



# d.issue

## 디자인 이슈리포트

May 2020 Vol.44

### 한국 디자인, 디자이너 연대기: 초기 글꼴 디자이너부터 최근 브랜드전략 디자이너까지

디자인 이슈리포트 44호는 한국디자인진흥원 50주년사에 수록  
된 외부필진의 글입니다.

김신 · 디자인 칼럼니스트

## 글꼴 디자인

해방 이후 한국의 제품으로서 처음으로 두각을 나타낸 분야는 한국공예시범소가 발표한 공예품들이다. 하지만 이것은 대량생산을 전제로 한 공업제품이 아닌 말 그대로 공예였다. 산업생산이 대단히 열악하던 시절, 가장 먼저 수준 높은 디자인 결과를 보여준 분야는 글꼴이다. 한글의 기계화는 이미 일제강점기 때부터 이루어져 왔다. 해방 뒤 이 분야에서 두각을 나타낸 대표적인 디자이너인 최정호와 최정순은 초기 글꼴 디자이너라고 할 수 있다.

최정호는 1957년에 완성한 ‘동아출판사체’를 시작으로 해방 이후 한국 출판계의 본문 글꼴을 꾸준히 제작해왔다. 동아출판사 글꼴 작업의 높은 완성도로 삼화인쇄, 보진재, 금성출판사 등으로부터 주문이 밀려들었다. 이러한 성과로 최정호는 한국 출판업계의 인쇄 기술 혁신에 크게 공헌했다. 1970년대에는 한국에도 사진식자가 보급되었는데, 그것은 일본의 기계들이었다. 일본의 기업은 사진식자기는 수출할 수 있었지만, 소프트웨어라고 할 수 있는 한글 글꼴까지는 만들 수 없었다.

이에 따라 일본의 대표적인 사진식자 회사인 모리사와, 그리고 그 경쟁사인 샤큐이 모두 최정호에게 한글 원도 디자인을 의뢰할 정도로 최정호의 글꼴은 국내외에서 높은 평가를 받았던 것이다. 그렇게 최정호의 원도를 장착한 일본의 사진식자기들이 국내에 수출됨으로써 한국의 출판계에서 사진식자기를 쓰면 필연적으로 최정호의 글자를 쓸 수밖에 없었다. 최정호가 디자인한 한글 원도의 완성도는 대단히 높고 아름다웠다.

최정순은 한국전쟁 기간이었던 1952년, 전시 수도 부산에서 한국은행과 『경향신문』으로부터 목각활자를 새겨달라는 부탁을 받고 글꼴 디자인 작업을 시작했다. 1953년부터 서울신문에 입사해 목각활자를 조각했고, 일본에 가서 자모원도 사용법을 배웠다. 이로써 그는 자모 조각가에서 자모원도 디자이너로 진화한다. 최정호는 글자를 종이에 그려서 글꼴을 개발하는 디자이너라면, 최정순은 조각을 해서 글꼴을 개발하는 디자이너다. 또 최정호가 출판계의 활자를 주로 디자인했다면, 최정순은 신문의 활자를 도맡아 디자인했다.

최정순은 1960-70대에 『중앙일보』 활자 자모 5만 종을 비롯해 『한국일보』의 활자 전량, 『경향신문』, 『서울신문』, 『동아일보』, 『부산일보』의 활자를 디자인했다. 아울러 국정교과서의 서체도 개발했다. 그는 50년 동안 31만여 자를 디자인했고, 수정 감수한 글자가 380만 자에 이를 정도로 정력적으로 활동했다.

디지털 시대가 되어 본문용 컴퓨터 폰트를 개발할 때 최정호와 최정순의 원도는 기본 바탕이 되었다. 따라서 오늘날 출판물은 물론 온라인 공간에서 볼 수 있는 바탕체와 돋움체는 모두 두 디자이너의 글꼴에 크게 빛을 지고 있다고 볼 수 있다. 그런 점에서 이 두 디자이너가 한국인의 생활에 미친 영향은 항구적이라고 볼 수 있다.

1980년대 후반부터 디지털 폰트 회사들이 설립되면서 새로운 시대에 맞는 한글꼴 개발이 본격화되었다. 이때 산돌글자은행의 석금호와 윤디자인연구소의 윤영기, 그리고 한재준은 디지털 서체 발전의 주도적 역할을 했다. 한편 김진평은 『리더스다이제스트』를 비롯해 수많은 잡지의 제호를 디자인해 레터링 분야에서 독보적인 성취를 이루었다. 21세기 들어와 이용제는 새로운 시대에 맞는 한글 글꼴을 디자인하는 것은 물론 과거 한글 관련 자료를 수집하고 연구하는 일에도 매진하며 한글 디자인의 계보를 잇고 있다.

## 시각디자인

한국의 시각디자인은 1970년대부터 수없이 제작된 관광 포스터에서 그 구체적인 성과가 나타나기 시작했고, 이 분야에 두각을 나타냈던 디자이너로 김교만이 있다. 김교만은 1976년에 한국디자인포장센터에서 ‘한국을 주제로 한 관광 포스터’라는 주제로 개인전을 개최했다.

이 전시에서 김교만은 그만의 트레이드마크인 상모를 쓴 민속적인 캐릭터를 주인공으로 농악대, 부채춤, 활쏘기, 석굴암, 첨성대, 돌미륵 등 한국적인 소재를 표현했다. 이런 소재를 표현하는 방식은 기하학적인 형태와 선, 단순하고 평면적인 색채를 이용한 군더더기 없는 간결한 구성이었다. 그의 한국적 소재와 간결한 구성은 그 뒤 많은 디자이너들에게 영향을 주었으며, 한국적 그래픽 이미지를 찾는 다양한 활동의 시발점이 되었다.

산업적인 차원에서 한국 그래픽 디자인의 발전을 주도한 것은 두 가지 분야다. 하나는 아이덴티티와 광고를 포함한 기업 디자인이고, 다른 하나는 단행본과 잡지의 출판 분야다. 한국의 산업화가 본격화된 1970년대인 만큼 기업들도 기업 아이덴티티 디자인의 중요성에 눈을 떴다.

이때에는 한국의 디자인산업이라고 할 만한 것이 부재했다. 자연스럽게 미술대학의 디자인학과 교수들로 구성된 팀이 기업 아이덴티티 작업을 맡았다. 이때 서울대학교 교수였던 조영제는 이제 막 글로벌 기업으로 발돋움 하려는 기업의 가려움을 정확히 긁어주었다.

그는 CI라는 말 대신 DECOMAS(Design Coordination as a Management Strategy), 즉 ‘경영 전략으로서 디자인 통합’이라는 개념을 들고나왔다. 1970년대 수많은 기업이 조영제 교수의 데코마스 개념을 받아들였으며 바야흐로 기업 아이덴티티 디자인 시대가 열렸다.

1974년에 동양맥주 OB 레이블을 시작으로 1970년대에 제일제당, 신세계백화점, 한국외환은행, 1980년대에 국민은행, 한국산업은행, 동서식품, 대림산업, 동아제약, 럭키, 기아자동차, 대우증권 등 한국 기업 아이덴티티 디자인 초기 시절의 주요 프로젝트 다수를 진행했다. 이어 조영제는 1988년 서울올림픽을 위해 1982년에 구성된 올림픽디자인 전문위원회의 위원장을 맡았다. 서울올림픽의 디자인 운영은 최고의 성과로 평가받는다.

기업 아이덴티티 디자인 분야를 주목받게 한 디자이너로는 조영제를 비롯해 권명광, 안정언이 이끄는 교수 연구팀이 있었다. 조영제의 서울대 연구팀, 권명광의 홍익대 연구팀, 안정언의 숙명여대 연구팀은 그 뒤 각각 CDR, 서울그래픽센터, 올커뮤니케이션으로 발전했고, 이 회사들을 통해 조종현, 김성천, 현용순, 김병진 등이 20세기 말부터 21세기 전반기까지 활약했다.

1980년대에는 교수연구팀과 별도로 아이덴티티 전문회사가 출현했다. 하와이에서 디자인전문회사를 운영했던 정준은 1983년에 구정순을 파트너로 디자인포커스를 설립했다. 한편 김현은 1983년에 88서울올림픽 마스코트 디자인에 당선되면서 이듬해에 디자인파크로 독립했다.

이로써 CDR, 서울그래픽센터, 올커뮤니케이션, 디자인포커스, 디자인포커스에서 독립한 심팩트와 크로스포인트, 디자인파크, 그리고 1988년에 설립된 인피니트는 1980년대부터 21세기 초반까지 한국 아이덴티티 디자인을 주도했다.

그 가운데에서 김현은 한국의 산업이 비약적으로 발전한 1980-90년대 프로스포츠산업, 정보통신산업, 대형 유통산업, 그리고 급속도로 확장한 식품산업 등의 굵직한 CI는 물론, 지방자치시대의 주요 지자체 CI, 정부 부처 MI, 공기업 아이덴티티 등 수많은 프로젝트를 수행해 그가 이끈 디자인파크의 포트폴리오 목록은 한국 산업의 발전사를 대변할 정도다. 한편 크로스포인트의 손혜원은 브랜드와 패키지 디자인, 네이밍 분야에서 독보적인 활약으로 많은 히트 브랜드를 낳았다.

인쇄 미디어가 비약적으로 발전하면서 1970년대에 수백 가지 잡지들이 발행되고 있었다. 하지만 디자인은 일본의 아류에서 벗어나지 못하고 있었다. 이때 이상철이 아트디렉션을 맡은 『뿌리깊은나무』는 한국 편집디자인 역사의 혁신으로 기록된다. 1980년대에는 단행본 출판 분야에서도 커다란 진보를 이루는데 여기에서는 정병규의 역할이 컸다.

이상철은 1976년에 창간된 『뿌리깊은나무』의 아트디렉터로서 한국 잡지로서는 처음으로 아트디렉션이라는 개념을 도입했다. 그는 체계적인 그리드를 짜고 그 위에서 일관되면서도 가독성 높은 조판을 연구했다. 그가 아트디렉션을 맡은 『뿌리깊은나무』와 『샘이깊은물』은 그 뒤 수많은 한국의 잡지들이 따라야 할 모범이 되었고 한국 잡지 문화가 한 단계 업그레이드되었다. 이상철이 잡지 디자인에서 한 혁신을 북디자인에서 전개한 디자이너가 정병규다. 1980년대까지도 북디자인이라고 하면 그저 외국의 명화를 차용하거나 화가에게 맡겨 회화적인 표현을 하는 것이 대부분이었다.

정병규는 1970년대 말부터 이런 천편일률적인 회화적 표현에서 벗어나 역동적인 러시아 구성주의나 절제된 구성의 데스타일, 포토몽타주 같은 모더니즘의 실험적인 표현을 선보였다. 그는 모더니즘의 형식을 빌려오면서 강한 대비의 호기심을 불러일으키는 표지로 출판계에 일대 새바람을 일으켰다.

한편 안상수는 한글 디자인과 타이포그래피 분야에서 뛰어난 성취를 남겼다. 그는 탈네모꼴 활자인 안상수체를 비롯해 독특한 서체들을 개발했으며, 한글만이 가진 독특한 조형성과 아름다움을 발견하고 그것의 디자인적 가능성을 널리 알렸다.

또한 『보고서/보고서』와 같은 혁신적인 잡지를 선보여 한글 타이포그래피의 새로운 형식을 실험했다. 무엇보다 1985년 그래픽 디자인 회사이자 출판사인 안그라픽스를 설립해 타이포그래피에 충실한 안그라픽스 스타일을 세상에 알렸을 뿐만 아니라 이 회사를 통해 수많은 그래픽 디자이너들을 양성했다.

서기흔은 1982년부터 『한국인』이라는 잡지의 아트디렉터로서 출판 분야에서 일러스트레이션의 활용을 보편화했으며, 1980년대 중반부터는 북디자인 분야로 옮겨 본문 디자인과 연계된 표지 연출로 출판 디자인 분야를 개척했다.

이들 초기 디자이너의 뒤를 이어 최만수, 홍동원, 김주성, 이나미, 홍성택, 박금준 등이 각자 자기만의 스타일로 출판 분야에 지속적인 발전을 이어갔다. 최만수는 차분한 한국적 스타일로, 홍동원과 김주성은 디지털 기술을 십분 활용한 포스트모던한 현란함으로, 홍성택은 엄격하고 미니멀한 타이포그래피를 지키는 정통 스타일로, 이나미는 촉각과 냄새까지 고려한 물질감으로, 박금준은 감각적인 감성 스타일로 각자의 길을 갔다.

21세기에 들어와 한국적 스타일에 집착하지 않고, 또 서구의 모더니즘이나 포스트모더니즘을 따라가야 한다는 강박에서도 벗어난 자유롭게, 그러나 더욱 세련된 스타일로 매우 다채로운 양상의 디자인이 전개되고 있다. 김두섭, 김영철, 조현, 슬기와민의 최슬기와 최성민, 워크룸의 김형진, 이제민, 일상의실천의 권준호, 김경철, 김어진 등이 그들이다.

## 제품디자인

한국의 제품디자인이 본궤도에 오른 것은 1970년대라고 할 수 있다. 물론 그전에도 산업이 없었던 것은 아니지만, 1960년대까지만 해도 기업의 주요 생산품들은 일본의 부품을 들여와 그 모델대로 조립하는 수준에서 크게 벗어나지 못했다. 그러한 가운데에서도 초기 디자이너들의 역할은 중요했다.

민철홍은 1959년에 미국 일리노이공과대학에서 산업디자인 연수를 받았지만, 한국으로 돌아와서 그 능력을 써먹을 일이 많지 않았다. 그리하여 그는 1960년대에 디자인 교육과 산업디자인을 정착시키려는 계몽 활동에 주력했으며, 체신부의 전화기 디자인 같은 소수의 국책사업을 진행했다.

1970년대에는 산업이 활성화되기 시작해 그는 기업체의 디자인 의뢰를 받았다. 대표적인 것이 민성전자의 전자계산기와 금전등록기 등으로, 대단히 세련된 모던 디자인이 구현되었다. 여전히 열악한 산업으로 인해 그는 디자인 교육의 내실화와 전문협회 창설을 주도했다. 이러한 노력이 바탕이 되어 1980년대 이후 한국의 제품디자인은 제자리를 찾아가게 된다.

금성사는 1958년에 박용귀와 최병태를 고용해 국내 최초로 제품디자이너를 공개 채용한 회사로 기록된다. 이듬해 박용귀는 독일인 기술고문의 도움을 받아 라디오 A-501을 디자인했다. A-501은 국내 최초의 진공관식 라디오이고, 금성사만의 고유 모델이며, 부품의 국산화율이 처음으로 60%가 넘은 역사적인 제품이다.

박용귀는 1960년에는 국내 최초로 선풍기를 디자인했고, 텔레비전, 냉장고 등 금성사의 초기 전자제품들은 모두 그의 손을 거쳤다. 1969년에 삼성전자가 설립됨으로써 1955년에 설립된 대한전선까지 3사의 경쟁체제가 확립되었다. 1970년대에 접어들어 각 가전기업들은 디자인실을 마련해 디자이너를 고용했으며, 이로써 한국의 제품디자인은 실질적인 역사를 시작했다.

기업 디자인실이 강화되면서 기업마다 디자인실을 책임지는 경영자로서의 디자이너가 탄생한다. 박종서는 대한전선을 거쳐 1979년에 현대자동차에 입사해 본격적인 자동차 디자이너의 길을 걸었다. 1980년대 중반 쏘나타 디자인을 주도했다. 현대자동차는 그전까지 주로 조르제토 주지아로 같은 해외 디자이너에게 의뢰해왔다. 쏘나타는 국내 디자이너의 힘으로 개발된 차로서 한국 자동차 디자인의 길을 활짝 열었다.

1990년에는 자동차 디자이너로서는 처음으로 이사로 승진해 자동차 개발 프로젝트에서 디자이너의 의사결정권을 강화했다. 1990년대 이후 스쿠프와 엘란트라, 그랜저, 액센트, 아반떼, 티뷰론 등의 자동차 디자인 개발을 이끌었다. 부사장까지 승진한 박종서는 25년 동안 현대기아자동차의 디자이너이자 수장으로 활동했다.

산업 디자이너 김철호는 1974년에 금성사에 입사했고, 1987년에 금성사 디자인종합연구소 소장에 취임했다. 그 뒤 줄곧 LG전자의 디자인 수장으로서 1990년대 LG가 글로벌 브랜드로서 자리매김하는 데 큰 역할을 했다. 정국현은 삼성전자 디자인연구소의 소장을 역임했고, 삼성전자의 인재 양성과 조직을 구축하는 데 큰 역할을 담당했다. 그러한 공로로 2008년 디자이너로서는 처음으로 부사장이 되었다.

2000년대 삼성전자는 TV, 모니터 등의 디스플레이 분야에서 세계적인 두각을 나타냈다. 강윤제는 보르도 TV를 탄생시킨 주역이자 상무로서 영상디스플레이사업부의 디자인을 이끌었다.

아파트가 보편화되고 좌식문화에서 입식문화로 주거문화가 바뀌고 특히 주방의 중요성이 높아지면서 1980년대에는 가전제품뿐만 아니라 가구산업 역시 크게 성장했다. 한샘은 일명 ‘노랑부엌’으로 불린 시스템 주방가구인 ‘유로’를 선보였다. 이때 양영원은 한샘의 시스템 주방가구 디자인을 이끌었다. 그는 사무 가구로 특화한 퍼시스가 한샘으로부터 독립했을 때 창립 멤버로 참여했다. 수년간에 걸쳐 시스템 사무 가구 개발에 주력한 끝에

1986년에 국내 최초의 시스템 사무 가구인 ‘유로테크’가 발표되었다. 그가 디자인한 사무 가구는 국내 사무실을 지배했던 칙칙한 철제 책상과 책장, 의자를 밀어냈고, 밝고 화사한 분위기의 인테리어 시대가 펼쳐졌다.

세계적인 수준의 대기업뿐만 아니라 크고 작은 중소기업까지 산업의 활력을 불어넣었다. 이에 따라 산업디자인 컨설팅 회사들도 1980년대부터 조금씩 생겨나 1990년대에는 폭발적으로 늘었으며, 21세기 전반기에는 중국 특수까지 겹쳐 전성기를 누렸다. 그 시작은 김영세의 이노디자인이다.

김영세는 서울대를 졸업한 뒤 미국 일리노이공과대학에서 석사 학위를 받았다. 그 뒤 미국의 산업디자인 회사에 입사해 근무하다가 1984년, 미국에서 ID 포커스를 설립했다. 이노디자인으로 이름을 바꾼 뒤 1991년에는 ‘프로텍 골프 백’으로 미국 『비즈니스 위크』 가 선정하는 디자인상을 받았다. 1997년에는 이노디자인 한국지사를 설립했다. 1990년대 후반, 21세기 초반 한국 중소기업의 IT 비즈니스는 글로벌시장에서 각광 받았다. 이 때 김영세의 이노디자인은 아이리버의 MP3 플레이어를 연속적으로 디자인하면서 크게 히트시켰다.

이러한 성취는 이노디자인만 이룬 것은 아니다. 1989년에 산업디자인 회사 212를 설립한 은병수는 1992년, 미국 모토로라 무선호출기 디자인을 맡아 디자인을 미국에 수출한 뒤 300여 개가 넘는 수많은 디자인 프로젝트를 진행했다. 21세기에 들어와서는 문화상품인 비움을 통해 한국적인 디자인을 선보였다.

1994년에 코다스디자인을 설립한 이유섭은 산업디자인전문회사로서 특히 의료기기 분야와 용기 디자인 분야에서 두각을 나타냈다. 디자인 컨설팅 사업을 하면서 대중적인 가격대의 세련된 디자인 가구 개발에 전념한 끝에 ‘두닷’을 론칭했다. 송민훈은 모토디자인을 설립한 뒤 1990년대 패션 감각을 가미한 호출기 ‘씽’을 크게 히트시켰다.

1990년대 말부터 외국 회사의 의뢰가 들어오기 시작해 21세기에는 중국 기업들의 주문이 쏟아져 디자인 수출에 앞장섰다. 디자인모울의 조영길, 디자인와우의 유승현, 다담디자인의 정우형 등도 이러한 한국의 디자인 수출을 주도했다.

21세기 들어와 산업디자인 컨설턴트는 급진적이라고 할 만큼 다양한 변화의 시기를 맞이하고 있다. 수많은 중소업체들이 사라졌고, 제품은 단지 매력적인 외관만이 아니라 브랜딩과 연계한 전략적 접근을 필요로 한다. 이 시기 두각을 나타낸 디자이너를 꼽으라면 SWNA의 이석우를 들 수 있다. 그는 엄격하고 미니멀한 IT제품, 감각적인 트로피, 유희성이 가미된 라이프스타일 제품들, 그리고 아파트 마스터플랜에 이르기까지 다재다능을 자랑한다.

### 김신 · 디자인 칼럼니스트

어려서부터 그림 그리기를 좋아했지만 아무도 그 재능을 키워주지 않았다. 대학 입학할 때까지 뭐가 되고 싶은지 모르다가 아무 생각 없이 그나마 좋아하는 그림 그리기와 가장 비슷할 것 같은 홍익대학교 예술학과에 입학했다. 대학 재학 시절 사진에 빠져 사진을 공부하고자 했으나 사진 대학원에서 붙여주지 않아 취업을 하게 된다. 1994년에 디자인하우스 월간 <미술공예>의 기자로 입사해 다음해 자매지인 월간 <디자인> 기자로 옮겼다. 이때부터 2011년 2월까지 월간 <디자인>의 에디터와 편집장으로서 16년 8개월 동안 활동했다. 모두 199회의 잡지 기획과 진행에 참여했다. 다양한 생각과 재능을 가진 수많은 디자이너들과 인터뷰하면서 디자인의 개념과 디자인의 가치를 차츰 알아갔다. 그들을 만나고 그들을 잡지에 기록한 것이 인생에서 가장 큰 보람이었다고 생각한다. 월간 <디자인>을 나왔지만, 블로그를 통해 디자인 역사가이자 저널리스트, 저술가로서 지속적으로 활동할 계획이다. 신문사 기자들과 함께 2009년에 <디자인의 힘>을 저술했다.

2020년 5월 제 44 호

## 디자인 이슈리포트

**발행인** 윤주현  
**발행처** 한국디자인진흥원  
**기획 및 주관** 디자인혁신실 윤성원, 임은지, 정슬지  
**발행일** 2020년 05월

**주소** 13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원  
**TEL** 031 - 780 - 2022  
**FAX** 031 - 780 - 2040  
**웹사이트** [www.designdb.com](http://www.designdb.com)

### < 디자인 이슈리포트 **d.issue** >

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

