle Ouarante
Keith Crant

1985년 8월 워싱턴에서 개최된 총회에서는 ICSID의 교육 사업에 대한 특별 보고서가 평의회 회원들에게 발표되었다. 그 보고서에는 교육 분야에서 세계 디자인계에 그 역할을 강화하기 위한 ICSID의 진로에 대한 많은 건의 사항이 포함되어 있었다.

이 건의 사항 가운데 몇 가지는 비록 바람직하지만 너무 방대해서 ICSID의 보급 및 재정 능력으로는 즉각 시행이 불가능한 것이었다. 그러나 그 건의 사항들이 지니고 있는 타당성은 계속 유효하다.

기타 사항은 제한된 자원 및 조직

범위내에서 이를 수 있는 것들이다.

1983~1985년 회기에 작성된 보고서에 따르면 거의 모든 ICSID 평의회 회원들은 각 회원 단체들과 기타 단체들 사이의 공식 또는 비공식적인 회합, 특히 교육 문제에 관하여 의견을 교환할 수 있는 기회를 ICSID가 마련해 줄 것을 바라고 있다. 이러한 요구에 따라서 매년 개최되는 연례회의의 시간을 하루 연장하여 교육 문제에 관한 특별 회의를 갖도록 하였다.

그 회의의 결과는 대부분 성공적이었는데, 첫 회의는 1986년 헝가리의 부다페스트에서 개최되었다.

제2차 회의는 1987년 5월 유고슬라비아의 블레드(Bled)에서 열렸다. 2차에 걸친 회의에는 12개국으로부터 회원 단체의 대표들이 참석하였다. 처음 회의에서는 새로운 기회와 책임에 대한 3차의 디자인 교육과 훈련에 대한 반응에 주안점을 두었다. 가장 최근에 열린 회의에서는 기초 교육 과정에 있어 디자인의 역할을 주제로 하였다.

이러한 기회는 계속되는 것이 바람직하다고 생각된다.

ICSID 이사회는 위원회 활동 가운데에서 교육이 높은 위치를 차지할 것을 확신하며,

이를 위해서는 ICSID의 회원으로 교육 기관의 적극적인 참여가 있어야 한다고 밝혔다.

다음의 2~4년 활동 계획은 1987년 암스테르담에서 개최된 총회에 상정되었다.

ICSID의 교육 활동

목적: 국가별 또는 국제 디자인 교육과 훈련 기회를 보다 발전시키기 위하여

- 교육기관에 ICSID의 준회원 자격 부여
- ICSID가 설정한 규정에 적합한 디자인 학교에 대한 ICSID의 인정
- ICSID 행사와 정보 교류에 교육 기관이 참여할 수 있는 제도적 장치를 제공하는 것 등이다.
- 그 방법으로는
- 교육기관을 위하여 준회원 제도 개설
- ICSID 교육 준회원제에 대한 규정의 제정

- ICSID 교육 준회원제에 대한 신청서 제작
- 교육 기관 사이의 커뮤니케이션 네트워크를 설정하기 위하여 교육 기관 명부 발간
- ICSID 교육 준회원 사이의 정보 교류를 촉진(예를 들면, 교육 과정, 교재, 장학금 제도, 지도자와 학생의 교류 등)
- ICSID 행사에 ICSID 교육 준회원의 적극 참여 유도 등이다.

“진흥 활동(1985~1987)”

케이츠 그랜트(Keith Grant)

지난 4년간 ICSID진흥 회원들의 연례 회의는 주요 행사가 되었다. 진흥 단체들은 그 특성이 각기 다르고, 국제 사회보다는 그들 국가의 산업에 보다 우선적으로 서비스를 제공한다. 더욱이, 이 단체들 사이에는 매우 강한 유대감과 공통된 관심사가 있으며, 정기적인 회합과 정보의 교환은 매우 가치있는 일이다.

1986년 5월 6일에서 8일까지 헝가리의 부다페스트에서 개최된 첫 모임은 기술개발청내 헝가리 산업 디자인 협회를 대표하는 Zoltan Szabo의 초청으로 이루어졌다. 참가국은 오스트리아, 핀란드, 동독, 영국, 그리스, 헝가리, 일본, 남아프리카공화국, 스페인, 스웨덴, 터키 및 유고슬라비아 등의 12개 국이었다.

이 회의는 사상 최초로 회의안건에 진흥 관련 사항뿐만 아니라 디자인 교육에 관한 사항이 포함되었다. 교육 관련 사항은 교육위원회의 보고서를 참조하기 바란다.

회의록은 Zoltan Szabo, Richard Collins, Keith Grant에 의해 작성되어 86년 2월 발행 ICSID NEWS에 소개되었다.

제 2차 회의는 5월 27, 28일



유고슬라비아의 블레드에서 개최되었는데, Lenka Bajzelj가 주최가 되어 슬베니아(Slovenia) 상공회의소와 BIO 사무국이 협찬하였다.

참가국은 오스트레일리아, 오스트리아, 프랑스, 동독, 영국, 헝가리, 일본, 네덜란드, 남아프리카공화국, 스페인, 스웨덴, 유고슬라비아 등 12개국이다.

블레드(Bled)회의의 세부 사항은 87년 3월 발행된 ICSID NEWS에 게재되었다. 진흥에 관한 일반 사항 이외에도 공중

분야의 구매와 도심의 재활에 대한 것도 논의되었다. 이 회의에서 논의된 교육 관련 사항은 교육위원회 보고서에 게재될 예정이다.

부다페스트와 블레드 회의는 참가자들의 적극적인 참여와 조직의 높은 자질 및 주최국의 친절 등이 돋보였다. 이와 같은 회의의 지속적 개최를 총회 및 이사회에 건의하였으며, 다음 회의는 1988년 4월 27, 28 양일간 오스트리아의 비엔나에서 개최하기로 잠정적으로 결정되었다.

“라틴아메리카 국가들과 ICSID의 접촉”

피에르 아귀레(PERE AGUIRE)

1985년 이사회의 결과에 따라, 라틴 아메리카의 디자인 기구의 명단을 작성하기로 결정하였다. 단기간의 조사 후 25개 단체(이들 가운데는 기존 ICSID 회원도 포함되어 있음)의 명단이 작성되었으며, 이들 단체는 다음과 같은 목적으로 접촉하였다.

- 그들에게 ICSID가 라틴아메리카를 매우 중요시한다는 인식을 주고,
- 디자인에 관련된 그들의 활동과 업적에 대한 체계있는 정보를 획득하여, ICSID NEWS에 게재하고,
- 그들의 문제점을 파악하여 유럽의 ICSID 회원국을 통한 지원을 제공하며

- ICSID 이사회에서 논의할 건의사항을 파악하는 것 등이다.

1987년 암스테르담 ICOGRADA/ICSID/IFI 회의

디자인 '87 회의(Design '87 Congress)에

대한 안내를 접한 직후에, 세부 내용을 모든 회원 기구에 발송하였다. 모든 기구는 회의에 참가 초청되었으며, 아직 ICSID의 회원이 되지 못한 기구에 대해서도 참가 독려를 하였다.

결론

조사 결과는 대부분의 기구가 어려움을 겪고 있다는 것이다. 경제, 정치 및 사회적 혼란이 디자인과 교육의 발전에 그대로 반영되고 있다. 이러한 상황에서 전문가의 수준은 낮을 수밖에 없다. 라틴아메리카와 선진국 사이의 거리는 정보 전달의 장애가 되고 있다.

접촉한 모든 기구들은 ICSID의 회원이 되기를 희망하고 있으나, 경제 사정으로 인하여 ICSID 회비의 지속적인 납부가 곤란한 실정이다.



접촉해야 한다. ALADI는 라틴아메리카의 디자인 기구 대부분을 총괄하며, 년 2회의 회의를 개최한다.

ICSID NEWS 또한 진흥, 전문가 및 교육 분야의 문제점을 다루어야 한다.

마지막으로, 라틴아메리카에서 디자인이 앞으로 해야 할 중요한 임무를 찾아내야 한다. 기술적인 면에서 그들의 선진국에 대한 의존도는 피할 수 없는 것이다.

더우기 교육 및 산업계에 있어 적절한 디자인 정책은 국제 시장에서 경쟁력을 제고시키는 데에 도움이 될 것이며, 그들의 작업 및 생활 환경의 개선을 위하여 협조해야 한다.

ICSID는 선진국과 라틴아메리카 국가간의 격차를 줄이는 데 많은 노력을 기울여야 하며, 앞으로 그러한 프로그램을 진행하도록 도와주어야 한다.

건의 사항

ICSID는 개발도상국과 저개발국에 대한 특별 정책을 수립해야 한다.

라틴아메리카의 여러 대표들과 접촉하면 그들의 상황에 대한 내용을 알 수 있다. 이를 위하여 ICSID와 ALADI(Association Latinoamericana de Diseno Industrial)가

“ICSID 문서 관련 보고서”

다니엘 퀴런티(Danielle Quaraute)

부다페스트에서 개최된 위원회에서는 브뤼셀의 디자인 센터에 있는 ICSID 관련 문서들을 Compiegne 대학으로 옮길 것을 결정하고, 대학 도서관의 협조로 시행되었다.

이 문서 이전의 목적은 디자이너와 학생들의 관심 대상인 ICSID 관련 문서를 체계화하고 목록화하여 회원 단체 및 학교 등에 정보를 제공하기 위한 것이다. 문서는 잘 보관되고 있으며, 문서 목록이 뒤따라 작성되었다.

내용 요약(1962년부터 1983년까지의 문서)

- 이사회 보고서 및 관련 서류
- 뉴스 간행물
- 과거 행정 및 재정 관련 서류
- 총회의 보고서, 서신 및 각종 발표문
- 규정 및 부칙
- 역대 회장 및 회장단 관련 서류

- 국제 기구와의 약정, ICOGRADA, IFI의 협조에 대한 서류
- UNIDO와 UNESCO 관련 서류
- 요구 사항 및 설문서
- 홍보 및 간행물 관련 서류
- Interdesigns 관련 서류
- ICSID 수상작 관련 서류
- 세미나 관련 서류
- 회의 관련 서류
- 실무담당 관련 서류
- 디자이너의 사업에 관한 슬라이드와 각종자료
- 총회 기록 테이프

사업 내용

1. 3종의 서류로 체계화함.

- a) 과거 행정 및 재정 관련 서류(참고 자료로 활용)
- b) 기타 서류

문서화, 분류 및 목록작성 전문가에 의한 문서처리.

- 도서 목록 카드 작성
- Minitel을 통한 컴퓨터화된 카탈로그 작성
- VAX에 사용가능한 화일의 구성
- c) 슬라이드 및 테이프류.
- 사업과 관련된 슬라이드의 체계화, 녹음테이프의 체계화

2. 연구 보조

a) 카탈로그화 작업이 끝난 후 Compiegne 대학은 ICSID의 회원 단체를 통하여 모든 디자인 학교에 완전한 목록을 제공할 예정이다.

b) 디자인 전공 학생에 대한 연구 주제를 건의

c) ICSID의 역사에 관한 소규모 전시회의 개최 방법이 제시됨

“최고회의 보고서 (1985~1987)”

1985~1987회기의 이사회 프로그램에 의하면, 최고회의 위원들은 이사회 개최시에 정기적인 회합을 가졌다. 최고회의의 사업에는 다음의 회장들이 직접 참여하였다.

- Carl Auböck 오스트리아
- Rodolpho Bonetto 이태리
- Kenji Ekuon 일본
- Arthur Pulos 미국
- John Reid 영국
- Yuri Soloviev 소련
- Peirre Vago 프랑스
- Henri Viennot 프랑스
- Loek Van der Sande 네덜란드(의장)

최고회의는 ICSID와 그 이사회에 대해 매우 긍정적인 생각과 자세로 모임을 가졌다. 필요하다면, 최고회의는 전세계를 향한 ICSID의 커뮤니케이션을 지원할 준비가 되어 있다. 특히 ICSID에 대한 인식과, 각국 정부, 산업 및 국제단체에 대한 중요성이 개선될 수 있다. 최고회의는

ICSID의 광범위한 국제화에 중점을 두고 있다. 이렇게 하면, 최고회의는 ICSID 프로그램의 지속과 무엇을 우선으로 할 것인가에 대해 기여할 수 있다. 이러한 개념을 가지고 최고회의는 다음과 같은 사업에 관해 토의하였다.

● ICSID 세계 디자인상(ICSID World Design Award) : 1983년 밀라노에서 개최된 총회의 결정에 따라서, 최고회의는 이상의 발전을 위하여 노력하고 있다. 이의 문화적 중요성은 달리, 최고회의는 산업계 참여의 필요성을 강조하고 있다. 그 이유는 이 상이 구성, 프로그램 및 재정을 자체 개발해야 하기 때문이다. 이에 대한 골격이 1987년 1월 Compiègne에서 이사회에 제안되었으며, 1987년도 총회에 상정될 예정이다.

● ICSID 최고회의는 1989년의 나고야 ICSID회의에서 국제 단체의 발전에 대한 역사적 고찰과 앞으로의 전망에 대한 발표를 할 예정이다.

● 최고회의는 ICSID회의를 앞으로 주관할 단체에 대한 자문위원회의 역할로 할 예정이다.

● ICSID최고회의는 정책적 차원에서 디자인 원리의 관련성을 토의하기 위하여 전세계의 환경 담당자들의 회합을 추진하고 있다.

● 최고회의는 이사회의 반응과 총회에 보고하기 위하여 그들이 시행하는 프로그램에 대한 진행 상황을 이사회에 통보할 예정이다.

● 최고회의는 과거 국제적으로 잘 알려진 ICSID이사의 생애와 작품에 관한 출판물의 발간을 계획하고 있다. 이러한 인물들의 명단은 곧 작성되며, 편집장(Arthur Pulos가 유력)이 추대될 것이며 Yuri Soloviev가 실제 출판을 담당할 예정이다.

● 최고회의는 이사회의 동의를 얻어 프로그램 진행을 위해 정기적으로 모임을 갖고, 모든 참가자들의 지원을 바라고 있다.

1988년도 디자이너 등록실시 안내

한국디자인포장센터에서는 1984년부터 국내 디자인 활동을 보호, 육성하고 효율적인 인력, 관리, 권익 보호, 유대 강화를 도모하고자 각 분야에서 활동하는 디자이너의 등록을 실시하여 작년까지 총 1,470명(시각디자인부문 676명, 공예부문 328명, 제품 및 환경디자인부문 476명)이 등록을 필한바 있습니다.

이에 1987년도에 이어 1988년도 디자이너등록을 아래와 같이 실시하오니 등록 대상 디자이너 전원이 참여하시어 국내 디자인 활성화에 기여하고자 하는 본 등록이 소기의 성과를 거둘 수 있도록 적극 협조하여 주시기 바랍니다.

1. 등록신청접수기간 : 1988.3.1 ~ 10.31
2. 접수처 : 110-460, 서울 종로구 연건동 128번지 한국디자인포장센터 산업디자인개발부(762-9462)
3. 등록신청서 배포처
 - 가. 서울 : 한국디자인포장센터 산업디자인개발부
 - 나. 지방 : ● 부산상공회의소 진흥부(463-7801/9)
 - 대구상공회의소 진흥부(755-0041/6)
 - 다. 각 디자인 관련단체
4. 등록신청료 : 1인당 10,000원(납부방법 : 직접납부 또는 우체국

소액환제도 이용)

5. 등록부문

- 가. 시각디자인
- 나. 공 예
- 다. 제품 및 환경디자인

6. 자격기준

가. 대학 또는 동등이상의 학교에서 등록부문의 각항에 해당하는 분야(이하 “디자인분야”라 한다)에 관한 과정을 졸업한 자로서 동 분야에 2년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

나. 대학 또는 동등이상의 학교에서 디자인분야에 해당하지 아니한 미술에 관한 과정을 졸업한 자로서 동 분야에 4년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

다. 전문대학 또는 동등 이상의 학교에서 디자인 분야에 관한 과정을 졸업한 자로서 동 분야에 3년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

라. 전문대학 또는 동등 이상의 학교에서 디자인 분야에 해당하지 아니한 미술에 관한 과정을 졸업한 자로서 동 분야에 5년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

마. 고등학교 또는 동등 이상의 학교를 졸업하고 디자인 분야에 6년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

바. 디자인 분야에 10년 이상 종사하고 있거나 종사한 경력이 있는 자.

사. 대한민국 산업디자인전람회 및 지방 산업디자인 전람회의 초대작가 및 추천작가.

7. 보완자격 기준

위에 규정되지 아니한 자격기준에 관하여는 다음 각호의 보완자격 기준을 적용한다.

가. 대학원에서의 디자인 과정 이수 기간은 디자인 분야에 종사한 경력으로 인정한다.

나. 학계의 디자인 교육 경력(대학교수 및 강사, 중·고등학교 교사)은 동 분야에 종사하고 있거나 종사한 경력으로 인정한다.

다. 4년제 대학의 2년 이상 이수자는 전문대학 졸업으로 인정한다.

라. 재학중의 경력과 실무경력 중 한가지만 인정한다.

8. 구비서류

- 가. 등록신청서(소정양식) 1부
- 나. 증명사진(천연색 3×4cm) 3매
- 다. 최종학교 졸업증명서 1부
- 라. 경력 또는 제작증명서 1부 및 기타 증명자료(portfolio 등)
- 마. 신청료 납부증명서 또는 소액환

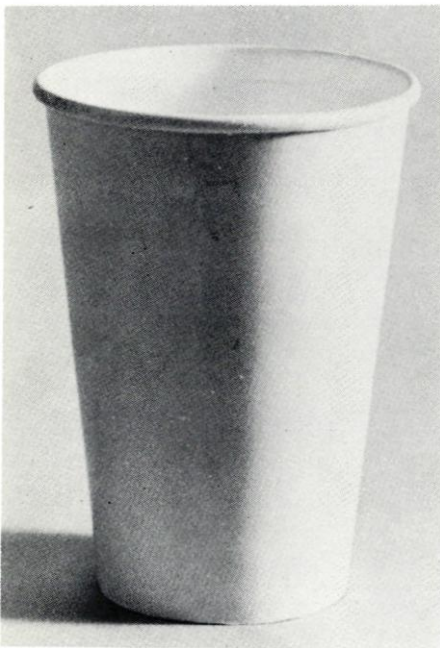
9. 등록자에 대한 특전

- 가. 전문 디자이너로의 기본자격 인정 및 공지
- 나. 디자이너 등록증 및 등록카드, 명부 발급
- 다. 디자인정보, 자료의 제공 및 교류
- 1) “산업디자이너”지 기준(격월간, 연 6회)
- 2) 디자인 뉴스레터 배포
- 라. 디자이너 인력은행 운영을 통해 취업 정보 제공
- 마. 주요 정책사업의 참여 추진
- 기타 자세한 사항은 당 센터 산업디자인개발부로 문의바람.

세계 유명상품 디자인사

편집실

딕시 컵(Dixie Cup)



1907년 캔사스주 보건위원회의 실행위원장인 사무엘 J. 크랜바인 박사는 기차 승객 중에 결핵 환자가 많은데, 비치해 둔 양철제 컵으로 여러 사람이 물을 마시고 있는 것이 염려가 되었다.

이것이 전염병을 퍼뜨리는 원인이 아닐까 하는 생각에서 그는 캔사스 대학 세균학과 M.A. 바버 교수의 협력을 얻어 캔사스시의 유니온 역의 열차에 탑승하여 거기에 비치된 컵의 테두리에서 세균을 배양했다. 발견된 세균은 1909년 3월 31일의 보건위원회에서 결의를 성립시키는 증거 자료가 되었다.

그 결의는 다음과 같은 것이다. 「역, 공·사립학교 및 캔사스 주 각 교육기관에서는 기차 안에 비치해 둔 것과 같은 컵의 사용을 1909년 9월 1일 이후

금지한다.」

1910년에는 미시간, 미시시피, 아이오와, 오클라호마, 위스콘신, 미주리 등의 주가 캔사스의 결의에 동조해서 양철 컵의 사용을 금지했다. 결국 대부분의 주가 금지령을 공포하게 되었다.

그 해 처음으로 간편하게 쓰고 버리는 종이 컵이 휴우 무어에 의해 생산되어 건강컵이라고 명령되었다. 무어는 인디비주얼 드링킹 컵 회사의 설립자인데, 이 회사가 유명한 펜실베니아 이스턴의 딕시 컵사의 전신이다. 공구 제작자인 에드윈 웨스맨은 최초의 종이 컵 자동 제조 기계의 공동 디자이너였는데, 열차용 컵 판매기를 개발하여 1910년에 시작품의 판매를 시작했다. 이에 따라 라커워너 철도에서는 1페니로 종이컵에 담긴 140g의 음료수를 살 수 있는 기계를 기차에 설치했다.

최초의 딕시 컵은 테두리가 없는 측면과 둥근 바닥 등 2매의 구조로 만들어져 있고, 측면은 풀로 붙여져 있으며, 바닥 부분은 주름진 접음매가 붙어 있는데, 이것은 개인용 차내 음료수의 컵으로 디자인된 것이다.

그 후 뉴욕의 릴리 튜울립 컵 회사는 1매로 방수 구조가 되어 있는 주름 잡힌 컵을 1911년에 처음 생산했다. 1912년에는 유나이티드 스테이트 엔빌롭사가 봉투형 컵을 개발했다. 이 평평한 컵은 쌓아 놓을 수가 있고 특히 기계로 멸균 처리할 수 있어 보통 형태의 컵에 비해 훨씬 편리했다.

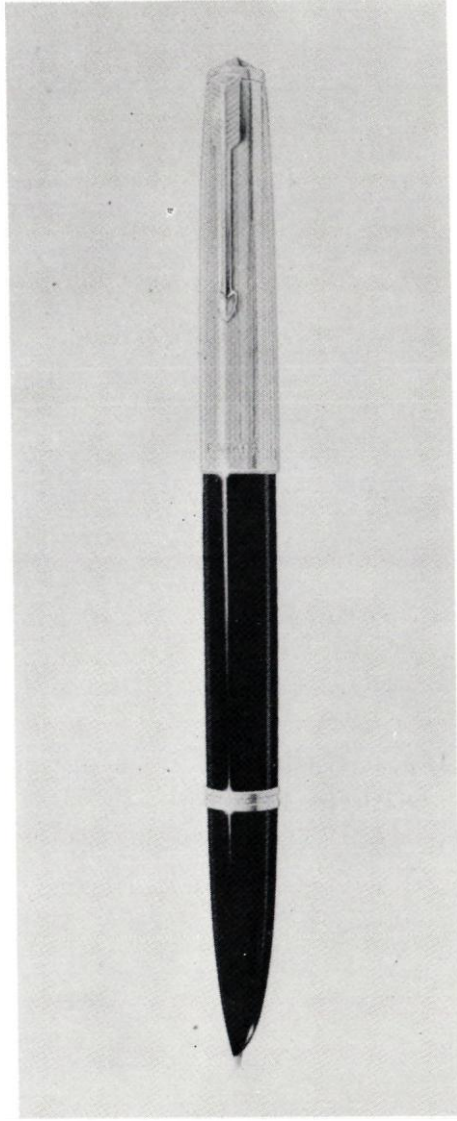
이 최초의 종이 컵은 테두리가 매끈하게 둥글게 되어 있고, 바닥부의 종이에 견고하게 접착되어 있는 것으로 1912년 10월 1일에 찰스·M·게이지 2세가 특허를 따냈다. 그는 “종래의 컵은 마시는 곳의

테두리가 너무 날카롭다”라고 이야기하면서 “컵의 테두리를 단단하게 하고, 컵을 저장하고 있는 홀더로부터 쉽게 꺼내고 잡기 쉽도록” 테두리를 둥글게 했다고 강조했다. 또 테두리에 왁스를 칠하여 밀폐시켜 강도를 높이는 방법도 추진하였다. 1916년에 딕시 컵 회사는 게이지의 디자인을 토대로 둥근 테두리의 측면과 밑면으로 구성된 컵의 실용적인 고속 생산기를 개발했다.

1912년 이래 사용되고 있는 종이 컵의 수는 이루 헤아릴 수 없지만, 조(兆) 이상의 수를 넘는다는 사실은 확실하다. 매일 5,000만 개 이상의 종이 컵이 자동판매기의 음료, 슈퍼마켓의 음료, 역 구내나 가두에서 판매하는 커피, 드라이브 인에서의 식사, 냉수기의 물, 야구장에서의 맥주 등 셀 수 없을 만큼 사용되고 있다. 이 평범하게 보이는 제품은 그 제품의 외관에 관계없이 처음 개발된 뒤부터 60년간 수많은 재료와 기술 혁신을 거쳐 보다 좋은 재료와 보다 고속의 생산 기술을 이용해 왔다. 이 간단한 구조—필요 열량을 채워주고 효과적으로 쌓을 수 있는 필요에 의해 만들어진 밑면과 측면—은 개량에 개량을 거듭해 온 것이다. 오늘날 종이 컵은 판재의 진공 성형에 의한 플라스틱 컵과 발포 스티로폴 컵으로 압축된다.

“개량”을 통한 가능성의 진전과 더불어 아티스트는 격자 무늬, 컬러 등과 메이커의 평범한 자사 마크의 장식까지 사용해서 컵을 디자인해 왔다. 그러나 이 일회 사용으로 버려지고, 그것도 가격은 1센트도 되지 않는, 몇 초간 밖에 사용하지 않는 컵을, 그것이 디자인으로서 걸작인가 아닌가 하는 등에 관심을 갖는 사람이 있을까?

파카51 만년필 (Parker 51 Pen)



최초의 유선형 만년필 파카 51은 1930년대 후반에 등장했다. 디자인은 케네스 파카(후에 파카·펜 회사의 회장), 이완 D. 티프트, 산업 디자이너인 마린 베이커와 조셉 플레트의 공동 작업에 의한 것이며, 속건성 잉크 연구의 부산물이다. 실제로 시장에서 판매되고 있는 만년필용 잉크는 증발에 의해 마르도록 되어 있어, 연구중인 잉크의 건조성이 높아지면 그 만큼 잉크가 펜 끝에서 빨리 말라 버린다. 여러 가지 연구 결과, 파카사는 종이에 침투되면 곧 마르는 잉크를 개발했다. 그러나 이 잉크액 중의 알칼리 성분이 펜 몸통부에 침출하여 일반적으로 이용되고 있는 고무 제품인 썸(sack)의 품질 저하를 재촉했다. 이 문제 해결을 위해 회사는 펜의 몸통 부분을 투명 합성 수지로 만들어 부식을 막는 연구를 시작했다. 그 동안 디자인팀은 새로운 펜의 구조 테스트를 거듭하여 파카 51의 계획을 종합하고 있었다.

스탠다드 51은 무게 30g 정도로 길이는 약 13cm이다. 그러나 이 필기구를 유명하게 만든 것은 크기가 아니라 형태이다. 파카 51은 디자인을 중심으로 작업이 이루어져 스타일링이 조작성보다 우선했다. 그래서 가느다란 외형 속에 들어가도록 펜 끝과 중간의 메카닉 부분의 사이즈를 축소했다. 측면에서 보면 통체는 날개가 없는 제트기와 닮았다. 더우기 이 디자인은 파카 45시대부터 지속되어 온 것이다. “파카 51은 가늘어서 펜처럼 보이지 않는다”라고 하면 우리는 안심이

된다. 그것은 경쟁이 되고 있다는 말이기 때문이다”라고 케네스 파카는 이야기 한다. 파카에 의하면 이 51은 “사람이 갖고 있는 꿈의 펜을 실현한 것”이다. 염두에 두어야 할 것은 그 당시의 만년필은 중역들의 신분을 상징하는 중요한 심볼로서, 오늘날과 같이 대중성 있게 쓰고 버리는 저렴한 필기 용구는 아니었던 것이다.

「51」이라고 하는 명칭은 고심 끝에 선정된 것이다. 파카사의 보고에 의하면 이 만년필의 연구가 완료된 1939년이 파카사 창립 51주년 기념의 해였기 때문이다. 또 그는 기본적인 트레이드 마크인 파카의 이름을 손상하지 않도록 알파벳 이외의 명칭을 채용했다. 그에 덧붙여 숫자는 모든 나라의 공통이기 때문에 이것이 파카에 있어서는 중요한 것이었다.

이 만년필은 1940년에 브라질에서 시험 판매되었지만, 거의 주목할 만한 반향은 없었다. 그 후 더욱 수정을 가하여 파카 51은 1년 후에 미국에서 12달러 50센트에 발매되었다. 이 오리지널 디자인은 발매되고 나서 9년 후에 현대풍으로 수정되어 오늘날에도 51은 아직 파카사에 있어서 주요한 상품으로 남아 있다.

최초의 파카 51을 개발하는 데에 파카사는 25만 달러 이상의 경비를 들였고 발매하고부터는 판촉을 위해 2,000만 달러 이상을 광고에 투입하고 있다. 그러나 오늘날까지 「51」은 4억 달러를 넘는 판매 실적을 나타내고 있다.

디자인·포장관련 논문 수집

우리 센터에서는 국내외 디자인·포장 관련 최신 정보 자료를 수집·분석하여 국내 관련 업계 및 단체, 학계 등에 신속히 전파함으로써 국제적인 감각과 수준에 부응할 수 있는 디자인·포장 발전을 도모하기 위해 정보 제공 사업을 활발히 추진해 나가고 있습니다.

이에 따라 디자인·포장 분야의 기초 자료 축적 및 활용을 목적으로 관련 학위 논문을 수집하여 우리 센터 자료실에 영구 소장할 계획이오니 많은 협조 있으시길 바랍니다.

■ 수집대상 논문

기 제출된 논문이나 향후 제출될 논문으로서

- 국내 디자인 관련 학위 논문(석사 이상)
- 국내 포장 관련 학위 논문(석사 이상)
- 국내 디자인·포장 관련 인접 논문

논문 기증시의 특전

- 기증일을 기준으로 1년분의 「산업디자인」지 또는 「포장기술지」발송
- 우수 논문은 「산업디자인」지 또는 「포장기술」지에 게재

■ 기증처 한국디자인포장센터 정보자료부 조사과 (110-460) 종로구 연건동 128 Tel. 744-0227, 762-9137

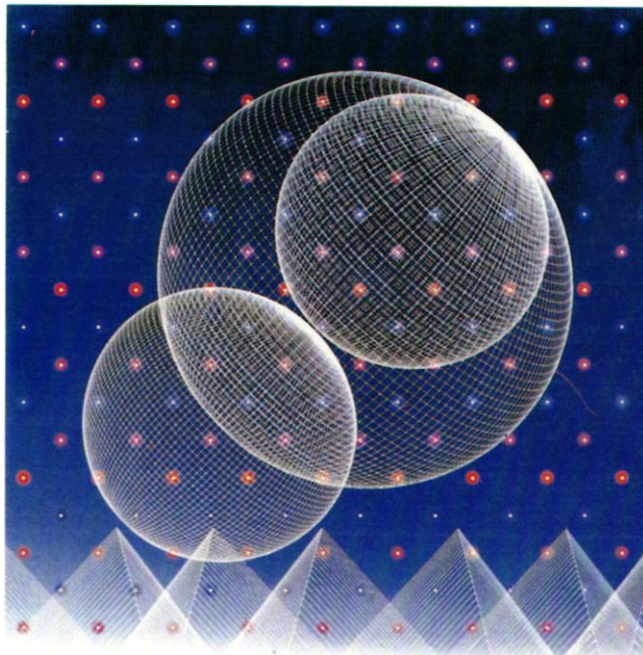
제3회 JAGDA + KSVD 교류전

편집실

한국시각디자인협회(KSVD)와 일본그래픽디자인협회(JAGDA)의 세번째 교류전인 「JAGDA+KSVD」전이 지난 5월 16일부터 21일까지 동방플라자 미술관에서 열렸다.

이번 교류전을 위해 JAGDA에서는 내년에 나고야에서 열리게 될 '89세계 디자인 박람회(World Design Exposition '89)」를 주제로 한 포스터 23점을 출품했는데, 본지에서는 이 중 11점을 선정하여 국내 KSVD 회원 작품과 함께 소개한다. (편집자 주)

나가이
가즈마사 작



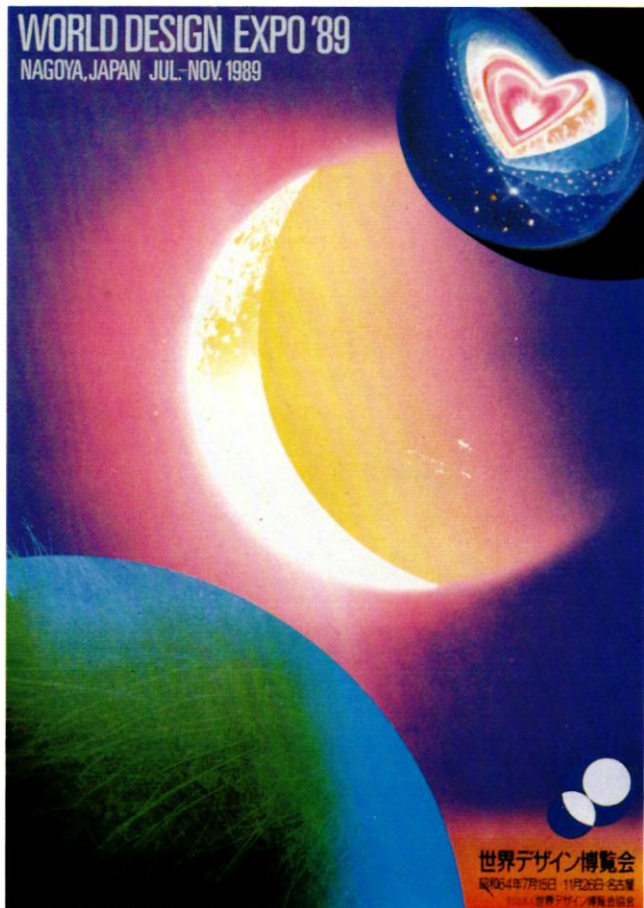
世界デザイン博覧会

昭和64年7月-11月

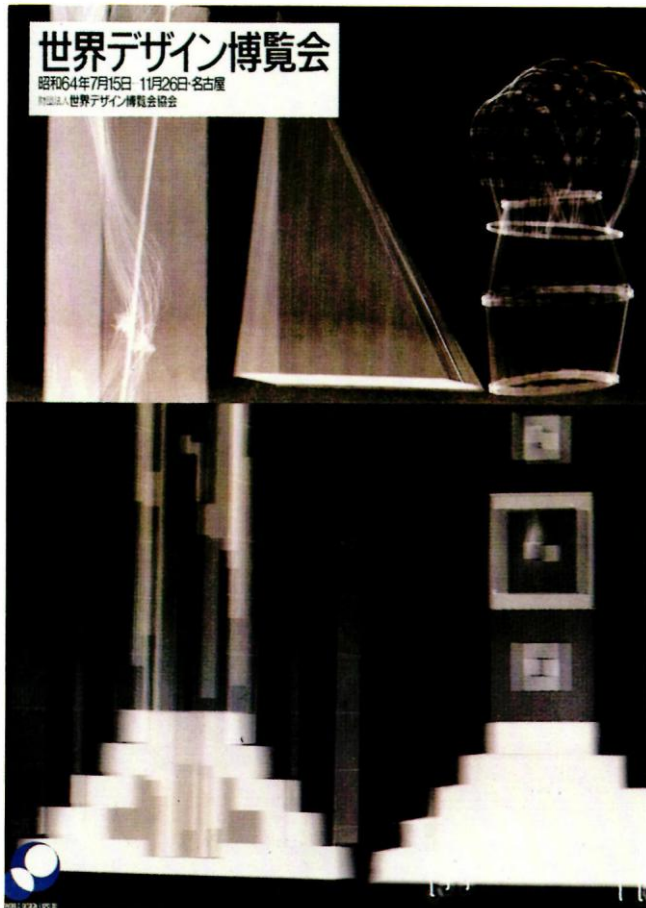
社団法人世界デザイン博覧会協会



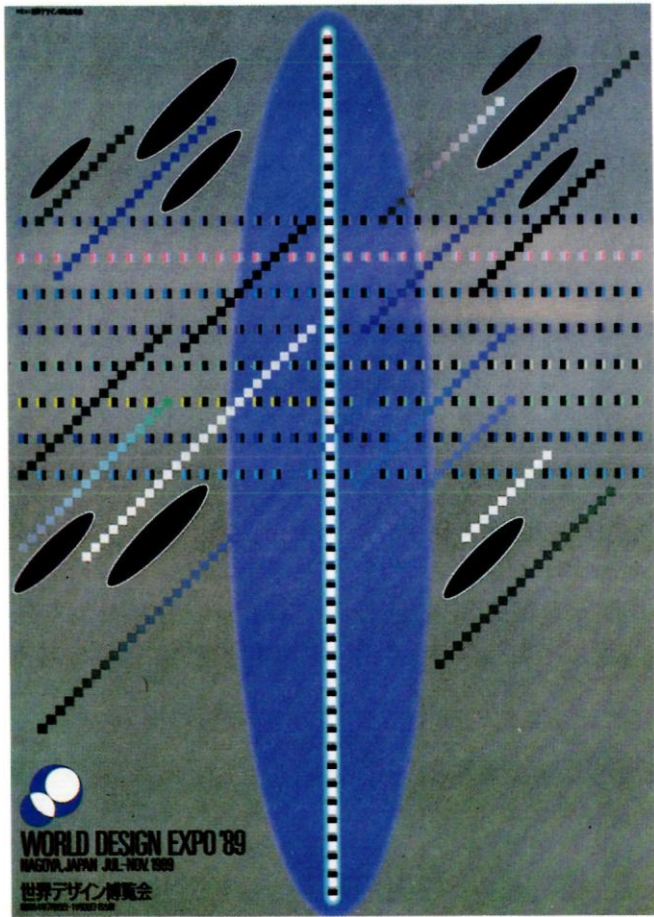
WORLD DESIGN EXPOSITION '89 DESIGN EXPO '89 NAGOYA, JAPAN, 1989 JUL-NOV.



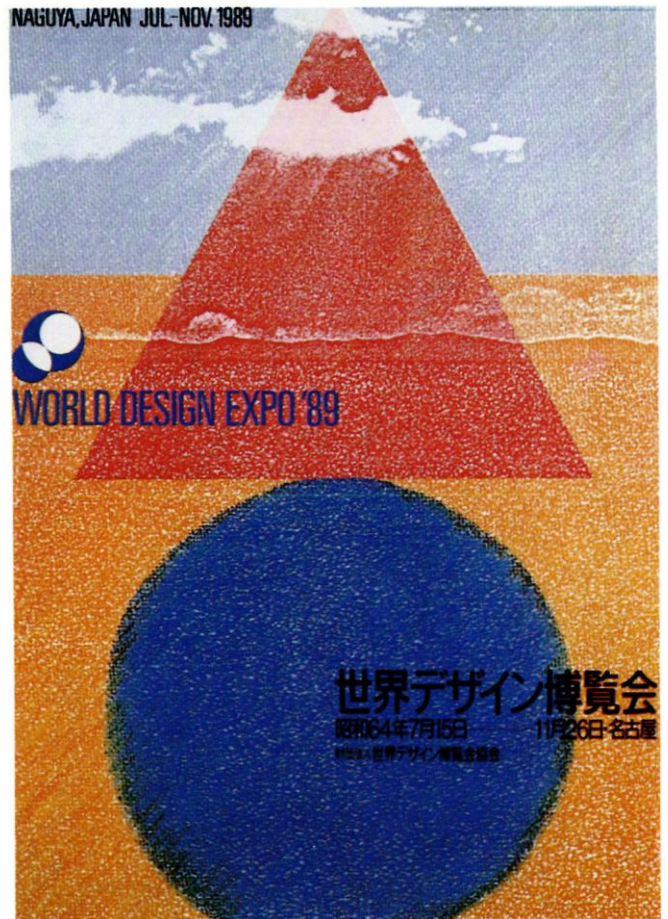
가쓰이 미쓰오 작



토다 마사토시 작



나카지마 순이치 작



타나베 마사카즈 작



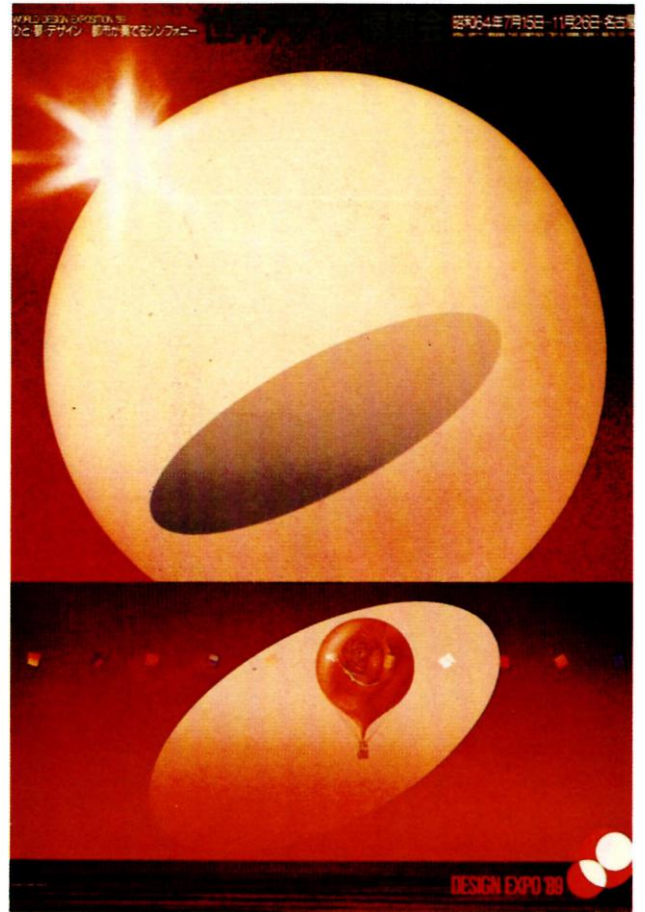
나카무라 마코토 작



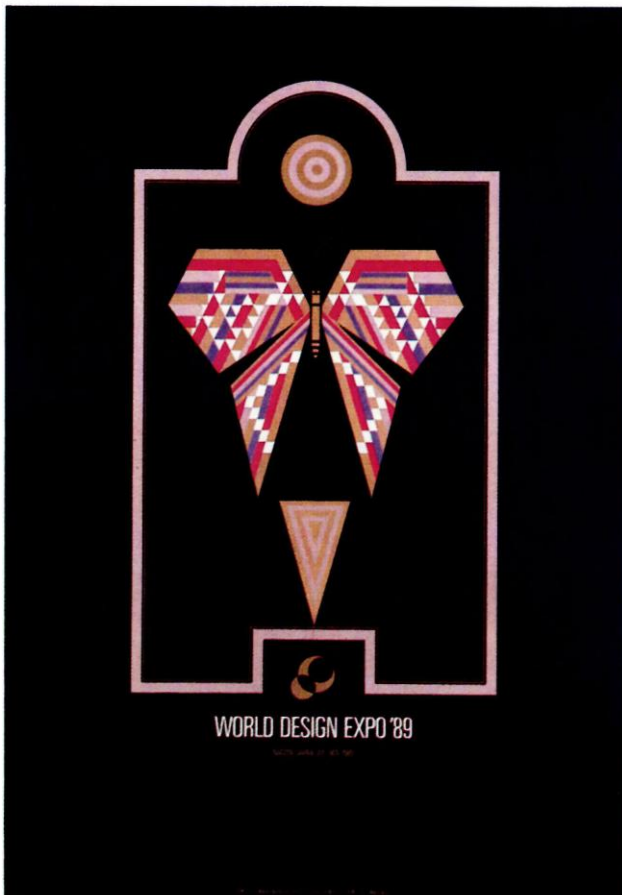
다카기타 유키히사 작



아와즈 키요시 작



오카모토 시게오 작



가메쿠라 유사쿠 작



후쿠다 시게오 작

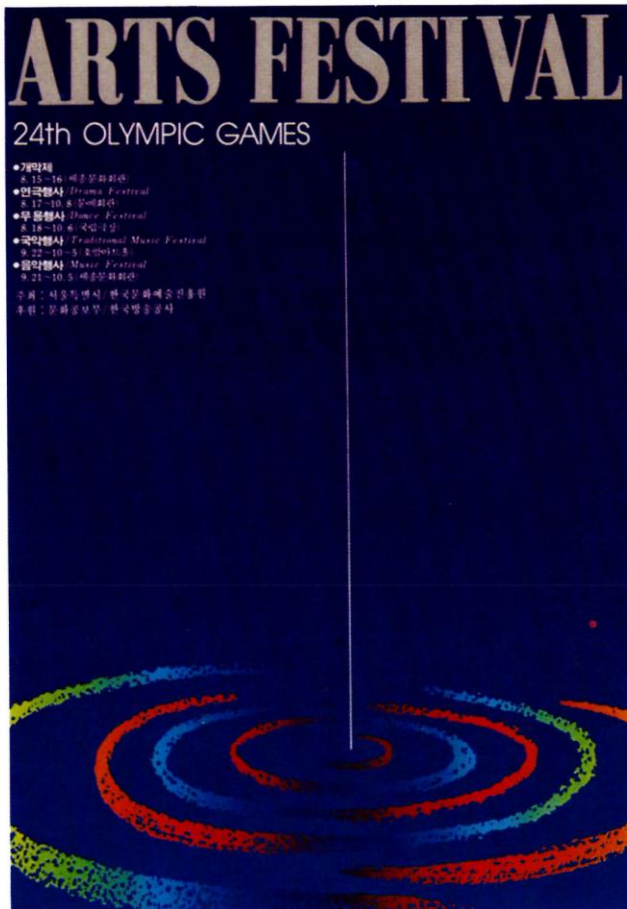


Dynamic Country
KOREA

유한태 작



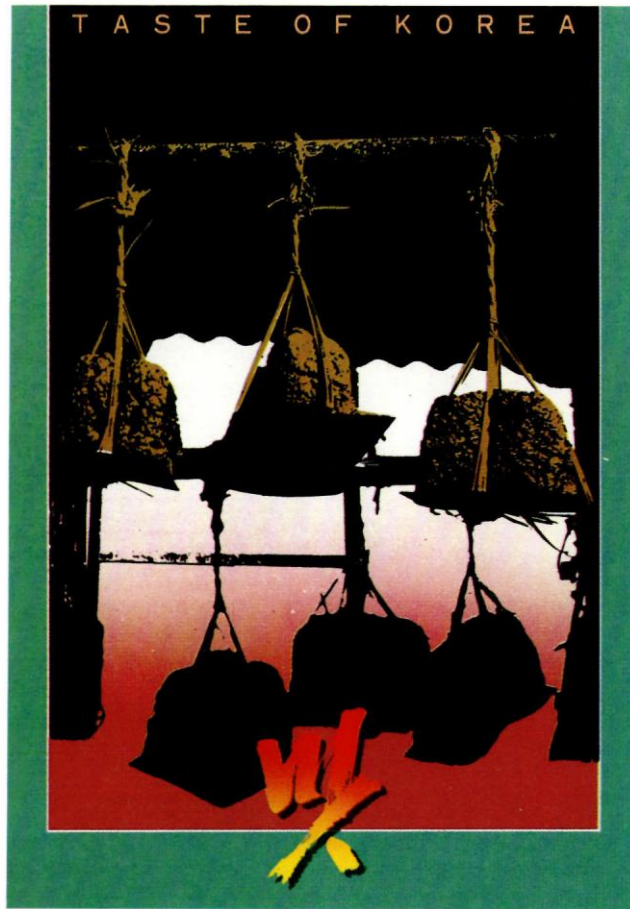
한형욱 작



안병진 작



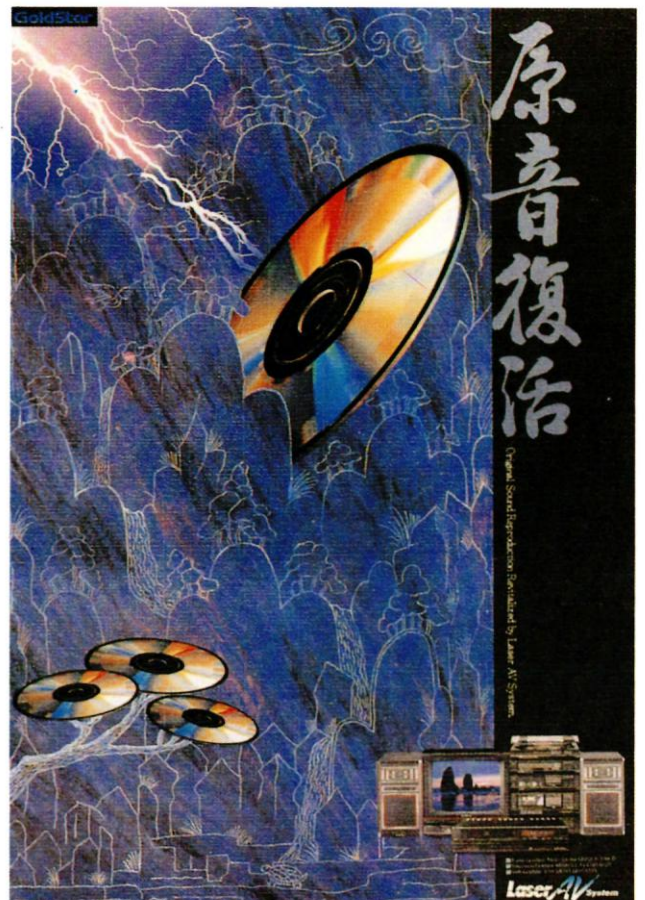
김태철 작



한남용 작



김상락 작



신용순 작



The World to 88

김강용 작



심인보 작



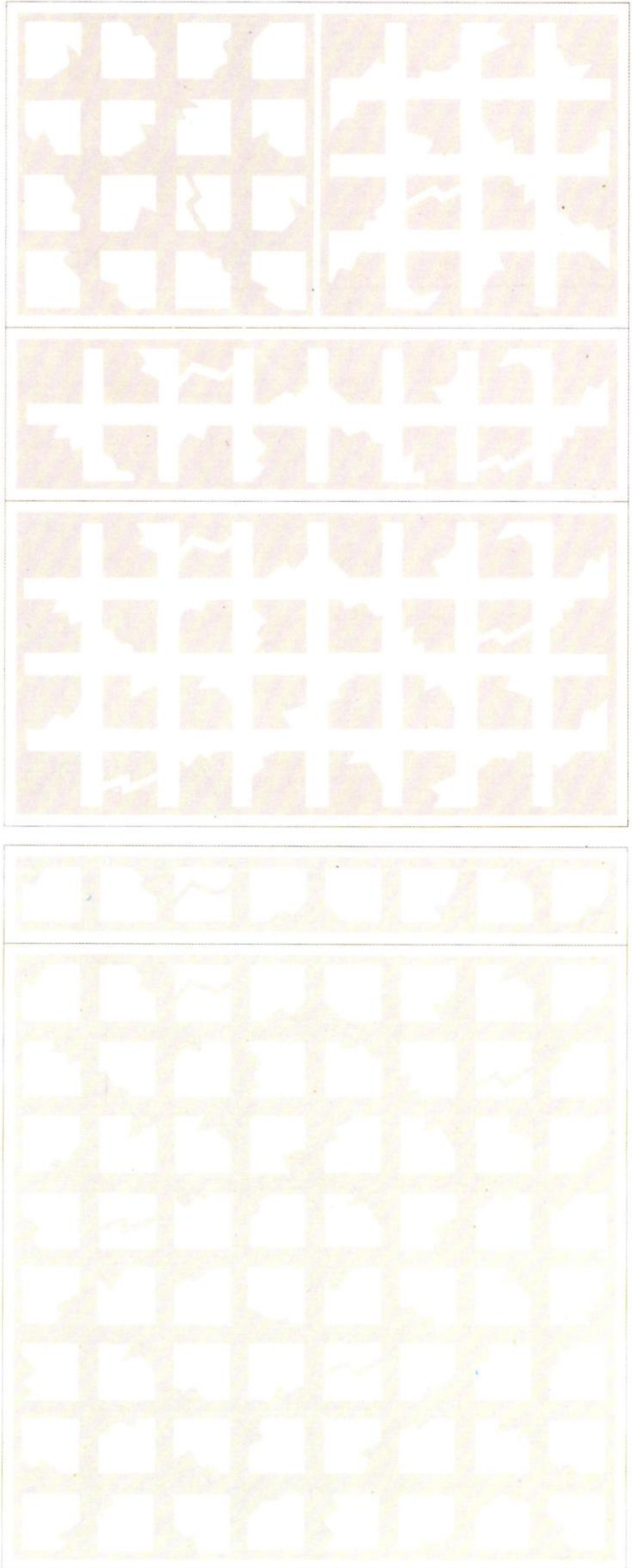
김진평 작

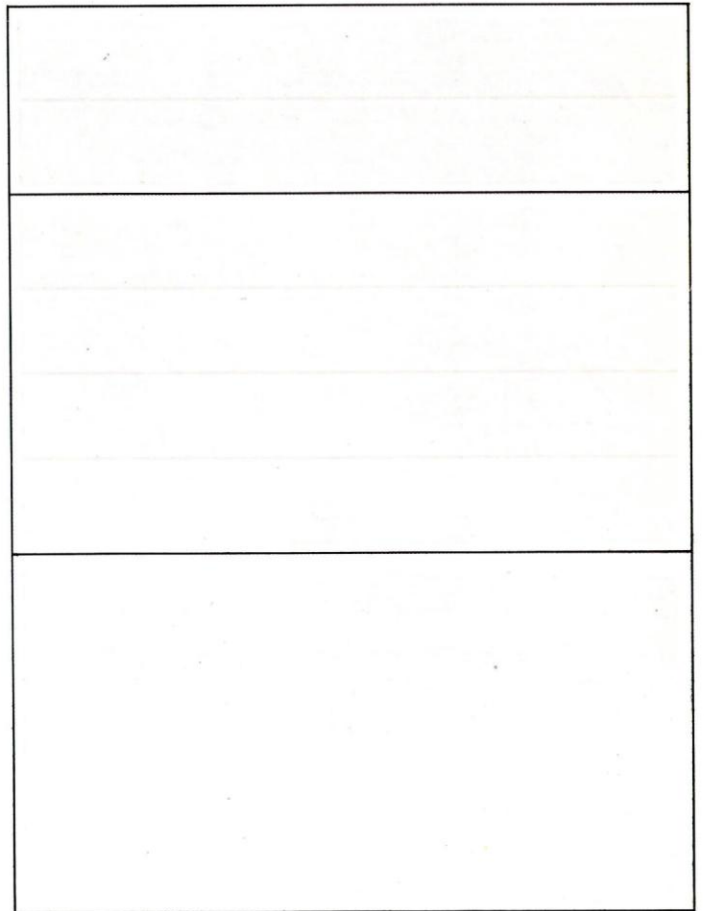
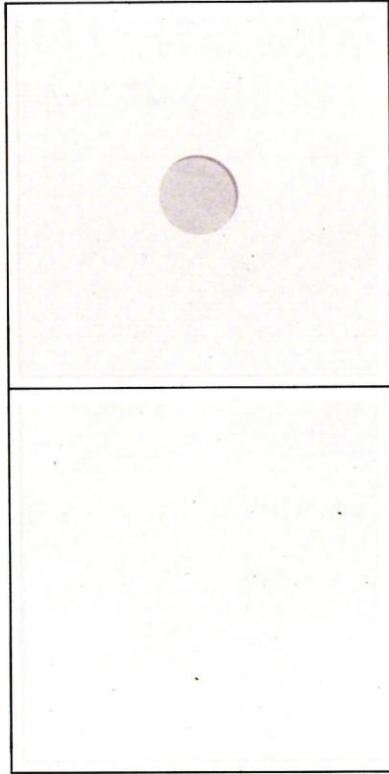
국제 세라믹 타일 공모전 수상작

스위스의 세라믹 타일 제조업체인
André Orlandi사에서는 지난 1월 국제
세라믹 타일 디자인 공모전(the International
Design Contest for Ceramic Tiles)을 개최했다.

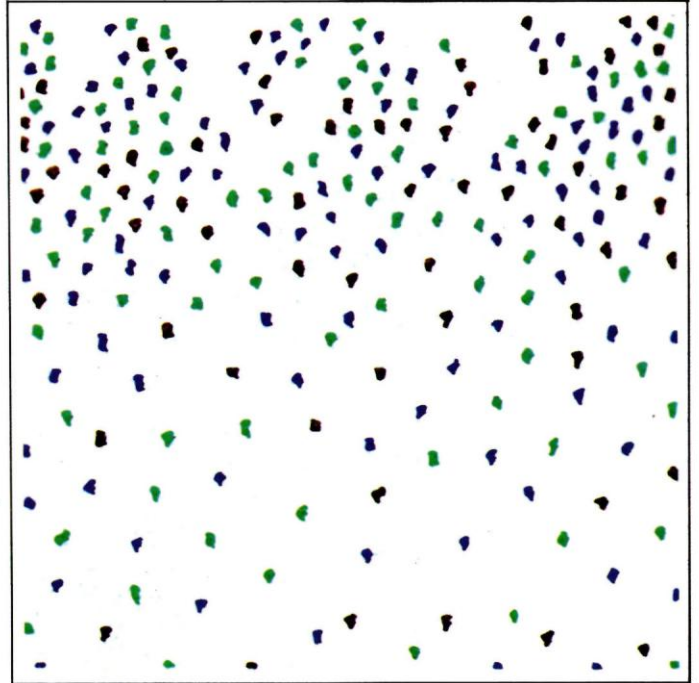
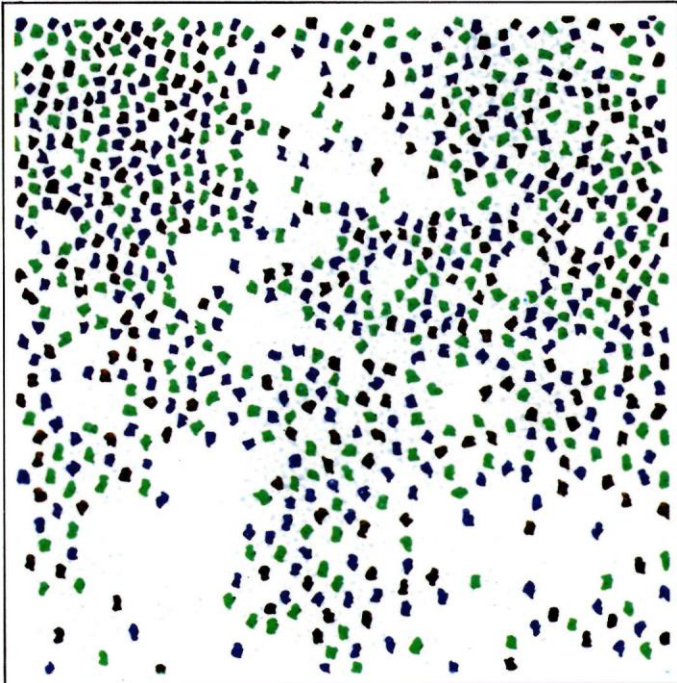
이번 공모전에는 21개국에서 500여점의
작품이 출품되어 보다 밝고 쾌적한 주거
공간에의 관심이 고조됨에 따라 건축
자재에도 새로운 변화와 경쟁의 양상이
벌어지고 있음을 볼 수 있었는데,
본지에서는 이들 작품 중 수상작 7점을
선정해 화보로 소개한다. [편집자 주]

1등상
Nicole Guillot
작 (프랑스)





2등상 Pascal Widmer작(스위스)



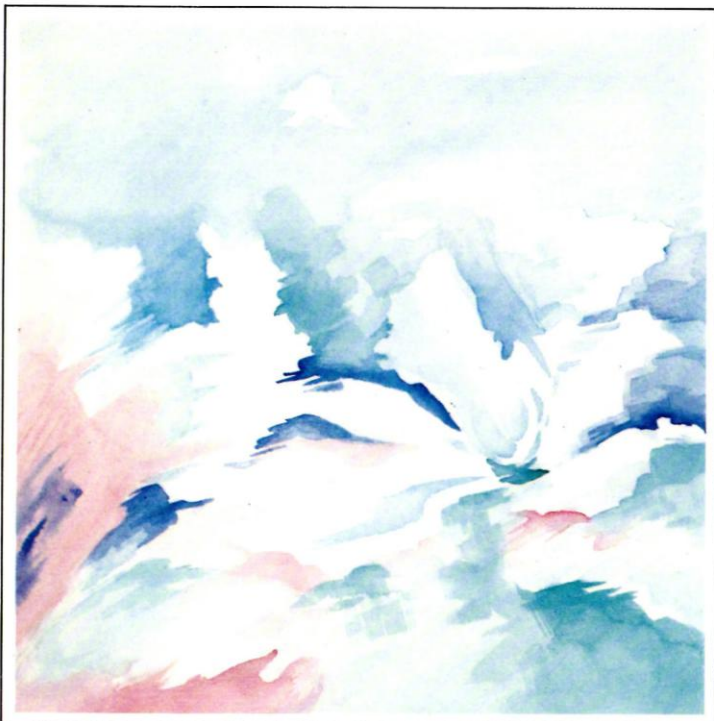
3등상 Petra Weiss 작(스위스)



4등상 Ferdinando Andreoli 작(이태리)



5등상 Pierre-Noel Bernard 작(프랑스)



6등상 Gilles Bouttaz 작(프랑스)



7등상 Carmen Estremera Sales 작(스페인)

디자인 동서남북

국내 소식

KDPC 조진희 신임 이사장 취임

한국디자인포장센터 조진희(趙鎭禧) 신임 이사장의 취임식이 지난 6월 15일 전 임직원이 참석한 가운데 동 센터 대회의실에서 열렸다.

이사회 의결을 거쳐 제6대 이사장으로 취임한 조진희 신임 이사장은 '81년부터 현재에 이르기까지 한국조폐공사 감사로 재직중이었다.

제23회 대한민국 산업디자인 전람회

제23회 대한민국 산업디자인전

상공부가 주최하고 한국디자인포장센터가 주관하는 제23회 산업디자인전이 지난 5월 26일부터 6월 9일까지 센터 전시관에서 개최되었다.



산업디자인 연구 개발을 통해 제품 품질의 향상과 수출 진흥에 기여할 목적으로 매년 열리는 산업 디자인전의 올해 대상(대통령상)은, 시각디자인 부문의 오국영·권혁방 씨 공동 작품인 '민예품

포장 디자인 연구'가 차지했다.

한편, 서울 전시가 끝난 뒤 6월 21일~6월 27일까지 대구상공회의소, 7월 5일~7월 11일까지 광주상공회의소에서 지방 전시를 가지게 된다.

프랑스 디자인전/한·불 심포지움

한국디자인포장센터와 주한 프랑스 문화원이 공동 주최한 프랑스 디자인전이 지난 4월 6일부터 4월 15일까지 동 센터 전시관에서 열렸다.

디자인 분야 교류를 통한 양국의 유대 강화에 기여한 이번 전시회에는 Jean-Pierre Vitrac씨를 비롯한 프랑스 디자이너 작품 80점과 161점의 사진 및 판넬이 전시되었다.

한편 전시 기간중인 4월 7~8일에 한·불 디자인 심포지움이 열렸는데, '디자인과 창조성'이라는 주제하에 양국 디자이너들의 주제 발표가 있었다.

컴퓨터 그래픽스전/기자재전/세미나

제23회 대한민국 산업 디자인전의 특별 전시로 지난 5월 26일부터 30일까지 동센터 전시관에서 컴퓨터 그래픽스전과 기자재전이 열렸다.

컴퓨터 그래픽스에 대한 일반인의 이해를 돕고, 산업 디자인 분야의 보다 폭넓은 발전의 기회를 마련할 목적으로 열린 이번 전시는 정보 사회에 발맞춘 '예술과 기술의 융합'이란 측면에서 그 의의가 크다고 하겠다.

한편 5월 27일에는 컴퓨터 응용 디자인에 관한 세미나가 개최되었는데, '컴퓨터 응용 디자인의 전망'(서울산업대 고찬 교수)과 'PC를 이용한 디자인 워크'

(한국과학기술원 정원량 교수) 등에 대한 주제 발표와 질의 응답이 있었다.

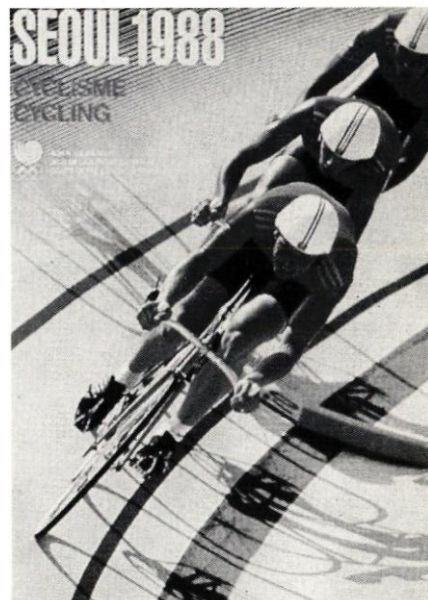
88올림픽 관련 상품전

중소기업협동조합중앙회와 KBS의 공동 주최로 지난 4월 29일부터 5월 8일까지 중소기업회관 특별전시장에서 88올림픽 관련 상품전이 개최되었다.

올림픽 상품의 공개 판매로 올림픽 축제 분위기를 고조시키고자 열린 이번 상품전에는 공예, 생활용품, 운동용품 등 5천 여 품목이 전시되었다.

상공부, 체육부, 서울시 그리고 서울 올림픽대회 조직위원회 등 88올림픽에 직·간접으로 관련된 기관들이 후원한 이번 행사는, 그 동안 중소기업들이 개발한 올림픽 상품을 최종적으로 점검하고 평가하는 기회가 되기도 했다.

88올림픽 종목 소개 포스터 디자인



시범 전시 종목을 포함하여 서울올림픽 27개 경기 종목을 소개할 서울올림픽 스포츠 포스터 디자인이 확정되었다.

지난해 11월부터 약 5개월의 작업을 통해 완성된 이번 포스터 디자인은 서울미대 조영제 교수팀이 컴퓨터그래픽을 이용하여 제작했다.

이번 작품은 올림픽 홍보를 위해 종목별로 1만장이 배포되며, 휘장업체에서 기념품으로 만들어져 판매될 계획이다.

KSID 임원진 개편

한국 인터스트리얼디자이너협회(KSID)는 지난 3월 5일 대한상공 회의소에서 열린 총회에서 새로운 임원진을 선출했다.

새로운 임원진은 다음과 같다.
이사장 : 이순혁, 부이사장 : 권영걸·이순인,
감사 : 장호익·박성길, 총무분과 이사 : 김현중·이해묵, 기획분과 이사 : 김명석·구성희, 연구분과 이사 : 서병기·신명철, 사업분과 이사 : 변상태·강남득·조재경, 출판분과 이사 : 김현·신승모·송복희, 국제분과 이사 : 박영순·홍석기

오독률 높은 자동차 번호판

동국대 조암 교수팀은 인간공학회 학술회의에서 '자동차 번호표 숫자의 가독성에 대한 연구' 발표를 통해 현재 사용중인 자동차 번호판의 색깔, 글자체, 글자굵기 등이 인간공학적인 측면을 고려하지 않고 제작 되었다고 지적했다.

조암 교수팀은 현재의 흰색과 초록색으로 된 번호판은 황색 바탕에 흑색 글자를 새긴 것에 비해 1.5배나 잘못 읽을 확률이 높고, 고딕체 번호표도 준고딕체 나멜(NAMEL)체보다 오독률이 42%가량 높으며, 글자 굵기 역시 너무 가늘어 12~14mm로 늘려야 한다고 주장하였다.

또 이같이 불합리한 번호판으로 인해 뺑소니 차량 검거에도 막대한 차질을 빚고 있어 그 개선이 시급하며, 우선 개선이 쉬운 대비색 글자체 및 굵기 등을 시정해야 된다고 밝혔다.

오리엔트 시계 디자인 공모전

오리엔트시계공업(주)은 시계 디자인 진흥과 육성, 창의성 있는 시계 디자이너와 아이디어 발굴을 목적으로 제1회 오리엔트 시계 디자인 공모전을 개최한다.

Watch 부문, Clock 부문으로 나누어 독창적이고 참신한 디자인을 찾게 될 이번 공모전은, 7월 11,12일 양일간

오리엔트시계공업(주) 디자인개발부에서 작품을 접수하며, 출품 신청서는 각 대학(전문대 포함) 및 오리엔트 홍보부, 디자인 개발부에서 배포하고 있다.

예선 출품 작품 규격은 50×50×3cm (렌더링, 도면, 판넬)이며, 본선 출품작은 실물 크기를 모형 제작(모형 제작 비용은 오리엔트측에서 부담)해야 된다.

예선 심사 결과는 7월 16일, 본선 심사 결과는 9월 21일 각각 개별 통지하며, 수상작은 10월 7일부터 31일까지 한국디자인포장센터에서 전시된다.

대상(Watch 부문에 한함)은 300만원의 상금과 함께 입사의 특전이 주어진다.

●문의처 : 서울시 성동구 성수동2가 300-18 Tel)463-9218, 462-5279

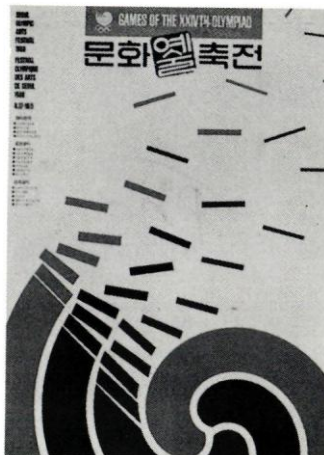
실용 색채 연구 세미나

한국디자인학회와 일본 색채교육연구소의 공동 주최로 칼라칩의 실제 활용에 관한 산업 실용 색채 연구 세미나가 5월 12일부터 5월 15일까지 서울, 대구, 부산에서 열렸다.

산업체 및 대학의 디자인 관계자, 미술대학, 의상, 섬유관계자들을 대상으로 실시한 이번 세미나에서는 색채의 기본 법칙과 그 활용을 주로 다루었는데, 강사는 일본 색채교육연구소의 太田昭雄·藤井聖 등 두 교수가 맡아서 진행했다.

서울올림픽 문화행사 포스터 제작

서울올림픽대회 조직위원회(SLOOC)는 88올림픽 문화 예술 축전 행사의 로고 및 공식 포스터를 제작하여 발표했다.



8월 17일부터 10월 5일까지 펼쳐지는 다양한 문화 예술 행사(전시·공연·경축행사) 41건의 포스터 제작은 디자인전문위원회, 문화예술추진협의회 등의 심의를 거쳤고 도안은 작가 손혜원 씨가 맡았다.

로고는 부문별, 기관별로 추진되는 축전 행사를 올림픽 문화 행사와 연관시키고, 이미지를 통합하면서 개별 행사 특성을 살릴 수 있는 시각적 통일을 위해 제작됐는데, 형태는 동양을 상징할 수 있는 인장에 한글로 '예술'이란 글자를 넣은 것이다.

또한 포스터는 올림픽의 일환으로 문화예술 축전이 펼쳐지는 것을 나타내기 위해 서울올림픽 엠블렘을 응용하여 청, 홍, 황 삼태극의 끝부분을 흘날리는 꽃가루를 연상하도록 변형하여 제작했다.

대일 수출 확대책 마련

상공부는 대일 수출의 확대를 위해 직·간접으로 제한을 받고 있는 품목들에 대한 수출 방안을 올 상반기중 마련할 계획이다.

상공부의 이같은 방침은 대일 무역 역조의 개선을 촉진하기 위한 것인데, 그 품목으로는 가방류, 모피제품, 견직물, 면사 면혼방사, 신발류, 합성수지 제품, 일부 철강제품, 흙치기 제품 등이 있다.

이 품목들의 대일 수출 증대를 위해 수출 제한 비율을 높이거나 수출 제한 자체를 철폐하고, 국내 수급 때문에 수출이 제한되는 품목은 국내 수급 상황을 검토한 후 품목별로 구체적인 대책을 마련하는 등 종합 대책을 올 6월까지 수립키로 했다.

세계 일류화 지정 품목 디자인 미흡

세계 일류화 상품으로 지정·육성되는 상품들의 품질은 대체로 세계 일류 상품 수준에 접근하나, 아직도 끝마무리 처리, 부품 및 장식의 고급화, 디자인 및 소재의 활용면에서는 세계 일류 수준에 미치지 못한 것으로 나타났다.

공진청과 한국디자인포장센터가 실시한 국내 일류화 추진업체 제품과 세계 일류 상품 품질 비교 평가에 의하면 국내 제품이 구조, 외관, 성능 및 안전성에 있어서는 세계 일류 상품에 손색이 없지만 도금·도장 등 끝마무리 처리나 디자인 및

소재의 다양한 활용에 있어 아직도 미흡한 것이 많은 것으로 지적됐다.

(부산시 중구 중앙동 6가 36번지
Tel : 463-7801~9, 463-5965)

(주)럭키의 엔지니어링 플라스틱 생산



(주)럭키는 첨단 신소재인 엔지니어링 플라스틱 개발에 이어, 이 사업을 대폭 강화하기 위해 엔프라 사업부를 신설하고 연간 23,500톤 규모의 엔프라 생산을 위해 공장 건설에 박차를 가하고 있다.

그 동안 제너럴 일렉트릭, 듀폰, 몬산토, 미쓰비시 등 세계 우수 대기업들에 의해 독점 생산되던 엔지니어링 플라스틱은 럭키가 엔프라 공장 확장을 완료하면 많은 양을 국내에서 자체 충당할 수 있게 된다.

전기·전자, 자동차 부문 등 그 사용이 점차 증가되는 엔프라의 양산은 국제 경쟁력 강화는 물론 기술 개발 촉진 및 연 6천 5백만 달러의 외화 가득 효과도 가져올 것으로 기대되고 있다.

제8회 부산 산업 디자인전

부산 시민의 산업 디자인에 대한 이해도 제고와 산·학 디자이너간의 정보 교류 및 유대 강화를 위해 부산상공회의소 주최로 오는 10월 20일부터 27일까지 8일간 부산상공회의소 대회의실에서 제8회 부산 산업 디자인전이 개최된다.

부산직할시, 대한상공회의소, 한국디자인포장센터가 후원하는 이 전람회는 시각 디자인 부문, 공예 부문, 제품 및 환경 디자인 부문, 초대 및 추천작가 부문으로 나누어 전시하게 되며 금상인 부산시장상에는 2백만원의 상금이 주어진다.

- 출품원서 배부처 : 부산상공회의소 진흥부 진흥과
- 출품원서 배부 기간 : 88년 9월 12일부터
- 작품 접수 기간 : 88년 10월 5·6일
- 작품 접수처 : 부산상공회의소 대회의실
- 출품료 : 작품 1종당 6,000원
- 문의처 : 부산상공회의소 진흥부 진흥과

토요 미술 강좌 개설

국립현대미술관에서는 현대 미술의 기초 이론 강의와 시청각 자료를 이용한 미술 작품의 해설 및 감상을 통해 일반인들의 현대 미술에 대한 이해 증진과 미술 인구의 저변 확대에 기여하기 위해 '토요 미술 강좌'를 개설했다.

동 미술관 소강당에서 매월 2,4주 토요일(14:30~16:30)에 열리게 되는 이 강좌는 관람객 및 일반 시민을 대상으로 무료로 실시된다.

한홍택 작품집 발간

원로 작가 한홍택 선생의 작품집이 발간되었다.

한 홍택 선생의 제자들이 작품집 발간 추진위원회(위원장 박선의)를 결성해 제작한 이 작품집은 200여 페이지에 300점의 작품이 실려 있다.

한 홍택 선생은 1916년 생으로 1937년에 동경도안전문학교를 졸업했으며, 1946년에는 산업미술가 협회를 창설했다. 그리고 그 뒤 서울대 홍익대 강사를 거쳐 덕성여대 교수로 있다 정년퇴직하여 현재 한국미술협회와 산미협회의 고문으로 활동중이다.

1회 캐릭터 일러스트레이션전

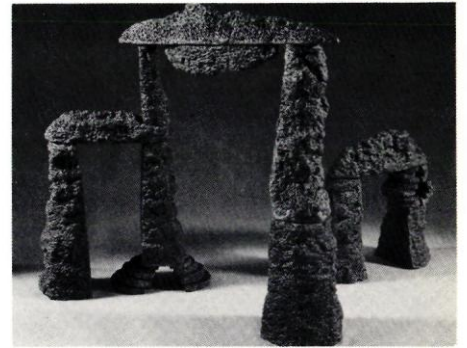
홍익대학교 미술대학 시각 디자인과 동문 6명이 모여 구성한 캐릭터(Character)의 첫번째 그룹전이 지난 6월 7일부터 13일까지 수화랑에서 열렸다.

채용배, 이창우, 범승욱, 구분영, 김기훈, 이회경 등 여섯 사람이 가진 이번 전시회에는 '움직임(movement)'을 주제로 한 젊은이들 특유의 감각과 노력이 담긴 일러스트레이션 작품들이 선보였다.

한국방송광고공사 신임사장 취임

제3대 한국방송광고공사 사장에 동 공사 감사인 남용중 씨가 임명되었다. 또 감사에는 이기홍 전무, 전무에는 김염제 민정당 총재 보좌역이 각각 승진 임명되었다.

이경숙 도예전



홍익대 미술대학 도자기공예과를 졸업하고 동대학원에서 수학중인 이경숙 양의 제1회 도예 개인전이 지난 5월 26일~6월 4일 후화랑에서 열렸다.

「자연, 자유 그리고 평화」란 주제하에 열린 이번 도예전에서는 청자토를 소재로 한 작품들이 선보였다.

제2회 컴퓨터 그래픽 세미나

한국과학기술대학에서는 작년에 이어 제2회 컴퓨터 그래픽스 세미나를 개최했다.

디자인 전공 교수, 일선 디자이너 및 학생 등 40명을 대상으로 8월 1일부터 6일까지 실시되는 이번 세미나에는 Craft Image, 3D애니메이션, Computer Aided Drafting, 컴퓨터 교육 교과과정 개발 사례 등이 소개된다.

신청 마감일은 7월 20일까지이며 접수처는 산업디자인학과 컴퓨터그래픽 연구실(042-861-1234 687·683)이다.

백금남 그래픽 아트전

성균관대 미술교육과 백금남 교수의 그래픽 아트전이 지난 5월 26일부터 31일까지 현대미술관에서 열렸다.

「혼(魂)—종이배」를 주제로 한 이번 개인전에는 32점의 작품이 전시되었는데, 15년만에 가지는 세 번째 개인전이다.

해 외 정 보

Worldesign 88

미국 인터스트리얼 디자이너 협회(IDSA)가 주최하는 국제회의인 'Worldesign 88'이 8월 24일부터 27일까지 개최된다.

"This is Design! Is This Design?"을 주제로

25명의 연사가 주제 발표를 가질 예정이며 플라스틱, 컴퓨터 디자인, 마케팅, 완구 및 포장에 관한 내용의 프로그램이 진행될 계획이다.

Woddesign 88은 산업디자인과 세계의 동향 및 시장에 관한 인식을 새롭게 할 수 있는 좋은 기회를 제공해줄 것으로 기대된다.

Design In Taiwan 1988



대만 해외무역개발위원회(China External Trade Development Council) 주최로 "Design In Taiwan 1988"이 대만 타이베이 CETRA 전시홀에서 개최되었다.

5월 11일부터 15일까지 타이완 디자인 어워드, 타이완 공예 전시회, 타이베이 국제 굿디자인 전시회 등이 열렸고, 5월 21일부터 25일까지 타이완 대학 연합 디자인 전시회, '88 타이완 디자인 수상작 전시회 등이 "Design In Taiwan 1988"의 부대 행사로 치뤄졌다.

대만의-우수한 최근의 상품들이 한자리에 모여졌던 이번 전시회는 급격한 경제 성장을 이룬 대만의 다양한 제품디자인을 한 눈에 볼 수 있는 좋은 기회였다.

듀폰사의 「엔트론 디자인 경연대회」



듀폰사의 아시아 태평양지부가 주최하는 아시아 지역 "엔트론 디자인 경연대회

(Antron Design Awards)"가 올해로 두 번째를 맞이하게 되었다.

1983년 미국에서 처음 시작된 이 대회는 건축가와 인테리어 디자이너들의 창작 의욕을 진작시키고 카페트에 대한 인식과 사용을 높이기 위해 마련된 것이다.

이번 경연 대회는 아시아 지역 건축가 및 인테리어 디자이너(단, 듀폰사 및 관련사, 심사위원과 관계된 회사 직원과 학생은 제외)는 누구나 참여할 수 있으며, 대상에게는 5천 달러의 상금이 주어진다.

●참가작품 : '87년 이후 완성된 상업 인테리어로 듀폰사의 엔트론, 엔트론 XL, 엔트론 프레시던트 카페트 섬유로 만든 카페트를 주요 디자인 요소로 사용한 작품.

●참가부문 : 사무실(은행, 사무실 등) 접객업소(음식점, 호텔 등) 의료기관(병원, 진료소 등) 공공장소(도서관, 극장, 학교 등) 상점(상점, 부띠끄, 진열실 등)

●참가방법 : 디자인 설명서(영문 또는 국문) 1부와 출품할 인테리어 사진(35mm 슬라이드 혹은 4"×5" 컬러 필름)을 듀폰 한국 지사로 송부.

●마감 : 8월 31일

●발표 : 10월 초(개별 통보 및 관련 매체에 게재)

●문의처 : 듀폰 한국지사(734-3661/3671), 한국 인테리어 디자이너 협회(543-3662)

「IPT '88」

전세계 우수한 포스터들을 한자리에 모아 포스터 디자인의 현재를 조명하기 위해 토야마 현대 미술관에서는 88년 6월 21일부터 8월 28일까지 「IPT '88」을 개최한다.

제38회 Aspen 국제디자인회의

미국 콜로라도 아스펜에서 "An Examination of the State of Things(사물의 상태 점검)"란 주제로 제38회 Aspen 국제디자인회의가 6월 12일부터 17일까지 열렸다.

이번에 토의된 내용은 디자인, 건축, 광고, 사진, 조각, 과학, 출판, 영화, 사회, 경제 등이며, 토론회 및 영화 상영, 전시회 등이 이번 행사에 함께 치뤄졌다.

Sign Design 공모

일본의 Sign Communication Publishing Committee는 사인 디자인을 공모한다.

공모분야는 다음과 같다.

- 각종 사인(스포츠, 교통, 행사, 전시회사인)
- 사인을 구성하는 요소(빛, 음, 물)
- 사인에 사용되는 소재(돌, 목재, 금속)
- 사인 매체(레이저, 컴퓨터, 인쇄물)
- 복합 문제의 구조적 표현(세계 위기, 인구 폭발)

제출 요령은 신청서와 사진(흑백, 컬러-규격 제한 없음), 드로잉(A4 규격 이내), 디자인 의도(100자 이내)를 영어 또는 일어로 작성하여 88년 6월 31일까지 아래 주소로 우송하면 된다.

Sign Communication Publishing Committee

C/O Kashiwa Shobo Publishers, Ltd.

1-13-14 Honkomagome

Bunkyo-Ku, Tokyo 113, Japan

인터디자인 헝가리 1988

헝가리 산업디자인협의회(HCID)는 "디자인과 정보 기술"이라는 주제하에 「인터디자인 헝가리 '88」을 오는 9월 19일부터 10월 1일까지

에즈테르곰(Esztergom)에서 개최한다.

제어실, 사무자동화, CAD 작업장에 관해 폭넓은 의견 교환이 있을 이번 협의회의 등록 마감일은 7월 15일이다.

신청처 :

Hungarian Council of Industrial Design

OMFB-IFTI Budapest pf.565

H-1374, Hungary

핀란드 컴퓨터 디자인 교육

디자인 및 디자인 교육 분야의 컴퓨터 활용을 위해 핀란드 산업미술대학에서 컴퓨터 디자인 교육을 실시한다.

88년 8월 16일부터 19일까지 4일간 실시될 이번 교육에서는 비주얼 커뮤니케이션, 섬유 및 신발, 인테리어 및 제품 디자인을 다루게 된다.

접수 마감일은 6월 23일까지며, 참가비는 500달러이다. 단 이번 교육에서 컴퓨터 활용에 관한 발표를 갖는 경우는 400달러의 참가비를 지불하게 된다.

부대 행사로는 CAD응용 학생작품 전시회가 있다.

이탈리아의 침실 관련용품 전문제조업체인 Somma Spa는 인테리어 전문 디자인 잡지사인 Domus와 공동으로 침실 디자인 공모전을 갖는다.

우수한 디자이너를 선발하여 Somma사 침실용품 디자인 연구 및 개발에 참여시킬 목적으로 열리는 이 공모전은 침구류, 벽지, 커튼 등 침실에 관한 디자인을 그 대상으로 한다.

패션 디자이너, 건축가, 침실 및 침구류 디자이너들이 다수 참가할 이번 기회에 참가를 원하는 사람은 Somma Spa로 이력서를 제출하면 된다.

기타 자세한 사항은 아래로 문의바란다.

●문의처 : Somma Spa

C/O Agenzia Giuffrida

Via Alberto Mario 37

20149 Milan, Italy.

도무스 아카데미의 산업 디자인 하계 강좌

이탈리아의 도무스 아카데미(Domus Academy)는 가정용품 디자인에 대한 하계 강좌를 실시한다.

기간은 88년 7월 6일부터 29일까지이며, 강좌 내용은 가정용품 디자인에 관련된 강의, 워크샵, 산업시찰, 세미나 등이다.

등록금은 산업시찰 경비를 포함하여 약 1,650,000원이다.

CEVIDER '88

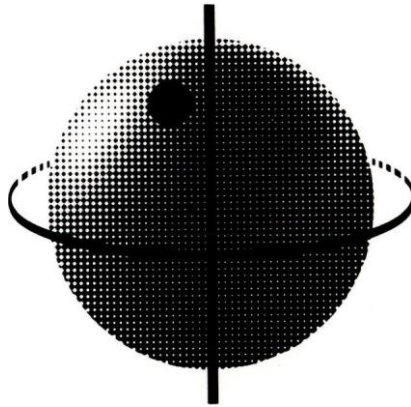


글라스와 장식 소재를 다루는 국제적인 도자기 박람회 CEVIDER '88이 지난 4월 8일 스페인의 발렌시아에서 열렸다.

이 대회는 세라믹과 유리를 이용한 예술적이며 장식적인 성격을 지닌 다양한 도자기 제품들을 한 자리에 모아놓기 위해 마련된 것이다.

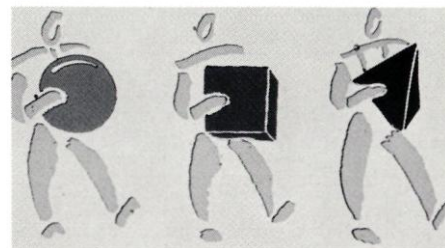
국제 디자인 회의

ICOGRADA(국제 그래픽 디자인 협의회) 창립 25주년을 맞아 노르웨이 오슬로에서 지난 5월 12일 ~ 14일까지 국제 디자인 회의가 개최되어 디자인의 새로운 방향에 관해 서로의 의견을 교환했다.



ICOGRADA는 1963년 창립된 기구로서 그동안 그래픽 디자인의 수준을 향상시키고, 현대 사회에서의 디자인 역할에 대한 대중의 관심과 태도를 진작시키는 데 많은 노력을 쏟아 오고 있다.

제1회 국제 디자인 포럼, 싱가포르



비즈니스에서의 디자인의 역할, 디자인이 공헌할 수 있는 방법 등을 다룬 제1회 국제 디자인 포럼이 싱가포르 래플 시티 컨벤션 센터(Raffles City Convention Center)에서 88년 10월 19일부터 23일까지 개최된다.

전시회와 세미나가 함께 열릴 이번 디자인 포럼은, 제조업자에게는 생산과 마케팅에 디자인을 어떻게 효율적으로 활용할 것인가를 제시해 주며 또한 디자이너 및 디자인 교육자에게는 디자인계의 최근 동향과 발전된 모습을 보여주게 될 것이다.

이번에 제작된 이 행사의 로고는 디자이너, 제조업자, 소비자간의 비즈니스에서 상호 중개 역할을 염두에 두고 만들어진 것이다.

STAR '88

직물을 이용한 인테리어 및 소품을 전시하는 STAR '88이 5월 12일부터 15일까지 이탈리아 밀라노에서 열렸다.

올해로 19회를 맞는 이 전시회는 세계 여러 나라 무역 관계자들이 참석하는 무역박람회 성격으로까지 발전하게 되었는데 이는 생활 수준의 향상과 함께 인테리어 디자인에 대한 관심이 고조된 것과 깊은 관련이 있다. 직물은 이제 건축과 장식 그리고 벽지에 이르기까지 그 활용 범위가 매우 다양하게 되었다.

새로운 알루미늄 우주복

우주선 밖에서의 활동을 위해 미국 휴스틴의 존슨 우주 센터는 「AX5」라는 새로운 우주복을 개발했다.

이 우주복은 종래 사용해온 섬유소재 대신 알루미늄을 이용해 내부식성과 내열성을 높인 것이 그 특징인데, 미항공우주국(NASA)이 계획중인 우주 정거장이 완성되는 90년대부터 본격적으로 활용될 전망이다.

해외 산업디자인 시찰연수단 모집

우리 센터 주관하에 산업계, 학계의 디자인 관계요원들로 구성된 '88년도 해외 산업디자인 시찰연수를 다음과 같이 실시하고자 합니다.

다 음

1. 목적 : 선진국 디자인 관련기관, 기업체 및 전람회 방문을 통해 각종 정보자료를 수집, 연구, 분석함으로써 선진국 산업디자인에 대한 활동 사항을 인식, 국내 산업디자인의 육성 발전에 기여하는 데 있음.

2. 파견기간 : 1988.9.8(목)~9.23(금) 15박 16일

3. 파견지역 : 일본, 캐나다, 미국

4인 원 : 15명내외

5. 소요경비 : ₩ 2,300,000원 (예정)

※기타 자세한 사항은 센터 산업디자인 개발부로 문의바랍니다.

Tel. 762-9462. 9130

도요다 자동차 디자인사III

마사오 모리모토(森本眞佐男) 일본 拓植대학 공학부 공업디자인과 교수

3. 본사에 돌아와서

1. 본사의 새로운 움직임. 공예계가 뒤늦게 일어서다.

내가 동경사무소에서 본사에서의 연락 업무나 중앙 관청, 단체와의 절충 등 잡다한 용무에 쫓겨서 자동차 디자인에 전념하지 못하고 있는 사이에 자동차 산업이 불황으로부터 벗어나 활발한 호황으로 접어들었다. 거기에 편승해서 본사에서는 두 가지의 큰 움직임이 있었는데, 그것은 대형 트럭의 모델 체인지와 BX형으로 방식을 바꾸는 것 등의 본격적 승용차 체제의 전개였다.

대형 트럭은 뭐니 뭐니해도 지금까지의 도요다를 있게 한 주력 차종이었다. 내가 동경으로 전근하기 조금 전부터 대규모의 모델 체인지가 계획되어, 당시의 미국 제품에 뒤지지 않는 참신한 스타일과 거주성(居住性)을 가진 BX형 트럭이 1951년 8월 화려하게 데뷔했다.

한편 타사 역시 외국 메이커와 제휴해서 오스틴(Nissan), 루노(Hino), 힐만(Isuzu) 등의 본격적 승용차가 대량으로 나돌게 되었다. 거기에 대항해서 도요다에서는 독자적으로 승용차를 개발하게 되어 나카무라 겐야(中村健也)씨를 개발 책임자로 하는 프로젝트 팀이 편성되었다.

나카무라 씨는 그 때까지 줄곧 차체 공장의 생산 설비 계획을 담당하고 있던 기술자였으나 승용차의 차체 생산의 기술이 특히 중요하다고 하는 점을 깨닫게 되면서

바로 잡습니다

지난호까지 2회(95,96호)에 걸쳐 마사오 모리타로 기재된 본 기사의 필자명이 마사오 모리모토의 오기(誤記)였으므로 바로 잡습니다.



BX형(型) 트럭의 클레이 모델(Clay model)을 만드는 야에가사(八重樫)군과 필자

기용됐다. 그리하여 그 개발실을 차체 공장 내부에 설치하고 하세가와(長谷川) 씨가 브레인(Brain)으로 참가했었다.

신형 승용차의 기획은 나카무라(中村), 하세가와(長谷川)의 콤비가 입안(立案)하였고 설계의 실무는 기술부의 멤버가 다루고 있었다.

이 조직 체계는 이른바 후의 주사(主査) 제도의 원형이 되었는데, 나카무라 씨는 그 뒤 크라운, 코로나, 센츄리 등의

개발에 참여하여 도요다의 승용차 개발의 최일선을 항상 걸어간 명주사라고 할 수 있는 사람이었다.

나의 부재중 공예계는 야에가사, 후지와라, 이와다씨 등이 열심히 버티고 있었으나 야에가사 씨와 이와다 씨가 병으로 쓰러지는 바람에 새로운 승용차의 개발을 앞두고 거의 모두 의욕을 상실해 버린 것 같았다. 이미 시기를 놓친 감이 없지 않았으나 내가 본사에 돌아와서



BX형 트럭 : 전후(戰後) 처음으로 만들어진 4톤 트럭의 대대적인 모델 체인지

공예계를 일으켜 세우지 않으면 안되었다.

1952년 가을, 본사에 불려가서 공예계장으로 복귀했다. 공예계가 증대하는 작업량에 압도되어 환자가 속출하는 지쳐버린 상태인 것에 반하여 기술부의 다른 부문은 우메하라 중역을 부장으로 해서 충실히 운영되고 있었으므로 그에 대한 격차는 현저하게 나타났다.

1953년 봄, 기술부의 직제 변경이 대규모로 실시되었다. 주사실(主査室)을 설치하여 주사 제도를 새롭게 조직하고 설계 부문에서는 엔진이나 샷시, 보디 등의 주담당제를 실시해서 과 단위의 규모가 되어, 각 계장은 과장 상당의 주담당원으로 승격되었다.

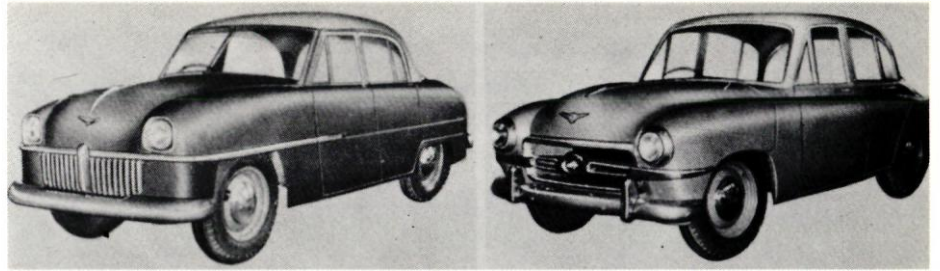
그런데 어찌된 일인지 공예계만은 보디 설계 그룹(Group)의 하나의 계(係)로 편성되어 비참하게 되어버리고 말았다. 그러나 보디 당면한 과제는 새로운 승용차 크라운 RS형의 개발 작업이었다. 나는 노력밖에 없다는 강한 결심을 하고 밤낮을 안가리고 작업에 몰두했다.

2. RS형 크라운의 디자인 및 RR형 마스터

내가 본사 기술부에 복귀했을 때, 크라운의 설계는 이미 외형 스타일의 방향이 결정되어 보디 설계하는 사람들에 의해 외형 선도(外形線圖)가 거의 완성에 가까운 단계에 있었다.

그 스타일을 결정하기까지의 과정은 다음과 같다. 신형 승용차의 개발을 맡은 나카무라 씨가 대표적인 수입 외국차의 외관 사진을 가지고 전국 주요 지역을 돌았다. 그 무렵 승용차의 수요는 거의가 택시였으며 자가용 차는 극히 적었으므로 특히 택시 운전수의 의견을 존중했다. 그 결과, 캐딜락이 제일 인기가 있었다고 한다. 캐딜락과 같은 스타일의 것도 포함해서 5~6종류의 판금 모델이 손으로 두들겨 만들어졌다. 그 중에 공예 설계실의 멤버가 제안한 것도 한가지 안(案)으로 들어와 있었는데, 그 모델들의 좋은 면만을 채택하여 RS형의 원형(原型)이 만들어졌던 것이다.

거의 다 완성된 외형 선도는 형(型)을 수배하기 어려워 수정의 여지가 남아 있지 않았으나, 나는 선도(線圖)와 시작(試作) 보디를 검토해서 사이드의 벨트 라인의 일부가 움푹하게 보이는 것에 마음이



RS의 시작(試作) 판금 모델 : 최초에는 이와 같은 실물 크기의 판금 모델이 만들어졌으며 그 모델들 중에서 좋은 면만을 조합시켜 RS형 승용차의 스타일이 만들어졌다.

걸렸다. 그러나 그것은 선도의 평면도를 그리는 순서가 틀렸기 때문으로 밝혀져 나중에 그 부분만을 수정하였다.

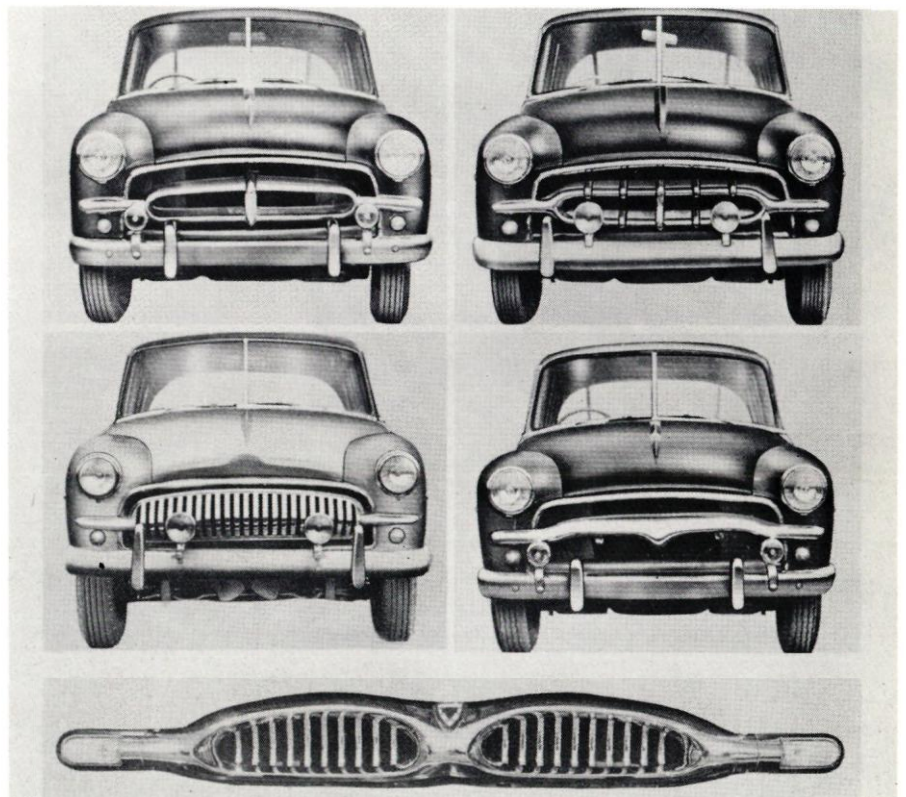
크라운의 선도는 완성되었어도 아직 거기에 부족되는 라디에이터 그릴, 범퍼, 테일 램프(尾燈), 핸들류가 이제부터 시작이었다. 라디에이터 그릴에 있어서는 외관의 구멍 모양이 결정되어 거기에 그릴의 디자인을 맞추는다고 하는 원칙을 버리고 특징있는 디자인이 만들어지도록 하였다.

실내 관계는 아직 완전한 손이 가지 않고 있었다. 인스트루먼트(Instrument) 패널은 간단한 스케치를 물감으로 그려서 한번에 나카무라 주사의 마음에 들게 하였는데, 다이캐스트로 성형하는 것이나 좌우 핸들이 대응하기 쉽게 하는 등 어려운 조건을 잘 처리했다고 생각한다.

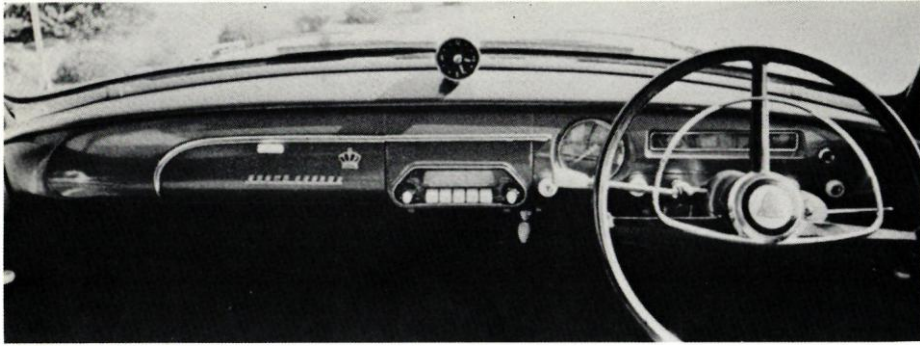
그밖에도 도입되기 시작한 사출(注射)선

성형의 스티어링 핸들의 디자인이나 거기에 설치될 윈커(winker : 방향지시등), 오토 리턴(auto-return)스위치 또는 유럽차 수준의 콧선이 좋은 시트나 합판을 끼운 특수한 구조의 천정 등 여러 가지 새로운 기구나 구조도 디자인과 양립하는 데 있어서, 디자인을 맡은 자와 메커니즘이나 구조를 설계하는 자가 일체가 되어 같은 사람이 시행함에 따라 독특한 디자인을 만들어 갔다.

야에가사와 이와다 씨도 병이 나서 건강하게 복귀했으며, 야부다 주사의 주선으로 인원을 보충받아 공예계도 RS형의 작업으로 실적을 올릴 수가 있었다. 거기에는 또한 나카무라 주사가 여러 가지 디자인상의 무리한 난제에 부딪히면서까지 나를 비롯한 공예계의 멤버를 위하여 좋은 아이디어를 적극적으로 채택해 준 것도 큰 힘이 되었다.



RS 라디에이터 그릴 : 시작(試作)과 결정안



RS 도요렛 크라운 디렉스의 인스트루먼트 패널.



RS형 승용차 도요렛 크라운 : 윈드실드 글래스 (Windshield Glass)는 2분할, 리어 윈도우(Rear Window)는 3분할되어 있다. 1년후에 디렉스가 나오면서 1매 유리가 되었다.

본격적 승용차인 크라운은 거의 모든 구조, 부품, 재료에 완전히 새로운 기구(機構)와 디자인을 채용했기 때문에 설계 기술진과 제조하는 측 모두 이러한 어려운 설계로서는 여간해서 채산이 맞지 않을 것이라는 불안감을 가지게 되었다.

그러나 나카무라 주사를 비롯한 회사의 수뇌진은 확신을 가지고 있었기 때문에 무리해가면서도 일을 계속했다.

승용차 차체 생산에 있어서는 선배로 자인해 온 간또오(関東) 자동차의 수뇌가 우메하라 기술 담당 중역에게 “이렇게되면 코스트가 상당히 상승되어 버리는게 아닌가”하고 비밀리에 충고를 했으니 우메하라 중역은 “당신들 쪽에서 아무리 그래도 우리들은 절대로 싼 값에 제작할테니 두고 보라”고 대답했다고 한다.

크라운의 서스펜션(Suspension)이 윗쉬본(Wishbone : 새가슴뼈)식의 독립현가(懸架)로 되어있어서 택시업자로부터 의식적으로 꺼리게 되는 것은 아닌가 하는 염려가 있었다.

그것은 전후(戰後) 포드와 시보레가 일본 국내에서 판매 경쟁을 일으켜 맹렬히 싸우고 있을 무렵 시보레의 윗쉬본식이 일본의 도로 사정에 맞지 않아서 포드에게 패했다고 하는 과거의 실적이 기억에 남아 있었기 때문이다.

그러한 걱정이 일부에 있었으므로



RR형 승용차 도요렛 마스터. 윈드실드 글래스 (Windshield Glass)는 곡면 유리처럼 보이나 실은 평면 유리이다. 헨더(Fender)와 본넷(Bonnet)의 끝선과 면의 끝선을 일치시키거나 엔진 후드(Engine Hood) 카울(Cowl)에 단차(段差)를 만들고 거기에 환기장치(Ventilation)의 구멍을 만들어 생산성과 디자인을 적합하게 하였다.

프론트 서스펜션(Front Suspension)을 판(板)스프링(Leaf Spring)인 RH형 타입으로 남겨둔 채로 샷시에, 간또오 자동차에서 독자적으로 설계한 새로운 차체를 장식해서 크라운과 병행하여 동시에 발표했다. 이것이 RR형 마스터이다.

차체에 부착되는 부품류는 되도록 크라운과 공통으로 해서 지급 부품으로 했다. 스타일링(Styling)은 스가와라 씨의 의욕적인 디자인으로 전후 일본 승용차의 걸작의 하나라고 할 수 있다.

차체 구조는 간또오 자동차류로서 생산상의 합리화를 피하고 있고 윈드실드 글래스(Windshield Glass)는 평면 유리를 사용하였으며 언뜻 보기에는 곡면으로 보여도 외판의 자른 자리와 면의 끝선을 일치시켜 면을 갖추는 데에 따른 수고를 피하는 등의 노력이 여러 곳에서 보였다.

크라운, 마스타의 신차 발표회가 곳곳에서 시행되어 나도 나고야의 발표회장에 참석했다. 크라운의 인기는 굉장히 높아서 프론트 서스펜션의 염려도 그다지 문제되지 않았다.

나고야의 어느 택시업자는 즉석에서 10대를 구입한다는 신청을 했다. 더우기 도색(塗色)은 우리들이 의욕적으로 디자인한 갈색(Brown)의 2가지 톤(Tone)이었다.

마스타의 윗부분(上部)을 빨강, 본체를 흰빛을 띤 그린(Green) 맛이 나는 라이트 그레이(Light Grey)로 나누어 칠했다. 우리가 “단정학(丹頂鶴)이라고 부른 대담한 컬러 디자인도 이 차의 특징을 살려주어 인기가 있었다.

크라운과 마스타는 수요의 대부분이 택시를 지향(指向)하고 있다고 생각되어 왔으나 자가용의 수요도 급속히 늘어났다.

그 수요에 대응하기 위하여 크라운 스탠다드 발매 1년 후에 딜릭스 RSD형을 발매했다.

외관에는 사이드 몰딩(Side Molding)을 추가하거나 윈도우 프레임(Window Frame)에 도금(鍍金)한 몰딩(Molding)을 추가하였는데, 특히 파스코트나 'Toyoper'의 엠블렘(Emblem)은 예술품에 가까운 일급품이었다.

프론트 윈드실드(Front Wind Shield)도 1매 유리로 되었으며 특히 신경을 쓴 것은 인테리어 디자인으로 시트나 도어 장식에 고급 양복지와 같은 직물로 특별히 만들게 해서 호화스런 분위기를 연출했다.

3. 도요에스와 나

소형 트럭은 SB형 이래 순조롭게 발전되어 SG, SK, RK형으로 개량을 거듭하여 세미 캡 오우버(Semi Cap Over)형 다이너(Diner)를 간도오(關東) 자동차에서 생산 개시했다.

한편 마즈다(Mazda)나 오리엔트(Orient), 미즈시마(Mizushima) 등의 삼륜 트럭도 급속히 판매를 확대하여 차종도 풍부하게 되어 갔다.

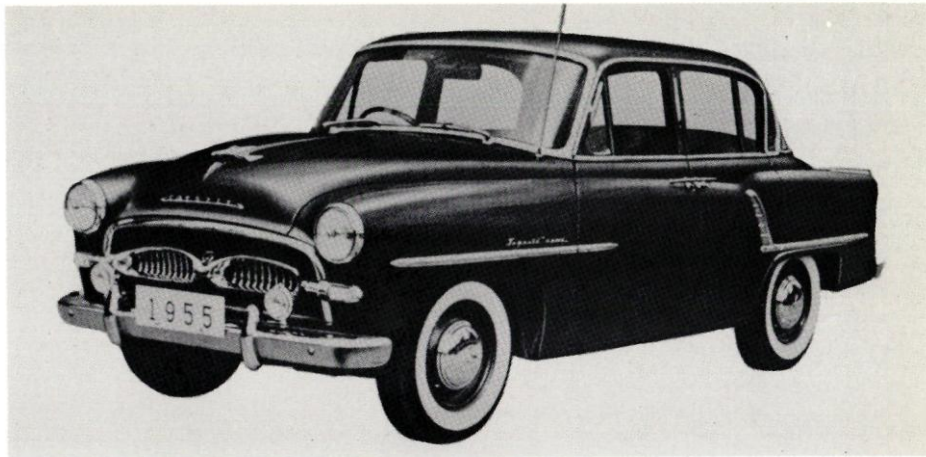
삼륜차를 만들지 않았던 도요다에서는 4륜으로 3륜에 대항하는 염가의 차를 만들기 위해 도요다 차체로 SK형의 사시에 간이형의 캡을 장식한 차(試作車)가 만들어져 도요다 자동차 공업 제품으로 선을 보였다.

나는 이 시험차를 보면서 이것 가지고는 3륜차에 대항할 수 없음을 느꼈다. 마즈다는 고스기 지로오(小杉二郎) 씨가, 오리엔트(Orient)는 야나기 무네미찌(柳宗理) 씨가 각각 디자인하여 훌륭한 차를 만들었는데 아무리 간이형이라 해도 제시된 차는 흡사 판지로 만든 전차나 다른 그 무엇 같았다.

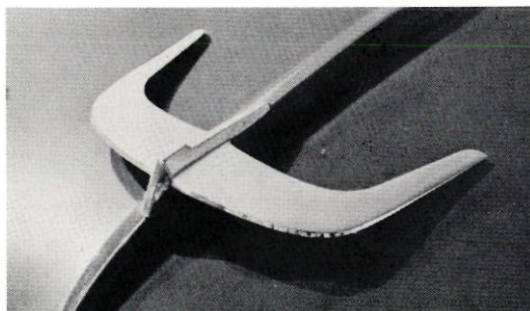
나는 강한 창작 의욕을 느끼고 집에 돌아와 밤새 스케치를 하였다.

그 스케치는 구조상의 구상까지 포함된 것으로, 나의 오랜 자동차 역사 중 이러한 구조와 스타일링이 꼭 합치된 쾌감을 맛본 것은 드문 일이었다.

이 차는 SKB형이라는 형식명을 붙여서 판매되었는데, 처음에는 기대한 것보다 판매량이 많지 않아 판매가를 과감하게 낮추어 도요에스라고 이름을 붙인 후부터 폭발적으로 판매되어, 마침내 강세를 자랑하던 3륜차를 능가하여 트럭의



RSD형 승용차 크라운 딜릭스 : 윈드실드 및 리어윈도우의 유리가 1매로 되고 마스코트, 엠블렘, 드립몰딩(Drip Molding), 리어펜더의 몰딩들이 추가되었다.



RSD형 승용차 크라운 딜릭스의 마스코트: 디자인은 이와다, 제작은 마루이(丸井) 공업이 했으며 날개 윗부분은 정교하게 금은(金銀) 가루를 뿌린 뒤 그 가루가 비취보이도록 마무리하고, 날(Edge)을 샤프하게 하기 위해 도금(鍍金) 공정중에 먹에다 연마하였다.

국민차라 불리우기에 이르렀다.

디자인에 대해서도, 아트 센터의 선생들로부터 "자네의 베스트 디자인이다."라고 불리우는가 하면, 미국의 잡지 「인더스트리얼 디자인」에 소개되기도 했다. 그후 1회의 모델 체인지를 거쳐 본격적인 캡 오우버 트럭(Cap Over Truck)이 되어 16년후, 제품 기획실의 주사(主査)로서 이 도요에스의 모델* 체인지를 감행하게 되었던 것이다.

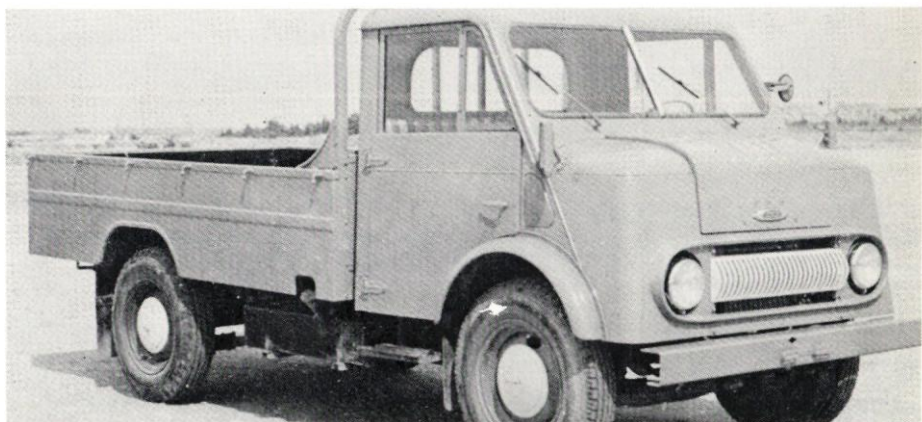
4. 기술부 신관의 건설과 확충, 그리고 공예 설계부(디자인 그룹)의 독립

1954년 가을, 전후(戰後) 처음으로 본격적 건축으로서 기술부 신관이 준공되어 이전함과 동시에 기술부 조직의

대확충이 실시되었다. 부서의 차장급인 주사(主査)가 차종별로 개발을 담당하는 주사실(主査室)이 확대되어 엔진, 샤시 설계, 보디 설계, 실험 등의 기능별 과(課)에 상당하는 주담당원의 그룹이 증설되었다. 이와 때를 같이하여 공예 설계와 전기 기능 부품 부서가 새롭게 조직되어 공예 설계는 전기 부품을 분리해서 디자인을 주도하는 부서로 독립했다.

공예 설계 부서의 업무 내용은 차량 규격, 외형 스타일, 실내 스타일, 부품 의장, 배색 등의 설계 제도와 차량 모형의 제작으로 되어 있다.

거기에 주목해야 될 것은 첫번째로 차량 규격이란 항목으로, 도요다의 디자인은 스타일링에 머문 것이 아니라



SKB형 도요에스 트럭 : 당시 잘 팔렸던 삼륜 트럭에 대항하기 위해 차체를 값싸게 만들도록 디자인했다.

디자인의 기본인 차량의 규격의 정리, 배열(Arrange)을 담당 업무로 한 것이다.

두 번째로 차량 모델의 제작이라고 하는 것이 특기할 만한 것으로 큰 의미가 있는데, 자동차의 모형을 디자인하는 데 있어서, 모델 제작의 필요성은 내가 도요다에 입사하기 이전부터 인식되어 왔었다.

처음에는 목형사(木型師)가 그것을 만들었는데, 시작(試作)품은 판금사가 실물 크기로 완성하게 되어 있었다. 클레이 모델(Clay Model)을 만들어 보려고 생각하여 1942~1943년경 처음으로 조형용유(油) 점토를 사용해서 모델을 만든 적도 있었다.

또한 대형 트럭의 현물 크기의 목형 모델을 목형사(木型師)가 만든 적도 있었다.

크라운을 디자인할 때에 부품 디자인을 빨간 인더스트리얼 클레이(Clay)나 석고로 만들기도 했는데, 그 석고 모델을 만들기 위해 일본 도기(日本陶器)에서 근무하는 동경고등 공예 조형과를 졸업한 M씨를 초빙해서 지도를 받은 적도 있었다.

그러나 목형사나 판금사가 만드는 모델은 별도로 하더라도 디자이너가 모델을 만들려고 할 때, 아직 장소도 없었으며 설비도 없었다. 신기술부의 건물을 세우는 데 있어서 겨우 디자인실로 예정된 방의 일부를 나누어 모델실로 만들었다.

모델을 만든다고 하는 것은 공예 설계의 업무로서 빼놓을 수 없다고 하는 인식이 있었던 것이다. 겨우 설치한 모델실은 디자인실의 일부로 3m×8m 정도의 좁고 긴 불편한 방이었으나, 하여튼 디자인실과의 사이에 완성한 모델이나 부품을 올려 놓을 선반을 만들고 한쪽 벽면에 재료나 도구를 놓을 선반과 스케치를 붙일 보드(Board)를 설치했다. 그리고 모델을 제작하는 기계를 놓을 튼튼한 작업대를 놓았다. 이러한 설비는 모두 공예 설계의 멤버가 설계했다.

모델을 만드는 전문직으로서, 영선 공장으로부터 야마모토 이사무(山本勇) 씨를 오게 했다. 그는 처음엔 혼자서 모델을 만들기 시작했으나 독자적으로 여러 가지 개선을 거듭하여 도요다의 디자인을 지탱하는 중요한 작업을 맡아주게 되었다.

공예 설계라고 하는 조직이 생기고 설비도 갖추어지면서 그 뒤에는 스태프(Staff)

인선 문제가 따르게 되었는데, 전후(戰後) 처음으로 대학교 졸업생인 신인들이 채용하게 되었다.

1956년 여름, 치바(千葉)대학에서 실습생을 모집하여 2주간 정도 실습을 시켜, 이쓰미(현 디자인部 주사)군을 1957년 입사시켰다. 아마 취직을 전제로 한 디자인 실습의 첫번째 채찍이라고 생각된다. 그 해에 동경예대에서 야사끼 군(野崎, 현 개발 기획실 주사)을 맞아들이고, 또한 기술부 고등학교만 졸업한 기술원 중에서 한 사람을 공예 설계부서로 배속받았다.

이렇게 해서, 디자인 그룹에 새로운 멤버가 더해가고 제1 단계로서의 체제가 정리되었다.

5. 개발 번호 1A(퍼블리카의 프로토타입)

1954년에 통산성에서 이른바 국민차 구상이란 것이 나와서 논의가 분분했으나 도요다에서는 이 통산성의 안에 구애받지 않는 독자적인 구상으로 소형 승용차를 개발하게 되었다.

도요다 에이지(豊田英二, 현 회장) 전무로부터 여러 항목의 지시서가 나와서 그 지시서에 따라 공예 설계 부서의 임무인 계획 치수도 3종을 제작하여 제안했다.

프론트 엔진 리어 드라이브(Front Engine Rear Drive)인 것과, 리어 엔진 리어 드라이브(Rear Engine Rear Drive)인 것, 프론트 엔진 프론트 드라이브(Front Engine Front Drive : FF)의 3종이었다.

저마다 거주 공간은 같은 정도라 하더라도 레이아웃(Layout)에 의해 전체 길이나 비율(proportion)이 다른 것이다.

FF는 현재의 상식으로는 공간(Space)을 유효하게 이용할 수 있다고 되어 있으나, 그것은 프론트 액셀레이터(Front Accelerator) 주변의 설계와 제조 기술이 향상되었다는 증거이므로, 당시의 상태로서는 후드(Hood) 부분이 길지 않으면 안되었다.

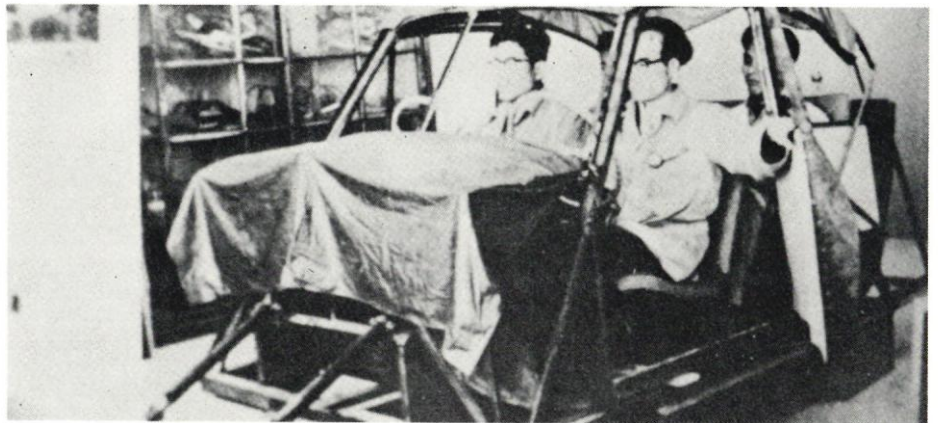
그 중 FF방식을 채용하는 것으로 결정해 담당은 야부다 주사로 하고, 각 설계마다 담당자를 정하여 프로젝트 팀이 편성되었다.

공예 설계부서에서는 내가 책임자로 당연히 여기에 해당되어야 했으나 담당으로 후지와라 요이지(藤原良治)군을 선두로 베테랑을 배치했다. 이때에 개발 번호를 붙이는 제도가 시작되어 차량에는 A, 엔진에는 E의 번호를 붙이게 되었는데, 그 최초의 차량을 1A라 칭했다.

이 개발 번호는 비밀 부호이므로 외부에 누설될 것을 두려워 해서 디자인부에서 그리는 스케치나 모델에도 이 번호를 붙이는 것을 엄격하게 금지할 정도로 신경을 썼다. 그러나 어느 틈에 이러한 비밀이 외부에 누설되어 개발 넘버를 제명(題名)으로 한 책자까지 나온 데 대해서는 정말 어처구니가 없었다.

1A의 디자인 프로세스상 특기할 만한 것은, 최초에 기본 치수 계획도에 스타일링을 먼저 고려하여 계획 치수를 기본으로 한 실물 크기의 실내치수 모델을 만들어 검토를 한 것이다.

이로 인해 최초로 시트를 설계하여 그 시작품(試作品)을 만들어 이것을 기준으로 해서 앵글과 베니어판을 사용한 실내 모델을 만들어, 드라이빙 포지션이나 시계(視界) 도어의 개폐와 승하차의 편리성 등 충분한 검토를 거친 후에 스타일링을 정했다. 이것은 그때까지 특히 시트나 실내 디자인으로 경험을 쌓아온



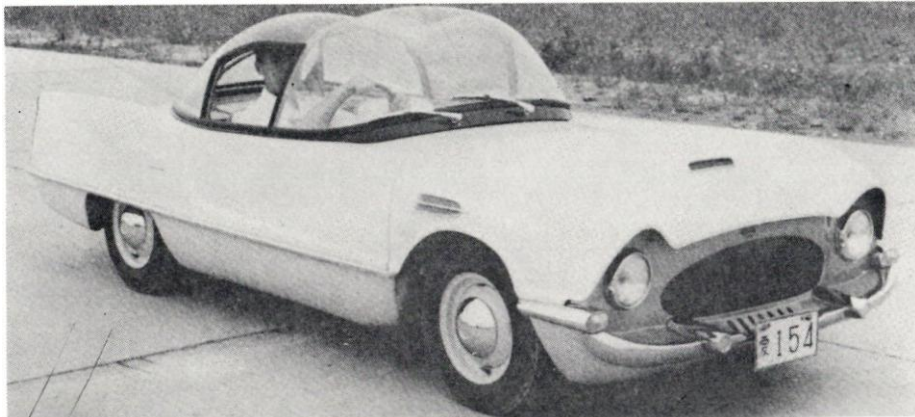
1A 개발의 초기 단계에서의 실내 목업(Mock Up). 시트(Sheet)를 먼저 설계한 시작품(試作品)을 사용하여 앵글과 베니어판과 천으로 실내공간을 구성했다.



1A의 1/5 스케일 클레이 모델을 만드는 후지하라군과 필자 : 매우 다정해 보이지만 아직 디자인의 관리 체제가 정비되지 못했던 시대에 두명이 하나의 작업을 하는 데 있어서 인간적인 커뮤니케이션의 어려움도 체험했다.



1A 퍼블리카의 프로토타입(prototype) 1호차 : 엔진은 퍼블리카 UP10의 원형, 공평 2기통 수평대양(水平対向) 700cc 엔진이나 구동형식은 프론트 엔진, 프론트 드라이브 방식이다.



퍼블리카 플라스틱 시차 23A : 공기 저항을 적게 하기 위해 캐빈(Cabin)의 중앙을 움푹한 모양으로 했다. 보디의 사이드 라인은 상부와 하부의 접합선에 위가 아이보리(Ivory), 아래가 라이트 그린(Light Green), 보디 사이드에서 리어 펜더에 힙업(Hip Up)하는 선(線)은 퍼블리카의 모티프(Motif)이다.

후지와라군이 담당한 결과였다.

외형 스타일링은 대단히 힘들고 고생스러웠다. 도요다 자동차 판매의 선전부에서도 스타일 안(案)이 제안되었으며, 이것을 포함한 다섯 종류의 1/5스케일(Scale)의 석고 모델을 만들었다.

회사 간부까지 들어와 심한 결과, 가장 독창적인 아이디어인 안(案)으로 정하기로 하였다. 전혀 새로운 치수(Dimension)의 차 스타일링은 매우 어려웠던 것이었다.

또한 그룹으로 디자인을 진행하는 방법이 확립되지 않았었고, 디자인이 개인의 아이디어로만 이루어진다는 작품의 단계에서 벗어나지 못했으므로 인간 관계적인 면에서 나의 고충은 매우 큰 것이었다.

실치수 크기의 무형 모델을 만들어 검토했으나, 그 개량안에 대해서는 아이디어의 기본을 존중하며 별도의 선도(線圖)를 그려서 이것을 시작(試作)해 보기도 했다.

당시의 인더스트리얼 디자인의 제일인자였던 겐지이사무(劍持勇)씨를 초빙해서 지도를 받는 등 여러 가지 노력을 다했으나 결국 후지와라 군의 아이디어를 밖에서 주무르다 끝내버린 감이 없지 않아 있었다.

1A는 그후 계획 내용도 대폭 수정되었으며, 개발 체제도 바꾸어 나감으로써 7년의 개발 기간을 소비하고 1961년 「퍼블리카 UP10」이라 하여 세상에 나왔다.

그 스타일링의 사이드 라인 중 리어펜더 부분의 힙업(Hip Up)된 형태는 최초의 아이디어의 선(線)이 최후까지 살아남게 된 결과이다.

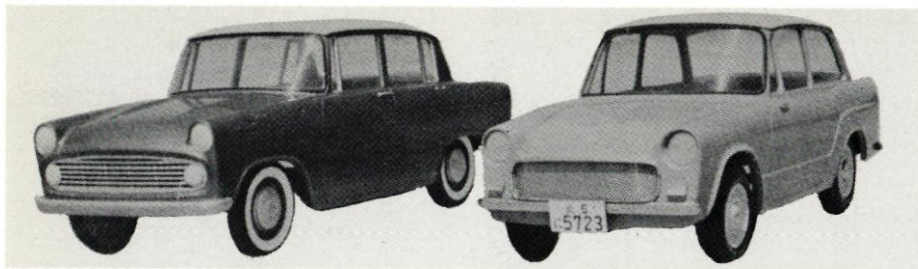
6. 코로나 PT20의 디자인 착수

크라운의 판매도 그런대로 호조였으나 한 단계 아래 클래스인 닛산의 닷산 승용차도 잘 팔리는 차종이었다. 이것은 각이 진 차체의 꾸밈이 없는 단순함 때문에 마이니찌 공업(毎日工業)상을 수상하였다.

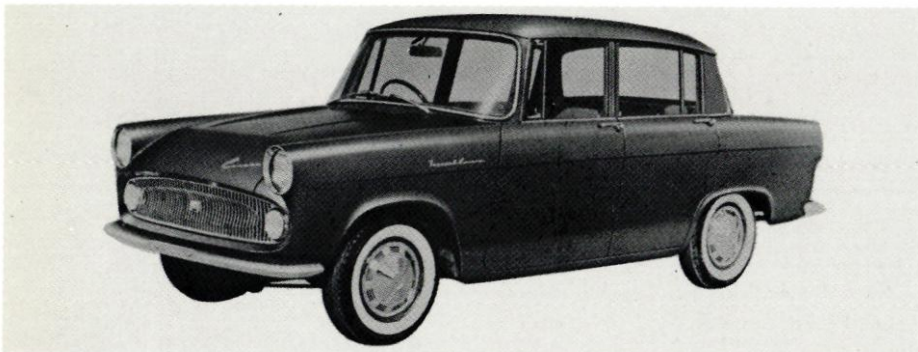
도요다는 자동차 판매처의 요망도 있고 해서 1000cc 엔진의 PT10을 간또오 자동차에서 생산하고 있었는데 이 보디는 RR형의 사이드 멤버와 도어를 응용한 것으로 반드시 좋은 스타일이라고는 할 수 없었지만 어려운 제약 조건을 밝아온 것치고는 잘 완성되었으며, 비교적 잘 팔려 나갔다. 또한 본격적인 판매 수단의 하나로 모델 체인지가 계획되어 간또오 자동차에서 계획이 진행되어 갔다. 그러나 SHK형, RR형, 또 시작차 카과호(号)등 독창적인 아이디어로 좋은 디자인을 한 간또오 자동차의 스가와라(菅原)씨 한 사람에게 의지하기에는 한계가 온 것으로 보여졌다.

그 안(案)은 확실히 독창적인 것이었으나 판매 점유율의 확대를 겨냥한 일반적으로 인기가 있는 스타일링으로서는 의문을 갖게 했다. 이러한 시점에서 자동차 공업의 디자인에 대한 다른 하나의 안을 더해 주도록 제안하여 승인되었으므로 모두 함께 아이디어를 서로 내놓고 그것을 경합하여 하나의 안을 세우고, 1/5스케일의 석고 모델을 만들었다. 그 스타일링은 견실하고 스마트함을 기조로 한 것이었다.

간또오 자동차에서 실시되고 있는 심사회에 간신히 시간을 맞추어, 야에가사, 후지와라 그리고 나 셋이서



코로나 PT20과 퍼블리카 UP10의 1/4 스케일 모델 : 클레이 모델에서 형(型)을 따낸 석고 모델로 도장(塗裝)했다. 모델 제작 전문 기술자의 노력으로 모델 기술이 비약적으로 향상했다.



PT20 도요팻트 코로나 : 이것이 진짜 최초의 도요다 디자인 그룹의 작품이라고 할 수 있지 않을까. 프론트 필러는 당시 유행했던 도그 레그(Dog Leg)식 경향이 소극적으로 받아들여졌다. 뒤로 비스듬한 필러가 전체의 스마트함을 맞추어 운동감 있는 스타일로 되어 있다.

도카이도선(東海道線)야간 열차에 승차해서 다우라(田浦)의 간도 자동차에 모형을 가지고 들어갔다.

심사에는 간도오 자동차 것이 2개, 도요다 자동차 공업 것이 한 개였는데 자동차 판매의 가미다니(神谷)사장도 출석해서 신중하게 심의한 결과 도요다 자동차 공업의 것이 채용되었다.

결국 이것이 개발 넘버 30A로서 이후 전면적으로 도요다 자동차 공업에서 디자인하게 되었다. 30A는 PT20형으로 생산, 판매되었다.

PT20형의 커다란 특징의 하나는 경사진 센터 필러(Center Pillar)이다. 쿼터 윈도우(Quarter Window)가 없는 4도어 세단의 경우, 센터필러를 프론트 시트와 리어 시트 사이의 적당한 위치에 수직으로 세우면, 프론트 도어 윈도우와 리어 도어 윈도우의 비율은 리어 쪽이 커진다.

클라운에서는 리어 쿼터(Rear Quarter)의 곳에 리어도어 윈도우의 형태를 아래로 오므라들게 함으로써 이 모순을 감소시키고 있다.

RT20의 경우, 과감하게 센터 필러를 뒤로 경사지게 해 본 결과, 도어 윈도우의 비율도 균형이 잡히고, 게다가 프론트 시트백(Front Sheet Back)의 후경(後傾)과도 일치되어 리어시트의 출입에도 편리해졌다.

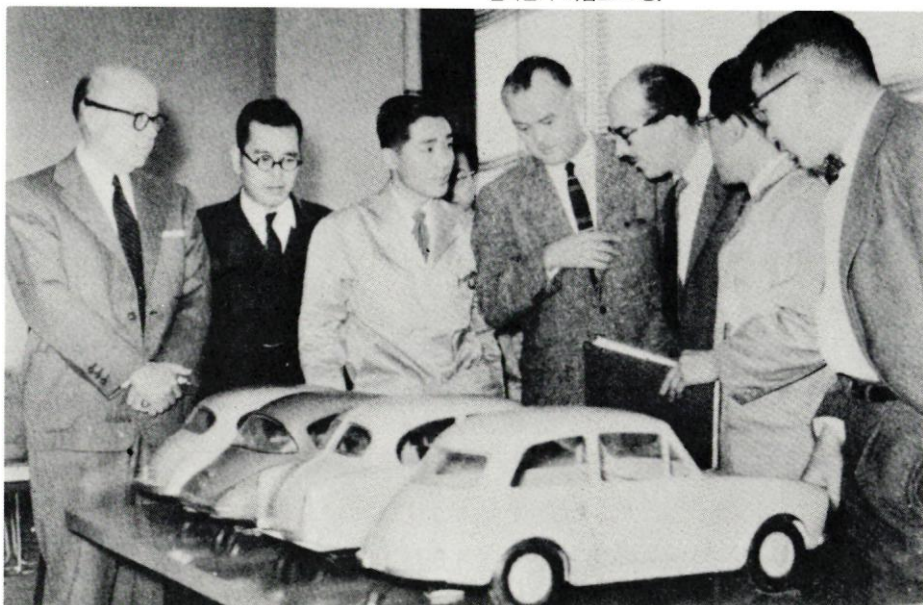
그러나 글래스턴 채널을 평행으로 하면

잘못하면 위가 열려 보이는데, 이것을 피하기 위해, 윗쪽이 약간 좁혀져 있도록 매우 델리케이트하게 신경을 썼는데 이러한 델리케이트함은 PT20의 각 부분에서 보이고 있다. 또한 그러한 델리케이트함이 요구되는 성질을 갖춘 차이기도 하다.

7. 디자인이 중시되는 시대로

1957년 4월 10일 천황과 황후가 도요다 자동차 주식회사를 방문했다.

그것은 자체 일본의 자동차 산업



중에서도 눈부시게 약진하는 도요다가 주목을 받고 있다는 것을 입증하는 일이었다. 자동차의 생산 현장을 안내하던 중, 기술부는 특히 중요한 부서이므로 디자인의 모델 룸(Model Room)을 보여 주게 되었다.

디자인이라고 하는 것이, 회사로서도 사회적으로도 크게 클로즈업된 것을 나타내는 획기적인 일이었다.

일반 산업계에 있어서도, 전후(戰後) 처음으로 도미하여 귀국한 마쓰시다 전기 산업의 마쓰시다 유키노스케(松下幸之助) 씨가 하네다 공항(당시는 국제선도 하네다였다.)에서 내리는 즉시 “이제부터는 디자인이다”라는 말을 한 후로 일본에 인더스트리얼 디자인의 붐이 파도처럼 일어났다.

통산성이나 JETRO(일본 무역 진흥회)에 의한 일본의 인더스트리얼 디자인 진흥 정책이 진행되었고, 외국의 디자이너를 초빙한 강습회가 끊임없이 열리게 되었다.

그중에서도 미국 로스앤젤레스 아트센터 스쿨의 아담스 교장 이하 교수단에 의한 강습회와 기업의 순회 지도는 대대적인 규모였다.

그 시기에 도요다에서도 일행을 초빙하여 지도를 받아, 회사 수뇌부들에게 디자인에 대하여 새로운 인식과 이해를 깊게 하였다.

그로부터 얼마후, 나 자신이 아트 센터 스쿨에 회사의 명령으로 유학할 기회가 찾아온 것이다.

아트 센터 스쿨 일행의 내사(來社), 1A의 1/4 스케일 모델에 대해서 자겐슨 선생과 콜맨 선생의 지도를 받는 필자와 통역을 하는 이누시 군(현 이사), 왼쪽끝이 아담스 교장.

국내외 디자인 관련 정보 자료

1988년 4·5월 한국디자인포장센터 자료실 신착도서 및 자료

International Robert Maxwell Prize

발행처 : The Chartered Society of Designers

- The Royal College of Art의 50주년 기념행사의 하나로 개최될 이 공모전은 디자인 실무, 이론, 철학면에서 가장 비중있는 논문에 대해 메달과 함께 미화 10만불이 수여되며 수상 논문들중 일부는 PERGAMON PRESS에 의해 출판될 예정
- 제출마감 : '88년 7월 25일
문의 : The Chartered Society of Designers, 29 Bedford Square London, WC 13 EG.

제12회 산업디자인 비엔날레 (12th biennial of industrial design = bio 12)

발행처 : BIO Organizing Committee
BIO 12는 유고스라비아와 외국의 우수상품 비교전으로서, 유고와 외국의 현대산업디자인의 흐름을 보여주는 것이 그 목표이며, 대상 제품은 '86년 1월 이후에 제작되고 BIO 11에 전시되지 않았던 것으로서 산업제품, Corporate identity Programmes, 디자인 프로젝트 등이 포함.
문의 : BIO Secretariat, 61001 Ljubljana, P.O. Box 576, Straritrq 11a/11

Far East Business

발행처 : Johnston International Publication

- 중공의 대규모 유전, 한국의 철광 발견
- 컴퓨터 수치제어(CNC) 기계를 일본에 판매하고 있는 대만기업 소개
- 세계 최고 호텔의 하나로 꼽히는 방콕 소재 ORIENTAL HOTEL의 경영비결
- 네 팔의 농업개발 및 관개정책

- 미국의 공작기계 시장에 뛰어난 중공

Industrial Design

발행처 : JIDA

- 특집/From Design '87 Amsterdam to ICSID '89 NAGOYA
"Design Response"란 주제로 '87년 8월 암스텔담에서 개최되었던 Design '87 Amsterdam 대회의 주요행사 및 성과
- 디자인연구소 탐방/Tecno-Art Research 15명의 디자이너를 포함 총 23명의 직원들이 공작기계와 건설기계들을 주로 디자인하고 있는 Tecno-Art Research의 개발조직, 활동 소개

건축문화

발행처 : 건축문화사

- 예술의 전당 음악당의 음향설계 : 지난 2월 15일에 개관된 음악당의 음향설계 과정과 설계목표 및 연세대 산업기술연구소에 의해 측정된 음향성능 평가결과 요약소개.
- 현대건축의 배경 : 공공건물 건립에 대해 관료적인 태도를 취한 「아카데미」의 처사에 반발한 기디온, 르코르뷔제, 그로피우스 등에 의해 결성된 C.I.A.M과 La Sarraz 선언을 중심으로
- ALSHAHEED 기념비 및 박물관 : 메소포타미아의 전통건축 양식을 계승, 현대화한 대표적 건축물의 하나인 알 샤히드 기념관의 설계개요.

Asian Sources Electronics

발행처 : Trade Media Ltd.

- Karaoke Systems
가라오케 시스템의 수요감소에 대처하기 위해 제조업체들은 가라오케 기능을

추가한 다기능 오디오제품 생산을 고려하고 있다. 일본 기업들은 내수시장 개척에 전념하고 있으며, 대만의 제조업체들은 개발도상국 수출 모델을 개발중

● Car Security

부품가격의 상승때문에 위축되었던 자동차 안전장치 메이커들이 최근 수요증가에 힘입어 신 모델은 속속 내놓고 있다. 홍콩의 메이커들은 원화와 엔화의 절상으로 인해 바이어들의 주문이 홍콩으로 쇄도할 것으로 예상

● Telephone Accesories

기존 전화기 주변기기의 경쟁이 치열하기 때문에 대만 기업들은 신제품 개발에 총력, 홍콩 기업들은 저가품 생산에 주력하고 있으며, 일본, 대만, 한국으로부터의 비싼 부품수입 때문에 지난해 제품가격이 상승

● Video Tape Players

VCR의 수요증가에 따라 비디오 테이프 플레이어에 대한 수요가 감소, 대만의 제조업체들은 일본으로부터의 OEM 주문 공급에 주력

BM

발행처 : Konradin Verlag

- <Ladenbau> Funktion in Taubenblau
→ 효율적인 공간분할을 통해 사무공간의 실내 디자인을 개선한 사례 소개
- Edle Optik für die Augenoptik
→ 안경점의 인테리어 디자인 소개

Car Styling

발행처 : 三榮書房

● Fiat TIPO

지난 1월 29일 피아트차는 Ritmo 차종 (영어사용권에서는 Strada로 판매)을

대체할 해치백타입의 중형 TIPO를 발표, TIPO는 유럽시장에서 Ritmo보다 시장점유율이 클 것으로 예상

●I.DE.A Today

Tipo 차종의 일반 공개로 일약 주목을 받고 있는 자동차 전문디자인 용역회사인 I.DE.A의 연혁, 디자인 개발팀 구성 및 近作 소개

●The American Motor Home

미국의 주요 Motor Home 제조업체인 Fleetwood社의 신형 RV3 차종 개발사례 및 미국 레크레이션 자동차산업 추이

●Nissan Diesel ATP-III

기존 트럭과는 달리 Satellite Control Switch 등 첨단장치를 장착. 도회지의 상가 또는 주거지역 화물운송 수단으로 개발중인 니산社의 ATP-III 트럭 개발 사례

●Nissan CIMA

니산 CIMA 디자인 개발과정. (클레이 모델, 목업 제작과정 및 디자인개발팀, 사양 등 소개)

Das Spielzeug

발행처 : Meisenbach GmbH

●Playmobil '88 neu.

→유명 완구메이커인 (Playmobil)社의 '88년도 신제품 소개. 비교적 저렴한 가격으로 살 수 있는 플라스틱 완구에서부터 고가의 완구까지 가격면에서 다양하게 선택할 수 있는 완구를 선보이고 있다.

●〈Titelgeschichte〉

→독일의 완구메이커인 (Märklin)社가 6세 이상의 어린이를 상대로 내놓은 플라스틱 기차완구 시리즈(A~Z) 소개. 이 시리즈의 특징은 주제(미래, 향수, 현대……)에 따라 해당주제를 상징할 수 있는 형태를 창출함으로써 완구를 통해 과거와 현재, 미래를 볼 수 있도록 하고 있다.

Design

발행처 : The Design Council

●스페인 디자인

프랑코 사후, 정부의 적극적인 문화진흥책에 힘입어 급속히 발전하고 있는 스페인 디자인의 현주소를 보여주는 특집기사로서 특히 가구, 패션디자이너들의 近作들과 자동차 제조업체인 SEAT社의 디자인 정책을 심층 취재

●Pentagram

그래픽, 제품디자인 분야에서 세계적인 명성을 누리고 있는 영국의 디자인 컨설턴트인 Pentagram社의 연혁, 철학 그리고 近作소개

●Classic remakes

알바알토, 르코르뷔제, 미스 반데로에의 작품 복제판매와 관련해 일고있는 윤리적, 법적 논쟁소개.

●Design mark

자동차 핸들에 장착하는 메모판(Driver's desk), 도둑방지 안전장치, 사다리 고정장치등 영국디자인카운슬이 선정한 우수상품들 소개.

●Counter Revolution at the Post Office

패션 전문점, 은행등에 이어 재디자인작업이 추진되고 있는 우체국 카운터 디자인 사례.

Design Brief

발행처 : Design Institute, South Africa

●국제디자인展 오사카 '88

(The International Design Exhibition Osaka '88)

국제 디자인공모전, 국제 디자인상과 더불어 제3회 국제 디자인 페스티벌의 주요행사인 국제 디자인전 오사카88은 오는 10월31일부터 11월15일까지 INTEX 오사카 국제 전시센터에서 개최될 예정(국제 디자인 공모전 수상작을 전시)

문의 : Japan Design Foundation, Publicity Department(Ishima) Semba Centre Building No.4. Higashi-K, Osaka, 541 Japan

●Witwatersrand Technikon 대학

산업디자인과 학생졸업작품 소개.

DIE SCHAULADE

발행처 : Meisenbach GmbH

●Koreanisches Porzellan

Ein glänzendes Kulturerbe

→중국으로부터 수입된 한국의 도자기 문화가 임진왜란을 통해 일본으로 전파된 사실등 한국도자기역사에 대한 소개와 함께, 현재 세계일류화 상품의 하나로 지정되어 활발한 개발과 수출이 진행되고 있음을 소개한 기사로서, 한국도자기, 행남사, 요업개발, 밀양도자기, 삼보자기 등 국내 5개 도자기업체 광고 게재.

●16 Europäische Uhren and

Schmuckmesse-Basel 88

→전세계에서 22개국, 1.800개 업체가 참가할 예정으로 되어 있는 (Basel 88)의 '유럽 시계 및 귀금속 공예품 전시회'에 관한 소식 (1987년의 출품작 경향 및 특색, 1988년도 전망)

FIRST INTERNATIONAL DESIGN FORUM SINGAPORE

발행처 : Singapore Trade Development Board

●10월19일부터 23일까지 싱가포르에서 열릴 이 대회는 동남아시아 지역에서 개최되는 첫번째 디자인포럼으로 기업가 및 세계의 저명한 디자인전문가들이 초청된다. Mario Bellini, David-Bethel, Kenji Ekuon, Kenneth Grange, Charles Owen, Haus Von Klier가 총회에서 주제 발표를 하며 디자인 관련 각종 워크샵이 열릴 예정.

Gold + Silber/Uhren + Schmuck

발행처 : Konradin Verlag

●Theophilus Presbyter und mittelalterliche Goldschmiedekunst

→중세의 기독교문화가 탄생시킨 귀금속 공예품 (금을 소재로 한 공예품이 주조를 이룸) 소개.

●trion〈……〉

→설립 75주년을 맞은 "Deutschen Werkstätten 콜렉션"을 기념하기 위해 (WK-Verband)가 마련한 'Kurt Ziehmer'의 가구 인테리어 작품 소개.

●11. Design-Börse Essen

→70명의 젊은 디자이너들이 출품한 120여점의 제품 디자인 소개(해당 출품작에 대한 제작동기 및 특징 등이 Mock-up과 함께 소개).

●Verschlage fur ein neues Verkehrssystem in Groß stadten

→대도시의 교통난을 해결하기 위한 새로운 교통시스템을 도면과 함께 제안하고 있음.

(사례 : 서독의 Stuttgart市)

●S-Bahn Berlin : Design und Tradition

→독일의 디자인용역업체인 「Lindinger & Partner」가 개발한 베를린의 「S-Bahn」, 전철 차량디자인, 효율적인 실내공간과 뛰어난 색상감각등이 눈에 띄는 수송기기 디자인 소개.

●IAA-Internationale Automobil-

Auswahl

→Frankfurt에서 개최된 국제 자동차 전시회를 취재

●René Lalique(Schmuckkunst um 1900)

→아르누보(der Art Nouveau-Periode) 시대에 활약했던 금속공예가 René Lalique의 작품세계와 대표작을 소개 ("Zwei Hirschkäfer"外 8점 소개)

●Abschluss 1987 an der Fachschule für Schmuck und Gerät Schwäbisch-Gmünd

→독일의 Schwäbisch-Gmünd 학교 금속공예과 학생들의 졸업작품전 소개.

form

발행처 : Verlag form GmbH

●Gut in Form.....

→"SALONE DEL MOBILE DI MILANO 1987"이라는 題下에 이태리 밀라노에서 거행된 가구전시회 소식을 담은 기사로서, Cassina Spa의 의자제품을 비롯해 디자인과 기능이 우수한 가구제품들을 제품에 대한 간단한 소개와 함께 게재했고 세계각국에서 출품된 여러 자동차를 모델별로 그 특징과 장, 단점에 대해 언급.

●)Tokyo Motor Shock《

→일본 동경에서 열렸던 'Tokyo Motor Show'에 출품했던 일본 유명메이커 모델들의 자동차디자인을 소개하고 있는데 필자(독일의 frog-Design Team)는 이러한 일본회사들의 자동차 디자인을 'Shock'라고 표현할 만큼 극찬하고 있다.

●)Dem Wasser Gestalt geben《

(3. Internationaler Design-Wettbewerb, Osaka) →독일의 Wuppertal 대학생인 Ulrich Reif와 Walter Heidenfels의 눈에 비친 제3회 국제디자인전람회(오사카, 주제 : '물과 디자인')관계 기사.

ICOGRADA board message

발행처 : ICOGRADA

●제4회 Herb Lubalin 국제학생디자인 공모전 : The International Typeface Corporation(ITC)가 주최하는 이 공모전의 출품자들은 ITC가 선택한 텍스트를 그래픽디자인하여야 한다. 디자인 대상 텍스트, 공모전 마감일 등에 관해서는 아래 주소로 문의바람.

Laurie Burns, Director, ITC Center. 2 Hammarkjold Plaza, New York, NY 10017, USA Tel. 212 371-0669.

●신간안내

—Interiors Quarterly(IQ):

국제 인테리어 연맹(IFI) 발간

구입 : Grosvenor Press International

Ltd, West Garden Place, Kendal Street, London W2 2AQ, England

—The Publisher's Freelance Directory 1988:

에디토리얼, 일러스트레이션, 사진, 디자인, 생산 마케팅 그리고 판매분야에서 프리랜서로 활동중인 전문가들 소개

구입 : Elevation Press, The Old

Surgery, High Street, Goring-on Thames, Reading, Berkshire RG8 9AW

ICSID NEWS

발행처 : ICSID

●Computer-Design-Education

오는 8월 16일부터 19일까지 핀란드 헬싱키에서 열릴 이 행사에는 유럽, 일본, 미국의 전문가들이 컴퓨터 보조 디자인의 발전전망을 토의하고, 아울러 첨단소프트웨어와 하드웨어를 소개할 예정.

문의 : The University of Industrial Arts, Hämeentie 135c, 00560 Helsinki, Finland.

●World Design 88/New York :

"This is Design"이란 주제로 오는 8월 24일부터 27일까지 뉴욕에서 개최될 이 행사에서는 38개국의 디자이너들이 산업디자인의 문화적 배경에 관해 토론을 가질 예정.

문의 : Industrial Designers Society of America, 1142-E Walker Road, Great Falls, VA 22066, U.S.A.

●Design Innovation-Product Semantics :

헬싱키 산업미술대학에서 '89년 5월에 개최될 이 세미나에는 제품디자인의 제품미론(Product Semantics) 적용에 관해 주제발표가 있을 예정.

문의 : the University of Industrial Arts, Hämeentie 135c, 00560 Helsinki, Finland.

ID(Industrial Design)

발행처 : Whitney Publication

●Ettore Sottsass

'80년대 초 급진적인 밀라노 Memphis 운동을 주도했던 에토르 소사스와의 인터뷰로서, 디자인 작업 그리고 "생명에 대한 자각을 창조"하는 디자인의 필요성에 관해 의견을 피력.

●Milan

매년 개최되는 밀라노 가구박람회는 실험적 디자인과 향후 디자인 경향을 보여주는 귀중한 기회로서 올해에도 예외없이 Gaetano Pesce의 펠트의자 등 실험적인 가구들이 눈길을 끌었다.

●미래의 공항청사(Terminal of the Future)

유리와 강철을 교묘히 조화시킨 기술상의 특징 외에 여행객들에게 시각적 즐거움과 이용의 편리함을 주는 United Airlines의 신청사 소개.

●Designing for a Giant

디자인을 기업전략에 필수적 요소로 간주, 막대한 비용을 투자하고 있는 필립스사의 디자인개발 사례.

●생활도구(Tools for Living)

제3세계 국가 주민들에게 칼, 망치, 가위 등 생활필수도구 제작법을 지도하고 있는 디자이너들의 활동소개.

lastauto omnibus

발행처 : Vereinigte Motor-Verlage GmbH

●Großer 360ps-Vergleichstest

유럽의 3대 트럭메이커로 군림하고 있는 IVECO, MAN, Mercedes-Benz 사가 각기 내놓은 새 모델들에 대한 성능 및 제원 등을 비교·분석

●Neue Scania

향후 Scania사의 주축이 될 새 모델 (143M...)에 대한 소개 및 각종 제원에 대한 분석.

●Speditionen Europa(Safety First)

Duisburg에 소재한 유럽의 유명 운송업체인 Köppen사를 소개한 기사로서, "안전제일"을 기업신조로 삼고 있으며 안전수송에 만전을 기하는 Köppen사의 노력을 자세히 언급하고 있음.

●(Sonderteil LKW-Bremsen)

Sicherheits-Kräfte 자동차의 안전성을 제고시켜 주는 제동장치(브레이크)에 관한 특집기사로 새로이 등장할 제동장치를 소개하는 한편, 유명자동차 메이커인 MAN사의 기술진과 함께 제동장치의 기술적

측면에 대해 토론한 내용을 게재.

md

발행처 : Konradin Verlag

●Mit Falten Spielen

팔각형으로 이루어진 조립식 탁자 소개. 이태리 디자이너인 Giancarlo Piretti 가 디자인한 이 제품은 용도에 따라 다양하게 조립할 수 있는데 보관을 위해 탁자면을 접으면 그 두께가 18cm 에 불과해 공간을 적게 차지하는 등 많은 장점을 지니고 있다.

●Tische mit Variation

탁자 및 의자 전문메이커로 널리 알려진 이태리가구회사 Cidue spa 의 신제품 소개(Toshiyuki Kita 외 3명의 디자이너가 내놓은 다섯종류의 탁자.) 이 가구들은 기본형태에다 용도에 따라 다양하게 사용할 수 있는 보조장치를 부착한 것이 특징임.

●Kamin und Ofen

조형감각과 기능을 함께 살린 「Hans + Günter Matten」사의 벽난로 소개.

Present

발행처 : Meisenbach GmbH

●Kunstgewerbliche Geschenke aus Metall

금속으로 만든 선물용 공예제품인 호두가키, 후추통, 다리미 등 기능보다 디자인을 중시한 제품 다수 소개.

●DANNER-PREIS, WETTBEWERS FÜR DAS BAYERISCHE KUNSTHANDWERK.

공예품을 대상으로 우수한 작품을 선정해 15,000DM의 상금과 함께 시상되는 'DANNER-PREIS' 의 수상작 소개(도자, 금속공예 등 10여점 소개).

월간공예

발행처 : 월간공예

●타피스트리적 회화와 회화적 타피스트리

지난 2월 가나화랑에서 열린 "20세기 현대미술 타피스트리전"은 거장들이 현대공예에 끼친 영향이 얼마나 큰가를 보여주는 단적인 예이다. 현대공예에 미친 현대미술의 영향을 어떻게 이해하고, 어떻게 향후의 방향을 정립해 나갈것인지, 또 타피스트리와 회화의 고유영역은 무엇이며, 두 분야가 상호 연관성을 갖고 발전할 수 있는 가능성과 한계는 어디까지인가에 관해 서술.

●현대노르웨이 아트전

지난 2월25일에서 3월1일까지 동경에서 개최된 동전시회를 소개한 글로서 특히 현재 세계적인 주목을 받고있는 노르웨이의 주얼리 디자인과 텍스타일 프린팅 작품들을 다수 소개.

●한국현대공예의 어제와 오늘

한국 현대공예의 전개에 있어서 핵심적 과제로 부각되어 왔던 공예의 개념·정의·영역 등에 관해 1940년대 후반에서 현대까지의 대표적 공예작품들과 함께 소개.

●목공예 작업에 필요한 목재 및 기계공구

공예가에게 잘 소개되지 못한 목재의 일반적 특징 및 목재의 올바른 사용법 그리고 몇가지 공예용 목재의 수종별 특성에 관해 기술.

商店建築

발행처 : (株)商店建築社

●Cafe' Bar OLD NEW

'83년 12월 동경 시내 이케부쿠로에 처음 문을 연 이래 이번엔 신주쿠와 키치조지에 동시에 개점한 "Cafe' Bar OLD NEW"에는 일련의 디자인 작업을 진행했던 요시유클라쿠라의 개성이 곳곳에 배여있다. 벽과 천정을 수직, 수평으로 가로질러 배치된 직경 6mm의 스틸봉들이 효과적으로 배치된 조명과 어울려 마치 현대조각을 대하는듯한 느낌을 안겨다 준다.

●イマイヒデオ VIA LACTEA미용실

이 점포는 코베항의 언덕지대에 위치한 한 상업건물 3층에서 개점하였다. 넓은 유리창너머로 아름다운 일본식 정원이 펼쳐져 있으며 인테리어 디자인에도 기본적으로 이러한 외부경관을 최대한 활용하고자 하였다.

●B-RUSH미용실

이세탄 백화점 설립 백주년 기념사업의 일환으로 "새로운 감각의 미용실"이란 기치를 내걸고 문을 연 이 점포는 그 이미지 컨셉트를 런던건축물의 파사드에서 채용하였다. 디자인을 맡았던 미카엘 코스티프는 이 미용실의 대상 고객이 10대와 20대의 유행에 민감한 젊은층임을 감안, 다수의 TV 모니터, 깨어진 타일, 석고상, 다채로운 조명, 음향을 동원하여 개성적 이미지를 창출하였다.

●"CLEAR HOUSE"인테리어 직물

쇼우룸 인테리어용 직물생산업체로 잘 알려진

다이노(주)의 쇼우룸중의 하나인 이곳은 기성제품만을 진열하는 기존 쇼우룸과는 달리 제품샘플 진열외에 건축가, 디자이너들을 위한 최신정보 교류와 창조의 장소로 고안되었다. 전시장외에 인테리어 자료코너, 작업코너가 배치되어 있음.

製品意味論(The Semantics of Product Form)

발행처 : KSID (한국 인더스트리얼 디자이너 협회)

멤피스 그룹의 포스트모던 디자인 운동과 더불어 기능주의 디자인의 획일성에 반발하여 후기 산업사회에 들어서 새롭게 주목을 끌고있는 조형운동인 제품 의미론(Product Semantic)을 소개.

●製品意味論 小考/이순중

●製品意味論—FORM의 像徵의 性格의 研究/KLAUS NRIPPEN DORFF

●製品意味論—現代思潮로서의 背景/SHUTARO MUKAI

●GUIDANCE 意味論/AKIKO TAKEHARA

●意味論의 디자인의 展開/KOZO SATO

●디자인의 形態/ROBERT LAN BLAICH

●製品은 形態에 따라 技術을 說明한다./MICHEL MCCOY

/CO-CHAIRMAN

●製品의 形態와 評價/AKIRA HARADA

Art Direction

발행처 : Advertising Trade Publications Inc.

●팀 워크

—좋은 광고 이면에는 늘 좋은 아트디렉터/카피라이터 팀이 존재하기 마련이다. 광고 디자인 분야에서 팀워크의 중요성이 강조되고 있는 지금, 특히 광고 제작의 핵심 멤버인 아트디렉터/카피라이터간의 팀 워크가 절실히 요구되고 있다.

비록 아트디렉터와 카피라이터의 광고에 대한 접근방식은 각자 다르지만 공동으로 광고컨셉트를 발전시키고 여러번의 토의를 거쳐서 최종 결론(광고)에 도달한다

—HCM 광고대행사의 아트디렉터인 George Zippare, 카피라이터 Carol

Turturro 팀의 2개팀의 팀결성 배경 및 작품세계 소개.

● Portfolio

나이키 찬, 미쯔비시 찬 등의 클라이언트들을 위해 광고를 제작하고 있는 Chiat/Day 광고대행사의 아트디렉터인 Rick Boyk의 경력, 광고시계 등 소개

● Upcoming Illustrator

미묘하게 절제된 색채와 비정형적 인간형상을 주제로 독자적인 작품세계를 구축하고 있는 Roxana Villa의 소개기사로서 게재된 작품들은 그의 유머감과 개념화 능력을 보여준다.

● Upcoming Photographer

'84년 Rochester Institute of Technology를 졸업한 후 뉴욕에서 정물사진과 제품광고사진 제작 활동을 벌이고 있는 신예사진작가 David Simon의 작품세계

Asian Sources Electronics

발행처 : Trade Media Ltd

● Two-Piece 전화기

다기능 투피스 전화기의 수요가 증가 추세. 심한 시장 경쟁으로 인하여 아시아 지역의 통화강세에도 불구하고 FOB 가격이 하락세를 보이고 있다.

● Radio Cassette Recorders

관련 제조업체들은 계속되는 환율절상에 대응하기 위해 생산과 마케팅 전략을 조정하여야만 했다. 트윈데크와 컴비네이션 모델들이 점점 더 인기를 얻고 있으며 대만의 기업들은 해외의 현지생산에 눈을 돌리고 있다.

● TV & Hand-Held Games

업체의 꾸준한 품질개선 노력에 힘입어 이 제품라인에 대한 수요가 회복세를 보이고 있다. 환율변동과 계속되는 부품가격의 상승으로 인해 FOB 가격의 인상이 불가피할 것으로 전망되는 가운데, 일본의 한 기업체는 100여종 이상의 제품들을 미국에 공급하고 있으며 홍콩의 기업들은 음향효과가 탁월하며 멀티플 스크린을 장착한 모델을 선보이고 있다.

● 소형 스피커

소형 스피커 수요의 증가와 업체간의 치열한 경쟁으로 인하여 제조 메이커들은 비록 생산가가 상승중임에도 불구하고 제품가격을 인상하지 못하고 있다.

엔화와 원화의 절상으로 인해 바이어들이 홍콩으로 발길을 돌리고 있으며 대만에서는 FOB 가격이 20% 상승. 한국기업들은 통화강세의 타개책으로 새로운 모델개발에 주력

Asian Sources Gifts & Home Products

발행처 : Trade Media Ltd

● 진공청소기

업체간의 경쟁이 치열해짐에 따라 진공청소기 제조업체들은 가격인상을 억제하고 새 모델 개발에 총력을 쏟고 있다. 홍콩의 기업들은 손에 들고 작업하는 소형 모델 개발에 주력하고 있으며 회중전등과 수정시계가 장착된 진공청소기가 대만의 업체에 의해 생산되고 있다.

● 창가리개

대만의 기업들은 지난해에 이어 올해에도 창가리개의 판매가 늘 것으로 예상하여 생산시설 자동화에 박차를 가하고 있으며 높은 매출액을 지속하기 위해 시장다변화를 꾀하고 있다. 금속판(Slat)의 크기가 보다 작아진 새로운 모델이 홍콩과 한국의 기업들에 의해 개발되고 있다.

● 플라스틱 장난감 자동차

원자재가격의 상승으로 인해 장난감 자동차의 가격인상이 불가피한 실정에 있다. 관련기업들은 경쟁력 제고를 위해 제품의 품질과 안전성 개선에 역점을 두고 있으며 정기적으로 새 모델을 내놓고 있다. 대상시장은 유럽과 일본.

● Keychains/Keyfinders

제조업체들은 키체인 수요증가에 발맞추어 제품 다양화를 모색하고 있다. 판촉제품 시장이 주요 판매 대상 시장.

● 사진틀

지방특유의 재료를 사용하거나 혹은 기발한 아이디어에 의한 다양한 제품들이 시판되고 있다. 나무, 금속, 대리석, 가죽, 플라스틱 재료의 사진틀 소개

Design

발행처 : The Design Council

● Brown goods survey

White goods(주방제품이 주종을 이룸)와 반대되는 개념인 Brown goods에 대한 특집기사로서, Brown goods의 시장동향, SONY사의 휴대용 콤팩트 디스크플레이어, 솔라 이용 워크맨,

TV디자인, 그리고 최근의 기술 진보에 힘입어 제품 다양화가 이루어지고 있는 악기 디자인등 소개.

● Product case study

Moggridge Associates가 덴마크의 Dancal찬를 위해 개발한 코드리스폰 개발 사례

● Re-inventing two wheels

지난 80년 동안 페달식 자전거가 대중을 이루어왔던 자전거 시장에 최근 등장, 눈길을 끌고 있는 신체 전부를 이용해 동력을 얻는 자전거, 접을 수 있는 자전거등 소개.

● Partners in creation

맨체스터 소재 디자인 컨설턴사인 Buxton Wall Mcpeake 탐방기사로서 동사가 디자인한 접을 수 있는 장난감 상자, 에어컴프레샤, 정원용 스프링쿨러, 자동차 세척용 브러쉬, 디스크 드라이브 유닛등을 소개.

● Design Mark

디자인 카운슬에 의해 우수상품으로 선정된 벽부착용공중전화기, 의자기능과 쇼펄트롤리 기능을 결합한 트롤리, 알루미늄 트레이등을 소개.

IDEA(아이デア)

발행처 : 誠文堂 新光社

● GOULD & ASSOCIATES INC

패키지, 제품디자인, 상표디자인, 전문디자인 컨설턴사인 GOULD社 소개기사로서 펄시찬를 위한 패키지, C.I.P사례, Sunbeam찬를 위한 전기다리미 시작품, 심볼, 상표등이 수록.

● SUNTORY ART POSTER

"共鳴"이란 주제로 SUNTORY HALL이 Sam Francis, Ronald Davis등 저명한 예술가들에게 위촉 제작한 포스터들을 게재.

● 컴퓨터 아트에의 조형적 가능성

(Formative Prospects in Computer Art) 정보화 시대의 표현도구로서 각광을 받고있는 컴퓨터 그래픽의 조형적 가능성에 대해 기술. Shichiro Saguch(일본), 김종기(한국) 등의 작품 20여점 게재.

● 패션사진작가 Deborah Attoinese

Art Direction지, Mario Valentino 등의 클라이언트를 상대로 패션사진을 제공하고 있는 신예작가 Deborah Attoinese의 작품세계.

● 퀘벡과 몬트리올의 도시환경과 사진

퀘백과 몬트리올의 스트리트 퍼니처, 사인시스템, 슈퍼그래픽등을 소개.

Design Inter City Experimental Maglev Transrapid

발행처 : Design Center Stuttgart

자동차, 열차 그리고 비행기로 이루어진 유럽의 현행 운송 시스템은 현대의 제반 환경변화를 수용하기에는 부적합하다는 지적을 받고 있다. 사람들의 잦은 이동으로 인한 교통체증의 심화와 철도사업의 사양화 그리고 단거리 고속 이동 수단으로서의 비행기의 부적합—에너지 소비의 과다, 복잡한 수속절차, 공항에서 시내 중심가까지의 먼 거리 등—을 타개할 수 있는 새로운 운송 수단이 절실히 요구되던 차에 Alexander Neumeister에 의해 개발되고 있는 고속운송 시스템인 “Transrapid”와 “ICE(Inter City Experimental)”은 미래의 대중교통 수단으로서 주목을 받고 있다.

—ICE와 Transrapid의 내외장 디자인 과정 그리고 '70년 이래 진행되었던 대표적 도시 대중교통 수단 디자인을 소개.

Lastauto Omnibus

발행처 Vereinigte Motor Verlage GMBH

●Schvitt nach vorn

(Fahrbericht : Volvo F10 und F12)
→80年代를 겨냥해 내놓았던 Volvo F10과 F12의 재원 및 특징 소개.
(Volvo가 개발한 새로운 냉각장치, 연소장치등의 사례를 소개)

●Luft-Hoheit

(KHD-Dieselmotoren von morgen)
→디젤엔진 제조업체로 유명한 독일의 KHD社(Klockner-Humboldt-Deutz)의 개발본부(Köln 소재) 방문기사. 버스 및 트럭용 차량 엔진의 미래에 대한 기사를 게재하고 있으며, KHD社의 공냉식 엔진개발 책임자인 WERNER HAAS 社와의 인터뷰 기사도 함께 수록하고 있다.

md

발행처 : Konradin Verlag

●Aspckte zur sensucllen Wahrnehmung)

→Zürich의 ETH학교 건축학부 3학기에 재학중인 학생들이 제작한 갖가지 형태의 의자를 소개하고 있음.

지도교수인 「Peter Jenny」에 따르면, 의자와 같은 소품의 조형작업을 통해 ‘대상에 대한 미적 인지능력’을 향상시킬 수 있는 등 많은 교육적 효과를 가져올 수 있다고 주장하고 있다.

●“Junge Menschen entwerfen für junge Menschen”

독일내 모든 대학, 전문대학 등에 재학하고 있는 디자인 및 실내장식 전공학생들을 대상으로 시상하고 있는 ‘Du Pont Award’의 올해 수상작 소개. 1등상을 받은 Kiel 조형대학의 ‘Robert de le Roi’의 다목적 침구 (의자+침대)등 입상작을 게재하고 있는데, 비교적 간단한 구조에도 불구하고 다용도로 이용할 수 있도록 설계되어 있는 것이 대표적인 특징으로 손꼽히고 있다.

Print

발행처 : Coyne & Blanchard

●Bearing the Modern Message

1920년대에서 1950년대에 이르기까지 미국, 비엔나를 무대로 포스터, 브로슈어, 상표디자인 부문에서 수많은 걸작을 남겼던 Joseph Binder의 디자인 철학, 작품 경향등을 소개.

●An American Original

일러스트레이터이자 작가, 무대디자이너로 활약중인 Edward Gorey의 작품세계를 보여주는 기사로서 그의 자화상, 잡지표지 디자인, 포스터등을 소개.

●Designer on the rim

시애틀에서 활동중인 Rick Eiber의 작품 소개기사로서 시애틀 심포니의 심볼, Calligraphic 로고, 그리고 다수의 포스터 수록.

Textile design 1934-1984

발행처 : Design Center Stuttgart

●1934년부터 1984년까지의 독일 텍스타일 디자인의 흐름과 발달과정을 한 눈에 볼 수 있는 자료로서 Margret Hildebrand, Antoinette de Boer 등의 작품을 수록.

Mobel design

발행처 : Design Center Stuttgart

●The Furniture Design Exhibition Project
스튜트가르트 디자인센터의 후원아래

독일의 인테리어, 가구디자인 관련 단체들이 공동 개최한 가구 디자인전의 출품작 소개.

●Chronicle of Furniture Design

1949년부터 1984년까지의 독일 Baden-Württemberg 지방의 가구발달 과정을 일목요연하게 보여주는 연대기로서 70개 기업 80여명의 디자이너 작품들이 소개되며 부록으로 수록된 가구의 재료, 디자인 특징, 디자이너 이름, 제조업체의 명칭 및 주소를 소개.

●System Furniture

비록 분리될 수 있지만 Knock-down 가구와는 엄연히 구별되는 시스템가구가 20세기에 이르러 널리 사용되게 된 사회적 배경과 시스템 가구의 특징등을 기술.

JEI

발행처 : Dempa Publication Inc.

●소니사의 CD-Single Player :

소니사의 D-88 콤팩트 CD 플레이어는 종래의 12cm CD뿐만 아니라 8cm 싱글 디스크도 사용 가능하도록 특별히 디자인되었다. D-88은 지난 4월 21일 일본 시장에 첫선을 보였는데 금년 말부터는 해외로 수출될 예정이다. 고밀도 칩을 내장시킴으로써 크기가 94.5×32.9×99mm로 축소되었으며 무게도 배터리를 포함하여 400g에 불과하다. 한번 충전으로 3시간을 플레이백할 수 있는 재충전 배터리와 8cm와 12cm 디스크를 조정할 수 있는 슬라이드식 픽업 장치가 부착되어 있다.

●Sharp사의 가정, 사무실용 전자제품 마케팅 컨셉트 : 샤프사 정보 시스템 그룹의 마케팅 본부장인 Kensuk Yamade 씨와의 인터뷰기사로서 미국시장에 소개되어 상당한 주목을 받았던 가정, 사무실용 전자제품 컨셉트의 제품 컨셉트 설정 배경, 이들 제품의 대상 소비자, 시장 규모 등을 소개했다.

●개인용 팩시밀리와 Brother사의 FAX-100 : 일본의 팩시밀리 시장은 급속한 속도로 신장되고 있다. 팩시밀리는 개인용 컴퓨터, 워드프로세서, 복사기와 더불어 필수적인 사무기기로서 오늘날 대기업체의 사무실뿐만 아니라 소규모 사업장에까지 설치되고 있다.

한 국

디자인포장센터는 수출증대와 경제 발전에 가장 중요한 요소로 부각되고 있는 산업디자인과 포장의 연구·개발 및 진흥을 위하여 1970년 5월 19일 기존의 한국포장기술협회와 한국디자인센터, 한국수출품포장센터 등의 3개 단체를 통합 발족하였으며, 1977년 12월 31일자로 디자인·포장 진흥법이 제정, 공포됨에 따라 특별법에 의한 연구·진흥 기관으로 새롭게 출발하였습니다. 이러한 설립 취지에 부응하기 위해 그동안 우리 센터에서는 디자인·포장 개발 및 진흥사업, 디자인·포장 정보 제공사업, 그리고 수출용 포장재 생산 시범 사업 등을 통해 우리나라의 디자인·포장 발전을 위하여 헌신적인 노력을 기울여 왔으며, 앞으로도 그 열기를 식히지 않을 것입니다.

디자인

개발부에서는 기업의 제품디자인 개발 및 지도·상담, 시각·장치디자인 개발 지원, 산업디자인 개발 용역 등의 연구 개발 사업과 교육 연수, 우수디자인 상품 선정제, 디자이너 등록제, 대한민국 산업디자인 전람회 등의 진흥사업을 통해 수출 진흥과 국민생활 향상에 기여하고 있습니다. 산업디자인이 오늘날 대량생산·대량유통·대량소비 제품의 개발에 주역을 담당하게 된 새로운 산업기술 분야로서 제품의 조형 요소를 최적화시켜 인간의 정신적·물질적 욕구를 충족시킬 수 있도록 하는 고도의 창조 행위임을 깊이 인식하고 있는 센터의 디자이너들은 창의적이고 독창적인 디자인 개발을 위해 끊임없는 노력을 기울이고 있습니다.

포 장

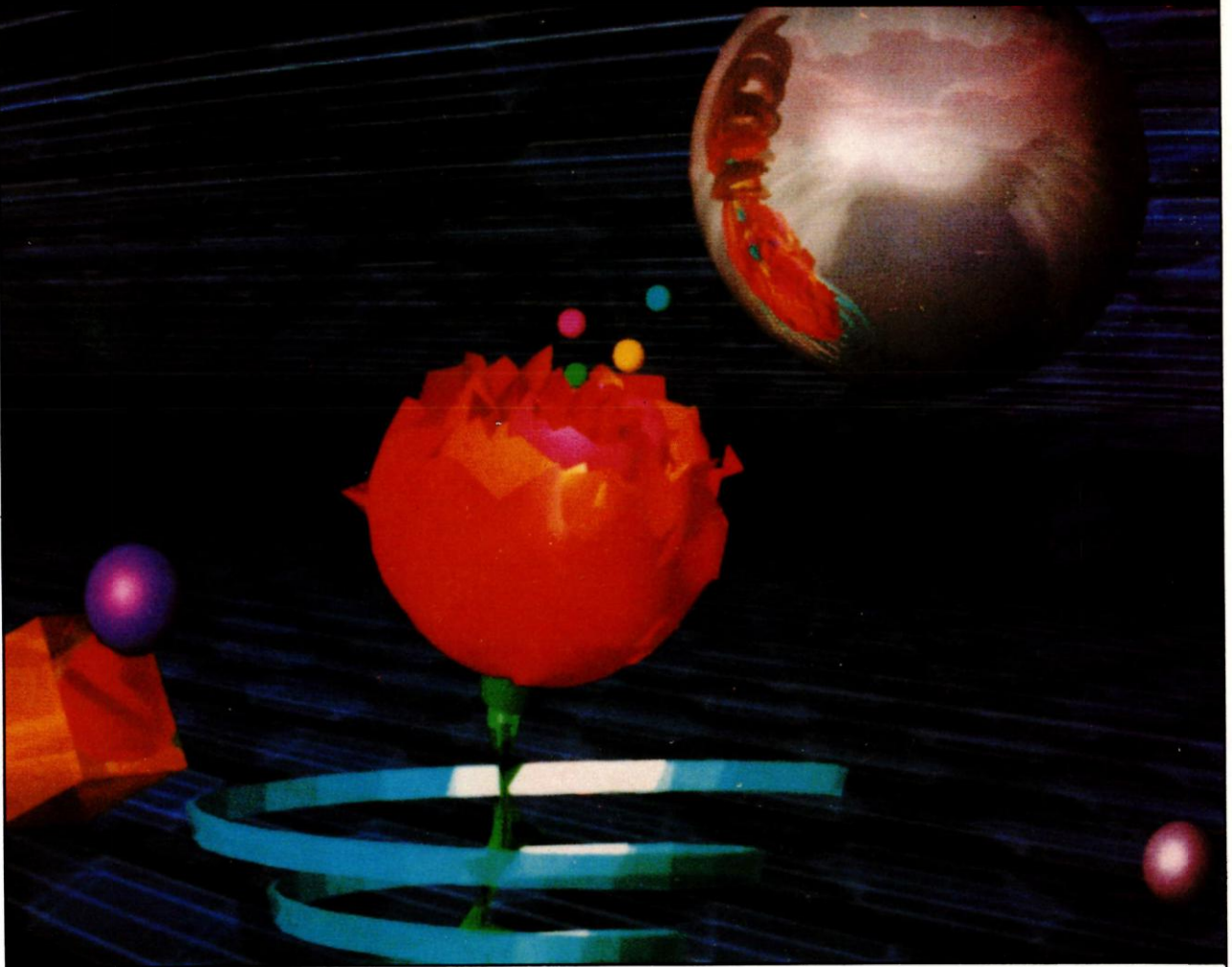
개발부에서는 연구·개발 사업으로 제품의 포장 방법 및 포장디자인 개발 지원, 기업·정부·공공기관이 특별히 요청하는 포장개선 용역 및 공동연구를 행하는 한편, 과학적이고 합리적인 연구 개발 업무와 기업의 포장재 시험 의뢰를 위한 포장시험실을 운영하고 있으며, 진흥사업으로 기업에 대한 현장 지도와 상담, 관련단체 활동 지원, 포장관리사 교육을 비롯한 교육 및 세미나, 각종 실태조사를 비롯해 「한국국제포장기자재전」과 「한국우수포장대전」 등의 전시 사업을 행함으로써 포장의 중요성에 대한 일반의 인식을 제고시키고 물질 유통 합리화와 마케팅 전략을 동시에 추구할 수 있는 합리적인 포장 개발을 위해 열과 성을 다하고 있습니다.

센 터

정보자료부는 고도로 발전해 가는 정보화 시대에 부응하여 국내외의 최신 정보자료의 신속한 수집·전파를 위한 정보센터로서의 기능을 다 하고자 '87년 3월에 발족하였습니다. 국내 및 미국·일본·영국 등지의 해외 네트워크와 연결된 정보망을 통해 조사 수집한 디자인·포장 관련 최신 정보자료를 컴퓨터 시스템을 통해 과학적이고 체계적으로 정리 분석하여 관련 기업 및 기관에 신속하게 제공함을 주업무로 하고 있으며, 이를 위해 전산실과 자료실을 운영하고 출판사업 및 국제 협력 사업을 추진해 나감으로써 국제화 시대에 뒤떨어지지 않는 디자인·포장 발전을 위한 정보 제공 센터로서의 역할을 수행해 나가고 있습니다.

<p>특집</p> <p>■ 제23회 대한민국 산업디자인 전람회 상공부 주최, 한국디자인포장센터 주관하에 실시된 제23회 대한민국 산업디자인전람회의 수상작 화보와 제작 후기 및 심사평.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 4~28</p>	<p>특집</p> <p>■ '88년 우수 디자인 상품 선정제 한국디자인포장센터에서 매년 우수 디자인 상품을 선정해 GD 마크(Good Design Mark)를 부여하는 우수 디자인 상품 선정제의 '88년도 실시 개요 및 선정 작품, 심사평 등 소개.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 30~47</p>
<p>연구논단</p> <p>■ 한글의 획폭비와 가시 거리에 관한 연구 필자 : 최동찬·박영택 정보 전달의 매개 수단으로서 최적 가독성을 유지시킬 수 있는 한글의 획폭비와 가시 거리에 대해 실험·분석을 통한 연구 결과.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 48~52</p>	<p>디자인정보</p> <p>■ ICSID 1985~1987 활동 보고서 국제산업디자인단체협의회(ICSID)가 지난 해 네덜란드의 암스텔담에서 개최된 총회에서 보고한 1985~1987년 사이의 활동 사항 내용의 요약.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 53~57</p>
<p>기획연재</p> <p>■ 세계 유명상품 디자인사 디시 컵(Dixie Cup)과 파카51 만년필(Parker 51 Pen)의 디자인 개발 과정.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 58~59</p>	<p>지상중계</p> <p>■ 제3회 JAGDA + KSVD 교류전 한국시각디자인협회(KSVD)와 일본그래픽디자인협회(J-AGDA)의 세 번째 교류전의 출품작을 화보로 소개</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 60~65</p>
<p>지상중계</p> <p>■ 국제 세라믹 타일 공모전 수상작 스위스의 André Orlandi사에서 지난 1월에 개최한 국제 세라믹 타일 디자인 공모전 수상작(1~7등) 소개.</p> <p>디자인뉴스</p> <p>■ 디자인 동서남북 국내외 디자인 관련 전시회 및 행사, 동향 등에 대한 정보.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 66~73</p>	<p>디자인자료</p> <p>■ 도요다 자동차 디자인사III 필자 : 마사오 모리모토 도요다 자동차 RR형 크라운과 RR형 마스타 등의 디자인 개발에 관한 내용.</p> <p>■ 국내의 디자인 관련 정보 자료 한국디자인포장센터 자료실에 1988년 4~5월 중 입수된 디자인 관련 국내의 도서 및 자료 등의 내용 요약.</p> <p>산업디자인 97 1988. Vol. 19 pp. 74 ~ 86</p>

컴퓨터 그래픽스의 꽃



AT & T에서 개발된 TARGA 16, 24, 32와 VISTA는 컴퓨터 그래픽 전용의 VIDEO GRAPHIC BOARD로서 수만가지의 색상을 VIDEO로 재현할 수 있으며 AT & T 및 많은 회사에서 제공되는 다양한 SOFTWARE를 사용할 수 있으므로 TARGA와 VISTA는 모든 디자인 분야에 꼭 필요한 현대 첨단과학의 꽃이라 할 수 있습니다.

■ Hardware

- TARGA 16, 24, 32
- VISTA

■ Software

- TIPS
- RIO, RIO-PCS
- TOPAS, TOPAS-PCS
- TOPAS ANIMATOR
- PHOTOBASE
- VERSACAD, AUTOCAD
(PC/XT/AT, 386, MAC II 전용)

■ 응용분야

- 산업디자인
- 방송용 그래픽 디자인
- 텍스타일, 패턴, 패키지, 각종 시각 디자인
- 애니메이션
- 광고기획분야 디자인
- 건축설계 디자인
- 순수미술



AT & T / TRUEVISION 한국공식대리점
(주) 어플라이드 엔지니어링
 주소 : 서울·영등포구 당산동1가 7 계림빌딩 308호
 사서함 : 서울 청량리 사서함 289호
 전화 : (02)679-7691 (대)
 FAX : (02)677-3863
 TELEX : K27928 APPLKOR

사업내용 :

- CAD/CAM/CAE
- Data Acquisition & Control/Robot/Sensor
- Graphics/Image Processing/Robot Vision
- IBM Series/1을 이용한 자동화 시스템

■ 당사와 동참할 응용분야별 전문대리점 모집중

제2회 한국우수포장대전

The 2nd Korea Good-Packaging Exhibition

개최안내



1. 명칭

제2회 한국우수포장대전
The 2nd Korea Good-Packaging Exhibition

2. 개최목적

우수포장공모전을 통해
가. 포장의 중요성에 대한 인식도 고취
나. 우수포장 개발 촉진
다. 적정포장 설계 유도도 유통 합리화 도모
라. 상품의 고급화로 국제경쟁력 강화

3. 전시기간

1988. 9. 2(금) ~ 9. 11(일), 10일간

4. 전시장소

한국디자인포장센터 전시관

5. 개최기관

- 주최: 한국디자인포장센터
- 후원: 상공부, 한국방송공사
- 협찬: 대한상공회의소, 한국무역협회, 전국경제인연합회, 중소기업협동조합중앙회, 대한무역진흥공사

6. 출품자격

제한없음(단, 합작인 경우 2인 이내의 공동출품만 인정)

7. 출품부문 및 출품요령

가. 출품부문

(1) 제1부(포장디자인)

(가) 판매촉진을 목적으로 개발한 모든 상업 포장의 연구 시제품

(나) 현재 국내에서 유통되고 있는 상품(수출상품포함) 중 출품일을 기준으로 실용화 1년 이내의 모든 상업포장

■ 제작상의 유의사항

- 독창성(아이디어)
- 상품성(표면디자인, 모양)
- 구조성(실용성, 보호성)
- 경제성(포장비, 생산성)

(2) 제2부(포장기법)

(가) 제품의 수송, 보관, 하역을 위해 합리적인 방법으로 제작한 공업포장의 연구 시제품

(나) 현재 국내(수출상품포함)에서 유통되고 있는 포장방법 중 제품의 수송, 보관, 하역을 위해 합리적인 기법으로 제작되어 출품일을 기준으로 실용화 1년 이내의 모든 공업포장

■ 제작상의 유의사항

- 보호성(물리적, 화학적, 도난, 변조에 대한 보호)
- 편리성(취급의 용이성, 재활용성)
- 독창성(아이디어)
- 경제성(포장비, 생산성)

(3) 제3부(포장재료)

제품의 포장을 목적으로 개발된 각종 포장재료로서 출품일을 기준으로 개발된지 1년 이내의 것

나. 출품요령

(1) 출품물 규격 제한 없음

(2) 출품물에 대한 판넬 제출

(가) 내용

1부: 디자인의도, 제작방법, 용도, 기타 특기사항 등

2부: 제작의도, 구조, 기능, 용도, 기타 특기사항 등

3부: 구조, 특성, 용도, 기타 특기사항(단, 시험성적서가

필요하다고 인정되는 품목은

공인기관 발행성적서 첨부)

(나) 규격: 판넬-730×730×30mm

8. 출품제한

가. 국내의 관련 전시회에서 기 입상한 작품
나. 모방성이 인정되는 작품

다. 특허법, 실용신안법, 의장법, 상표법 등의 법률적인 분류가 있는 작품
라. 공공질서, 미풍양속에 해롭다고 인정되는 작품
마. 출품부문 및 출품요령에 명시된 사항에 합당하지 않은 작품

9. 출품절차

가. 출품원서 배포처: 한국디자인포장센터 포장개발부

나. 출품원서 배포기간: 1988. 6. 10부터

다. 작품접수: 1988. 8. 18~8. 19(2일간)

라. 작품접수처: 한국디자인포장센터 전시관2층

마. 출품료: 1종당 5,000원

10. 작품심사

가. 심사위원: 관련기관 및 사계의 권위자

나. 심사기준: 출품부문 및 출품요령 내용에 준함.

다. 심사발표: 1988. 8. 24(한국디자인포장센터 전시관)

11. 전시작품

가. 입·특선 및 수상작품

나. 국내 및 해외 우수작품

다. 기타 대외장이 필요하다고 인정하는 작품 및 제품

12. 시상

가. 일시: 1988. 9. 2. 11:30

나. 장소: 한국디자인포장센터 강의실

다. 내용

구분	시상내용	점	부상
대상	상공부 장관상	1	2,000,000원
최우수상	한국디자인포장센터 이사장상	2	(각)1,000,000원
우수상	대한상공회의소 회장상	1	500,000원
우수상	한국무역협회 회장상	1	500,000원
우수상	전국경제인연합회 회장상	1	500,000원
우수상	중소기업협동조합중앙회 회장상	1	500,000원
우수상	대한무역진흥공사 사장상	1	500,000원
우수상	한국방송공사 사장상	1	500,000원
장려상	한국포장관리사회 회장상	1	300,000원
장려상	서울패키지디자인협회 회장상	1	300,000원
특선·입선		다수	

13. 작품반출

출품물은 다음 기간내에 반출해야 하며 기간내 미반출물은 주최측이 임의 처분함.

가. 반출기간

(1) 콘테스트 낙선작품: '88. 8. 24~8. 25(2일간)

(2) 전시품: '88. 9. 12~9. 13(2일간)

나. 반출장소: 한국디자인포장센터 전시관

14. 문의처

한국디자인포장센터 포장개발부

서울 종로구 연건동 128번지(762-9463, 741-4664)

FAX. 02-745-5519