

# 한국디자인진흥 30년사

2002년 9월 1일

# 머 리 말

## 제1장 전사

### 1. 공예산업 부흥기(1950~1959)

- 1) 국산자동차의 효시, 시발자동차
- 2) 국내 최초의 라디오, 금성 A-501
- 3) 한국 디자인 진흥의 기원, 한국공예시범소(KHDC)
  - (1)한국 담당, 스미스 셔 맥더모트 사
  - (2)경제 수단으로서의 한국공예시범소
  - (3)디자인 교수요원 해외연수 프로그램
  - (4)공예 및 제품디자인 진흥사업

### 2. 미술 수출기(1960~1969)

- 1) 최초의 국전 대한민국상공미술전람회
- 2) 디자인 단체 결성 및 개인전 개최 러시
- 3) 제1차 경제개발 5개년 계획과 수출 제일주의
- 4) 디자인·포장 관련 3개 기관 설립
  - (1)(사)한국포장기술협회
  - (2)한국수출디자인센터
  - (3)(재)한국수출품포장센터

## 제2장 한국디자인진흥 30년

### 1. 디자인 포장 진흥기(1970~1979)

- 1) 정부산하 공식 진흥기관 한국디자인포장센터(KDPC)
- 2) 본격적인 진흥사업 개시
  - (1) 디자인·포장 연구개발 및 기술지도
  - (2) 「디자인·포장」 창간 및 디자인자료실 개관
  - (3) 상공미전 잇는 대한민국산업디자인전람회
  - (4) 해외유학생 파견
  - (5) 포장분야 집중육성 위한 한국포장대전
- 3) 디자인 협회활동 활성화
  - (1) 한국인더스트리얼디자이너협회
  - (2) 한국그래픽디자인협회
  - (3) 한국공예가회
  - (4) 한국디자인학회
- 4) 디자인 선도기업의 등장
  - (1) 금성사
  - (2) 삼성전자
  - (3) 대한전선
  - (4) 현대자동차

## 2. 굿디자인 인식기(1980~1989)

### 1) 80년대 디자인계 주요 이슈

- (1)KBS '세계는 디자인 혁명시대' 방영
- (2)디자인 활성화 계기 마련한 아시안게임·서울올림픽

### 2) 진흥 활동의 세분화

- (1)KDPC 사업 내실화 도모
- (2)정보제공의 전문성 강화

### 3) GD상품 선정제 도입

- (1)영국에서 시작된 GD상품 선정제
- (2)국내 상품수준 높이는 한국의 GD마크

### 4) 국제 교류활동 전개

- (1)'80산업디자인세미나·한국포장세미나
- (2)포장산업 발전의 견인차 'Seoul Pack'
- (3)제3차 ICSID AMCOM 한국개최
- (4)한일디자인세미나·한불디자인 심포지엄

### 3.디자인 산업 조성기(1990~1999)

#### 1) 90년대 디자인계 주요 이슈

- (1)디자인주간 선포 및 디자이너의 날 제정
- (2)세계화추진위원회의 '디자인산업 세계화 방안'
- (3)한국디자이너대회 '어울림'
- (4)공인산업디자인전문회사 등록제도
- (5)KBS, MBC 디자인 특집 방영

#### 2) 정책기관의 변천사

- (1)산업디자인포장개발원(KIDP) 출범
- (2)한국산업디자인진흥원으로 명칭변경
- (3)정부 디자인 전담부서의 변천

#### 3) 디자인 지원활동 전개

- (1)기업 디자인개발
- (2)중소기업 산업디자인개발 신상품전
- (3)디자인 성공기업 'BEST 10' 선정
- (4)민간 디자인 연구활동 지원

#### 4) 디자인 인프라 구축 및 정보화 추진

- (1)각종 조사연구 사업 실시
- (2)디자인 정보화사업 '마이다스 프로젝트'

#### 5) 디자인 교육과 인재육성

- (1)제품·시각·멀티미디어 디자인 교육
- (2)포장관리사·포장기술 교육
- (3)산업디자이너 해외연수 프로그램
- (4)디자인 영재 조기발굴 위한 '한국청소년디자인전람회'
- (5)국제 디자인 전문가 육성하는 '국제산업디자인대학원(IDAS)'

6) 디자인 국제화 · 세계화 추진

- (1) 세계산업디자인대회 한국유치
- (2) 세계그래픽디자인대회 한국유치
- (3) 세계 젊은이들의 디자인 공동작업 'designit'
- (4) 남북한이 하나된 '어울림 한민족포스터대전'
- (5) 세계 디자인단체 공동협력장, 어울림 국제디자인포럼

7) 산업디자인 지방화 촉진

- (1) 지방 수출증진 위한 산업디자인 종합행사
- (2) 지역특성 고려한 지역 협의체 운영
- (3) 디자인 특화사업 전개

8) 포장기술의 선진화

- (1) 양질의 포장재 생산시설, 시범공장 운영
- (2) 포장기법 선도하는 포장시험실 운영

## 4.디자인 세계화 추진기(2000~ )

- 1) 한국디자인진흥원(KIDP) 출범
  - (1) '2001 디자인의 해' 사업추진
  - (2)전문디자이너 출신 원장 부임
  
- 2) 디자인 선진국 진입 위한 국가행사 신설
  - (1)'디자인 코리아' 표방한 산업디자인진흥대회
  - (2)디자인경영 독려하는 '대한민국디자인대상' 시상
  
- 3) 디자인 인프라 구축 사업 전개
  - (1)밀레니엄 디자인 아크, 코리아디자인센터(KDC)
  - (2)첨단 디자인 작업시설, 디자인혁신센터(DIC)
  - (3)지역분원 본격 가동
  
- 4) 한국디자인 세계화 기반마련
  - (1)세계디자인대회 조직위원회 출범
  - (2)어울림 패러다임 제시한 세계그래픽디자인대회
  - (3)아셈Ⅲ개최기념 특별전 '테크노 가든'
  - (4)디자인계의 올림픽, 세계산업디자인대회
  - (5)SBS, MBC 디자인 특집 방영
  
- 5) 각종 세계화 정책 추진
  - (1)개도국 인력양성 위한 디자인 연수
  - (2)한국 대표상품 선정하는 한국밀레니엄상품(KMP)전
  - (3)선진국과의 디자인 교류·협력 강화

### ● 부록

\*\* KIDP 홍보팀 \*\* 책임집필: 박암중 동서울대학 교수

## ● 머리글

우리나라 근대 역사 수립 흐름의 대부분이 그러하듯이 디자인 개념도 개화기를 거치면서 유입되기 시작했다. 디자인의 개념이 명확치 않았던 개화기 시절, 이미 우리나라의 사회 분위기는 서구 열강의 끊임없는 문호 개방 촉구의 영향으로 갖가지 변화를 맞고 있었다. 격동의 개화기를 서구 열강의 각축전에 끌려 다니다가 1910년 급기야 주권을 침탈당하면서 우리의 전통적인 미의식은 자취를 흐리고 말았다.

이러한 혼돈의 시기에도 디자인에 관심을 가진 유학생들은 일본에서 유학하면서 우리나라 디자인 역사의 불씨를 이어 나갔다. 당시 일본은 디자인 분야에 유학하는 것을 좋아하지는 않았지만 임숙재, 이순석, 한홍택, 이병현 등은 전공을 디자인으로 선택해 공부한 대표적인 인물로, 오늘날 우리 디자인이 이만큼 성장하기까지 초석을 닦은 선각자들이라고 할 수 있다. 이후 이순석과 한홍택은 서울대학교와 홍익대학교 등 대학 강단에서 디자이너 양성 뿐 아니라 정부의 디자인 진흥정책에 관여하며 한국 디자인의 발전에 많은 역할을 수행했다.

광복이 되자마자 6·25를 겪어야 했고 남북이 잘린 상태에서 경제성장에 박차를 가하게 되었다. 어려운 당시 상황 속에서 미국의 원조는 우리 나라의 경제를 부흥시키는데 큰 역할을 수행하였는데, 그중 1959년에 설립된 한국공예시범연구소(KHDC)가 대표적 기관 중 하나였다. 경제부흥을 위하여 수출이 지상 최대의 목표가 되었던 60년대, 가장 절실히 필요한 분야로 디자인의 중요성이 대두되면서 정부의 디자인 진흥정책이 시작됐다. 그에 따라 수출 촉진을 위하여 설립된 몇 가지 기관들을 통합해 정부의 정책을 강력히 추진할 수 있는 전담 진흥기구의 필요성이 대두되었다.

이러한 시대적인 요구에 부응하며 1970년에 설립된 한국디자인포장센터는 산업부흥기의 온갖 격랑을 헤치며 현재의 한국디자인진흥원으로 성장하였다. 50년대 ‘공예산업 부흥기’와 60년대 ‘미술 수출기’를 거쳐 정부의 공식 진흥기관인 한국디자인포장센터가 생기면서 시작된 70년대의 ‘디자인 포장진흥기’, 80년대 ‘굿디자인 인식기’ 그리고 90년대 ‘디자인 산업조성기’를 거쳐 ‘디자인 세계화 추진기’를 거치면서 착실한 발전을 이어왔다.

한국공예시범연구소로부터 40여년, 한국디자인포장센터로 보면 어언 30년의 한국 디자인 진흥의 역사를 쌓아온 것이다. 광복 이후 새로운 천년의 시대를 맞은 현재까지, 우리나라 초기 디자인의 역사 및 진흥이 본격화된 1970년 이후 약 30년간의 역사를 살펴보면 다음과 같다.

## 1. 공예산업 부흥기(1950~1959)

공예산업 부흥기란, 우리나라의 전반적인 산업구조가 가내수공업의 수준에서 벗어나지 못하고 수출의 많은 부분을 공예품이 차지하고 있던 시대를 말한다. 이 시기는 두 가지로 해석이 가능한데 하나는 공예산업이 부흥하던 시기를 말하며, 또 하나는 ‘공예’라는 용어가 상징하듯이 우리나라 산업이 그만큼 디자인과는 거리가 있음을 나타내는 말로 공예산업이나 마 경쟁력있게 부흥시키고자 했던 시기라고 할 수 있다.

디자인에 있어서 광복이후 오랫동안 일본과 미국의 영향이 컸다. 이것은 자주적이고 창의적인 디자인 교육이나 디자이너의 활동을 감퇴시킨 원인이기도 했다. 전문적인 디자인 교육을 받은 디자이너에 의해서 제품을 개선하고 창조하며 양질화(良質化)하려는 노력보다는 이미 최고 수준에 도달해 있는 두 나라의 제품을 모방해서 판매하는 편이 훨씬 합리적이라고 판단했기 때문이다.

한국전쟁 당시 대량 유입된 미 군수품과 전후의 원조물품은 60년대의 경제개발 이전까지 한국인들의 주된 생활용품이었다. 염색한 군복, 식기, 침구, 지프를 개조한 시발택시, 군용트럭을 개조한 화물차 등은 생활의 편리함 못지않게 디자인 분야에 눈뜨게 하는 발단이 되었다. 미군 물자에 의한 영향이 줄어들고 산업의 자립화에 박차를 가하던 1960년대부터 우리의 실질적인 디자인 산업이 싹트기 시작했다고 할 수 있다.

즉, 디자인에 대한 실질적이고 사회적인 인식은 1960년대 초, 정치적, 경제적, 사회적 변화로부터 수반된 경제개발 계획과 생산증대, 수출진흥이라는 슬로건이 탄생하면서 확대되기 시작했다. 이때부터 디자이너라고 하는 명칭이 통용되기 시작했다. 이는 실질적으로 디자인 산업이 형성될 수 있는 기초적인 조건이 되었음은 물론, 생산철학을 바탕으로 한 당시의 교육이념은 디자인에 대한 인식을 고양시키는 결과가 되었다.

광복이후 한국 공업을 이끌기 시작한 것은 크게 두 가지라고 할 수 있다. 자동차 산업과 가전산업이 그것이다. 50년대 말 등장하기 시작한 가전산업 분야에서는 특히 라디오와 전화기, 선풍기 등이 선도했으며 60년대 중반 이후에는 텔레비전과 냉장고 등이 나왔다.

### 1) 국산 자동차의 효시, 시발자동차

공예산업을 부흥시키고자 총력을 기울였던 이 시기에 주목할 사실은 55년 3월에 ‘시발자동차’를 조립함으로써 국산 자동차의 제작가능성을 보였다는 점이다. 당시엔 미군의 잉여차량인 트럭(쓰리 쿼터), 지프 등의 부속품을 조립해 만든 버스, 승합택시 등의 운수사업이 성황을 이룰 때였다. 이때 을지로 2가 공터에서 천막을 치고 자동차를 조립하던 시발자동차사가 미제 지프 형 실린더 헤드만을 국산화하고 여기에 보디를 조립해 ‘시발자동차’를 만들어냈다. 이 차는 재생한 4기통 엔진을 장착하는 한편 트랜스 미션, 엑셀 등은 미제 중고품을 재생해 사용했다.



‘시발자동차’는 한국자동차공업사상 최초의 국산 조립 승용차였다. 시발자동차사의 대표였던 최무성(崔茂盛)씨는 자동차 제작을 위하여 전 재산을 바쳤는데, 광복 10주년 기념 산업박람회에서 영예로운 대통령상을 수상하기도 했다. 우리나라 최초로 국산 승용차가 생산되자 생산을 맞추기 어려울 정도로 주문이 쇄도했다.

그러나 이같은 폭발적인 인기에도 불구하고 정부에서 증차를 일체 하지 못하게 해서 시발자동차의 생산은 결국 3천대에 그치고 말았다. ‘시발자동차’는 한국의 자동차공업

생성과정에서 국산차의 생산을 시도해 성공한 사례를 남겼다는 점에서 의의를 가지며, 장래 자동차 산업에 대한 무한한 가능성을 심어 주었다는 점에서 높이 평가할 만하다.

## 2) 국내 최초의 라디오, 금성 A-501

공예산업 부흥기에 있어서 시발자동차의 조립·생산만큼 중요한 사건이 바로 금성사의 라디오 생산이었다. 금성사 설계실에서는 1959년 6월부터 국내 최초로 라디오 모델의 설계를 시작했다. 설계를 맡은 사람은 김해수 주임이었는데, 그는 공과계 출신으로 라디오 조립기술이 상당한 수준에 이른 사람이었다. 한편 디자인은 당시 서울대 미대 회화과 졸업반이었던 박용귀(朴容貴)와 또 다른 디자이너인 최병태가 진행했다. 이 두 사람은 공채로 입사한 사람들로써 이후 약 15년간 금성사에 있으면서 우리나라 초창기 가전제품 디자인 산업에 지대한 공헌을 하게 된다.



‘A-501’의 모델이 된 것은 일제 ‘산요’ 라디오였다. 당시 고문으로 있었던 독일인 헹케는 서독제를 모델로 하자고 하여 논란이 있었는데, 결국 담당자의 의견을 존중해 일제를 모델로 개발하게 되었다. A-501이라고 하는 것은 AC, 즉 전기용 5구 라디오 제1호라는 뜻으로 명명된 것으로, 기술자간 전기용으로 하자는

데 의견이 모아져 첫 제품을 전기용으로 만든 것이다. 설계팀이 설계작업을 하고 있는 동안에 나머지 기술팀은 부품제작을 하였다.

당시 회사의 형편이나 기술수준으로 보아서는 부품을 대폭 수입해 쓰는 것이 고생도 덜 하고 생산하기에도 편리했을텐데, 부품자작(部品自作)의 시도는 라디오 부품 생산이 거의 안되던 당시로서는 일종의 모험이었다. 즉 처음부터 부품의 국산화가 시도된 것이다.

라디오의 상표는 별을 모델로 하여 왕관을 연상하도록 만든 마크와 금성의 영문표기 ‘Gold Star’ 를 잇달아 쓴 문자표식 등 두 가지로 되어 있었다. 이것이 오랫동안 통용되었던 금성사 상품 브랜드의 시초였으며 나아가 우리나라 가전제품의 신기원을 이룩한 역사적인 브랜드였다.

디자인을 담당했던 박용귀는 대학을 졸업하기 전인 1958년 ‘락희화학’ (LG화학의 전신)에 채용되어 근무하다가 59년 2월 금성사가 창립되고, 6월에 의장실이 만들어지면서 제품디자이너로 첫발을 디딘 후 약 20년간 재직하면서 가전제품의 모든 디자인을 책임지고 디자인했다. 이후 이 부서의 책임자가 되었으며, A-501 라디오를 디자인한 것을 비롯해 1958년 도안실로 출발한 디자인 부서를 1년만에 공업의장실로 발전시켰고, 1967년 일본의 히다치 의장연구소에서 6개월간 연수를 받은 후 혁신적으로 부서 명칭을 디자인실로 바꾸고, 이후 디자인연구소로 발전시켰다. 퇴사 후 그의 이름이니셜을 딴 ‘YK디자인’ 을 설립해 충무로에서 전문 제품디자인 사무실을 1년 동안 운영했으며, 그 후 김희덕 한국디자인포장센터(KDPC) 이사장의 권유로 1년간 KDPC에서 근무하기도 했다.

앞서 밝힌 박용귀와 같은 전문 제품디자이너들의 활동으로 인해 최초의 라디오를 생산한 금성사는 국내 가전업계에서 ‘최초’ 라는 수식어를 놓치지 않고 계속해서 선두를 달렸다. 1960년 3월 국내 최초로 선풍기를 생산했으며 이어 1961년 7월 다이얼 자동식 전화기를 최초로 생산해 국내 최대 가전제품 생산회사로서의 위치를 공고히 했다.

50년대 초엔 전쟁의 여파로 산업에 새로운 활력을 불어넣기 위한 신제품 개발이나 제품디자이너의 중요성에 별로 관심을 기울이지 못했다. 그러나 전쟁의 상처가 아물고 복구와 재건이 목표가 된 50년대 중반을 넘기면서 서서히 산업화가 현안으로 나타나기 시작했다. 이로부터 자연스럽게 대두된 디자인의 진흥을 위한 기관 설립은 당시 원조를 통해 우리나라의 산업화를 꾀했던 미국에 의해 추진되었다. 1958년 미국인 사무엘 셔(Samuel Scherr)에 의해 개소된 한국공예시범소가 그것이다.

이 명칭에 ‘공예’ 라는 말이 붙은 것은 당시 국내에서는 공업디자이너나 인더스트리얼 디자인(industrial design)이라는 말이 허용되지 않았고, 하나의 관례로 양산공예의 개념으로 통용되었기 때문이다. 그러나 영문으로 쓰는 일체의 공식문서나 각종 보고서에서는 ‘인더스트리얼디자인’ 이라 명시했다. 한국공예시범소의 의미는 ‘우리나라 디자인 진흥의 출발점’ 이라는 데 있다.

### 3) 한국 디자인진흥의 기원, 한국공예시범소(KHDC)

한국공예시범소(韓國工藝示範, KHDC : Korea Handicraft Demonstration Center)는 미국무부 산하의 국제협력처(ICA : International Cooperation Administration)의 기술원조기금을 바탕으로, 미국 대외원조기관(USOM), 주한 유엔군사령부, 주한 미8군사령부의 협조로 운영되었다. 당시 ICA는 미국무성 산하의 독립부서로서 산업화가 저조한 후진국들을 위한 기술원조 프로젝트를 담당하고 있었다. 1955년, ICA는 미국 정부로부터 이러한 프로젝트에 필요한 예산을 확보하고 미국의 산업디자인 전문회사 네 곳에 개발도상국들에 대한 사전 조

사를 위임했다. 러셀 라이트 사는 홍콩, 대만, 태국, 베트남, 콜롬비아를 담당했으며 월터 도원 티그 사는 그리스, 요르단, 레바논을, 데이브 채프맨 사는 파키스탄, 아프가니스탄, 멕시코, 수리남, 엘살바도르, 자메이카, 코스타리카를 담당했다. 그리고 스미스 셔 맥더모트사는 한국 한 곳만을 담당했다.

이 회사들은 각기 위임받은 후진국들의 수공업 활동을 조사하기 시작했으며, 경쟁력 있는 제품 개발 방안을 제안하는 임무를 맡았다. 이 계획은 곧 산업이 낙후된 후진국에게 디자인력과 머천다이징(merchandising) 능력을 길러줌으로써 가난의 굴레에서 조속히 벗어날 수 있도록 하고 궁극적으로는 좌경화를 막기 위한 것이었다. 그러나 ICA는 미국의 디자이너들에게 후진국들의 오랜 문화적 전통에 어긋난 새로운 디자인은 소개하지 못하도록 했다. 그것은 미국 문화를 강요하여 자국의 독자적인 문화가 위협당한다는 오해를 받지 않으려 했기 때문이다.

### (1)한국 담당, 스미스 셔 맥더모트 사

ICA로부터 한국 담당자로 선임된 스미스 셔 맥더모트(SSM : Smith Scherr & McDermott)사의 파트너인 사무엘 셔(Samuel Scherr)는 3개월 동안 한국 전역을 답사했다. 수공업산업의 역사와 현황을 면밀히 조사하기 위하여 서울, 부산, 통영, 강릉 등 주요 도시들을 방문한 것이다. 그 결과 한국 수공업산업 진흥을 위한 전략적 제안이 포함된 종합적인 보고서가 작성되었다. 1955년 11월에 완성된 그 보고서에는 수공업산업 육성을 위한 실행계획이 포함되어 있었다. 그러나 정치적, 경제적 불안정으로 인해 2년 여간 답보상태에 있던 그 계획이 ICA의 공식적인 지원을 받을 수 있게 된 것은 1957년 8월 23일이 되어서였다.

이 같은 배경에서도 나타나듯이 KHDC의 설립은 한국의 수공업산업과 소규모 가내공업을 육성하려는 원조계획의 일환으로 ICA와 SSM이 맺은 계약에 의한 것이다. 1958년 1월 SSM은 3명의 디자이너 즉 스탠리 피스틱(Stanley Fistick), 폴 탈렌티노(Paul Talentino), 오스틴 콕스(Austin Cox)를 한국으로 파견했다.

그들은 서울에 KHDC를 설립하고 한국의 주요 대학교에서 디자인과 마케팅 등 연관 과목들을 가르치기 시작했다. 오하이오주립대에서 산업도자 디자인 담당교수를 역임한 피스틱은 도자기 산업의 지원과 대학의 디자인교육 지원업무를 맡았다. 그는 홍익대 미술대학에 엄청난 예산을 들여 도자 실습장을 건립하는 데 주도적인 역할을 담당했다. 한국에 오기 전 미국에서 독자적인 공예공방을 운영했던 탈렌티노는 가내공업 및 소규모의 지원과 함께 센터내 교육 훈련을 담당했다. 콕스는 금속 및 보석디자인 전문가로서의 역할을 맡았다.

KHDC의 운영을 책임진 사람은 한국전쟁에 참전해 현지 사정에 밝은 노만 디 한(Norman R. De Han)이었다. 1957년 가을 IIT 건축과를 중퇴한 노만 디 한은 미8군사령부에서 하사관으로 근무하던 중 반도호텔 개축작업에 참여한 것을 계기로 한국 정부와 특별한 관계를 맺게 되어 연구소 책임자가 되었다. 그는 한국 사정에 밝고 전공에 맞는 일인데다 의욕도 많아 연구소가 효율적으로 운영되는 데 크게 기여했다.

그러나 이 프로젝트의 총체적인 책임자는 SSM사의 파트너이자, 미국산업디자이너협회(ASID)의 회원인 사무엘 셔였다. 셔는 미국에서는 물론 한국 현지에서 진행되는 한국공예시범소의 모든 활동을 지원했다. 한 예로 오하이오 아크론 시에 있는 SSM 본사에서 한국 제품의 머천다이징과 한국 학생들이 미국에서 공업디자인 교육을 공부할 수 있는 기회를 마련하기 위한 노력을 펼쳤다. 데이비드 무라노(David Murano)는 미국 시장에서 한국 제품에 대한 관심을 증진시키기 위한 디자인-머천다이저로서의 역할을 맡았다.

## (2)경제 수단으로서의 한국공예시범소

KHDC의 설립목적은 전통 공예와 소규모 가내공업제품의 디자인, 품질, 기능을 국내에서는 물론 해외 시장에서도 팔릴만한 수준으로 높여, 기본적으로 농업경제에 의존하고 있는 사람들이 생존을 위한 수입을 얻을 수 있도록 하는 데 있었다. KHDC는 ICA로부터 달러로 원조를 받고, 한국 정부로부터는 원화로 지원을 받아 운영자금을 충당했다. 당시 KHDC는 ▶미국 시장에 수출할 수 있는 신 디자인 개발 후, 이를 우수 제조업체에 제공 ▶제조업체를 방문해 현장에서 생산, 품질관리, 재료 등에 관해 자문 ▶세미나 개최 및 디자인-테크니션 (design-technician)을 위한 슬라이드 및 영화 상영 ▶한국에 소개되지 않은 신제품 개발 후, 지역 사업가들의 생산을 위한 투자 독려 ▶SSM 사의 뉴욕지사를 통한 가구 등 한국 상품의 머천다이징 및 마케팅 ▶전통공예와 관련 깊은 지역 조사 및 현장답사, 지역 공예가와 디자이너를 위한 참여 교육 등의 업무를 수행하였다.

## (3)디자인 교수요원 해외연수 프로그램

KHDC는 특히 공업디자인 교육에 지대한 관심을 기울였다. 따라서 첫째 목표를 서울대학교, 홍익대학교 등의 우수 미술대학에 공업디자인 과정을 개설하는 데 두었다. 두 번째 목표는 ICA에 의해 선발되어 미국에서 유학을 한 사람들을 이와 같은 교육프로그램을 이끌어갈 수 있는 교수요원으로 양성하는 것이었다.

1958년 3월 한국공예시범소에 ‘디자인 교수요원 해외연수 프로그램’이 마련하여 매년 두 명씩 선발하였다. 첫해인 1958년에는 민철홍, 김정숙, 1959년에는 권순형, 배만실, 1960년에는 이정훈, 김익영 등이 미국 유학의 기회를 가질 수 있었다. 이들은 귀국 후에 교수로 선발되었는데 민철홍 서울대 교수(일리노이 공대에서 제품디자인 전공), 권순형 서울대 교수(클리블랜드 미술대학에서 그래픽과 제품디자인 전공, 부전공으로 도자디자인 전공), 배만실 이화여대 교수(필라델피아 미술대학에서 페브릭 전공) 등이 우리나라 디자인 교육에 지대한 역할을 수행한 장본인들이다.

비록 1년이란 짧은 기간의 유학이었지만 바우하우스의 교육체계를 그대로 이어받아 IIT의 커리큘럼을 비롯해 미국의 선진 우수 교육시스템이 직접 국내 디자인 교육계에 유입되기 시작했다는 점에 주목할 필요가 있다. 그동안 일본에서 유학한 교수들에 의해 리드되었던 교육방법에 변화의 바람이 일기 시작했다고 볼 수 있겠다.

미국에서 유학하고 돌아온 젊은 유학과 교수들에 의해 디자인과의 커리큘럼이 체계화되고 전문화되기 시작하면서 다양한 역량을 가진 디자이너들이 배출되어 제조업체를 비롯해 은행이나 백화점, 제약회사 등에서 활동함으로써 디자이너의 활동영역이 보다 넓어지기 시작했다.

## (4)공예 및 제품디자인 진흥사업

KHDC는 취약했던 한국의 산업구조에 맞추어 전통공예와 경공업제품 부문의 디자인과 마케팅에 관한 계몽과 교육을 실시했다. 특히 수출증대에 관심이 많던 정부의 요청에 따라 전국적으로 산재해 있던 지역특산품 공장과 경공업 공장을 방문해 제품디자인에 관한 계몽과 지도를 실시했다.

그러나 KHDC는 주로 전통 민속공예품(성하산업사), 가구(대성가구), 실크제품(미아리 실크

사) 등의 부문에서만 실질적인 기여를 할 수 있었을 뿐, 산업제품을 디자인할 수 있는 기회는 좀처럼 주어지지 않았다. 실제로 민철홍은 KHDC 소속으로 있을 때, 라디오를 디자인한 렌더링 시안 두 가지를 가지고 금성사에 들렀으나, 당시 한 일본 회사의 모델을 참고로 직접 디자인하고 있다는 이유로 별로 관심을 끌지 못했다. 그것은 취약했던 국내 산업구조의 특성상 본격적인 제품디자인 활동보다는 ‘양산공예’의 진홍이 더욱 절실했던 데서 비롯된 것이라고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 KHDC가 추구한 궁극적인 목표는 제품디자인의 진홍이었다. 실제로 KHDC에서 사용하던 모든 공식문서와 보고서에는 ‘Industrial Design’ 용어가 사용되었고, 월보(月報)의 명칭도 <Korea Industrial Design>이었다. KHDC는 국내 제품디자인에 관한 의식고취를 위하여 ‘What is Industrial Design?’ 등과 같은 영화를 도입, 상영하기도 했다.

결과적으로 KHDC가 한국공예에 기반을 둔 제품 수출을 통해 국가경제에 기여를 했음은 부인할 수 없을 것이다. 3년여 기간 동안 모두 2,700여 점의 프로토타입(proto type)이 제작되었고, 1,246가지 샘플(sample)이 미국과 유럽에 소개되어 1960년에는 총 60만 달러, 1961년에는 75만 달러의 수출고를 올렸던 것이다.

이같은 실적은 당시 우리나라의 총 수출고가 4천만 달러 내외였다는 점을 감안해 볼 때 상당한 진전임을 알 수 있다. KHDC가 수출에 기여할 수 있었던 것은 머천다이징을 전담하는 직원을 두었고, 뉴욕에 매장을 설치해 놓고 현지의 시장정보를 신속히 디자인과 생산에 반영할 수 있는 체제를 갖추었기 때문이라는 분석도 있다.

1950년대는 미군 부대를 통해 흘러나온 하찮은 각종 디자인들이 국내에 유입되어 영향력을 발휘하던 시기였다. 각종 초콜릿, 껌, 과자 등의 포장디자인이나 데코레이션 잡지에 등장하는 문양들이 당시 디자이너들이 활용하는 디자인 소스(design source)의 전부였다. 이러한 어려운 상황에서 우리 디자인사에 미친 KHDC의 역할은 큰 것이었다. 우리 정부의 주도로 설립되지는 않았으나 준 정부 기관같이 나라의 국익을 위하여 많은 투자와 노력을 다했다는 평가를 받고 있다. 그러나 이는 적극적인 정부의 후원이 있었기에 가능하였으며 정부 산하 진흥기관 설립에 자극제가 되었다.

## 2. 미술 수출기(1960~1969)

‘미술 수출기’란 미술과 도안, 공예 그리고 디자인의 개념이 혼재되어 사용된 시기로서 단순히 제품의 안과 밖을 화려하게 치장해 수출에 충력을 기울였던 시기라고 할 수 있다. 수출하고자 하는 상대국의 취향이나 소비패턴, 유통구조 등 전문적인 연구결과에 의해 제품디자인을 수행한 것이 아니라 우리가 좋아하는 미술적 취향을 담아 수출했다는 의미를 포함하고 있다.

1960년대에 들어서면서 우리 경제는 새로운 국면을 맞이했다. 1961년에 일어난 군사혁명으로 정권을 잡은 군부는 경제개발 5개년 계획을 수립해 낙후된 경제에 활력을 불어넣으려는 운동에 착수했다. 산업화를 신속히 도모하며 좁고 척박한 농토에 의존하던 농경사회의 고질적인 빈곤을 몰아내기 위하여 ‘수출입국(輸出立國)’이란 구호를 내세웠던 것이다.

우선 국제 경쟁력이 있는 경공업제품을 개발해 수출을 하려는 시도가 이루어짐에 따라 공산품의 디자인 문제가 보다 적극적으로 대두되기 시작했다. 당시 우리나라의 수출을 총괄하던 상공부(현 산업자원부)에서 수출상품의 디자인 문제에 대하여 관심을 기울이게 된 것이다. 오원철(당시 섬유산업과장으로 상공미술전람회 탄생의 산파역)은 당시의 상황을 다음과 같이 설명했다.

“기술개발과 고급 모직물 수출에 힘썼다....(중략)....그런데도 수출이 안 되는 것이다. 알고 보니 이유는 딴 데 있었다. 양복지는 고급 생활필수품이다. 어떤 의미에선 사치품에 속한다. 값이 싸다고 무한정 팔리는 물건이 아니다. 사 가는 사람의 기호, 촉감, 색상, 디자인에 달린 물건이었다. 우수하면 값이 싸다 비싸다를 따지는 물건이 아니다. 문제는 미술적 소양이 부족한 것이었다. 촌놈 냄새를 빼야 팔린다. 나도 촌놈이구나 하고 느끼는 바가 컸다.”

당시 우리나라의 디자인 수준은 19세기 중반의 영국처럼 제품에 미술을 응용해야 수출증대를 이룩할 수 있다는 수준이었지만, 특히 섬유산업을 중심으로, 우리나라에서도 새로운 디자인의 수요가 생겨나기 시작했다. 당시 ‘디자인’이라는 용어가 공식적으로 사용된 것은 아니지만 수출 증진을 위해 디자인이 중요하다는 것을 정부가 인식하기 시작한 것이다.

이때부터 국가와 기업, 언론에서는 산업생산을 뒷받침하기 위하여 디자인을 육성하고 진흥하기 시작했다. 즉, 조일광고창작상(조선일보, 1964), 중앙광고대상(중앙일보, 1965) 등이 제정되었으며 공업제품 생산에 디자인이 적극적으로 도입되었고 1966년에는 서울대 부설(사)한국공예디자인연구소(초대 이사장 박갑성, 소장 이순석)와 같은 공적인 성격의 기관이 국내 최초로 설립되기에 이르렀다.

이와 같은 인식이 팽배해 있던 차에 상공부 주최로 제1회 대한민국 상공미술전람회(상공미전;현 대한민국산업디자인전람회의 전신)가 1966년 8월 3일부터 22일까지 경복궁 미술관에서 개최되어 디자인의 질적 수준 향상에 견인차 역할을 수행했다.

## 1) 최초의 국전 ‘대한민국 상공미술전람회’

1966년 시작된 대한민국상공미술전람회(상공미전)는 현 대한민국산업디자인전람회의 전신으로 국내에서 가장 오랜 역사를 자랑하는 국전이라 할 수 있다. 우수한 디자이너의 창안기풍을 진작시켜 미술의 경제개발 참여를 도모하고, 미술계와 산업계를 직결시켜 디자인 개선을 촉진시키고자 산업미술 전반에 걸친 최초의 관전(官展)이었다.

이는 1965년 상공부 주재 하에 공예인 간담회를 가진 데서 비롯되었다. 회의 개최자인 정부로서는 일품적, 감상적, 순수미술적인 공예작품들은 대중적인 실용성과 무관함을 깨닫고 1966년을 기해 경제적 사회적 변화 속에서 디자인이 경제개발과 생산증대, 수출진흥이라는 산업경제력 추진의 촉진적 매개체가 되기를 바라는 의미에서 만들게 된 것이다. 특히 경제입국의 지표는 수출을 통한 국제경쟁력 강화에 있다고 판단하고 수출상품의 고급화 및 다변화를 꾀하여 ‘미술수출’이라는 정책 하에 미술계와 산업계를 직결시켜 산학일체의 표본으로 수출 및 국내 디자인 발전을 추진시키는 계기를 마련하였다.

1962년에 제1차 경제개발 5개년 계획이 착수되어 수출실적 3천만 달러를 달성했고 5년간의 산업생산 지수는 202.1로 2배나 증가했으며, 주요 기간산업의 괄목할 만한 발전이 이루어짐에 따라 정부와 기업에서는 수출증대를 지상목표로 최대한 노력을 경주하게 되었다.

이러한 배경 하에서 ‘대한민국 상공미술전람회’로 명명해 전람회를 개최하였다. 전람회 개최를 위하여 이순석과 백태원, 백태호 등이 활발한 대 정부 로비를 전개했고, 실무적인 일은 상공부측의 오원철, 디자인 분야의 민철홍, 염인택, 조영제, 한도룡 등이 담당했다.

### ●전람회 공모현황

경복궁 현대미술관에서 개최된 제1회 전시회는 3부로 나누어 공모되었는데, 제1부 상업미술(商業美術), 제2부 공예미술(工藝美術), 제3부 공업미술(工業美術) 부문에 총 1,041점이 출품되는 수확을 거두었다. 그 중 상업미술 부문은 타부문과 비교해 압도적인 725점이 출품되었으며 공예부문에 165점, 공업미술부문에 151점이 출품되었다. 심사방침은 수출공예품의 디자인 개선 및 우량화에 기여할 수 있고 수출 촉진에 이바지 할 수 있는 기능성, 생산성 그리고 양산 가능성과 수출 가능성에 중점을 두었다. 심사결과 제1회 대통령상은 ‘서울역 색채안내 실시’라는 상업미술부문 작품이 수상하였다.

당시 작품 경향에 대해 제1회전 도록에 게재된 내용을 보면 다음과 같다.

“디자인 개선, 미술의 경제개발에의 참여, 우수 제품의 생산, 수출증진이라는 본 전람회의 목적에 비추어 보아 약간의 거리가 있는 듯한 감이 있으나 처음 시도한 것으로는 의외의 성과가 있었다고 볼 수 있다. 제1부의 작품 경향을 보면 응모작도 가장 풍성하였고 수준 이상의 작품이었으나 국가적으로 요청되는 상품포장 분야의 개발이나 디자인 작품의 응모가 적었고 관광포스터가 많았으나 사진을 이용한 작품이나 이미지가 뚜렷한 작품이 없었고 시리즈로 연작을 낸 응모도 많았으나 계획의 부정확성으로 통일이 결여되어 있다. 특히 작품경향으론 추상성의 그래픽이나 입체성 작품은 단계적으로 디자인 개량이 가능한 한국적 현실로 보아 재고되어야 하겠다. 제2부 공예작품은 국전 순수공예와의 상이점을 발견치 못하고 응모한 작품이 대다수여서 양산 가능의 작품이 보다 절실히 요구되었으며 재료 면에서 국내

사용 가능 재료와 가격 면에서도 저렴할 수 있는 제작공정의 간편성까지 작품제작시 고려해야 하겠다. 제3부 공업미술부는 우리나라 초유의 미개척 분야로서 실물이나 모형처리는 우수한 작품이 많았으나 도면처리가 일반적으로 미숙했다.”

상공미전은 해를 거듭할수록 작품의 경향이 수출과 직결되는 창의성과 창의력의 발휘가 현저했고, 제작방향도 실용화에 역점을 두어 직접 인쇄한 작품을 출품화하는 경향을 보일 정도로 설립 초기의 목적에 부응해 나갔다.

### ● 개최 의의 및 배출작가

상공미전 개최의 의의는 이를 통해 디자인의 각 분야가 독립적으로 전문화되었다는 점과 학계 및 실무에서 활동할 수 있는 전문 디자이너를 배출해 냈다는 점 등을 들 수 있다.

이러한 상공미전을 통해서 디자이너로서 등장한 사람들은 제1부 강찬균, 권명광, 양승춘, 김영기, 김효, 제2부 박운정, 김덕겸, 이창호, 제3부 김길홍, 이순혁, 배천범 등이다. 그리고 1974년까지 상공미전을 통해서 디자이너가 된 사람은 1부 32명, 2부 30명, 3부 24명 등 모두 86명으로 나타났다.

상공미전으로 인해 디자인과 공예라는 문체가 서서히 이분(二分)되기 시작했는데 그 이면을 살펴보면 다음과 같이 설명할 수 있다. 국전 공예부에 뿌리를 둔 디자인의 흐름은 여전히 김진갑과 장기명, 그리고 일본에서 유학한 바 이는 교수 신분의 이순석을 중심으로 하는 인맥을 통해 1960년대까지 지속되었다. 즉 국전을 지배했던 작가들로는 백태원(목칠공예), 유강열(염색공예), 박성삼(목공예), 백태호(염색공예), 권순형(도자기) 등이 있었으며, 이들은 앞서 밝힌 두 사람의 영향을 지속적으로 잇고 있던 작가들이라 할 수 있다.

한편 이들 외에도 1966년까지 국전 수상을 통해 등장했던 젊은 공예 작가군들이 있었는데 박철주(목칠공예), 김태원(나전칠기), 김봉룡(나전칠기), 조정호(자수), 문수미, 유운진, 김교만(금속공예), 한도룡(목칠공예), 민철홍(목칠공예), 이신자(염직) 등이 그들이다.

이들 중 일부는 1966년 개최된 상공미전 속에 시각, 공업, 공예부분이 설치되면서 일부 공예가들이 전반적으로 전승주의에 집착했던 그동안의 작업방향에서 발전적으로 자신의 전공을 변화시켜 나갔다. 특히 앞서 밝힌 젊은 공예작가들은 지금까지 발표의 기회가 국전밖에 없었기 때문에, 디자인의 다양한 분야를 교육받아 온 것들을 실현할 수 있는 기회가 별로 없었다. 그러다가 상공미전이 생기면서 자신이 작업하고 싶은 분야를 확립하고 전문화해 나갔다. 예를 들면 김교만은 금속공예에서 시각디자인으로, 한도룡은 목칠공예에서 공업디자인으로, 민철홍은 목칠공예에서 공업디자인 분야로 바꾸었다.

이같이 1960년대 중반을 전환점으로 해서 한국의 현대 디자인은 사회적인 변화와 요구로 인해 새로운 세대를 맞이하게 된다. 당시의 디자인 세대들은 대학을 졸업해 우리 경제가 산업화되기 시작한 때에 활동하기 시작한 공예 및 디자이너들로서 상공미전을 통한 작품 활동으로 이후 한국 디자인계를 이끌어가는 디자이너로 성장했다. 이들은 당시 대학들이 디자인과를 하나씩 개설하자, 디자인 현장에서 수년간 실무를 쌓다가 교육계로 진로를 바꾸기도 했다.

## 2) 디자인 단체 결성 및 개인전 개최 러시

국전 공예부를 뿌리로 해서 전개된 디자인이, 앞서 밝힌 바와 마찬가지로 상공미전을 통해 본격적으로 시각, 공업, 공예 분야로 분업화되기 시작해 산업계와 다양한 연계를 갖기에 이르렀다. 이때부터 산업과 디자이너가 본격적으로 협력하기 시작했다. 또한 디자이너들도 분야별로 협회와 단체를 구성해 자신들의 이익을 도모하고 디자인을 통해 사회에 기여한다는 입장에 서게 되었다.

1961년 서울대 응용미술과 졸업생이 중심이 되어 결성한 한국응용미술가협회, 한국선전미술협회(1965), 한국공예가회(1965), 한국상업사진가협회(1968), 한국만화가협회(1968), 한국인테리어디자이너협회(1969), 현대디자인실험작가협회(1969) 등이 이때 결성된 단체들이다.

또한 그동안 몇몇에 그쳤던 개인전이 1960년 중반에 들어서면서부터 계속 이어지기 시작했다. 1966년에는 ‘김효 그래픽디자인전’, ‘한홍택 그래픽아트전’, 1967년에는 ‘홍종일 개인전’, ‘박재진 그래픽디자인전’을 비롯해 김영기, 이춘희, 김영무 등의 그래픽디자인전, 1968년에는 ‘허창삼 그래픽디자인전’, 1969년에는 ‘한홍택 시각언어전’ 등이 연이어 개최되었다.

때맞춰 산업생산 구조가 소비재 중심으로 전환되면서 대량생산된 제품들이 널리 보급되어 디자인의 수요가 점차 증가했고, 수출에 충력을 기울이면서 경쟁력 있는 디자인의 필요성이 한층 강조되었다. 이에 따라 ‘미술수출’이라는 구호를 내건 박정희 대통령의 의도대로 수출품의 질적 향상과 동참에 디자인의 역할을 한층 기대하게 되었다.

‘수출이 곧 살길’이라는 대명제 하에서 1969년에는 한국공예디자인연구소가 한국디자인센터로, 다시 3월에는 한국수출디자인센터로 개칭되었고 1970년에는 한국디자인포장센터로 개편, 발전되었다. 이로써 수출의 동반자로 디자인의 역할이 자리 잡게 되었으며 한편으로는 디자인 분야 육성 및 진흥의 기틀이 본격적으로 체계화되고 공식화하기 시작했다.

## 3) 제1차 경제개발 5개년 계획과 수출 제일주의

1950년대 말까지만 하더라도 우리 경제는 6·25동란으로 인해 미약한 산업시설마저 파괴되어 버린 상태에서 전적으로 미국의 원조에 의지할 수밖에 없는 황무지 상태였다. 그러나 미국의 원조마저 절감되어 자립화를 위한 일대 전환기를 맞이하게 되었다. 이러한 전환기에 직면한 정부는 그간의 미온적인 경제정책에서 탈피해 1962년을 제1차 연도로 하는 제1차 경제개발 5개년 계획을 수립, 실시하기에 이르렀다.

특히 자립 경제 달성의 척도가 되는 국제수지의 균형을 이룩하기 위하여 제1차 경제개발 5개년 계획의 실시와 더불어 정부는 수출 제일주의를 당면 시책으로 책정하고, 수출신장을 위하여 무역정책을 비롯한 재정·금융 정책, 관세 정책 등 모든 분야를 지원했다. 또한 1962년 3월 20일에는 수출진흥법을 제정·공포해 국내 산업을 수출산업으로 전환할 수 있도록 제도적인 뒷받침을 마련했다.

이러한 직접적인 지원책에 힘입어 우리나라의 수출은 제1차 5개년 계획 중반기부터 급격히

증대하기 시작했으며, 수출산업의 체질도 크게 개선되었다. 또한 이 기간에 정유공장을 비롯한 비료·시멘트 등 기간산업이 신설 내지는 대폭 확장되었고 전력·운수 등 사회 간접자본 시설도 크게 확충되었다.

그러나 1차 개발 계획을 통한 이러한 성장은 다른 한편으로 경제 체질상의 여러 가지 문제점이 표출되는 계기가 되었는데, 그 일련의 문제점들이 2차 5개년 계획의 성격을 규정하는 요소가 되었다. 그 중에서 특히 지속적인 수출신장을 통한 국민경제의 원활한 발전을 위해서는 수출 상품의 양적인 증가만이 아니라 질적인 발전이 병행되어야만 한다는 과제가 크게 부각되었다.

즉, 1차 계획 기간 중 제품의 질적 개선보다는 실적 위주의 양적 확대에 중점을 두었기 때문에 당초부터 품질 정책이 부재했다는 점이 지적된 것이다. 특히 수출산업의 기술축적이 거의 전무(全無)한 상태에서 단순 노동 집약적 수출상품에 의존할 수밖에 없었던 상황에서 이러한 품질정책의 부재는 여러 가지로 국제시장에서 불리한 대우를 받는 결과를 초래했던 것이다.

따라서 정부에서는 수출상품의 국제경쟁력을 강화시키기 위한 방안을 다각적으로 모색했는데, 여기에서 가장 시급히 해결해야 할 문제로 대두된 것이 제품의 디자인과 포장개선을 통한 수출상품의 품질향상이었다. 수출상품이란 지리적·문화적으로 상이한 국가와 국민을 대상으로 하는 것이므로 국제적인 디자인 감각을 가진 제품의 개발과 이의 구매력을 돋우어 줄 수 있는 포장의 개선 없이는 결코 지속적인 수출신장을 유지시킬 수 없다는 사실을, 그때까지의 경험을 통해 업계와 정부에서 뒤늦게나마 다같이 인식하게 되었던 것이다.

특히 종래의 노동집약적인 1차 산품(産品) 중심으로부터 기술집약적인 고부가가치의 공산품(工産品) 중심으로 수출의 구조적 전환이 불가피한 시점에서 경쟁력 강화의 가장 관건이 되는 디자인과 포장 문제는 당시 우리의 수출 확대 정책에 있어 반드시 뛰어넘어야 할 과제였다.

#### 4) 디자인·포장 관련 3개 기관 설립

1960년대 중반까지도 디자인과 포장의 연구·개발에 투자할 수 있는 여력을 가진 기업은 몇몇 대기업을 제외하고는 거의 없었을 뿐만 아니라 정부도 이를 지원해 줄 수 있는 뚜렷한 기구조차 가지지 못한 상태였다. 더욱이 이 시기의 산업인들은 디자인을 미술분야 이상으로 인식하지 못했으며, 디자인과 디자이너란 단지 패션에 연관된 것으로만 알고 있었다.

포장 분야도 예외는 아니어서 1차적 기능인 단순한 상품의 보호 측면과 제품 명칭을 인식시켜 주는 정도의 기능에만 만족하고 있었다. 당시의 포장재(包裝材)로 주로 사용된 것이 고대로부터 이어져 오던 토기, 목상자, 목통(木通), 죽(竹)제품, 면포대(綿佈袋), 마대, 가마니와 새끼, 노끈 등과 같은 재료에 불과했다는 사실만으로도 당시의 상황을 미루어 볼 수 있다.

그 후 1차 경제개발 계획의 성과 연도인 1960년대 중반에 이르러서야 비로소 이 분야의 중요성을 어느 정도 인식하고 진흥 기관의 설립이 있게 되었는데, 이것이 바로 한국디자인포장센터의 모체가 된 ‘한국포장기술협회’와 ‘한국공예디자인연구소’이다.

제2차 경제개발 계획 기간 중인 1960년대 후반에 들어와 수출상품의 디자인·포장 개선을

지원해 줄 수 있는 기관의 필요성을 절실히 느낀 정부에서, 1969년 3월에 한국공예디자인연구소를 ‘한국수출디자인센터’로 개칭하여 수출상품의 디자인 연구 개발 사업을 전담케 하고, 같은 시기(1969. 1)에 한국무역협회와 각 수출조합을 중심으로 한 ‘한국수출포장센터’를 발족시켜 포장에 관한 연구·개발과 지원 업무를 시행토록 했다.

이후 한국산업디자인진흥원 발족의 직접적인 배경이며 모체가 되는 이들 3개 기관의 성격 및 사업 내용을 살펴보면 다음과 같다.

### (1)(사)한국포장기술협회

사단법인 한국포장기술협회는 1965년 9월 30일 대한통운(주)을 비롯한 관련 업계 대표 11인이 창립 발기인대회를 개최하고 12월 10일 설립한 우리나라 최초의 포장 관련 협회다.

포장기술의 향상 개선을 통해 생산·유통·소비의 합리화에 의한 유통경비의 절감과 상품가치의 향상을 도모함으로써 수출증대와 경제발전에 기여하는 것이 주된 목적이었다. 이를 위하여 포장에 관한 조사연구와 기술개발, 지도·보급 및 국제기구와의 제휴 등이 주요 업무였다.

### (2)한국수출디자인센터

1965년 9월 13일 청와대에서 개최된 수출진흥확대회의에서 디자인 진흥정책의 일환으로 서울대학교 부설 연구기구로 한국공예기술연구소(韓國工藝技術研究所)를 설립하고, 디자인 전담회를 개최할 것을 의결했다. 이를 통해 알 수 있듯이 수출상품의 디자인을 논의하면서 ‘공예기술’이라는 용어를 사용하던 것이 그 당시 우리나라의 실정이었다.

어쨌든 수출상품의 디자인과 포장디자인을 종합적으로 연구 개발해 품위, 미려, 위생, 안전성, 생산성을 향상시킴으로써 국가정책인 산업발전과 수출증대에 기여하기 위한 목적으로 설립된 한국공예기술연구소는 1966년 7월 26일 사단법인 한국공예디자인연구소로 개칭되었으며 실제업무는 1968년부터 시작되었다.

당시의 실질적인 업무는 이순석 교수가 관장했고 지도연구원은 권순형, 민철홍, 조영제, 유근준, 김정자, 김교만 교수(이상 서울미대 교수)와 백태원(당시 서라벌예대 공예과 교수), 김기련(서독 유학 금속공예가)이었으며, 상임연구원은 부수언(공업디자인), 이창호(석공예), 김기련(금속), 변효정(목공예), 한필동, 김영기(그래픽디자인), 정정희(직물), 이춘희(염색), 정시화(출판, 조사) 등이었다. 이 연구소는 서울대학교 부설기관이어서 초대 이사장은 박갑성 교수(당시 서울미대 학장), 2대 이사장은 김종영 교수(당시 서울미대 학장), 3대 이사장은 최문환 교수(당시 서울대 총장)가 담당했다.

그러나 정부의 1,2차 경제 개발 5개년 계획 사업의 추진에 따라 공업입국에의 역사가 창조되는 시점에서 산업진흥과 국제경쟁력 강화로 수출증진을 위한 예술과 기술의 보다 긴밀한 노력이 긴요한 경제요인으로 대두되었다. 이에 상공부의 적극적인 지원 속에서 ‘New Idea, New Plan, New Life’라는 3대 이념 아래 과학적이고 미적인 신제품의 디자인을 연구 개발하여 국가 경제 발전에 기여함은 물론, 디자인 문화 향상을 위한 총본산의 역할을 다하기 위하여 ‘한국수출디자인센터’로 개칭, 설립하였다.

주요 사업내용으로는 공산품 디자인 개선에 관한 연구, 디자이너 양성, 산업계 전반의 디자인 계몽에 관한 사업, 상품 포장디자인 개선 연구와 선전 광고에 대한 연구와 지도, 우량 디자인·포장 상품 상설전시장 운영, 공예품 디자인 및 포장디자인에 관한 출판물 간행, 공산품 디자인 향상을 위한 상공미전 발전에 관한 협조 등이었다.

### (3)(재)한국수출품포장센터

1968년도에 들어와서 수출목표 5억 달러 달성을 위하여 수출 진흥 효율화의 요소가 되는 수출용 포장 개선이 보다 절실한 과제로 대두되면서 수출품 포장재의 저렴한 공급과 품질 향상 및 검사 그리고 포장에 관한 연구 개발 사업을 추진할 목적으로 설립되었다.

주요 사업 내용으로는 수출품 포장 자재의 일괄 수입·비축·공급 업무, 포장재의 반제품 또는 원료 수입 가공, 직영 포장 공장의 운영, 포장재의 시험 및 검사, 포장재 제조 기술 및 시험에 관한 연구 개발, 포장 기술 도입 및 보급, 기타 포장 개선에 필요한 사업 등으로 위의 두 기관과는 달리 포장재 자체의 수급이 주요 사업이었다.

이상 3기관을 하나로 통합해서 1970년 한국디자인포장센터(KDPC)로 출범시키면서 본격적인 디자인 포장 진흥기로 접어들게 되었다.

## 제2장 한국디자인진흥 30년

### 1. 디자인 포장 진흥기(1970~1979)

‘디자인 포장 진흥기’란 수출의 견인차로 포장의 중요성이 인식되면서 이의 진흥에 매진 하던 시기를 말한다. 1960년대의 무역 성장기를 통해 각종 무역제도의 정비와 수출 지원 체제가 갖추어진 가운데 우리나라의 무역과 경제는 1970년대에 들어서면서 본격적인 도약기를 맞이했다. 수출실적도 1968년에 5억 달러, 1969년에 7억 달러를 달성한 데 이어 1970년에는 10억 달러의 목표를 세워놓고 수출 진흥을 위한 다양한 정책과 사업을 전개했는데, 이 시기에 한국수출입은행법의 제정, 수출보험제도의 실시, 소량 수출 전담 회사의 설립, 수출정보센터 및 아이디어뱅크 설치 등의 시책과 기구 설립이 뒤따랐다.

한편 이와 아울러 정부에서는 ‘수출상품 경진운동’, ‘수출상품 제값 받기 운동’ 등의 시책을 통해 수출업체들로 하여금 국제 무역 시장에서 선진 각국의 제품에 비해 여전히 취약한 부문으로 지적되고 있던 디자인과 포장 분야에 대하여 집중적인 노력을 기울이도록 유도했다. 1960년대 초·중반기에 비해서는 많이 향상되었으나 아직까지 선진국의 수준에는 크게 못미쳐 해외시장 개척에 한계를 느낀 정부당국에서는 디자인·포장 분야의 육성에 대하여 보다 적극적인 자세를 가지게 되었던 것이다. 당시에는 주로 가발, 의류, 간단한 가전제품 등과 같은 공산품들이 주류를 이루었는데, 제품의 디자인과 함께 포장의 문제가 시급히 해결되어야 할 과제로 대두되었다.

이후 관련 부처인 상공부를 중심으로 디자인·포장 개선을 위한 보다 강력하고 적극적인 방안이 여러 각도로 논의되었는데, 보다 조직적이고 체계적으로 디자인 포장 연구 개발 및 진흥 업무를 추진해 나갈 수 있는 새로운 기구를 설립해야 한다는 방침이 세워졌으며, 이것이 곧 3개 관련 기관의 통합으로 이어져 한국디자인포장센터가 설립된 것이다.

#### 1) 정부산하 공식 진흥기관, 한국디자인포장센터(KDPC)

수출 진흥정책에 역점을 두고 있던 박정희 대통령이 1970년 2월 수출디자인센터를 방문해 깊은 관심을 표명한 것을 계기로 수출진흥확대회의에 디자인·포장 문제가 주요 보고사항으로 올려지게 되었다.

당시의 수출진흥확대회의의 회의 자료를 보면, 1970년도 제2차 회의에서는 한국수출디자인센터 운영 개선 방안, 제3차 회의에서는 한국포장기술협회의 운영 강화 방침, 제4차 회의에서는 3기관의 통합 방침 등이 보고되어 통합에 이르는 과정을 살펴볼 수 있다.

상공부는 1970년 4월 7일 3기관 실무 책임자 회의를 소집한 데 이어 통합을 위한 3기관 대

포자 회의를 3차에 걸쳐 개최해 통합한다는 원칙에 합의를 보고, 설립될 통합기구의 법인격(法人格)을 재단법인으로 한다는 상공부 방침에 의해 ‘한국포장기술협회’와 ‘한국수출디자인센터’를 해산해서 ‘한국수출포장센터’에 흡수·합병키로 했다. 그후 제4차 수출진흥확대회의에서 통합 방침의 보고와 최종 결정이 내려짐에 따라 1970년 5월 19일에 재단법인 ‘한국디자인포장센터(KDPC; Korea Design & Packaging Center)’를 설립하게 된 것이다.

이 센터에 거는 기대와 중요성에 대한 인식은 초대 이사장으로 이낙선 상공부장관이 취임한 것을 보면 알 수 있다. 이 상공부장관은 비상근직으로 취임해 1972년 3월 30일까지 재임하면서 우리나라 초기 디자인 진흥업무에 각별한 관심과 정열을 쏟았다.

### ●설립과정

- 1966년 1월 12일 사단법인 한국포장기술협회 설립
- 1966년 7월 26일 사단법인 한국공예디자인연구소 설립
- 1967년 7월 7일 한국포장기술협회 아시아포장연맹 정회원 가입
- 1968년 9월 6일 한국포장기술협회 세계포장기구 정회원 가입
- 1969년 3월 6일 재단법인 한국수출포장센터 설립
- 1969년 3월 14일 한국공예디자인연구소를 한국수출디자인센터로 개칭
- 1970년 4월 20일 제4차 수출진흥확대회의에서 위 3개 기관의 통합방침 결정
- 1970년 5월 7일 한국포장기술협회 해산, 한국수출포장센터에 흡수 통합
- 1970년 5월 15일 한국수출디자인센터 해산, 한국수출포장센터에 흡수 통합
- 1970년 5월 16일 한국수출포장센터, 위의 두 기관 흡수 통합, 정관 승인
- 1970년 5월 19일 재단법인 한국디자인포장센터 설립
- 1977년 12월 31일 디자인포장진흥법 제정(법률 제3070호)

### ●설립이념

KDPC의 설립 이념은 디자인의 향상과 포장기술의 개선을 기하고 우수한 수출품 포장기계의 공급 및 연구 개발에 필요한 사업을 영위함으로써 경제발전에 기여한다는 것이었다. 이에 따라 명칭에서도 알 수 있는 것처럼 디자인과 포장(기술)이라는 서로 다른 두 분야를 한 기관에서 진흥하는데 따르는 어려움을 겪을 수밖에 없는 태생적인 한계를 안고 있었다. 그 당시 정책 담당자들이 디자인이 곧 상품의 겉모양을 아름답게 치장하는 활동으로 포장과 크게 다를 바 없는 것으로 받아들였던 데서 이같은 결과가 초래된 것으로 보인다. 이에 대하여 당시 정책 담당자는 다음과 같이 밝히고 있다.

“디자인과 포장은 어느 한 쪽도 차등을 둘 수 없는 중요도를 지니고 있다. 그 내용과 진흥 방법에 있어서도 유사성이 많다. 어느 한쪽도 완급(緩急)을 가릴 수 없다. 이 두 분야의 진흥·개발 없이는 상품의 경쟁력을 높일 수 없으며 수출증진도 이를 수 없다. 따라서 디자인·포장 관련 3개 단체를 하나로 뭉쳐 강력한 추진력과 힘을 부여해야 한다.”

그러나 디자인과 포장 단체들의 통합을 통해 관련 분야의 진흥을 위한 시너지 효과를 도모하려 했던 시도는 디자인계는 물론 포장계로부터도 적지 않은 반발을 샀다. 주요 이유는 과학기술과 예술의 통합을 지향하며 미술적인 속성이 강한 디자인과 기술적인 면에 치중해야 하는 포장은 서로 상충되는 부분이 많다는 것이었다.

그럼에도 불구하고 이처럼 세 단체의 통합을 통해 KDPC를 출범시킨 이유는 디자인 진흥을 위한 재원을 확보하기 위하여, 그 당시 수출물량의 증가에 힘입어 비교적 자금이 풍부했던 골판지 포장산업과의 연계를 도모하려는 것으로 간주되기도 했다.

이렇게 우여곡절 끝에 탄생해 디자인과 포장기술을 함께 진흥해야하는 과부하(誇負荷)속에서도 KDPC는 우리나라 디자인 분야의 발전과 진흥의 중심축 역할을 수행하였다.

## 2) 본격적인 진흥사업 개시

1970년 설립되어 1977년 12월 31일 디자인·포장 진흥법이 제정되기 전까지 KDPC의 사업은 크게 세 부분으로 나눌 수 있다. ▶디자인과 포장에 관한 기본 과제 연구, 선도 상품 개발과 연구, 디자인과 포장에 관한 수탁·기술 상담·기술지도, 포장규격 제정과 표준화, 포장시험, 포장재 제조기술 및 시설에 관한 연구 개발 ▶디자인과 포장에 대한 계몽과 인식 제고, 새로운 기술 정보의 수집과 보급, 실태조사, 교육연수, 전문서적 발간, 전시사업과 수출 알선, 디자이너와 포장기술자의 권익보호 ▶수출상품 포장용 자재의 일괄 수입 비축 공급, 포장재의 반제품 또는 원료수입 가공, 직영 시범 포장공장의 운영 등을 주축으로 하여 디자인 진흥활동을 본격 전개하였다.

### (1) 디자인·포장 연구개발 및 기술지도

KDPC설립과 동시에 디자인과 포장 분야에 대한 연구가 본격적으로 이루어졌는데, 1970년 한 해 동안만 디자인 분야의 경우 무려 417종, 1,390점, 포장분야는 59종 488점의 연구개발이 이루어져 이 분야에 대한 정부의 연구의지가 어떠한지를 나타내주고 있다. 1980년까지 디자인 분야는 1,001종 4,425점, 포장분야는 623종 1,334점의 연구개발 성과가 이루어졌다.

당시까지 대부분의 기업에서 제품 개발의 경험이 부족하고 외국 제품의 모방에 의존했던 제품분야의 경우 전기 스탠드, 라디오, 시계, 전화기 등 전기전자 제품과 완구제품, 수출용 잡화류 등에 대한 기본 연구를 진행하며 업계에 보급해 공산품 등에 대한 디자인 개선에 일조하게 되었다. 시각·포장분야는 농수산물, 특산물, 수출용 잡화 포장 등 수출에 직접적인 영향을 미치는 포장 개선에 주력했다. 기술용역도 1971년부터 시작했는데, 1980년까지 디자인 분야의 경우 639종 1,893점, 포장분야는 2,425종 2,708점의 수탁 연구를 진행했다.

그러나 주요 수출품 등에 대한 기본 연구를 통해 해외시장에서의 수출증진 등에는 기여했으나, 연구 개발의 기반이 되는 생산기술과 연계된 심도 있는 기초 연구가 부족해 신제품 개발 등 장기적인 디자인 수준 향상 등의 파급효과가 기대에 미치지 못한 것이 아쉬운 점으로 지적된다.

### (2) ‘디자인·포장’ 창간 및 디자인 자료실 개관

1970년 11월 국내 최초의 디자인·포장 전문지인 <디자인·포장>지를 창간해 정보 유통에 박차를 가하게 되었으며, 1971년 11월에는 디자인 분야 자료 2,127종, 포장분야 447종, 기타 슬라이드 등 17,667점과 디자인·포장 관련 도서 3,351점과 잡지 5,884점 등 방대한 양의 디자인 관련 자료를 구비한 자료실을 개관해 신속하고 종합적인 정보 서비스를 시작하게 되었

다.

센터 설립과 함께 중요한 또 하나의 임무는 연구 개발을 위한 기초 자료 조사 및 정책 자료 수집을 위한 각종 실태 조사, 해외 동향의 파악, 수출 촉진을 위한 해외 시장 조사 등 기반이 미약한 디자인 분야에 대한 활성화 방안을 마련하는 것이었다. 즉 1967년 가입한 아세아포장연맹(APF)을 비롯해 세계포장기구(WPO, 1968년 가입), 세계공예협회(WCC, 1971년 가입), 세계산업디자인단체협의회(ICSID, 1973년 가입), 세계그래픽디자인단체협의회(ICOGRADA, 1972년 가입)를 통한 국제교류 활동과 해외 선진국 조사단 파견 등을 통한 국제 정보 수집, 각종 국내 기초정보 수집도 중요한 업무였다. 이를 분석, 가공해 정부 및 유관기관, 단체, 기업체, 학계, 관련 연구원 등에 배포함으로써 디자인 진흥 기반을 마련하는데 힘썼다.

### (3)상공미전을 잇는 대한민국산업디자인전람회

정부는 1966년부터 개최해 온 대한민국 상공미술전람회의 세부규정을 1973년 2월 15일 대통령령 제6486호로 마련, 디자이너의 발굴을 통해 산업에 기여할 수 있는 공모전으로 개선시켰다. 한편, 초창기부터 상공부가 주최하고 대한상공회의소가 주관해 1회부터 5회까지 수탁 사업으로 추진해왔으나 1970년 재단법인 한국디자인포장센터(KDPC)가 발족된 후, 1971년 제6회 때부터는 그 업무를 KDPC에서 주관하게 되었다.

그러나 1970년대에 들어서면서부터 이미 세계적으로 디자인이라는 분야가 정립되어 있는 현실을 감안할 때 상공미전이라는 명칭이 시대에 뒤떨어지고 부적합하다는 지적에 따라 1976년 9월 18일에 대통령령 제8249호에 의거 ‘대한민국산업디자인전람회(이하 산디전)’로 그 명칭이 변경되었고, 규정의 일부도 개정되었다. 이와 때를 같이 해 전국적으로 디자인이라는 용어가 일반화됨으로써 디자이너들의 지위향상과 사회적 비중이 커다란 영향을 주게 되었고 그 개념이 우리나라에서 크게 부각되기 시작했다.

산디전은 개최요강부터 대폭 수정되었는데, 제1부 산업미술을 시각디자인으로, 제2부 공예미술을 공예디자인으로 개칭해 국제적 통용어에 근접시켰다. 그러나 이러한 용어 개칭에도 혼란을 겪어 1979년에는 시각디자인, 공예디자인, 제품디자인으로 수정하였고 점차 산업디자인의 개념을 정립해 갔다. 이러한 기본 원칙에 입각해 1980년도 제15회 산디전에서부터 제1부 시각디자인 부문, 제2부 공예 부문, 제3부 제품 및 환경디자인 부문으로 변경되었다.

90년대에 접어들면서 산업과 밀착된 디자인의 역할이 강조되면서 산디전도 예술품으로서의 작품성보다는 상품으로서의 디자인 우수성에 평가 초점을 맞추게 되었는데, 산디전의 모태가 되었던 산업공예부문을 제품디자인 부문으로 흡수시켜 일품공예를 배제하고 양산을 위한 디자인 개발을 유도하였다.

제28회에는 수출전략상품인 운동화·완구 등의 활성화를 위하여 특별부문이 신설되고, 특정 산업디자이너가 아닌 일반 디자이너의 관심 유발과 아이디어 공모에 주력했으며 환경디자인의 중요성을 반영하기 위한 환경부 장관상을 신설했다.

1994년 개최된 제29회에서는 산업에서 중요한 부분을 차지하는 포장디자인을 시각디자인 부문에서 분리해 독립부문으로 신설했다. 제30회에서는 학생층의 참여를 높이기 위하여 교육부장관상을 신설하고, 심사의 객관성 확보를 위하여 심사위원을 30명에서 50명으로 대폭 늘리는 한편, 1·2차의 심사위원을 분리해 심사했다. 또한 심사위원의 폭을 디자이너 중심에서 소비자, 유통업체 종사자, 마케팅 전공자 등으로 확대함으로써 디자인의 흐름과 시대적인 추세에 맞추어 나갔다.

1999년 개최된 제34회 산디전에서는 6개 부문에 걸쳐 모두 655점이 접수되었는데, 산디전의 모태가 되었던 산업공예분야를 다시 제품디자인 분야로부터 분리하고 90년대 후반 들어 폭발적인 수요를 보이는 멀티미디어 디자인 분야가 신설되었다. 또한 환경디자인 부문에 실내 디자인을 포함시켜 디자이너의 참여범위를 넓혔다.

### ●출품경향

산디전이 90년대를 거치는 동안 출품경향과 출품자의 성분도 점차 변했고, 디자인에 대한 일반 국민들의 인식도 크게 제고되어 갔다. 어느 나라든 같은 양상이지만 특히 우리나라 실정에서는 교육과정과 사회수요 측면에서 시각디자인 부문이 절대다수를 차지하고, 다음이 공예부문과 제품디자인부문 순으로 출품되고 있다. 그러나 90년대에 접어들면서 시각디자인 부문의 출품률은 별다른 증가를 보이지 않는 반면, 제품디자인분야의 출품이 증가추세를 보이기 시작했다.

1986년을 정점으로 전 부문에 걸쳐 출품작이 감소추세를 보이는 것은 출품자의 주류를 이루던 학생층이 제작비 부담 등으로 인해 감소한 반면, 업체에서 적극 지원해주는 일선 실무 디자이너들이 대거 참여함으로써 나타나는 현상이라 분석된다. 그러나 이와 같이 학생 위주의 출품 경향에서 벗어나 일선 디자이너들의 참여가 활발해짐에 따라 산디전 본연의 목적을 다할 수 있게 되었으며, 아울러 출품작의 수준을 한 단계 높은 차원으로 끌어올리는 촉매제 역할도 하게 되었다.

한편, 제34회(1999)까지의 산디전을 통해 총 479명의 입상자와 특선 1,346명, 입선 6,085명의 우수 디자이너들이 발굴되었는데, 이들이 곧 우리나라 산업디자인계의 기반이 되었으며, 학계와 산업계에서 눈부시게 활약하고 있다.

또한 중견 디자이너의 지위향상과 참여의식을 고취시키기 위하여 초대작가와 추천작가 제도를 설치해 그동안 초대작가 602명, 추천작가 1544명이 탄생되었고, 이들이 각 분야에서 적극적으로 활동해 우리나라의 산업디자인계를 발전시키는 원동력이 되었으며, 특히 대통령상 수상작품들은 우리나라의 디자인 역사와 더불어 국내 산업 발전에 기여한 바가 크다.

### ●성과와 전망

디자인이라는 개념조차 바르게 정립되어 있지 않았던 초창기의 어려움을 딛고 오늘까지 꾸준히 이어온 산디전은 디자인에 대한 인식과 사고의 전환은 물론 사회 각 분야에서 중추적인 역할을 담당하고 있는 디자이너의 등용문으로서 우리나라 디자인 및 경제발전에 지대한 공헌을 해왔다.

경제적인 발전과 생활수준의 향상으로 인해 일반 국민들의 디자인에 대한 인식과 안목이 괄목할 정도로 높아져 이제는 디자인이 생활 속의 한 부분이 되었으며, 기업체에서도 이에 부응해 경쟁력을 지닌 디자인 개발을 위하여 많은 노력을 기울이고 있다. 또한 디자인을 제품 개발의 한 분야로 인식하던 단계에서 벗어나 이제는 기업경영의 성패를 좌우하는 한 축으로 그 중요성을 인정하게 되었다.

이와 같은 성장의 배경에는 어려운 여건 속에서도 우리나라 산업디자인의 발전을 위하여 꾸준히 노력해 온 디자인 분야 종사자들이 있었고, 무엇보다 디자인의 대중화 및 산업화에 공헌해 온 산디전의 역할이 컸음은 부인할 수 없을 것이다. 앞으로 산업의 고도화와 정보산업의 가속화, 인터넷을 기반으로 한 e-비즈니스의 확대 등으로 디자인의 비중은 더욱 커질 것이며, 이에 따라 모든 산업 분야에서 디자인 개발의 열기는 선·후진국을 막론하고 더욱 가

열릴 것으로 예상된다. 따라서 21세기 첨단산업과 보조를 같이 할 수 있는 디자인 전람회  
 될 수 있도록 산디전의 미비한 점을 점진적으로 개선·보완시켜 우리 산업디자인의 발전을  
 위한 구심점과 창구의 역할을 다할 수 있는 전람회로 키워나가야 할 것이다.



육영수 여사 참관(1972)



상공미전 심사(1973)

#### (4) 해외유학생 파견

KDPC는 디자인 인재 양성을 위하여 1978년부터 매년 1~2명의 디자인 전공자를 선발해 미  
 국 시라큐스 대학에 유학을 보냈다. 약 2년간의 산업디자인 전공과정이었으며 이후에도 2·  
 7·10주, 2·3개월의 단기 연수생들을 일본, 영국, 미국, 프랑스 등에 파견해 연수시켰다.  
 이때 파견된 유학생들은 유학 후 대부분 대학에서 후학을 양성하며 디자인계의 중진으로서  
 활동영역을 넓혀 나갔다. 한국공예시범소에서 추진했던 해외 유학생 파견 업무를 계승한 이  
 유학생 파견제도는 디자인이 학문적으로 체계화되고 신진 디자이너들이 새롭게 도약하는 계  
 기가 된 좋은 프로그램이었다고 평가할 수 있겠다.

#### (5) 포장분야 집중 육성 위한 ‘한국포장대전’ 개최



포장분야가 산업으로서 본격적 태동을 시작한 제2차  
 세계대전 시에는 포장이란 내용물을 보호하기 위한  
 것이라는 기초적인 개념으로서만 다루어졌다. 따라서  
 포장디자인이나 과학적인 포장설계 기법은 고려되지  
 않은 채 품명의 표시와 운반을 위한 수단이라는 영역을  
 벗어나지 못했다. 판매 전략의 일환으로 구매의욕을  
 유발시키는 고도의 포장 디자인 연구가 급속도로  
 발전되기 시작해 체계적인 학문으로까지 그 영역을

확립하게 된 것은 이미 오래 전의 일이다. 더욱이 기술혁신에 의해 모든 산업이 자동화  
 시대에 접어들어 대량 생산, 대량 유통, 대량 소비 체계로 변화되면서 마케팅에 대한 인식이  
 높아짐은 물론, 슈퍼마켓과 같은 셀프 셀링(Self-Selling) 시스템의 도입 등으로 합리적인  
 포장설계 및 포장디자인이 그 어느 때보다 절실히 연구되고 있다.

해외 선진국에 비하면 늦은 감이 있으나 한국디자인포장센터(KIDP)라는 명칭에서도 나타나  
 듯이 포장디자인의 중요성을 절감해 1970년대 들어 정부나 각종 회원 단체에서는 연간 4~5  
 회의 관련 전시회에 포장 분야를 포함시켜 관심을 불러일으켰다. 그러나 이는 출품분야 중  
 일부에 속하거나 동문·동인·회원을 위주로 한 소규모로 개최되는 등 포장설계나 포장기법

분야는 포함되어 있지 않은 상태였다. 따라서 KIDP는 1971년 포장분야를 집중적으로 육성하기 위하여 전국을 대상으로 하는 포장디자인 및 포장기법 관련 전문 공모전인 ‘한국포장대전’을 창설하게 되었다. 이로써 포장의 중요성을 전 산업계에 널리 인식시키고, 국내 포장디자이너 및 포장분야 종사자들에게 연구능력과 참여도 의식을 고취하는 계기를 부여하게 되었다. 또한 포장분야의 활성화로 유통의 합리화를 기하고 나아가 상품의 고급화로 국제경쟁력 강화 및 수출증대에 기여하게 되었다.

한국포장대전은 1971년부터 1980년까지 개최되다가 중단된 뒤 1987년에서 1990년까지는 한국우수포장대전으로, 1992년부터 1994년까지는 ‘우수포장상품(Good Package)선정’으로 개최되어 포장디자인 및 포장기법 관련 전문 공모전으로 자리 잡아 갔다. 특히 1993년에는 전시기간 중 포장개발 성공사례를 선정하고 발표회를 가졌으며, 1994년에는 심포지엄(주제: 포장디자인과 국제경쟁력)과 포장개발 성공사례 발표회, 워크숍 등 부대행사를 함께 가져 전시효과를 극대화했다. 이후 1997년 산업디자인진흥법에서 산업디자인과 포장을 분리함으로써 민간 주축의 포장 진흥이 이루어지게 되었다.



한국우수포장대전 전시장

이 밖에도 최신 디자인 동향과 정보를 국내에 전파하기 위하여 각종 해외우수산업디자인전을 개최하게 되었는데, 스위스 포스터전(1970, 1972년), 우수포장 비교전(1973년), 해외포장자료전(1974년), 이탈리아 산업디자인전(1977년), 영국 산업디자인전·이탈리아 산업디자인전(1979년) 등을 개최해 국내 디자이너 및 수출 기업들부터 큰 호응을 얻었다.

이낙선 상공부장관  
해외우수포장전 관람(1973)

### 3) 디자인 협회 활동 활성화

1970년 국가적으로 디자인 진흥정책이 본격화되면서 분야별로 디자이너들의 모임도 활발해지기 시작했다. 그 결과 분야별 디자인 단체들이 만들어지기 시작했다. 제품분야의 한국산업디자이너협회와 시각분야의 한국그래픽디자이너협회, 그리고 공예분야의 한국공예가회가 그것으로 세 단체는 진흥원과 더불어 우리나라 디자인계를 이끌어 온 중요한 삼두마차로 오늘날까지 명칭과 성격을 수정해 오면서 디자인계의 중추적인 역할을 수행하고 있다.

#### (1) 한국인더스트리얼디자이너협회

국내 유일의 ID 전문단체인 한국인더스트리얼디자이너협회(Korea Society of Industrial

Designers: KSID, 현 한국산업디자이너협회의 전신)는 1972년 6월 9일 창설되었다. 창립 회원으로는 서울대학교와 대학원에서 ID 교육을 받은 8명의 디자이너들인 김길홍, 김철수, 민경우, 배천범, 부수연, 안종문, 이순혁, 최대석이었으며 민철홍을 초대 회장으로 선임했다. 초창기 KSID의 활동은 ID의 계몽 및 저변확대에 중점을 두어 전시행사 위주로 전개되었으며, 해마다 약간 명의 신입회원을 영입하며 지속적인 성장을 도모했다. 창립전시회는 1972년 11월 28일부터 12월 3일까지 서울 신세계백화점 미술관에서 개최되었다. 특정 주제 없이 자유테마로 진행된 창립전에 9명의 회원은 모두 3점씩의 작품을 출품했다. 이 창립전시회는 국내에서 처음으로 열린 ID의 본질과 중요성을 홍보하는 직접적인 계기가 되었다. 그러나 ID에 대한 인식이 척박한 현실 속에서 어떠한 재정적인 지원도 없이 순수하게 자비(自費)로 디자인 작품을 제작, 전시하는 데는 엄청난 희생과 고통이 수반되었다. 그 당시 대다수 회원들이 20대 후반 또는 30대 초반이었던 점을 감안해 볼 때, 한국에 ID 분야를 심으려는 선구자적인 의지가 있었기에 그와 같은 희생을 감내할 수 있었던 것으로 보인다. 제2회 회원 전시회는 ‘전기전자’를 주제로 1973년 12월 13일부터 18일까지 서울 미도파백화점 4층 화랑에서 개최되었다. 이 때에도 회원들은 모두 3점씩의 디자인 작품을 출품했다. 제3회 회원전은 ‘세계 어린이의 해’를 맞아 ‘어린이의 세계’라는 주제로 1974년 10월 15일부터 20일까지 신세계백화점 미술관에서 한국디자인포장센터의 후원으로 열렸다. 제4회 회원전은 ‘세계 여성의 해’를 기념하는 의미에서 ‘여성을 위한 디자인’을 주제로 1975년 9월 23일부터 28일까지 신세계백화점 미술관에서 개최되었다. 이처럼 시사성이 큰 주제를 선택한 것은 생활의 개선과 밀착되는 분야로서의 ID의 가능성을 널리 홍보하려는 의도와 무관하지 않았다. 이후 KSID는 해마다 조명전(제5회 회원전, 1976년 12월 14일부터 19일까지 신세계백화점 미술관), 산업도자전(제6회 회원전, 1977년 7월 5일부터 10일까지 신세계백화점 미술관)을 개최하며 사회 전반에 ID의 중요성을 부각시키려는 노력을 전개했다. 1977년에 이르러서는 회원수도 38명으로 늘어나서 KSID는 명실공히 우리나라를 대표하는 ID 전문 단체로서의 면모를 갖추게 되었다.

## (2) 한국그래픽디자인협회

1972년에 창립된 한국그래픽디자인협회(KSGD: 현 한국시각디자인협회의 전신)는 다른 여러 그룹에 비해 활동이 두드러졌다. 1972년 9월 1일 학벌(學閥)을 초월한 소수 정예집단에 의미를 둔 이 협회는 김교만, 조영제, 이태영, 양승춘, 권명광, 정시화, 김영기, 홍종일, 권문웅, 안정연, 유재우 등을 창립회원으로 제1회 협회전과 함께 출범했다. 다음 해인 1973년에는 제2회전을 대한항공과 함께 ‘한국관광포스터전’을 개최했고, 이후에도 ‘가족계획포스터전’, ‘밝은 사회를 위한 포스터전’ 등의 테마전을 통해 사회참여를 해왔다.

또한 때로 회원들의 작품을 복제해 전시장에서 원하는 이들에게 장식포스터로 팔기도 해, 이른바 데코레이티브 포스터(decorative poster) 보급에 일면이나마 노력했다. 이들의 작품 대다수는 그 구성이 간결하고, 강렬한 색채를 사용해 대중들에게 어필했다. 이후 KSGD는 명칭을 한국시각디자인협회(KSVD)로 개칭하고 회원을 대폭 확충해 70년대를 대표할 만한 디자인 그룹으로 변모하기에 이른다.

역대 회장을 살펴보면 초대 김교만, 2대 조영제, 3대 조영제, 4대 양승춘, 5대 권명광, 6대 조영제, 7대 조영제, 8대 이태영 등이었다.

### (3) 한국공예가회

세계공예가협회(WCC)의 자극으로 결성된 한국공예가회(KCC)는 국내 유일의 공예가들의 모임으로서 전통적인 공예를 토대로 한국 현대 공예를 연구 개발할 목적으로 1973년에 창립되었다. 초창기에는 대학교수가 주축을 이루었으나 점차 일반 공예가들도 참여했다. 회장은 다른 단체와는 달리 매년 돌아가며 맡았다. 매년 개최되는 회원전은 주제를 정해 섬유, 나무, 금속, 흙 등의 재료를 연결시킴으로써 생활과 공예를 접목시키는 데 주력했다.

주요 사업은 회원전 외에도 간행물의 발간, 해외 공예가 및 관계 기관과의 교류, 국내외 정보 자료 수집, 국가 및 미술기관과 필요한 제반 공예인의 권익 옹호 등 다방면에 걸친 활동을 벌이고 있다.

그 동안의 회원전을 통한 활동으로 공예에 무관심을 보이던 대중들을 계몽하고, 특히 공예를 전공하는 미술 전공 대학생들에게 작품제작의 올바른 방향을 제시한 것은 고무적인 일이라 할 수 있다. 또한 서울에서만 개최해 오던 회원전을 부산과 대구 같은 지방에서도 개최해 서울에만 편중되어 있는 공예인구의 저변확대를 위하여 노력했다.

한국공예가회는 가급적이면 공동작업을 할 수 있는 주제를 설정해 회원간의 밀접한 유대를 통해 제작함으로써 개개인의 작품에서 찾아 볼 수 없는 새로운 방향을 모색했다. 1983년부터 ‘한국공예가회’ 상 제도가 시행되고 있다.

대학에서 후학을 양성하는 교수들과 그들의 지도로 탄생된 젊은 디자이너들로 구성된 이러한 디자인 협회들은 디자인의 중요성을 일찍이 깨달은 국내의 기업들과 디자인을 통해 수출입국을 달성하려는 정부와 함께 ‘산학관 시스템’을 형성하며 한국의 디자인을 이끌었다.

### (4) 한국디자인학회

한국디자인학회는 1978년도에 창립되었다. 창립목적은 디자인에 관한 여러 분야의 학문적 연구와 산업시대에 대응한 정보교환 및 새로운 디자인의 개발에 따르는 교육적인 자세, 나아가 인류 사회에 공헌하는 데 있다고 밝히고 있다. 이 학회는 산하에 시각디자인, 공예디자인, 제품디자인, 장식디자인, 환경디자인, 인간공학, 디자인사, 디자인 미학, 디자인 심리학, 디자인 평론에 관한 연구회를 두었다.

회원 자격은 대학 또는 전문대학의 교원으로서 설립목적에 찬성하는 자에 한했다. 당시 본부 사무실은 KDPC에 두었으며 회장은 박대순 교수가 맡았다. 그리고 명예회장은 김희덕 센터 이사장, 부회장으로 김교만, 이신자, 이우성, 봉상균이 맡았다. 학술심의회 의장으로는 이명구가, 연구회장으로는 김홍련(시각), 곽원모(제품), 김길홍(환경), 김성수(공예), 남상교(교육), 엄광섭(장식), 김명호(포장), 박용숙(디자인평론), 고을한(디자인심리학), 유관호(출판), 장윤우(디자인 미학), 장문호(디자인사) 등이 각각 담당했다.

그러나 몇년이 지나면서 활동이 저조해지기 시작하여 유명무실한 존재가 되어버렸다. 디자인이 학문적으로 정립되지 못한 때문이기도 하지만 실용학문으로 인식되었기 때문이다. 그러다가 학문적으로도 그 필요성이 인정되면서 1994년 KIDP 회의실에서 재창립의 모임을 가져 이화여대 김영기 교수가 회장으로 선출되어 활동의 맥이 이어져 나갔다.

90년대에 들어서 KSVD(한국시각디자이너협회)와 KOGDA(한국그래픽디자이너협회)를 해체·통합·발전시킨 (사)한국시각정보디자인협회(VIDAK)가 창립되었는데, 초대 회장으로 조영제(당시 서울대) 교수가 선출되어 전 디자인계의 역량을 모아 새 시대에 맞는 활동을

전개해 나가고자 하였다. 그 후 활동을 존속하고 있던 KOGDA도 VIDAK과 1:1의 통합방법을 통해 전 시각디자인계가 뭉친 단일 협회로 탄생하였다.

## 4) 디자인 선도기업의 등장

1970년대로 접어들면서부터 우리 경제에서 차지하는 전자산업의 비중이 현저하게 늘어나게 되었다. 1969년에 제정된 ‘전자공업진흥법’에 따라 정부의 다양한 진흥활동이 전개되기 시작했고, 1970년에는 제1회 전자전람회가 개최되었다. 1971년에 ‘구미전자공업단지’가 설치되었고, 그 이듬해에는 전자제품의 수출고가 1억 달러를 넘어서게 되었다.

이처럼 국내 전자산업은 저렴한 양질의 노동력, 기업의 적극적인 설비투자와 기술 도입, 정부의 육성지원 정책, 그리고 활발한 외국인 직접투자 등의 요인에 기초해 양적인 면에서 급격하게 성장했다. 실제로 1970년에는 전자제품의 총생산고가 1억 600만 달러를 기록했고, 그 중 5,500만 달러가 수출에서 벌어들인 것이다.

그 당시 우리나라의 총수출고가 8억 3,500만 달러였으므로 그 수치가 총 수출에서 차지하는 비중은 6.6%이었다. 수출 주력제품은 라디오, 기계식 교환기, 반도체 조립 등이었다. 이러한 배경 하에 국내 가전업계를 선도한 제품 3사의 당시 디자인 상황에 대하여 설명하면 다음과 같다.

### (1) 금성사

생산시설이 완비되고 기술력이 축적되면서부터 점차 우리나라 가전업계에서도 디자인의 중요성에 대하여 눈을 뜨게 되었다. 그 당시 가전산업의 선두주자였던 금성사는 디자인 부문에서도 유리한 고지에 있었다. 1958년 한국 최초로 박용귀와 최병태를 인더스트리얼 디자이너로 공개채용했으며, 1963년 7월에는 공산품에 대한 디자인 문제를 연구하기 위한 공업의 장과가 새로 설치되었다. 이것이 한국 최초의 공업디자인 전담부서에 해당한다고 볼 수 있다.

이어 1966년 2월에는 공업의장과가 생산2부로 편입되었으며, 디자이너 출신이 처음으로 과장으로 발령을 받고 12명의 디자이너로 구성된 공업의장과의 운영책임을 맡게 되었다. 제품 개발에서 디자인의 중요성이 커짐에 따라 1970년 9월 1일자로 단행된 사업부제 기구개편으로 공업의장과는 ‘공업의장실’로 승격되어 사업본부에 소속되었다. 그 후 디자인이라는 용어가 보편화되면서 1975년에는 이 공업의장실이 명칭을 디자인연구실(이후 디자인연구소)로 개칭해 독자성을 갖게 되었다. 이상과 같은 역사를 가진 금성사는 한국에서 가장 체계적으로 공업디자인을 연구하고 생산하는 조직으로 발전되었다.

1950년 초기의 공업의장실의 모방 단계를 완전히 탈피해 1960년 후반부터는 독립적인 과(課)로 발전시켜 거의 100%에 가까운 한국의 공업디자인이라는 이미지로 전개시켰던 것이다. 디자인 분야에 쏟은 금성사의 이러한 노력과 더불어 우리나라 전자산업이 급격한 성장을 하게 된 것은 삼성전자 등과 같은 새로운 가전업체들이 신설되면서 경쟁체제에 돌입되면서부터다.

## (2) 삼성전자

삼성전자는 1969년 1월에 설립되어 1970년 5월부터 트랜지스터 라디오를 비롯한 각종 전자 제품을 생산, 약 330만 달러의 수출실적을 올렸다. 이어 대중적이면서도 전자산업의 기초 기술 분야인 TV 생산에 총력을 기울여 생산개시 2개월 만인 1971년 1월 29일 우리나라에서는 처음으로 국산 TV를 중남미의 파나마에 수출했다. TV 수출은 당시 유치했던 국내 기술로는 대단한 성과였으며 우리나라의 전자제품 수출에 새로운 신기원을 이룩한 셈이었다.

삼성전자는 창립 당시 1명의 디자이너를 채용한 것이 디자인 파트의 시초가 되었으며 1971년 디자이너를 공개 채용함으로써 본격적인 디자인 업무를 시작하게 되었다. 1973년에 생산량의 급증으로 디자인 파트가 기술개발실로 소속되었으며, 1974년부터 본격적인 자료수집이 이루어짐으로써 해외활동은 물론 대외적인 활동에 적극 참여하기 시작했다.

특히 1974년에는 국내 최초의 카세트 라디오를 생산해 우리 가전제품의 질을 높였다. 제품 디자이너가 디자인한 이 카세트 라디오는 차별화된 디자인을 위하여 전면 패널을 2중으로 사출하고 형태, 칼라, 질감 등이 다양한 조화를 이뤄 선풍적인 인기를 끌었다.

## (3) 대한전선

한편 1971년에 설립된 대한전선(후에 대우전자에 흡수됨)도 가전제품 생산회사로서 초창기 우리나라 제품디자인의 질적 향상에 큰 역할을 했다. 초창기에는 디자이너가 각 공장 개발부에 분산 소속되어 있었으나 1973년 12월 생산부서인 공장소속의 의장개발과로 정식 발족하면서 디자인의 중요성을 인식하기 시작했다. 여러 가지 가전제품을 생산했지만 그 중 TV가 주력 생산제품이었으며 성능의 우수함은 물론 수직형, 포터블형 등과 같은 디자인의 참신성으로 많은 소비자들에게 호평을 받았다. 당시 활동한 디자이너로는 박종서(현 현대자동차 부사장)와 김철호(현 LG전자) 등이 있었다.

이 가전 3사의 디자이너 출신들은 KDPC와 상공미전을 통해 일약 유능한 디자이너로 부각되었고 연구원 등으로 인연을 맺으며 한국 디자인의 길을 넓혀 나가는데 일익을 담당했다.

## (4) 현대자동차

경제가 안정기조에 들어서자 정부는 중화학공업 육성책의 일환으로, 기계산업의 총아라 할 수 있는 국산 자동차의 개발을 모색하기에 이르렀다. 급기야 1973년 10월 3일 정부가 국민차 생산 정책을 공표하자 현대자동차는 세계적인 명성을 얻고 있던 조르제토 주지아로(Giorgetto Giugiaro)의 이탈디자인(Italdesign)사와 자동차 설계 계약을 체결하고 1973년 9월 중순부터 고유모델 설계에 착수했다.(스타일링은 주지아로, 차체 설계는 만도바니가 맡았다.) 주지아로는 현대가 제시한 기준에 따라 스타일링에 착수하여 1974년 1월 차체 모델을 완성해 품평회를 갖고 2월 설계업무에 본격 착수해 프로토타입 1호와 스포츠형 포니쿠페를 제작 완료했다. 현대는 이 모델을 1974년 10월 30일에 개막된 제55회 토리노 국제자동차박람회에 출품했다.

이로써 우리나라는 세계에서 16번째, 아시아에서는 일본 다음으로 고유모델을 갖는 나라가 됐다. 이해에는 미국의 GM, 포드를 비롯해서 독일, 프랑스, 일본, 이탈리아, 소련 등 모두 16개국 56개사가 245대의 최신 차량을 선보였다. 이 박람회에서 포니와 포니 쿠페가 이들 회사들의 모델을 제치고 단연 관심의 초점이 되었다. 포니와 포니쿠페는 각국 전문가들로부터 차체, 모양, 성능, 경제성 등이 뛰어나다는 평을 받음으로써 우리나라의 고유모델 승용차

생산계획은 1차적인 성공을 거두었다.

현대가 출품한 포니가 이처럼 대대적인 관심을 끈 것은 포니의 스타일링이 매우 우수했고 크기와 재원이 에너지 위기 후의 자동차 시장성에 적합해 시기 적절했으며 한국이 사상 최초로 고유모델 차를 출품했다는 점 등이 작용한 것으로 분석됐다. 박람회장을 찾은 세계적인 자동차 전문가들은 이구동성으로 포니에 대하여 “외양은 직선과 곡선이 절묘한 조화를 이뤄 시각적으로는 시대적 감각에 맞는 직선형으로 보이나 실제로는 곡면을 이루고 있어 내부공간을 최대한 넓혀 주며 또한 차체가 전체적으로 유선형을 이루고 있으므로 주행저항을 최소로 감소시킬 수 있다”고 칭찬하며 포니의 매혹적인 스타일과 공학적 특수설계를 높이 평가했다. 당시의 이러한 국민차 고유모델 설계를 거금 1억 2천만원을 들여 자존심 없이 내국인이 아닌 외국인에게 맡겼다는 많은 디자이너들과 평론가는 현대자동차를 질타했다. 그러나 결과적으로 포니는 국산 자동차 수출에 큰 기여를 하였음은 물론 국내 자동차 디자인의 기반 구축에 큰 역할을 하였다.

이상과 같이 금성과 삼성의 가전제품디자인에의 관심과 현대자동차의 국산 고유모델의 포니 자동차가 완성된 1970년대 중반부터 우리나라의 제품디자인은 그 기반을 다지기 시작했다.

## 2. 굿디자인 인식기(1980~1989)

‘굿디자인 인식기’란 포장만 잘하면 팔리는 시기가 지나가고 이제는 포장은 물론 제품의 질과 기능이 뛰어나야 판매가 된다는 점을 인식하기 시작한 때를 말한다. 즉 질을 따지고 기능적으로도 완벽한 제품만이 판매가 잘되는 시기가 도래하자 ‘좋은 디자인이란 무엇일까?’를 자각하며 디자인한 시기를 말한다.

80년대 KDPC의 주요한 활동은 단기적으로는 기업의 제품디자인 수준을 향상시키기 위하여 노력하고 장기적으로는 우수한 디자인·포장 전문 인력을 양성할 수 있는 교육기반을 쌓는 것이었다. 이같은 목적을 달성하기 위해 KDPC에서는 1985년에는 국내 공산품 중에서 기능과 디자인이 우수한 상품을 선정하여 그 우수성을 인정하는 ‘GD(Good Design) 상품’ 시상제도를 제정·실시하였다. 연 1회 실시된 이 제도는 일반 소비자 및 생사 유통관계자로 하여금 디자인에 대한 관심과 이해를 진작시키고, 산업 전반에 걸쳐 산업디자인의 개발을 촉진하여 상품의 디자인 수준 향상을 기함은 물론 궁극적으로 국민 생활의 질적인 향상에 크게 기여하였다.

실시 초기에는 기업체조차도 별 관심을 기울이지 않았으나 90년대에 들어서면서 정부 주관으로 인정제도가 강화되면서 활성화되기 시작하였다. 기업에서는 판매 촉진을, 소비자에게는 보다 아름다운 제품을 선보이게 됨으로써 기업체 및 소비자 모두에게 유익한 인정제도로 정착되어 나갔다.

한편 이 시기에 행해진 가장 특기할 만한 것 중 하나가 디자인 특집 TV 프로그램 방영이었다. KBS TV에서 방영한 ‘세계는 디자인 혁명시대’가 그것으로, 디자인 불모지나 다름

없었던 일반 국민들에게 강력한 ‘디자인’ 관련 메시지를 전달한 획기적인 전환점으로 평가 받고 있다. 한국 디자인의 낙후성을 비롯하여 제품의 가치를 높이는 좋은 디자인, 기술과 예술 그리고 학문이 접목된 미래 지향적인 디자인, 한국디자인의 문제점 점검 및 나아갈 방향 등을 주제로 하였으며 일반인들에게 폭발적인 관심을 불러 일으켰다.

이러한 굿디자인에 대한 인식과 더불어 당시 국가적인 큰 행사로 '86아시아게임과 '88서울 올림픽이 개최되어 한국적 디자인의 가능성과 정체성 확립에 큰 전기를 이루었다.

서울올림픽 개최를 계기로 전 디자인계는 질과 양적인 면에서 한단계 도약하였으며 디자인에 관한 인식의 확대로 90년대 디자인 산업화의 토대를 닦았음은 물론 국제화 및 세계화의 밑거름이 되었다. 호돌이와 삼태극의 물결은 디자인을 도심 곳곳과 안방 구석구석에 스며들게 하는 계기가 되었다.

## 1) 80년대 디자인계 주요 이슈

### (1)KBS ‘세계는 디자인 혁명시대’ 방영

1983년 TV 방영 6부작 기획물 ‘세계는 디자인 혁명시대’는 우리에게 매스컴의 위력을 실감시켜 주었다. 디자인과 관련하여 디자이너계와 학계에서, 업계에서 늘 말해오던 문제에 대해 질문을 던진 이 프로그램은 기대 이상의 효과를 파급시켰다. 이 프로그램을 기획, 취재했던 KBS 경제부의 방윤현 기자는 기획의도에 대하여 다음과 같이 밝혔다.

“부존자원이 없는 우리나라로서는 국가 경제를 수출에 의존할 수밖에 없습니다. 그러면서도 ‘수출’만 부르짖었지 정작 ‘수출의 방법론’에는 무관심했죠. 앞으로는 우리도 과거의 값싼 노동력에 의존하는 수출만으로 다른 경쟁상대국과의 싸움에서 이겨 나가기란 거의 불가능합니다. 품질향상이 우선 되어야 합니다. 그래서 디자인의 중요성이 더욱 강조되는 것이죠. 결국 ‘수출’과 ‘디자인’은 뗄래야 뗄 수 없는 관계입니다. 산업디자인의 중요성을 정부가 먼저 인식하고 이에 대한 지원을 해나가야 함에도 불구하고, 우리나라는 행정부 내에 디자인을 전담하는 부서조차 없는 실정이죠. 매스컴의 인식부터 새로워질 때 우리나라의 디자인도 점차 서광이 비칠 것을 확신합니다.”

이 기획은 매스컴의 입장에서 일반인들에게 디자인계의 윤곽만을 소개한 것에 불과했는지 모르지만, 당시 세간의 주목을 받으며 디자인의 가치를 이해시키고 관심을 불러일으키는데 크게 일조했다. 또한 방윤형 기자가 제시한 문제점과 해결책은 바로 디자인계의 뒤편으로 남았으며 정부 관련 단체와 디자이너 자신들을 냉철하게 돌아보게 했다.

방영된 일자와 주제를 살펴보면 다음과 같다. ▶1월 10일 제1편 기업디자인-새 모델에 사운을 건다 ▶1월 17일 제2편 디자인전문회사-몇과 성능을 팝니다 ▶1월 24일 제3편 디자인 교육-기술, 예술, 학문 ▶1월 31일 제4편 스포츠 산업-또 하나의 올림픽 ▶2월 1일 제5편 전시와 상술-진열장 속의 전쟁 ▶2월 14일 제6편 한국디자인 점검-아름다움에의 도전

이 프로가 나갈 즈음 우리나라 가전업계를 선도해 온 금성사에서는 디자인종합연구소를 설립해 제품생산에 있어 디자인의 중요성을 보다 가시화했으며 당시 국내 최초로 제품디자인 공모전을 개최하기도 했다. 이 공모전은 1991년부터는 국제공모전으로 탈바꿈해 세계적인

국제공모전으로 발전시켜 나갔다.

한편, 우리 디자인들이 국제적인 공모전에 출품되거나 입상함으로써 우리의 디자인적인 자질을 세계인이 인식하게 되었고, 세계의 유명한 디자이너들을 국내에 불러들여 각종 회의를 개최하고 작품을 전시함으로써 국내외적으로 새로운 지평이 열리게 되었다.

## (2) 디자인 활성화 계기 마련한 아시안게임 · 서울올림픽

아시아 경기대회는 아시아인들의 단결과 발전을 꾀하는 아시아인의 종합 스포츠제전이다. 1986년 서울에서 개최된 제10회 아시아경기대회는 아시아인의 두터운 친목과 우의를 다지고 아시아 지역의 발전과 번영, 나아가 인류의 평화에 이바지하겠다는 아시아인의 결의를 다지는 좋은 계기가 되었음은 물론 디자인계로 보면 디자인의 중요성이 사회적으로 증명된 이벤트였다. 아시안게임을 통해 각종 시각디자인과 환경디자인, 패션 등 거의 모든 디자인 분야가 급성장하였다. 첨단 컴퓨터기기가 디자인 작업에 동원되고 새로운 재질과 도구가 작품제작의 능률을 향상시켰으며 전 디자인계로 급속히 보급되기 시작하였다.

아시안게임은 운동경기뿐만 아니라 각종 문화행사들이 개최되어 풍성한 스포츠 및 문화 잔치가 되었다. 아시안게임 전후로 매스컴에서 쏟아지는 갖가지 디자인물들과 거리에 나붙은 다양한 문화행사 포스터 그리고 전체적으로 말끔해진 시각환경은 대중에게 ‘디자인’이란 용어를 그 실체에 가깝게 다가서게 했다.

1981년 바덴바덴에서 유치한 88서울올림픽은 우리 디자인사에 또 하나의 이정표를 세웠다. KDPC에서도 국가적인 행사에 동참하기 위하여 1982년 2월부터 올림픽 상품 디자인 개발위원회를 운영하기 시작하였으며 6월에는 세계 올림픽 상품 종합전을 개최, 미국, 영국, 멕시코, 홍콩, 오스트리아, 태국, 이탈리아, 스웨덴 등의 올림픽 상품들을 전시해 분위기를 고조시켰으며 문화상품 개발에 일조하기도 했다. 또한 8월에는 올림픽 기념품 소장전을 15일간 개최해 일반인들에게 올림픽은 단순히 체육행사만이 아니라 문화행사라는 점을 인식시켰다. 1984년에는 서울올림픽 조직위원회에서 주관한 해외 기념품 조사단에 참가해 15일 동안 서구 유럽을 돌며 기념품에 대한 디자인 관련 시장조사를 했다.

이같이 초국가적으로 합심하지 않으면 안 되는 올림픽은 몇 가지 측면에서 큰 의미를 갖고 있었다. 첫째, 체육행사 그 자체로서의 의미와 둘째, 문화적 측면에서 우리의 문화적 의식과 감각을 세계에 펼쳐 보일 수 있는 기회라는 점 그리고 셋째, 앞의 두 측면이 충족되었을 때 올림픽의 기본정신 즉 인류평화에의 기여를 우리 땅에서 이룰 수 있다는 점 등이 그것이다. 올림픽은 경제, 정치 등 현실적인 문제와 더불어 위 세 가지 측면의 상호 관계에 의해 이루어진다. 이를 이루기 위한 온 국민의 대동단결을 이루기 위하여 올림픽의 총체적인 ‘이미지 경영’을 위한 연구와 실행이 뒤따랐다. 이미지 경영은 크게 두 가지 측면에서 생각할 수 있는데, 하나는 시각적인 매체를 통한 전달의 측면과, 다른 하나는 총체적인 환경의 정비라는 측면이다.

비주얼 아이덴티티(visual identity)를 표현하기 위해 전문 위원회에 디자이너가 서울올림픽 이미지 경영의 디렉터로 참여, 전체 디렉터로서 조영제 서울대 교수와 황부용 디자인 실장 등을 비롯한 디자인계의 인사들이 망라된 자문위원들이 활약하였다. 이들이 만든 올림픽 휘장과 마스코트만큼 세인의 입에 오르내리고 관심을 모았던 조형물도 드물다. 온 국민의 관심 속에 공모와 지명공모를 거친 끝에 최종 당선작으로 뽑힌 수의 삼태극을 소재로한 휘장과 상모를 돌리고 있는 호랑이 마스코트 ‘호돌이’ 이는 디자인사에 길이 남을 작품으로 기록되었다.

## 2) 진흥 활동의 세분화

정부 주도의 강력한 공업화 전략에 힘입어 1970년 10억 달러에 불과하던 수출은 1977년에 100억 달러, 1979년에 150억 달러를 돌파하는 비약적인 성장을 거듭하게 되었다. 내용 면에서도 1970년대 초 1차 산품(産品) 위주의 수출품이 1970년대 말부터 공업제품 수출체제로 전환되고 가공제조산업이 경공업분야로부터 중화학·기계공업분야로까지 그 비중이 확대되게 되었다.

이러한 산업기반 조성의 수혜증진에는 센터의 디자인·포장 개선과 진흥활동의 역할이 컸다. 그러나 1970년대 말부터 더욱 심해진 선진 각국의 보호무역정책과 중국(당시 중공)을 비롯한 수출 경쟁국들의 잇따른 부상도 수출의 확대를 어렵게 하는 요인이 되었다. 또한 그동안의 노력에도 불구하고 정부의 강력한 수출 드라이브 정책 때문에 기업은 질보다는 양을 우선시하고 가격경쟁력에 의존한 제품개발에 주력함으로써, 수출상품은 여전히 선진 각국의 상품에 비해 디자인이 조잡하고, 특히 마무리가 허술해 해외시장에서 싸구려 이미지를 벗지 못하고 있었다. KDPC는 이러한 문제를 해결하기 위하여 수출을 지속적으로 증진시킬 수 있는 디자인·포장의 수준 향상에 집중하게 되었다.

### (1) KDPC 사업 내실화 도모

또한 70년대에 이어 디자인·포장 분야의 연구개발의 지속적인 추진과 1982년부터는 현장에 나가서 직접 업체의 현황과 문제점을 파악해 개선하는 기술 지도를 병행, 1989년까지 디자인 분야 524개 업체, 포장분야 770개 업체에 대한 기술 지도를 마쳤다. 연구 개발도 생산기술과 연계된 심도 있는 기초 연구에 중점을 두어 시장 개척을 위한 미래형 디자인 연구와 제품의 치수 및 설계 표준화 연구의 확대, 그리고 포장 개발 및 물적 유통의 합리화 연구에 중점을 두게 되었다.

80년대 KDPC의 주요한 활동은 단기적으로는 기업의 제품디자인 수준을 향상시키기 위하여 노력하고 장기적으로는 우수한 디자인·포장 전문 인력을 양성할 수 있는 교육기반을 쌓는 것이었다. 기업의 수요에 맞춘 전문인력 양성을 위한 교육연수사업도 교육과정을 세분화해 다양한 분야에 걸쳐 교육프로그램을 마련했는데, 1982년부터 제품디자인 전문교육을, 1985년부터는 시각디자인 전문교육을 실시해 기업체 실무 디자이너를 대상으로 제품 및 시각디자인 전반에 대한 이론, 실무 기법, 마케팅, 정보 등의 보수 교육을 통하여 실무와 연계된 디자이너를 양성함으로써 기업의 디자인 수준 향상에 기여하게 되었다. 1987년부터는 디자인 작업에 컴퓨터의 응용이 확대됨에 따라 컴퓨터를 통한 최신 기법을 실무에 적용시키는 컴퓨터 응용디자인 교육을 실시하게 되었다



산업디자인 진흥과 발전(세미나)

연구개발분야	진흥사업 분야	정책분야
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 디자인에 중점을 두고 미래 지향형의 선도 상품의 개발과 공익성이 우선하는 분야를 대상으로 독자적인 기본 연구 추진</li> <li>• 용역 및 공동개발로 산업계의 디자인·포장 애로 사항 해결</li> <li>• 선진 외국에 유학생을 파견, 우수한 교육 기간요원으로 양성</li> <li>• 출판체제를 강화해 기술, 정보 보급, 전달의 매개체로 활용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대한민국산업디자인전람회의 제도적 개선을 통해 제품디자인 부문의 관심 유도</li> <li>• 교육연수사업 확대로 산업계에 우수한 전문 인력 공급</li> <li>• 교육기관, 전문가, 정부와 협의해 산업디자인 교육제도 확립</li> <li>• 유관 기관과의 협조로 정보자료 수집체제를 강화하고, 최신의 국내외 도서와 자료를 신속하게 수집, 보급</li> <li>• 적극적인 홍보활동을 통해 계몽효과를 높이고, 디자인·포장 개선향상에 소홀한 중소기업을 대상으로 업종별·업체별로 집단 또는 개별적 지도 실시</li> <li>• 국제교류 강화, 해외 최신 정보자료 수집 및 기술 습득</li> <li>• GD 마크제 실시로 우수디자인 제품 개발 장려</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경제적이면서 양질의 포장재 공급으로 수출 지원</li> <li>• 기금조성을 위한 사업의 다각화</li> </ul>

<KDPC의 주요 사업지표>

## (2)정보제공의 전문성 강화

1970년에 창간된 <디자인·포장>도 1983년부터 <산업디자인>과 <포장기술>로 분리해 정보제공에 보다 전문성을 강화하게 되었다. 이 중 <산업디자인>은 2001년 6월호까지 이 제호를 유지하다가 2001년 7+8호가 발간되면서 <designdb>로 명칭을 바꿔 격월간으로 발행되어 현재에 이르고 있다. 또한 <포장기술>은 <포장세계>로 명칭을 바꾸어 발행되다가 한국산업디자인포장개발원이 한국산업디자인진흥원으로 바뀌면서 1997년 1월 17일을 기해 폐간되었다. 1976년 10월에는 민간발행으로 월간 디자인이 창간되기에 이른다.

1980년대 말에는 도서자료실의 자료도 디자인·포장 관련 각종 도서 7천여 권, 정기간행물 221종을 보유하게 되었으며, 각종 슬라이드를 비롯한 비디오테이프 및 디지털화된 논문 등의 영상자료를 구비한 새로운 차원의 영상자료실을 개설해 첨단 장비를 통한 다양한 정보제공이 가능해졌다.

또한 1987년 센터 내에 정보자료부가 신설, 국내외 기관과의 네트워크 기반 조성으로 정보화에 대한 마인드를 갖추게 되었으며, 도서자료에 대한 검색 시스템을 갖추어 정보제공에 효율성을 기하게 되었다. 1988년부터 1989년까지 검색시스템을 자체 개발해 전산화했으며 또한 데이콤네트와 연결해 자료망을 이용한 자료수집 체계를 구축하였다.

## 3) GD상품 선정제 도입

1985년에는 국내 공산품 중에서 디자인이 우수한 상품을 선정하고 그 우수성을 인정하기 위하여 GD(Good Design)마크라는 이름으로 굿 디자인 시상제도를 제정, 현재까지 매년 시행하고 있다. 우리나라 상품의 디자인 수준이 선진국에 비하여 크게 뒤떨어져 있음은, 한국무역협회가 1983년 6월 우리나라 상품을 수입하는 각국의 바이어들을 대상으로 실시한 설문조



제2회 GD상품전(86년)

사에 잘 나타나 있다.

이 조사에 따르면 ‘우리나라 상품의 디자인이 타국의 상품보다 우수해 구매한다’ 라고 답한 것은 불과 2.4% 뿐으로, 우리나라의 상품을 구매함에 있어 디자인 측면보다는 다른 요인에 의한 구매가 절대적이었음을 말해주고 있다.

이와 같이 낙후된 상품의 디자인 수준은 과거 값싼 제품을 대량으로 수출해 수출 신장을 꾀하던 때와는 달리 수출 타산성이 맞는 고급품을 수출하는 데에는 큰 장애 요인이 되었다. 따라서 선진 제국의 각종 수입 규제 조치와 신흥 공업국들의 강력한 도전 등 어려운 여건 속에서도, 수출을 통한 경제 발전을 이룩해야만 하는 우리의 실정과 수입자유화 정책의 확대 등을 감안할 때 우리나라 상품의 ‘디자인 수준’ 향상을 통한 국제 경쟁력 강화가 절실히 요구되고 있음을 알 수 있다.

이와 같은 시대적 요구에 부응하기 위하여 디자인 진흥 정책의 일환으로 선진국의 예를 참고해 GD상품 선정제를 실시하게 되었다.



테이프커팅(98년)



전시장(95년)



97년 대통령수상작 ‘티뷰론’

### (1) 영국에서 시작된 우수디자인상품 선정제

소비자와 생산자 모두에게 이익이 되고 상품을 신뢰하는 사회적 풍토 및 국민 생활의 질을 향상시키는데 의의가 있는 이 제도는 이미 일본(굿 디자인 선정제)과 대만(우량 설계전), 이탈리아(Quality Award), 호주(Australian Award) 및 영국(Design Council Award) 등지에서 시행하고 있는 제도이다. 굿 디자인 제품을 선정, 시상하는 제도의 역사는 1851년에 개최되었던 대영박람회나 독일의 DWB로까지 거슬러 올라간다. 그러나 실질적인 굿 디자인 선정 제도는 1944년 12월에 재건된 영국의 산업디자인위원회(CoID: Council of Industrial Design)에 의해 시작되었다.

1946년 CoID는 일반 대중에게 디자인에 관한 이해를 증진시키기 위하여 ‘영국제’ 라는 이름의 전람회를 개최하고 굿 디자인 제품을 선정, 전시했다. 이것이 곧 국가적 차원에서 전개된 굿 디자인 제도의 효시이다. CoID는 이어 대영박람회의 100주년이 되는 1951년을 기해 ‘대영축제’ 라는 전람회를 개최하고 본격적으로 굿 디자인 제품을 선정했다.

70가지 항목으로 분류해 선정된 제품의 사진이 디자인 리뷰(Design Review)라는 이름으로 전시되었다. 그리고 이 자료를 보관하기 위하여 1956년에 디자인 센터가 설립되었고, 센터에서는 매년 굿 디자인 제품을 상설 전시하고 디자인 인덱스에 포함시켜 영구 보존하고 있다. 일본은 이러한 영국의 제도를 도입해 1957년부터 G-마크를 제정하고 굿 디자인 제품 개발

의 지원을 위하여 국가적 차원의 노력을 전개했다. 그 결과 일본은 1950년대 초반기까지만 해도 외국의 제품을 무분별하게 모방했던 처지에서 벗어나 디자인 선진국의 대열에 들어서게 되었고, 1983년부터는 외국제품에도 문호를 개방해 국제화의 시대로 접어들게 되었다.

## (2) 국내 상품수준 높이는 GD마크

GD선정제는 국내 공산품 중 디자인이 우수한 상품을 선정, 그 우수성을 인정하는 마크를 부여하는 제도로 1년에 1회 실시된다. 그 목적은 일반 소비자 및 생산 유통관계자로 하여금 디자인에 대한 관심과 이해를 진작시키고, 산업 전반에 걸쳐 산업디자인의 개발을 촉진함으로써 상품의 디자인 수준 향상을 기함은 물론 궁극적으로 국민 생활의 질적인 향상을 기하는 데 있다.

국내 공산품 중 일상생활과 밀접한 관계가 있는 상품들을 전기, 전자부문, 주택, 설비부문, 아동용구 부문, 일용품 부문, 레저 및 스포츠 부문, 운송장비 부문, 기타 잡화 부문 등 9개 부문으로 구분해 실시하며, 각 부문별 세부 품목은 매년 GD마크제 운영위원회에서 결정한다. 심사의 기준은 외관, 기능, 품질, 기타 대량생산 적합성 여부와 합리적인 가격 등이 있다.

GD 상품 선정제의 의의는 산업계에는 디자인 개발 촉진을 위한 동기를 부여하고 소비자들에게는 구체적인 상품 선택의 안목을 높임으로써 국가 산업의 발전과 국민 생활의 질적인 향상을 유도하는 데 그 의의가 있다고 하겠다. 그 구체적인 효과로는 첫째 상품의 신뢰도와 부가가치를 높여 마케팅 활동을 용이하게 할 수 있다 둘째 소비자는 GD마크 상품을 선택함에 따라 각종 신제품에 대한 지식의 부족으로 예기치 않던 손해 등을 방지할 수 있음은 물론 우수 디자인 상품을 취사선택함으로써 생활의 질을 높일 수 있다. 세계 산업계와 일반 소비자들의 디자인에 대한 관심과 이해를 고취시켜 디자인 분야의 발전을 위한 환경이 조성되는 것 등을 들 수 있다. 이 같은 성과는 2000년대에 들어와서 다음과 같은 세 가지의 특징을 가진 제품들이 생산되면서 GD마크 선정제 본래의 성과가 드러나기 시작했다.

첫 번째는 아름다운 디자인, 인간공학적인 디자인은 물론이고 인간의 감성(심리)까지 배려한 디자인이 두드러지는 경향을 띄기 시작했다. 또한 화려한 색깔보다는 은근하고 자연스러운 색상과, 고급스런 이미지를 풍기면서도 저렴한 가격의 신소재로 인테리어 감각을 살린 점이 특징이다. 또한 화려한 디자인 상품보다는 실용적인 상품들이 많아졌고 인간공학과 감성공학을 조화시켜 사용자의 만족감을 극대화시킬 수 있는 실용적인 디자인이 돋보인다. 대통령상과 국무총리상을 받은 상품들이 그 대표작들이라 할 수 있다.

두 번째로는 거의 모든 출품물들이 환경친화적 요소를 가지고 있어 현대 디자인에 있어서 환경친화성이 기본적인 요소로 자리 잡았다고 평가할 수 있다. 그러나 포장분야는 출품제품의 대다수가 화장품과 생활용품 등 지극히 일부 품목에만 치우치고 있어 아쉬움을 준다. 물류의 기본이 포장인 만큼 고정관념을 깬 보다 다양한 분야에서의 혁신적인 포장디자인의 개발이 요구되는 것이다.

GD선정제는 그 본래의 목적인 디자인의 수준 향상과 일반 국민 생활의 질적 향상에 크게 기여했음은 부인할 수 없다. 그러나 우수한(Good) 디자인에 대한 심사는 그 심사기준을 공학분야에서처럼 정확하게 설정할 수 없기 때문에 굿 디자인의 심사기준 설정이 체고요소로 지적되는 부분이다.

## 4) 국제 교류활동 전개

1980년 9월 일본 포장기술협회와 포장기계공업회가 공동으로 주최한 제7회 아시아포장 회의 총회에서 한국디자인포장센터의 김희덕 이사장이 아시아포장연맹 제8대 회장으로 선출되었다. 김 이사장은 국제심포지엄을 꾸준히 개최해 우리 디자인의 질을 향상시키기 위한 노력을 기울이는 한편 국제화의 기수 역할을 했다. 그의 재임기간이었던 80년대 초부터 말까지 진흥원에서 개최한 주요 심포지엄과 세미나를 살펴보면 다음과 같다.

### (1)'80 산업디자인세미나 · 한국포장세미나

우선 1980년 5월 19일 10주년 기념사업의 일환으로 미국과 일본의 저명한 산업디자이너를 초청해 '80산업디자인세미나를 개최했다. 이 세미나에서 ICSID 회장 아서 폴로스(Arthur J. Pulos) 교수는 산업디자인 교육의 목표를 과학과 예술의 종합으로 인간 생활의 질을 향상시키는 도구를 디자인함에 있다고 규정하고, 오늘날의 산업디자이너는 수많은 제품의 외모와 기능에 대한 책임을 지고 있을 뿐만 아니라 미래의 제품을 디자인하는 데도 적극적으로 참여하고 있다는 요지의 강연을 했다.

1980년 6월 26일부터 7월 10일까지는 포장의 적정화와 포장 기계화의 촉진, 수출 상품의 품위 향상, 유통의 합리화 등을 도모함으로써 우수 포장을 개발, 육성하고 포장 기술을 개선하기 위하여 '80한국포장세미나를 개최했다. 영국의 네일(T. J. Neill)의 포장개발 입문과 일본 쿠수다 요(楠田 洋)의 포장 폐기물과 그 대책 등에 대해 강연했다.

### (2)포장산업 발전의 견인차 'Seoul Pack'

80년대 들어 우리나라는 서울올림픽을 비롯한 각종 국제 행사를 유치하면서 국제화 시대를 맞게 되었다. 급변하는 시대적 조류에 따라 소비자의 욕구도 다양하게 표출됨으로써 제품생산에 소량·다품종화와 개성화 현상이 두드러지게 나타났으며, 이에 부응키 위한 상품의 고급화와 유통합리화를 위하여 포장의 질적 향상이 절실하게 요청되기 시작했다.

포장의 역할 또한 상품의 보호 기능과 수송상의 편리성 추구라는 차원을 넘어 원가절감·판매 경쟁력 강화에 이르기까지 그 영역이 확대되어 경영 전략에서 차지하는 비중이 점차 높아지게 되었다. 이러한 변화로 인해 국제적인 포장 전시회를 개최함으로써 포장에 대한 인식을 높이고 지속적인 포장 산업 발전 및 수출 경쟁력 제고를 통해 우리나라 산업 발전의 전기를 마련해야 할 필요성이 높아졌다.

'서울팩'은 이러한 환경에 부응해 선진국 및 수출경쟁국과의 상호비교 전시를 통한 신소재 또는 신제품 개발 유도과 포장기술 향상 및 포장의 적정화를 꾀하고, 포장 표준화를 통해 기업의 원가절감에 기여하기 위하여 개최되었다. 아울러 상품의 품질향상을 통한 국제경쟁력을 증진시키고 유통의 합리화로 유통경비를 절감함과 동시에 국내 포장산업의 활성화를 유도하는 데 그 배경을 두고 출발했다.

이 전시의 변천과정은 1971년 4월 12에서 18일까지 국립과학관 전시 홀에서 'Korea Pack'이라는 명칭으로 처음 개최되었으며, 1985년과 1987년엔 부정기적으로 열렸다. 그러다 1989년 명칭이 '서울팩'으로 변경되었으며, 이후 KIDP와 대한무역투자진흥공사(KOTRA)가 공동으로 주관하며 우리나라 포장산업 발전에 큰 전기를 마련했다.

1989년 개최된 서울팩'89는 국내외 118개 업체에서 235개 품목의 포장 관련 기자재를 전시

함으로써 1987년 대비 55%의 성장을 기록했다. 수출업체도 1985년에 54개 업체, 1987년에 57개 업체였던 것이 63개로 늘어나는 등 국내 업체 참여도 꾸준히 증가하고 있는 가운데 55



개의 해외 업체도 참가했다. 해외 참가국은 덴마크, 미국, 서독, 스웨덴, 스위스, 이태리, 일본, 영국, 홍콩 등 10개국이었으며, 이중 미국과 일본이 전체의 50%를 출품했다. 전시 품목도 포장 재료 및 용기, 포장기계, 포장 재료 가공기기, 물류 관련 기자재 등 국내외의 포장기자재 200여 종이 출품되었는데 150여 종 이상 출품된 포장 기계류가 대종을 이루었다.

이어 1991년에는 국내 77개 업체와 해외 11개 업체에서 각각 364부스와 24부스를 설치했으며

상당실적만도 1,153억원에 이르렀다. 1993년에는 국내 100개 업체, 해외 40개 업체에서 각각 259부스, 115부스를 설치해 420 종을 출품, 448억원의 상당실적을 보였다. 1995년에는 국내 50업체 142부스, 해외 16개국 89업체 131부스로 137억원의 상당실적을 기록했다. 1997년에는 모두 16개국이 참여해 국내 51개 업체 204부스, 해외 65업체 115부스를 설치했다. 1999년에는 11개국 92업체 219부스로 내수 570억원, 수출 15,647천불의 상당실적을 기록했다.

산업구조가 고도화되고 소비자 욕구가 다양해짐에 따라 포장의 역할도 종래의 상품보호 기능과 수송상의 편의성 추구 차원을 넘어 원가절감과 판매경쟁력 강화에 이르기까지 그 영역이 확대되고, 수송·보관·하역·정보 등 유통 전반을 포괄하는 측면에서 포장의 중요성이 점차 높아지고 있다.

포장산업 실태조사에 의하면 1987년도 국내 포장 자재 및 용기의 생산액은 1조 8,897억 원으로 국민 총생산액(GNP)의 1.94%를 점유했던 바, 이는 국내 산업의 발전에 따라 포장 산업이 급진장을 하고 있음을 나타내는 것이라 하겠다. 이러한 포장 산업의 급속한 발전을 바탕으로 개최된 서울팩은 짧은 연륜에도 불구하고 국내외의 새로운 포장 자재의 동향을 비교·파악하고 해외의 최신 정보를 입수하는 장을 마련해줌으로써 국내 기업들로 하여금 자사 제품의 품질 향상은 물론 해외 신규 거래선의 발굴, 기업의 이미지 제고를 위한 종합 마케팅 수단으로 활용할 수 있도록 하는 역할을 하고 있다. 따라서 서울팩은 지속적인 포장산업의 발전은 물론 국내 산업 발전에 크게 기여하고 있는 것이다.

### (3) 제3차 ICSID AMCOM 한국개최

제3차 ICSID AMCOM(아시아 회원국 회의)회의가 1981년 7월 25일부터 28일까지 한국디자인포장센터 회의실에서 개최되었다. 이 회의에는 한국을 비롯해 일본, 홍콩, 필리핀, 자유중국, 오스트레일리아 등 7개국 10개 단체의 대표가 참가해 ICSID 아시아 회원국의 공동 현안문제 타결과 산업디자인 진흥 시책에 관해 토론했다.

‘미래의 산업디자인’이란 주제로 열린 이 대회에서는 아서 폴로스-산업디자인에 대한 미래의 도전, 에꾸양 겐지-도구의 생태, 수미타 요이치-산업디자인과 과학기술의 발전, 아키라 타카야부-지역산업을 위한 제품 개발, 데이비드 G. 테리(David G. Terry)-산업디자인이 없는 산업디자인이란?, 치 밍 첸(Chi-ming Chen)-미래의 산업디자인, 세실 S. O. 찬(C. S. O. Chan)-홍콩 산업디자인의 현재와 미래 등의 주제발표가 있었다.

#### (4)한일 디자인세미나 · 한불디자인 심포지움

이어 1987년에는 제3회 한일 디자인세미나가 박대순(전통문화와 디자인), 정시화(디자인과 문화), 나카네 기요시(中根清)(공업과 공예의 융합) 등의 주제발표로 개최되었으며 1988년 6월에 한국디자인포장센터에서는 주한 프랑스문화원과 공동으로 프랑스디자인전을 개최하면서 ‘한불디자인 심포지움’을 함께 실시했다. ‘디자인과 창조성’이란 주제 하에 실시된 이 심포지움에서는 국내 디자인 교수들과 프랑스 디자인전에 출품한 프랑스 디자이너들의 주제 발표와 토론이 있었다.



한일 디자인세미나('90)



### 3. 디자인 산업 조성기(1990~1999)

‘디자인 산업 조성기’란 디자인이 산업에 있어 중요한 요소로 등장해 이를 활성화시키기 위한 여건 조성이 산업사회 속에 확고히 자리매김한 기간으로서 우리나라의 경우 1990년~1999년까지를 이 기간으로 볼 수 있다. 이 시기의 주요 활동과 배경을 살펴보면 다음과 같다.

1990년대에 접어들면서 세계의 경제 환경은 급변하게 되었다. 기존의 GATT 체제가 붕괴되고 WTO(세계무역기구) 체제로 바뀌면서 국내외 시장은 완전개방 체제로 치닫게 되었다. 이러한 변화는 국내 기업들에게도 변화를 요구해 해외시장에서 싱가포르를 비롯한 대만, 중국 등 아시아권 국가들이 경쟁국으로 부상하는 것뿐 아니라, 70년대부터 우리 기업에 뿌리 깊게 박혀있던 가격경쟁력 위주의 상품 생산과 주문자 상표 부착 방식(OEM)의 제품 생산 체제가 타격을 입으면서 우리 경제는 더욱 심각한 위기를 맞게 된다. 따라서 해외 제품과의 무한 경쟁에서 고부가가치를 창출하는 제품 개발에 소홀했던 기업의 체질 개선이 강력히 요구되었다.

90년대 들어 정부는 침체된 경기를 회복시키고자 신경제 5개년 계획을 수립하고 산업 경쟁

력을 높이기 위하여 다양한 정책들을 시행하게 되었다. 산업디자인 분야도 이 시기를 정점으로 수출증대를 위해 제조업 분야에 본격적으로 디자인 지원을 시작하게 되었는데, 산업자원부(당시 상공부)와 KIDP는 특히 산업디자인 분야에 국민적인 관심을 불러일으키고 디자이너의 지위향상 및 디자인계의 결속을 다지기 위한 다양한 행사를 개최하게 되었다.

## 1) 90년대 디자인계 주요 이슈

한국산업디자인포장개발원에서 한국산업디자인진흥원으로 이름을 바꾸면서 ‘디자인과 포장기술’이라는 두 가지 분야를 동시에 진흥시켜야 한다는 부담에서 벗어날 수 있게 되었다. 포장(packaging)이 진흥(promotion)으로 바뀌었지만 영문 명칭 KIDP라는 약칭(略稱)은 그대로 사용됨으로써 대외적으로는 일관성과 지속성을 유지할 수 있도록 했다. 이에 따라 KIDP는 설립 후 26년 만에 디자인 진흥 전담기구로 거듭나게 되었다. 그동안 지도 및 개발에 치중해 왔던 사업 비중을 진흥업무 쪽으로 개선해 나가겠다는 의지에서다.

KIDP는 디자인개발 부문은 점차 민간 주도로 전환시킴으로써 프로젝트 매니저 역할을 맡고, 2000년대에는 진흥업무에 주력하는 종합 진흥기관으로서의 역할을 추구하고자 했다.

이 시기에 진행된 사업은 중소기업 디자인 진흥 사업, 국제화 및 세계화 사업, 정보화 5개년 사업, 조사연구 사업, 교육사업, 전시 및 전람회 개최 사업 등으로 요약될 수 있다.

### (1) 디자인주간 선포 및 디자이너의 날 제정



KIDP는 1993년을 디자인 발전의 원년으로 삼아 산업디자인 발전 5개년 계획을 추진하였다. 당시 상공부에서는 산업디자인의 중요성을 깨닫고 각종 디자인에 관한 세금을 제조업에 준하도록 법률로 정함과 동시에 산업디자인의 원년으로 선포하고 디자인 주간을 정하였다. 9월 1일부터 약 보름 간에 걸쳐 기념식 및 유공자 포상, 산업디자인전, 세미나, 벽화제막식을 비롯해 기념공연 등 디자인에 관련된 행사를 집중적으로 개최해 일반인의 관심을 고조시켰다. 이것은 전 디자인계를 하나로 아우르는 전례

없던 공식적인 행사라 할만하며 일반인들과 다양하게 접촉하는 이벤트를 통해 ‘친밀한 디자인’, ‘사회 속의 디자인’, ‘생활 속의 디자인’의 이미지를 심어주고자 노력하였다는 데 의의를 둘 수 있다.

이와 함께 1994년에는 5월 2일을 디자이너의 날로 제정·선포하여 국내 디자인계에 일조한 외국 디자이너들에게 상공자원부 장관 감사패를 전달하였다. 수상자는 마이 펠립(Mai Felip, 스페인, 당시 ICSID 회장), 딘 리차드슨(Deane W. Richardson, 미국, 피치 리차드슨 스미스 고문), 기무라 카즈오(木材一男, 일본 패키지디자인협회 이사장), 우베 반슨(Uwe Bahnsen,

유토포드사 사장) 등으로 그동안 국내 공모전 심사나 세미나 강연, 자문 등을 위하여 자주 방문해 온 인사들이었다. 이러한 디자인 주간과 디자이너의 날은 ‘산업디자인의 날’이라는 명칭으로 1997년까지 계속되었다.



‘산업디자인 주간’ 행사(93년)



‘산업디자인의 날’ 기념행사(98년)

## (2) 세계화추진위원회의 ‘디자인산업 세계화 방안’

1996년 6월, 세계화추진위원회는 ‘디자인산업 세계화 방안’을 마련했다. 국민소득 1만 달러 시대가 열리면서 디자인 진흥의 중요성에 대한 정부의 인식이 새로워짐에 따라 세계화시대의 디자인 진흥 방안을 마련하는 것이 시급하다는 상황인식을 바탕으로, 당시 세계화 추진 위원이던 윤호미(당시 조선일보 부국장), 김진애(서울포럼 대표, 환경설계학박사)를 주축으로 연구팀이 구성되었다. 정경원(당시 한국과학기술원 교수) 교수는 연구팀의 간사 역을 맡아 실질적인 연구를 주도했고, 최종보고서를 집필했다.

이 연구는 디자인 산업을 21세기 신기반 산업으로 육성하여 국가경쟁력 제고와 국민 삶의 질 향상에 적극 기여하도록 함을 목표로 하였다. 이를 위해 2000년까지 디자인 선진국 진입을 위한 기반을 조성하고, 국제경쟁력이 있는 디자인력을 함양하여 2005년까지 세계 유수 디자인국가로 성장하기 위한 추진전략이 강구되었다.

주요 내용은 2005년까지 디자인 분야 세계 일류 국가 건설을 목표로 디자인 산업을 진흥하기 위한 마스터플랜으로 구성되었다. 구체적인 내용으로는 2000년에 국민 소득이 2만 달러에 이르는 것을 전제로 디자인 선진국 진입을 위한 기반을 조성하며, 2001년을 ‘디자인의 해’로 선포하고 세계디자인페스티벌(가칭)을 개최하는 계획이 포함되었다.

이 디자인산업 세계화 방안은 몇 가지 행사를 개최하는 것으로 끝나는 것이 아니라 디자인을 통한 국부창출이라는 핵심적인 내용을 포함하고 있다는 것이 중요하다. 이 계획은 결국 1997년 세계 양대 디자인대회 즉 세계그래픽디자인대회, 세계산업디자인대회 두 대회 개최를 유치하는 원동력이 되었으며, ‘한국디자이너대회-어울림’, 산업디자인진흥대회(대한민국디자인대상 시상 등)로 이어지는 일련의 행사의 시발점이 되었다.

### (3) 한국디자이너대회 ‘어울림’

1997년 유치에 성공한 2000년 세계그래픽디자인대회와 201년 세계산업디자인대회 양대 행사를 준비하면서, 1998년 4월 21일 디자이너들의 결속과 세계 디자인 대회의 성공적 추진을 다짐하기 위하여 ‘한국디자이너대회 어울림’을 개최하게 되었다. KIDP와 한국디자인법인단체총연합회 주최로 한국종합전시장 국제회의장에서 열린 이날 행사는 ‘디자인 혁명, 수출 2배, 경제 르네상스’ 라는 주제로 김대중 대통령과 700여명의 디자이너, 정부 문화계, 교육계, 업계, 언론계 인사 등 모두 1천명이 참석해 디자인을 통한 국가경쟁력 강화와 IMF 경제위기 극복의 결의를 다졌다.



이날 참석한 김대중 대통령은 “21세기는 문화와 경제가 하나가 되는 문화 경제의 시대가 될 것이며 두뇌강국이 세계를 지배하게 될 것이다. 디자인 산업은 이 같은 시대적 요구를 가장 충실히 반영하고 있는 핵심적 문화산업이다. 향후 디자인 정책을 대폭 강화할 것이다” 라며 국내 대통령으로서 처음으로 정부 차원에서 디자인의 중요성을 강조했다.

어울림 대회는 두 가지 큰 의미를 갖는데, 이는 시기적으로 당사가 IMF 구제금융으로 수출의 중요성이 어느 때보다 강조되던 때였다는 것에서 비롯된다. 우선 이 행사는 디자인계의 결집과 산업경쟁력 증진에의 적극적인 참여의 일환이었다. 그리고 또 하나는 2000년대 초반에 열리는 양대 디자인 대회의 주제로 ‘어울림’을 제시해 양 대회에 디자이너의 적극적인 참여의지를 다지고 세계 속에 한국 디자인의 위상을 심고자 하는 시도였던 것이다.

여기에서 제시된 어울림은 우주의 음양원리를 바탕으로 동양과 서양, 인간과 자연, 기술과 정신, 남과 여, 빈과 부, 남과 북 등 모든 대립적 요소들을 하나로 어우르는, 그래서 새롭게 완전한 하나를 만드는 우리 고유의 사상으로 새로운 천년을 맞이하는 세계 디자인계의 비전으로, 디자인 이념으로 제안되었다.

### (4) 공인산업디자인전문회사 등록제도

공인 산업디자인 전문회사제도 운영배경을 살펴보면, 1990년대 이후 UR 타결과 WTO 체제의 출범으로 중소기업에 대한 정부의 직접적인 지원이 불가능해졌다. 따라서 우리나라 기업의 경쟁력을 강화하기 위한 산업디자인의 수요를 충족시키기 위해서는 명실상부한 산업디자인 전문회사의 필요성이 대두되었다. 그래서 산업디자인 전문회사들 중 일정 기준 이상의 매출실적이 있고 전문인력을 보유한 회사를 산업자원부가 인증해 주는 제도를 마련하였다. 서유럽의 경우 이미 20여년 전부터 공인 산업디자인 전문회사를 정부 차원에서 적극 육성 지원해 민간 주도의 산업디자인 수급이 원활히 이루어지고 있다. 특히, 영국의 경우 3천여 개의 전문회사 중 7백여 개가 공인 산업디자인 전문회사로 등록되어 약 12,000여 기업에 산업디자인 지도를 실시해 기업들의 경쟁력 강화에 중추적인 역할을 하고 있다.

산업자원부와 KIDP는 기업에 양질의 산업디자인을 공급할 목적으로 1992년 공인산업디자인 전문회사 등록제도를 도입하였으며 (주)212디자인이 첫 번째 공인산업디자인전문회사로 기록되었다. 1994년도에는 그 요건을 완화하고 지원을 강화해 연말까지 29개 업체가 신고를 필함으로써 공인 전문회사가 늘어나는 계기를 마련했다. 이후 1997년 5월에 신고요건을 자본금(개인은 자산평가액) 5,000만 원 이상, 전문인력 3인 이상을 보유(기존 신고여건 중 전문인력은 등록 디자이너에 한함)한 업체로 신고요건을 완화한 이후 공인 산업디자인 전문회사 수는 크게 증가하기 시작했다.

KIDP는 공인 산업디자인 전문회사에 대한 각종 지원 혜택을 마련하였는데 ▶산업디자인 개발 지원사업에 참여자격 부여 ▶산업디자인 기반 기술 사업에 참여자격 부여 ▶산업 기반 기술 개발 용자 사업 신청자격 부여 ▶세제혜택 ▶지방자치단체의 중소기업 육성자금 지원 시 지원 대상에 포함 ▶수출용 농수산물 및 가공식품의 포장디자인 개발사업 참여 우선권 부여 등이 있다.

### (5)KBS, MBC 디자인 특집 방영

1983년 KBS에서 방영한 ‘세계는 디자인 혁명시대’ (리포터 방윤영 기자)는 당시 일반인들에게 디자인이란 무엇인가를 일깨워준 중요한 계기가 되었다. 디자이너들만 고민하던 디자인의 제반 문제와 가치를 대중적으로 끌어올린 것으로 평가를 받고 있다. 그 후 11년만인 1994년 또다시 MBC, KBS는 디자인에 관한 특집 프로그램을 마련했다. 디자인이 구체적으로 어떠한 분야에서 가치를 발휘하고 있고 우리나라 기업에서는 어떠한 점에 투자해야 하는지를 좀더 밀도 있게 접근해나간 프로그램들이었다.

1994년 4월에 방영된 MBC의 디자인 특집 프로그램의 주제는 ‘왜 디자인인가?’ 이다. 전체를 3편으로 나누어 제1편 꿈을 꾸는 사람들, 제2편 자연에서 나온다, 제3편 미래는 아름다움이... 등으로 구성했다. 이어 5월에 방영된 KBS의 ‘디자인에 승부를 걸어라’ (리포터 정경원 교수)는, 제1편 정상의 조건(기업편), 제2편 경쟁력의 해결사(전문회사편), 제3편 신국부론(교육편), 제4편 한국 산업디자인의 현주소(한국편) 등으로 구성되었다. MBC에서 제작한 프로그램은 디자인의 세계를 재미있는 이야기 중심으로 펼쳐 보이면서 디자인의 중요성을 부각시켰으며, KBS 프로그램은 좀더 전문적이고 구체적인 내용으로 접근했는데, 두 프로그램 모두 디자인을 전공하는 학생들이나 디자인에 관심을 가진 모든 사람들에게는 궁금증을 풀어주는 좋은 계기가 되었다.

이 밖에도 KIDP는 디자인 및 포장에 관한 사회적 관심도를 제고시키고 민간단체의 활동을 지원함으로써 산업발전에 기여하고자 디자인 분야 10여 단체, 포장분야 4개 단체에 대한 자금 등을 지원해왔다. 1990년대 이후 디자인 관련 단체들이 70여개로 대폭 늘어났으며 1993년 디자인 관련 단체의 조직적 통합을 통한 역할 강화를 위하여 전문분야별로 한국 산업디자이너협의회(KAID), 한국패키지디자인협회(KPDA), 한국텍스타일디자인협회(KTDA), 한국공인산업디자인전문회사협회(KADFA), 한국시각정보디자인협회(VIDAK) 등 5개 단체로 통합하고 산업자원부로부터 사단법인 설립허가를 받아 각 단체별로 활동을 직·간접적으로 지원받을 수 있었다.



국내 디자인계를 이끌어 갈 공인 산업디자인 전문회사들로 구성된 공인 산업디자인전문회사 협회는 회원 상호간의 정보교환을 통해 외국 전문회사의 국내 상륙에 대비한 체질개선 및 경쟁력 강화에 일익을 담당하고 있다.

한국산업디자이너협의회와 한국텍스타일디자인협회는 ICSID 정회원, 한국시각정보디자인협회는 ICOGRADA 정회원, 한국패키지디자인협회는 WPO(세계포장협회) 정회원으로 가입되어 그 활동무대를 국제적으로 넓혀가고 있다. 5개 사단법인에 대한 활동지원 외에도 각종 단체의 산업디자인 관련 활동을 지속적으로 지원하였다.

2000년과 2001년도에는 이 단체들과 함께 세계그래픽디자인대회와 세계산업디자인대회를 성공적으로 유치, 개최하여 민관과의 협력과 연계성을 더욱 공고히 해 나갔다.

## 2) 정부의 전담 부서와 진흥기관의 변천사

### (1) 산업디자인포장개발원(KIDP) 출범



전시장 전경(96년)

1991년 10월 18일 한국디자인포장센터(KDPC)는 시대의 흐름에 보다 능동적으로 대처하지 않으면 안된다는 인식 하에 산업디자인포장개발원(KIDP; Korea Institute of Industrial Design & Packaging)으로 개편하고, 정부의 신경제 5개년 계획에 맞추어 수출을 촉진할 수 있는 디자인 개발을 지원하기 위하여 강력한 정책들을 추진하게 되었다.

KIDP의 발족은 1990년 12월 17일 국회에서 통과된 산업디자인포장진흥법에 근거하는데, 이는 센터의 설립 근거였던 기존의 디자인포장진흥법을 개정한 것이다.

이 법에 따르면 상공부 장관이 산업디자인, 포장의 진흥과 연구개발에 관한 종합적인 계획을 수립 공고하는 동시에 산학연의 관련 기관으로 하여금 연구개발사업에 참여할 수 있게 하기 위하여 필요한 자금을 공업기반 기술개발 사업을 통해 출연할 수 있으며, 또한 GD마크를 국가에서 선정, 등록케 함으로써 이 제도의 권위를 높이게 했다. 또한 정부가 산업디자인·포장에 관한 연구개발, 조사 분석을 대행하는 전문회사의 설립을 촉진, 지원할 수 있게 명문화함에 따라 이 분야의 저변확대와 발전의 기틀을 마련해 주었다.

## (2) 한국산업디자인진흥원(KIDP)으로 명칭변경

1997년 1월 1일 산업디자인포장진흥법이 산업디자인진흥법으로 개정됨에 따라 한국산업디자인포장개발원(Korea Institute of Industrial Design & Packaging)이 한국산업디자인진흥원(KIDP: Korea Institute of Industrial Design Promotion)으로 개칭되었다. 새롭게 태어난 KIDP의 초대 원장엔 통상산업부 무역위원회 상임위원을 역임한 노장우 원장이 취임했다. 이때부터 자인 정책 입안과 진흥업무 등에 본격 매진하게 되었으며, 명칭 변경과 아울러 한국산업디자인포장개발원이 <산업디자인>지와 함께 발간하던 <포장세계>가 폐간되었다. 또한 인터넷을 기반으로 하는 정보화 사업이 본격 추진되기 시작했다.

## (3) 정부 디자인 전담부서의 변천

디자인 진흥의 패러다임이 변화하는 동안, 정부의 디자인 전담 부서 또한 십여 차례나 바뀌었다. KDPC가 설립되었던 1970년 5월에는 상공부의 상역국 무역진흥과가 한국디자인포장센터를 관리·감독하는 부서로 출발했으나, 같은 해 10월에 통상진흥국에 디자인·포장과가 설치되었다.

이후 디자인·포장과는 1973년에 중소기업국으로 이관되어 존속되었으나 1977년 3월에 폐과가 됨에 따라 디자인 진흥업무는 중소기업국 지도과로 넘겨지게 되었다. 이후 디자인 진흥업무는 기획관리실, 산업정책관실, 섬유생활공업국, 중소기업국, 산업정책국 등으로 전전하다 1996년에 이르러 기술품질국 산업디자인과(초대과장 이일규)로 정착하게 되었다.

그러나 산업디자인과는 작은 정부를 추구하는 ‘국민의 정부’의 방침에 따라 1998년 2월에 폐지되었고, 디자인 진흥업무는 산업기술국의 품질디자인과로 이관되었다. 이 품질디자인과는 브랜드 가치에 대한 인식이 높아지면서 2000년 10월부터는 디자인브랜드과로 이름을 바꾸어 현재에 이르고 있다.

## 3) 디자인 지원활동 전개

### (1) 기업 디자인개발(디자인혁신상품개발사업)



1994년부터 디자인·포장 분야의 연구개발 업무가 축소되는 대신 한국적인 상품, 독창적인 디자인 개발을 위한 산업디자인 개발 지원사업이 본격적으로 추진되어 기업에 대한 체계적인 디자인 개발이 이루어지게 되었다. 외국의 유명 디자이너를 비롯해 개발 경험이 풍부한 국내의 디자인 전문회사, 교수, 프리랜서 등을 기업과 연계해 회사를 진단하는 것에서부터 상품화에 이르기까지 일괄지원을 갖추었으며, 1회성 지원에 그치지 않고 기업의 체질을 개선하는 데 주력하게 되었다. 기업에 대한 디자인개발 지원사업은 1997년과 1999년에 제도를 간소화해 업체에 대한 지원의 효율성을 높이고 수출 유망품목에 대한 집중 지원을 통해 디자인 개발의 수출 기여도를 높이게 되었다. 또한 COEX 등 국내외 무역 관계자의 왕래가 잦은 곳을 택하여, 지원사업을 통해 상품화된 제품을 전시해 놓은 ‘산업디자인개발 신상품전’과 성공사례인 BEST10을 선정함으로써 지원상품에 대한 홍보·판촉을 돕고 매출증대에도 직접적인 기여를 하게 되었다.

### ●배경

1990년대 세계 경제 질서는 우루과이라운드 협상 타결과 GATT 체제를 대체한 WTO(세계 무역기구) 체제의 출범, 사회주의 국가의 시장경제체제로의 전환 등으로 개방화, 세계화가 새로운 조류로 자리 잡아 간 시기이다. 이와 같이 국경 없는 경제, 무한경쟁의 시대가 도래됨에 따라 각국 정부 및 기업은 달라진 경제환경에 적응하기 위하여 다각적인 노력을 활발히 전개해 나갔다. 특히 90년대 초반부터 싱가포르, 대만 등을 비롯해 중국, 베트남 등 동아시아 국가들이 비교적 높은 수출 증가와 왕성한 내수 등으로 지속적인 경제성장을 이루었으며, 중국은 평균 10%의 높은 경제 성장률을 보여 국제 시장에서 주목받기 시작했다.

1990년대 초반 우리 경제는 9%대의 높은 성장을 유지했으나, 1992년에 들어서는 경제성장률이 5%로 급격히 저하되어 지난 1980년 이래 가장 낮은 수준을 보이게 되었다. 1993년 제 14대 정권 출범 후 정부는 침체된 경기를 회복시키기 위하여 다각적인 노력의 일환으로 단기처방으로는 ‘신경제 100일 계획’, 장기정책으로 ‘신경제 5개년 계획(1993~1997)’을 통한 경기회복 및 제도개혁을 추진하게 되었다. 특히 제조업의 성장을 촉진하기 위한 정책들이 대거 포함되었는데, 그중 산업디자인 분야를 포함해 국가적인 디자인 수준을 높이기 위한 본격적인 정책들이 마련되었다.

산업자원부(당시 상공부)는 산업디자인 및 포장의 연구개발을 촉진하고 이의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력을 강화하고 무역증대와 국민경제발전에 이바지함을 목적으로 기존의 ‘디자인·포장 진흥법’(1977. 12. 31 제정공포)을 1991년 1월 14일 ‘산업디자인·포장 진흥법’으로 전면 개정 공포했다. 그리고 이 법 제3조의 규정에 의하여 1992년 12월 산업디자인·포장심의위원회의 심의를 거쳐 ‘산업디자인 발전 5개년 계획’을 수립하고 1994년부터 기업에 대한 산업디자인 개발지원을 본격화하기 시작했다.

### ●변천과정 및 지원체계

정부의 ‘신경제 5개년 계획’에 언급된 산업디자인 분야의 진흥 의지에 맞춰 ‘산업디자인 발전 5개년 계획’(1993~1997)이 수립되고 낙후되어 있는 기업의 산업디자인 수준을 단기간에 획기적으로 끌어올리기 위하여 1994년부터 본격적인 ‘산업디자인개발지원사업(현 디자인혁신상품개발사업)’이 시행되었다. 1993년까지 자체 디자인 개발 능력이 없는 영세한 중소기업들은 대상으로 산업디자인 개발 지원사업의 전신이 된 ‘기술지도 사업’이 실시되었으나 체계적인 지원은 미흡했다. 디자인 분야의 경우 1,305개 업체가 디자인과 포장 개선을 위

한 기술지도 사업의 지원을 받았다.

그러다 1990년대 들어서면서부터 우리나라 제조업체의 경쟁력이 약화되고 수출부진을 면치 못함에 따라 산업발전법 제24조에 의거 산업기반 기술개발자금(당시 공업기반 기술 개발자금)으로 이들 기업에 대한 지원을 강화하게 되었다. 사업 초기 연도인 1994년부터 1996년까지는 지원 단계를 4단계로 나누어 시행했으나 많은 단계를 거침에 따른 시간 낭비와 불필요한 인력의 사용, 행정절차가 까다로운 점을 고려하여 1997년부터 지도단계를 폐지하였으며 1999년부터는 진단단계를 개발단계에 포함시켜 업체에 대한 지원효과를 높이게 되었다.

1997년 IMF 구제금융 위기에 봉착하면서 수출을 주도하고 무역수지 개선에 중요한 역할을 하는 중소기업에 대한 정부의 지원이 더욱 강화되었다. 산업디자인 개발 지원사업 시행 후 디자인 지원을 받은 업체의 성공화가 가시화되면서 정부에서도 디자인의 중요성을 새롭게 인식하게 되었으며, 이러한 결과로 사업비도 1994년 30억 원에서 1999년 106억 원으로 대폭 증가했다.

디자인 개발에 드는 비용은 1996년까지 개발비의 50% 범위 내에서 제품디자인은 최고 3백만 원, 시각·포장디자인은 1백50만 원까지 지원해 주던 것에서 1997년부터 제품디자인은 최고 5백만 원, 시각·포장디자인은 3백만 원, 1998년엔 제품디자인은 최고 1천만 원, 시각·포장디자인은 5백만 원으로 증액해 디자인 개발에 대한 수요를 높여 주었다. 이어 1999년에는 총 개발비의 2/3 범위 내에서 최고한도 3천만 원까지, 2001년에 들어서는 3/4범위 내에서 최고 4천만원까지 확대 개편되었다. 그리고 지원비 증액으로 디자인개발 의욕을 불어넣는 대신, 개발 결과가 성공으로 평가된 업체에 한하여 지원금의 30%를 기술료로 징수함으로써 더 많은 중소기업이 디자인 개발지원을 받을 수 있도록 하였다.

디자인혁신상품개발사업은 94년부터 2001년까지 총 500억원이 지원되었으며 2만개가 넘는 기업이 지원을 받았으며, 이를 통해 상품화에 성공한 업체 중 성공사례로 기록되어 스타 기업으로 부각된 업체가 속속 생겨났다.

## (2)중소기업 산업디자인개발 신상품전



1995년부터 1999년까지 계속된 ‘중소기업 산업디자인 개발 신상품전’은 디자인지원을 받은 상품의 홍보 및 판촉에 도움을 주고자 개최하게 되었다. 지원받은 중소기업 신상품의 홍보 및 판촉은 물론 기업의 디자인에 대한 개발투자 마인드 고취 및 동종 업계의 자생적 디자인 개발을 유도하여 상품경쟁력 강화와 고부가가치의 제고를 꾀하고, 디자인이 개선된 상품은 매출신장을 도와주고 창조적인 신상품은 판로를 개척해 줌으로써 디자인 경영의 성과를 높이는 것이 이 신상품전 개최의 목적이었다. 또 전시물은 건강·레저용품, 식품, 완구·교육용품, 문구·사무용품, 인테리어·가구·생활용품, 패션·잡화, 산업기계, 문화용품, 가전용품, 기타 산업디자인 개발 관련 상품 등이 해당 제품들이었다.

산업디자인 개발 신상품전을 통해 소개된 상품 중 일례로 컴텔의 넷(Net) 세대를 겨냥한 컴퓨터 마우스 기능과 전화기 기능을 겸비한 ‘마우스폰’은 1년 5개월간의 상품개발 끝에 1999년 2월 시장에 출시해 8개월 만에 10억 원의 매출성적을 기록했으며, 연말까지 48억 원

(내수 19억 원, 수출 242만\$)의 매출실적을 보여 기업 경영에 활력을 불어넣은 사례로 손꼽힌다. 또한 MP3 플레이어를 생산하는 디지털웨이의 ‘엠피오’는 기술력은 물론 타사 제품과 차별화된 디자인으로 1999년 5월 상품을 판매, 2개월 만에 150만 불, 연말까지 311억 원(수출 2,592만\$, 전량수출)의 매출실적을 보였다.

이러한 성공사례들이 보여주듯 90년대 중반 이후 각종 여론조사에서 구매선택 요인 중 디자인이 차지하는 비중은 높아지고 있는 가운데, 기업마다 디자인 경영에 대한 관심과 디자인 개발에 대한 투자를 늘려나가고 있는 실정이다.

### (3)디자인 성공기업, BEST 10 선정

1997년 IMF위기에 봉착한 당시 경제상황을 극복하고 불황에서 허덕이는 우리 중소기업의 사기를 진작시킨다는 취지로 디자인 개발 지원사업으로 상품화에 성공한 기업들을 대상으로 Best 10을 선정하였다. 정부에서는 국가의 경쟁력을 높이기 위한 장기적인 전략으로 ‘지식 기반 산업’을 주요과제로 선정했는데 그 안에 디자인이 포함되어 디자인의 비중이 높아지게 된 것을 반영하고 있다.

Best 10 선정을 통해 디자인 개발에 대한 투자 마인드를 확산시키고 소비자에게도 디자인 상품에 대한 홍보를 강화함으로써 새로운 수요를 창출하게 되었다. 97년 당시 디자인 Best10으로 선정된 업체의 경우 평균 매출액은 개선 전에 비해 약 122% 증가하는 것으로 조사됐으며, 그중 단일 품목에 대한 매출액은 평균 295% 증가한 것으로 나타나 디자인 개발의 중요성을 단적으로 증명해 주고 있다. 연도별 Best 10 선정업체는 다음과 같다.

#### <1997년>

팬타존(유아용 멜로디 변기)/은성디벨롭먼트(눈썹 성형기)/닥터리(심전계)/에센시아(칫솔 살균기)서연아트(은수저세트)/대웅전기산업(전기압력밥솥)/삼보(전기 냉온수기)/에프씨산업(육실용품 세트)/삼은전자(실리콘칫솔)/가야산업(TV 장식장)

#### <1998년>

YTC 텔레콤(마이크폰)/현우맥플러스(컬러 TV)/이레전자산업(회의용 전화기)/에이컴(조정밀 미량 저울)/옵니시스템(원격 김집용 전자식 전력량계)/씨티아이(12인치 CCTV 모니터)/에이스전자(무선 진공청소기)/신성계기애드(차량용 다목적 온도계)/고려알파라인(진공용기 에어포트)/정특수정밀기업(탱크광 다용도공구)

#### <1999년>

컴텔(마우스폰)/(주)디지털웨이(MP3 플레이어)/유일실업(지폐결속기)/에이텍산업(알루미늄후레쉬)/동아연필(주)(젤리또볼펜)/뉴본산업(분유케이스)/(주)에이텍시스템(LCD PC)/가야리빙산업(주)(샤워기세트)/(주)알에프테크(수출용 문자 PAGER)/(주)뉴큐시스템(컴퓨터 오디오)

#### <2000년>

(주)두솔시스템(듀오프리즘)/(주)미래에이브이(카오디오)/(주)부방테크론(전기압력 보온밥솥)/시파미디어(주)(디지털보이스맵)/(주)아이리버(MP3 CD플레이어)/에센시아(주)(칫솔살균기)/(주)에이맥정보통신(MP3플레이어)/(주)자코휘트니스(전동 런닝머신)/(주)현우맥플러스(현우TV)/(주)휴노테크놀로지(아이핑거4000)

#### (4) 민간 디자인 연구활동 지원(산업디자인 기반기술 개발지원사업)

MIDAS 프로젝트와 함께 1997년에는 산업디자인 분야의 기초 응용 연구를 활성화하고, 산업디자인 기초기반을 구축하기 위한 산업디자인 기반기술 개발 지원사업이 본격적으로 추진되었다. 정부가 당해연도 개발사업비의 2/3까지 주관기관에 지원해주고 디자인 산업 전반의 활성화를 위한 사업으로 산업디자인의 개발촉진을 위하여 민간에서 자체적으로 수행하기 힘든 디자인 관련 기초·응용연구를 개발 보급해 디자인 정보 인프라를 구축하고, 디자인산업 기반 구축 및 독창적인 디자인 연구개발 촉진을 통한 신 부가가치 상품개발 등 국가경쟁력을 강화시켜 나가는 것을 목적으로 한다.

1997년도 1차년도에는 15개의 프로젝트를 선정해 사업을 실시했으며 이후 1998년에도 15개의 과제를 선정해 산업디자인 기반기술 축적에 큰 역할을 수행했다. 즉 산업디자인 분야의 기초 및 응용 연구를 활성화시키기 위하여 1997년 처음 시행한 산업디자인 기반기술 개발사업의 지원대상이 15개로 확정되었다. 4월 7일 이 사업의 시행계획이 공고된 후 지원을 신청한 기관은 산업디자인 전문회사, 대학 국·공립 연구기관과 관련 민간단체 등 모두 48곳이었다. 기관들이 신청한 과제들은 기술기반사업 평가위원회의 엄정한 검토와 평가과정을 거쳐 한국텍스타일디자인협회의 '데이터베이스에 의한 직물디자인 트렌드 분석 및 예측 시스템' 등 17개의 과제가 최종 선정되었다. 1998년에는 15건, 1999년에는 14건이 선정되어 연구가 진행되었다.

1997년부터 2000년 이후까지를 3단계로 나누어 전략적으로 사업을 추진해 나간다는 방침을 세우고 우선 1단계로 1998년까지 산업디자인 발전좌표 설정을 위한 기초연구 업무에 중점을 두기로 했다. 그 후 2000년까지 2단계 사업으로 일류상품 개발을 위한 기초연구와 개발에 역점을 둔 기초 및 응용연구 분야를 강화해 나가고 2000년 이후에는 우리나라 전통문화를 가미한 독창적인 신 모델을 개발하는 응용연구에 집중 투자한다는 전략을 세웠다.

산업디자인 기반기술 개발사업은 그동안 미진했던 국내 산업디자인 기초연구와 응용연구를 활성화하거나 산업계, 학계, 연구소 등에서 기초정보를 신속하게 활용해 적용기술을 개발할 수 있도록 유도함으로써 궁극적으로는 우리나라 산업디자인의 국제경쟁력을 높이는 데 큰 힘이 되었다.

### 4) 디자인 인프라 구축 및 정보화 추진

#### (1) 각종 조사연구 사업 실시

KIDP는 설립이래 모든 디자인 정보 및 인프라 축적을 위해 국내외 디자인·포장 관련 각종 조사사업을 1972년부터 본격적으로 전개했다. 이와 같이 광범위한 조사 활동의 실시를 통해 만들어진 자료를 분석, 가공해 정부, 유관기관 및 단체, 기업체, 학계, 관련 연구원 등에 배포하여 연구개발과 정책수립의 기초자료로 활용케 함은 물론, 이를 토대로 향후 추진방향을 제시하였다.

조사방향은 크게 나누어 1970년대는 당시 국내 실정을 감안, 주로 디자인 분야의 활성화를 위한 기초실태 조사에 주력했으며, 1980년대는 시대적 조류에 부응해 해외시장 동향, 최신

기술 및 정보, 소비자 기호도 등 실제 기업체에 필요한 정보수집을 위하여 조사활동을 벌여왔다. 이와 함께 1990년대 중반인 1996년까지는 국내외 업체, 전문회사, 학교 등 전문인력 수급현황 조사가 주류를 이루었다.

이 조사사업은 1997년 변혁기를 맞게 되었고 디자인 정보의 기초기반을 구축, 정부 산·학·연의 유기적 협력을 통한 디자인 개발을 추진할 수 있는 토대를 마련함으로써 디자인산업 발전은 물론, 국가경쟁력을 강화시켜 나갈 수 있도록 중장기 전략을 수립해 체계적인 조사사업무를 수행하게 되었다.

중점추진 목표로는 ▶2천년대를 향한 산업디자인 기술자립과, 산업디자인 선진국 진입을 위한 기초기반 구축 ▶고품질, 고부가가치의 한국 고유상품 및 이미지 개발의 기초자료 제공 ▶산업디자인 기술향상을 통한 비가격 경쟁에서의 우위 확보 전략정보 구축 ▶디자인 관련 분야의 연구개발 활성화 촉진 ▶한국 제품의 차별적 디자인 방향 제시 및 기초정보 활용을 위한 DB 구축을 들 수 있으며 이러한 목표 아래 1997년부터 추진한 주요 조사연구 테마는 다음과 같다.

첫째, 디자인 센서스 조사연구는 산업자원부 ‘공업기반 기술개발 사업’ 중 연구기획 사업으로서 취약한 산업디자인의 분야별 기초정보를 조사 분석해 종합 DB를 구축, 산업계·학계·연구소 등에 신속한 기초정보를 제공하고, 발전적인 디자인 정책을 수립하기 위한 사업이다. 그 주요 테마는 디자인 관련 수요 인력 및 실태 조사(기업체, 전문회사, 교육기관), 한국 상품의 디자인 경쟁력 현황 조사, 디자인 관련 상품 수출입 실태 조사, 한국 상품의 디자인 선호요인 조사, 국내외 디자인 관련 기반 조사(국내외 디자인 관련 기관 및 단체현황, 기반시설, 저작물 현황 등)이다.

둘째, 멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 전문인력 수요 조사 및 디자인 개발 실태 조사로 과거 음성, 텍스트, 화상, 데이터 영상 등 별개의 형태로 존재하던 ‘정보’ 들이 최근 정보 통신 기술의 발달과 전자화, 디지털화, 인터넷과 웹진의 발달 등으로 한 가지 정보형태로 서비스 되도록 추진하여 콘텐츠 산업시대의 도래에 부응한다. 이것은 인터넷의 급속한 발전과 더불어 멀티미디어 콘텐츠 산업은 향후 세계시장을 지배하게 될 첨단 고부가가치 산업으로 인정되면서 디지털 전문인력 양성 및 수급이 원활하게 이루어지도록 하는데 기초자료로 활용하기 위해서다.

셋째, 우수산업디자인 상품전 실태 조사는 Good Design 실태 및 인지도를 조사하고, GD마크 제도 활성화 방안을 마련해 산업디자인 정책수립의 기초자료로 활용하는데 목적이 있다.

넷째, 디자인산업 정책 전문가의 디자인 의식조사는 디자인산업 정책 수립과 관련한 각계 전문가의 디자인 의식을 조사함으로써 보다 효율적인 정책수립을 결정하는 데 참고자료로 활용하고, 관련 집단에 대한 디자인 의식을 비교, 그 차이를 파악함으로써 정책 집행의 효율성을 높이고 디자인 전문매체, 일반 대중매체, 디자인 정보센터를 통한 설문결과를 지속적으로 홍보함으로써 관련 집단의 의식을 제고하는 데 목적이 있다.

주요 결과물로는 ▶디자인센서스 ① 디자인 관련 교육기관 인력현황 및 실태 조사 ② 디자인 전문회사 인력현황 및 실태 조사 ③ 기업체 디자인 분야 인력현황 및 실태 조사 ④ 한국 상품의 디자인 경쟁력 현황 조사 ⑤ 디자인 관련 상품 수출입 실태 조사 ⑥ 한국 상품의 디자인 선호요인 조사 ⑦ 국내외 디자인 관련 기반 조사 ▶산업디자인 실태 조사 ① GD 인지도 및 실태 현황 ② 멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 개발 실태 조사 ▶전문인력 수요 조사 ① 멀티미디어 콘텐츠산업의 디자인 전문인력 수요 조사 등이 있다.

## (2)디자인 정보화 사업 ‘마이다스 프로젝트’

KIDP는 ‘한국산업디자인진흥원’으로 명칭이 바뀌면서 가장 먼저 산업디자인 정보화 프로젝트(MIDAS) 5개년 계획에 착수했다. 디자인에 관한 모든 정보를 한 곳에 모으는 방대한 작업이 시작된 것이다. 산업디자인 관련 정보를 수집, 가공 분석한 후 통신망을 통해 기업체와 디자이너 등, 정보 수요자에게 제공함으로써 디자인 신상품의 개발을 촉진하고, 해외 디자인 마케팅을 간접 지원해 수출경쟁력을 제고시키는 산업디자인 정보시스템 구축이 추진 목적이다.

디자인 정보화 추진은 1987년으로 거슬러 올라갈 수 있다. 당시 ‘정보는 체계화된 자료로서, 물질, 에너지에 이은 제3의 자원’이라는 인식이 확산되면서 모든 산업분야에 걸쳐 정보 축적이 관심사로 대두되던 시기이다. 따라서 디자인 정보화 사업의 추진단계에 있어 디지털 정보로 운영되는 인터넷 환경에서의 컴퓨터와 통신기술 뿐만 아니라 지식기반 산업으로의 정보형태 및 구조와 운영방법 등을 고려해 분석적이고 체계적으로 재구성해야 할 필요가 있었다. 이러한 필요성에 따라 1997년 우리나라 디자인 분야의 인터넷 정보창구 역할을 담당하게 될 산업디자인정보화(MIDAS : Multimedia Industrial Design Aid System) 프로젝트를 추진하는데 이른 것이다.

마이다스 프로젝트의 궁극적인 목적은 디자이너들이 디지털 환경과 인터넷 기술 기반에서 여러 가지 형태로 적용할 수 있는 기술정보를 디자인 정보 서비스로 개발, 공급하는 것이고, 이차적으로는 산업디자인에 관심 있는 모든 사람들에게 산업디자인과 관련된 일반적인 정보에서부터 디자인 개발에 필요한 전문 정보에 이르기까지 모든 정보를 제공해 디자인에 대한 인식 및 위상을 높이는 데 있다. KIDP는 5년간의 마이다스 프로젝트를 통해 디자인 분야의 정보화를 앞당기고 [www. designdb.com](http://www.designdb.com)을 개통하여 포털 사이트로서의 역량을 쌓아가고 있다.

### ●MIDAS 프로젝트 5개년 계획

- ① 1차년도(1997년) : 기본 시스템 구축
- ② 2차년도(1998년) : 디자인 정보기반 확대
- ③ 3차년도(1999년) : 디자인 정보화 정착 및 정보화 DB 지원체제 확립
- ④ 4차년도(2000년) : 디자인 정보센터 운영
- ⑤ 5차년도(2001년) : 글로벌 디자인 네트워크 완성

1997년 시범 서비스가 시작된 이래, 120만 건이 넘는 많은 이미지 자료를 확보해 인터넷 이용자의 수요에 부응하고 있다. 1998년 3월 일일 200회 접속에 불과하던 것이 1999년 일일 140,000건, 월 4,200,000건의 접속량을 기록하게 되어 우리나라 디자인 정보의 보고, 대표적인 상호교류의 장으로 거듭나게 되었다.

## 5) 디자인 교육과 인재 육성

1962년도에 제1차 경제개발 5개년 계획을 수립하면서부터 경제 성장의 기틀이 조성되었고, 제2차 5개년 계획에 접어들어 2차 산업구조의 활성화와 함께 수출 위주의 상품 개발이 구체화되면서 디자인과 포장 산업의 중요성이 널리 인식되기 시작했다. 이에 따라 KIDP는, 당시 불모지나 다름없었던 국내 디자인·포장 산업 발전을 위하여 연구사업과 각종 진흥사업을 수행하면서, 특히 그 기반이 되는 전문가 양성을 위한 교육연수사업에 정책적 배려를 해왔다.

1971년 디자인 세미나가 시작되면서 디자인 분야의 교육 연수 사업이 본격적으로 시작되었는데 1972년 대학 디자인 관련 전공학생에 대한 실기교육을 시작으로 기업에서 필요로 하는 실무형 디자이너 배출에 기여하게 되었다. 1987년부터는 디자인 작업에 컴퓨터의 응용이 확대되면서 컴퓨터를 통한 최신 기법을 실무에 적용시키기 위한 컴퓨터 디자인 교육이 본격화되었다. 1997년 9월 30일에는 고용보험법에 의한 노동부 교육훈련기관, 1999년 9월 16일에는 정보통신부 정보통신 교육훈련기관으로 지정되었고 KIDP 설립 이전부터 실시해 오던 ‘포장관리사’ 교육을 확대 개편하여 국내 유일의 포장공학 전문 기술교육으로 육성·발전시켜 1998년까지 32기까지 이어졌다. 1992년도부터는 교육생의 편의를 도모하고 교육 대상을 전국으로 확대하기 위하여 포장관리사 통신교육을 병행해 실시했다. 이후 기존의 포장관리사 교육은 1998년 말부터 포장관리사 통신교육으로 흡수되어 현재에 이르고 있다.

제품디자인 교육, 시각디자인 교육, 포장관리사(통신)교육, 산업디자인 전공학생 실기교육, 컴퓨터 응용디자인 교육 등의 고정 장기 교육을 위시해 아트패키지, 디자인컨설턴트전문가 교육 등 시대의 조류에 맞는 테마에 대한 단기교육과 세미나 등 각종 장·단기 교육을 통해 실무자는 물론 경영자를 대상으로 전문기술 및 지식을 교육시켜 왔다.



### (1) 제품·시각·멀티미디어 디자인 교육

KIDP의 교육사업 시작은 1972년 시작된 디자인 전공학생 실기교육으로 거슬러 올라갈 수 있다. 전국의 대학(교) 디자인 전공 학생들을 대상으로 현장감과 실무능력을 배양할 수 있는 교육을 진행함으로써 기업이 별도의 재교육 과정 없이 실무에 투입할 수 있는 전문 디자이너를 양성하는데 그 목적이 있었다. 1999년까지 42회에 걸쳐 767명에 대하여 교육을 진행했는데, 실무 위주의 실습교육과 팀 별 프로젝트를 진행함으로써 기업에는 참신한 아이디어와 디자인을, 학생에게는 현장경험을 익힐 수 있는 기회를 제공하였다.

제품디자인 교육과 시각디자인 교육은 각기 1982년과 1985년부터 시작되었다. 기업체 실무 디자이너를 대상으로 제품 및 시각디자인 전반에 대한 이론, 실무, 기법, 마케팅, 정보 등의 보수 교육을 통해 실무와 연계된 디자이너를 양성해 기업의 디자인 수준 향상을 위해 애썼다.

1990년대 중반에 들면서 최고 경영자에 대한 디자인 마인드 제고와 일선 학교에서의 조기교육, 공무원 등 비 디자이너에 대한 디자인 교육의 필요성이 대두되었는데, 이러한 수요에 부응하고 디자인의 중요성을 전파하기 위하여 산업디자인 정규과정뿐만 아니라 지자체 공무원 디자인 교육, 초·중·고생 디자인 캠프, 전공학생 실기교육, 디자인 관리자 교육, 미술교사 연수 등 다양한 계층으로 그 범위를 확대해 나갔다. 1999년까지 제품 및 시각디자인 분야에서 약 5,000명의 교육생을 배출하였다. 1997년부터는 제품, 시각, 인테리어 등 토털 디자인 교육을 위한 정규과정을 신설해 프로그램을 진행하였는데, 1년 과정과 6개월 과정으로 나누어 진행하였다.

1980년대 후반 들면서부터 디자인 작업에 컴퓨터 이용이 늘어나고 디자이너에게 컴퓨터 응용 능력이 필수요건으로 자리 잡게 되었다. 방학기간을 이용해 디자인 작업에 필요한 프로그램 운용과 각종 실무능력을 배양시키기 위한 교육 프로그램을 운영했는데, 1990년대에 접어들면서부터 수요가 급증해 평일 교육으로 확대 실시하게 되었다.

CAD, MAC, 3D 모델링 교육을 비롯하여 애니메이션, 멀티미디어, 멀티미디어 콘텐츠 개발, 웹, 전자편집, 캐릭터 디자인 등 교육과정도 디자인 수요에 맞춰 점차 세분화하고 있다. 1999년까지 379회에 걸쳐 4,934명을 교육했다.

## (2)포장관리사 및 포장기술 교육

국내 포장재 생산업체 및 사용업체, 관련 단체, 기타 포장 관련 업무 종사자들을 대상으로 포장 재료, 포장 기법, 품질 관리, 포장 디자인, 물적 유통, 포장 시험 등 포장 전반에 대한 이론 및 실무 교육을 통해 포장 전문가를 양성하고 국내 포장 기술의 향상과 포장 산업 발전에 기여하고자 1968년도에 창설, 1999년 현재 제32기까지 총 1,420명이 배출되어 전국 각 기업체 및 관련 단체에서 활동하고 있다. 1992년부터는 지역적인 또는 시간적인 한계 때문에 교육을 받지 못하는 교육생 등 더 많은 수요자에게 교육혜택을 주기 위하여 포장관리사 통신교육을 병행하기도 하였다.

포장산업 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 골판지 포장 및 합성수지 포장분야에 대하여 보다 심도 있고 집중적인 포장기술 교육을 실시하여 포장재 생산업체의 생산성 향상은 물론, 포장재 생산업체로 하여금 과학적인 포장설계로 기업체의 원가절감에 기여케 하고자 1971년부터 실시해 큰 효과를 얻고 있다. 이밖에도 시대 조류에 맞춰 환경과 포장교육, 연포장재 교육, 물류합리화를 위한 포장 표준화교육, 신골판지 포장교육 등 과정을 세분화하여 기업이 필요로 하는 실수요에 맞추어 포장 전문 인력을 배출하고 있다.

포장산업이 활발하지 못하고 기초 단계에 불과했던 70년대 초, 센터는 UNDP 수원(受援) 사업을 유치해 각종 포장 시험기를 도입, 포장을 과학적인 데이터에 의해서 설계하는 기반을 구축했다. 또한 UNDP 사업의 일환으로 내한하는 전문가를 활용하거나, 기타 해외 유관 단체 포장 전문가를 초청해 주로 기초적인 포장이론에서부터 선진국의 최신 기술 정보에 이르기까지 각종 포장기술 세미나를 개최, 포장의 중요성을 널리 인식시켜 국내 포장산업의 활성화를 기했으며, 포장 동향에 대한 정보교류의 매체가 됨으로써 국내 포장 산업이 선진국 수준에 이르게 되는 데 간접적인 기여를 하고 있다.

### (3)산업디자인 해외 연수프로그램

70년대 초반에는 해외 연수 예산의 빈곤으로 주로 UNDP·콜롬보 등 해외 기금의 지원을 받았으나 80년대에 들어서면서부터 KIDP 자체 예산으로 석사과정의 장기연수를 위시해 단기 연수를 실시했다. 즉 인재양성을 위하여 1978년부터 80년대까지 미국 시라큐스 대학에 유학생을 파견했으며 그 이후로는 미국과 일본을 비롯해 유럽 여러 나라에 단기 연수생들을 파견했다.

이에 연장된 사업으로 추진된 것이 1994년도부터 시작된 ‘산업디자인 해외 연수 프로그램’이다. 국내 산업디자인 및 포장 전문인력의 재교육을 위해 관련 분야 전문 교육기관이나 회사에서 3개월간 실무를 겸비한 교육을 받게 함으로써 전문을 넓히고 세계 시장을 겨냥한 한국의 디자인 산업에 견인차 역할을 담당하게 할 목적으로 시작되었다.

94년과 95년에 모두 39명이 KIDP 지원으로 해외의 유명 학교 및 디자인 전문회사에서 3개월간의 연수와 한달 여의 관련기관을 시찰하였다. 96년에는 100여명, 97년도에도 약 120명의 산업디자인 및 포장전문가를 선발하여 해외 전문기관과 기업체에 파견하였다. 연수기간도 처음에는 3개월에 그쳤으나 이후 6개월까지 늘어났다. 연수자에게는 월 1,200달러 3개월 이후에는 월 900달러가 지원되었다.

### (4)디자인 영재 조기발굴을 위한 ‘한국청소년디자인전람회’

한국청소년디자인전람회는 미래 산업의 주역이 될 학생들에게 산업디자인의 역할을 이해시키고 산업디자인에 재능 있는 학생들을 조기에 발굴 육성해 향후 국내 디자인 분야의 발전을 위한 기틀을 마련하기 위한 목적으로 개최되었다. 1993년도부터 계획을 수립해 1994년도에 제1회 전국 중·고등학생산업디자인전람회가 시작되었다. 그 배경과 성과를 살펴보면 다음과 같다.



제1회 초중고전(94년)



#### ●개최 배경 및 경과

기존의 공모전이나 전시회와는 대상 자체가 많이 틀리기 때문에 기획과정에서부터 많은 어려움이 뒤따랐다. 당시만 해도 단순한 포스터 분야만 출품될 것으로 예상하여 사업의 타당성이 없다는 의견이 지배적이었다. 본 전람회에 대한 가능성을 설문조사한 결과 일선 학교

의 관련 교사들조차 산업디자인에 대하여 막연히만 알고 있을 뿐 전혀 개념정립이 되어있지 않았다. 특히 초·중등 교사들은 그 정도가 더욱 심했으며 입시 위주의 교육제도 등으로 행사의 성공여부에 대해 아주 회의적인 반응을 보였다.

그러나 이 행사의 성공적 개최 여부가 미래 국내 산업디자인 발전을 위하여 아주 중요한 몫을 차지할 것이라는 확신을 가지고 행사를 강행키로 결정, 대학교수·교사·기타 교육관계자 등으로 운영위원회를 구성해 사업에 대한 기본계획을 수립했다. 운영위원회를 개최하면 서부터 일선학교 교사들이 초·중학교 교과과정의 만들기·꾸미기·포스터 그리기가 산업디자인의 일부임을 인식하자 사업 성공에 대한 희망과 적극적인 자세를 표명했다.

운영위원회가 사업계획을 수립했으나 이의 시행에는 또 다른 많은 어려움이 산재해 있었다. 가장 어려웠던 문제는 교육부를 설득하는 일이었다. 이 행사를 성황리에 개최하는 데는 교육부의 도움이 가장 절실히 요구되었기 때문이었다. 여러 가지 어려움을 극복하고 끈질긴 교섭 끝에 교육부의 후원 약속을 얻어내고 교육부장관상도 수여할 수 있게 되었다.

그러나 막상 교육부의 후원은 얻었지만 행사를 홍보하고 일선학교 학생들을 이해시키는 것도 큰 문제였다. 이 문제를 해결하기 위하여 국내 유력 언론사인 <조선일보> <소년조선> <중학생 조선일보>와 공동 주최를 모색했다.

서울 소재 학교는 KIDP의 간부가 직접 방문해 사업에 대하여 설명하고 참여를 요청했으며 일선학교를 대상으로 산업디자인 인재의 조기 발굴·육성을 위한 사업의 필요성을 역설했다. 지방의 경우는 심사의 공정성 도모와 홍보 차원에서 각 시·도 교육청에 심사위원 추천을 의뢰, 조기에 위촉함으로써 부차적으로 각 지역 산업디자인 관련 교수와 함께 학교를 순방하며 사업설명에 전력을 다했다.

## ●성과와 전망

1994년 6월 1일부터 12일까지 열렸던 제1회 전국 중·고등학생산업디자인전람회는 동양에서 최초로 개최된 것으로 총 1,157점이 출품되었으며 엄정한 심사를 거쳐 입선 이상의 419점을 전시했다. 출품물의 수준은 예상보다 다양하고 참신한 아이디어들이 많이 출품되어 기획과정에서 있었던 반대와 우려를 일축하고 기대 이상의 성과를 거두었다. 금상 이상 수상자 및 지도교사에게는 여름방학 기간 중 산업디자인 경쟁국인 싱가포르·대만의 산업디자인 관련기관 등을 견학시켜 안목을 높여줌과 동시에 긍지와 꿈을 심어주기도 했다.

중·고등학생 산업디자인전람회에 이어 1994년 9월 8일부터 17일까지 치러진 제1회 전국 초등학생 산업디자인전람회는 전국 6천여개 학교를 대상으로 지속적인 홍보활동을 펼친 결과 중·고등학생 산업디자인전람회 때보다 약 3배에 달하는 3,221점이 출품되었다. 각 시·도 교육청이 추천한 교사·산업디자인 관련 교수 등으로 구성된 심사위원회는 다량의 출품에 따른 다수의 낙선을 방지하기 위하여 준입선 제도를 도입해 시상을 확대하고, 엄정한 심사를 통해 준입선 이상 792점을 선정했다.

첫 해의 전람회에는 총 74,535명이 관람해 큰 관심과 호응을 얻었다. 제2회부터는 질적 수준 향상과 내실화를 위하여 초등학생 산업디자인전람회와 중·고등학생 산업디자인전람회를 여름방학 후인 9월에 동시 개최했다.

1회 때의 경험을 토대로 19차에 걸친 언론보도를 비롯해 11,000여 초·중·고등학교를 대상으로 직접적인 홍보활동을 편 결과 초등학교 2,719점, 중·고등학교 2,738점 등 총 5,457점이 출품되었을 뿐만 아니라 1회 때 가장 저조했던 중학생들의 출품이 9배로 증가했고, 출품물의 수준 또한 1회에 비해 현저히 높아졌다. 산업디자인에 대한 개념도 잡혀가고 있는 것으

로 나타났다.

90년대 중반 이후 사회 각 분야에서 빠르게 진행되는 정보화의 영향으로 컴퓨터의 사용이 증가했으며, 이러한 영향은 초중고전 출품작에도 많은 영향을 미쳤다. 전 분야에 걸쳐 컴퓨터그래픽의 활용이 높고 제작기법 및 기술도 많이 향상되었다.

그러나 한편으로, 작품제작에 학부모나 교사의 지도와 간섭이 지나쳐 자칫 청소년의 창의력 개발을 위한 원래 취지를 퇴색시킬 수도 있다는 문제점이 드러났다. 또한 일선 학교에서는 우리나라 인재양성의 교육 분야로 ‘디자인’을 정식 과목으로 채택해야 하는 장기적인 정책 개발이 필요하다는 의견이 대두되었다.

### (5)국제 디자인 전문가 육성하는 ‘국제산업디자인대학원(IDAS)’

1990년대 중반 국립교육평가원이 발행한 ‘교육통계연보’에 의하면 지난 수년간 대학의 산업디자인 관련 배출인력이 급격히 증가해 1994년도에는 3만여 명에 달한 것에 반해 산업디자인 관련 학과의 80%가 미술대학 소속으로 되어 있어 독자적인 영역을 확보하지 못하고 있는 것으로 조사됐다.

현장감각을 배양하기 위한 산업디자인 실습실도 단일 제품디자인 실습실로 구성되어 있기 때문에 전문적·실제적인 교육이 미흡해 대졸 산업디자이너가 기업체에 취업한 후 짧게는 6개월부터 길게는 3년까지 재교육과정을 거쳐 현장에 투입되는 등 비효율적인 교육체계를 벗어나지 못하고 있는 실정이었다. 반면에 독일, 영국을 비롯한 유럽 디자인 선진국의 경우 전통적으로 산업디자이너가 고유영역을 확보하고, 예산의 전액을 정부로부터 지원받아 특수 산업디자인대학(원)을 운영하고 있다. 이 대학(원)들은 산·학 연계에 의한 철저한 실무 위주의 교육을 지향, 국가별로 연간 약 5천여 명(우리나라의 1/6 수준)의 우수한 전문 인력을 배출해 산업디자인 선진국으로서의 위치를 지키는데 이바지하고 있다.

일반 디자인 대학에서 이루어지는 디자인 교육이 현장 실무 교육과는 약간의 괴리가 있는 현실을 감안하여 국제적인 디자인전문가 육성과 실무교육 위주의 디자인교육을 표방한 단설 대학원이 건립되었다. KIDP 부설로 시작된 국제산업디자인대학원(IDAS: International Design school for Advanced Studies)은 학부과정 없이 산업디자인 석사학위를 인정하는 대학원으로 2년여의 준비기간을 거쳐 1996년 9월 3일 개설되었다. 실무 중심의 엘리트 디자이너 배출의 산실로서 IDAS는 우리나라 최초의 단설 대학원 설립의 첫 테이프를 끊은 것이다. 초대 이사장에는 운영석 대우그룹 총괄회장이 선임되었으며 학장으로는 유호민 원장이 맡았다. 개원 당시 전공은 전기 및 전자디자인, 기계디자인, 가구디자인, 그리고 유리디자인, 스포츠화 디자인, 텍스타일디자인 중 2개 분야를 선택하게 했으며, 기존 대학원과는 달리 연간 3학기제로 운영되며 전임교원은 외국인 산업디자이너 및 교수로 강의는 모두 영어로 진행했다. 전공분야를 뒷받침할 공작기계운영, 인체공학, 재료공학, 심리학, 통계학, 컴퓨터그래픽,



CAD 등 산업디자이너에게 필수적인 24개 교과목을 설치해 주당 40시간의 수업 중 70%를 실습으로 운영했다. 개원하면서부터 독특한 교육방침과 세계를 향한 열린 교육으로 화제가 되었던 IDAS는 국내 디자인 교육계에 어느 정도 전환의 계기를 제공했다. 이론 중심 교육, 산업현장과 괴리된 커리큘럼 등으로 실무능력을 갖춘 디자이너 양성에 한계를 보여 왔던 기존 산업디자인 교육풍토에 적잖은 자극을 주었다.



- 1995. 04. 22 대학원 교사 기공
- 1995. 12. 20 대학원 교사 준공
- 1996. 01. 13 제1회 신입생 입학시험 실시(37명 선발)
- 1996. 03. 4 산업디자인 연수원으로 발족
- 1996. 06. 24 초대 유호민 학장 취임
- 1996. 09. 3 학교법인 국제산업디자인학원 설립 허가 및 국제산업디자인대학원 설립 인가(개교)
- 1996. 12. 28 제2회 신입생 선발 (46명)
- 1997. 02. 24 제2대 노장우 학장 취임
- 1997. 05. 26 학칙 변경 인가(교육부) : 2년 6학기제 -> 2년 4학기제
- 1997. 12. 23 제3회 신입생 선발(37명)
- 1998. 10. 20 학칙 변경(2년 4학기제 -> 3년 6학기제)
- 1998. 11. 19 제3대 박판제 학장 취임
- 1998. 12. 23 박판제 학장 초대 총장에 취임
- 1999. 03. 9 뉴밀레니엄과정(최고경영자과정) 개강
- 1999. 12 박사과정 운영
- 2000. 3. 11 디자인특성화 대학원으로 지정
- 2000. 11. 1 디자인혁신센터(DIC) 1호 개소
- 2001. 4. 연건동 부지 매각에 따라 흥익재단(흥익대학교)에서 운영권 인수
- 2001. 5. 9 국제디자인 대학원 대학교로 명칭변경
- 2001. 6. 20 국제디자인 트렌드 연구센터 구축사업
- 2001. 9. 14 New Vision 과정 1기 입학

## 6) 디자인 국제화 · 세계화 추진

KIDP는 오래전부터 산업디자인에 관한 정보를 교환하고 향후 전망에 대하여 토론함으로써 각국 간의 공동발전을 도모함과 동시에 상호협력증진을 모색하고 유대를 강화하기 위하여 세계산업디자인단체협의회(ICSID; International Council of Societies of Industrial Design), ICSID 아시아회원국회의(ICSID AMCOM; Asian Member Countries Meeting), 세계그래픽디자인협의회(ICOGRADA; International Council of Graphic Design Association)와 활발한 교류를 해왔다.

1963년에 설립된 ICOGRADA는 1972년에 가입했으며, 산업디자인의 진흥을 목적으로 1957년에 설립된 ICSID에는 1973년에 가입했다. 또한 아시아 지역의 산업디자인 발전을 도모하기 위하여 1979년에 설립된 ICSID AMCOM에는 설립국으로 참가해 주도적인 역할을 담당

하여 왔다. 여기에 그치지 않고 신장된 우리의 국제적 역량을 바탕으로 ICSID와 ICOGRADA 양 대회를 개최하기 위한 노력을 경주했다.

## (1) 세계산업디자인대회 한국 유치



대회유치 직후 환호하는 장면 ('97)

90년대 들면서 사회 각 분야에서 국제화·세계화에 대한 관심이 커지자 디자인 분야도 국제사회에서 교류활동을 강화하게 되었다. 1995년 아시아인으로는 세 번째, 한국인으로는 처음으로 한국과학기술원 정경원 교수가 ICSID 이사로 피선되면서 한국의 국제적 위상도 높아지게 되었다. 이로써 한국은 ICSID의 이사국이 되어 세계 디자인 진흥의 주도국으로 부상하게 되었다.

이를 전후해 1992년 산업디자인 발전 5개년 계획 중 포함된 한국의 디자인 수준을 세계적으로 높이는 결정적 계기가 될 ICSID 대회의 한국 유치 추진이 본격화되었다. 일본은 1973년과 1989년, 대만은 1995년 대회를 개최한 바 있다.

1993년 영국 글래스고우에서 1997년 ICSID총회의 유치 경쟁에 참가하여 캐나다와 경쟁했으나 43대 77로 무산되었다. 1995년에 대만에서 ICSID총회가 개최되므로 아시아 지역에서 연속적으로 총회가 개최되는 것은 바람직하지않다는 여론이 확산된 것이 주요 패인으로 분석되었다. 그러나 대만총회에서 정경원 교수가 이사로 피선됨에 따라 2001년 대회의 유치를 위한 계획을 새롭게 추진되어, 1997년 토론토에서 열린 총회에서 마지막까지 각축을 벌인 브라질에 160대 50으로 승리함으로써 역사적인 총회유치를 이루어냈다. 여기에는 통상산업부(현 산업자원부)를 비롯해 외무부의 40여 개국 해외공관, KOTRA의 40여 개국 해외무역관이 각국의 관계자들에게 한국 지지 교섭을 해준 것도 큰 도움이 되었다. 이처럼 세계 주요국이 한국을 지지한 것은 ▶세계 평화와 화합을 위하여 내세운 한국의 사상과 철학을 세계가 인정(주제: 어울림-그레이트 하모니) ▶세계 디자인계가 한국의 디자인 진흥 및 젊은 디자이너들의 실력을 인정 ▶통산부 등 정부의 전폭적인 지원과 유치단(노장우 KIDP원장, 부수연 디자인총련회장 등)의 적극적인 유치활동 등을 주요배경으로 들 수 있다.

- 1992. 12. <산업디자인 발전 5개년 계획> 중 ICSID 행사(세계산업디자인대회) 유치 추진계획 수립
- 1993. 9. 제18차 ICSID 글래스고우 총회에서 한국 유치 제안
- 1994. 10. 1회 서울국제산업디자인박람회 개최
- 1995. 9. 제19차 ICSID 타이페이 총회 정경원 교수 이사피선
- 1997. 1. 2001 ICSID 서울 유치 제안서 제출
- 1997. 2. 2001 세계디자인총회 유치 자문회의 개최(3회)
- 1997. 2 ICSID 2001 유치 자문위원회 및 실무위원회 결성(통상산업부, 한국산업디자인진흥원, 한국산업디자이너 협회, 한국텍스타일디자인협회, LG전자,
- 1997. 4. 서유럽 8개국에 유치단 파견
- 1997. 4. 2001 세계디자인총회 서울 유치 제안서 사무국 송부

- 1997. 4~7 ICSID유치단 파견(유럽, 동남아시아, 남미, 동구권 등 24개국)
- 1997. 5. 2001 세계디자인총회 유치 자문회의 개최(2회)
- 1997. 7. ICSID AMCOM(호주) 참가
- 1997. 8. 제20차 토론토 총회 참가, 한국 유치 확정
- 1997. 8 현대자동차 기업회원으로 가입 승인

## (2)세계그래픽디자인대회 한국 유치

1997년 우루과이 휴양도시 폰타 델 에스테시에서 열린 제17차 ICOGRADA 대회(세계그래픽 디자인대회:10. 24~10. 25)에서 2000년 대회 개최지로 한국이 선정되는 쾌거를 이루게 되었다. 당시 이 대회에 KIDP 노장우 원장(한국유치단장)은 한국 유치단을 이끌고 참석했으며, 150표 중 144표를 얻어 압도적으로 유치에 성공했다.

또한 한국 대표단으로 참석해 ‘한글 타이포그래피의 가능성’ 이란 주제를 발표해 참석자로부터 큰 호응을 얻은 홍익대학교 안상수 교수가 ICOGRADA 부회장으로 선출되었다. 그래픽디자인 분야의 올림픽으로 불리는 세계그래픽디자인대회는 ICOGRADA 주최로 매년 열리며 37개국 55개 기관에서 약 1천여 명의 저명 디자이너, 관련인사 등이 참석하고, 각종 국제 그래픽디자인 관련 전시회, 세미나, 워크숍 등 다양한 행사가 함께 치러지는 ICSID와 더불어 가장 큰 국제 행사이다.

양 대회의 유치에 성공함으로써 한국은 세계 디자인계의 최대 행사 두 가지를 2000년, 2001년 차례로 열게 되어, 우리나라 디자인 분야의 획기적인 발전을 이루는 계기를 마련하게 되었다.

- 1997. 10. 9 2000 세계그래픽디자인대회 한국 유치 계획 확정
- 1997. 10. 13 한국 유치 의향서 사무국 송부(ICOGRADA 2003년 유치 의사 철회)
- 1997. 10. 14 전 ICOGRADA 회원에게 협조 및 이해 요청 서신 발송(안상수 교수 부회장 선출 지지 요청 서신 발송)
- 1997. 10. 19~27 ICOGRADA '97 우루과이 대회 및 총회 참가 (세계그래픽디자인대회 한국유치 활동 및 안상수 교수 부회장 선출 지지활동 전개)

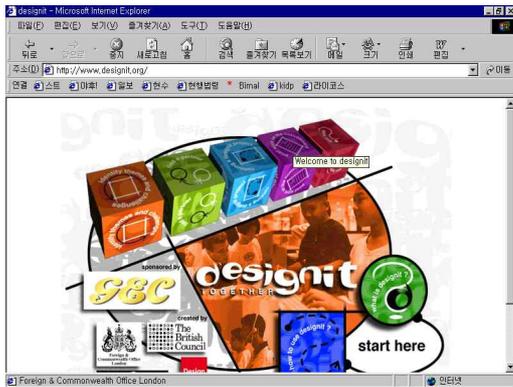
이상 두 대회의 유치로 우리나라는 세계 디자인계의 최대 행사를 2000년, 2001년 차례로 열게 되어 디자인 분야의 획기적인 발전을 이루는 계기가 마련되었다. 이 같은 업무를 효율적으로 추진하기 위하여 KIDP는 97년 9월 19일 전면적인 조직개편을 단행했다. 기존의 수직적인 부 중심구조에서 탈피해 업무효율 중심의 팀제 시행과 2000년 개최되는 ICOGRADA 서울대회 사무국 신설 등을 골자로 하여 KIDP의 조직은 3본부 3실 1사무국 24팀 2원 체제가 되었다.

팀 중심 구조로의 변화에 따라 KIDP는 중간 결재 과정을 과감하게 생략하게 되었고, 이러한 조직변화는 직원 개개인의 창의력을 최대한 발휘할 수 있게 하고 주어진 업무를 수동적으로 수행하는 것이 아니라 각 팀이 스스로 과제를 찾아서 일하는 자율적인 근무풍토를 조성하게 했다.

그러나 이 같은 국제화 세계화 사업도 결국 국내 디자인 역량에 의해 성공과 실패가 가늠된다는 평범한 진리에 입각해 국내 디자인산업 육성 특히 지방화 촉진사업 또한 중요한 사업

으로 추진해 나갔다. 예컨대 지방순회전시를 통한 디자인 인식 확산, 디자인에 관한 지역협의체 운영, 디자인을 통한 지역발전 지원사업을 통해 전국적인 디자인 역량을 향상시켜나갔다.

### (3)세계 젊은이들의 디자인 공동작업 ‘designit’



디자인잇 홈페이지

90년대부터 컴퓨터의 대량 보급에 이어 인터넷이 본격적으로 보급되는 시대 상황이 전개되었다. 인터넷 보급으로 사이버 스페이스(cyber space)가 확대되고 있는 상황속에서, 1998년 4월 2일부터 16일까지 열린 제2차 ASEM 회의 기간 동안에는 현재 인류가 당면한 문제를 디자인을 통해 해결하자는 김대중 대통령과 토니 블레어(Tony Blair) 영국 총리의 공동 서한이 인터넷에 게재되었다. 세계의 젊은이들에게 보내는 형식으로 되어있는 이 서한은 영국에서 열린 제2차 ASEM 회의 기념으로 개통된 ‘디

자인 챌린지(Design Challenge)’ 인터넷 웹사이트에 실렸다.(<http://www.designit.org>)

designit은 영국문화원(British Council)과 영국 교육 및 직업훈련 교류 중앙사무국(The Central Bureau for Educational Visits and Exchanges)이 디자인카운슬과 영국 외무성(UK Foreign and Commonwealth Office)의 자금지원을 받아 운영하고 있으며 GEC(General Electric Company)가 후원하고 있다. designit의 목적은 ASEM 회원국 젊은이들로 하여금 신기술을 이용해 일상생활의 당면과제(예: 교통시스템 개선, 주택건설 질적 향상, 어린이 놀이터 개선 등)에 대한 공동의 해결책을 모색하고 이를 통해, 21세기를 위한 디자인 주제(design theme)를 연구하도록 하는 데 있다.

김대중 대통령과 토니 블레어 영국 총리의 사진과 함께 실린 서한에서는 경제발전에서 따른 사회구조의 고도화 및 생활수준의 향상으로 부딪치게 되는 환경문제, 삶의 질 문제를 디자인을 통해 해결하자는 내용을 골자로 하며 앞으로 인류생활에서 디자인이 얼마나 중요한 역할을 하게 될 지 전 세계에 알리는 좋은 계기가 되었다.

또한 제2차 ASEM 회의에서는 이색적인 전시회가 함께 기획되어 세계 각국 정상들의 눈길을 끌었다. 전시회명은 ‘Powerhouse : UK’. 영국이 창의력 높은 디자인과 신기술의 발전소(Powerhouse)이며, 창조력의 중심지임을 천명하는 의미의 명칭이다. 한 때 전 세계의 생산공장이었던 영국을 이제는 디자인 공장으로 바꾸자는 토니 블레어 총리의 의지를 나타낸 것이다.

2000년 4월 2일부터 15일까지 Horse Guards Parade에서 개최되었으며 이와 함께 4월 3일 런던의 Powerhouse 전시장과 서울(한국), 베를린(독일), 도야마(일본)에서 designit 인터넷 웹사이트 개통식 및 화상회의가 개최되었다. 이 행사에는 한국 이회호 여사, 영국 웨리 블레어 총리 부인, 독일 콜 총리 부인, 일본 하시모토 총리 부인 등 4개국 영부인과 4개국에서 선발된 디자인 전공학생 각 2명씩이 참가해 간단하게 화상을 통해 인사를 나누었으며, 영국 총리 부인이 4개국에서 선발된 학생들과 각 나라에서 당면하고 있는 디자인 분야의 새로운

과제와 시도에 대하여 이야기를 나누었다. 주요 주제로는 미래의 운송수단(tomorrow's transport), 정보와 의사소통(information and communication), 재활용과 재사용(recycling and re-using), 공동체를 위한 공간(space for the community), 패션과 정체성(fashion and identity), 신소재들(new materials) 이다.

디자인잇 프로젝트에는 1999년 1월 당시 영국 26, 싱가포르 2, 인도네시아 7, 이탈리아 2, 덴마크 1, 포르투갈 1, 한국 5 등 모두 44개의 개인 또는 단체가 참여했다. 국내에서는 홍익대 2개팀, 국제산업디자인대학원 1, KAIST 1, 국민대학 1 등 총 5개 팀이 등록했으며, 이 프로젝트 참가작 중 선정된 우수작품은 2000년 10월 우리나라에서 개최된 ASEM III에서 전시되었다.

#### (4)남북한이 하나된 ‘어울림 한민족포스터대전’



세계그래픽디자인대회와 세계산업디자인대회를 준비하는 사전행사로써 21세기를 앞둔 1999년 6월 3일 분단이래 처음으로 한국과 북한 디자이너의 작품을 함께 감상할 수 있는 한민족포스터대전을 열어 화제가 되었다.

KIDP와 한국시각정보디자인협회(VIDAK), 한국현대디자인실험작가협회(KECD)가 공동으로 주최한 ‘어울림 한민족포스터대전’은 ‘어울림’이란 주제로 2000년과 2001년 열리는 양대 디자인대회(ICOGRADA, ICSID)를 앞두고 있는 우리나라에서 이념과 분단국가라는 특수한 상황을 극복하고 화합하는 자리를 마련하기 위해서 개최되었다. 대내적으로는 남북한의 정서 차이를 보여줌으로써 상호이해의 계기를 마련하고, 단절되어 있던 문화의 동질성을 확인하고 나아가 국민의 통일의를 높이자는 데 그 목적이 있었다.

6월 3일부터 6일간 KIDP 전시장에서 열린 이 행사에는 한국 측 작품 313점, 북한 측 작품 56점 등 총 369점이 전시되었으며, 우리나라는 물론 북한의 각 지역에서 활동하는 현역 디자이너들의 작품세계를 엿볼 수 있는 자리가 되었다.

3년여 동안 이 행사를 준비한 한민족포스터대전 전시추진위원장 백금남 교수(성균관대학교)는 “이 행사를 계기로 50여 년 간의 교류 단절에서 오는 이념과 문화의 갈등을 뒤로하고 민족의 동질성과 한민족의 어울림을 확인하는 자리가 되었으면 한다”는 소감을 밝히기도 했다.

#### (5)세계 디자인단체 공동 협력장 ‘어울림 국제디자인포럼’

1999년 6월 28일에는 2000년, 2001년 양대 국제 디자인 행사 개최를 기념하기 위하여 국제 디자인포럼 환영행사가 개최되었는데, 세계 최초로 세계 산업디자인의 3대 기구인 ICSID,

ICOGRADA, IFI(국제실내건축가연맹, International Federation of Interior Architects & Designers)가 한자리에 모여 상호간의 화합을 도모할 수 있는 소중한 시간을 제공했다는 특별한 의미를 갖고 있다.

이 행사는 식전공연(사물놀이) 개최 서울특별시장 환영사 서울 고건축 디자인 설명 폐회 등으로 구성된 1부와 국내외 디자이너 및 관련 인사들에게 서울시의 아름다움과 나아가 우리나라 문화의 우수성을 보여줄 수 있는 문화체험의 기회를 제공할 수 있도록 종묘공원 국악정 종묘 창경궁을 탐방하는 2부로 이어졌다. 프로그램 중에는 왕가산책, 순라행렬, 수문장 배치, 창경궁 나들이 등의 궁중생활을 재현해 참석자들에게 소개하여 주는 시간과 화관무, 처용무, 부채춤, 선비춤, 국악관현악 등을 감상할 수 있는 시간들이 편성되어 외국인들의 관심을 끌었다.

이 행사에는 서울시장, 주한 외교사절, 국내외 디자인 관계자 579명이 참석해 21세기에 열리는 양대 디자인 대회에 대한 공감대 형성과 세계 각국 다양한 분야의 산업디자이너들이 그들의 지식과 경험을 함께 공유하며, 공통된 목소리를 내어 산업디자이너들의 권리를 증진시킬 수 있는 좋은 기회가 되었다.

‘1999 서울 어울림 국제디자인포럼’은 크게 다음과 같은 3개의 행사로 구성되었다.



## ●InterDesign '99



인터디자인은 국제산업디자인단체협의회(ICSID)의 이사회와 총회가 후원하고 ICSID 멤버와 각 지역의 주최자가 함께 진행하는 전 세계 디자이너들을 위한 워크숍이다. 즉, 세계 각국에서 선발된 전문 디자이너들이 세계적이거나 지역적인 하나의 문제를 연구하고 해결하기 위하여 약 2주간에 걸쳐 진행되는 세미나를 의미한다.

따라서 다양한 경험을 지닌 디자이너들이 협동작업을 통해 서로의 지식과 경험을 공유하고, 또한 해당지역 문화의 이해를 통해 당면하고 있는 디자인 문제들을 지혜롭게 해결해 나가기 위한 국제적 행사이다. 참여자들은 대부분 경험이 풍부하고 그 나라를 대표할 만한 산업디자이너들을 중심으로 하지만, 경우에 따라서는 유망한 학생이나 신진의 디자이너들도 참여할 수 있다. 워크숍은 주최국이나 혹은 지역의 자국 디자이너와 해외로부터 선발되어 초빙된 디자이너들을 적절히 배분해 구성한다.

인터디자인 '99의 주제는 ‘몸과 마음의 합일을 위한 디자인’이다. 과거의 경우 대회 주제

가 매우 구체적이고 직접적인 것이 대부분인데 비해 우리나라가 제안한 주제는 우리 동양 철학의 근본이 되는 몸과 마음의 합일 정신을 주제로 한 매우 관념적이고 지역 고유의 철학을 중심으로 하고 있다. 이는 우리 문화의 근본을 대외에 알리고, 몸과 마음, 주체와 객체, 음과 양, 수단과 목적, 동양과 서양 등의 어울림을 강조하기 위한 것이다.

#### ●x.D 1999

‘x-Design 1999’는 2000년 세계그래픽디자인대회와 사전행사 성격을 지니는 것으로서, 전 세계의 차세대 디자이너를 위한 현장 워크숍이다. 매년 개최되는 ‘이코그라다 런던 국제학생 세미나’와는 별개의 행사로 서울에서 처음 개최되었다.

x.D는 국제 디자인기구인 ICOGRADA가 회원국에 모여 현지의 문제를 디자인을 통해 다룸으로써 세계의 디자인 미래를 이끌어갈 신세대 디자이너의 잠재적 가능성을 일깨우고, 다가오는 세기의 디자인 철학 및 방법, 개념 등을 실험하고 제시하는 자리로 평가되었다. 이 워크숍은 세계 디자인의 미래를 짚어주고 나갈 젊은 디자이너들에게 국제적인 비전과 경험을 제공하는 중요한 경험을 제고한다. 이 워크숍에서는 학점 은행제가 적용되어 교육 참여기간은 국내외에서 학점으로 인정되었다.

#### ●WING 1999

‘WING’은 World Interiors for New Generation의 약자로서 IFI의 세계 실내 건축가 워크숍을 말한다. WING에는 새로운 천년을 맞이해 새롭게 부상하는 신세대 디자이너들과 날개를 달고 하늘을 자유롭게 날아다니는 새처럼 자유로운 신세대 디자이너들의 발상이 내포되어 있다. IFI 주최, KOSID(한국실내건축가협회)가 주관하는 1999 서울 워크숍은 제1회로서 한국의 실내 건축 현황을 다각적으로 세계에 홍보하고 실내 건축 분야의 위상을 확립하는 계기가 되었다.

WING은 개최국을 대표할 수 있는 재료나 특징 중에서 구체적인 것을 한 가지 정해 주제로 삼아 워크숍을 진행하는데, 이번 워크숍의 주제는 ‘흙’으로 인간이 형태를 만들 때 사용했던 최초의 재료로서 지구의 표면을 덮고 있는 가장 흔한 소재임에도 소외되어온 원초적 재료로서 무한한 가능성을 내포하고 있음을 강조했다. WING은 x-Design과 함께 세계 최초로 우리나라에서 처음으로 개최되었다는 점에서도 그 의의를 찾을 수 있다.

## 7)산업디자인 지방화 촉진

산업디자인 개념을 지방으로 확산시키기 위한 노력은 1971년으로 거슬러 올라간다. 이 시기부터 KIDP가 대한민국 산업디자인전람회를 주관해 입상작을 주요 지방 도시에서 전시함으로써 디자인의 중요성을 전국으로 확산하게 된 첫 노력이었다.

당시 전국 주요 도시에서의 전시는 디자인 관계자는 물론 경제계, 행정관서에서도 많은 관심을 보였으며, 그 결과로 산디전에 지방 디자이너들의 출품도 많이 증가되었고 지방의 각

계 인사에게 산업디자인이란 무엇인가에 대하여 많은 각성과 인식을 불러일으키는 계기가 되었다. 그러나 1989년부터 1992년까지 일시적으로 중단되었으며, 그 내용도 산디자인과 1985년부터 시작된 GD 선정품에 대한 순회전 등의 소극적인 방법이 대부분이었다.

1994년 전국의 제조업체에 대한 디자인 개발 지원이 본격화되면서 지방으로의 인식 확산에 박차를 가하게 되었는데, 1993년부터 체계적인 지방화 정책의 일환으로 바뀐 ‘지방 산업디자인 종합행사’와 더불어 산업디자인의 지방화에 큰 기여를 하게 되었다. 1997년 9월에는 지역발전을 총괄하는 ‘지역발전 지원팀’이 신설되면서 지방의 산업디자인 인식 제고라는 단순한 계몽활동에서 벗어나 본격적으로 지방 디자인 사업을 실시하게 되었다.



### (1) 지방 수출증진을 위한 산업디자인 종합행사 개최

1971년부터 시작된 지방순회전시는 빈약한 산업기반을 토대로 주문생산, 모방에 주로 의존하던 1960년대 후반 산업디자인 연구개발 활동을 촉진해 생산제품의 품질을 향상시키고 지방기업의 수출 진흥에 기여할 목적으로 그 첫걸음을 내디뎠다.

이 지방순회전시는 1993년부터 ‘지방 산업디자인 종합행사’로 변경해 전시내용을 기업 디자인 지원 개발상품, 대한민국 산업디자인전람회 입상품, GD상품, 초중고생진 입상품 등으로 확대했다. 부대행사로 경영자 산업디자인 교육, 공무원 산업디자인 특강, 언론인 산업디자인 교육, 산업디자인 세미나, 초중고생 조기교육, 영상자료 상영 등을 병행해 추진했다.

1997년까지 매년 10회 이상 주요 도시에서 산업디자인 종합행사를 개최해 사회지도층, 학생, 일반인에게 산업디자인의 중요성에 대한 인식을 제고하고 기업의 개발수요 촉발 및 투자욕을 고취해 자생적 개발경쟁을 유도하는 한편, 산업디자인의 질적 향상과 지역경쟁력 강화에 일조했다.

지방 산업디자인 종합행사는 1998년 10월까지 대구광역시, 경기도, 강원도 등 3차례 열렸으나 기획예산위원회의 업무구조조정 지침에 의거 지방자치단체에 이양되었다.

## (2) 지역특성을 고려한 지역협의체 운영

1993년 3월 부산·남부지역을 관할하는 남부지역협의체가 처음 발족되었으며 1994년 5월 광주·전라지역을 관할하는 서부지역협의체와 1995년 7월 대구·경북지역협의체가 발족되어 1997년까지 운영되었다. 지역협의체는 지방자치단체와의 유기적인 협력을 통해 각 지역의 특성에 맞는 산업디자인 지원과 교육 등을 실시함으로써 지역경제의 활성화에 주력했다. 특히 경영자 산업디자인 교육, 언론인 특강, 공무원 교육, 국공립대 AMP 특강, 외국인전문가 세미나, 초중고생 조기교육, 영상교육 등 지방의 디자인 인식 확산에 기여했다.

## (3) 디자인 특화사업 전개

1974년 WTO 출범 이후 농수산물에 대한 수입개방 등으로 지방경제가 위축되어 고부가가치 상품을 개발할 필요성이 대두되고, 2001년 월드컵 특수를 겨냥한 각종 관광토산품 개발, 지역 환경 개선 등 디자인 분야의 지원이 절실하게 요청되었다.

따라서 KIDP는 1997년부터 획일화된 지역 문화상품에 대한 디자인 지원을 통해 독창적인 지역 문화상품 개발을 유도하고, 도시환경과 지역별 통합 이미지 구축 등을 통한 관광, 고급 농특산물 개발 등 지방자치단체의 재정자립도를 높이는 데 일조하게 되었다. 각 지역마다 특화된 디자인 상품 및 문화를 조성하는 ‘지역발전지원사업’이 그것이다.

KIDP는 지방에 대한 디자인 지원의 효율성을 높이기 위하여 1998년 23개 처, 1999년 7개 처 등 모두 30개 지방자치단체와 산업디자인 개발 공동협약을 체결하고, 공인 산업디자인 전문회사 및 관련 전문가와 연계하여 환경, 시각, 제품 디자인 등 디자인 전 분야에 디자인 개발을 유도하게 되었다.

부문별 주요 추진계획은 ▶디자인 도시 가꾸기(Design City) ①도시경관 형성 계획, 테마파크, 테마거리, 문화마을 및 공원조성계획 ②지역 아이덴티티 프로그램(City Identity) ③각종 환경디자인(안내체계, 스트리트 퍼니처, 상징물, 조형물 계획 등) ④도시색채계획(지역 환경 색채계획, 공공시설 내외부 색채계획, 아파트공단 시설물 색채계획) ⑤종합 이벤트 및 전시 마스터플랜(전시공간 디자인, 전시장비 디자인 등) ▶지역 특화 상품 개발 ①지역 문화상품, 관광상품 개발 ②지역 특화상품의 공동 브랜드 및 고유 캐릭터 개발 ▶관광서비스 향상을 위한 디자인 지원 ①관광안내 시스템(안내지도, 관광 팸플렛, 관광토산품 등의 연계) ②관광지역의 고유 아이덴티티 수립 등을 들 수 있다.

## 8) 포장기술의 선진화

KIDP가 설립된 1970년도에 우리나라의 수출상품은 보세 가공품 및 메리야스·스웨터·면직물·생사·가발·인조눈썹 등 주로 경공업 제품이었다. 산업 기반 시설이 아직 많이 부족하던 때였기 때문에 각종 수출 진행 정책에도 불구하고 경공업 제품 위주의 수출이 주류를 이룰 수밖에 없었다.

그러나 기술, 디자인 등 품질을 결정하는 각종 요소들의 수준이 미흡해 해외시장에서 경쟁력을 갖기가 힘들었으며, 더욱이 당시 수출 상품의 포장은 목상자와 마대에 의존하는 등 전근대적인 상태였다. 일부 골판지 상자가 생산되고 있었으나 품질 미흡으로 내용물 보호라는 포장 본래의 기능을 다할 수 없는 실정이었기 때문에 경제단체 및 수출업계에서는 수출 진흥 차원에서 포장재의 개선이 시급한 과제로 대두되었다.

이와 같은 상황에서 정부에서는 향후 우리나라 수출이 계속 확대될 수 있는 길은 무엇보다 수출상품의 디자인과 포장의 연구개발이 이루어져야 한다는 점을 인식하고 1970년 5월 19일 (재)한국디자인포장센터를 설립한 것이다. 포장에 대한 사업은 설립후 2000년도까지 KIDP의 주요사업 중 하나였다. 크게 두 가지로 대별되는데 하나는 시범공장운영과 포장실험실 운영으로 이에 대한 내용을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

### (1) 양질의 포장재 생산 위한 시범공장 운영

정부의 정책에 따라 3사가 통합된 이후, 취약분야이던 포장재 공급사업은 한국수출포장센터가 설치해 가동했던, 당시로서는 근대식 생산시설을 KIDP가 인계받아 포장재 공급사업으로써 각종 포장재를 본격적으로 생산·공급하기 시작했다. 공급한 포장재는 수출용 골판지상자와 목상자, 단위 포장재 폴리프로필렌(PP) 및 폴리에틸렌(PE) 필름 백(Bag), 그리고 완충 포장재로 폴리스틸렌(PS) 상자 등이며, 기타 부자재로는 검테이프, 라벨, 재봉사, 미싱 부속 및 바늘을 일괄 구입해 수출업체에 공급했다.

이와 같은 포장재들은 당시 원료와 생산시설 및 기술면에서 민간 기업에서는 국제 규격에 맞도록 생산하지 못하는 포장재였으며 부자재 역시 국내 생산이 되지 않던 품목들로서 수출업체에서 일일이 까다로운 절차를 거쳐 수입했기 때문에 많은 애로를 겪고 있던 실정이었다. 따라서 센터는 양질의 포장재를 생산해 수출업체에 적기 공급함으로써 수출상품의 국제 경쟁력을 강화하고 수출증진에 기여했으며 시범생산을 통해 국내 포장산업의 발전을 직간접으로 주도해 왔다고 할 수 있다.

포장재 공급사업의 의의는 민간기업에서 생산하기 까다로운 특수지역(아프리카, 중동 지역 등) 및 특정상품(청과물, 농수산물, 염연초, 특수 전자제품 등)에 사용되는 포장재를 공급, 특히 민간기업에서 기피하고 있는 다품종 소량의 상자까지도 생산·공급함으로써, 영세수출업체의 수출증대에 기여했다.

1980년대 말까지 KIDP는 국내 골판지의 품질 면이나 가격형성에 항상 표준이 되어 포장산업의 안정적인 발전을 이룩하는 데 주도적인 역할을 담당한 것으로 평가받고 있다. 그러나 산업구조 변화에 따른 법적규제 완화로 민간 경쟁업체의 출현, 기계설비의 노후화 진행 등으로 1990년대에 접어들면서 시범사업본부의 운영은 커다란 문제점에 직면하게 되었다.

1994년까지 포장재 사업을 통한 수익을 산업디자인, 포장 연구자금에 투입해 국가경제 발전에 이바지하고 또한 각 대학의 산업디자인학과, 포장학과의 신설 및 전문분야, 기술인력 배출에 기여했으나 1995년 이후 생산설비의 노후화와 민간업체의 투자 등으로 경영이 악화되었으며, 특히 1997년 IMF 이후 경기가 침체되고 거래업체의 부도 등으로 심각한 위기를 맞게 되었다. 이러한 이유에서 1998년 정부의 구조조정을 담당하고 있는 기획예산처는 민간분야와의 경쟁력에서 뒤지는 시범사업본부를 매각하기로 결정했다.

#### ※ 포장재 공급사업

과거 20년 간 포장재 공급사업을 부문별로 살펴보면 목상자의 경우, 골판지 상자가 널리 인식되지 않

던 초창기에 다소 공급되었으나 자원 부족으로 대량생산이 어렵고 골판지 상자보다 포장비가 많이 드는 단점이 있어 특수한 상품의 포장을 제외하고는 골판지 상자로 전환해 1973년부터 목상자 공급사업을 중단했다. 그리고 각종 부자재 공급 역시 민간기업의 신장으로 1973년에 중단되었다.

합성수지 포장재의 경우에는 센터가 설립 당시부터 최신의 생산시설을 갖추어 국내에서는 처음으로 PP필름 및 PE필름 백(Bag)을 섬유류 제품 수출업체에 공급했으며, PS제품은 전자제품 수출업체 및 수산물 수출업체에 공급해 수출실적을 올리는데 많은 기여를 했다. 그러나 석유화학 공업의 발달과 더불어 1972년부터 합성수지 원료가 국내에서 대량생산되면서부터 내수용의 포장재와 농업용으로 사용되었다. 또 PS제품은 건축용 자재로 사용되기 시작해 수요가 급격히 늘어나면서 민간기업의 포장업계 진출이 활발해짐에 따라 KIDP는 합성수지 포장재 생산을 1976년부터 중단하고 생산시설도 민간기업에 양도했다.

수출용 골판지 포장재의 경우에는 국산 원지의 품질 저하로 민간기업에서 국제규격의 상자를 생산·공급하기 어려운 형편이었기 때문에 센터는 양질의 골판지 상자를 생산하기 위하여 크라프트 라이너(Kraft-Liner)와 중심지(Medium Paper)를 수입 충당했다. 그 후 중심지는 국내 개발로 1976년부터 완전 국산화했는데, 크라프트 라이너는 원료인 펄프 때문에 양질의 골판지 생산이 되지 않고 있어 매년 수입해 국제규격에 맞는 골판지를 생산하고 있다.

그리고 부산지방의 수출업체 및 보세가공 업체들의 수출지원을 위하여 1970년 10월 1일 부산사무소를 설치해 부산지역에도 골판지 상자를 공급하기 시작했으며, 그 후 수출이 계속 늘어 1971년도에는 설립 당시의 생산시설만으로는 도저히 늘어나는 수출용 골판지 상자의 수요를 충당하기 어렵게 되자 1971년부터 1972년 사이에 코루게이터(Corrugator)를 비롯한 생산시설을 두 배로 확장하면서 가공능력을 향상할 수 있도록 새로운 2도 프린터 슬로터(Printer Slotter)를 설치하고 1973년 2월에는 부산지사에도 가공시설을 갖추어 부산지구의 포장재 공급에 보다 원활하게 대처했다. 그러나 1975년도부터 지속적인 경제성장으로 오히려 기능인력의 확보가 곤란해졌고 노임상승으로 인한 원가압박이 점점 가중되기 시작함과 동시에 수출상품의 고급화 경향으로 골판지 상자의 질적 향상이 더욱 요구되어 가공시설의 근대화화 통한 생산능률의 향상과 공정 합리화에 의한 성력화(省力化)의 필요성이 절실했다.

인력난과 노임상승에서 오는 원가압박을 해소키 위하여 1979년 6월 프렉소 폴더 글루어(Flexo Folder Gluer)기를 국내에서는 처음으로 도입, 과거 5단계의 공정(Corrugating Slitting Printing Stitching Packing)을 거쳐야 상자가 완성되던 것을 2단계의 공정만으로 생산이 가능케 하여 민간 포장업계의 시설 근대화에 선도적인 역할을 했다. 2차 오일쇼크 이후 수출이 회복되자 민간 골판지기업이 확장되고 시설 현대화 등으로 수출량과 병행해 국내 골판지 산업이 활성화될 이르게 되었다.

1970년 당시 KIDP는 전국 수출 골판지 공급비율의 5%를 점유했으나 1980년 이후 민간기업에 점차 이양되어 1989년에는 전체 공급의 4.4%를 차지하게 되었다.

## (2) 포장기법 선도하는 포장시험실 운영



수출 진흥이 강조되던 1970년대 KIDP는 낙후된 우리나라 포장기술의 발전을 도모하기 위하여 1976년 11월부터 UNDP 숙원사업의 일환으로 각종 포장시험 관련 장비를 도입, 포장시험을 설치하여 운영하였다. 그러나 국내의 많은 중소기업에서는 고가의 포장시험기기 구입이 어렵고 또한 이를 운영할 수 있는 전문인력의 부족으로 포장분야의 전문적인 시험, 분석을 통한 포장설계에 어려움을 겪고 있는 실정이다.

포장은 제품을 원하는 시간과 장소에 안전하게 전달하기 위한 수단으로 포장재의 치수, 재질, 강도와 포장하는 방법인 포장기법에 따라 생산원가의 절감과 포장폐기물의 감량화, 운송

효율의 극대화를 꾀하는 기업경영의 효율성을 높이는 최고의 분야이다. 따라서 포장시험실은 각종 포장시험을 통해 업계가 필요로 하는 과학적인 자료 및 정보를 제공하여 업계의 포장관리 및 품질개선에 기여했으며, 국내외에서 생산되는 포장재의 물성을 자체 연구하여 이를 업계에 제공, 국내 포장산업의 발전을 이끌어 왔다.

또한 회원제 운영을 통해 국내 포장재 생산업체 및 사용업체간의 정보교환과 생산포장재의 물성을 조사, 비교·분석하여 회원사에 정보를 제공하고, 포장으로 인한 환경문제 개선과 수출 등 국가적 손실을 방지하는 데 주도적인 역할을 담당해 왔다.

1990년대 들면서 환경의 중요성이 강조되고 경제가 성장하면서 생산성 향상의 마지막 보고로서 물류산업에 있어서의 포장이 중요한 과제로 떠오르게 되었다. 이에 KIDP는 본원에 있던 포장시험실을 1994년 10월 수출업체 등 수요 기업이 밀집해 있는 시범사업본부로 이전해 기능을 확대, 개편하게 이르렀다. 포장시험실에서는 포장 재료 시험, 식품 포장 시험, 화물 시험에 이르기까지 각종 시험기기 90여 종을 활용한 주요 실험을 통해 각종 데이터들을 제공하였다.

#### 4. 디자인 세계화 추진기 (2000 ~ )

‘디자인 세계화 추진기’란 디자인 산업조성이 어느 정도 자리를 잡은 상황속에서 세계화 시대에 걸맞는 디자인 진흥방안의 일환으로 디자인 분야의 일류 국가라는 목표를 달성하기 위해 매진한 시기라 할 수 있다. 이는 1996년 세계화추진위원회에서 작성한 ‘디자인산업 세계화 방안’을 토대로 진행되었다. 이때 제안했던 바대로 1997년에는 2000년 세계그래픽 디자인대회와 2001년 세계디자인총회를 유치함으로써 한국 디자인의 수준을 높이는 결정적 계기를 이루게 되었다.

특히 IMF 구제금융 시대를 맞게 되면서 수출을 늘리기 위한 수단으로 디자인이 새롭게 각광받게 되었으며 디자인 분야에 대한 국가적 지원도 높아지게 되었다. 디자인벤처기업 육성책을 발표하여 디자인전문회사 창업에 필요한 인프라 지원, 디자인 벤처기업 지원확대 및 디자인 벤처펀드 조성으로 우수디자인 사업화 지원, 지역별 디자인혁신센터(DIC) 설립 등을 추진하여 세계화에 못지 않게, 도약을 위한 국내 디자인계의 내실화를 기한 것도 이 시기에 이루어졌다.

특히 1998년과 1999년에는 디자인 분야 육성을 위한 행사에 대통령이 직접 참여해 디자인에 대한 의지를 표명함으로써 디자인 수준을 높이기 위한 국가적 진흥활동이 활발하게 전개되는 계기를 맞게 되었다. 이러한 인식 하에서 KIDP는 디자인 세계화를 1997년부터 본격적으로 실시하기 시작하여 2000년과 2001년 양대 대회를 치르면서 한국디자인의 세계화를 정착시켰다고 볼 수 있다.

이 시기에 이뤄진 코리아디자인센터의 완공은 어떤 의미에서 디자인 세계화 추진기의 가장

팔목한 만한 가시적인 성과라 할 수 있다. 우리의 디자인이 세계화되는데 있어 가장 중요한 하드웨어가 완성되었다는 의미와 더불어 지엽적으로 분산된 디자인 정책의 일관성있는 추진이 가능해졌다는 것이다. 이로써 밀레니엄 시대를 향해해 가는 방주(方舟)로서 그리고 방향타의 역할을 수행할 수 있다는 점이 중요한 점이다.

## 1) 한국디자인진흥원(KIDP) 출범

2001년 4월 1일 한국디자인진흥원이 새롭게 출범했다. 중전의 한국산업디자인진흥원이 21세기의 새로운 환경변화에 따라 ‘디자인 한국’ 건설을 비전으로 새롭게 다시 태어났다. 이와 함께 아울러 정경원 원장과 부수연 디자인법인단체총연합회장을 공동위원장으로 총 27명으로 구성된 ‘디자인한국추진위원회’가 발족되었다. 또한 산업자원부에서 정한 ‘2001 디자인의 해’를 맞아 코리아디자인센터 운영계획과 올해 달라지는 디자인 진흥사업의 내용이 공개되었다.

### (1) ‘2001 디자인의 해’ 사업추진



한국디자인진흥원 출범 현판식(2000)

한국산업디자인진흥원(KIDP:Korea Institute of Industrial Design Promotion)은 산업디자인진흥법 제 11조에 의해 4월 1일부터 한국디자인진흥원(KIDP:Korea Institute of Design Promotion)으로 개칭되었다.

이 같은 배경에는 첫째, 디지털시대를 맞아 디자인 영역이 확대되고 디자인의 역할이 증대되고 있는 상황에서 산업디자인이라는 용어는 이를 포괄 수용하는 데 한계가 있어 새로운 영역을 개척, 발전시키기 위한 좀더 넓은 의미의 용어정립이 필요하였다. 둘째, 산업디자인이 협의적으로는 제품디자인만을 의미하기 때문에 제품, 시각, 환경디자인은 물론이고 새로운 웹, 애니메이션 등 멀티미디어 디자인을 포함해 실제로 포괄적 진흥활동을 펼치고 있는 기관의 역할을 제대로 나타내고자 했다.

이를 통해 기대할 수 있는 효과는 디자인 전 분야에 대한 통합적 지원이 가능하게 됨으로써 보다 용이하게 디자인산업의 활성화를 도모할 수 있다는 점과 명칭을 변경함에 따라 산업자원부, 문화관광부, 정보통신부 등 관련 부처와의 업무연계 강화로 디자인 전반에 걸친 디자

인 육성의 계기를 마련할 수 있게 되었다. 또한 국제무대에서 한국 디자인의 모든 분야를 대표하는 디자인 진흥기관으로서 위상을 높이고 개념상의 혼란을 방지함으로써 국제교류 및 협력강화가 더욱 수월해져 국제적 실익이 커질 수 있다는 장점이 있다.

특히 2001년은 디자인 선진국 진입의 통과외레라 할 수 있는 세계산업디자인대회를 비롯하여 코리아디자인센터 완공 등 국내 디자인계에 한 획을 긋는 역사적인 일련의 행사들이 줄을 잇고 있어 2001년을 디자인의 해로 정하였는데, 이의 추진을 위하여 4월 ‘디자인한국추진위원회’가 발족되었다. 디자인한국추진위원회는 새롭게 변화하는 디자인 환경을 선도하고 디자인계의 역량을 결집한다는 목적아래 2001 디자인의 해 운영 총괄조정 및 심의를 비롯하여 국가 디자인 발전을 위한 정책과제와 코리아디자인센터 운영방안 등의 KIDP의 주요사업에 대한 자문을 맡았다.

## (2)전문디자이너 출신 원장 부임

2000년으로 창립 30주년을 맞은 KIDP는 처음으로 디자이너 출신 원장을 공채로 선발함으로써 새로운 변혁의 계기를 맞았다. 초창기부터 30년 가까이 퇴역 군장성출신이나 정부 관료들이 맡아왔던 관행에서 벗어나 디자인 전공자가 원장으로 선임된 것이다. 이는 디지털 시대를 맞아 새롭게 부각되는 디자인산업의 중요성에 비추어 디자인 진흥에서도 전문성을 높여야한다는 데 대해 정부와 디자인 계의 요구가 일치했기 때문에 가능했다고 볼 수 있다. 정 경원 원장은 “세계 디자인 리더(World Design Leader)”라는 비전을 설정하였으며, “e-디자인선도, 글로벌 네트워크, 봉사하는 디자인”을 3대 전략으로 내걸고 KIDP의 경영혁신에 박차를 가하였다.

## 2) 디자인 선진국 진입위한 국가행사 신설



정부가 5대 국정과제의 하나로 지식기반의 확충을 선정하고, 1998년 12월에 ‘지식기반산업 발전대책’을 발표하면서 문화, 관광, 디자인, 정보통신 등 4개 분야를 집중 진흥하기로 결정했다. 이에 따라 디자인산업을 21세기형 첨단 두뇌 산업으로 진흥해야 한다는 데 대해 국가적인 공감대가 형성되기 시작했다.



제2회 산업디자인진흥대회(2000)

이에 KIDP에서는 21세기 디자인 강국을 지향하는 캠페인으로 ‘디자인 코리아’를 슬로건으로 하여 제1회 산업디자인진흥대회를 개최하였다. 이것은 디자인 범국민적인 공감대로 끌어 올려 한국을 다시 디자인하고, 21세기 디자인 선진국 진입을 목표로 디자인 붐을 조성하겠다는 취지에서다. 산업디자인진흥대회에서는 대한민국디자인대상 제도를 신설, 해당 시상식과 함께 정부의 연간 디자인 정책 및 전략이 발표되었다.



제3회 산업디자인진흥대회(2001)



제1회 산업디자인진흥대회('99)

### (1) '디자인 코리아' 표방한 산업디자인진흥대회

산업디자인진흥대회는 국내 디자인 공식행사로서는 처음으로 대통령이 직접 주재하였다는데 큰 의미를 지닌다. 국가적으로 디자인 진흥정책에 대한 관심과 진흥의지를 반영한 것이기 때문이다. 매년 1회 개최되는 이 행사는 한해 디자인 정책을 진단하고 다음해 디자인 전략을 수립하는 등 보다 체계적이고 밀도있는 디자인 정책 발달을 기대할 수 있으며 대한민국 디자인대상을 시상하여 디자이너의 사기를 진작시키고 경영자로 하여금 디자인 경영을 독려, 궁극적으로 국가 경제발전을 도모하였다.

구분	제1회 대회	제2회 대회	제3회 대회
주제	Design Korea	Design Korea, Korea Brand	Design Korea, Korean Power
날짜	1999. 11. 10	2000. 12. 15	2001. 12. 18
장소	청와대 영빈관	힐튼호텔	코리아디자인센터
주재	대통령	국무총리	대통령
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제1회 대한민국 디자인대상 시상</li> <li>• 디자인 산업의 비전과 발전전략 발표</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제2회 대한민국디자인대상 시상</li> <li>• 한국 브랜드 세계화 전략 발표</li> <li>• 2001 디자인의 해 선포</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제3회 대한민국디자인 및 브랜드대상 시상</li> <li>• 디자인진흥정책 종합 안내책자 발간·배포</li> <li>• 코리아디자인센터 상징조형물 '신인류, 신디자인'제막식</li> </ul>
공동사항	주최: 산업자원부, 주관: 한국디자인진흥원		

### (2) 디자인경영 독려하는 '대한민국디자인대상' 시상

산업디자인진흥대회의 주요 행사인 대한민국디자인대상은 디자인경영 우수기업과 디자이너를 포상하는 시상제도로 디자인산업의 발전은 물론 국내 기업경영의 획기적인 전환점으로 평가된다. 디자인이 단순히 제품생산과정의 극히 일부분이 아니라 소비자의 욕구를 반영해 엔지니어와 디자이너가 함께 제품을 개발, 마케팅까지 포괄한다는 것은 미래 기업경영의 제

일 조건이 된다는 것을 의미하기 때문이다.

디자인경영부문과 디자인 공로부문으로 나뉘어 시상했는데, 디자인경영을 실천한 우수기업 포상을 통해 기업의 디자인경영 전략 실천을 유도하고 디자인에 대한 투자·개발 촉진 및 내실화를 꾀하며, 디자인산업 발전에 기여한 공로자 포상을 통한 사기진작 및 디자인 경쟁력의 주역인 디자이너들에게 자긍심을 고취시키는 것이 그 목적이었다. 2001년부터는 대한민국 디자인 및 브랜드대상으로 운영되었다.

제1회 대한민국디자인대상	제2회 대한민국디자인대상	제3회 대한민국디자인 및 브랜드 대상
디자인경영대상		디자인경영대상
LG전자(주)	삼성전자(주)	현대자동차(주)
		최우수상
		(주)퍼시스(디자인경영 부문) 삼성전자(주)(브랜드경영 부문)
우수상(대기업 부문)		우수상(디자인경영 부문)
(주)한샘 제일모직	한국타이어(주) 애경산업(주)	(주)에스콰이아 (주)로만손
우수상(중소기업 부문)		우수상(브랜드경영 부문)
(주)레더데코 (주)모닝글로리	한국도자기(주) 동아연필(주)	쌈지(주) (주)두산 식품BG
<b>공로부문 수상자</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국민훈장모란장</li> <li>조영제(서울대 교수)</li> <li>• 동탑산업훈장</li> <li>박종서(현대자동차 전무)</li> <li>• 석탑산업훈장</li> <li>최경자(국제패션디자인연구원이사장)</li> <li>• 산업포장</li> <li>원대현(제일모직대표)</li> <li>김현(디자인파크대표)</li> <li>• 대통령표창</li> <li>정경원(KAIST교수)</li> <li>조성렬(큐빅디자인연구소대표)</li> <li>이영희(메종드대표)</li> <li>• 국무총리표창</li> <li>이병호(다다인터내셔널대표)</li> <li>이청승(한국폴라대표)</li> <li>정연중(정연중디자인마케팅연구소)</li> <li>강우현(문화환경대표)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 황조근정훈장</li> <li>김영기(이화여대 교수)</li> <li>• 은탑산업훈장</li> <li>김철호(LG전자 부사장)</li> <li>• 동탑산업훈장</li> <li>문신규((주)토탈디자인)</li> <li>• 석탑산업훈장</li> <li>손석진((주)헨디 대표)</li> <li>• 산업포장</li> <li>이광희(리패션시스템 대표)</li> <li>최종석((주)IRI 대표)</li> <li>• 대통령표창</li> <li>박종운(조선대 교수)</li> <li>이병학(영남대 교수)</li> <li>조선희((주)남양알로에 이사)</li> <li>정동진(에이스디자인연구소장)</li> <li>이상호((주)이상환경디자인대표)</li> <li>• 국무총리표창</li> <li>선정근(전남대 교수)</li> <li>이영주(LG화학디자인연구소장)</li> <li>김개천((주)이도건축대표)</li> <li>이해권(아이디디자인대표)</li> <li>이희곤((주)메스노벨터대표)</li> <li>백순현(엔에스디자인대표)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 황조근정훈장</li> <li>권명광(홍익대학교수)</li> <li>• 동탑산업훈장</li> <li>윤지홍((주)삼성전자상무)</li> <li>민경우((사)한국산업디자인협회회장)</li> <li>• 철탑산업훈장</li> <li>최광(한국타이어(주)상무)</li> <li>• 석탑산업훈장</li> <li>안상수((사)한국시각정보디자인협회장)</li> <li>• 산업포장</li> <li>김영세((주)이노디자인사장)</li> <li>이현자(한국도자기(주)이사)</li> <li>이순중(서울대학교교수)</li> <li>이순인(한국디자인진흥원본부장)</li> <li>• 대통령표창</li> <li>김성제((중)옴니브랜드대표)</li> <li>신언모(충남대학교교수)</li> <li>김원((주)건축환경연구소광장대표)</li> <li>이해목((사)한국산업디자인협회부회장)</li> <li>백금남(성균관대학교교수)</li> <li>• 국무총리표창</li> <li>윤영태(계명대학교교수)</li> <li>김광규((사)한국브랜드협회장)</li> <li>정경연((사)한국텍스타일디자인협회장)</li> <li>오의조((주)아티프렌대표)</li> <li>• 산업디자인장관상표창</li> <li>맹은주(한국디자인진흥원과장)</li> <li>윤대영(한국디자인진흥원과장)</li> </ul>

### 3) 디자인 인프라 구축 사업 활성화

#### (1) 밀레니엄 디자인 아크, 코리아디자인센터(KDC)



1997년 국가적으로 유례없는 경제위기에 봉착하면서도 단기간에 적은 투자로 고부가가치를 창출하는 디자인의 중요성이 강조되는 가운데 디자인이 수출의 키워드로 부각되었다. 어려운 경제상황이었지만 디자인의 중요성을 절감한 정부는 KIDP의 주도 하에 한국 디자인의 메카 역할을 담당할 코리아디자인센터를 건립해 디자인을 국가경제를 회복시키는 주요 수단으로 집중 육성하기로 하였다.

코리아디자인센터는 ▶디자인의 생산지이자 확산지이며 또한 집결지의 역할 ▶디자인을 생산하고 정보를 제시, 공유하며 디자이너를 양성 ▶중소기업이 필요로 하는 디자인 산실이 되어 중소기업을 지원 ▶여러 기업이나 단체의 해외 전시 기획 및 알선 ▶우리 디자인을 세계에 효과적으로 홍보 ▶일반 소비자들에게 디자인의 가치와 필요를 이해시키고 홍보 ▶어린이와 청소년들에게 디자인을 이해시킴 ▶국민을 위한 디자인 생활화 선도 등을 주요역할로 건립되었다.

코리아디자인센터 건립은 1996년 12월부터 본격적으로 거론, 1998년 기공식을 시작으로 약 2년 9개월간의 공사기간을 거쳐 2001년 9월 완공되었으며 국고보조금 601억원, 자체조달 304억원 그리고 민자유치 103억원 등 총 1,008억 원의 예산이 소요되었다. 부지 3,238평에 지상 8층, 지하 4층 규모로 연건평 14,201평으로 디자인 정보자료실, 디자인인큐베이터, 통합디자인혁신센터, 전시장 그리고 한국디자인진흥원을 비롯한 디자인 관련 단체 및 전문회사 등이 입주해 명실공히 국내 디자인산업 대표 인프라로 각광받게 되었다.



2001년 10월 코리아디자인센터에서의 첫 번째 공식행사라 할 수 있는 세계산업디자인 총회 및 이탈리아디자인전이 개최되어 국내는 물론 해외 디자인계 인사들에게 첫 선을 보였다.



각층별 용도를 살펴보면 ▶8층 : 연회시설 ▶7층 : 한국디자인진흥원 ▶6층 : 디자인 컨벤션홀, 디자인인큐베이터, 통합디자인 혁신센터, 디자인정보센터 ▶5층~4층 : 디자인회사 및 벤처기업 ▶3층 : e-디자인아카데미, 디자인정보자료실 ▶2층 : 디자인협회 및 단체 ▶1층 : 디자인 홍보전시관 ▶지하1층 : 디자인전시장, 디자인개발체험관 ▶지하2층~4층 : 주차장 외에 센터 명물이라 할 수 있는 약 44m 높이의 아트트리움과 어울림 광장 그리고 어울림타

위 등의 상징조형물이 갖추어져 있다.

### 건립추진 일정

- 1996. 12      코리아디자인센터 건립 기본방향 설정
- 1997. 2        KIDP 코리아디자인센터 건립사업단 설치
- 1997. 4. 3     코리아디자인센터 건립추진위원회 구성(13명)
- 1997. 10. 2    코리아디자인센터 건축설계경기 공모(산문공고)
- 1997. 10. 20   경기도 성남시 분당구 야탑동 344번지 부지 매입
- 1997. 12      건축설계경기 당선작품 선정(희람종합건축사)
- 1998. 1        코리아디자인센터 건축설계자문위원회 구성(9명)
- 1998. 6. 11    코리아디자인센터 건축 인구 및 교통영향 평가심의 완료
- 1998. 6. 30    코리아디자인센터 건립 기본설계 완료
- 1998. 10      입찰공고
- 1998. 10      코리아디자인센터 건축허가
- 1998. 12. 23   코리아디자인센터 기공식
- 1999. 3        코리아디자인센터 건축 실시설계 완료
- 2001. 9        준공



센터제막식

### (2)첨단 디자인 시설, 디자인혁신센터(DIC)

산업자원부는 제품의 고부가가치와 국제경쟁력 확보를 위해서는 컴퓨터와 첨단장비를 활용한 혁신적 디자인개발이 절실하다고 보고, 독자적으로 고가의 첨단장비 구축이 어려운 중소기업이 공동으로 활용할 수 있는 디자인혁신센터(Design Innovation Center)를 지역별로 설치키로 하였다. 이 사업은 1999년 11월 제1회 산업디자인진흥대회 시 발표한 ‘디자인산업 비전과 발전전략’의 후속조치의 일환으로 추진된 사업이다.

디자인혁신센터는 21세기 디자인산업을 선도할 수 있는 신개념의 디자인 기반구축사업으로서 디자인개발 및 시제품 제작에 필수적인 최첨단 디지털 장비를 갖추고 중소기업, 영세디자인업체 등을 대상으로 산·학 연계방식에 의해 종합디자인컨설팅 지원체제를 구축하게 된다. 2000년 3월 혁신센터 운영에 필요한 기본시스템을 구축한 후 5월부터 본격적으로 운영

하였으며 평가를 거쳐 단계적으로 시스템을 확대하여 하반기부터 호텔링 서비스를 실시하였다.

이를 위해 우선 디자인 전문대학원인 국제산업디자인대학원에 설치, 운영하기로 하였고 디자인 최첨단 장비 구축에 정부자금 15억원을 지원하였다. 향후 정부는 지역별 수요조사와 국제산업디자인대학원 시범 운영결과를 토대로 지역별로 특화된 혁신센터를 부산의 동서대학교, 대전의 한국과학기술원, 경기도의 중앙대학교에 추가 설립하였다.

2001년도에 지정된 혁신센터는 광주대학교, 한국디자인진흥원, 전북대학교, 계명대학교, 강원대학교이며 2004년까지 혁신센터를 추가 설립하여 센터간 연계 운영을 통해 시너지 효과를 창출하는 등 전국적으로 디자인혁신 네트워크를 구축해 나간다는 계획이다.

정부는 디자인혁신센터 운영을 통해 중소기업의 디자인 관련 장비 구입비 및 시제품 제작비의 절감 뿐 아니라 첨단 디지털 기술을 활용하여 제품의 디자인 수준 향상과 디자인 개발의 성공확률 제고에 기여하는 한편 디자인벤처 기업의 창업을 일괄지원하는 등 디자인 창업과 혁신의 지원 센터로서 중추적 역할을 수행하게 될 것으로 기대를 모으고 있다.

특히 디자인혁신센터는 중소기업의 디자인관련 장비 구입비 및 시제품 제작비 절감이라는 실질적인 기대효과를 가지며 아울러 시뮬레이션 등 디지털 기술을 활용하여 상품의 디자인 수준향상 및 디자인 개발의 성공확률을 높이고 디자인 개발 기간 단축으로 상품의 짧은 라이프 사이클을 가능하게 하여 보다 효율적으로 디자인개발이 이루어진다는 장점을 지닌다.

디자인혁신센터의 구축은 정부의 디자인분야 산업기술기반조성사업 정책의 핵심이라 불리며 e-디자인아카데미(KIDP), 국제디자인트렌드연구센터(국제디자인대학원), 디자인개발체험관(KIDP), 디자인정보자료실(KIDP), 산업색채공동기반구축(이화여대)사업을 서로 엮어 ‘통합디자인혁신센터’ 기반구축사업을 추진하는 것을 최종 구현목표로 하고 있다.

### (3)지역의 디자인진흥을 위한 KIDP지원의 본격 가동



1997년 9월, 부산과 대전에 각각 영남지원, 중부지원이라는 이름으로 KIDP분원이 설치되면서 지방 산업디자인 발전을 위한 활동이 본격화되었다. 이후 2001년 7월에는 광주지역에 전

라도를 비롯 제주지역을 관할하는 호남지원이 개원하여 디자인 진흥을 위한 지역 네트워크가 구축되기 시작하였다. 각 분원들은 기업 디자인개발 지원사업을 주축으로 각 지방소재 중소기업을 비롯하여 디자인전문회사의 발전과 육성을 도모하고 지역별 특화된 디자인산업 발전을 도모하고 있다.

주요 업무로는 ▶디자인산업 활성화를 위한 지자체와의 협력체제 구축 ▶지역 환경디자인 개발을 통한 도시미관 개선 ▶디자인혁신상품개발사업을 실시하여 디자인을 통한 특화상품을 개발하여 지역 고부가가치 창출 ▶지역 디자인전문인력 육성을 위한 재교육 등이다.

## 4) 한국디자인 세계화 기틀 마련

### (1) 세계디자인대회 조직위원회 출범

2000년 세계그래픽디자인대회와 2001년 세계산업디자인대회 서울개최를 앞두고 국내 디자인계는 두 국제행사와 함께 펼쳐지는 다양한 부대행사를 체계적인 추진을 위하여 ‘세계디자인대회 조직위원회’가 출범하였다. 2000년 9월 4일 정경원 한국산업디자인진흥원장과 구자홍 전경련 산업디자인특별위원장을 필두로 하는 공동조직위원장(2명), 조직위원(15명), 자문위원(15명)을 구성원으로 출범식이 개최되었다. 세계디자인대회 조직위원회는 세계그래픽디자인대회 집행위원회(위원장: 안상수)와 ASEMⅢ 기념특별전 추진위원회(위원장: 이순인), 그리고 세계산업디자인대회 집행위원회(위원장: 민경우)와 디자인엑스포 기획위원회(위원장: 김철호)를 하위 조직으로 두었다.

### (2) ‘어울림’ 패러다임을 제시한 2000 세계그래픽디자인대회



세계그래픽디자인대회 개막식(2000)

세계그래픽디자인대회(Icograda Millennium Congress)는 디자이너들의 국제적인 연대와 정보 교환을 위해 2년마다 열리는 행사다. 10월 24일부터 29일까지 서울에서 열린 이 대회는 ICOGRADA와 KIDP, VIDAK, KECD, 이 네 단체가 주최하고 산업자원부와 서울특별시, 성남시가 후원한 국내 최초로 열린 세계적인 규모의 대회로서 2년마다 열리는 관례를 깨고 뉴밀레니엄이 시작되는 2000년에 열린 특별대회다.

1995년 포르투갈에서 ‘움직이는 경계(Moving Borders)’, 1997년 우루과이의 ‘교환(Exchange)’, 1999년 시드니에서 ‘시간 속의 관점(Viewpoint in Time)’으로 대회가 열렸으며 2000년에는 새천년을 맞이하여 그에 걸맞게 ‘어울림(Oullim)’이란 주제로 열렸다. ‘어울림’이란 큰 조화를 뜻한다. ‘어울림’은 자연, 환경, 기계, 기술 그리고 사람 사이의 조화를 말하며, 동-서-남-북 간의 조화 그리고 과거, 현재, 미래의 큰 조화를 말한다.

이번 대회는 2000년 10월 24일 전야제 행사를 시작으로 3일 동안 50여명의 디자이너, 철학자, 경영자, 문화행동가, 예술가들의 강연과 전시가 이어졌다. 25일의 첫째날 주제는 ‘동양, 서양’이며 둘째날은 ‘인간, 기술, 자연’ 그리고 셋째날 주제는 ‘과거, 현재, 미래’다. 세계 18개국에서 모인 유명 초청강사 40여명을 비롯하여 내외국인 1,500여명이 참여한 이번 대회는 마지막날 홍대앞 문화벨트에서 열린 ‘디자이너스 테크노 나이트’에서 다양한 기원 곳과 공연, 패션쇼 등을 선보이며 모든 참가자와 일반 시민들이 함께 어우러진 거리축제로 성황리에 막을 내렸다.

이 행사는 대비문화를 종결하고 ‘어울림’을 화두로 하는 새 패러다임을 창출한 행사였으며 정부와 기업체 그리고 행사 주체와의 원활한 업무협조로 역대 대회 중 가장 성공적인 대회로 평가받았다. 대회 규모, 참여인원 및 강연 내용, 부대 관련 행사의 내용 등 모든 면에

서 양과 질적으로 다른 나라 개최국에 비해 높은 평가 점수를 받았다.

●기념 행사

- 이코그라다 그래픽디자인 교육선언(ICOGRADA Graphic Design Education Manifesto)
- 이코그라다 아시아 지역회의(ICOGRADA Regional Meeting)
- 커팅 에지 국제 영상 페스티벌(Cutting Edge Moving Image International Festival)

●기념 전시

- ‘어울림’ 동아시아포스터전( ‘Oullim’ East Asian Poster Exhibition)
- ‘어울림’ 한국대학생포스터전( ‘Oullim’ Poster Aperto Exhibition)

●특별프로젝트

- 디자인 교육 DB(Design Education Database)

●주요 초청연사

조나단 반브룩(영, Jonathan Barnbrook)/미셸 부베(프, Michel Bouvet)/다니엘 보야스키(미, Daniel Boyarski)/데이비드 카슨(미, David Carson)/게리 에머리(호, Garry Emery)/황영쑹(대, Huang Yung Sung)/사이안(독, Cyan)/후쿠다 시게오(일, Shigeo Fukuda)/헨리 스타이너(홍, Henry Steiner)/스기우라 코헤이(일, Kohei Sugiura)/토마토(영, Tomato)/왕슈(중, Wang Xu) 등

(3)ASEM III 개최기념 특별전 ‘테크노 가든’



아시아유럽정상회의(ASEM) III 개최기념 특별전시회 ‘테크노 가든’은 10월 20일부터 29일까지 삼성동 코엑스 컨벤션 홀 3층 대서양관에서 열렸다. 산업자원부, 문화관광부, 진경련이 주최하며 KIDP가 주관한 이 전시는 동양과 서양, 전통과 새로움, 자연과 문명, 명상과 기술 등 대비되는 개념이 하나로 어우러지는 터로서, 디지털 사회로 이행하는 한국의 미래지향적인 문화와 이러한 미래문화의 초석인 한국 전통문화의 유기적 관계를 보여

주는 데 초점을 맞췄다.

총 15개국 15개 팀이 참여해 인터넷을 통한 아셈 회원국 젊은이들 간의 디자인 공동 프로젝트의 결과물을 전시한 ‘디자인잇(designit)’, 현대자동차, 한국타이어, 삼성전자, LG전자, 한샘, 짬지 등 한국디자인을 선도하는 6대 기업의 디지털 콘텐츠와 영상물을 전시, 연출한 디지털 코리아(Digital Korea), 한국 밀레니엄상품 및 문화상품으로 꾸며진 2000 코리아 아이덴티티(Koea Identity) 등 3개의 전시영역으로 구성되었다.

이 테크노 가든전은 예술전시의 철학적인 측면, 디자인 전시의 구체적 측면, 상품전시의 마

캐팅 기능이 혼합되어 앞으로 도래할 21세기 혼성문화의 양상을 엿 볼 수 있는 좋은 기회를 제공하였다.



#### (4)디자인계의 올림픽, 2001 세계산업디자인대회



세계 산업디자인계를 대표하는 비영리 국제단체인 세계산업디자인단체협의회(ICSID:International Council of Societies of Industrial Design)에서 주최하는 가장 중요한 사업인 2001년 세계산업디자인대회(ICSID 2001 SEOUL)가 서울과 성남에서 개최되었다. 이 대회는 1992년 12월 작성된 <산업디자인 발전 5개년 계획> 중 ICSID 행사 유치계획으로부터 출발하였다. 그리고 5년후인 1997년 1월 유치제 안서를 제출하면서 본격화되었다. 결국 8월 제

29차 토론토 총회에서 유치가 확정되어 우리나라에서 2001년에 개최되기에 이른 것이다. 콩그레스와 이벤트는 2001년 10월 7일~10월 11일까지 한국무역센터 COEX에서, 총회와 각종 전시는 2001년 10월 12일~10월 13일 까지 코리아디자인센터에서 개최되어 10월 한달간을 디자인 축제 분위기로 이끌었다.

1959년 스톡홀름에서 열린 제1회 국제회의를 시작으로 전 세계 주요 도시를 순회하여 2년에 한번씩 개최하고 있다. ICSID는 현재 영국, 이탈리아, 프랑스 등 55개국의 154개 단체가 회원으로 있으며 우리나라의 경우 한국디자인진흥원과 KAID, 현대자동차, LG전자, 삼성전자, 대우전자, 한샘, 성남시 등이 회원이다.

1997년 8월 캐나다 토론토 대회에서 유치 결정된 이번 대회의 대주제는 ‘새로운 디자인 패러다임을 찾아서-어울림(Exploring Emerging Design Paradigm, Oullim)’ 으로 정해 한국적인 사유로부터 디자인의 이념을 이끌어 내는데 주력하였다. 조화와 융합의 미를 강조하는 ‘어울림’을 화두로 21세기의 새로운 디자인 패러다임에 대하여 의견을 개진하고 이것을 강연자와 참가자가 공유하는데 초점을 맞췄다. 내적으로는 한국의 디자인과 문화를 되돌아 보고 관찰하여 미래의 한국디자인을 예견하는 자리가, 외적으로는 우리의 디자인과 문화를 세계에 알리는 기회가 되었다.

대표적 강연자는 프랑스 경제학자인 자크 아탈리(Jacque Attali), 이탈리아 디자이너인 에치

오 만지니(Ezio Manzini), 덴마크 미래학자인 로프 엔센(Rolf Jensen), 독일 디자인마케팅 전문가인 악셀 탈레머(Axel Thallemer), MIT 미디어랩 Tangible Media Group 디렉터인 히로시 이시이(Hiroshi Ishii), 핀란드 예술대학 학장인 유리오 소타마(Yrjö Sotamaa)이며 이외에도 24명의 강연자가 참여하였다.

● 컨퍼런스



ICSID  콩그레스의 본 행사로서 강사들의 주제발표와 참가자들과의 토론으로 진행되었다. Exploring New Design Context(8일), Creating New

Design Horizon(9일), Sharing Design Values, Oullim(10일)을 주제로 디자인 기술의 미래, 디자인의 가치 및 첨단사회 속에서의 인간에 대해 심도있게 분석하는 자리였다. 특히 10일에는 1년 동안의 새로운 디자인 교육, 비즈니스, 진흥, 산업에 대해 연구한 국제간 협력과제를 각 분과별로 발표하고 대토론회를 개최하였다.

● 콩그레스 이벤트

- 2001 서울 디자인 현장(2001 Seoul Designers' Charter)

21세기 시작점에서 지나간 세기를 성찰하고, 새로운 세기의 디자인의 의미와 정체성, 디자이너의 역할과 윤리 등에 대한 정의를 담은 현장을 발표하였고 내용은 각국에서 선정된 준비위원 10여명이 2001년 한해 동안 진행된 토론 결과로 만들어졌다.

- 디자인포럼

교육, 비즈니스, 기업, 진흥 4개 영역에서 중요하게 대두되는 현안의 문제들을 토론자와 참여자가 함께 논의하는 열린 공간이다. 여기서 공통의 문제를 발견하고 토론을 통해 문제를 해결하는 프로그램. 포럼 결과를 정리하여 종합 세션에서 결과를 발표하였다.

● 전시

- 굿디자인페스티벌(Good Design Festival 2001)

국내 최고의 굿디자인 상품만을 모아 전시한 페스티벌로 크게 3개의 구역으로 나누어 삼성동 COEX 3층 컨벤션홀에서 전시되었다. 기업홍보존, 비즈니스존, 테마존으로 나누어 전시하였으며 테마존에서는 ‘한국인의 손, 한국인의 마음’, ‘한국디자인 100년의 발자취’, ‘한국 밀레니엄 상품전’ 등의 테마로 구서오디었다.(10월 7일~10월 12일)



- 20세기 디자인전(Vernacular Mirror:The 20th Century World Design Collection)

1900년부터 2000년까지 생산된 각 나라의 제품들 중에서 해당지역의 문화적 특성을 강하게 나타내는 제품들을 약 150여점 선정하여 성남의 코리아디자인센터 지하 1층 전시장에서 개최되었다.(10월 6일~10월 13일)

- 어올림 디자인잇(Oullim Designit:International Cyber Design Network Project)

세계 각국의 젊은이들이 사이버 매체와 공간을 효율적으로 사용하여, 디자인 프로젝트를 공동으로 진행함으로써 새로운 가치와 컨셉트를 제시한 프로젝트이다.

- ICSID 회원전(ICSID Members Zone)

ICSID 회원 단체와 기관의 21세기 활동방향과 계획을 담은 자료를 전시하였으며 사이버 카페를 설치하여 디자인들의 만남과 휴식의 장소를 제공하였다.

●특별사업

- 국제디자인 워크샵(ICSID Educational Seminar)

국내외 디자인 교육 전문가 및 관련자들이 성남시 새마을중앙연수원에서 모여 21세기 디자인 교육 패러다임 탐구를 위한 진지한 토론과 의견교환을 한 2박 3일 일정의 국제행사이다.(10월 5일~10월 7일)

- ICSID/AMCOM

ICSID의 아시아지역 회원단체를 포함한 아시아 각국의 디자이너 및 단체 대표들이 참가한 아시아의 공동번영과 긴밀한 협력 교류를 도모한 특별행사이다.(10월 7일)

(4)SBS, KBS 디자인 특집 방영

사람들의 생활문화가 질적으로 높아지면서 디자인에 대한 개념이 범국민적으로 일반화되기 시작했다. 이에 사회적으로 디자인에 대한 관심이 많아지면서 공중파 방송에서 디자인을 경제, 문화와 접목하여 특집방송을 제작하였다.

SBS의 ‘21세기 생존전략 디자인’은 ▶제1편 디자인경영시대 ▶제2편 디지털혁명, 디자인혁명, 총 2부작으로 2000년 12월 6일과 7일 이틀동안 2부작으로 방영되었으며, 다음해 MBC에서는 ‘新디자인혁명’이라는 타이틀로 ▶제1부 디자인, 디지털에 접속하다 ▶제2부 디자인, 문화의 중심에 서다 라는 소주제로 2001년 10월 5일 연속으로 방영하였다.

특별기획 다큐멘터리로 제작된 SBS ‘21세기 생존전략 디자인’은 미국을 비롯한 선진국의 장기적 호황과 냉전종식, 그리고 삶의 질적 측면과 개성이 중시되는 가운데 감성에 호소하는 디자인이야말로 기업의 핵심전략임을 강조하였다. KBS의 ‘新디자인혁명’은 디지털 시대를 맞아 디자인이 어떻게 변화하는지를 집중조명하면서 최첨단 문화를 리드하는 디자인을 기획 취재하였다.

## 5) 각종 세계화 정책 추진

### (1)개도국 인력양성 위한 디자인 연수



디자인 연수 방문단(2000)

남미와 몽골, 방글라데시, 베트남, 스리랑카, 인도네시아, 파키스탄, 필리핀 등 아시아에서 온 12명의 디자이너, 디자인 관련 정부관료, 디자인 관련 기업체의 중견 간부들이다. 이들은 연수 기간동안 LG전자, 삼성전자, 싸지 등 한국 기업의 디자인 성공 사례를 연구하는 한편, 현대중공업, 호암미술관 등의 업체와 박물관을 견학하고 디자인 산업, 교육, 정책으로 크게 나뉘어진 내용의 강연을 들으며 우리나라의 산업 현황, 문화, 디자인에 대한 지식을 넓히는 기회를 가졌다.

이 사업은 과거 우리가 소위 디자인 선진국으로부터 받은 혜택을 후진국과 개발도상국에 다시 되돌려 준다는 의미를 내포하고 있으며 동시에 우리나라의 디자인 수준이 그만큼 높아졌다는 것을 뒷받침하고 있다.

KIDP는 한국국제협력단(KOICA)과 협력하여 2000년도 연수생 초청사업의 하나인 ‘산업디자인 분야 연수사업’을 2000년 8월 7일~19일까지 2주동안 실시하였다. 이 사업은 우리나라가 축적해온 디자인 분야의 경험과 노하우를 개발도상국에 전하고 이들 국가의 디자인 인력을 양성함은 물론 우리 나라의 국제적 이미지를 제고할 목적으로 실시되었다.

교육에 참가한 사람들은 과테말라, 세인트키츠네비스, 온두라스, 콜롬비아 등

### (2)한국 대표상품 선정하는 한국밀레니엄상품(KMP)전



제1회 산업디자인진흥대회에서 산업자원부와 KIDP는 21세기에 세계 시장에서 한국을 대표할 한국밀레니엄상품(KMP: Korea Millennium Products) 35점을 선정 발표했다. 한국밀레니엄상품이란 유행성보다는 장기적으로 국제경쟁력을 갖춘 한국을 대표할 만한 상품을 말한다. 즉 첨단기술, 혁신적 디자인으로 국제경쟁력이 있는 상품, 한국의 정서, 기술,소재 등으로 한국을 대표할 수 있는 상품, 21세기 세계산업을 선도할 수 있는 상품 또는 서비스를 대상으로 하며 21세기를 대비한 미래성, 창의

적 기술 혁신성, 한국을 대표하는 독창성을 주요 선정기준으로 한다. 따라서 선정상품은 반도체 및 전자제품 등의 첨단상품에서부터 한지, 모시, 한복 등의 문화상품, 소프트웨어, 영상물 등 다양하다. 한국밀레니엄상품으로 선정되면 KMP마크가 부착되며 각종 전시지원 및 홍보가 지원된다. 2000년 한국밀레니엄상품 부터는 첨단기술, 문화상품, 혁신적디자인 분야로 나누어 선정하였으며 산업디자인진흥대회를 비롯하여 아셈Ⅲ 특별전, 세계 디자인 대회 기간 중 전시되었다.

2001년까지 한시적 전략사업으로 운영된 이 제도는 총 237개 상품을 발굴하였다.

구 분	1999년 KMP	2000년 KMP	2001년 KMP
전 시	1999.11.10	2000.10.20~29	2001.10.7~12
장 소	청와대 영빈관	COEX	COEX
선 정	23개업체 35점	93개업체 103점	81개업체 99점
출품수	558점	1,128점	1,109점

<한국밀레니엄상품(KMP) 개요>

### (3) 선진국과의 디자인 교류·협력 강화

1970년 처음으로 해외 디자인 교류전이라 할 수 있는 ‘스위스 포스터전’이 개최된 이래로 1973년 우수포장비교전, 1974년 해외포장자료전, 1977년 이탈리아산업디자인전, 1979년 영국산업디자인전, 1988년 프랑스디자인전 등이 있었다. 1990년대에 접어들면서 해외 디자인 진흥기관과의 업무협력이 강화되었는데, 1994년과 1996년에 서울국제산업디자인교류전, 세계우수산업디자인박람회라는 명칭으로 국제교류전이 개최되어 해외의 최신 디자인 흐름을 국내에 소개하는 자리로 관람객들의 큰 호응을 얻기도 했다. 1996년에는 스웨덴과의 문화 교류와 디자인 분야 협력 강화를 위한 자리로 세계적 건축 명장 안토니오 가우디의 작품을 소개하는 자리가 마련되기도 했는데, 관람객들이 이 전시를 보기 위하여 KIDP 정문을 지나 한국통신 해화지점까지 줄을 서 기다리는 진풍경을 만들기도 했다.

이후 세계 디자인 대회 한국개최를 전후하여 크고 작은 국제교류전을 개최함과 아울러 디자인 협력 체결이 이어졌다. 2000년 5월 중국 베이징산업디자인진흥원(BIDPO)과 디자인 협력을 체결한데 이어 7월에는 이탈리아 산업통상부, 10월에는 프랑스 산업디자인진흥청(APCI)과 디자인협력에 관한 조인식을 체결하기에 이르렀다. 특히 이탈리아와는 각각 산업자원부장관과 산업통상부 장관 이름으로 협정을 체결하였는데, 이는 같은해 3월 김대중 대통령이 이탈리아를 방문하면서 이탈리아 대통령과 두 나라 산자부 장관을 위원장으로 ‘중소기업 협력 선언문’을 채택한데서 기인한 것이다. 두 정상은 우선 협력분야로 섬유, 패션, 디자인, 기계, 전자전기 등을 선정했었다.

또한 프랑스와는 협정체결과 동시에 활동이 본격화되었는데 ‘한불 디자인분야 교환방문’이 그것이다. 각국은 디자이너와 기업인을 비롯하여 정부 관계자, 교육자 등 약 15명을 모집하여 ‘디자인 탐방 프로그램’을 마련하였는데 양국의 디자인 현황 및 진흥정책에 대한 세미나를 열고 디자인 시설 및 기업, 학교 등을 방문하였다.

<부록>

\*\*한국디자인진흥원 연표(1965~2001)

\*\*참고문헌

\*\*\* 한국디자인진흥원 연표(1965~2001)

1965. 공예기술연구소 설치 결정(수출진흥확대회의)  
제1회 대한민국 상공미술전람회 개최(위원장 이순석)
1966. 1. 12 사단법인 한국포장기술협회 설립
1966. 7. 26 사단법인 한국공예디자인연구소 설립
1967. 7. 7 아시아포장연맹 정회원 가입(한국포장기술협회)
1968. 9. 6 세계포장기구 정회원 가입(한국포장기술협회)
1969. 3. 6 재단법인 한국수출품포장센터 설립
1969. 3. 14 한국공예디자인연구소를 한국디자인센터로 개칭
1970. 4. 20 수출진흥확대회의(청와대)에서 3단체 통합방침 결정
1970. 5. 18 (재) 한국디자인포장센터 설립 승인(상공부장관)
1970. 5. 19 정관개정 및 임원개편에 의한 법원등기 갱신  
재단법인 한국디자인포장센터 건립  
(이낙선 상공부장관 초대 이사장 취임-비상근, 1972. 3. 30까지 재임)
1970. 7. 28 기술진흥단체 지정(상공부)
1970. 7. 29 제1차 디자이너 등록(233명)
1970. 10. 1 부산지소 개소 (중앙동4가 191번지)
1970. 11. 20 <디자인·포장>지 창간
1971. 6. 5 제6회 대한민국상공미술전람회 주관(제1회~5회, 상공회의소 주관)
1971. 9. 27 세계공예협회(WCC)가맹
1971. 10. 11 제1회 전국관광민예품 경진대회 개최
1971. 11. 10 자료실 개관
1971. 11. 20 전국디자이너대회 개최(168명 참가)
1972. 3. 31 제2대 조태호 이사장 취임(~1972. 12. 31)
1972. 8. 30 국제그래픽디자인협회(ICOGRADA)가맹
1973. 1. 1 제3대 장성환 이사장 취임(~1976. 6. 30)
1973. 1. 26 부산지사 가공공장 준공(대지2,000평, 건물400평)
1973. 2. 5 대한민국상공미술전람회 규정 제정(대통령령6486호)
1973. 2. 21 부산지사 이전(학장동 405-6번지)
1973. 10. 8 국제산업디자인 단체협의회(ICSID) 가맹
1973. 11. 30 대통령 단체표창(수출상품의 해외시장 개척을 통한 수출산업 발전과 수출증진에 기여한 공로)
1973. 12. 22 공작실 설치(연구시제품 제작)
1974. 1. 10 APF이사회 참가(홍콩, 6일간)
1974. 2. 25 완구제품 Good Design전 개최

1974. 2. 27 정기이사회에서 연구기금(현 진흥기금)조성 의결, 기금적립 개시  
 1974. 3. 21 해외포장자료전 개최  
 1974. 5. 9 IESC Mr. Roy, V. Wilson초청 디자인지도  
 1974. 10. 13 ICOGRADA총회 참가  
 1974. 11. 30 넥타이 Good Design전 개최  
 1975. 3. 1 벽지제품 Good Design전 개최(46일간)  
 1975. 4. 제1차 UNDP수원사업 개시  
 1975. 6. 11 일본, 에꾸앙겐지 초청 디자인 세미나(2일간, 264명 참석)  
 1975. 10. 22 국내우수포장 상설전시(124일간)  
 1975. 11. 10 UNIDO국제포장세미나 개최(6일간, 157명 참석)

1976. 7. 1 제4대 김희덕 이사장 겸 원장 취임(~1983. 12. 31)  
 1976. 9. 18 대한민국상공미술전람회 규정 개정(대한민국산업디자인전람회로 개칭)  
 1976. 11. 5 포장실험실 설치  
 1977. 2. 10 초기술(번역물) 발간  
 1977. 4. 9 중동지역 수출품 포장실태조사(이란, 쿠웨이트, 사우디아라비아, 이집트 등, 13일간)  
 1977. 5. 10 이태리 산업디자인전 개최(22일간)  
 1977. 9. 13 스웨덴 포장재 생산전문가 초청 지도(76일간)  
 1977. 9. 16 ICSID 총회 참가  
 1977. 10. 3 본사건물 증축(본관 : 2층@3층, 별관 : 1층→3층)  
 1977. 10. 4 제4차 아시아포장대회 개최(5일간, 11개국 209명 참가)  
 1977. 12. 31 디자인·포장진흥법 공포  
 1978. 5. 9 디자인·포장진흥법 시행령 공포  
 1978. 8. 18 미국 시라큐스 대학교에 최초 디자인분야 유학생(석사과정) 1명 파견  
 1979. 5. 29 시범공장 자동제함 및 결속기 도입  
 1979. 6. 5 <오늘의 산업디자인> 단행본 발행  
 1979. 6. 제2차 UNDP수원사업 개시  
 1979. 10. 1 센터 심볼마크 제정 및 사색(社色)제정  
 1979. 10. 11 영국 산업디자인전 개최(14일간)  
 1979. 11. 9 이태리 산업디자인전 개최(25일간)  
 1980. 5. 19 창립 10주년기념, ICSID회장 Mr. Arthur J. Pulos 초청 산업디자인세미나 개최(4일간 600명 참가)  
 1980. 5. 27 창립10주년 기념, 일본 에꾸앙겐지 외 2명 초청 산업디자인 세미나 (234명 참석)  
 1980. 9. 4 김희덕 이사장 APF회장 피선(2년 임기)  
 1980. 9. 22 전두환 대통령 ‘포장기술향상’ 지시

1981. 7. 25 ICSID 아시아 지역회의 개최(5개국, 14명 참가)  
 1981. 10. 5 제8차 아시아포장대회 개최(13개국 210명 참석)  
 1981. 12. 국비유학생 파견분야에 디자인 분야 신설(2명)  
 1981. 10. 13 제22차 APF이사회 개최(13개국 31명 참석)  
 1982. 2. 1 올림픽상품 디자인개발위원회 운영  
 1982. 8. 31 올림픽 기념품 소장전 개최(15일간)

1982. 8. 31 해외우수 문구류전 개최(15일간)  
 1983. 1. 27 전두환 대통령 ‘디자인산업 육성’ 지시  
 1984. 4. 12 말레이시아 연수생 1명 교육(2개월간 한·말 기술협력사업)  
 1984. 1. 1 제5대 이광로 이사장 겸 원장 취임(~1988. 6. 14)  
 1984. 4. 19 서울올림픽 조직위원회 주관 해외 기념품 조사단 참가(미국·일본, 1명 15일간)  
 1984. 9. 22 중소기업 디자인·포장 상담실 설치 운영  
 1985. 1. 17 한·일 디자인 세미나 개최(한·일 각 3명 주제발표)  
 1985. 1. 28 중소기업 특별자금지원 추천기관 지정  
 1985. 3. 12 유망 중소기업 지원기관 지정(상공부)  
 1985. 5. 2 필리핀 상공부차관 Mr. Jose P. Lerister, Jr 내방  
 1985. 6. 11 우수디자인상품 선정제 도입(8. 30 최초로 48점 선정)  
 1985. 6. 11 KORPACK '85 개최(6일간)  
 1985. 10. 1 국제무역센터(ITC) 용역사업 개시  
 1985. 11. 22 청와대 ‘유망중소기업 육성사례 보고회’ 참석  
  
 1986. 1. 15 페루 연수생(2명) 내방  
 1986. 2. 5 UNDP 신규사업계획 조인  
 1986. 3. 3 기술지도사 자격기준 개정(센터, 디자인·포장 실무경력 5년 이상자 포함)  
 1986. 3. 11 GD마크 등록(특허청, 업무포장등록 제26호)  
 1986. 3. 31 위탁지도기관 지정(중소기업진흥법 시행령 제25조, 55조 의거)  
 1986. 5. 5 GD상품전시장 준공(5.27개관)  
 1986. 5. 28 전두환 대통령 내방(산업디자인전 내방)  
 1986. 7. 1 Kraft-Liner 수입 자유화(상공부 고시 86-21호)  
 1986. 7. 8 중소기업진흥공단과 업무협조약정 체결  
 1986. 9. 5 강의실 시설 현대화(개축공사)  
 1987. 4. 7 '87 KORPACK개최(KOEX 전시장)  
 1987. 9. 2 제1회 한국우수포장대전 개최(관람인원 5,742명)  
 1987. 10. 14 한·일 디자인 세미나 개최(전통문화와 디자인)  
 1987. 11. 11 전산실 준공식  
 1988. 4. 6 프랑스 산업디자인전 개최  
 1988. 4. 7 한·불 디자인 심포지움 개최(디자인과 창조성)  
 1988. 5. 26 컴퓨터 응용디자인 기자제전(5일간, 8,000명 관람)  
 1988. 6. 15 제6대 조진희 이사장 겸 원장 취임(~1993. 4. 16)  
 1988. 6. 17 국제산업디자인대회 개최  
 1988. 10. 29 일본 포장관리사 센터 내방(40명)  
 1988. 12. 2 해외 농수산물 유통 및 포장세미나 개최(19개지역 대표 82명 참가)  
 1988. 12. 3 개발도상국 수출진흥 시찰단 내방(19개국 22명)  
 1988. 12. 13 대일무역개선 세미나 개최  
 1988. 12. 21 <산업디자인>지 100호 발간  
 1989. 3. 6 Design Expo 참관유치단 내방(Kato Heishi 등 5명)  
 1989. 4. 27 SEOUL PACK '89(KORPACK을 개칭) 개최 (26,172명 참관)

1989. 4. 27 아시아 포장대회 개최 (외국인 35명, 내국인 315명 참가)  
 1989. 5. 1 APF회장 XU JIANGUO(중국인), 센터 내방  
 1989. 7. 3 영상자료실 개관  
 1989. 8. 8 중·고교 미술교사 디자인교육 실시 (15명 참가)  
 1989. 9. 1 대일무역 역조개선사업, 일본연수 (2명, 1개월간)  
 1989. 9. 27 국정감사 수감  
 1990. 2. 6 해외우수디자인상품전 개최(~3. 15)  
 1990. 5. 30 한국산업디자인대회 개최
1991. 1. 14 산업디자인·포장진흥법 개정(법률 제4321호) 공포  
 1991. 3. 21 한·일 산업디자인공동연구 1차년도 협약체결  
 1991. 7. 14 산업디자인포장개발원 개칭  
 1991. 7. 18 해외우수디자인상품전 개최(~7. 24)  
 1991. 10. 18 한국산업디자인포장개발원(KIDP) 발족  
 1991. 12. 2 대일교역 확대를 위한 한일 상품 디자인 비교 전시(~12. 12)  
 1992. 12. 4 일본우수포장디자인상품전(~12. 10)  
 1992. 12 산업디자인발전 5개년 계획 중 ICSID 행사 유치 추진계획 수립  
 1993. 4. 17 제7대 유호민 산업디자인포장개발원장 취임(~1996. 12. 16)  
 1993. 9. 1 산업디자인주간행사(~9. 7)  
 1993. 9. 1 대일 무역 역조 개선을 위한 상품디자인 비교 전시회(~12. 30)  
 1993. 11. 30 제30회 무역의 날, 수출유공기관 대통령 표창  
 1994. 1. 본격적인 중소기업 산업디자인 및 포장기술 지도사업 실시  
 1994. 1. 27 우수포장(GP) 마크제 도입 및 전시회 개최(~2. 5)  
 포장개발 성공사례 선정 및 전시 병행  
 1994. 10. 5 서울국제산업디자인교류전(국내 31개사, 해외 80개사 참여)(~10. 13)  
 1994. 3. 유망수출상품세계일류화사업 실시(6업체 6품목)(~1995. 2.)  
 1994. 3. 26 남부 산업디자인협의회 구성  
 1994. 5. 2 제1회 산업디자인의 날(기념식 개최 4.29 하이얏트호텔 리젠시룸)  
 1994. 5. 13 서부 산업디자인협의회 구성  
 1994. 6. 1 제1회 전국중고생 산업디자인공모전 개최(~6. 12)  
 1994. 7. 1 산업디자인개발 성공사례 선정 및 전시  
 1994. 9. 8 제1회 전국초등학생 산업디자인공모전 개최(~9. 17)  
 1994. 9. 27 포장시험실 시범공장 이전  
 1994. 10. 1 서울국제산업디자인박람회 개최  
 1994. 10. 5 제1회 국제산업디자인교류전 개최(~12.11)  
 1994. 10. 6 세계산업디자인심포지움 개최(이화여대 대강당, 주제 21세기 산업디자인의 전략)  
 1994. 12. 6 제1회 중소기업 지도상품전 개최(~12. 11)  
 1995. 2. 23 대구·경북 산업디자인협의회 구성  
 1995. 5. 1 제2회 산업디자인의 날 개최  
 1995. 5. 16 국제산업디자인대학원 건물 신축(~12. 20)  
 1995. 5. 18 ICSID AMCOM 순회전 및 제30회 산디전 초대 추천디자이너전(~5. 23)

1995. 9. 25 대만 타이페이 ICSID 회의 참가, 정경원 교수 ICSID 이사 피선  
 1995. 12. 16 일본우수포장디자인전(~12. 20)  
  
 1996. 3. 4 산업디자인연수원 발족(국제산업디자인대학원 전신)  
 1996. 5. 1 제3회 산업디자인의 날 개최  
 1996. 5. 9 국제수송산업디자인심포지움 개최  
 (프레스센터 국제회의장, 주제:국제수송산업디자인의 발전 및 동향과약)(~5. 10)  
 1996. 5. 27 전통문화산업디자인접목사업 연구(~12. 18)  
 1996. 6. 24 산업디자인연수원 초대 유희민 학장 취임  
 1996. 6. 6 제4차 캐나다 토론토 ICSID 이사회 참가(~6. 12)  
 1996. 9. 3 국제산업디자인대학원 인가  
 1996. 10. 22 안토니오 가우디 특별전시회(~10. 31)  
 1996. 11. 16 세계우수산업디자인박람회 개최(SIID, ~11. 20)  
 1996. 12. 5 일본우수포장디자인전(12. 20)  
 1996. 12. 30 산업디자인진흥법 개정(법률 제5214호) 공포  
 1997. 1. 1 한국산업디자인진흥원으로 개칭  
 1997. 1. 1 노장우 초대 원장 취임(~2000. 2. 24)  
 1997. 1. 산업디자인정보화프로젝트(MIDAS) 5개년 계획 착수  
 1997. 1. 2001 ICSID 서울 유치 제안서 제출  
 1997. 2. KIDP 코리아디자인센터 건립사업단 설치  
 1997. 2. 2001 ICSID 유치 자문회의 개최(3회)  
 1997. 2. 24 국제산업디자인대학원 제2대 노장우 학장 취임  
 1997. 4. 서유럽 8개국에 ICSID 유치단 파견  
 1997. 4. 3 코리아디자인센터 건립추진위원회 구성(13명)  
 1997. 4. 7 1차 산업디자인기반기술사업 공고  
 1997. 5. 30 제43차 APF 이사회 및 제22차 총회 개최(타워호텔 본관1층 렉스홀)  
 1997. 7. ICSID AMCOM(호주) 참가  
 1997. 8. 30 제20차 ICSID 토론토 총회 참가, 2001 ICSID 한국 유치 확정  
 1997. 10. 2 코리아디자인센터 건축설계경기 공모(신문공고)  
 1997. 10. 9 ICOGRADA Congress 2000 Korea 유치 계획 확정  
 1997. 10. 13 ICOGRADA Congress 2000 Korea 유치 의향서 사무국 송부  
 1997. 10. 19 ICOGRADA '97 우루과이 대회 및 총회 참가  
 ICOGRADA Congress 2000 Korea 유치 활동 전개  
 1997. 10. 20 코리아디자인센터 부지 매입 및 건설 착수  
 1997. 10. 24 2000 세계그래픽디자인대회(ICOGRADA) 유치  
 1997. 11. 16 부산 국제 신발 및 스포츠레저용품전 참가(~11. 9)  
 1997. 12. 5 일본우수포장디자인전(~12. 10)  
 1998. 1. 코리아디자인센터 건축설계자문위원회 구성(9명)  
 1998. 2. 디자인정보교류회 개최(~12.)  
 1998. 2. 26 국제산업디자인대학원 1회 졸업생 배출(전문석사 25명)  
 1998. 4. 3 ASEMII에서 Designit 김대중 대통령 토니 블레어 영국총리와 공동서명

1998. 4. 21 한국디자인어대회, ‘어울림’ 개최(KOEX 국제회의실, 김대중 대통령 참석)  
 1998. 6. 30 코리아디자인센터 건립 기본설계 완료  
 1998. 7. 3 핀란드 디자인전 개최(~7.12)  
 1998. 7. 7 경기도 품질경영대회 참가(GD 상품 및 지도상품 소개)(~7. 9)  
 1998. 8. 29 2000, 2001 어울림대회를 위한 토론회 개최(타워호텔 렉스룸)  
 1998. 10 코리아디자인센터 건축 허가  
 1998. 11. 4 부산 국제 신발 및 피혁제품전 참가(~11. 8)  
 1998. 11. 24 어울림디자인전시회 개최(~21.1)  
 1998. 12. 7 일본우수포장디자인전(~12. 12)  
 1998. 12. 23 코리아디자인센터 기공식  
 1998. 12. 23 박관제 국제디자인대학원 학장 초대 총장에 취임  
 1999. 2. 5 산업디자인진흥법 개정(법률 제5773호) 공포  
 1999. 3. 9 국제산업디자인대학원 뉴 밀레니엄과정(최고경영자과정) 개강  
 1999. 3. 24 1차 디자인경영포럼 개최  
 1999. 4. 13 Designit 참가 설명회 개최  
 1999. 5. 4 이태리 은세공품전시회 개최(~5.13)  
 1999. 6. 3 한민족포스터대전 개최(~6.8)  
 1999. 6. 28 서울국제디자인포럼 개최  
 1999. 6. 28 x-Design 개최(홍익대, 성균관대, 삼성IDS)(~7.12)  
 1999. 6. 28 InterDesign 개최(이화여대)(~7.10)  
 1999. 9. 30 제21차 호주 ICSID 총회 참가, 어울림 홍보관 운영(~10.1 )  
 1999. 11. 1차 한국밀레니엄상품 35개상품 선정  
 1999. 11. 10 대통령 주재 제1회 산업디자인진흥대회 개최(청와대 영빈관)  
 1999. 11. 10 대한민국 디자인대상 포상(청와대 영빈관)  
 1999. 12. 1 경기도 산업디자인전 및 우수디자인전 참가(~12. 5)  
 1999. 12. 10 일본우수포장디자인전(~12. 15)  
 2000. 2. 25 제9대 정경원 한국산업디자인진흥원장 취임  
 2000. 4. 28 직원 연수 실시  
 2000. 5 dekingndb.com 신설  
 2000. 5 제1회 대한민국 플래시 디자인전 개최  
 2000. 5. 23 중국 베이징 산업디자인진흥원(BIDPO)과 업무협정(MOU) 체결  
 2000. 7. 14 산업정책연구원과 업무협정 체결  
 2000. 7. 20 이탈리아 디자인협회와 산업디자인협력에 관한 업무협정 체결  
 2000. 8. 7 개도국 인력양성을 위한 디자인 연수사업(~8. 19)  
 2000. 9. 4 디자인 관리자 교육 실시(~9. 8)  
 2000. 10 산업자원부 디자인브랜드과 진흥담당 부서 발족  
 2000. 10 디자인혁신센터 설립(부산, 경기, 광주, 대전)  
 2000. 10. 19 프랑스 산업디자인진흥청(APCI)과 업무협정 체결  
 2000. 10. 20 ASEM III 특별전 ‘테크노가든’ 개최(~10. 29)  
 2000. 10. 24 2000 세계그래픽디자인대회 개최(~10. 29)  
 2000. 10. 26 디자인벤처 투자조합 1호 결성

2000. 12. 15 제2회 산업디자인진흥대회 및 2001 대한민국 디자인대상 시상식 개최
2001. 3 국가이미지혁신사업 추진
2001. 3. 19 디자인벤처 전문과정 개설
2001. 3. 30 대전 지역 디자인혁신센터 개소
2001. 4. 1 한국디자인진흥원 개소
2001. 4. 2 디자인한국추진위원회 발족
2001. 4. 15 e-디자인 아카데미 홈페이지 개통
2001. 8. 16 2001 서울캐릭터쇼 개최(~8. 20)
2001. 9. 26 코리아디자인센터 완공
2001. 10. 7 2001 세계산업디자인대회 개최(~10. 13)
2001. 10. 7 이탈리아 디자인전 ‘예술과 기술’ 개최(~10. 21)
2001. 10. 27 한국디자인진흥원 코리아디자인센터로 이전
2001. 12. 18 제3회 산업디자인진흥대회 및 대한민국 디자인 및 브랜드 대상 시상식 개최

\*\*\* 참고문헌

- designdb, 한국디자인진흥원, 2001년 7+8월호
- 한국디자인포장센터 20년사, 한국디자인포장센터, 1990
- 디자인사전, 박선의 편저, 미진사, 1990
- 정경원, 한국인더스트리얼디자인정책수립에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 학사학위 논문, 1980
- 정시화, 한국의 현대디자인, 열화당, 1976
- 정시화, 현대디자인연구, 문왕사, 1975
- 민철홍, 인더스트리얼 디자인, 미대학보 6집 서울미대편집부, 1972
- 김희덕, 오늘의 산업디자인, 서울, 한국디자인포장센터, 1979