

A BETTER **LIFE** BY **DESIGN**

designdb.com

Vol.06

2017. 01

DESIGN ISSUE REPORT

DESIGN SPECIAL +

디자인전문회사의 현재와 미래

- I 해외 디자인산업 동향: 디자인전문회사 인수 · 합병 열풍
- II 해외 디자인전문회사의 새로운 파트너: 스타트업과의 상생
- III 국내 디자인산업 동향: 산업디자인통계조사를 중심으로
- IV 국내 디자인전문회사의 수익 확대: 가치 사슬의 확장
- V 국내 디자인전문회사의 돌파구: 중국 디자인 시장
- VI 국내 디자인전문회사의 새로운 기회: 제조 패러다임의 전환
- VII 참고문헌

DESIGN STORY +

2016 Korea Design Membership 영디자이너 인재 발굴 현장

D E S I G N

I S S U E

R E P O R T

CONTENTS

DESIGN SPECIAL +

디자인전문회사의 현재와 미래

- I. 해외 디자인산업 동향: 디자인전문회사 인수 · 합병 열풍 03
- II. 해외 디자인전문회사의 새로운 파트너: 스타트업과의 상생 05
- III. 국내 디자인산업 동향: 산업디자인통계조사를 중심으로 07
- IV. 국내 디자인전문회사의 수익 확대: 가치 사슬의 확장 09
- V. 국내 디자인전문회사의 돌파구: 중국 디자인 시장 10
- VI. 국내 디자인전문회사의 새로운 기회: 제조 패러다임의 전환 12
- VII. 참고문헌 16

DESIGN STORY +

- 2016 Korea Design Membership 영디자이너 인재 발굴 현장 18

디자인전문회사의 현재와 미래

변화하는 환경에서 지속가능한 일거리 찾기

- KIDP 전략개발 PD

I. 해외 디자인산업 동향: 디자인전문회사 인수·합병 열풍

I 글로벌 대기업 및 유망 스타트업의 디자인전문회사 인수·합병 가속화⁽⁵⁾

· '04년 이후, 디자인전문회사가 기술·서비스·금융업 기반의 타 업종으로 인수되거나 주식의 일부를 매각한 사례는 총 42건⁽³⁹⁾

- 인수기업은 구글, 페이스북 등 IT 업종 외에도, 기업용 소프트웨어 개발, 경영전략·회계 컨설팅, 전자상거래 등 다양한 분야

- 디자인전문회사의 인수·합병이 기존 제품군의 스타일링 개선을 위한 것이 아님을 암시

[표1] 디자인전문기업 M&A 현황

2004-2012	2013	2014	2015	2016	
<ul style="list-style-type: none"> • FLEXTRONICS +acq. Frog Design 2004 • MONITOR +acq. DOBLIN 2007 • FLEXTRONICS +acq. TAT 2010 • FACEBOOK +acq. Sofa 2011 • GLOBALLOGIC +acq. Method 2011 • ONE KING'S LANE +acq. Helicopter 2011 • GOOGLE +acq. Mike &Maaike 2012 • FACEBOOK +acq. Bolt Peters 2012 • SQUARE +acq. 80/20 2012 • GOOGLE +acq. Cuban Council 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • FACEBOOK +acq. Hot Studio 2013 • ACCENTURE +acq. Fjord 2013 • SHOPIFY +acq. Jet Cooper 2013 • DELOITTE +acq. Banyan Branch 2013 • INFOR +acq. Hook & Look 2013 • GOOGLE +acq. 17FEET 2013 • GOOGLE +acq. Hattery 2013 	<ul style="list-style-type: none"> • OCULUS / FB +acq. Carbon Design 2014 • GOOGLE +acq. Gecko Design 2014 • CAPITAL ONE +acq. Adaptive Path 2014 • ACCENTURE +acq. Reactive 2014 • DELOITTE +acq. Flow Interactive 2014 • PWC +acq. Optimal Experience 2014 • KPMG +acq. Cynergy Systems 2014 • BCG +acq. S&C 2014 	<ul style="list-style-type: none"> • FACEBOOK +acq. Teehan+Lax 2015 • BBVA +acq. Spring Studio 2015 • MCKINSEY +acq. Lunar Design 2015 • CAPITAL ONE +acq. Monsoon 2015 • WIPRO +acq. DesignIt 2015 • ERNST & YOUNG +acq. Seren 2015 • DELOITTE +acq. Mobiento 2015 	<ul style="list-style-type: none"> • AIRBNB +acq. Iapka 2015 • COOPER consolidation +acq. Catalyst 2015 • SALESFORCE +acq. Akta 2015 • ACCENTURE +acq. Chaotic Moon 2015 +acq. PacificLink 2015 • FLEX medical design +acq. Farm Design 2015 	<ul style="list-style-type: none"> • PIVOTAL +acq. Slice of Lime 2016 • IBM +acq. Resource/Ammirati 2016 +acq. ecx.io 2016 +acq. Aperto 2016 • KYU COLLECTIVE minority +acq. IDEO 2016 • COOPER +acq. Fahrenheit 212 2016 • DELOITTE +acq. Heat 2016

· '15년을 기점으로 디자인전문회사 인수·합병 본격화

- 실리콘밸리의 가장 오래된 디자인전문회사 중 하나인 LUNAR는 경영 컨설팅 기업 맥킨지에 인수⁽¹⁸⁾

- 대표적인 디자인컨설팅기업 IDEO는 일본 하쿠호도 DY 홀딩스의 전략사업조직인 KYU에 주식 일부 매각⁽³⁸⁾

해외 디자인산업 동향: 디자인전문회사 인수·합병 열풍

타 분야의 디자인전문회사 인수·합병은 경영활동에 있어 디자인의 가치에 대한 인식 변화 및 적극적인 투자 의미

· 디자인은 제품과 서비스의 성능과 품질 향상 뿐 아니라, 기술과의 융합을 통해 고객에게 보다 편리한 경험을 제공하는 것으로 역할 확대

- 피인수된 디자인전문회사는 제품·서비스의 혁신 뿐 아니라 창의적 기업문화의 전파를 통해 다방면의 시너지 창출

- 또한, 전략적 디자인 관리를 통해 기업의 혁신을 위해 무엇에 투자하고 무엇을 필요로 하는지, 어떤 디자인 기술을 확보해야 하는지 등 디자인 경영의 핵심적 의사결정 수행⁽¹⁶⁾

· 인수합병 외에도, 신규 디자이너 채용 및 자체 교육 프로그램 도입, 운영 활성화 등 글로벌 기업의 디자인 투자 활발히 진행중

- 세계 1위 정보기술 서비스 기업인 IBM의 경우, 클라우드 컴퓨팅 등 신성장 분야 공략을 위해 디자인전문회사 3개사 인수⁽³⁾

- 1,500명 규모의 신규 디자이너 채용 및 관리직 8,000여명 대상의 디자인적 사고 교육 추진중⁽¹⁰⁾

글로벌 대기업이 디자인 역량을 내재화하고, 인하우스 체제로 프로젝트를 진행함에 따라 디자인전문회사의 일거리 감소 예상

· 인하우스 디자인팀을 운용할 여력이 없는 중소기업 중심의 소규모 프로젝트 발주는 디자인전문회사의 경영안정에 필요한 매출로 불충분

· 이로 인한 디자인전문회사 붕괴는 중소기업 디자인 경쟁력 기반을 약화시키는 악순환 초래

- 실제로 GE, BMW, HP 등 글로벌기업의 프로젝트를 수행해 온 디자인전문회사 스마트디자인은 일거리 부족으로 샌프란시스코 사무실 철수⁽¹³⁾

· 따라서, 건강한 디자인산업 생태계 조성을 위한 디자인전문회사의 새로운 비즈니스 모델 개발이 시급한 과제로 대두



II. 해외 디자인전문회사의 새로운 파트너: 스타트업과의 상생

실리콘밸리 유니콘 스타트업*의 21%가 디자이너와 공동 창업⁽³⁹⁾

*유니콘 스타트업: 기업가치 10억 달러 이상의 기업

- 숙박 공유 플랫폼 에어비앤비*의 브라이언 체스키와 조 게이바는 대표적인 디자이너 출신 창업가
- *에어비앤비: 기업가치 200억 달러
- '13년 이후, 누적 펀딩 금액 기준 상위 그룹에 속하는 스타트업의 약 36%는 디자이너와 공동 창업

벤처캐피탈의 디자이너 영입 활성화⁽¹⁵⁾

- 실리콘밸리의 간판 벤처캐피탈 KPCB는 로드아일랜드 디자인스쿨 총장을 역임한 존 마에다를 파트너로 영입
- 구글벤처스는 총 5명의 디자이너가 파트너로 일하며 투자기업의 디자인 지원 전담
- 스타트업의 디자인 능력에 대한 평가가 투자결정의 중대한 기준으로 작용함을 시사

초기 창업이 가장 활발하게 이루어지고 있는 모바일 분야는 사용자 경험 디자인이 스타트업 성공의 핵심 키워드⁽²¹⁾

[표2] 미국 스타트업의 초기 창업 분야

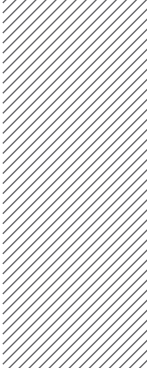
분야	모바일	전자상거래	소셜미디어	소프트웨어	디지털미디어
스타트업 수	9,541 개사	6,083 개사	5,920 개사	4,037 개사	3,732 개사

- 개인화·맞춤화된 경험의 제공을 기업의 최우선 과제로 인식하고 있는 기업이 4년 전 35%에서 '16년 89%로 급격히 증가⁽³⁹⁾
- 소비자들이 매순간 디지털 기기를 통해 모바일 환경을 경험하고 있으며, 그 경험(UX)이 기업이 제공하는 제품이자 서비스 가치임을 보여줌⁽³⁷⁾
- 이 밖에도 디자인은 새롭게 시작하는 기업에게 정체성을 부여하고 비전과 전략을 보다 구체적으로 가시화하는 역할 수행

위와 같은 트렌드는 세계적 창업 열풍을 디자인전문회사의 새로운 비즈니스 모델로 활용할 수 있는 계기 마련⁽¹⁴⁾

- 대기업, 중소기업 위주의 단발성 디자인 프로젝트는 그 가치가 지속될 수 없는 한계에 봉착
- 디자인전문회사와 스타트업 간 협업은 로열티 지불 등을 통해 장기적 파트너십 형성 및 동반성장 가능
 - 산업디자이너 이브 베하는 벤처 디자인 투자라는 개념을 고안, 그가 이끄는 디자인전문회사 퓨즈 프로젝트는 스타트업과의 협력을 통해 일반 벤처캐피탈보다 높은 수익률 기록⁽⁹⁾
 - IDEO, frog 등의 세계적 디자인컨설팅기업 또한 자체적으로 인큐베이팅 프로그램을 운영, 디자인적 사고 및 방법론을 전수 하고 있으며, 그 대가로 해당 기업의 주식을 제공받음⁽³⁾⁽¹²⁾



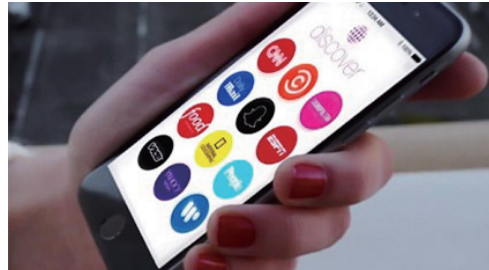


[참고1] 모바일 분야의 UX 성공사례⁽³⁹⁾

스냅챗 (대표:에반 스피겔, 스탠포드 대학교 제품디자인 전공)

2015년 포브스 선정, 직원 1인당 기업가치가 가장 큰 회사

2015년 포브스 선정, CEO가 세계 최연소 억만장자인 회사 (자산가치 약 \$15억)



디자인 컨셉:행동으로 사용자를 유인하다(Start with the activity to bias towards)앱을 켜는 것만으로 카메라가 작동하여 촬영이 시작되며, 일정시간 이후 메시지가 자동 삭제되는 자기파괴 기능을 담고 있다.

[참고2] 스타트업과 디자인전문회사의 협력사례⁽⁴⁾

퓨즈 프로젝트 (대표:이브 베하)

매년 디자인의 중요성을 잘 인식하고 있는 회사 2~3개사를 선별하여 협업을 진행

스타트업 18개사를 통해 기업 총 매출액의 60%, 순이익의 80%를 달성(2012)



조본 업(Jawbone Up)

이브 베하가 CCO로 참여한 스마트폰 운동 관리 액세서리로, 다른 웨어러블기기와 달리 패셔너블한 디자인으로 주목받고 있으며, 일상의 모든 움직임을 기록하고 분석한다.

어거스트 홈엑세스 시스템(August)

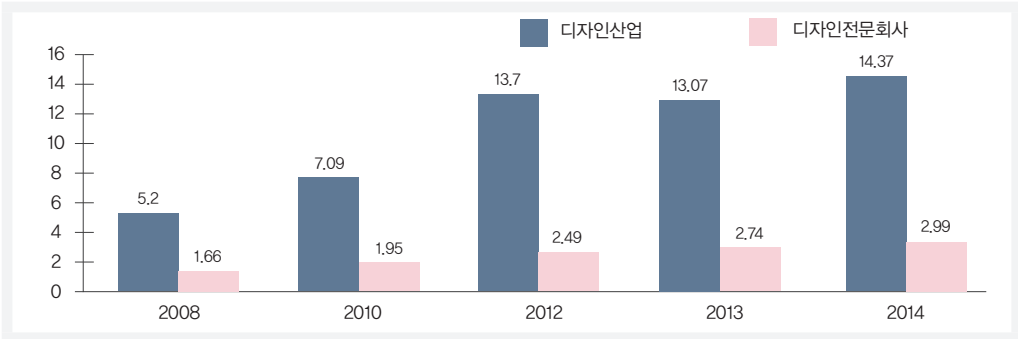
이브 베하가 공동설립한 스마트 도어락으로 사용자별로 보안시스템을 특화해 손쉽게 타인의 출입을 통제할 수 있고, 네스트 등 기타 IoT 제품과의 호환성이 높다.



Ⅲ. 국내 디자인산업 동향: 산업디자인통계조사를 중심으로⁽³⁶⁾

■ 국내 디자인산업 규모는 약 14.37조원('14)으로, 13.07조원('12) 대비 10% 증가하였으며, 이는 같은 기간 국내 GDP 성장률 2.6%에 비해 유의미한 성장

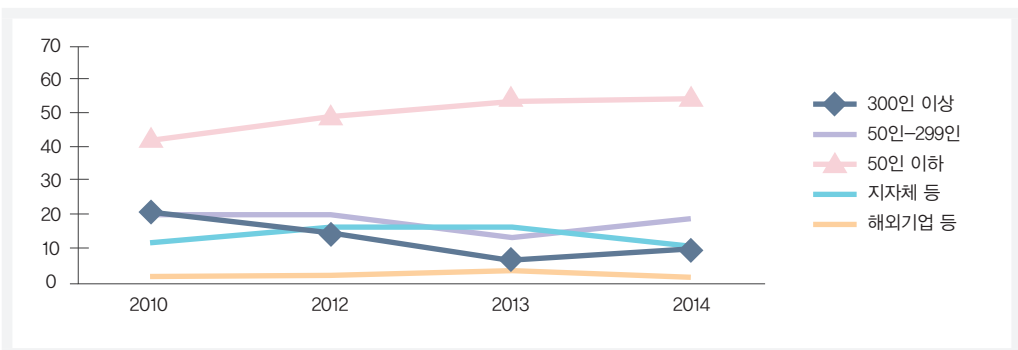
[표3] 디자인산업 규모 및 디자인전문회사 매출액 추이



■ 디자인전문회사 매출액 규모는 전년도 대비 약 8.9% 증가한 2.99조원 ('14)으로 추정되며 '08년 이후 꾸준한 상승세

- 하지만, 업체당 평균 매출액은 약 6억 5,935만원, 평균 종사자 수는 4.71명으로 여전히 영세한 규모
- 디자인전문회사의 매출은 국내 디자인개발용역 비중이 87.29%로 가장 높게 나타나며, 해외 디자인개발 용역은 1.59%에 불과
- 디자인전문회사의 고객 구성을 세부적으로 살펴보면 '10년 이후, 50인 이하 기업의 비중은 지속적으로 증가하고 있는 반면, 300인 이상 기업의 비중은 감소

[표4] 디자인전문회사의 고객 구성 비중



디자인활용기업의 국내 디자인전문회사 활용 비중은 59.42%로 '13년 대비 8.73%로 소폭 상승

·대기업의 경우, 디자인전문회사 활용 비중을 줄인 반면 인하우스 디자인팀에 의한 자체 디자인 개발 비중을 늘려가고 있음

특히, 디자인 투자 금액이 22.2% 감소한 중에도 자체 디자인 개발의 비중이 증가한 것은 대기업이 이미 일정 수준 이상의 디자인 역량을 보유하고 있음을 시사

[표5] 디자인활용기업의 산업규모 및 내부/외부 활용 비중

구분	산업규모			자체개발			외주(국내)		
	2013	2014	증감률	2013	2014	증감률	2013	2014	증감률
소기업	5,061	6,101	△20.5%	50.21	39.39	▼10.8%	49.67	60.61	△10.9%
중기업	2,001	1,932	▼3.5%	44.03	44.27	△0.2%	55.35	55.20	▼0.1%
대기업	2,905	2,258	▼22.2%	45.37	53.32	△7.9%	54.26	44.59	▼9.6%

또한, 아직까지 명확한 트렌드로 자리잡지 않았으나 해외와 유사한 디자인전문회사 인수·합병 움직임 진행중

·다움카카오의 투자 전문 자회사 케이벤처그룹은 탱그램디자인연구소*의 지분 51% 인수⁽²²⁾

*탱그램디자인연구소 : 소프트웨어 및 제품디자인 중심의 UX디자인전문회사로 탱그램팩토리 설립 후 스마트로프를 개발해 IoT영역에 진출, MWC 2015에서 주최측 선정 가장 혁신적인 제품 3위에 오른 바 있음

·탱그램디자인연구소는 자회사로의 편입 이후에도 기존 경영진 체제로 독립 운영중

·교육전문기업 에스티앤컴퍼니*는 웨더디자인을 기존의 조직 내 디자인 혁신본부의 일부로 인수하여, 이를 디자인센터로 확대 개편⁽²³⁾

*웨더디자인 : 디지털디자인전문회사로 삼성전자, 현대카드, 네이버, 아모레퍼시픽 등 다양한 분야의 대기업 프로젝트를 수행한 바 있음

·영국 런던에 본사를 둔 세계 최대 광고회사 WPP는 자회사 그레이 그룹을 통해 바이널아이*의 경영권을 인수, 디지털 영역의 사업을 가속화⁽³⁵⁾

*바이널아이 : 웹디자인 전문회사에서 출발하여 인터랙티브 뉴미디어, 테크, 광고, 브랜딩 등 다양한 영역을 넘나드는 국내 디지털 광고업계의 선도기업으로 알려짐

국내 디자인산업은 창조경제 패러다임과 맞물려 소프트웨어의 핵심으로 그 중요성과 역할이 강조되고 있으나, 산업의 주체인 디자인전문회사의 성장과 입지는 점차 약화 추세

·따라서, 디자인산업의 지속적인 성장을 만들어낼 수 있는 디자인 전문회사의 신 성장동력에 대한 고민과 시장 확대 전략 필요



IV. 국내 디자인전문회사의 수익 확대: 가치 사슬의 확장

다수의 글로벌기업이 리더십, 마케팅, 생산관리와 기획 부문에서 디자인 기법을 활용하여 디자인 혁신을 모색

· 해외 디자인전문회사도 디자인 역량을 제품·서비스의 개선에 한정 짓지 않고, 디자인적 사고를 활용한 자체 프로세스에 기반하여 문제 해결이나 비즈니스 모델 혁신의 수단으로 활용

제품 디자인을 중심으로 국내외 주요 디자인전문회사의 가치 사슬을 비교하였을 때,⁽²⁾

- IDEO, Continuum, Seymourpowell 등 해외 주요기업의 경우,
 - 가치 사슬 전반을 다루는 토탈 디자인 비즈니스를 수행할 역량보유
 - 규모와 명성을 바탕으로 수익률이 높은 디자인 종합 컨설팅에 주력

[표6] 제품 디자인산업 가치 사슬

구분	소비자 조사	▶ 디자인 컨셉	▶ 디자인 컨설팅
제공 서비스	고객이 선호하는 컨셉을 발굴하기 위해 시장동향 조사	제품 및 매체에 최적의 방식으로 실현될 수 있는 창의적 디자인 컨셉 도출	고객에 대한 이해를 바탕으로 전략적 의사 결정과 마케팅 활동 지원
필요역량	관련 시장 동향, 소비자 니즈 등 Data Mining을 통한 정확한 정보 확보	파일럿 디자인을 적시에 제품에 적용, 상용화할 수 있는 역량	고객 선호 데이터 분석, 디자인 방향 수립, 효율적 의사결정위험컨설팅역량
비즈니스 모델	멀티채널 고객 선호 조사	디자인 기획 비즈니스	디자인 컨설팅 서비스
기술개발 동향	터치센서, 생체정보센서 등 소비자패턴 인지 기술, 소비자 신체반응 관찰 등	CAD/CAM 등 설계기술, 디지털 색채보정기술, 스토리보드 저작기술 등	대용량 데이터 저장 기술, 자체 디자인프로세스 개발 기술 등

· 반면, 국내의 경우 활용기업의 필요에 따라 제품 뿐 아니라 시각, 환경을 넘나들며 디자인 컨셉 차원의 제한적 서비스 제공

- 상대적으로 규모가 영세한 탓에 소비자 조사 및 자체 디자인 컨설팅 역량 미비

따라서, 정부 차원의 디자인 R&D 지원 강화 필요⁽⁸⁾

· 국내 디자인전문회사가 토탈 디자인 비즈니스를 수행함으로써, 가치 사슬 전반에 걸쳐 수익을 창출할 수 있도록 독자적 디자인 프로세스 개발 필요

· 바이오, 헬스케어, 웨어러블 기기 등 미래 유망 산업군을 선정하고, 이를 중심으로 전문성을 갖춘 특화 디자인전문회사를 육성하여 세계 디자인 시장에서의 국내 브랜드 강화 필요



V. 국내 디자인전문회사의 돌파구: 중국 디자인 시장

디자인전문회사가 기존의 역량을 바탕으로 비즈니스를 확장하기 위해서는 더 큰 수요가 있는 시장으로의 진출 필요

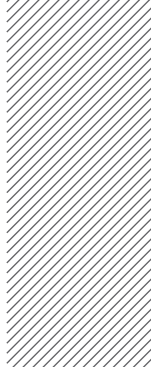
· 중국의 경우, 디자인산업 규모에 대한 공식적 통계는 없으나 산업이 가장 발달한 3개 도시 디자인산업 규모는 약 1,500억 위안(27조원)으로 국내 디자인전문회사 연간 매출액의 10배 수준⁽⁴⁾

[표7] 중국 3대 도시의 디자인산업 규모

구분	북경(2014년도)	상해(2010년도)	선전(2014년도)
디자인산업 규모	1,000억 위안 (18조원)	445억 위안 (8조원)	58억 위안 (1조원)

세계 2위 경제대국이라는 하드파워에 걸맞는 소프트파워를 갖추기 위한 중국 정부의 새로운 시도는 현지기업 뿐 아니라 국내 디자인전문회사에게 기회요인으로 작용

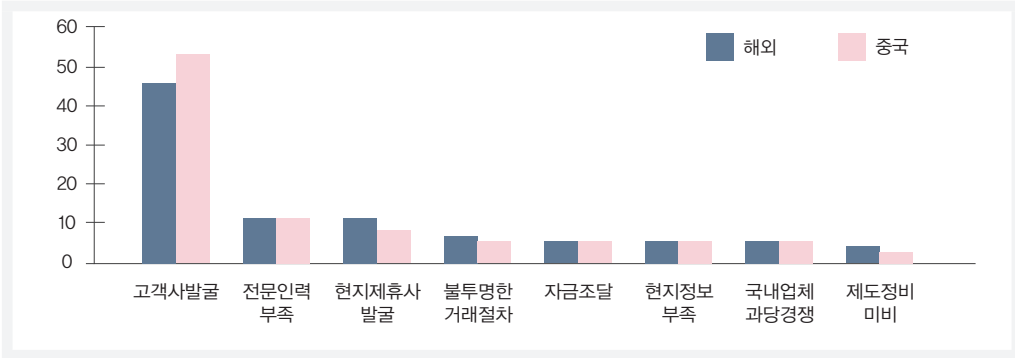
- 중국 내 제조업 생산체제가 OEM에서 ODM으로 전환
 - 아웃소싱 보편화와 부품 모듈화의 진전은 신상품 개발기간 단축
 - 비슷한 기술 수준의 제품 출시가 증가함에 따라, 차별화 전략으로 디자인 개발에 대한 수요 확대
- 소득수준의 증가로 과거 의식주 중심의 생계형 소비에서 개인의 삶을 중시하는 향유형 소비 확대
 - 주요 소비주체로 부상한 바링허우· 주링허우* 세대는 소비를 통한 개성표현 욕구가 강해 디자인을 제품 구매의 우선 요소로 고려
 - *바링허우 : 1가구 1자녀 정책 실시 후인 80년대부터 태어난 세대로, 약 2억 4,000만명으로 추정되며 신소비계층으로 떠올랐지만, 취업난 등으로 안정적이지 못함
 - *주링허우 : 중국이 개혁· 개방으로 경제적 부를 이룬 90년대 이후 태어난 세대로, 약 2억 2,000만명으로 추정되며, 소비에 익숙하고 자극적인 것을 선호함
- 생산· 소비 패턴의 변화에 따른 중국산업에 대한 긍정적 전망 외, 한류콘텐츠 및 화장품· 유아용품 등 국산 소비재의 인기가 디자인에 대한 관심으로 연결되어 중국 진출에 우호적 환경 조성
- 인적교류가 필수적인 디자인산업의 특성을 고려할 때, 문화와 정서가 유사하고 지리적 접근성이 좋은 국내 디자인전문회사가 선진국에 비해 유리



따라서, 중국 디자인 시장에 대한 체계적이고 적극적 전략 수립 필요

· 국내 디자인전문회사는 중국 진출을 추진함에 있어, 현지 고객사 발굴 및 전문 인력 확보의 어려움, 국내 업체 간 과당경쟁 등을 애로사항으로 지적⁽³⁰⁾

[표8] 해외 및 중국시장 진출 시 최대 애로사항



· 정부 차원의 해외 네트워크 관리 확대, 디자인 전문회사 간 공동 마케팅 활동 지원, 통·번역 등의 전문인력 파견 등의 사업 검토 필요

[참고3] 제52회 무역의 날, 백만불 수출의 탑 수상

디자인넥스트 (대표:박철웅)(33)

일본 전자업체와의 에어컨 디자인개발을 시작으로 중국 진출을 본격화해 최근 3년간 평균 79%의 수출 성장률을 보이며, 2015년 109만불의 수출실적을 기록하였다.



제 품_ 7인치 태블릿 PC
고 객_ HISENSE GROUP



제 품_ 스마트홈 공기청정 시스템
고 객_ Zhejiang Benyuan Appliance

우퍼디자인 (대표:한경하)(34)

2009년 16만불을 시작으로, 2013년 98만불, 2015년 124만불의 수출실적을 올리며 평균 250%의 수출 성장률을 기록하였다. 중국 내 국산 화장품의 수요와 함께 용기 디자인에 대한 수요가 늘고 있다.



제 품_ 유아용 화장품 용기
고 객_ 유한킴벌리 그린핑거



제 품_ 화장품 용기
고 객_ 유니빈스 (중국 화장품 기업)





VI. 국내 디자인전문회사의 새로운 기회: 제조 패러다임의 전환

디자인전문회사는 활용가능한 전문인력의 수에 따라 프로젝트 수와 규모를 산정할 수밖에 없는 인력 중심 비즈니스로 생산성이 제한적

·IDEO는 토탈 디자인 컨설팅을 주요 비즈니스 모델로 삼아, 국내 업체들에 비해 약 300배 큰 매출 규모를 갖추고 있으나 이를 수행 하기 위해 많은 인력이 투입되므로, 생산성 측면에서는 불과 2배 차이

[표9] 국내 · 외 디자인전문회사의 생산성

구분	아이데오(미국)	시모어파월(영국)	국내 업체 평균
매출액(2014)	1,811억원	161억원	6억 5,000만원
종업원수	665명	113명	4.7명
생산성(매출액/종업원)	2억 7,000만원	1억 4,000만원	1억 3,000만원

디자인의 중요성이 높아지고 있는 가운데, 디자인전문회사의 경영환경이 여전히 열악한 것은 수요기업의 의뢰를 기다리는 수동적 비즈니스 모델에 기반하고 있기 때문

·디자인전문회사도 대 · 중소기업의 경영환경 및 아웃소싱 활용 형태 변화에 의존하지 않는 새로운 형태의 독립적 수익원 필요⁽²⁷⁾

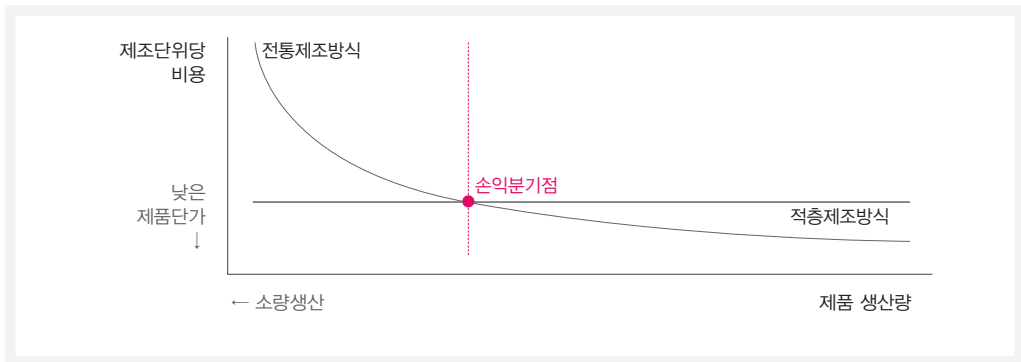
제조업은 상대적으로 진입과 경쟁이 어려운 분야로 인식되어 왔으나, 현재 진행되고 있는 제조 환경의 변화는 디자인전문회사가 창의적 아이디어를 자원삼아 제조기업으로 성장할 수 있는 기반을 제공

·생산기술의 발전 및 시장수요의 변화는 디자인전문회사와 같은 소규모 기업의 제조업 진출을 효과적으로 지원

·3D 프린팅으로 알려진 적층제조기술은 기존의 금형 · 절삭가공방식과 달리 제품생산량에 구애받지 않고 제조 단가가 균일하므로



[표10] 전통적 제조와 적층제조 방식 간의 손익분기 비교 분석



- 시제품 제작 및 원자재 비용의 절감을 통해 디자인전문회사가 다품종 소량생산 체제로 자체 브랜드 출시 가능⁽²⁸⁾
- 개인화·맞춤화 수요의 증가에 맞추어 활용기업이 아닌 최종 소비자를 직접 상대하는 새로운 비즈니스 창출도 가능⁽³²⁾
- 제조업 분야 신규 진입자를 대상으로 자금·생산·유통 지원 등의 역할을 하는 다양한 플랫폼 사업자 출현⁽²⁶⁾
- 클라우드 펀딩 플랫폼을 이용할 경우, 아이디어와 컨셉만으로도 제품 개발과 출시를 위한 초기 자금 확보 가능
- 대중의 피드백을 바탕으로 소비자의 반응을 예측하고 반영할 수 있으며, 벤처캐피탈 및 여러 매체의 주목도가 높아 홍보마케팅 효과 발생
- 스마트폰 등 디지털 기기의 대중화 및 SNS 활성화는 오픈마켓·소셜커머스 등 소비자와 전통적 유통업자 간 전통적 비즈니스 경계 약화

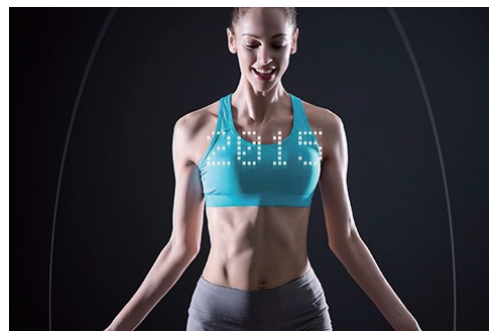
*카카오의 경우, 시제품을 보고 소비자가 선주문 및 비용주문을 할 경우에 생산에 착수하여 재고를 만들지 않는 새로운 형태의 모바일 생산·유통 플랫폼 도입⁽⁴⁰⁾

제조업 패러다임의 전환을 적극 활용하여 디자인전문회사가 새로운 성장기반을 마련할 수 있도록 정부 차원의 협력 네트워크 구축 필요⁽⁷⁾

- 디자인전문회사의 자체 상품 출시를 위해 다양하고 원활한 협업이 이루어질 수 있도록 디자인 주도의 협력 시스템 구축 및 정부의 조정자 역할 강화
- 시장 및 기술 분석, 경영관리, 자금 조달 등 디자인전문회사의 전문성이 부족한 분야에 대해 해당 전문가와 재능기부 형식의 상호 멘토링이 가능한 플랫폼 지원
- 디자인 아이디어의 사장을 최소화하고 효율적으로 조기 상용화시키는 공동 시제품 제조기반 구축 및 디자인 전문회사의 이용 활성화 유도
- 디자인전문회사, 엔지니어, 마케터 등의 협업을 바탕으로 고객의 니즈보다 앞서 새로운 시장 수요를 창출하는 신규 비즈니스 모델 개발

[참고4] 디자인전문회사의 클라우드 펀딩 활용사례

탱그램디자인연구소의 스마트로프: 킥스타터 \$193,376 달성⁽²⁶⁾



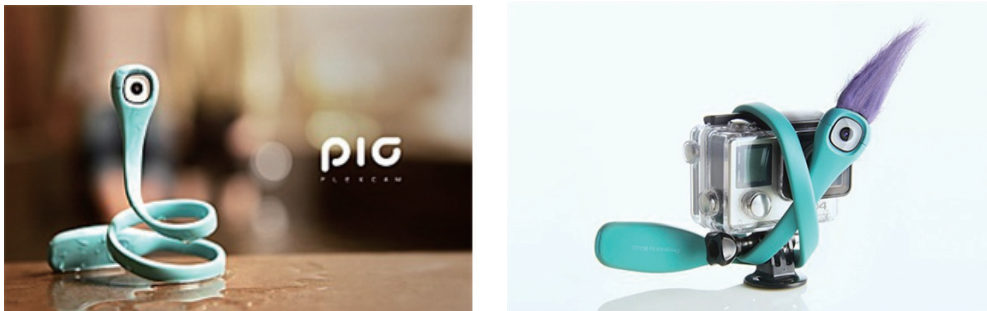
회사의 양적 규모를 늘리는 것으로는 디자인전문회사의 성장에 한계가 있다는 것을 깨닫고 2010년부터 자체 브랜드를 만들고 제조업에 진출하였다. 줄넘기를 하는 동안 회수가 허공에 숫자로 표기되는 간단하지만 신선한 아이디어로 글로벌 시장을 공략하고 있으며, 향후 헬스케어 플랫폼 구축을 목표로 하고 있다.

플러스엑스의 아이디프레임: 킥스타터 \$10,360 달성⁽²⁶⁾



브랜드 경험 디자인전문회사에서 출발하여 많은 사람들이 좋은 디자인을 사용할 수 있는 기회를 만들고 싶다는 생각에 제품을 출시하였다. 작은 규모의 회사에서도 쓸만한 ID카드 케이스를 선택하여 합리적인 가격에 이용할 수 있도록 디자인하였다.

바우드의 픽: 인디고고 \$150,000 달성⁽²⁰⁾



디자인과 기술 분야는 아직 완전한 융합이 이루어지지 않은 블루오션이라는 판단 하에, 새로운 멀티미디어 디바이스 기업으로의 성장을 준비하고 있다. 기존 제품과 달리 플렉서블한 디자인의 라이브 액션캠 픽을 시작으로, 향후 콘텐츠 플랫폼을 구축하고 영상 미디어 시대를 선도하는 기업이 되고자 한다.

Ⅶ. 참고문헌

1. Could a Change in Business Model Win Designers a Place in the C-suite? (2012.01.25. Fast Company)
2. 지식서비스 산업 분석 (2012.03.05. 한국산업기술진흥원)
3. IDEO Launches a Start-up Incubator : But Don't Call it an Incubator (2012.07.11. Fast Company)
4. 중국, 디자인산업에 미래를 걸다 : 성공가능성 높은 절호의 시장으로 부상 (2013.05. 포스코경영연구원)
5. Big Corporations are Buying Design Firms in Drove (2013.05.15. WIRED)
6. 디자인을 통한 기업 경쟁력 제고 방안 (2013.12. 산업연구원)
7. 산업창조화시리즈:융합의 촉매 디자인 산업 (2014.01. 산업연구원)
8. 산업부 R&D사업 성과 조사·분석·관리 방안:디자인 인기기업역량강화 (2014.02. 한국산업기술평가관리원)
9. 디자인을 디자인답게 하는 힘:건강한 벤처 생태계 (2014.06. 월간디자인)
10. IBM Invests \$100 Million to Expand Design Business (2014.07.23. Fast Company)
11. Yves Behar is Selling His Design Firm Fuse Project to a Chinese Conglomerate (2014.07.23. Fast Company)
12. Frog Helps Transform Designer into Founders (2014.09.24. frogdesign.com)
13. The Rapidly Disappearing Business of Design (2014.12.29. WIRED)
14. 디자인 에이전시의 색다른 시도, 창업 지원 (2015.03.05. PXD 블로그)
15. 미국 실리콘밸리에선 디자이너 몸값이 상한가 (2015.03.20. 머니투데이)
16. Design as Technology:디자인에 베풀할 것인가? 투자할 것인가? (2015.04. 기술과 경영)
17. Consulting Giant Mckinsey Buys Itself a Top Design Firm (2015.05.14. WIRED)
18. Mckinsey & Company Acquires Lunar, One of Silicon Valley's Oldest Design Firms (2015.05.14. Fast Company)
19. Design in Tech Report 2015 (2015.05.15. KPCB)
20. 해외 크라우드 펀딩에 성공한 국내 스타트업 (2015.06. 앱스토리)
21. American Startups in 2015 (2015.06. angels.co)
22. 케이벤처그룹, UX 디자인전문기업 탱그램디자인연구소 인수 (2015.06.08. 데일리뉴스)
23. 디자인전문회사의 종말인가, 새로운 패러다임의 시작인가? (2015.07. 월간디자인)

- 24. 코워킹 스페이스:창업을 꿈꾸는 디자이너들의 신흥 발전소 (2015.07. 월간디자인)
- 25. Why are Design Firms Stagnating (2015.07.07. Fast Company)
- 26. 디자인의 강력한 왼손, 크라우드 펀딩 (2015.09. 월간디자인)
- 27. 람다&디자인 뮤, 디자인을 넘어 비즈니스를 논하다 (2015.09. 월간디자인)
- 28. 제조업의 미래 : 변화하는 세상에서의 물건 만들기 (2015.09. 딜로이트컨설팅)
- 29. 국내 디자인 스튜디오의 인수합병 (2015.09.18. PxD 블로그)
- 30. 디자인산업, 해외시장에서 돌파구를 찾아라:중국 디자인시장 진출을 중심으로 (2015.10. 한국무역협회 국제무역연구원)
- 31. IBM의 디자인 속도경영, 시장조사 후 제품 만들던 시대 끝났다 (2015.11.18. 한국경제)
- 32. 디자인전문기업 성장전략 연구보고서 (2015.12. 한국디자인진흥원)
- 33. 디자인넥스트와 우퍼디자인, 100만불 수출탑 수상 (2015.12.17. 머니투데이)
- 34. 중국 찍고 세계 도약 디자인 한류 투톱 (2016.01.04. 이데일리)
- 35. 글로벌 광고 공룡 WPP, 국내 업체 바이널아이 인수 (2016.01.11. 한국경제)
- 36. 2015 산업디자인 통계조사 (2016.02. 한국디자인진흥원)
- 37. 사용자 경험 디자인이 성공의 열쇠 (2016.02.03. 지디넷코리아)
- 38. IDEO, Silicon Valley's Most Influential Design Firm, Sells a Minority Stake (2016.02.09. Fast Company)
- 39. Design in Tech Report 2016 (2016.03.14. KPCB)
- 40. 레고, 스마트워치, 전기차.. 누구나 생산자 될 수 있다 (2016.04.05. 중앙일보)

2016 Korea Design Membership

영디자이너 인재 발굴 현장

- KIDP NEW-BIZ 창작 PD

바야흐로 분야의 경계가 희미해지고 기술이 융합되면서 나타난 새로운 시스템과 산업이 세계를 이끄는 4차 산업혁명의 시대를 맞이하고 있다. 컴퓨터와 인터넷, 디지털 세계가 지닌 개방과 공유라는 파위는 접근과 사용이 쉬워진 제조 기술과 맞물려 '메이커 무브먼트'라는 거대한 소용돌이를 일으켰다. 기술평준화, 오픈소스 보급, 3D프린터 및 레이저 커터, 3차원 스캐너 등의 개발과 확산, 시제품 제작을 위한 공동작업장 확대 등은 디자인·제조 분야 스타트업 기업 활성화로 이어지고 있다. 이제 독창적인 아이디어를 가진 사람이라면 누구나 제품을 만들어낼 수 있으며, 이를 다른 사람과 공유하고 발전시킬 수 있는 것이다.

디지털 제조업이 일으킬 새로운 산업혁명의 시대 속에서 시대의 변화와 경제도약을 이끌 주역들은 창의적 아이디어와 패기로 무장한 청년 디자이너들이다. 하지만 장기화된 불황과 이에 따른 취업률 저하로 인해 창업을 하는 등 디자이너로서 활동할 기회는 그리 쉽지 않은 것이 현실이다. 우수 디자인 인재를 발굴·선발해 역량을 키워주고 이들을 지원하여 비즈니스로의 연계까지 돕는 코리아디자인멤버십(KDM)사업(이하 KDM)의 의의가 여기에 있다.

KDM이란 잠재력 있는 예비 디자이너를 대상으로 창의적 창업 프로그램으로 기업가정신을 함양하여 미래 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 디자인 혁신형 고급 인재 양성 프로그램이다. 매년 상반기에 신입회원을 선발하여 프로그램을 시작하며, 산업통상자원부가 주최



하고 한국디자인진흥원(대전), 광주디자인센터, 대구경북디자인센터, 부산디자인센터가 협력하여 진행하는 예비 디자이너 지원 프로그램으로 글로벌스타 디자이너의 양성을 목적으로, 디자인 및 관련 전공 학생들에게 교육과 체험의 기회를 제공하고 있다.

주요 프로그램으로는

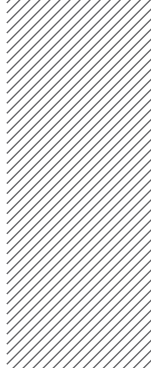
- 글로벌 디자이너 양성 프로그램을 통한 해외 디자인 기업 진출
- 국내 공모전 및 세계 4대 디자인 어워드 출품
- 산학 프로젝트 진행을 통한 취업 연계
- 글로벌 디자인 역량 강화를 위한 해외 워크숍 진행
- 스타트업 지원을 통한 창업 성공 사례 창출

등이 있으며 분야별 전문가의 집중 멘토링과 워크숍 과정을 거쳐 이들의 혁신적인 디자인 개발 생산과 마케팅 경험을 돕는다.

제품 디자인 전공자 이외에도 경영, 공학, 인문학 등의 타 분야 전공자가 참여하여 융합 활동을 하고 있으며, 2008년부터 2015년까지 504명을 지원해왔고, 2016년에는 총 69명을 선발해 다양한 프로그램을 진행하였다.

실무에 강한 인재를 키우는 KDM 프로그램

KDM 사업은 디자인과 산업의 미래는 청년 디자이너들에게 있음을 주목하고, 이들의 잠재력과 가능성이 최대한 증폭될 수 있도록 이끌고 지원하는 데 초점을 맞추고 있다. KDM에 선발된 청년 디자이너들은 무엇보다 학과과정에서는 경험하기 힘든 실무 프로젝트 중심의 집중 멘토링과 컨설팅을 통해 실질적인 성과와 상품화를 도모하게 된다. 각 지역별로 디자인 연구 공간과 장비를 제공하고, 기업이 출신의 디자인 전문가를 초빙한 특강을 열어, 프로젝트별로



집중 멘토링을 받을 수 있도록 한다. 또한 기업과 연계해 실무 디자인 프로젝트를 진행하고 선진 디자인 국가로 워크숍을 떠나 글로벌한 경험과 감각을 키우게 된다.

2016년도 KDM 운영 프로그램의 가장 큰 특징은 단계별 투트랙 프로그램이다. 첫 번째 트랙은 디자인 기술 융합형 프로그램으로 기업의 현장 실무 경험을 높이기 위해 인턴형 산학 프로젝트에 초점을 맞춰 진행한다. 이를 위해 기업 및 산업현장에서 전문 멘토단을 초빙하며, 인턴십 연계를 유도한다.

두 번째 트랙에서는 시대의 흐름에 맞춰 창업교육 프로그램으로 진행된다. KDM 멤버들은 소비자 분석, 아이디어 상품기획 및 디자인개발, Mock-up 제작, 기구설계, 생산검토, 마케팅 프로모션 등에 대해 단계적 전문 멘토링을 거쳐 학교에서 경험하지 못한 상품화 및 시장 진입을 경험(전시, 기업연계유통 등 마케팅 과정)하도록 하여 창업 활동을 유도하고, 실무능력을 제고하게 된다.

· 투트랙 프로그램

디자인기술융합형 프로그램
<ul style="list-style-type: none"> · 기업연계형 산학프로젝트 · 인턴십 연계 · 지역특화 프로그램 · 초기 시제품 개발 3D프린터 활용 교육 · 기업/산업현장 전문 멘토단 운영

창업교육 프로그램
<ul style="list-style-type: none"> · 모의 창업프로그램 <ul style="list-style-type: none"> * 기획, Pre Mock-up개발, 시험, 검증 등 · 단계별 전문멘토링 · 사업화를 위한 지원 프로그램

특히 2016년에 처음 시도한 창업 프로그램은 4개 권역별로 시장 환경분석을 통해 창업 아이템을 발굴하여 디자인 기획단계부터 상품화를 위한 구체화 단계까지 통합적으로 진행하였다.

· 창업 아이템 발굴 프로세스

디자인 ideation 디자인 멘토데이 바이어 미팅 (글로벌 미팅)

구조 및 생산 검토 시제품 제작 통합 전시

이러한 혁신 활동을 통해 KDM학생의 프로그램 만족도는 95% 이상으로 나타났고, 현장 경험을 통해 자신감과 실무능력이 향상되었다. 또한 이를 통해 유통채널과의 상품 라이선스 계약 등 기대이상의 성과를 거두었다.

· 총 5건 라이선스 계약 체결 (’16년 12월 현재)

구분	디자이너	상품명	초도생산 수량
KDM	김완기 (대전, 6기)	FORTUNE CANDLE	1,000개
	정예빈 (대전, 5기)	BOOM IN BATH	1,000개
	김완기 (대전, 6기)	BIRD WHISK	5,000개
	하성욱 (대구, 9기)	RAIN FREE	15,000개
	김완기 (대전, 6기)	ONE & HALF BLOOM	1,000개

FORTUNE CANDLE



나무 밑동을 닮은 캔들 위머와 새 알 형태의 향초
→ 프랑스, 이탈리아, 일본 수출

BOOM IN BATH




추진력을 얻어 이동하는 어린 이용 장난감
→ 이탈리아 수출

RAIN FREE



우산을 쓰고도 양손을 사용할 수 있도록 하는 고리걸이 방식의 밴드
→ 유럽, 일본 수출

ONE & HALF BLOOM



인테리어 소품 겸 조미료통
→ 국내 유통채널 에넥스트(이마트) 판매 중


BIRD WHISK



새장을 연상시키는 휘핑 조리도구
→ 유럽 수출

기타 아트박스, 텐바이텐, 1300K, 아이디어스 등 국내외 유명 유통사 및 웹 쇼핑몰에 입점하여 판매 중에 있다.

노라



변지혜 (부산, 8기)

리비트



이정하 (부산, 8기)

티슈치프



변지혜, 장은영, 신유경 (부산, 8기)

JANDI



정우람솔 (광주, 10기)

Luggage Cushion



김민경 (대구, 9기)

스티코 조리화 (산학프로젝트)



변지혜, 박선영 (부산, 8기)



'16년 12월 15일 현재 취업대상자 42명 중 70%가 취·창업이 결정되었고, 주목할만한 것은 이중 40%가 창업의 길로 들어섰다는 것이다.

“성공적인 비즈니스에는 언제나 디자인과 비즈니스간의 매끄러운 융합이 존재한다(In Successful business, there is a seamless blend between design and business).” 영국의 디자인 뮤지엄 디렉터 데얀 수직(Deyan Sudjic)의 말이다. 결국 더욱 많은 대중과 소통하는 디자인, 시장에 혁신을 가져오는 디자인의 성공을 위해서는 시장과 비즈니스가 중심이 되어야 한다는 말이다. KDM 사업은 다각도의 프로그램을 통해 뛰어난 디자인 감각을 지닌 예비 디자이너, 시대를 앞서가는 기술융합형 인재를 발굴해 세계 시장에서 활약할 수 있도록 2017년도에는 보다 체계적인 프로그램을 운영할 예정이다.

무엇보다 철저한 시장 및 소비자 트렌드 예측과 상품화 하는 skill 교육 활동과 기존의 디자인 상품소개 차원의 전시형태에서 벗어나 적극적으로 비즈니스를 펼칠 수 있는 국내외 전시를 추진하여 예비 디자이너의 혁신 활동을 도모할 것이다.

■ KDM 프로그램 학생 후기

“디자인뿐 아니라 마케팅, 홍보 등에서 실무 경험을 지닌 멘토님들의 조언은 저의 머릿속에만 있던 아이디어를 현실로 이끌어 내고 구현하는 데 많은 도움이 되었습니다. 또한 학생의 신분으로 시장에서 활동하는 기업체와 연결되기에 현실적으로 어려운 점이 많았지만, 산학 연계 프로젝트와 바이어를 직접 만날 수 있는 국내외 전시가 큰 도움이 되었습니다.”

- KDM대전6기 김완기(한남대 제품디자인4)

“서로 다른 지역디자인센터에서 선발된 KDM 멤버들과 모여서 아이디어를 나누고 강의를 들으며 함께 프로젝트도 진행할 수 있었습니다. 이런 과정에서 저는 시야를 넓히고 더 큰 세상을 바라볼 수 있게 되었습니다. 여타의 디자인 공모전으로 저의 제품을 선보일 수 있는 기회는 있지만, 이러한 교류와 모의 창업프로그램 등의 경험이야말로 KDM이 확실히 다른 차원의 프로그램임을 느꼈습니다.”

- KDM대전5기 정예빈(한국교통대 산업디자인4)

“저는 디자인과 경영을 함께 공부하고 있습니다. 경영의 관점에서는 시장에서 어떤 기능과 제품을 필요로 하는지 살피는 것이 중요합니다. KDM의 교육과 실무 멘토링을 통해 제가 가진 아이디어의 시장성을 파악하고 사용자의 욕구에 필요한 제품을 만들 수 있었습니다. 또한 중국 캔투퍼어와 디자인코리아 전시를 통해 다양한 바이어를 직접 만나고 상담하는 과정은 매우 값진 경험이 되었다고 생각합니다.”

- KDM대구9기 하성욱(대구대 산업디자인4)



2017 01월호 통권 제6호

디자인 이슈 리포트

발행인	정용빈
발행처	한국디자인진흥원
기획 및 주관	정보지원PD 이정봉, 안병오
발행일	2017년 01월
주소	13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
TEL	031.780.2281
FAX	031.780.2129
웹사이트	www.designdb.com

〈디자인 이슈 리포트〉는 한국간행물윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천 요강을 준수합니다. 본지에 실린 이미지는 비영리 목적으로 쓰여졌으며 출처는 이미지 하단 혹은 참고문헌에 명시하였습니다. 본지에 실린 콘텐츠는 한국디자인진흥원의 디자인 포털 사이트 (<http://www.designdb.com>)를 통해서도 제공되며, 관련하여 의견이 있으신 분은 위 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

Copyright © KIDP All rights reserved