

국제
향상의
지름길
: 디자인!

디자인산업
경쟁력 강화를 위한
정책토론회

일시 : 2010년 2월 11일(목) 13:30 ~ 16:30
장소 : 국회의원회관 소회의실

주 최



국회의원 배 은 희

디자인 산업의 경쟁력
강화를 위한 정책토론회

참석자

구 분	소속 및 직위	성명	비고
좌 장	한국디자인단체총연합회 부회장	이 재 환	-
발 제	KIDP 사업본부장	이 영 선	현황 및 발전 방향
	한국법제연구원 연구위원	최 환 용	진흥법 개정 방향
지 정 토 론	LG전자 디자인경영센터 상무	차 강 희	기업
	한국디자인기업협회 부회장	김 영 민	협회
	한국디자인학회 회장	김 종 덕	
	계원디자인예술대학교 교수	백 종 원	학계
	연세대학교 교수	이 주 명	
	지식경제부 성장동력실 실장	조 석	관계부처

시 간		내 용
13:30 ~ 13:35	5'	행사 시작 안내
13:35 ~ 13:36	1'	개 회
13:36 ~ 13:38	2'	국민의례
13:36 ~ 13:41	5'	배은희 의원 인사
13:41 ~ 13:46	5'	내빈소개
13:46 ~ 14:01	15'	축사
14:01 ~ 14:03	2'	장내 정리
14:03 ~ 14:08	5'	발제자 및 토론자 소개
14:08 ~ 14:28	20'	이영선 한국디자인진흥원 사업본부장
14:28 ~ 14:48	20'	최환용 한국법제연구원 연구위원
14:48 ~ 14:58	10'	차강희 LG전자 디자인경영센터 상무
14:58 ~ 15:08	10'	김영민 한국디자인기업협회 부회장
15:08 ~ 15:18	10'	김종덕 한국디자인학회 회장
15:18 ~ 15:28	10'	백종원 계원디자인예술대학교 교수
15:28 ~ 15:38	10'	이주명 연세대학교 교수
15:38 ~ 15:48	10'	조 석 지식경제부 성장동력실 실장
15:48 ~ 16:20	32'	방청객 자유토론
16:20 ~ 16:30	10'	토론사항 정리 및 종료

목차

I. 발 제

디자인산업의 현황 및 발전방안	21
------------------	----

이영선 KIDP 사업본부장

산업디자인진흥법 현황 및 개정방향	37
--------------------	----

최환용 한국법제연구원 연구위원

II. 지정토론

산업디자인과 경쟁력	57
------------	----

차강희 LG전자 디자인경영센터 상무

디자인산업의 경쟁력강화에 관한 디자인산업체/기업의 관점	63
--------------------------------	----

김영민 한국디자인기업협회 부회장

디자인 정책과 법률적 체계의 문제점	71
---------------------	----

김종덕 한국디자인학회 회장

대한민국의 디자인정책 및 법제	77
------------------	----

백종원 계원디자인예술대학교 교수

디자인산업, 양적 확대에서 질적 도약으로	83
------------------------	----

이주명 연세대학교 교수

디자인산업 비전과 발전전략	91
----------------	----

조 석 지식경제부 성장동력실 실장

인사말

국회의원 배은희



안녕하십니까.

국회 지식경제위원회 소속 한나라당 국회의원 배은희입니다.

바쁘신 일정에도 불구하고 오늘 토론회에 참석해주신 선배 동료 의원 여러분과 내외 귀빈 여러분께 진심으로 감사드립니다. 특히 오늘 좌장으로서는 토론을 이끌어 갈 이재환 교수님을 비롯한 발표자, 토론자 여러분들께도 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

디자인은 이제 제품 경쟁력을 좌우하는 핵심요소로 자리를 잡아가고 있습니다. 애플사의 iPhone과 iPod에 대해 이제는 모르는 사람이 거의 없을 지경입니다. 이들 제품이 이처럼 인기를 끌게 된 데에 하드웨어·소프트웨어 디자인이 큰 역할을 했다는 사실 또한 모두에게 잘 알려진 바입니다.

국내기업 또한 디자인의 중요성에 대해 인식하고 이를 반영하고 있습니다. 한 자동차회사는 디자인을 모토로 내세우고 홍보하며 이를 적극적으로 제품에 반영한 결과 소비자로부터 좋은 반응을 얻고 있습니다. 그리고 이곳 국회의사당에 지하철로 오신 분은 잘 보셨겠지만, 모 카드회사는 자사만의 서체를 개발하여 광고에 활용하고 있으며 이 회사의 카드 또한 독특한 디자인으로 많은 이의 호응을 얻고 있습니다.

이처럼 몇몇 기업이 디자인을 무기로 경쟁력을 키우고 있지만, 이들 기업의 대부분이 대기업이라는 점은 우리에게 시사하는 바가 큼니다. 아직 중소기업은 디자인

개발의 그 중요성을 알면서도 과감하게 투자하기엔 여건이 만만치 않은 것입니다. 이는 그 부족한 부분을 정부와 국민 모두의 관심으로 채워주어야 함을 의미합니다.

디자인 산업에 대한 지원은 단순히 개별분야에 대한 혜택을 의미하는 것이 아닙니다. 융합은 지금 미래산업을 이끌 가장 중요한 테마로 자리매김하고 있으며, 융합에 필연적으로 따르게 되는 ‘개방’과 ‘표준화’의 과정에서 제품의 성패를 가르는 것은 바로 차별화 가능한 ‘핵심부분’이고, 디자인은 바로 독창성과 창의성이 다른 어느 분야보다도 강조되는 분야라는 점에서 그 중요성이 과거에 비해 훨씬 커질 것으로 예상됩니다. 요컨대 디자인산업의 경쟁력 강화는 전산업에 걸쳐 성과를 증진시킬 수 있는 유효한 수단이 되는 것입니다.

오늘 토론회는 이처럼 중요한 디자인의 산업적 가능성을 지원하기 위해 우리가 어떠한 점을 생각해 보아야 할지에 대해 의견을 나누는 자리입니다. 앞으로 더욱 중요한 역할을 할 디자인 산업에 대해 우리의 시스템은 아직 과거에 머물러 있지는 않은지, 디자인 업계가 창출하는 가치에 대해 정당하게 평가할 바탕이 마련되어 있는지, 그리고 그 외에 어떤 점들이 고려되어야 할지에 대해 각계 여러분의 다양한 의견을 수렴하고자 합니다.

이번 토론회에서 제시된 의견이 앞으로 디자인산업 관련 정책에 최대한 반영될 수 있도록 국회와 관계기관을 통해 노력을 아끼지 않겠습니다. 참석해주신 관계자 여러분께서도 이번 행사가 일회성에 그치지 않도록 앞으로 지속적인 관심과 지원을 해 주시길 부탁드립니다.

오늘 행사에 참석해주신 내외 귀빈 여러분께 다시 한 번 감사의 말씀을 드리며, 여러분 모두의 가정에 건강과 행복이 가득 하시길 기원합니다. 감사합니다.

2010년 2월 11일

축사

국회의장 김형오

한나라당 대표최고위원 정몽준

한나라당 원내대표 안상수

국회 지식경제위원장 정장선

지식경제부 장관 최경환

국회의장 김형오



문화의 세기의 핵심키워드인 디자인산업의 새로운 지평을 모색하는 “디자인산업의 경쟁력 강화를 위한” 정책토론회의 개최를 진심으로 축하합니다. 뜻 깊은 행사를 주최해주신 배은희 의원님, 그리고 수고하신 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

금융위기로 촉발된 세계적 경제한파에도 불구하고 우리 경제는 빠르게 정상국면으로 회복하고 있습니다. 그러나 유럽발 PIIGS의 재정위기, 유가·원자재가·환율 등 대외여건 등 아직까지 불안요소들은 남아있습니다. 세계가 신경제질서로 재편되는 대전환기에서 글로벌 위기를 도약의 기회로 만들기 위해 각국은 녹색산업에서 새로운 성장동력을 찾고 있습니다. 그리고 녹색 패러다임의 신성장엔진으로 디자인산업의 가치에 주목하고 있습니다.

요즘 디자인이 대세입니다. 'made in'보다 'designed by'가 각광받고 있습니다. 세계적인 굴지의 기업들도 디자인경영을 선포, 세계적인 디자이너를 CEO로 영입하고 있습니다. 정치, 경제, 사회, 문화, 스포츠에 이르기까지 디자인을 논하지 않는 분야가 없습니다. 타 산업보다 고용유발효과, 부가가치창출효과가 월등히 높은 창조산업이기 때문에 선진국은 디자인산업 육성에 심혈을 기울이고 있습니다.

아직까지 국내 디자인산업은 갈 길이 멍니다. 디자인 산업에 대한 인식조차 걸음마 단계입니다. 그러나 최근 공공디자인이 급격히 부각되면서 행정부처, 지자체, 기업들은 브랜드 가치와 이미지 제고를 위해 디자인산업에 공을 들이고 있습니다. 아울러, 미술관 하나로 죽어가던 도시가 살아났다는 소위 ‘빌바오 신드롬’은 디자인의 산업적 가치에 대한 사회적 인식을 확대시켰습니다.

그리고 오늘 각계의 전문가들이 한데 모여 디자인산업을 육성·강화하기 위한 실질적인 방안을 찾는 토론회가 마련됐습니다. 대단히 소중하고 의미 있는 자리가 아닐 수 없습니다. 심도 있는 논의와 토론을 통해 ‘디자인 강국’으로 도약하는 비전과 실천전략이 수립될 수 있기를 바랍니다.

아무쪼록 오늘의 토론회가 디자인산업 경쟁력을 강화하는 정책과 과제를 점검해 보는 자리가 되길 바라며, 우리의 산업경쟁력 강화에 디자인이 보다 큰 역할을 하는 기틀을 마련하는 계기가 되길 기대합니다. 토론회의 성공적인 개최와, 참석하신 모든 분들의 건강과 행복을 기원합니다.
감사합니다.

2010. 2. 11.

한나라당 대표최고위원 정몽준



안녕하십니까. 한나라당 대표최고위원 정몽준입니다.

배은희 의원님 주최로 “디자인 산업의 경쟁력 강화를 위한 정책토론회”가 개최되어 매우 기쁘게 생각합니다. 디자인산업 발전을 위해 오늘 토론회를 준비하신 발제자와 토론자를 비롯한 여러분 모두에게 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

과거 그 어느 때보다 창의력의 중요성이 강조되는 시대입니다. 종래의 산업을 답습하는 것만으로는 더 이상 성장의 가능성을 기약할 수 없습니다. 창의력을 바탕으로 한 이른바 ‘창의 사업’의 힘이 없이는 도약을 꿈꿀 수 없는 시대가 되었습니다.

디자인은 이러한 창의의 영역에서 핵심적인 역할을 하고 있습니다. 디자인이야말로 창의력이 꼭 필요한 분야이기 때문입니다. 단순히 예술의 영역, 혹은 제품의 장식적 역할 정도에 머물렀던 과거에서 이제 제품의 구조, 더 나아가 그 패러다임에도 깊숙이 관여할 정도로 디자인의 중요성은 갈수록 커지고 있습니다. 현대사회에서 디자인은 이미 산업의 중요한 축으로서 기능하고 있는 것입니다.

이처럼 디자인이 중요한 역할을 함에도 불구하고 우리의 디자인 관련 제도는 아직 고쳐야 할 점이 많습니다. 디자인의 산업적 측면에 대한 고려, 그리고 디자인을 업으로 삼는 분들에 대한 산업적 지원 면에서 더 나은 대안을 모색해야 하는 시점입니다.

다행히 오늘 배은희 의원님 주최로 앞서 말한 점들에 대해 진지한 의견을 나눌 수 있는 자리가 마련되었습니다. 이번 토론회를 통해 업계와 관계자 여러분들의 생

생한 의견이 수렴되기를 바랍니다. 오늘 제시된 의견이 단지 일회성으로 그치지 않도록 당정의 힘을 모아 지원할 수 있는 방안을 마련하는데 최선의 노력을 다하겠습니다.

다시 한 번 토론회의 성공적인 개최를 기원하면서, 자리에 함께 하신 모든 분들에게 건강과 행운이 가득하기를 빕니다. 감사합니다.

2010. 2. 11.

한나라당 원내대표 안상수



「디자인 산업의 경쟁력 강화를 위한 정책 토론회」의 개최를 진심으로 축하드립니다. 뜻 깊은 자리를 마련해주신 배은희 의원님과 국회의원 연구모임 ‘선진정치경제포럼’ 소속 의원 여러분께 감사의 말씀을 전합니다.

오늘날 우리는 ‘시각 문화’의 시대를 살고 있다고 해도 과언이 아닐 것입니다. 여러 감각들 중에서도 시각을 통한 체험이 우리 삶에 절대적인 영향력을 행사하고 있습니다. 이러한 사회의 흐름 속에서 디자인 산업이 갖는 중요성과 파급효과는 그만큼 큼니다.

디자인 산업의 발전은 산업 전반에 혁신을 불러일으키고, 산업의 혁신은 곧 국가 경쟁력의 강화로 이어질 수 있습니다. 그러나 아직까지 디자인이 가진 잠재력과 가능성을 발휘하기에는 우리 사회의 법·제도적 기반이 충분하지 못한 상황입니다.

디자인 산업을 우리나라 핵심 산업으로 육성하는 것은 국가 이미지와 경쟁력 제고를 위해서도 꼭 이루어야 할 과제입니다. 오늘 토론회가 이러한 분위기를 조성하고 기반을 마련하는 소중한 자리가 되기를 기대합니다.

대한민국의 선진화를 이루기 위해 늘 애쓰시는 많은 분들께 진심으로 감사드리며, 여러분의 가정에 늘 건강과 행복이 함께하기를 기원합니다.
감사합니다.

2010. 2. 11.

국회 지식경제위원장 정장선



“디자인 산업의 경쟁력 강화를 위한 정책토론회”의 개최를 축하드립니다. 오늘 귀중한 자리를 마련해 주신 배은희 의원님, 그리고 디자인산업 발전에 관심을 가지고 이 자리에 참석해주신 각계 귀빈 여러분께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

“같은 값이면 다홍치마”란 속담이 있습니다. 사실 디자인과 산업은 이처럼 오래 전부터 서로 관계를 맺어 왔던 것입니다. 반면 지난날 디자인이 산업계에서 그리 큰 비중을 차지하지 못했던 것 또한 사실입니다.

그러나 현대에 와서 디자인은 점점 그 중요성을 더해가고 있습니다. 뿐만 아니라 공공의 영역에서도 마케팅과 홍보의 측면이 강화되면서, 이제 디자인은 산업의 차원을 넘어 국가브랜드 측면에서도 큰 몫을 하게 되는 수준에 이르렀습니다.

이처럼 디자인의 산업적 가능성이 그 경계의 구분을 초월한 지금, 디자인은 단지 문화의 측면에서만 바라볼 수 없는 성격을 지니게 되었으며, 이제 산업의 중요한 축으로서 그 지위를 다시금 자리매김할 때가 되었습니다.

그러나 현재의 법·제·제도적 바탕에서는 이와 같은 산업적 측면에 대한 발전을 도모하기에 어려움이 많습니다. 하나의 산업으로서 진흥안을 마련하고 업계 종사자의 권익을 확보하는 데에 지금의 환경으로는 부족한 점이 한 두 가지가 아닙니다.

오늘의 토론회는 이와 같이 부족한 점들에 대해 근본적인 대책안은 어떤 것들이 있는지 서로 의견을 나누는 자리입니다. 이번 “디자인 산업의 경쟁력 강화를 위한

정책토론회”를 통해 만족스런 대안이 마련되기를 진심으로 기원합니다.

토론회를 준비하기 위해 수고하신 분들 모두에게 감사의 말씀을 드립니다. 오늘 토론회가 디자인업계 종사자 여러분들이 진정으로 원하는 정책 도출에 큰 역할을 할 것을 믿어 의심치 않으며 다시 한 번 토론회의 성공적인 개최를 기원합니다. 감사합니다.

2010. 2. 11.

지식경제부 장관 최경환



이 자리를 마련해주신 배은희 의원님, 그리고 참석해주신 선진정치경제포럼의 의원님과 디자인계 여러분, 글로벌 경기침체로 어려움을 겪고 있는 디자인산업분야 전반에 활력을 불어 넣고자 마련된 디자인산업 경쟁력강화를 위한 정책토론회 개최를 진심으로 축하드립니다.

특히, 디자인산업 발전을 위해 입법과 정책개발 등 다양한 방법으로 힘써주시는 배은희 의원님께 깊은 존경과 감사의 말씀을 드립니다.

존경하는 내빈 여러분!

얼마 전 한국을 다년간 미래학자 ‘다니엘 핑크’는 오늘의 세계는 ‘하이테크(High-Tech)’가 ‘하이컨셉(High-Concept)’과 ‘하이터치(High-Touch)’에 밀려나는 융복합의 시대라고 강조했습니다. 기술로 시장을 독점하던 시대가 지나고, 디자인과 예술, 감성을 아우르는 창의적 디자인이 기업과 국가의 경쟁력을 결정짓는 핵심 요소로 부상하고 있는 것입니다.

또한, 세계는 제조업뿐만 아니라 서비스, 문화, 환경, 교육에 이르는 모든 분야에 디자인혁신을 통한 새로운 부가가치 창출에 뛰어 들고 있습니다.

특히 앞으로 펼쳐질 ‘저탄소 녹색성장’의 시대에는 디자인에 지속가능한 친환경적 개념을 담아내는 노력이 더욱 중요해질 것입니다.

이렇듯 디자인의 중요성이 더욱 커질수록, 디자인을 둘러싼 세계 각국의 경쟁이 보다 치열해질 것입니다.

그러나 우리산업의 미래를 주도해 나가야 할 디자인산업의 형편은 그다지 낙관적이지 않습니다. 지난 연말 발표된 산업디자인 통계조사 보고서에 따르면 금년에 매우 어려운 상황을 맞이하게 될 것으로 예상되고 있습니다.

디자인산업 규모는 2006년 6.8조원에서 2008년 5.2조원으로 큰 폭으로 축소되었습니다. 디자이너 취업률, 정규직 취업률, 평균근속연수 등 주요 고용지표 또한 크게 악화된 것으로 나타났습니다. 더욱이 향후 5년 이내 채용계획을 가지고 있는 기업은 전체의 2.6%에 불과하여 취업 전망 또한 매우 어둡습니다.

존경하는 의원님 그리고 이 자리에 함께하신 디자이너 여러분!

2010년 이명박 정부의 첫 번째 국정과제는 경제를 살리는 것입니다. 그리고 그 핵심은 일자리를 만드는 것입니다. 특히 디자인산업은 고용창출 효과가 큰 지식산업으로 당면한 실업률 해소를 위해서 모두가 지혜를 모아가야 할 때입니다.

정부는 디자인산업 수요기반 확충을 위해 적극적인 부양정책을 발굴하여 추진하는 한편, 디자이너의 고용확대를 촉진하는 방향으로 정부의 지원사업을 재편해 나가겠습니다.

R&D 사업비를 디자인 개발에 사용할 수 있도록 금년 중 정부R&D 운영규정 개정하여, 2012년까지 디자인 투자를 R&D예산 대비 1%인 연간 약 1천억 원 수준으로 확대해 나가겠습니다.

신진 디자이너가 선호하고 산업비중이 지속적으로 증대되고 있는 디자인 전문회사의 고용역량 확충을 위해 연간 200억원 규모의 디자인 전문회사 역량강화사업 신설을 적극 추진하겠습니다.

제조업을 중심으로 한 일반기업의 디자이너 고용의지가 극히 저조한 것으로 나타나 1인 창조기업 활성화 방안마련이 시급합니다. 사업자 등록, 전문교육, 지적재산권, 홍보 및 온오프라인 거래 등을 종합적으로 지원할 수 있는 1인 창조기업지원 프로그램을 마련해서 추진해 나가겠습니다.

또한 디자인 인력의 양적 확대보다, 학제간 융합교육 및 실무중심의 커리큘럼운영 지원 등을 통해 산업계 수요에 부응하는 인재양성에 힘써나가는 한편, 디자인권 보호 범위 확대, 디자이너 권리보호강화 및 디자인 비즈니스의 활성화를 위한 제도적 기반 확충에도 만전을 기해 나가겠습니다.

끝으로 오늘 정책토론회가 디자인산업 발전을 위한 법작제도적 기반을 마련하고 디자인의 가치와 중요성을 확산시켜 나가는 소중한 계기가 되기를 희망합니다.
감사합니다.

2010. 2. 11.

디자인산업의 현황 및 발전방향

이 영 선 한국디자인진흥원 사업본부장

목차	I. 디자인산업의 중요성 및 최근 동향 -----	19
	1. 디자인 및 디자인산업의 개념	
	2. 디자인산업의 중요성 및 최근 동향	
	II. 우리나라 디자인산업의 현황과 평가 -----	23
	1. 디자인산업 현황	
	2. 평가	
	III. 1~3차 디자인 종합계획 평가와 향후 정책방향 -----	26
	1. 1~3차 디자인진흥 종합계획의 추진성과 및 평가	
	2. 향후 정책방향	

I. 디자인산업의 중요성 및 최근 동향

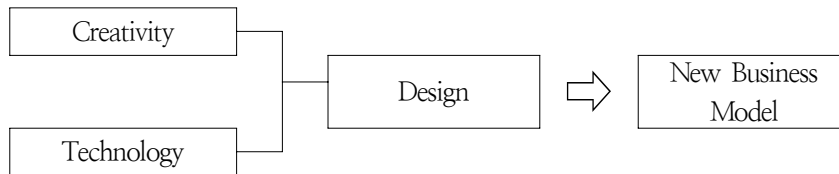
1. 디자인 및 디자인산업 개념

- 디자인은 전통적으로 심적 계획(mental plan)을 실행키 위한 지적 조형 활동을 의미
 - 전통적 디자인개념은 외관상의 심미성을 중시, 결과물의 유형에 따른 디자인분류를 채택

〈산업디자인진흥법상 디자인 분류〉

산업디자인			
제품디자인	시각디자인	환경디자인	포장디자인
·생활용품, 의복 ·가전제품, 차량	·CI, 광고, 포장 ·출판, 영상	·건축, 인테리어 ·도시, 조경	·제품포장 ·식품 포장

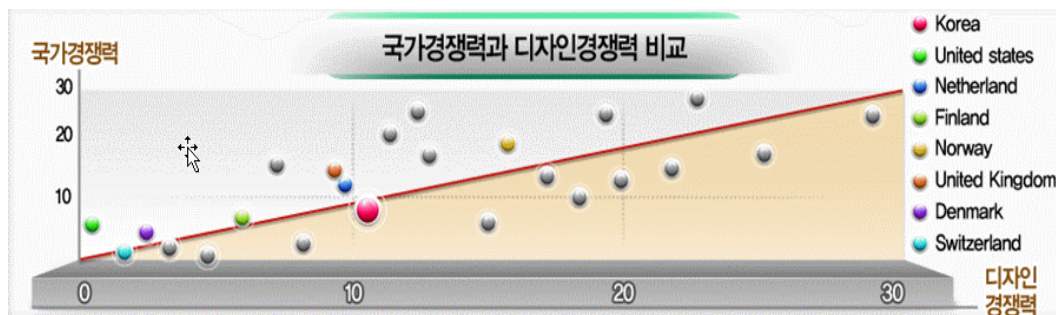
- 최근 창의성과 기술을 결합, Business 구체화에 필요한 문제해결수단으로서의 디자인 개념이 대두
 - 최근 디자인개념은 결과의 심미정보다는 창의적인 아이디어와 결과를 도출하는 과정과 방법론을 중시



- 디자인산업은 생산자(디자이너, 디자인기업)로부터 전달자(기업, 정부)가 디자인을 구매하여 제품, 서비스에 적용한 후 소비자에게 판매하는 구조
 - 최근 디자인의 패러다임 전환(조형활동 → 문제해결)에 따라 정부 등 공공기관의 디자인전달자 역할이 증가하는 추세

2. 디자인산업 중요성 및 최근 동향

- 감성경제 도래, 정보화 촉진 등에 따라 국가의 디자인역량은 사회적 자본으로서 국가경쟁력과 비례
 - 제조업, 건설업 및 서비스업 등 타 산업 발전에 기여도가 높으며, 자동차, 조선, 반도체 등 주력산업에 비해 부가가치율이 높음
 - * 부가가치율(2006): 디자인 42.9% 영화 및 연예 39.3% 반도체 31.6% 섬유 21% 자동차 17%



- 선진국은 사회문제 해결을 위해 디자인을 공공분야에도 적극 활용하는 국가차원의 디자인프로젝트 추진
 - * 英 Dott 2007 : 에너지효율향상, 의료사고감소 등 디자인과 공공서비스 혁신을 접목
- 기능, 품질 외에 신분가치(Status Value), 창조적 제품의 중요성이 부각됨에 따라 디자인이 기업 경쟁력의 핵심으로 대두
 - 최근 디자인이 외관꾸미기에서 경영전략으로 격상됨에 따라, 디자인이 가치사슬 전반을 매개하는 디자인경영이 기업-공공부문에 확산
 - 국내·외 글로벌기업도 CDO(Chief Design Officer)를 임명하는 등 전사적 디자인경영에 주력한 결과 높은 경영성과 실현

* 삼성전자(조 원) :

82(2004) → 85(2006) → 100(2007) → 121(2008) → 136(2009)

* 영국의 경우 디자인 역량이 높은 기업들(British Airways, EMI Group 등)의 주가지수가 FTSE 100대 기업 대비 약 200% 수준의 초과 상승을 시현

- 국내 중소기업도 디자인개선으로 매출 및 해외시장점유율 대폭 상승
 - 2005~2007 디자인개발사업 참여업체(923개) 중 성공업체(650개)의 디자인수준 및 국내외 시장점유율이 증가

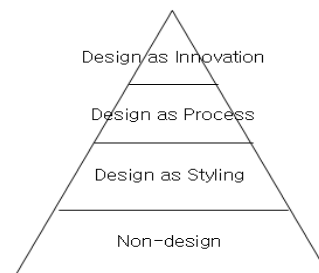
* 디자인수준(100점 만점) : (개발 전) 47.6점 → (개발 후) 76.7점

* 시장점유율(국내/해외,%) : (2006) 29.8 → (2007) 30.8 / (2006) 5.1 → (2007) 12.2

□ 디자인 활용방식의 고도화 진전 : Styling → Innovation

- 90년대 후반부터 기업의 디자인 활용방식이 낮은 단계(Design as Styling)에서 높은 단계(Design as Innovation)로 고도화

〈 디자인 활용방식의 계층적 구조 : 디자인 사다리 〉



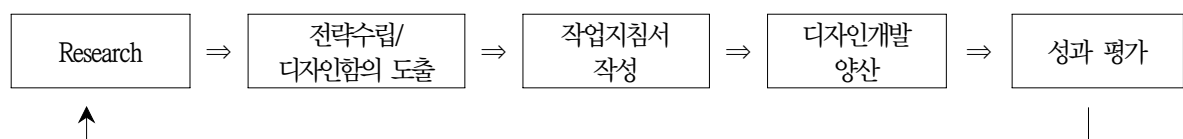
* 디자인 사다리(Design Ladder) : 덴마크디자인센터는 디자인에 대한 기업의 태도에 따라 기업의 디자인 활용 성숙도를 4단계로 구분

- 글로벌 기업들은 디자인성과의 계량화, 기업 경영전략과 디자인개발의 결합 등 체계적인 디자인경영시스템 구축을 추진 중

〈 글로벌기업의 디자인 경영체제 구축 사례 〉

□ 디자인기업 영업범위가 개별제품의 디자인개선용역에서 경영전반에 대한 컨설팅, 제조-유통기업과의 협업 등으로 다양화

- 트렌드, 사용성 테스트 등의 조사, 전략수립, 디자인 컨셉 도출 등을 일괄 수행하는 종합디자인(Total Design)컨설팅 업체가 빠른 성장



* 해외 주요 Total Design 서비스업체 : (美)IDEO, (獨)Fitch, (英)텐저린 등

- 디자인전문기업, 제조업체, 유통업체가 신제품 개발에 공동투자(자금, 인력)하여 투자수익을 공유하는 사업모델 출현

* 나텔레콤(디자인)·시큐어빅서스(R&D, 생산)·한누리비즈(유통)는 네비게이션을 공동투자·개발하여 투자수익을 분배

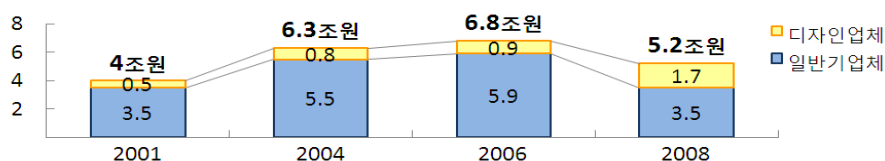
□ 디자인교육도 미술교육에서 벗어나 공학·경영과의 융합 추세

- 디자인 활용방식 고도화, 적용범위 확대 등은 디자이너와 디자인기업에 대해 높은 수준의 학제적 역량, 컨설팅 역량을 요구
 - 美 스탠포드, 日 쓰구바 대학 인간총합학과 등에서 다학제적 교육 및 프로젝트 위주의 교육방식 시도
 - * 美 스탠포드 D-school : 공학·경영학과 융합 및 디자인업체와 연계된 교육모델 운영
 - * 일리노이 공대(미): 경영대학과 함께 이중학위 제도 도입
 - * 핀란드 디자인종합대학: Design Innovation and Business Training Center 설립
 - 커리큘럼 설계시 「시장분석→ 디자인개발→ 제품개발→ 판매」 전 과정에 대한 체험형 학습 지향

II. 우리나라 디자인산업 현황과 평가

1. 디자인산업 현황

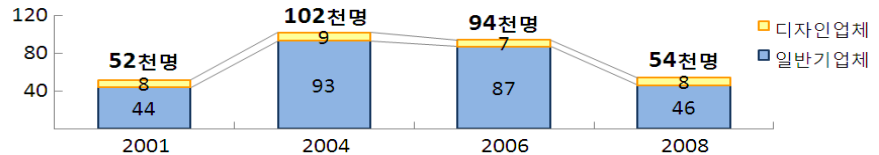
□ (투자) 최근 경기침체로 인한 기업의 디자인 투자 위축으로 디자인산업 규모가 2006년 6.8조원에서 2008년 5.2조원으로 23.5% 축소



□ (고용) 전국 240여개의 대학에서 2007년 24천명의 디자인 전공자가 배출되었으며 졸업생의 54.2%(13천명)가 전공분야에 취업

* 국가별 배출현황 : 英 19천명(2007), 美 38천명(2003), 日 28천명(2004), 獨 4천명(2006)

○ 일반기업·전문디자인업체 등 디자인산업 부문의 전체 디자이너 고용규모는 2008년 54천명으로서 2001년 수준으로 급감



□ (수출) 국내 전문디자인업체의 디자인 수출은 2006년 75억원으로서 해외 아웃소싱을 통한 국내기업의 디자인 도입비용 243억원에 비해 저조

* 전문디자인업체의 수출은 연간 매출액 8,848억원의 0.8%에 불과한 수준 (2006기준)

□ (디자인 경쟁력) 기업들의 관심과 투자 증대 및 정부의 적극적인 디자인진흥정책의 결과, 2005년 14위에서 2007년 9위로 상승

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
2005년	일본	미국	독일	스위스	덴마크	프랑스	핀란드	스웨덴	벨기에	오스트리아	영국	이스라엘	네덜란드	한국	대만
2007년	독일	스위스	일본	스웨덴	덴마크	오스트리아	미국	핀란드	한국	프랑스	네덜란드	벨기에	영국	이스라엘	싱가포르

* 출처 : University of Art and Design Helsinki, Global Design Watch 2008

* 뉴질랜드 경제연구소에 따르면, 2002년 한국의 디자인경쟁력은 25위

* 주요국가 순위 : 핀란드(1위), 미국(2위), 독일(3위), 프랑스(4위), 일본(5위)

2. 평 가

□ 중소기업의 디자인 투자 및 디자인 효과 경험 미흡

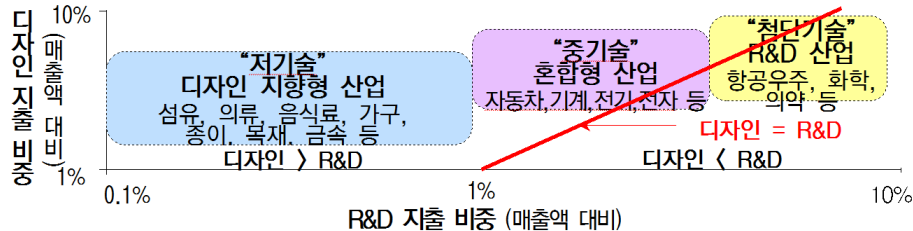
○ 글로벌기업은 디자인을 단순 외형개선이 아닌 기업경쟁력을 좌우하는 혁신 수단(Design as innovation)으로 활용, 투자를 확대하는 추세

* 애플사는 디자인혁신(iPod, iBook 등)을 통해 2007년 매출이 2003년 대비 1.7배 증가

○ 반면, 일부 대기업을 제외한 대다수 중소기업은 기술R&D에 비해 디자인에 대한 인식·투자가 미흡

* 기업의 평균 디자인 투자금액(2008) : 대기업 57.1억원, 중소기업 1.3억원(대기업 대비 2.3%)

〈 영국 제조산업의 디자인·R&D투자 비교〉



□ 디자인기업의 글로벌 경쟁력 부족

- 협소한 국내 디자인시장(1.7조원*)은 25백여개의 전문디자인업체가 경쟁하는 공급과잉 상태로서 신규수요를 창출하기에는 역부족

* 전문디자인업체(2,493개)의 총 매출액이며, 기업당 평균매출액은 6.5억원(2008)

- 디자인기업간 과당경쟁이 디자인가격의 덩핑을 초래, 디자이너의 고용안정 확보·전문성 제고 등 성장잠재력 배양에 차질

* 디자인기업들은 과당경쟁에 따른 가격인하(42.6%)를 가장 큰 문제로 지적

- 트렌드, 리서치 등 디자인 기초기술 및 종합적 디자인 컨설팅 능력(Total Design Solution)이 선진국에 비해 크게 부족

- 해외사업을 수주한 실적이 있는 전문디자인업체는 전체의 2.8%(2006)로서 디자이너·전문업체의 해외시장 진출은 부진한 상황
- 장비, 정보 네트워크 공동 활용으로 One Stop Total 비즈니스 솔루션 제공을 위한 디자인 클러스터 구성이 필요

- 기업의 디자이너 교육투자도 일부 대기업을 제외하고는 취약

* 삼성디자인학교(SADI)는 실무중심 교육과정으로 취업률 90%이상 달성

- 특히 디자인기업의 경우 사내 교육기관 보유비율이 0.6%에 불과

* 사내 교육기관 비중 : 대만 : 41.2%, 英 20%, 日 6.9%, 한국 : 0.6%

□ 지역디자인산업의 성장기반 미흡

- 우수디자인업체의 수도권 집중화(77%)로 지방의 디자인수요를 수도권

에서 흡수, 지역디자인업체의 성장잠재력 미흡

- * 매출 2억 원 이상 디자인업체 865개 중 560개(64.7%)가 수도권에 분포(2006)

□ 산업현장의 수요와 인력 공급의 불일치

- 신진 디자이너가 연간 2만명 이상 배출되고 있으나 전체 고용규모는 5.4만명(2008)에 불과, 디자인산업의 인력수급 불균형이 심각한 상황
 - * 디자인의 특성상 1인 스튜디오 형태(프리랜서)가 가능함에도 1인 스튜디오의 창업·마케팅·거래 등 비즈니스 지원체계 부재
 - * 영국의 경우 전체 디자이너 185,500명의 25.6%인 47,400명 프리랜서로 활동(2005)
- 디자인학과 대부분은 예술대학 소속으로 정형화된 디자인교육에 치중, 업계 수요에 부응한 인력공급은 미흡
 - 3D 등 신기술 교육 미흡, 공학·경영학 등 인접학문과의 연계 부족, 공대기반 디자인과 부족 등이 원인
 - 다만 최근 정부와 대학의 노력으로 공대기반 학과 및 기업자체 디자인 교육기관 설립 등으로 점차 다원화되는 추세
 - * 국내 공대기반 디자인학과 : KAIST(산업디자인), 한국기술교육대·동국대(디자인공학) 등
- GUI, 마케팅, 트렌드 등 디자이너에게 필수적인 비전공분야에 대한 교육 기회 미흡이 디자인 경쟁력 약화를 초래
- 지역별·분야별로도 업계수요(수도권, 제품디자인)와 인력공급(지방, 시각디자인)간 불일치 발생
 - * 삼성전자, LG전자 등은 자체 디자인인력양성프로그램 운영 중

□ 국가브랜드에 기반한 디자인전략 미흡

- [지식기반경제 촉진] 및 [수출경쟁력 고도화]를 위해서는 국가 소프트 자산(국민성·전통 등)과 경제활동間 연계가 중요
 - 한국의 경우 글로벌시장에서의 국가브랜드 저평가로 인해 제조업, 서비스업 전반에서 국내기업 불이익 발생(Korea Discount)
 - * 덴마크 : [15년까지 덴마크 국가브랜드 세계 10위 달성을 위해 민관공

동의 국가브랜드 관리계획 추진(18개 사업에 412백만 DDK(865억 원) 투자)

Ⅲ. 디자인진흥 정책평가와 향후 정책방향

1. 디자인진흥 정책 성과 및 평가

1) 디자인 발전기반 구축

□ 추진성과

- Korea Design Center 신축(1997~2001), DIC(2000~2009) 및 RDC(2002~2007) 등 디자인진흥정책 추진을 위한 물적 토대 구축을 완료
 - * RDC(설립일/개원일): 광주(2005.9/2006.3), 부산(2006.6/2007.4), 대구(2006.11/2007. 12)
- 첨단 디자인장비를 갖춘 디자인혁신센터(DIC) 30개를 구축, 지역밀착형 기업지원 및 인력양성 추진(2000~2006)
- 제1차, 2차 정보인프라사업을 통해 designDB.com을 구축, 디자인 관련 지식과 정보의 효율적 생산과 공급이 가능

□ 평가

- RDC, DIC로 전국적인 디자인 지원체제를 구축했으나, 산업적 활용 및 산학연계 기능이 취약
 - DIC의 경우 주로 대학에 설치되어 기업들의 접근성 문제로 인해 기구축된 디자인장비의 활용도가 미흡
 - RDC의 경우 지역디자인산업 활성화를 위한 거점역할 보다는 디자인정책의 집행역할에 차중
- 정보인프라의 경우 현재는 정보와 지식의 전달기능 위주로 추진되어 업체 홍보, 시장정보유통 등 산업지원기능은 미흡
 - * 주요 제공정보 : 해외 디자인 동향, 디자인 공모전 정보, GD수상제품 소개

2) 기업 및 공공부문의 디자인개발능력 제고

□ 추진성과

- 1994 ~ 2007년까지 총 9,514과제를 지원, 이 중 7,170과제가 상품화 (71.3%)에 성공함으로써 기업의 신상품개발을 촉진
- 이를 통해 기업매출 6조4백억 원 증대, 수출 4조9백억 원 증대 및 고용 59천 명 창출 효과를 실현

〈 디자인개발지원사업 추진실적 〉

(단위 : 억 원, 건수)

구분	혁신기술		세계일류		기반기술		소재표면		포장기술		공공디자인		선행디자인		디자인문화 확산		디자인창업		합 계	
	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수	사업비	과제수
1994	30	391	-	-	-	-	-	-	-	155	-	-	-	-	-	-	-	-	30	546
1995	55	580	-	-	-	-	-	-	-	168	-	-	-	-	-	-	-	-	55	748
1996	60	670	-	-	-	-	-	-	7	187	-	-	-	-	-	-	-	-	67	857
1997	75	1198	-	-	20	17	-	-	10	167	-	-	-	-	-	-	-	-	105	1,382
1998	65	1016	-	-	10	15	-	-	5	80	-	-	-	-	-	-	-	-	80	1,111
1999	56	498	-	-	10	14	-	-	8	91	-	-	-	-	-	-	-	-	74	603
2000	81	585	-	-	10	13	-	-	10	65	-	-	-	-	-	-	-	-	101	663
2001	100	646	-	-	15	22	-	-	15	45	-	-	-	-	-	-	-	-	130	713
2002	105	717	-	-	15	18	-	-	10	43	-	-	-	-	-	-	-	-	130	778
2003	98	611	5	13	17	10	-	-	10	51	-	-	-	-	-	-	-	-	130	685
2004	71	411	9	15	10	11	10	10	10	54	-	-	-	-	-	-	-	-	110	501
2005	66	413	15	17	8	5	15	15	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	105	453
2006	68	306	30	28	7	4	15	16	-	-	10	7	-	-	-	-	-	-	130	361
2007	-	-	18	27	14	5	9	7	-	-	71	51	3	2	5	21	-	-	130	113
계	930	8,042	77	100	136	134	49	48	86	1,109	81	58	3	2	5	21	-	-	1,377	9,514

- 많은 디자인 성공사례를 도출하여 기업의 자발적 디자인투자 촉진

〈 디자인개발 성공사례 〉

◇ (주)디토정보기술의 디지털 Door Lock 디자인

- 도어록에 버튼과 전자키 방식을 추가, 매출과 수출이 획기적으로 증가
- * 매출/수출 : (2004) 15억 원/ 10만 불 → (2006) 70억 원/ 57 만 불

◇ 잘만테크의 홈시어터 PC 케이스 디자인

- PC케이스에 오디오 케이스 디자인을 결합시켜 고가시장 공략에 성공
- * 매출/수출 : (2005) 5억 원/ 45만 불 → (2006) 25억 원/ 231 만 불

◇ (주) SIN&G의 유리판무의 성형기법(표면처리기술) 개발

- 도장기법을 뛰어넘는 유리판성형기법을 개발, 고품격 냉장고에 적용
- * 매출/수출 : (2005) 42억 원/ 없음 → (2006) 150억 원/ 6 만 불

□ 평가

- 디자인개발지원을 통해 참여업체의 디자인수준이 1994년 디자인선진국의 60%에서 2007년 80%로 향상
- 공공디자인개발사업과 디자인소재·표면처리개발사업이 개발에 따른 디

자인수준 향상효과가 큰 사업으로 조사

〈 개발지원에 따른 디자인수준 향상(2005~2007년) 〉

(단위 : 점)

	개발 전 평균	개발 후 평균	증 감
디자인혁신기술	46.7	75.5	28.8
시계일류미래유망상품	54.2	80.6	26.4
디자인기반기술	60.0	80.0	20
디자인소재표면	51.2	83.6	32.4
공공디자인개선	46.6	79.5	32.9

- 또한 디자인개발사업을 통해 참여업체의 매출 및 고용이 크게 증가함으로써 산업 경쟁력 제고에 기여
 - 2005 ~2007년까지 디자인기술개발사업을 통해 업체당 평균매출액과 수출액이 58.1%, 89.4% 증가하고, 고용은 18.3% 증가
 - * 업체당 평균 34백만 원을 디자인에 투자하여 매출은 26배, 수출은 16.3배 증가
 - * 디자인투자에 따른 고용변화 : 디자인 개발전 44.7명 → 디자인개발 후 52.9명

〈 디자인개발에 따른 기업경영성과 변화〉

(단위 : 백만 원)

구 분	개발 전	개발 후	증감	증감율
매출액	1,548.8	2,448.7	899.9	58.1%
수출액	762.6	1,444.2	681.6	89.4%
고 용	44.7명	52.9명	8.2명	18.3%

* 대상 : 디자인기술개발사업에 참여한 923개 기업 중 650개 응답기업

- 다만, 디자인을 제품의 외형개선 문제로만 인식, 先기술개발·後디자인개발현상을 초래하고, 경영성과 제고효과도 미약
- 아울러 산업계 수요, 만족도 및 파급효과 등을 고려하여 디자인개발사업의 세부사업간 적절한 지원비중 조정이 필요

3) 디자인산업 수요확대 및 공급능력 고도화

□ 추진 성과

- Good Design제도, 디자인대상 등을 통해 디자인 투자에 대한 긍정적 인식을 확산
 - 기업의 우수디자인상품 개발 촉진 및 소비자들의 디자인 인식 제고를 위해 GD마크 부여(2003~2006년까지 1,759개 선정)

* 연2회 선정하고 있으며, 해외 주요국과 상호인증 등을 지속 추진

○ 디자인투자 세액공제, 디자인 석사학위자 병역특례 등 디자인투자자에 대한 제도의 인센티브 도입

○ 산업디자인전문회사 제도, 우수디자인전문회사 선정 등을 통해 디자인전문회사의 양적 증가에 성공

* 등록 디자인전문회사(개) : (1992) 1 → (1997) 132 → (2002) 532 → (2007) 1,121

○ 디자인전공생의 현장적응력 제고를 위해 실무전문교육 실시

* 학점교류형산학협동프로젝트사업(2006): 13개 기업, 11개 대학, 208명 참여

□ 평가

○ 현장 맞춤형 교육프로그램 도입으로 디자인교육제도를 산업현장형으로 전환, 디자이너와 디자인기업 해외 진출을 지원

* 현장실습학점인정사업 참여대학 46개大 중 37개大(80%) 현장실습과목 개설

* 차세대디자인리더, 해외선진기관워크숍 사업 추진

* 해외 유명 디자인 박람회 출품하여 공모전 수상 사례 증가

○ 디자인기업과 디자이너 배출의 양적 증가에도 불구하고, 세계적 디자인기업 육성 및 창의적 글로벌 인재의 양성을 위한 체계적 지원시책은 부족

4) 디자인의 산업적·사회적 중요성에 대한 인식 제고

□ 추진 성과

○ 디자인 진흥대회, Design Korea 개최 등을 통해 「디자인산업 육성」이 국가적 Agenda로 부각

○ 산업디자인전람회, 디자인체험관 운영 및 공무원기업 대상의 디자인교육을 통해 디자인 인식제고

- 전국적인 디자인 붐 조성을 위한 [디자인행정매뉴얼] 보급(2007)

○ 세계 디자인총회 국내개최(2001), 국제 디자인워크숍 개최(2000~2002)

등 한국디자인의 위상제고에 기여

- [코리아국제포스터비엔날레] 격년 개최(2004년 44개국 2,112점 출품)
- 세계 각국의 디자인 진흥기관, 대학, 기업, 연구소와 교류 확대
 - * 2003~2007, 중국, 이태리, 호주, 싱가포르 등 4개국 6개 기관과 MOU 체결

□ 평가

- 디자인행사 및 전시회등을 통해 디자인 중요성에 대한 인식증대로 디자인 관련 보도가 증가 추세
 - * 종합일간지의 디자인관련보도(건) : (2000) 3,159→ (2006) 6,685
- 다만 국가브랜드 등 사회현안과 디자인간의 연계성이 다소 미흡하여 디자인에 대한 인식증대에 따른 파급효과 및 지속성이 부족
- 국제행사 등을 통해 한국디자인에 대한 해외의 관심이 집중되었으나, 기업간, 대학간 협력사례 도출 등의 유발효과는 미약

2. 향후 정책방향

□ 혁신·창의과정으로서의 디자인 활용 촉진

- 디자인을 혁신수단(Design as Innovation)으로 인식, 기업과 공공부문에서 디자인의 활용방식의 고도화를 추진
 - * 기업 : (현행) 제품개발과정의 일부 → (향후) 기업의 문제해결과정
 - * 정부 : (현행) 도시환경 개선수단 → (향후) 사회문제해결 수단

□ 디자인 신성장동력화 추진 및 시장창출 확대

- Green Design 등 전략적 분야에 대한 디자인R&D 지원 강화를 통해 디자인의 신성장동력화 및 디자인시장창출 확대 추진
- 기술과 디자인의 통합 R&D과제를 추진, R&D과제의 상품화율 제고와 기업의 경영성과 극대화를 유도

- 디자인기업을 다양한 유형별로 구분하여 기업특성에 따른 맞춤형 육성시책을 추진

□ 디자인 기반조성 강화

- 구축 완료된 RDC, DIC의 산업적 활용도를 제고하고, 디자인지식 제공 위주인 정보인프라에 산업지원기능을 추가
- 한국디자인에 대한 해외 인지도를 바탕으로 공동 프로젝트 등 기업간 국제협력과 교환학생 파견 등 대학간 국제협력을 활성화

□ 창의적인 디자인 인력 양성

- 산업현장 수요에 부응하는 디자이너 배출을 지원하고 디자인전문인력의 글로벌 경쟁력 강화에 주력
- 창의성 함양을 위한 디자인교육시스템의 근본적 변혁 추진

발제

산업디자인진흥법 현황 및 개정방향

최 환 용 한국법제연구원 연구위원

I. 관련 법제 현황 -----	35
1. 디자인관련 법제 현황	
2. 진흥법제 현황	
II. 산업디자인진흥법의 재개정 연혁 -----	41
1. 산업디자인진흥법 개정 연혁	
2. 발전적 개정사항	
3. 기능 약화적 개정사항	
III. 산업디자인진흥법의 내용과 문제점 -----	45
1. 구성 및 체계	
2. 정의 조항	
3. 산업디자인진흥종합계획	
4. 진흥정책 및 수단	
5. 인력양성 및 사업자 지원	
IV. 산업디자인진흥법 개정 방향 -----	49
1. 구성 및 체계	
2. 재원	
3. 산업의 디자인혁신 촉진을 위한 진흥사업의 체계 강화	
4. 디자인사업자의 업역 근거 명확화	
5. 디자인소비시장 확대	
6. 디자인보호제도 강화	

I. 관련 법제 현황

1. 디자인관련 법제 현황

우리나라의 디자인정책은 법적인 측면에서 두 가지 유형으로 분류할 수 있으며, 첫 번째 유형은 디자인 진흥 정책이며, 두 번째 유형은 디자인보호정책이다.

디자인 진흥과 관련된 법령으로는 지식경제부 소관의 「산업디자인진흥법」 과 문화체육관광부 소관의 「문화산업진흥기본법」, 「문화예술진흥법」, 국토해양부 소관의 「건축기본법」, 등이 있다.

◇ 디자인 진흥을 목적으로 하는 현행 법제

법 률 명	제 정 목 적
산업디자인진흥법	○ 산업디자인의 연구 및 개발을 촉진하고 산업디자인의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력 강화에 이바지함을 목적으로 함
문화산업진흥기본법	○ 문화산업의 개념에 산업디자인을 제외한 디자인 관련산업을 포함하고 있으나, 디자인 정책을 중점대상으로 한 법률이 아님
건축기본법	○ “건축디자인”을 정의하고 있으나, 건축물에 디자인을 응용하기 위한 법령으로 디자인 정책을 중점대상으로 한 법률이 아님

◇ 디자인 보호를 목적으로 하는 현행 법제

법 률 명	제 정 목 적
디자인보호법	○ 디자인의 보호 및 이용을 도모함으로써 디자인의 창작을 장려하여 산업발전에 이바지함을 목적으로 함

이 중 「산업디자인진흥법」이 디자인 진흥을 위한 모법이라고 할 수 있으나, 진흥의 대상인 디자인에 대한 영역이 확장되어 감에 따라 디자인과 관련된 사업이 부차별로 진행되고 있으며, 구체적인 사항은 다음 표와 같다.

구 분	지식경제부	문화체육관광부	국토해양부	행정안전부
근거 법률	산업디자인진흥법	-	건축기본법	-
관련 법률	·산업기술혁신촉진법 ·디자인보호법 ·무역거래기반조성에 관한법률 ·가맹사업진흥에관한법률	·문화산업진흥기본법 ·저작권법 ·문화예술진흥법	·경관법	·옥외광고물등 관리법
업무 영역	·산업디자인에 대한 정의 규정 있음 ·분야 명시 (제품·시각·포장·환경·기타)	·정의규정 없음 ·분야명시* (산업디자인을 제외한 디자인)	·건축디자인에 대한 정의 규정 있음 ·분야 없음	- · 광고물의 설치 기준에 디자인고려
주무부서	○ 신산업정책관 - 디자인브랜드과	○ 예술정책관 - 디자인공간문화과	○ 도시정책관 - 건축문화팀	○ 지역발전정책국 - 지역녹색성장과
직제 규정 (대통령령)	○ 성장동력실 - 디자인·브랜드산업 육성 시책의 수립·추진 - 산업디자인 전문 인력양성·정보화 등 기반구축 지원 - 산업디자인의 연구 개발 촉진	○ 문화예술국 - 한국디자인재단에 관련된 업무 ○ 교육문화교류단 (박물관 등 관장) - 전시디자인, 그 밖의 디자인에 관한 사항 ※ 문화컨텐츠산업실은 디자인업무 없음	○ 국토정책국 - 지속 가능한 도시 디자인정책의 수립 및 시행 ○ 주택토지실 - 신도시 공공디자인 제도 및 기준에 관한 사항	○ 지역발전정책국 - 옥외광고물 관련 법령 운용 및 옥외광고개선 종합대책 수립·추진 - 한국 옥외광고 센터 및 옥외광고 정책위원회 운영지원
직제 시행규칙 (부령)	○ 디자인브랜드과 - 디자인산업 육성 시책의 수립·추진 - 산업디자인 진흥에 관한 법령·제도의 연구·개선 - 디자인·브랜드의 기반 조성 및 개발 지원 - 디자인전문회사의 육성 - 디자인·브랜드 관련 정보화 및 국제협력 - 브랜드 육성시책의 수립·추진 - 고유 브랜드상품의 발굴·육성 - 국가 브랜드 강화와 관련된 사업의 추진 - 기업의 디자인 경영 및 브랜드 경영의 지원 및 확산 - 정부부처, 지방자치단체 및 공공기관의 디자인사업 기획 및 지원 - 디자인·브랜드·포장 관련 인력양성	○ 디자인공간문화과 - 공공시설물 등의 디자인 진흥에 관한 사항 ○ 전시팀 - 전시실 구성·연출 및 전시 홍보물 디자인에 관한 사항 - 전시 디자인에 관한 계획의 수립과 시행 ○ 디지털콘텐츠산업과 - 콘텐츠의 디자인 및 표준화에 관한 사항	○ 도시재생과 - 지속 가능한 도시 디자인정책의 수립 및 시행 ○ 건축문화팀 - 도시경관 향상을 위한 통합된 건축디자인에 관한 사항 - 건축디자인 등 건축의 국제경쟁력 향상에 관한 사항 - 건축디자인 시범사업 지원 등 건축문화진흥을 위한 재정지원 ○ 신도시개발과 - 신도시 공공디자인 제도 및 기준에 관한 사항	○ 지역녹색성장과 - 공공디자인 등 지역 생활공간 개선·지원
집행조직	한국디자인진흥원(특별법인)	디자인재단(재단법인)	국토연구원 부설 건축도시공간연구소	-

2. 진흥법제 현황

현행 법률 중 진흥에 관한 법률은 약 44개로 조사된다. 주요 내용은 아래 표와 같다.

주무부처(법률수)	법률명
교육과학기술부(10)	- 과학교육진흥법 - 기초과학연구진흥법 - 방사선 및 방사성 동위원소 이용진흥법 - 우주개발진흥법 - 비파괴검사기술의 진흥 및 관리에 관한 법률 - 핵융합에너지개발진흥법 - 도서벽지교육진흥법 - 산업교육진흥 및 산학협력촉진에 관한 법률 - 영재교육진흥법 - 학술진흥 및 학자금 대출 신용보증 등에 관한 법률
행정안전부(1)	- 소방산업진흥에 관한 법률
문화체육관광부(18)	- 관광진흥법 - 국민체육진흥법 - 도서관 및 독서진흥법 - 문화예술진흥법 - 박물관 및 미술관 진흥법 - 지방문화원진흥법 - 청소년활동진흥법 - 출판문화산업진흥법 - 게임산업진흥에 관한 법률 - 뉴스통신진흥에 관한 법률 - 문화산업진흥기본법 - 영상진흥기본법 - 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 - 음악산업진흥에 관한 법률 - 스포츠산업진흥법 - 잡지 등 정기간행물진흥에관한 법률 - 태권도 진흥 및 태권도공원조성에관한 법률 - 학교도서관진흥법

주무부처(법률수)	법률명
농림수산식품부 (5)	- 낙농진흥법 - 농촌진흥법 - 수목원조성 및 진흥에관한 법률 - 임업 및 산촌진흥촉진에관한 법률 - 식품산업진흥법
지식경제부 (7)	- 산업디자인진흥법 - 중소기업진흥 및 구매촉진에 관한 법률 - 소프트웨어산업진흥법 - 발명진흥법 - 엔지니어링기술진흥법 - 가맹사업진흥에관한 법률 - 고령친화산업진흥법
보건복지가족부(1)	- 보건의료기술진흥법
환경부(1)	- 환경교육진흥법
국토해양부(1)	- 항공운송사업진흥법

진흥법들 중 진흥을 위한 소요재원은 기금과 출연 및 단순 지원조항(국고보조포함)으로만 이루어진 3가지 경우가 있으며, 이중 단순지원조항으로만 구성되어 있는 법제가 가장 큰 비율(70.45%)을 차지하고 있다. 이는 법의 제정보다는 사업을 위한 재원의 확보가 더 어렵다는 측면을 반영하고 있는 것으로 판단된다.

단순 지원조항 및 출연조항으로 이루어진 법률들은 비교적 적은 조문수로 구성되어 있으나, 단순지원조항의 법률들은 재원의 확보가 용이치 못하여 진흥사업을 법적 근거에 의하여 활발히 이루어 지지 않은 결과라고 볼 수 있으나, 출연조항의 법률들은 정부를 대행하는 출연사업의 한계에 의하여 비교적 적은 조문수로 한정된 범위 내에서 진흥사업이 이루어지고 있음을 나타낸다.

또한 기금에 의하여 진흥사업을 추진하는 법률들은 다양한 진흥사업(지원, 출연, 투융자)을 실시함에 따라 비교적 다수의 조문으로 이루어져 있는 것으로 조사되었다.

○ 진흥법률의 재원과 구성 조문 수의 관계

조문수 재원별	5-15	16-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	76-85	86-95	96이상
기금	-	-	-	2	1	2	-	-	1	1
7개, 15.9(%)	0		0	4.5	2.3	4.5	0	0	2.3	2.3
출연	-	5	-	-	1	-	-	-	-	-
6개, 13.6(%)	0	11.4	0	0	2.3	0	0	0	0	0
지원	5	9	9	2	3	-	2	1	-	-
31개, 70.5(%)	11.4	20.4	20.4	4.6	6.8	0	4.5	2.3	0	0
계	5	14	9	4	5	2	2	1	1	1
44개, 100(%)	11.4	31.8	20.4	9.1	11.4	4.5	4.5	2.3	2.3	2.3

또한 진흥법의 제정 의도에 따라 구분하면 첫째는 기본법 내지는 종합법의 하위개념으로 제정되어 특정부분에 대한 진흥을 목적으로 하는 법률들이 있고, 둘째는 특별법으로 법률적 체계의 영역에서 특정영역에 대한 진흥을 목적으로 제정된 법률들이 있으며, 셋째로는 신규분야에 대한 부처별 선점을 노리고 제정된 경우로 구분할 수 있다.

진흥법들을 구성하는 조문 수에서도 최대 101개¹⁾의 조문으로 구성된 법제부터 최소 5개²⁾의 조문으로 구성된 법률로 다양하게 구분될 수 있다.

1) 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률

2) 도서, 벽지교육진흥법

○ 진흥법률의 제정 취지와 구성 조문 수의 관계

조문수 재원	5-15	16-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-75	76-85	86-95	96이상
상위법	4	8	1	2	1	-	1	-	1	-
19개43.2%	9.1	18.2	2.3	4.5	2.3	0	2.3	0	2.3	0
특정영역	1	2	8	2	4	2	1	1	-	-
21개47.7%	2.3	4.5	18.1	4.6	9.1	4.5	2.2	2.3	0	0
선점	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-
4개9.1%	0	9.1	0		0	0	0	0	0	0
계	5	14	9	4	5	2	2	1	1	-
44개100%	11.4	31.8	20.4	9.1	11.4	4.5	4.5	2.3	2.3	0

상위법이 존재하는 진흥법률(19개) 들은 2가지로 구분되는데 첫 번째는 상위법이 기본법적 성격에 그치고 이를 구체적으로 실현하기 위하여 구성된 종합지원적 성격의 법률³⁾과 두 번째는 기본법이 종합지원적 성격의 법률이고 이 중

특정부분을 진흥하기 위한 경우로 나눌 수 있다.

이중 첫 번째의 경우는 추진 재원으로 기금을 설치한 경우가 많으며, 많은 조문 및 다양한 사업들로 구성되어 있고, 두 번째의 경우는 업무범위가 한정⁴⁾되어 조문도 적게 구성되어 있는 것이 특징이다.

상위법적 법률이 존재하지 않고 특정 영역을 규율하고 있는 법률(21개)들은 특정영역의 허가 및 등록 등 주로 규제적 성격의 법률로 구성된 경우와 특정분야의 정책적 필요에 의하여 육성을 목적으로 하는 법률로 나눌 수 있다.

특정분야 선점을 목적으로 한 법률(4개)은 비교적 최근에 제정된 법률로서 시대변화에 따라 새로운 영역에 대한 부처별 선점 의도가 있는 법률로서 “고령친화산업진흥법”이나 “가맹사업진흥에관한법률” 등이 이 분류에 해당된다.

3) 영화 및 비디오물의
진흥에 관한
법률(영화진흥기본법),
중소기업진흥 및
구매촉진에 관한
법률(중소기업기본법)

4) 과학교육진흥법

5) 1차개정
1991. 1. 14
법률 제4,321호,
2차일부개정 1993. 3. 6
법률 제4,541호,
3차개정 1994. 12. 22
법률 제4,791호,
4차전문개정 1996.12.30
법률 제5,214호,
5차개정 1999. 2. 5
법률 제5,773호,
6차일부개정 2001.2.3
법률 제6,415호,
7차일부개정 2005.5.26
법률 제7,506호,
8차일부개정 2006.4.28
법률 제7,949호,
9차일부개정 2008.2.29
법률 제8,852호
10차일부개정 2009.5.21
법률 제9688호

II. 산업디자인진흥법의 제개정 연혁

1. 산업디자인진흥법 개정 연혁

산업디자인진흥법은 1977년 법률이 제정된 이후 총 10차⁵⁾에 걸쳐서 개정이 이루어졌으며, 이 중 발전적인 개정은 1차 개정과 6차 개정이며, 나머지는 기금의 폐지, 산업디자인진흥위원회의 폐지, 포장의 삭제, 규제완화 및 주무부서의 명칭 변경 등에 의하여 일부 개정이 이루어졌다.

구 분	개정 전	개정 후	비 고
제1차 개정	-디자인·포장진흥법(제정) -디자인·포장의 정의 -디자인·포장진흥위원회 ·한국디자인포장센터 ·디자인포장진흥기금	-산업디자인포장진흥법 -산업디자인의 정의 -진흥정책 신설 -종합진흥계획 ·연구개발사업 ·우수디자인 및 포장상품 ·전문인력양성 ·전문회사지원 -용어변경 ·산업디자인포장개발원 ·산업디자인포장진흥기금	-적용대상 및 용어를 “디자인” 에서 “산업디자인·포장” 으로 변경 -구체적인 진흥정책을 추가함
제2차 개정	-상공부	-상공자원부	-정부부처명칭 변경
제3차 개정	-산업디자인포장기금	-기금관련 조항 삭제	-기금관리기본법 개정에 따른 관련조항 삭제
제4차 개정	-산업디자인·포장진흥법 -산업디자인 및 포장 -전문회사 -산업디자인포장개발원	-산업디자인진흥법 -산업디자인에 포장디자인 포함 -산업디자인전문회사 -산업디자인보호 규정신설 -한국산업디자인진흥원	-전문개정 -용어변경 및 진흥원 명칭변경(포장을 산업디자인에 포함)
제5차 개정	-통상산업부 -산업디자인진흥위원회 -우수산업디자인상품 등록 -한국산업디자인진흥원 및 유사명칭 사용시 과태료부과	-산업자원부 -산업디자인진흥위원회 삭제 -우수산업디자인상품 등록제도 삭제 -한국산업디자인진흥원 유사명칭 사용금지조항 삭제	-정부부처명칭 변경 -규제개혁에 따른 절차합리화
제6차 개정	-한국산업디자인진흥원	-한국디자인진흥원 -산업디자인 육성개발사업 신설(제5조) -산업디자인통계조사 신설(제10조의2)	-진흥원 명칭변경 -구체적 진흥정책 추가
제7차 개정	-진흥주체:국가/산자부	-진흥주체:국가 또는 시도/산자부 또는 시도지사	-진흥주체를 시도로 확대
제8차 개정	-산업발전법 및 산업기술기반조성에 관한 법률	-산업기술혁신 촉진법	-인용법률 명칭변경
제9차 개정	-산업자원부	-지식경제부	- 정부부처명칭 변경
제10차 개정	- 한자	-한글	-어려운 용어를 쉬운 용어로 변경

2. 발전적 개정 사항

1차 개정은 「디자인포장진흥법」을 1991년 1월 14일 법률 제4321호로 전문개정과 함께 법명을 「산업디자인포장진흥법」으로 변경하였다. 동법은 총 23개 조문으로 약 10개의 조문이 증가하였으며, 그 대상을 디자인에서 산업디자인과 포장으로 규정함으로써 산업디자인이라는 용어가 처음으로 법률에 등장하게 되었다.

목적 조항에서는 「디자인포장진흥법」에서 ‘연구개발 및 진흥을 위한 사업과 활동을 지원 육성함으로써 경제발전과 수출증대에 기여’ 함을 목적으로 하고 있던 것을(동법 제1조), ‘...연구개발을 촉진하고 이의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력을 강화하여 무역증대와 국민경제발전에 이바지’ 하는 것으로 개정되었다. 즉, 이로써 초기의 정부 주도의 육성단계를 벗어나 업계에 대한 지원단계로 접어들었고, 디자인 자체에 대한 진흥 뿐 아니라, 산업디자인의 진흥을 통한 산업 경쟁력 강화를 도모하고 있음을 밝히고 있다는 점에서 국내 디자인산업이 조성기로 접어들었음을 밝히고 있다.

정의조항에서는 디자인의 정의 대신 산업디자인에 대해서 ‘제품 등의 미·기능 및 경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위로, 제품디자인·환경디자인·시각디자인 등을 포함 한다’ 라고 규정하고 있다(제2조 제1호). 이 정의규정은 현행법상의 산업디자인의 정의와 거의 일치하고, 다만 현행법에서는 포장에 대한 정의가 삭제되면서 산업디자인의 일종으로서 포장디자인이 포함되는 정도의 차이가 있을 뿐이다(현행법 제2조 참조).

동법에서는 진흥정책에 관한 세부적인 규정을 추가하여, 종합진흥계획(제3조), 연구개발사업(제4조), 우수디자인상품 및 우수포장상품의 선정(제6조), 전문인력양성(제8조), 전문회사에 대한 지원(제9조) 등에 관한 조문을 신설하였다. 이러한 점에서 산업디자인진흥정책이 구법보다 좀 더 구체화된 것으로 볼 수 있다.

그 외 개정사항으로는 법명의 변경에 따라 디자인포장진흥기금이 산업디자인포장진흥기금으로, 한국디자인포장센터가 산업디자인포장개발원으로 변경되었다.

6차 개정은 2001년 2월 3일 법률 제6415호로 개정되었다. 주요 개정 내용은 한국산업디자인진흥원을 한국디자인진흥원으로 명칭을 변경하고 관련 조문을 수정하였으며, 제5조에서는 산업디자인의 육성·개발 사업을 신설하여, 각종 지원 사업 및 개발 사업을 실시할 수 있는 근거를 마련하였다. 동조는 현행법 제5조에서 동일성을 유지하고 있다.

전문인력의 양성에 관하여 제8조에서는 기존 조문에서 한국산업디자인진흥원이 전문인력수요조사를 실시하고, 그 결과와 의견을 산업자원부장관에게 제출하도록 하고 있으나, 동 개정에서는 이를 산업자원부장관이 수행하고 전문인력수급에 관한 개선방안을 수립할 수 있도록 하였다.

또한, 제10조의2에서는 산업디자인통계의 조사에 관한 조항을 신설하여, 종합계획의 효과적인 수립과 시행을 위하여 국내외 산업디자인 통계작성을 위한 조사를 실시할 수 있도록 하였다.

3. 기능 약화적 개정 사항

① 추진조직

산업디자인의 개발 촉진 및 진흥에 관한 중요사항을 심의하기 위하여 설치되었던 “산업디자인진흥위원회”가 산업디자인 관련 업무의 자율성을 제고하고, 실효성이 적다는 이유로 폐지⁶⁾되었다.

□ 규제개혁에 따른 절차 합리화에 의하여 삭제된 조문

○ 산업디자인진흥법

제5조 (산업디자인진흥위원회) ①산업디자인의 개발촉진 및 진흥에 관한 중요사항을 심의하기 위하여 통상산업부장관소속하에 산업디자인진흥위원회(이하 "위원회"라 한다)를 둔다.

②제1항의 규정에 의한 위원회의 조직 및 운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

○ 산업디자인진흥법시행령

제5조 (산업디자인진흥위원회의 구성등) ①법 제5조의 규정에 의한 산업디자인진흥위원회(이하 "위원회"라 한다)는 위원장 1인을 포함한 20인이내의 위원으로 구성한다.

②위원장은 통상산업부장관이 되며, 위원은 다음 각호의 자가 된다.

1. 재정경제원·교육부·문화체육부·농림부·통상산업부·환경부·보건복지부·건설교통부·과학기술처의 차관과 중소기업청 및 특허청의 장

2. 법 제11조의 규정에 의한 한국산업디자인진흥원의 장

3. 산업디자인 또는 그 관련분야에 관하여 학식과 경험이 풍부한 자중에서 통상산업부장관이 위촉하는 자

③~⑥ 이하 생략

6) 5차 개정 (1999.2.5)
법률 제5773호

② 재원

1차 산업디자인발전 5개년 계획(93년도~97년도)에 따라 기금을 500억원까지 확대 조성(자체조성 : 200억, 업계출연 : 100억, 국고지원 : 200억)을 계획하였다. 이 기금의 용도는 독창적인 모델 개발 지원, 중소기업의 디자인개발 지원 및 기술지도, 지방공단의 디자인 전문요원 파견 및 지역디자인센터 설립 운영, 디자인 정보 유통체계 구축을 위한 사업을 전개하도록 계획되었다.

1차 5개년 계획이 수립되고 불과 2년도 경과하지 않은 시점에서 진흥을 위한 재원으로 활용될 수 있는 산업디자인진흥기금이 정부의 기금 정비 계획에 의하여 규모가 영세한 기금으로 판정되어 폐지⁷⁾되었다. 이로써 의욕을 가지고 수립·시행중이던 1차 산

업디자인발전 5개년 계획은 수정이 불가피 하였으나, 산업디자인진흥법 제3조의 규정에 근거한 변경을 실시하지 못하고, 실행력이 약화된 계획으로 집행되었다.

7) 기금관리기본법개정 법률(1994.12.22, 법률제 4791호) : 재정운용의 투명성과 효율성을 제고 하기 위하여 규모가 영세한 기금, 장기간 조성되지 아니한 기금 및 별도 기금으로 존치할 실익이 없는 기금 등을 정비하려는 것임.

① 규모가 영세한 식품진흥기금, 산업디자인·포장진흥기금, 산업설비수출기금 및 한국어업기술훈련소운영기금의 설치근거법률을 정비함.

② 장기간 조성되지 아니한 낙농진흥기금·바르개살기운동기금·학술연구진흥기금 및 모자보건기금의 설치근거법률을 정비함.

③ 별도기금으로 존치할 실익이 없는 산업인력관리공단관리기금 및 산업안전공단관리기금의 설치근거법률을 정비함.

④ 특별회계로 흡수되어 1995연도부터 폐지될 예정으로 있는 석유사업기금 및 폐기물관리기금 등 8개 기금의 설치근거법률을 삭제함.

□ 기금정비계획에 의거 삭제된 조문

제10조 (산업디자인·포장진흥기금의 설치) 산업디자인 및 포장의 연구개발 및 진흥에 필요한 재원을 조달하기 위하여 제14조의 규정에 의한 산업디자인포장개발원에 산업디자인·포장진흥기금(이하 "기금"이라 한다)을 설치한다.

제11조 (기금의 조성) 기금은 다음 각호의 재원으로 조성한다.

1. 정부의 출연금
2. 정부외의 자의 출연금
3. 기금의 운용으로 생기는 수익금
4. 외국으로부터의 차입금
5. 기타 대통령령이 정하는 수입금

제12조 (기금의 사용) 기금은 다음 각호의 용도에 사용한다.

1. 제3조의 규정에 의한 종합진흥계획의 실시를 위한 사업
2. 제9조의 규정에 의한 전문회사에의 지원을 위한 사업
3. 제14조의 규정에 의한 산업디자인포장개발원의 운영비의 지원
4. 기타 산업디자인 및 포장의 연구개발 및 진흥을 위한 사업

제13조 (기금의 운용·관리) ①기금은 제14조의 규정에 의한 산업디자인포장개발원이 운용·관리한다.

②기금의 운용·관리에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

Ⅲ. 산업디자인진흥법의 내용과 문제점

1. 구성 및 체계

가. 내 용

현행 「산업디자인진흥법」은 본칙 20개조 및 부칙으로 구성되어 있는 법률로서, 현행법 중 디자인 또는 산업디자인정책에 관한 실체적 규정을 두고 있는 유일한 법률이다. 동법률은 전술한 바와 같이 「디자인·포장진흥법」으로 제정되어, 수차례의 개정을 통해 현재의 법령으로 발전되어 왔으나, 산업디자인 또는

디자인산업분야의 일반법으로서의 역할을 하기에는 체계 및 내용에 있어서 미흡한 점이 상당수 존재하고 있다.

동법의 구성은 총칙편에 해당하는 조문으로는 목적(제1조), 정의규정(제2조)의 2개 조문을 두고 있고, 산업디자인의 진흥정책에 관해서는 산업디자인진흥종합계획(제3조), 연구 및 진흥사업의 실시(제4조), 산업디자인의 육성·개발사업(제5조), 우수산업디자인상품(제6조·제7조), 전문인력의 양성(제8조), 전문회사에 대한 지원(제9조), 산업디자인의 보호(제10조) 등 8개의 조문을 두고 있다. 또한, 제11조 내지 제16조의 6개 조문에서는 한국디자인진흥원에 관한 조문을 두고 있다.

나. 문제점

현행법은 총칙규정과 진흥정책에 관한 규정, 진흥기관에 관한 규정 및 보칙규정으로 구성되어 있는 바, 이를 그 성질에 따라 몇 개의 군으로 나누는 것이 법문의 이해에 편리할 수 있다. 이러한 점에서 동법은 진흥정책의 목적과 기본방향 및 대강을 규정하는 총칙편과, 진흥수단에 관한 장, 진흥사업 실시기관 및 보칙으로 구성하는 것을 고려할 수 있다.

또한, 각종 진흥법령에서 규정하는 있는 구체적인 진흥수단을 동법에서도 차별적으로 도입함으로써 진흥정책에 대해서 다른 법령과의 균형성을 도모할 필요도 있다.

2. 정의조항

가. 내 용

정의규정은 당해 법률 중에 사용되고 있는 용어의 뜻을 정하는 규정으로 당해 법률의 내용 속에 포함된 용어 중에서 특별한 의미를 부여할 필요가 있는 용어에 대하여 그 뜻을 정하여 이를 별도로 규정함으로써 의미를 분명히 하는 역할을 한다. 특히, 사전에서 쓰이지 않는 특수한 용어를 정하거나, 사전적 의미와 다른 특별한 의미를 해당 용어에 부여하고자 할 경우에 용어의 정의가 필요하다.

동법 제2조는 산업디자인의 정의를 규정하면서, ‘제품등의 미적·기능적·경제적 가치를 최적화함으로써 생산자 및 소비자의 물질적·심리적 욕구를 충족시키기 위한 창작 및 개선행위’라고 정의하면서, 제품디자인, 포장디자인, 환경디자인, 시각디자인등을 포함한다고 규정되어 있다. 그러나 유사법률의 사례에서와 같이 동법에서 규율하고 있는 지원의 대상 및 범위에 대한 정의규정은 불

비되어 있다.

나. 문제점

동법에서 정의규정은 산업디자인에 대한 정의 외에도 적용대상이 되는 객체를 한정하는 기능도 있으므로, 정의규정을 통해 진흥정책의 객체와 대상이 되는 사업 등을 명확히 할 필요성도 있다.

3. 산업디자인종합계획

가. 내 용

동조에 동법 제3조는 산업디자인진흥종합계획에 관한 규정을 두고 있다. 즉, 동조 제1항에서는 산업디자인진흥종합계획의 수립 및 공고에 관한 사항을 규정하고, 제2항에서는 동 계획의 내용으로 산업디자인에 관한 기본정책방향, 개발촉진 및 진흥의 목표·대상 및 실시방법, 개발촉진 및 진흥에 필요한 자금지원 등을 포함하도록 하고 있다.

이러한 종합계획 또는 기본계획은 동법을 집행함에 있어서 가장 먼저 이루어져야 할 행정계획으로서, 일반적으로 행정계획은 행정주체 또는 그 기관이 일정한 행정활동을 행함에 있어서 일정한 목표를 설정하고 그 목표를 달성하기 위하여 필요한 수단을 선정하고 그러한 수단들을 조정하고 종합화하여 그 목표로 정한 장래의 시점에 있어서 보다 발전된 질서를 실현할 것을 목적으로 하는 활동기준 또는 그 설정행위라고 할 수 있다. 기본계획의 유형에는 이념형(제반시책을 포괄적으로 방향설정하는 이념을 규정하는 방식), 대강형(구체적인 시책이나 사업을 최종적으로 전개하려는 경우 우선 그 대강을 정하는 방식), 주요시책결정형(추상적인 정책이념이 규정되고 있는 가운데 제반시책의 근간을 결정하는 주요한 사업이나 시책에 관하여 특히 구체적으로 결정하는 방식), 조정형(하위계획이나 구체적 사업·시책간의 조정을 도모하는 상위계획형)이 있는데, 현행법상의 기본계획규정은 대강형에 해당하는 것으로 보여진다.

나. 문제점

동법 제3조에서는 산업디자인진흥종합계획의 수립주기에 관해서는 별도의 규정을 두고 있지 않다. 종합계획 등의 기본계획의 경우에는 주로 일정 주기별로 수립하도록 하여, 수시로 변해가는 현실에 효율적으로 적응할 수 있도록 하는 것이 일반적이다. 따라서, 동법의 종합계획에 대해서는 수립주기를 정하는 방

안을 고려할 수 있다.

또한, 종합계획과 시행계획을 일정 주기별로 수립하기 위해서는 그 내용을 구체화하여, 해당 주기별로 중점적인 사항을 구체적으로 작성하여야 한다. 이러한 점에서 동법상의 종합계획 포함사항을 좀더 구체화하고 추가적인 사항을 포함하도록 하여 주요시책결정형의 형태로 규정하는 것이 적절한 것으로 보여진다.

4. 진흥정책 및 수단

가. 내 용

동법상의 진흥정책 및 수단으로는 연구 및 진흥사업의 실시(제4조), 산업디자인의 육성·개발사업(제5조) 등을 들 수 있다.

연구 및 진흥사업의 실시에 관해서는 연구 및 진흥사업참여기관(제4조 제2항), 동 사업에 필요한 자금의 출연(동조 제3항)에 관한 규정을 두고 있다. 연구 및 진흥사업 참여기관으로는 산업디자인전문회사, 한국디자인진흥원, 기업부설연구소, 고등교육법에 의한 각종 대학, 국공립연구기관, 기타 대통령령이 정하는 기관 또는 단체(특정연구기관, 산업기술연구조합, 전문생산기술연구소, 대한무역투자진흥공사, 산업연구원, 중소기업진흥공단, 정보통신산업진흥원, 한국산업단지공단, 한국산업기술진흥원, 엔지니어링활동주체, 기술사 등)를 규정하고 있다. 자금의 출연에 관해서는 「산업기술혁신촉진법」에 의한 산업기술개발사업 및 산업기술기반조성사업에 의하여 출연할 수 있도록 하고 있다.

산업디자인의 육성·개발사업에 관해서는 정부가 실시할 수 있는 사업(제5조 제1항)과 지식경제부장관이 실시할 수 있는 사업(동조 제2항)으로 구분하고 있다.

나. 문제점

전술한 바와 같이 현행법 제4조 및 제5조의 규정은 동법의 진흥정책 및 수단에 관한 실체적 규정을 이루고 있다. 그러나, 제4조의 연구 및 진흥사업은 포괄적으로 지식경제부장관은 연구 및 진흥사업을 실시할 수 있다고 규정하고 있어, 이 조문의 실효성이 의심된다. 따라서, 연구 및 진흥사업을 보다 구체적인 사업으로 변경할 필요가 있으며, 종합계획의 실시외에 국가경쟁력의 향상을 위한 사업 등으로 확장할 필요가 있다.

또한, 육성·개발사업에 관한 제5조는 육성·개발사업의 주체에 따라 제1항은 정부를 주체로, 제2항에서는 산업자원부장관을 주체로 하고 있다. 그러나, 이를 이와 같이 구분하는 것이 의미가 있는지는 의문이고, 그 내용에 있어서도 각종 시상·지원·육성·전람회 개최 등 구체성이 결여되어 있다.

5. 인력양성 및 사업자지원

가. 내 용

동법 제8조와 제9조에서는 각각 전문인력의 양성, 산업디자인전문회사에 대한 지원을 위한 규정을 두고 있다. 즉, 제8조에서는 국가 또는 시·도는 전문인력양성을 위해 노력할 것(제1항), 정부는 산학협동과 전문인력에 대한 재교육을 장려할 것(제2항) 등을 규정하고 있다.

전문회사의 지원에 관해서는 전문회사의 기준을 지식경제부령에 위임하고 있고, 전문회사에 대한 지원범위를 정하고 있다. 또한, 동법에 의한 지원을 받기 위해서는 전문회사신고를 할 것을 규정하고 있다.

나. 문제점

전문인력의 양성과 재교육에 관한 제8조는 국가와 시도에 대해서 양성을 위해 노력 또는 장려할 책무를 규정하고 있어, 이를 위한 구체적인 프로그램의 마련이 마련되어 있지 않다.

따라서, 전문인력양성에 관한 프로그램 및 재교육에 관한 규정을 구체화할 필요가 있고, 인력양성과 사업자지원에 관해서는 현재의 실적을 검토하여 불필요한 사항은 삭제하되 업계에서 필요로 하는 사항을 반영할 필요가 있을 것이다.

IV. 산업디자인진흥법 개정방향

1. 구성 및 체계

현행 「산업디자인진흥법」은 본칙 20개조 및 부칙으로 구성되어 있는 법률로서, 현행법 중 디자인 또는 산업디자인정책에 관한 실체적 규정을 두고 있는 유일한 법률이다. 전술한 바와 같이 수차례 개정되어 현재의 법령으로 발전되어 왔으나, 산업디자인 또는 디자인산업분야의 일반법으로서의 역할을 하기에는 체계 및 내용에 있어서 미흡한 점이 상당수 존재하고 있다. 현행법은 총칙규정과 진흥정책에 관한 규정, 진흥기관에 관한 규정 및 보칙 규정으로 구성되어 있는바 이를 그 성질에 따라 몇 개의 군으로 나누는 것이 법문의 이해에 편리할 수 있다. 이러한 점에서 동법은 진흥정책의 목적과 정

의를 규정하는 총칙편과 진흥수단에 관한 장, 진흥사업 실시기관 및 보칙으로 구성하는 것을 고려할 수 있다. 또한 각종 진흥법령에서 규정하고 있는 구체적인 진흥수단을 동 법에서도 차별적으로 도입함으로써 진흥정책에 대해서 다른 법령과의 균형성을 도모할 필요가 있다.

2. 자원

현행 「산업디자인진흥법」의 주요 자원은 진흥법 제4조(연구 및 진흥사업)의 출연금과 제12조(진흥원의 경비 지원)의 근거한 보조금으로 사용될 수 있도록 되어 있으나, 출연금의 출연근거가 타 법에 의한 간접출연 방식으로 되어 있다.

디자인이 산업 전반의 혁신의 도구로서 활용될 수 있도록 이에 부합하는 제도적 기반을 갖추는 것은 매우 중요하며 디자인산업의 특징이 비교적 규모가 작은 반면 산업전반에 미치는 파급효과가 큰 특징이 있으므로 주요재원으로 의존하고 있는 「산업기술혁신 촉진법」의 기술개발 디자인기술개발이라는 특정 목적에 국한되어 사용될 수 밖에 없으므로 디자인산업이 그 특성에 맞게 활성화되지 못한 측면이 있다. 혁신의 도구로서 활용되기 위해서는 디자인기술개발뿐만 아니라 기업의 디자인경영체제 확산 및 촉진과 소비자의 건전한 소비문화 유도를 위한 정책의 시행 등 다양한 용도로 활용될 수 있는 재원을 갖추는 것이 요구된다.

이를 위하여 간접출연 방식에서 직접출연을 받을 수 있는 구조로 개정을 통하여 이 법에서 규정하고 있는 다양한 진흥사업의 추진을 위한 재원으로 활용할 필요가 있다.

3. 산업의 디자인혁신 촉진을 위한 진흥사업의 체계 강화

우리나라의 산업구조는 디자인혁신이 기술혁신보다 유효한 전략의 수단으로 활용될 수 있는 제조업 기반의 Mid-Tech(전자·전자, 자동차, 조선, 기계 산업 등)이 주요 전략산업의 축을 이루고 있다. 이러한 국가 주요산업의 디자인을 통한 혁신(Design as Innovation)은 국가 경쟁력 제고 차원에서 매우 중요하며 선진 주요국에서는 디자인을 이러한 혁신의 도구로 활용하고 있다.

현행법의 개정시 기업 더 나아가 산업전반의 디자인혁신을 촉진할 수 있는 제도적 기반으로서 진흥체계를 강화할 필요가 있다. 이를 위하여 구직조직으로 위원회 조직과 기업의 디자인혁신 촉진 시책 수립 근거, 디자인분야 전문인력 양성기관의 지정 및 지원근거, 산업디자인진흥시설의 지정·지원 근거, 국제협력 및 해외진출 지원 근거 등 유사 진흥법과의 형평을 부합되게 개정할 필요가 있다.

4. 디자인사업자의 업역 근거 명확화

현행법은 산업디자인전문회사에 대한 신고수리제도는 이 법에 의하여 지원을 받기 위하여 신고하도록 되어 있다.

우리법은 신고등록허가 등 일전 기준에 의하여 업종을 영위하는 것에 대한 제한을 가하는 규제제도와 신고지정 등 신고 되었거나, 촉진지구 등으로 지정된 경우 법에 의한 혜택을 부여하는 촉진제도로 구분할 수 있다. 이 중 현행법의 「산업디자인전문회사」 신고 수리제도는 규제제도라기보다는 촉진제도로 볼 수 있다.

그러나 조달청의 정부 입찰시 참가 자격 기준(조달청 분류코드 4440-4444)으로 제한하는 제한 경쟁 입찰이 늘어나고 있는 등 신고수리제도의 운영상에서는 규제제도로 확장되어 운영되고 있으나, 산업디자인사업에 대한 정의 및 자격에 관한 사항과 디자이너의 학력 및 경력인정기준 및 이에 따른 대가기준 등이 불비하여, 정부 및 지자체 등에서 산업디자인사업관련 예산을 책정하거나 산업디자인전문회사가 용역대가의 지급시 적정 수준의 대가가 지급되지 못하는 경우가 발생하고 있다.

현행법 개정시 산업디자인전문회사 신고수리제도의 원활한 운영될 수 있도록 산업디자인사업과 사업자에 대한 정의 및 디자이너에 대한 학력 및 경력 인정기준 디자인사업의 업역에 대한 제도적 기반을 갖출 필요가 있다.

5. 디자인소비시장 확대

현행법에서 디자인혁신이 전 산업으로 확산되기 위하여는 디자인소비시장 확대를 위한 제도를 신설하여 디자인소비시장 확대가 기업의 디자인투자 확대를 유도하고, 국민이 디자인을 향유함으로써 국민의 삶의 질 향상이 가능하도록 하여 디자인시장이 선순환 구조를 이루기 위한 최소한의 법제를 갖출 필요가 있다.

이를 위하여 기술분야 신기술제품 및 환경분야의 친환경 인증제품에 대한 우선구매 제도와 같이 우수디자인제품에 대하여 공공기관의 우선구매 제도를 도입하여 디자인 소비시장이 공공부분에서 확대될 수 있도록 할 필요가 있다.

6. 디자인보호제도 강화

디자이너의 디자인에 대한 창작의욕 고취 및 디자인산업의 경쟁력 제고를 위하여 창작디자인에 대한 권리보호는 매우 중요하다.

현행법은 제10조의 규정에 의하여 산업디자인의 보호를 위하여 국가 또는 사도는 산업디자인의 개발을 촉진하고 모방을 방지하기위하여 산업디자인을 보호하는 데 노력하여야 하고 필요하다고 인정하면 관련 제도의 개선 및 운영합리화 등에 관하여 관계 행

정기관의 장에게 협조를 요청할 수 있도록 되어 있다 그러나 이는 선언적이며 소극적 규정으로 적절한 보호를 위하여 충분하지 못하다.

또한 창작디자인의 보호를 위한 법제를 살펴보면, 디자인보호법이 디자인보호를 위한 모법이라고 할 수 있으나, 협의의 디자인만을 대상으로 하여 보호되고 있으므로 보충적으로 저작권법(응용미술저작물 등), 상표법(포장·용기디자인), 부정경쟁방지법(테드카피)이 활용되고 있으나, 각각의 법제의 목적에 따라 보호의 범위 및 대상 등이 상이하고, 분산되어 디자인창작물이 효과적으로 보호되고 있지 못 한 실정이다.

따라서 현행 분산되어 있는 법제를 최대한 활용할 수 있도록 디자인모방방지시스템의 구축 및 지원 근거를 신설하여 디자이너의 창작디자인에 대한 권리보호를 위한 체계를 구축할 필요가 있다.

II

지정토론

산업디자인과 경쟁력

차 강 희 LG전자 디자인경영센터 상무

과학기술의 발전은 산업시대를 넘어서 정보통신의 시대로 급속한 발전을 이루면서 기술이 넘쳐나고 상향평준화 속에서도 끊임없는 첨단의 경주와 경쟁의 시대를 맞고 있습니다.

기술의 발전과 더불어 생활은 풍요를 넘어 인간의 감성을 존중하고 가치를 추구하는 시대로 변해가고 있습니다. 이러한 시대적 변화 속에서 감성 즉 오감을 만족시키는 감성 테크놀로지인 디자인은 매우 중요한 가치로 부상했습니다. 디자인은 이제 선택이 아닌 필수인 시대가 된 것입니다.

지금 시대의 디자인은 제품의 외관, 포장등을 예쁘게 하는 수준에서 벗어나서 제품에 있어서는 격을 높이고 경쟁력을 발휘하며 나아가서는 제품의 성공과 실패를 결정짓는 혁신의 활동이며 결국에는 사업의 성패까지도 결정짓는 등 매우 중요한 부문이 되었습니다., 환경에 있어서도 단순히 도시를 깔끔하게 하기 위해 간판을 바꾸는 등의 소극적인 수준에서 벗어나 도시를 시스템화하고 생산성을 높이며 쾌적하게 하는 방향으로 근본적이고 이상적인 가치를 실현하는데 적극적으로 활용되고 있습니다. 이제는 국가차원에서의 디자인을 고민해야하는 시대로 들어섰습니다.

디자인을 통한 성공사례는 너무나도 많이 찾아 볼 수 있습니다. 예를 들어서 모두가 잘 알고 있는 바와 같이 제품의 경우에는 애플의 아이팟을 대표적인 예라고 할 수 있겠습니다. 아이팟이라고 하는 조그마한 MP3플레이어는 어려움에 처한 공룡과도 같았던 기업 애플을 살려냈습니다. 그 아이팟의 성공요인은 스티브잡스의 리더쉽 등 여러 가지로 이야기되고 있습니다만 실제로 제품을 구매하는 소비자의 눈으로는 디자이너 조나단아이버의 첫눈에 눈길을 사로잡는 차별화된 디자인이 젊은이들로부터 아이팟에 열광하게 했고 아이팟을 성공으로 이끄는 키였다고 생각합니다.

또한 도시환경의 경우를 보면 스페인의 소도시 빌바오를 예로 들 수 있겠습니다. 빌바오란 도시는 원래 철강과 조선산업이 발달했던 인구35만명 정도의 스페인의 소도시였으나 찰강산업이 붕괴되면서 실업율은 25%에 이르고 강은 심각하게 오염되는등 쇠락의 길을 걷던 도시 였습니다. 그러나 문화라는 키워드를 통해서 도심재생프로젝트를 계획하고 그 일환으로 프랭크게리가 디자인한 걸출한 디자인의 구겐하임미술관을 짓고 세계적인 명소로 거듭났습니다. 지난 10년간 약1000만명의 관광객의 방문을 통해서 경제적으로도 큰 성공을 거두어 시티노믹스의 대표적인 사례가 되었습니다. 물론 구겐하임미술관만으로 성공을 거둔 것은 아니겠지만 도시 전체적으로 계획에서 실행에 이르기까지 디자인을

핵심으로 하고 구겐하임미술관을 통해서 도시의 정체성을 드러내고 상징성을 부여했다고 생각 합니다.

최근에는 빌바오 효과를 표면적으로 이해해서 유명 건축가와 건축물만을 활용 하려는 아류들도 많이 생겨나는 듯도 합니다.

국내의 몇몇의 기업들은 일찍부터 디자인의 중요성을 인식하고 기업경영의 중요한 톨로까지 역할을 확대시켜 나가고 있습니다. 많은 투자와 지원을 통해서 경쟁력을 확보하고 디자인을 단순히 활용한다는 차원이 아니라 이제는 디자인 능력의 퀄리티를 완숙하게 하는 단계에 이르고 디자인을 통해서 소비자에게 기업이미지를 각인시키고자하는 활동이 이루어지고 있습니다.

LG전자의 경우를 살펴보면, 2007년까지는 세계 속에서 경쟁업체들과 동일한 정도의 수준으로 경쟁할 수 있는 경쟁력을 갖춘 글로벌디자인을 수행하고자 했고, 2010년까지는 각 제품의 영역에서 최고의 퀄리티를 갖는 글로벌 톱 디자인을 수행하고, 2010년 이후에는 LG전자의 제품을 통해서 걸쳐를 리딩 할 수 있는 디자인 수행을 통해서 명실 공히 디지털라이프를 창조하는 역할을 수행하고자하는 목표를 갖고 디자인경영을 수행해 나가고 있습니다. 최근에는 브랜드를 이끌어가는 전략 속에 “스타일리쉬 디자인”을 중요한 전략으로 명문화하고 웬만한 중견기업수준 정도인 500명 이상의 구성원을 갖는 디자인경영센터로 운영하고 있습니다. 서울을 비롯해 전 세계적으로 런던, 뉴욕, 도쿄, 베이징, 뉴델리 5개의 디자인 브랜치를 운영하면서 우수한 해외디자이너를 영입하여 해외 각 지역에 맞는 디자인을 함께 수행함으로써 명실상부한 세계 속에서 경쟁하는 글로벌 디자인 조직으로 활동하고 있습니다. 이제는 디자인을 논하는 단계가 아니라 치열한 디자인경쟁의 한가운데서 디자인의 중요함을 이해하고 일상으로 수행하고 있습니다.

또한 해외와 국내 디자인업체 및 유명디자이너와의 많은 프로젝트 수행과 대학과 연계한 산학을 통해서 신선하고 차별화된 디자인을 다수 발굴하고 있습니다.

LG전자는 디자인의 중요성에 따라서 최근 우수한 디자이너를 조기에 발굴 육성하기위한 디자인 영재프로그램을 운영하고 있습니다. 대학생2~3학년을 대상으로 해서 체계적인 검증을 통해서 디자인 영재를 조기에 발굴하고 사전육성을 통해서 입사 후 조기에 디자인 전력화하도록 하고 있습니다. 삼성이나 현대 기아등 대기업과 일부 디자인에 관심을 갖고 성공체험을 하고 있는 기업들도 수준 높은 디자인 활동들을 하고 있는 것으로 알고 있습니다.

이렇게 디자인을 적극 활용함에도 몇 가지 아쉬움은 남습니다.

첫째는 매년 대학에서 많은 인력을 배출함에도 불구하고 교육내용은 산업현장의 필요성과 많은 부분 차이가 있다는 것입니다. 이제 디자인산업계에서 필요한 인재는 단순히 스타일리스트가 아닌 보다 창의적이고 멀티한 인재를 요구합니다. 따라서 각 대학에서 융복합적인 교육시스템과 다학제적인 프로그램을 통해서 보다 현장형 디자이너의 양성이 필요합니다.. 물론 기업에서도 대학과 연계한 다양한 프로그램의 발굴 등을 지원하는 노력이 필요하겠습니다.

둘째는 국내디자인 업체들의 토탈솔루션 능력이 미약하다는 점입니다. 기업에서의 국내용역은 Capability 확보차원에서 프로젝트 베이스의 단순 개발이 주를 이루게 되고, 보다 대형 또는 중요한 프로젝트는 외국의 업체나 지명도 있는 디자이너와 협력하게 된다는 것입니다. 이러한 현상으로 외국과 비교해 상대적으로 용역비용이 적어 질 수 밖에 없습니다. 이를 해결하기 위해 디자인업체의 지역간 관련업종간 클러스터링과 대형화 등 질적, 양적의 성장을 통해서 경쟁력을 확보 하고 우수한 자질의 스타 디자이너 또한 조기발굴을 통해 국제적으로 키워내야 합니다.

셋째는 정부의 지원정책입니다. 공공부문 등의 개발사업은 거대한 규모의 잠재수요로서 디자인 시장의 성장이 예상되고 있으나 정책적인 마인드가 부족하다고 생각합니다. 디자인을 진정으로 정책의 중요한 우선순위로 인식하고 있다면 기존의 고정관념을 깨고 지금까지의 규모와는 다른 과감한 정책적 지원과 투자가 요구 됩니다. 또한 디자인부문의 규정을 강화해 디자인적인 격을 높이는 정책적 방향성 또한 필요합니다.

마지막으로 근본적으로는 국민의 의식 속에 보다 성숙된 디자인 정서를 함양하고 고취시킬 수 있는 교육과 계몽이 중요한 부분이라고 생각합니다. 디자인을 어느 순간부터 자연스럽게 단순히 플러스 알파의 개념으로 이해하는 것이 아니라 어려서부터 교육을 통해 체계적으로 채득되도록 하는 디자인 조기교육시스템이 필요합니다.

이제 우리나라도 디자인 코리아를 외치고 있으며, 정부에서는 동북아 디자인 허브국가 건설을 비전으로 한다고 듣고 있습니다. 세계디자인 수도로 선정된 서울시의 한복판에는 자하하디드가 디자인한 월드디자인프라자가 개발되고 있고, 매년 디자인 올림픽도 개최되는 등 가시적인 행사도 이루어지고 있고 도시의 많은 간판들은 눈에 띄게 정비되고 있습니다. 그러나 디자인을 외치는 표

면적인 구호만큼 또는 상징성을 갖는 몇몇의 사업만큼 우리의 디자인계, 디자이너의 현실은 그렇게 녹록치 않은 것이 사실입니다.

매년 3만 명에 가까운 디자인 전공자가 배출된다고 합니다. 인원의 규모로 보면 그동안 누적된 디자이너의 숫자는 상당한 인원이 될 것입니다. 그럼에도 불구하고 디자이너들은 아직 이사회에 다수의 주류로서 서지 못하고 있습니다. 디자인분야의 속성자체가 너무나도 개성적인 사회이기도하지만 그럼에도 불구하고 화합하지 못한 부분이 많지 않았나 하는 생각입니다. 디자인사회가 하나로 뭉치고 시대적으로 중요해진만큼 그 만큼의 역할을 해야 하고 역할이 주워져야 한다고 생각 합니다.

우리는 창의적인 영국(Creative Britain)등의 정부정책 성공사례와 각 나라, 각 도시, 각 기업의 너무나 많은 디자인성공사례를 알고 있고 벤치마킹하고 있습니다. 이제는 머리로, 지식으로 알고 있는 것이 아니라 빠르게 계획하고 실행하는 것이 중요한 때라고 생각 합니다.

오늘의 정책 토론회를 통해서 디자인의 발전적인 방향이 모색되고, 산업디자인진흥법의 정비를 통해서 디자인의 업무영역이 확대되고 디자이너의 권리가 증대되며, 대한민국의 발전의 신성장동력으로서 크게 활용되기를 기대해 봅니다.

지정토론

디자인산업의 경쟁력강화에 관한 디자인산업체 /기업의 관점

김 영 민 한국디자인기업협회 부회장

배경 및 개요

지난 반세기간 수출주도의 2차산업 성장 목표에 맞추어 대기업 주도에 의해 편성된 제조 산업에 대한 디자인 서비스의 편향적 발전이 있었음.

국가 수출산업을 위한 일차적 개념의 단순 디자인 서비스 수준에 머물러 있었음. 고부가, 지식기반 서비스의 하나로 대두되는 디자인 서비스 산업의 발전을 위해서는 세계 경제변화에 부응하고 다양한 전문성을 기반으로 한 컨설팅 능력이 있는 전문 디자인 기업이 필요.

지난 10여년동안 국가적으로 디자인 육성에 심도 깊은 연구와 정책이 있었으나, 미래산업에 대한 중심으로의 전략적 접근보다는 단기 성장적 처방위주의 방법(tactics)을 써왔음. 급변하는 사회와 시장에 부합한 서비스 제공 주체로서의 디자인 성장기반의 부재, 국내 기업 및 관공서 대상, 그리고 상대적 디자인 취약 국가를 대상으로 한 디자인 서비스가 주류를 이루고 있음. 산업으로써의 디자인 경쟁력은 국가 경쟁력에 비해 현저히 낮은 수준임.

디자인 산업의 경쟁력 강화를 위해

1. 국가적 성장동력산업 및 정부부처 운영에 디자인 인텍스를 마련하고,
 2. 디자인 산업/기업에 대한 적극적 지원,
 3. 컨설팅 산업 육성,
 4. 관련법 제정 등에 대한 정책적/재원적 지원
- 이 무엇보다 필요하다.

디자인 기업 - 디자인 산업 성장의 중추

시장의 변화

산업군의 변화와 더불어 세계 경제가 대단히 복잡한 관계로 연결되어 있는 상황에서 전통적 방법의 지역/한정 시장 중심의 서비스 시스템의 구축과 운용의 한계가 있음. 문화, 지역, 국가를 넘나드는 3차 산업 중심의 경제 틀 안에서 2차 산업 중심의 틀을 가지고 있는 디자인서비스는 한계점에 다다름. 그나마 국가 주력 산업의 침체로 말미암아 디자인 산업의 정체 또한 문제로 대두 됨. 2차 산업의 관점에서 이루어지고 있는 디자인 산업에 대한 정책과 지원은 궁극적으로 경쟁력을 저하시키는 요인임.

수요창출

기존 시장의 요구에 대한 서비스를 제공하는 것은 물론 미래 시장에 대한 수요를 창출하는 것 역시 디자인 산업 발전을 위한 기업의 역할임. 창의력을 바탕으로 한 problem solving을 넘어서, 새로운 비즈니스를 창출할 수 있는 원동력으로써의 기업역할을 위한 저변 마련이 필요. 원천기술을 실용기술로 발전시키는 비즈니스 인큐베이팅, 원천기술 지원 및 연구개발 참여, 디자인 기술의 기업투자, 정규 인턴지원사업, 제품 개발, 환경/경제/사회적 지속 가능성에 대한 인비저닝 등 전통적 디자인 서비스 대상에서 벗어난 수요창출 입장에서의 시각으로 산업을 선도할 수 있도록 지원이 필요함.

컨설팅

종합디자인은 전문성의 다양화(백화점식의 multi-shop개념이 아닌)가 아닌 다양성의 전문화임. 제품, 환경, 시각, UI, 공간 디자인 등 전문 분야 중심의 서비스에서 종합적(holistic) 접근을 통한 컨설팅을 할 수 있는 디자인 기업이 필요함.(예: 외국의 선진 종합 디자인 컨설팅 회사: 제품디자이너, 인포메이션 디자이너, 디자인 전략가, 인류학자, 경영학자, 마케팅 전문가, 인간공학자, 전자공학/기계공학 엔지니어, 인테리어 디자이너, 심리학자, 언어학자, 시각디자이너, 정치학자, IT전문가, 브랜드 전략가, 수학자, 인비저너, 건축가 등 다방면의 전문가들이 모인 컨설팅 회사로 기업전략, 디자인전략, 제품기획, 제품실현 디자인, 제조, 브랜드 익스피리언스 디자인, 비즈니스 크리에이션, 엔지니어링 솔루션, 사용자 연구 등 다양한 방면의 디자인 및 비즈니스 컨설팅을 제공하는 회사).

이처럼 종합적인 컨설팅을 하는 회사도 필요하지만 분야별 전문 회사 역시 중요한 역할을 담당함. 자동차, 패션 등 특화된 산업에 대한 컨설팅을 하는 기업, 제품 및 비즈니스 분야에 따른 전문성을 가지고 있는 기업 역시 종합디자인기업 못지않게 중요함. 중요한 것은 산업과 비즈니스 관점에서 자문역할을 할 수 있는 역량(컨설팅 능력)을 가지고 있는가임. 학제적 환경에서 협업할 수 있는 다양성 존중형 디자이너가 필요. 사람과 기술, 시장에 대한 현상을 다양한 관점에서 이해하고, 특히 인간 삶의 심도 깊은 이해를 통한 디자인 접근방법을 근간으로 삼는 전문인이 필요함

경쟁력 강화를 위한 재고

1. 국가의 역할: 디자인 진흥, 산업의 인프라, 거시적 지원

산업/교육을 아우르는 국가적 디자인 위상과 홍보를 위한 대외적 역할로 집중되어 아함. 장기적 디자인 서비스 산업의 틀을 마련하는 법안과 정책의 back born수립 (정부 부처별 산재해 있는 디자인관련 시스템을 단일화해서 집단 이기주의적 관점을 버리고 20-50년 앞을 내다보고 정책적으로 추진할 수 있는 기본이 필요). 정부 주도적 디자인 사업 및 운용은 디자인산업 진흥에 도움이 안 됨.

2. 산업/기업의 역할: 시장 수요창출, 교육지원, 실용기술 개발, 적격성에 대한 검증 및 인증

시장의 수요창출만이 디자인 산업과 교육 발전의 원동력임. 다양한 서비스 산업을 지원 보조할 수 있는 자발적 전문성을 확보하고, 전문인력 (디자인 전공자를 포함한)에 대한 기업의 구체적이고 계획적인 요구와 검증, 원천기술을 실용화하는 연구와 개발을 선두적으로 이끌 수 있는 전문인력과 이에 원천기술 제공자인 교육기관과의 전략적 연계, 2,3차 산업과 미래 동력 산업과의 seamless 연계와 integration을 위해 디자인 기업의 개발/생산/유통 등 새로운 비즈니스 창출에 대한 투자. 기업이 원하는 인재와 전문인들, 그리고 기업자력에 대한 적격성 검증/인증을 (사)한국디자인협회 등과 같은 디자인 산업의 주체기업들이 스스로 평가, 관리하여 지속적으로 경쟁 발전할 수 있는 선순환적 구조를 만든다.

3. 교육의 역할: 원천기술 개발, 시대요구에 부합한 전문 인력 양성, 다양성에 대한 적응력 강화

“다분야 융합”적인 교육의 틀은 각 단과대학간의 교류와 이해의 폭을 넓히는 관점과 비전의 문제이지, 기술적으로 융합하고 통합하고 접목시키는 교육시스템을 정책적으로 주도할 필요는 없음. 일부 유럽이나 미주에서 소위 말하는 융합적 커리큘럼이 새로운 교육의 일환으로 비춰지는 것은 사실이나 실제 기업에서 요구하는 사람은 다양한 사고와 관점을 가진 “전문인”임. 피상적인 모습 (타전공자의 디자인 참여, 디자인 기업내의 다양한 부서와 다양한 배경의 사람들, 전통적 산업에 대한 서비스가 아닌 새로운 서비스 창출 사례 등)을 보고 새로운 교육제도 형태를 찾는 일도 중요하지만 더 중요한 것은 현재 가장 미흡한 기본적 전문성 수립(원천기술), 시대의 변화와 요구를 이해하고 대응하는 자발적인 인간, 세계 융화적인 시장에 적응할 수 있는 경쟁력 (지역, 문화, 사회관계 등에 대한 이해)을 가진 전문 인력이 필요함.

디자인 산업 성장기반 확충

1. 성장동력산업에 디자인 인텍스 마련

10대 성장동력산업뿐만 아니라 각 지방자치단체에서 산발적으로 오너십을 차지하려고 하는 디자인 요소를 정책적으로 관할하여 국가적 사업과 민간 산업에 일관성있는 디자인 정책을 진행할 수 있도록, 각 부처별 사업/산업지원에 디자인 인텍스를 마련한다.

2. 디자인 산업 지원

기금조성, 세제지원 등 거시적 입장에서 자금지원(서비스 의뢰비 지원이 아닌 기술력, 인력확충/연구/전문성 강화에 대한 전폭적인 지원) 및 발전지향적 인센티브 등을 지원하여 장기적으로 경쟁력있는 산업군과 기업만을 키울 수 있는 지원 정책이 시급함.(모든 기업과 산업과 학교가 다 잘되는 것이 진흥이 아님)

3. 전문인력 양성 - 산업의 교육지원

실무/산업 경험의 노출이 미약한 교육을 보완하기 위한 디자인 전문인들의 적극적인 교육 참여가 필요, 디자인 전문 인력의 미래, 즉 미래 산업에 걸맞는 인재는 다양한 생각과 경험을 가진 교육자를 통해서 가능. 이미 진행되고 있는 산업의 모습에서 발췌된 현상 대응 차원의 커리큘럼은 학원단계에서 해야 하는 일임. 전문인력 양성을 위한 산업계의 참여가 디자인 산업 발전의 필수불가결한 것이라는 것을 산업계가 분명히 이해하고, 적극적인 산업의 교육 지원 및 참여를 유도하기 위한 정부의 정책적/재원적 모색이 필요함.

4. 컨설팅 산업 육성

컨설팅은 기술을 개발하고 적용하는 단순 서비스가 아닌 기회창출, 산업 확충의 원동력이 되는 고도의 전략책이다. 그런만큼 고도의 교육과 훈련을 받은 전문인력이 필요하고, 그런 전문인력을 다양한 분야의 이해(interest)와 미/거시적 관점에서 일할 수 있게 하는 능력집단이 머무를 수 있는 환경과 제도를 마련해야 함.

5. 법제도의 개선

현행 산업디자인 진흥법으로 되어있어 디자인 산업에 대한 적시된 문항조차 없음. 국내 디자인 관련 정책과 제도는 제조업을 위한 디자인 지원에 머물러있음. 정책과

제도의 직접 수혜자는 제조업체이고 디자인 기업은 디자인 진흥과 육성의 톨로써
간접 지원성격에 머물러 있음. 디자인 진흥원의 대부분의 사업도 직접 대상은 제조
업체이며 디자인 업체는 제조의 간접 지원 형태임.

제안 : 산업디자인진흥법을 디자인산업진흥법으로 전면 개정하여야 함.

예제 - 소프트웨어산업진흥법(자금과 제도를 지원한다고 분명하게 명시되어 있음)

지정토론

디자인 법률적 정책과 체계의 문제점

김 종 덕 한국디자인학회 회장

들어가며,

정책토론회의 발제문을 접하고, 학회의 입장에서 다음의 3가지 대안을 제시하고자 합니다. 발제문의 주제가 가진 성격을 존중하다보니 제시된 대안의 순서와 우선순위는 역순으로 정리되었습니다. 글의 순서로만 보자면 법률적 체계 마련의 필요성이 곧 디자인 관련법의 개정을 시사하는 것으로 보입니다만, 이를 위하여 몇 가지 중요한 일들이 선행되어야 합니다. 우선 디자인 발전을 위한 국가 및 지방자치단체와 국민의 책무를 포함하는 디자인에 대한 기본적인 정의가 필요합니다. 둘째, 디자인 정책 수립과 시행을 위한 심화된 연구가 필요합니다. 그리고 이러한 기초 위에 디자인 산업과 문화의 진흥을 위한 방안과 제도가 마련이 되어야 합니다.

가. 변화를 수용하는 정책과 법률적 체계 마련의 필요성

디자인분야는 산업 및 기술의 발전과 더불어 세부 분야들이 통합, 융합되거나 세분화 된 전문 영역으로 분화되어가고 있어 기존 디자인 분류 체계와 들어맞지 않는 부분이 많습니다. 예컨대 디자인이 창출하는 문화적 가치와 산업적 가치는 동전의 양면처럼 따로 떼어 생각하기 힘든 문제인데 현재의 디자인 정책과 법체계는 이를 분리해서 다루고 있습니다. 이런 이원화된 정책과 법체계가 주는 비효율과 낭비는 매우 심각합니다. 특히 산업화시대의 유물과 같은 산업디자인진흥법은 디자인 각 분야의 균형 잡힌 발전을 도모하기는커녕 도리어 발목을 잡는 족쇄로 작용하는 경우가 많습니다. 정부의 디자인 집행 부서들에 의해 디자인 분야가 재단되고 좌지우지되는 형국입니다.

새로운 디자인법은 지난 몇 년간 한국디자인단체총연합회에서 논의와 포럼을 통하여 검토되었다시피 몇 가지의 핵심적인 내용을 담아야 합니다. 첫째, 관주도의 진흥법에서 민간주도의 진흥법으로 전환되어야 합니다. 이것은 디자인의 범위 확대와 문화 확산을 포함하며, 진흥기반의 변화를 의미합니다. 둘째, 법안의 구성에 있어서 디자인에 대한 새로운 정의와 산업적 가치 외에 문화적 가치까지 확대하여 포괄적으로 다루어야 합니다. 셋째, 디자이너들의 권리보호와 사업의 활성화를 위하여 디자인 대가 기준과 디자인 산업 지원 규정 등의 구체적 방안을 담아야 합니다.

디자인법은 대한민국의 디자인정책에 관한 실체적 규정을 가진 유일한 법률입니다. 디자인법이 정하는 바는 대한민국에서의 모든 디자인 활동에 영향을 미치게 되며, 미래의 발전에도 영향을 미치게 됩니다. 따라서 새로운 디자인법은 현재의 변화를 수용해야 할 뿐 아니라, 미래를 위한 글로벌스탠더드에 적합해야 합니다.

지난 몇 년간 디자인단체의 주도아래 논의되고 종합된 디자인계의 견해가 최근 몇 몇 이해 관계자들에 의해 편협된 방향으로 추진되고 있는 점에 대해서는 매우 우려 하지 않을 수 없습니다. 더욱 걱정스러운 일은 그 과정에서 디자인계가 분열되고 있는 것입니다. 디자인계는 현 시점에서 국가적으로 디자인을 위해 함께 할 일과 따로 할 일, 먼저 할 일과 나중 할 일을 현명하게 구분 지어야 합니다. 그리고 각 이해 당사자들은 디자인 계를 위한다는 미명아래 분열을 조장해서는 안 됩니다.

나. 디자인 분류체계의 정비와 국가적 지원의 필요성

현재 디자인과 관련된 법률은 지식경제부와 문화체육관광부, 국토해양부, 행정안전부 등 4개 부처에서 다루고 있습니다. 주관부처의 다원화가 디자인 발전의 촉매제가 되는 측면도 없지 않겠지만 부처이기주의에 의해 ‘파이 나누어 먹기’가 될 위험성이 큰 것도 사실입니다. 디자인 발전을 위해 가장 시급한 일 중의 하나는 현재의 디자인 환경에 적합한 분류 체계를 정비하고, 그를 통해 효율적이고 일원화된 민관 협력체계를 구축하는 것입니다. 과거의 디자인 산업구조에 기반을 하고 있는 현재의 디자인 분류체계는 제한된 영역만을 다루고 있어 디자인 정책 및 법률 체계 전반에 혼란을 가져오고 있습니다.

디자인 정책과 디자인 법률을 정비하기 이전에, 정비되어야 할 가장 중요한 것은 디자인 분류체계입니다. 한국디자인학회는 학적 토대로서의 디자인학 분류에 대한 연구를 꾸준히 해왔습니다. 늦었지만 이제라도 디자인 분야 전반을 위한 기초 연구로서 디자인 분류체계에 대한 연구가 필요하며, 이에 대한 국가적 지원도 필요합니다.

다. 평가없는 전진의 문제점과 기초연구의 필요성

디자인 정책 입안의 토대가 되는 각종 데이터들의 시의성, 정확성, 타당도, 신뢰도에 대한 의문이 디자인계에서 꾸준히 있어 왔습니다. 잘못된 데이터에 의해 디자인 정책기구의 실적은 부풀려지기 일쑤이고, 필요와 구미에 따라 편집되기도 하다 보니, 정책성과에 대한 신뢰성은 회복되기 어려운 지경에 이르렀습니다. 우리에게 필요한 일은 진흥을 위한 계몽적 자화자찬이 아니라 엄정한 평가와 그러한 평가에 따른 정책의 개발입니다.

디자인관련 각종 데이터의 수집과 분석은 민이 하기 어려운, 정부의 지원이 절실한 분야입니다. 그러나 그 지원의 결과가 디자인 발전을 위한 실질적 토대가 되기 위해서는 중립적인 단체나 기구로부터 데이터가 수집되고 분석되어야 합니다. 정책의

실행과 평가로서의 피드백, 수정된 정책의 실행은 변화에 적절하게 대응하면서 정책의 실효성을 높이는 중요한 순환구조입니다. 이러한 모든 것의 기초에는 정확하며 객관성있는 데이터가 생명입니다. 성찰과 비평은 발전을 저해하는 장애물이 아니라, 발전의 가장 중요한 기초입니다. 한국디자인학회는 디자인데이터 생산을 위한 기초연구에 꾸준히 참여해 왔으며, 이번 기회를 빌어 국가적 차원의 기초연구 확대를 제안하는 바입니다.

지정토론

대한민국의 디자인정책 및 법제

백 중 원 계원디자인예술대학교 교수

I. 목적

- 국민의 행복지수 향상과 국가의 경쟁력을 높이기 위한 디자인의 선진화 정책 개발과 법제 확립이 시급
 - 디자인은 국민의 창의성을 기반한 지식경제시대에서 개인, 1인 창조기업, 국제경쟁력 있는 중소기업, 지식서비스 디자인기업 등 고용과 가치 창출의 핵심역량임

II. 배경 및 필요성

- 사회 전 분야에서 디자인 활용을 통한 행복지수 향상
 - 디자인의 사회화 확산 : 경영, 행정, 사회문화, 교육, 복지 등 전분야에서 성과와 행복지수 향상
 - 가치를 창출하는 디자인 : ‘디자인이 비즈니스이고 비즈니스가 곧 디자인’으로서 융합적인 서비스 디자인 필요
- 기업의 디자인 투자확대와 성과도출을 위한 디자인 선진화
 - 디자인으로 기업 가치 창출 : 단순 용역보다는 기업의 가치를 높이고 디자인개발 성과를 높이는 디자인컨설팅
 - 디자인 R&BD로 국제 경쟁력 강화 : 특허, 상표, 저작권 등 지적 자산을 포함하여 기술 R&D의 사업화 성공률 향상과 국제 시장에서 사실상 표준을 선점

III. 21C, 대한민국의 디자인 정책 및 법제(제안 5가지)

- 산업디자인진흥법 >>> ‘디자인법’으로 개정
 - 산업디자인진흥법
 - 현 목적 : 산업의 경쟁력 강화를 위해서 산업디자인 진흥
 - 현황 : 사회, 교육, 복지 등 디자인 활용분야 확산
 - 법제 : 삶의 수준과 경쟁력 향상을 위한 통합 디자인법

□ 산업디자인의 분야 >>> 사회적 디자인 재정의

○ 디자인 분야의 확산

- 현 범위 : 제품, 시각, 환경, 포장
- 현황 : 서비스디자인, 사회적 디자인, 커뮤니티디자인 등
사회적 문제를 발견-해결하는 디자인
- 법제 : 사회적 자산으로서 생활의 가치 발견과 산업의 경쟁력 강화, 창의적
인재 육성 등 디자인 기반 조성

□ 산업디자인의 육성 >>> 국민의 행복지수 향상

○ 디자인 역할의 변화

- 현 역할 : 산업의 지원과 산업경쟁력 강화
- 현황 : 창의적인 디자인 조기교육(어린이), 생활 및 행복지수 향상(국민),
매력 있는 국가 브랜드(국가), 배려하는 디자인(특수계층), 나누는
디자인 등 역할 다변화
- 법제 : 국민의 전생애 디자인 정책으로 행복지수 향상

□ 산업디자인의 융역 형태 >>> 지식서비스 육성 모델 구축

○ 디자인 지식서비스 비즈니스 모델 개발과 지원체계 구축

- 디자인 서비스 계약 기준 및 최저 입찰제나 덤핑 수주 방지 등 공정한
경쟁환경 조성으로 디자인산업 선진화
- 디자인중심의 1인 디자인 창조기업 활성화, 디자인사업화 기금 조성,
디자인 공동 연구 및 개발사업, 디자인개발 및 디자인컨설팅 전략 및
모델 연구

□ 기술R&D >>> 디자인 R&BD(기술사업화)로 사업화

○ 기술개발의 목표와 상용화를 위한 디자인 기금 조성

- R&D 개발사업에 디자이너와 디자인기업 참여 의무화
- R&D 사업화를 위한 융합적인 디자인개발 제도화
- 행정 및 개발 사업 시 컨설팅 활용 매뉴얼 개발 및 보급
- 디자인투자 성과 및 가치평가 기준 정립

IV. 기대효과

□ 창의적인 국민 >>> 행복지수와 국격(國格) 향상

○ 지식경제시대에서의 전국민의 창의성과 행복지수 향상으로 살고 싶고 가고

싶은 매력 있는 대한민국 창조

□ 디자이너, 디자인기업, 중소기업>>>디자인 역량 강화로 디자인 지식서비스
선진화

○ 디자인 프로세스, 평가 등 지식서비스에 의한 고수익창출을 통해
디자인전문기업의 전문화 및 국제화

□ 기술개발 중심의 R&D >>>기술 상용화 성공률 향상

○ 디자인 지식서비스 융합을 통한 디자인 R&BD 확산으로 지식기반
서비스산업 선진화

지정토론

디자인산업, 양적 확대에서 질적 도약으로

이 주 명 연세대학교 디자인예술학부 교수

1. 한국 디자인산업의 성과와 평가의 중요성

(1) 한국디자인산업 20여년의 역사

: 1970년대 개인연구소들 설립에 이어 디자인파크 1984년, 212디자인(산업디자인 최초) 1989년, 공인디자인전문회사협회 창립 1994년, 현재 신고 된 디자인전문회사 2,200여개

(2) 한국의 디자인역량 상위권

: 2009년도 조사 2위, 2008년도 8위, 2007년도 9위, 2005년도 14위, 2002년도 25위 (조사기관 상이)

* International Design Scoreboard (2009), University of Cambridge

	Enabling conditions	Inputs	Outputs		Outcomes			
	Public investment in design as a percentage of GDP	Design graduates per million population	WIPO design registrations per million population	WIPO trademarks in force per million population	Number of design firms per million population	Turnover of the design services sector as a percentage of GDP	Employment in the design services sector per million population	Overall ranking (relative indicators)
Canada	NA	8	10	8	4	8	1	5
Denmark	6	9	4	5	3	7	4	7
Finland	8	6	8	9	8	2	10	9
Hong Kong	4	NA	12	12	11	10	12	12
Iceland	NA	4	9	1	5	5	8	3
Japan	NA	2	3	7	12	11	11	10
Korea	2	1	1	4	10	NA	9	2
Norway	5	11	7	3	7	6	7	8
Singapore	1	5	2	2	2	1	2	1
Sweden	3	10	5	6	1	3	5	4
UK	7	3	6	10	6	4	3	6
USA	9	7	11	11	9	9	6	11

International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, Institute of Manufacturing, University of Cambridge, 2009

(3) 한국디자인산업의 양적 발전 달성

: 산업디자인발전 5개년 계획 (1993) 시작 이후 총 3차의 5개년 계획 시행의 결과 (디자인산업의 현황 및 발전방향, KIDP, 2010)

* 성과 - 디자인발전기반 구축

- 기업 및 공공부문의 디자인개발능력 제고

- 디자인산업 수요 확대 및 공급능력 고도화

- 디자인의 산업적, 사회적 중요성에 대한 인식제고

- * 문제
 - 중소기업의 디자인 투자 및 디자인 효과 경험 미흡
 - 디자인기업의 글로벌 경쟁력 부족
 - 지역디자인산업의 성장기반 미흡,
 - 산업현장의 수요와 인력 공급의 불일치
 - 국가브랜드 기반 디자인전략 미흡
- * 전략
 - 혁신창의과정으로서의 디자인 활용 촉진
 - 디자인 신성장동력화 추진 및 시장창출 확대 (맞춤형 육성정책 추진)
 - 디자인기반조성 강화 (정보인프라에 산업지원기능 강화, 국제협력 활성화)
 - 창의적인 디자인 인력 양성 (디자인교육시스템의 근본적 변화 추진)

(4) 추진 주체와 평가 주체 : 역할의 분담, 연구의 심도 높이기

[International Design Scoreboard - Discussions]

~

Afternoon discussions focussed on where better evidence is needed to increase design use and influence policymakers. Some commonly cited areas were:

Microeconomic. How much design enhances performance and profitability among individual firms – especially small and medium enterprises (SMEs).

Macroeconomic. How much design contributes to national economies.

Social. How design can help respond to social challenges like tackling climate change and providing for ageing populations.

* The group also supported raising awareness among:

Governments: Increasing governments' understanding of how investment in design helps businesses, public services and society.

Individuals: Informing individuals about the benefits of design to their lives.

* Discussion then focussed on how we can overcome challenges in gathering comparable international data. The suggestions included:

- Agreeing on a set of indicators of national design capabilities
- Standardising national survey questions on essential aspects of design

- Reaching a common understanding - although perhaps not definition
- of what is meant by 'design'
- Achieving funding increases for national design research
- Addressing the lack of comparable data available in the current Design Scoreboard, which meant the exclusion of countries including Germany, Italy, China and Brazil
- Building on existing frameworks, such as OECD innovation metrics
- Establish a small working group to guide future research

(<http://www.designcouncil.org.uk/About-Design/Research/International-Design-Research/Design-For-Economic-Growth/>)

2. 대한민국 디자인산업 발전 :

1단계 양적 성장을 넘어서는 2단계 질적 성장의 비전 필요

(1) 디자인의 개념 인식 : 디자인의 이노베이션은 매력을 창출한다.

- 경험을 제공하는 애플과 스펙을 제공하는 삼성
- 아이폰의 약진과 디자인의 역할 : 매력 만들기.
과학적 접근으로는 불가능한 디자인적 접근(designerly way of approaching)의 성과. 정서적 감수성을 바탕으로 감성 목표를 제시하고, 직관적으로 도출한 결과물을 반복적인 수정과 논의를 통해 최적의 결론으로 도출하는 과정.
- 매력 창출은 고도의 종합적 과정으로 협업과 융합은 매우 중요한 요소이지만 여전히 시각과 조형은 매력의 핵심 요소.
- 디자인의 도구적 역할과 근원적 역할 : 디자인은 이미 오래전부터 문제해결방법론이었다. 또한 디자인은 오래 전부터 인공물의 정서적 측면을 염려하였다. 역할이 분화되는 오늘날 디자인은 인공세계의 정서적 측면을 담당하는 문제해결방법론이라고도 할 수 있다.
- 최근의 디자인씽킹에 대한 관심 현상은 디자인이 조형활동에서 문제해결방법론으로 전환되는 것이 아니라 그동안 오해로 간과되던 문제해결이 제자리를 찾고 있는 것으로서 조형은 여전히 디자인의 매우 중요한 요소임.

(2) 민간의 역할 확대

- 디자인단체의 역할 확대 지원 : 디자이너와 디자인기업, 디자인수요자, 디자인학교 등 민간이 디자인 경쟁력 향상의 주체로서 디자인 전문영역의 핵심 가치를 가장 잘 판단할 수 있음. 민간의 디자인 경쟁력 향상이 디자인 진흥의 궁극적 목표로서 한국디자인기업협회, 한국디자인단체총연합회 등 민간의 역할 증대의 필요성 높음. 계몽하고 주도하기보다는 협력하고 이양하며 보살피고 지원하는 거버넌스의 개념 도입 필요.

- (사)한국디자인단체총연합회의 21세기대한민국디자인선언과 9대 정책 과제의 제시 : 본 연합회는 2007년도 국가디자인정책을 논하는 21세기디자인포럼을 구성. 당해년도 연구진의 활동과 3차례의 포럼을 통해 디자인산업, 문화, 교육에 대한 포괄적 비전을 도출하고, ‘21세기 대한민국 디자인선언’을 작성하여 2007년말 대내외적으로 선언. 더불어 비전 실천을 위한 9가지 정책 과제 제시하였으며 정부 부처와 진흥원의 협조 하에 의미 있는 진전을 이루고 있음.

21세기 대한민국 디자인 선언	
비전 : “ 디자인에 의한 21세기 창의(創意)한국 ” Creative Korea by Design	
1. 국가 디자인 정책의 개편	1.1. 디자인 중심 국가 경영 1.2. 국가디자인위원회 발족
2. 디자인 문화 인프라 확충	2.1. 국립아시아디자인박물관 설립 2.2. 국립디자인사료관 설립 및 디자인 전문미디어 육성
3. 디자인 산업 진흥	3.1. 디자인 연구 지원 확대 3.2. 디자인 산업의 차세대 성장 동력산업 지정 3.3. 디자이너 및 디자인 기업 전문성 인증 제도
4. 디자인 교육 개혁	4.1. 디자인 교육 프로그램 인증제 시행 4.2. 한국고등디자인연구원

(3) 디자인의 지식과 기술 고도화로 실질적인 디자인 경쟁력 향상

- 디자인은 지식기반산업 :

디자인의 지식과 기술 향상이 디자인 경쟁력 향상의 지상 과제. 영국은 2005년 Cox Review 이후 design skills advisory board가 활동하면서 관련된 논의를 진행 하고 보고서들을 생산하고 실행계획을 짜면서 핵심 경쟁력을 키우기 위한 노력을 경주하고 있음. 국회의원들이 참여하고 있으며 소요 예산은 3개년 간 2천7백만 파운드로 추산.

	2008	2009	2010
Design Alliance	<i>Launch of Professional Development Campaign</i> <i>Launch of Designers' Business Knowledge Base</i>	<i>First piece of Strategic Analysis and Future Thinking published</i>	<i>Research complete for updated Design Skills map</i>
Network of Visiting Design Professionals	<i>Research complete</i>	<i>Database of designers built by Alliance</i> <i>Pilots underway</i>	<i>Roll-out of national network</i>
Multi-disciplinary Network	<i>Alliance programme of multi-disciplinary network activities established</i> <i>multi-disciplinary network established</i>		
Careers Guidance	<i>Launch of Creative Choices</i>		
Design Mark	<i>Pilots</i>	<i>Launch of Design Mark</i>	<i>First Design Mark awards</i>
Teacher Development	<i>Research and development of Design Mark training units and delivery model complete</i>	<i>Launch of Design Mark training units</i> <i>Piloting complete</i>	<i>National roll-out of improved teacher training initiatives</i>
Designers Working with Schools	<i>Strategic plan for programme developed</i>	<i>Launch of collaborations with Creative Partnerships and STEMNET</i>	

Timetable (Blue Print, Design Skills Advisory Panel, 2008, p.52)

- 디자인인증제의 필요성 :

(사)한국디자인단체총연합회는 2009년도 디자인산업의 주축인 디자인기업과 디자인기업의 구성원인 디자이너, 그리고 인적자원을 양성하는 디자인교육의 시스템 등의 수립된 품질 기준에 따라 인증을 부여하고 이를 고려하여 일정한 혜택을 부여하는 한국디자인인증시스템(AKD ; Accreditation system for Korea Design)을 제시. 디자인기업인증과 디자인전문가인증, 디자인교육인증으로 구성되며 이를 통해 디자인의 수준을 고도화하고, 디자인을 전문영역으로서 체계화하며, 궁극적으로 비합리성으로 비롯되는 사회적 비용을 감소시켜 궁극적으로 국가 디자인 경쟁력 강화에 기여할 것으로 기대됨.



- 한국고등디자인연구원의 필요성 :

그동안 다수의 인프라 구축 노력으로 코리아디자인센터, RDC 등의 물적 토대와 designdb.com등의 정보인프라가 구축되었음. 하지만 디자인의 고급 지식을 구축하고 그를 통해 궁극적인 경쟁력을 갖추며 이를 한국 디자인기업에 전파하고 기업의 역량으로 자리 잡을 수 있도록 하는 노력은 부족하였음. 그동안 축적된 양적 기반을 바탕으로 이제 한국이 세계적인 디자인지식 발신지로서 그 역할을 다해야만 궁극적인 세계적 디자인경쟁력을 확보하여 세계적 선도자로서 우위를 점할 수 있을 것임. 디자인의 연구를 활성화하고 연구 결과를 집약하여 궁극적인 지식으로 재탄생시킬 수 있는 거점으로서 한국고등디자인연구원이 필수적이며 이는 이미 2007년 21세기대한민국디자인선언에서도 천명된바 있음.

- 산업과 문화는 양날의 칼 :

문화가 내용을 만들면, 산업은 그것을 순환시킴. 순환되지 못하면 가치 있는 내용을 만들 여력이 생기지 않고, 내용이 없다면 순환의 의미가 없어짐. 문화적 영역에도 산업이 있고, 산업적 영역에도 문화가 있음을 인식해야 디자인기업들의 경쟁력이 향상됨. 특히 유럽 제국과는 달리 자생성이 없어 디자인이 활착될 수 있도록 인위적인 수단을 써야 하는 한국과 같은 나라는 문화와 산업이 양날의 칼임을 인식하고 공조해야 디자인 산업의 품질 향상을 기할 수 있음.

지정토론

디자인산업 비전과 발전전략

2010년도 산업디자인진흥시행계획

조 석 지식경제부 성장동력실 실장

순서

- I 추진배경
- II 디자인산업 현황
- III 평가 및 시사점
- IV 정책방향
- V 16대 주요 정책과제

추진배경

대내외 경제여건

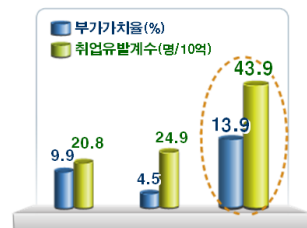
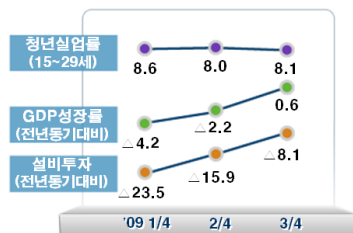
한국경제는 세계적 경기침체에서 빠르게 회복
유가·원자재가·환율 등 대외여건 불확실
기업의 투자, 청년실업은 아직 불안한 상황

➔ 미래 먹거리 및 우수인재 확보 부진에 따른
성장잠재력 훼손 우려

디자인산업의 중요성

기술수준 평준화 ➔ 디자인이 기업경쟁력 좌우
디자인산업은 고용창출 효과 큰 지식산업

➔ 기업경쟁력 제고 및 청년실업 해소를 위한
선제적 디자인투자 필요



디자인산업 현황



국가 디자인 경쟁력 세계 9위 •

그간 정부정책 및 기업의 적극적 투자에 기인

🇩🇪 1위 🇯🇵 3위 🇺🇸 7위 🇬🇧 13위

(Global Design Watch 2008)

기업의 디자인투자 위축 •

산업규모가 6.8조원('06) ➡ 5.2조원('08)으로 축소



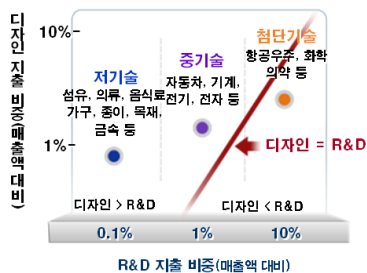
디자인산업 고용축소 •

240여개 대학에서 24천명의 디자이너 배출('07)

🇬🇧 62천명 🇺🇸 38천명 🇯🇵 28천명 🇩🇪 4천명

고용규모가 94천명('06) ➡ 54천명('08)으로 축소

평가 및 시사점



글로벌기업은 디자인을 혁신수단으로 활용

애플은 디자인혁신을 통해 '03년 대비 '07년 매출 1.7배 증가

국내기업은 기술개발에 비해 디자인투자 부진

평균디자인투자('08) : 대기업 57.1억원, 중소기업 1.3억원

➡ 디자인-기술 융합R&D 및 기반연구 지원으로
기업의 디자인혁신역량 강화



디자인산업의 인력수급 불균형이 심각

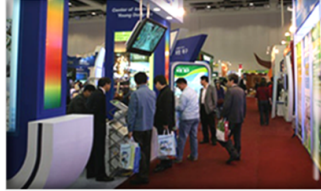
연간 2만여명의 디자이너 배출 >> 총 고용규모는 5.4만명('08)

디자이너 1인 창업·마케팅 등 지원체계 부재

영국은 디자이너의 25.6%가 프리랜서로 활동('05)

➡ 구직→창직(創職)지원으로 정책패러다임 전환을 위한
디자인생태계 조성

III 평가 및 시사점



협소한 국내시장(1.7조원)은 공급과잉 상태

25백여개의 전문디자인업체가 경쟁(평균매출 6.5억원)

디자이너·전문업체의 해외시장 진출 부진

해외수주 실적이 있는 전문업체는 전체의 2.8%에 불과('06)

➔ 내수시장 중심에서 탈피, 한국 디자이너·디자인 기업의 해외진출 촉진



디자인교육이 공학·경영학 등과 융합되는 추세

➔ 글로벌 디자인 인재 양성을 위한 융합·실무형 디자인 교육시스템 구축

국민과 소통 못하는 공급자 위주 디자인정책

➔ 국민 모두가 디자인을 체험·이해할 수 있는 디자인문화기반 확대

IV 정책방향



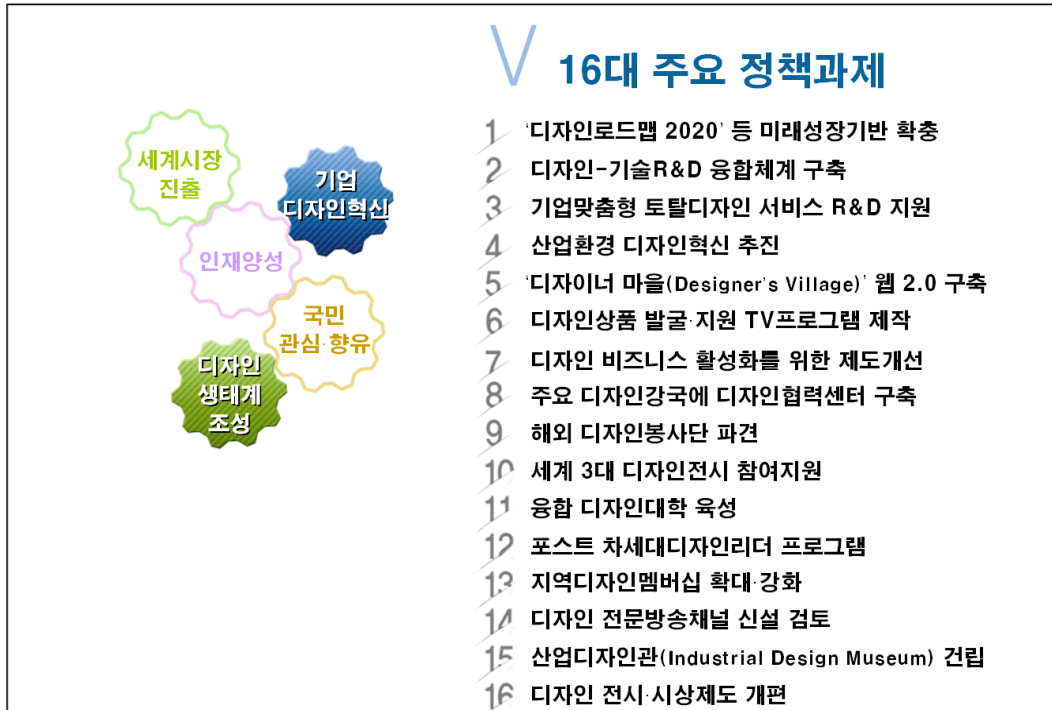
1 기업의 지속성장과 일류도약을 위한 디자인혁신

2 디자인생태계 조성을 통한 일자리 창출

3 국내에서 세계시장으로 한국의 디자인 영토 확장

4 디자인강국 도약을 선도할 창의적 디자인 인재 육성

5 국민의 관심과 향유를 통한 국가 디자인 수준 제고



現R&D사업은 외형개선 위주
단기·소액 과제

➡ 디자인혁신역량 제고에 한계

중장기 디자인전략 없이 일회성
디자인개발 치중

➡ 일관된 브랜드 형성에 실패

1 '디자인로드맵 2020' 등 미래성장기반 확충

- '디자인로드맵 2020' 수립, 미래 디자인혁신 방향 제시
디자이너가 쉽게 이해·활용할 수 있는 미디어 형식 로드맵
- 기업의 공동활용 가능한 기반기술 발굴 및 R&D 지원
그린디자인 유니버설 디자인, 디지털디자인 등 핵심분야 우선지원
- 한국성(Koreanity)을 대표하는 한국디자인DNA 정립
한국디자인DNA 아카이브 구축, '우수사례 100선' 선정
- 보건·에너지·교통 등 공공서비스 디자인R&D 지원
비용절감, 품질제고 등 가시적 성과도출 가능한 영역 우선지원

2 디자인-기술 R&D 융합체계 구축

디자인이 R&D전주기에서 기술과 융합되는 추세

국내기업은 '先기술개발-後디자인' 방식에 머물러

➡ 새로운 부가가치 창출에 한계

디자인 비용의 R&D사업비 계상이 가능토록 규정개정
지식경제 기술혁신사업 공통 운영요령 및 부속요령·지침

디자인예산을 R&D예산 대비 0.2% ➡ 1%로 확대시
약 1천억원의 투자증대 효과 기대

'09년 디자인예산 270억원, 정부R&D예산 12.3조원의 0.2%에 불과
국내기업의 연간 디자인투자 3.5조원, R&D투자 23.9조원의 14.6%

디자인-기술R&D 연계방안, 기대효과 및 성공사례 등
홍보를 통해 기업의 디자인투자 유도

R&D수행기관 대상으로 디자인진흥원과 R&D전담기관이 공동추진



3 기업맞춤형 토탈디자인 서비스R&D 지원

기업의 디자인경영에 대한 이해와
관심 부족

중소기업의 디자인투자는 대기업의
2.3% 수준

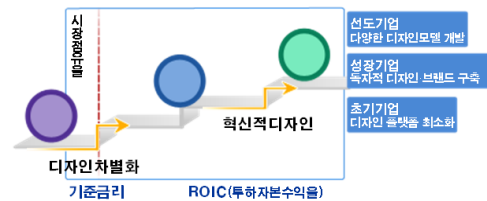
➡ 기업의 디자인역량 훼손 우려

기업성장단계 및 디자인혁신단계에 따라 특화된
토탈디자인 서비스R&D 지원

트렌드, 전략, 컨셉, 개발, 교육 등 디자인프로세스의 개선 효율화

역량진단, 전략수립 등 지원프로그램을 모듈화

사례 : 영국의 'Designing Demand' 지원 프로그램



퇴직 프리랜서·미취업 디자이너로 '디자이너 풀' 구성,
동 사업에 참여토록 지원

4 산업환경 디자인혁신 추진

조성 후 20년 지난 노후 산업단지가
전체의 16%

도시발전, 산업고도화에 뒤쳐진 실정

➡ 근로여건 및 생산성 저하로
기업경쟁력 약화

산업집적지 디자인개선 위한 '통합 디자인 가이드라인' 마련
산업환경 디자인의 기본방향 및 Brand Identity 정립

시설물, CI 등 산업집적지의 디자인·브랜드개발 지원

산업단지 구조고도화 사업과 연계·추진

사례 : 대구염색산업단지



산업집적지 내 공공시설물의 표준화 추진

그린디자인, 유니버설(Universal)디자인 등 고려

국제표준에 부합되는 정보전달체계(안내표지·시설표지 등) 정립

5 'Designer's Village' 웹 2.0 구축

연간 2만여명의 디자이너 배출되나
고용시장은 포화상태

디자이너의 독립적 비즈니스 활동
어려움

➡ 신진 디자이너의 창업·비즈니스
기반 부재

디자이너 1인 창업·비즈니스가 가능한 웹2.0 기반
'Designer's Village' 구축

現 디자인포탈(designdb.com)을 기반으로 구축



우선 온라인 '디자인 스튜디오'를 구축하고,
장기적으로 디자인 거래시스템(e-Marketplace) 확충

애플 앱스토어(Appstore) 모델을 디자인에 적용

디자인 마케팅·거래·권리보호 등 종합 지원하는 오픈디자인마켓

6 디자인상품 발굴·지원 TV프로그램 제작

디자인의 상품화 위해서는
생산·유통·마케팅 채널이 필수적
최근 패션 등 디자이너 발굴을 위한
TV프로그램이 인기

➡ TV를 활용한 디자인의 상품화
지원 필요

창의적 디자이너 및 아이디어 발굴 위한 TV프로그램
'Design Creator Battle' 제작

사례 : BBC 'School of design', BravoTV(美) 'Top Design'



디자이너와 생산기업 매칭을 통한 상품화(양산) 지원
홈쇼핑 등을 통해 개발상품의 홍보·마케팅·판매 지원

7 디자인 비즈니스 활성화를 위한 제도개선

디자인산업의 영역이 확대되고,
서비스의 형태가 다양화되는 추세

➡ 제도는 디자인 비즈니스의
변화에 따라가지 못하는 상황

디자인권리보호 가이드라인 수립

디자인전문기업 및 디자이너 창작물에 대한 권리보호 강화

디자인권 보호범위 확대 추진

물품성을 상실한 디자인까지 보호범위 확대

디자인산업의 표준거래계약서 및 대가기준 제시

적정 영역대가를 지급함으로써 성과물의 품질 확보

출원전 디자인 창작물에 대한 모방방지 제도화

디자인기탁제도 등

8 주요 디자인강국에 디자인협력센터 구축

해외 디자인시장 진출을 위한
현지정보 부족

낮은 인지도로 인해 해외 진출에
어려움 발생

➡ 기업이 자체인프라 확보하기에는
투자위험 존재

주요 디자인 선진국에 '한국디자인협력센터' 설치
영국, 미국, 이태리 등 디자인분야 교류가 확대되고,
현지진출 교두보가 필요한 지역을 우선적으로 검토

협력센터를 인턴십·시장개척 등 글로벌 협력사업을 위한
현지 거점기관으로 육성

한국 디자인 협력센터의 주요기능

- ➡ 현지 교육기반 구축, 학위과정 공동개발 운영
- ➡ 현지 취업연계 인턴십(실무·어학·현지적응력 배양) 운영
- ➡ 정보제공·홍보·마케팅 등 시장개척 프로그램 운영

9 해외 디자인봉사단 파견

국내 디자이너·기업의
개도국 디자인시장 진출 부진

➡ 한국디자인에 대한 긍정적
이미지 형성을 통해 시장선점 필요

현직 퇴직 디자이너로 구성된 '해외 디자인 봉사단' 파견
중국, 베트남, 인도네시아 등 이머징마켓을 대상으로 지원

KOTRA, KOICA 등과 협력, 현지 수요기관 조사·선정
한국디자인 도입을 희망하는 현지기업도 발굴

지원성과를 적극 홍보하여 친한(親韓) 분위기 조성
양국 디자인계의 교류확대로 인적네트워크 형성



10 세계 10대 디자인전시 참여지원

한국디자인에 대한 해외의 인식은
아직 낮은 수준
최근 디자이너·기업의 해외 유명전시
참여 증가

→ 현지진출 위한 체계적 지원책 부족

세계 3대 디자인전시에 코리아디자인관(공동전시관) 운영
100% 디자인 런던, 밀라노 가구박람회, 파리 메종&오브제 등

한국 디자이너·기업을 해외 바이어와 디자인계에 홍보
디자인시장개척단을 파견해 현지 수출상담회 개최

KOTRA와 협력하여 현지 비즈니스 상담 등 지원



11 융합디자인대학 육성

디자인교육이 인접학과와 융합되는
추세

美스탠포드 D-School, 日쯔꾸바大
인간융합학과 등

→ 국내 디자인대학의
융합화·특성화 부진

융합디자인대학을 선정하여 디자인 교육시스템의 혁신 유도
디자인과 공학, 경영학 등 접목된 다학제적 커리큘럼 운영

이론과 실습이 병행된 체험형 인재양성 프로그램 도입

디지털디자인 등 이머징 분야 전문인력 양성

게임 등 일부산업에서 초산업으로 디지털디자인 활용 확산



12 포스트 차세대디자인리더 프로그램

차세대디자이너를 발굴·지원하여
세계무대 진출을 촉진
단기지원에 그쳐, 지속적인 성장에
한계

➡ 글로벌 스타로 성장하기 위한
중장기 프로그램 부재

전문에이전시 수준의 '포스트 차세대디자인리더 프로그램' 운영
현 차세대디자이너 프로그램을 확대·개편

스타디자이너 멘토링, 해외전시, 학술대회 참여 등 지원

해외 전문 매체를 통해 홍보하여 국제적 인지도 제고



13 지역디자인멤버십 확대·강화

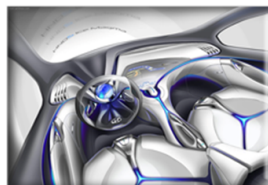
비수도권 예비 디자이너는 지리적
여건으로 전시, 교류, 인턴 등에 불리

➡ 디자인산업의 수도권 집중으로
지역인재 육성기반 미성숙

지역디자인 인재 육성을 위한 지역디자인멤버십 전국확대 운영
기존 대경권, 동남권, 호남권, 제주권에 충청권 및 강원권 추가 지원

창작공간, 특화교육, 전시회, 인턴십, 산학협력 프로젝트 등
지원을 통해 실무역량 제고

지원대상을 미취업 디자이너로 확대하여 현장 실무교육
기회로 활용



14 디자인 전문방송채널 신설 검토

타 분야는 전문방송을 운영하여
미디어에 익숙한 수요자 니즈 충족
북지TV, 육아방송, 실버TV, 사이언스TV 등

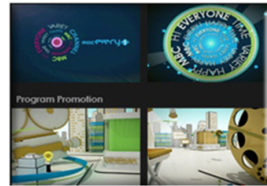
➡ 국민이 디자인을 쉽게 접할 수
있는 채널 필요

전문방송을 통해 디자인의 가치에 대한 공감대 형성

케이블TV나 새로이 도입되는 IPTV 등 채널 개설·운영방안 연구
관련부처 및 전문가로 추진단 구성

방송콘텐츠 구성, 기획 및 제작방향 등 검토

우수디자인(GD) 상품 홍보, 디자인 역사, Early Adopter 제품,
최신 트렌드 등



15 산업디자인관 건립

디자인 역사를 보존·활용하기 위한
인프라 부재

➡ 국민이 디자인을 체험·학습
할 수 있는 복합문화공간 필요

디자인·기술·감성이 융합된 복합문화공간인 '산업디자인관'
(Industrial Design Museum) 건립 추진

쿠퍼-휴잇 국립디자인박물관(美), 런던 디자인박물관(英) 등

서울화력발전소 부지·시설을 활용하는 방안 우선 검토

최초의 화력발전소로서 역사적 가치를 보존하고 지역명소로 조성

디자인박물관, 체험관, 전시관 등 복합공간으로 구축

청소년 교육프로그램을 운영, 신진 디자이너 창작공간 제공 등



16 디자인 전시·시상제도 개편

다수의 전시·시상 행사가
산발적으로 개최

홍보효과 부족, 국민참여 저조로
사업효과 반감

▶ 국제적 권위와 인지도를 갖춘
새로운 형태의 전시·시상 필요

디자인 전시·시상제도를 통합하여 동아시아 대표
디자인행사로 육성

디자인 전람회, 디자인코리아, GD, 디자인대상, 진흥대회 등

통합브랜드를 구축하여 해외홍보를 강화함으로써
국제적 위상 제고

영국은 '100%디자인런던', 독일은 'iF' 통합브랜드로 전시통합·관리

디자인-기술R&D 융합체계 구축

독일 'iF 디자인어워드', 싱가포르 '프레지던트 디자인 어워드' 등



디자인! 대한민국의 경쟁력입니다.

