민관 합동 디자인 정책 협의체 「K-디자인 점프업 포럼」 운영을 통한 정책 발굴 연구

결과보고서

2023. 11. 30

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

결과보고서

분과명	❶ 디지털·지속가능디자인
정책 아젠다	❶-1. AI, 디지털 트윈 디자인 연구 개발
작성자	김현선, 이세리, 김태형, 박정호, 엄경희, 허정윤, 허혁

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 03

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 05

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 디지털 산업 환경 변화

■ 디지털, ICT

○ ICT(Information & Communication Technology)는 정보 기술(Information Technology, IT)과 통신 기술(Communication Technology, CT)로 정보기기의 하드웨어와 소프트웨어 기술을 이용하여 정보를 주고받고 개발, 저장, 처리, 관리하는 데 필요한 모든 기술을 의미함

○ 최근 디지털 기술발전으로 전 산업 분야가 디지털 전환에 맞춘 디지털 전환, 고용변화의 시대적 상황에 직면

○ 디지털 디자인은 기술의 발전과 함께 지속적으로 변화하며 발전함

○ 디자인은 기술에 맞춰 더 혁신적이고 사용자 중심의 디자인을 추구하고 최적화되고 있음

○ 디지털 시대의 “디자인”은 비즈니스 전략의 중요한 부분이며, 창의성과 혁신을 통해 기업의 성공에 기여하고 있음

○ ICT기업과 제조기업 중심으로 디지털 산업환경이 급변하고 있고 기업 효율을 위한 디지털 트윈 기술이 각광받고 있음

○ 디자인 분야에도 디지털 트윈 기술의 도입은 시급하며 특히, 제조 기반의 디자인 분야와의 협업이 필요한 시점임

1.2. 디지털 트윈(digital twin)[1]

■ 실제와 동일한 3차원 모델을 만들고, 현실 세계와 가상의 디지털 세계를 데이터를 기반으로 연결함

■ 현실과 가상이 마치 쌍둥이처럼 상호 작용하게 돼 디지털 트윈(digital twin)이라 지칭하며 제너럴 일렉트릭(General

1) ICT 시사상식 2023

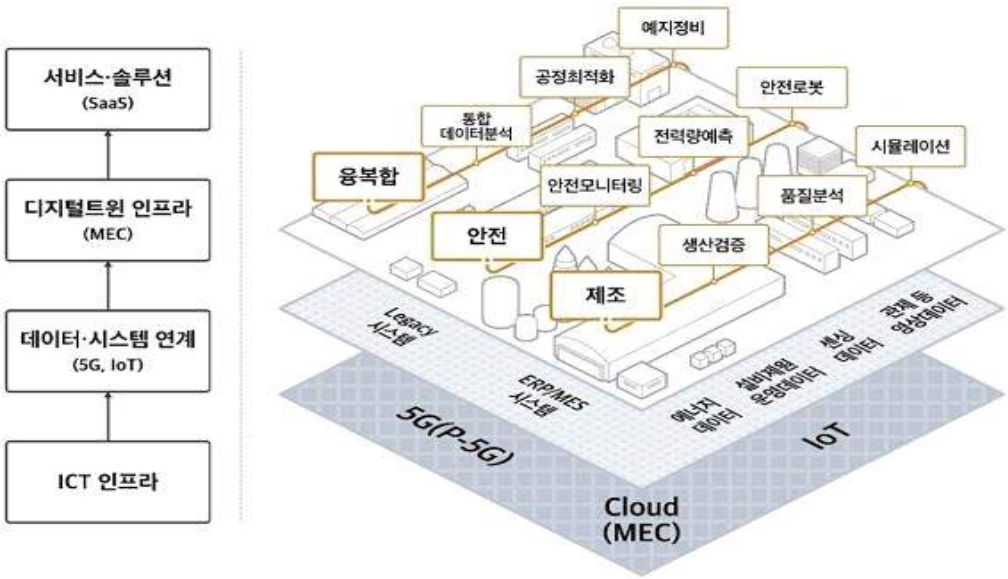
Electric)에서 처음 만든 개념

○ 실제 물리적인 자산 대신 가상화한 디지털 트윈을 통해 실제 자산의 현재 상태, 생산성, 동작 시나리오 등 정보를 얻을 수 있음. 설계부터 제조까지 전 과정에 효율성을 향상하는 것이 가능해 제조, 에너지, 물류, 헬스케어, 자동차, 항공 등 여러 산업 분야에서 활용

○ 빅데이터를 수집해 현실 세계를 가상세계에 적용하고, 5세대 이동통신(5G) 네트워크, 가상현실(VR), 증강현실(AR)과 같은 기술을 적용해 가상세계에서 현실세계로 다시 최적화함

○ 이를 통해 사람이 현장에 가지 않고도 산업 현장에서의 작업 절차를 미리 검증

○ 과학기술정보통신부는 5G를 기반으로 각 산업에 특화한 디지털 트윈 기술을 개발해 설계, 제조 · 생산, 유지 · 보수 등 제품 수명 주기 전반에 걸친 적용을 지원하며 국토교통부는 자율주행, 스마트 건설 등 신산업 기반으로서의 역할과 시설 관리 등을 위해 디지털 트윈 적용을 지원



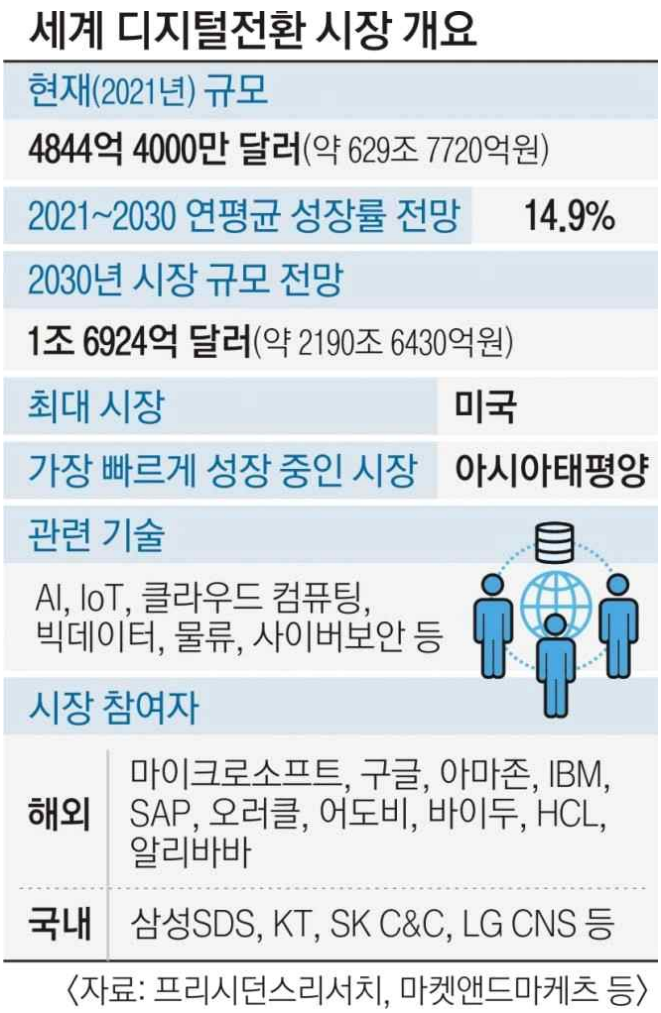
[그림 1] 구독형 디지털 트윈 서비스 개념도
출처: SK텔레콤

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 국내 기업 디지털 전환 방안

■ 디지털 : AI, 가상공간, 플랫폼 등 디지털 전환 흐름에 맞춰 디자인 분야의 혁신과 적용을 통해 디자인 프로세스, 고용환경 등 시장의 변화에 대응

○ 전 세계 시장 규모 약 2000조 시장으로 디지털 전환의 격전지로 한국 시장이 떠오르며 연평균 15~20%대 가파른 성장세



[그림 2] 디지털 전환 시장규모
자료: 서울신문

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 · 외 사례

■ Chat GPT, 미드저니(MIDjourney), Make-a-Video 등 다수의 DX(디자인 디지털 전환), DT(Digital Twin) 기술의 등장

■ 많은 제조기업들이 DT(Digital Twin)를 활용한 제조혁신을 주도(기아자동차, BMW, Phillips, 자하 하디드 아키텍트)

3.2. 우수사례 1 : 뉴욕 타임스퀘어 디지털폭포

○ 삼성전자가 뉴욕 타임스스퀘어에 설치한 초대형 LED 사이니지 전광판을 통해 100 높이의 ‘디지털 폭포’를 선보임

○ 뉴욕 타임스퀘어에 국내 디자인기업인 디스트릭트가 디지털 홀로그램을 설치하여 국내 디지털 디자인 기술력을 선보임

○ 디지털과 현실공간을 넘나드는 예술 경험을 관객에서 선사하고 있음

○ K-디자인 콘텐츠의 위상을 높임

[그림 3] 뉴욕 타임스퀘어 디지털폭포
자료: 디스트릭트

3.3. 우수사례 2 : 자하 하디드 아키텍트

○ 자하 하디드 아키텍트 기술로 혁신적이고 실험적인 리얼타임 건축 시각화 툴 트윈모션 사용

○ 자하 하디드의 건축스타일을 혁신적으로 구현함

○ 디자이너들의 개발 시간 절감 및 효율적인 시안 제시

[그림 4] 자하 하디드 아키텍트
자료: 자하 하디드 아키텍트 연구소

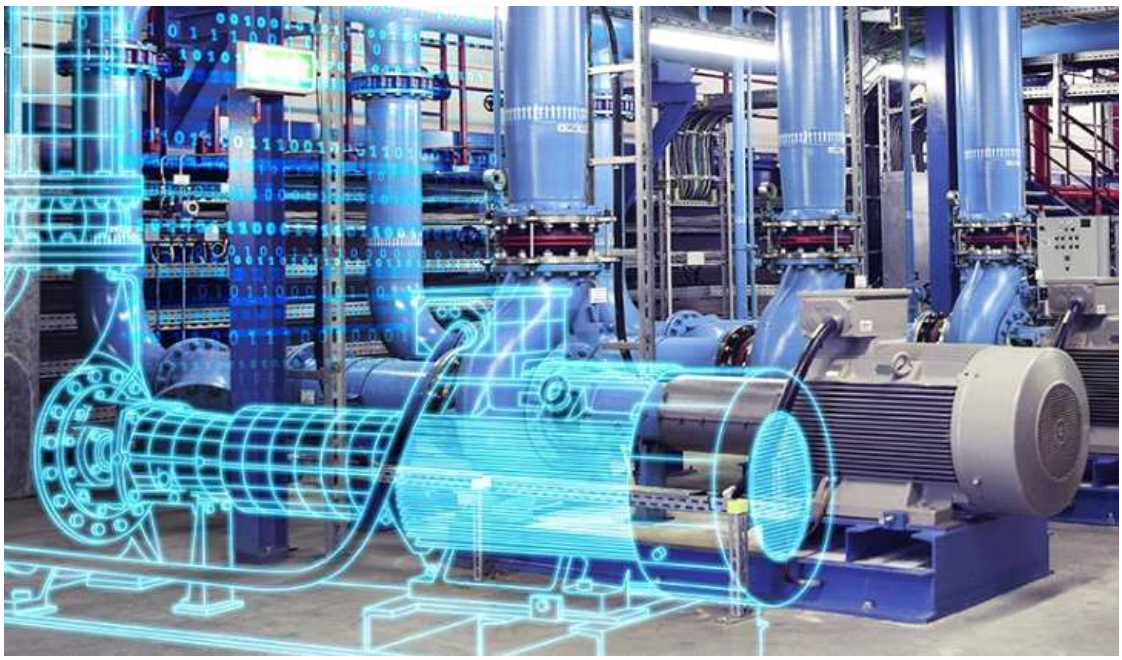
3.4. 우수사례 3 : BMW 디지털 트윈

○ NVIDIA GPU를 통해 BMW의 자동차 공장을 디지털 트윈으로 제공

○ BMW는 40차종 모델이 있고 100종류 이상의 옵션 선택으로 1대당 2100가지 조합 필요

○ 디지털 트윈으로 제조 라인당 최대 10종류의 차종을 생산이 가능하도록 함

○ NVIDIA 옴니버스를 통해 공장의 설계, 배치 검토, 변경사항 실시간으로 가시화하여 BMW 계획 프로세스에 혁명을 가져옴



[그림 5] BMW 디지털 트윈
자료: BMW

3.5. 우수사례 4 : 미드저니

○ 텍스트를 입력하면 AI가 이미지를 생성해주는(Text-to-Image) 모델

○ 인공지능으로 생성되는 AI 이미지 제너레이터

○ 디자이너에게 혁신적인 기술 제공이자 위협인 상황임

○ 많은 디자이너와 엔지니어들이 미디저니와 AI를 이용한 창작 활동을 시작하는 시점

[그림 6] 미드저니를 활용한 AI그래픽
자료: 미드저니 생성

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 디지털 트윈 기술교육 및 정보제공을 통한 디자인 산업 분야에 활용 및 디자인 연구 개발

○ DX, DT, AI 기술에 대해 디자인기업 기술교육, 기술 재교육 및 기술 정보, 동향 제공

○ 디지털 기술을 접목한 정보제공으로 시간 및 비용 절감, 시장 리스크 감소, 새로운 비즈니스 발굴

○ 디지털 트윈 분야에 대한 디자인 고도화, 디자인 산업 분야 활용 연구 개발

○ 구축된 가상의 공간에서 디자인 작업과 품평 · 개선을 할 수 있는 디자인 연구 개발

○ 제품 생산 단계의 비효율적인 과정을 줄이고 디자인 품질을 높일 수 있는 다양한 방안 모색

4.2. 추진체계

■ 디지털 트윈 디자인 연구를 위한 추진체계 구성

○ 추진위원회는 디자인 및 디지털 트윈 관련 각 학술 및 산업 단체, 전문기업, 학계, 공무원 등 10인으로 구성하고 위원장을 선임함

○ 추진을 위한 운영사무국을 둘 수 있으며, 전문위원 2명을 위촉함

■ 디지털 트윈 디자인을 위한 주무부처 협의 필요

○ 기술, 산업, 정책 및 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 추진위원장을 중심으로 관련 부처와 접촉 및 협의

○ 협의를 통한 세부적인 정책 사업과 산업계 확산 모색

■ 상세추진 단계표

[표 2] 디지털 트윈 디자인을 위한 추진단계

추진 단계		내용
1단계	위원회 구성	추진위원회 구성 및 위촉, 활동 계획서 작성
2단계	기초 계획안 정립	디지털 트윈을 활용한 기초 연구 디지털 트윈을 위한 제반 사항 정립 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 참여방안 및 활성화 방안 모색
3단계	기술교육	산업단지, 디자인 전문기업 재직자 교육
4단계	연구개발	디자인 전문기업과 디지털 기업의 RND 협업
5단계	기술 상용화 및 확산	다양한 분야에 기술 상용화를 통한 활성화 방안 모색

4.3. 수혜대상

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 등

○ 디자인 산업의 관련 종사자들

- 제조업, 제작업, 생산업, 건축, 인테리어업, 시공업, 설치업, 미디어업 등

○ 디자인관련 대학 및 교육 분야

- 교수, 교사, 학원 강사 등

○ 디자인 활용 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 한국디자인진흥원, 정부부처, 지자체 등 공무조직

4.4. 추진예산

○ 디지털 트윈 디자인 연구개발을 위한 추진 예산

[표 3] 추진예산

비목	내용	금액(원)
위원회 구성 및 활동	위원회 구성, 활동비, 자문비, 회의, 공청회, 여론조사 등	50,000,000
자문 및 공청회 등	연구원 구성, 연구원 모집, 운영팀 구성	50,000,000
기술교육	교육 개발 기업 모집, 기업 교육 시행	500,000,000
연구개발	디자인 전문기업과 디지털 기업의 RND 협업	5,000,000,000
합계		**5,600,000,000**

4.5. 기대효과

■ 디자인 산업의 DX촉진

○ 디자인 산업 분야에도 디지털 전환을 촉진하고 현 산업환경과 디지털 환경에 적응할 수 있는 기회 제공

■ 디지털 트윈 디자인 교육의 활성화

○ 디자인 트윈 및 디자인 교육 및 교육 기관에 대한 관심을 높일 수 있으며, 이를 통해 산업계 디자이너, 산업 전문가, 디자이너, 학생들이 디지털 트윈 디자인 분야에 대한 지식과 관심을 키우고, 미래에 디자인 전문가로 발전할 방안 제시

■ 디지털 혁신과 경쟁력 강화

○ 디자인은 혁신과 경쟁력 강화에 중요한 역할을 하고 있는 분야로 디지털 트윈 디자인을 통한 제조와 제품, 디자인 혁신을 촉진하여 국내 기업과 산업의 경쟁력을 향상시키는 데에 기여할 수 있음

■ 디지털 디자이너들의 성장과 보상

○ 디자이너들이 디지털 트윈 디자인과 디지털 전환을 통한 신 산업계로 진출하여 산업을 주도하고 공식적으로 인정하고 보상하여 디자이너들에게 자부심과 동기부여를 제공할 수 있으며, 디자인 분야에서 뛰어난 인재들을 유치하고 유지하는 데 도움이 됨

■ 디지털 강국으로서의 국제적 위상 강화

○ 한국은 디지털강국으로 디자인 업계에서도 디지털 전환과 디지털 트윈 디자인 기술을 통해 국제적인 위상을 견고히 할 수 있음

결과보고서

분과명	❶ 디지털·지속가능디자인
정책 아젠다	❶-2. 디자인클러스터 조성과 K-스트리트
작성자	김현선, 이세리, 김태형, 박정호, 엄경희, 허정윤, 허혁

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 03

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 06

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 12

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 K-컬쳐의 세계화

■ 디자인클러스터 조성과 K-스트리트를 통한 K-디자인 세계화

■ 문화강국으로서의 추진동력 재정립 및 우리문화(K-디자인, K-건축, K-POP, K-FOOFD 등)의 해외수출을 위한 동력 필요

○ ICT융합 활용 K-스트리트의 해외진출을 통하여 우리 디자인의 우수성을 세계에 알리고자 함

○ 해외 거주 외국인 대상으로 쉽고 편하게 한국을 이해하고 알아갈 수 있는 콘텐츠 기획 및 시행 필요

○ 이를 위해 K-컬쳐에 대한 K-스트리트에 대한 구상과 시범사업을 국내에서 시범 운영하여 관광자원화 및 산업화 모색

1.2. K-컬쳐[1)]

■ 케이컬쳐(K-CULTURE)는 Korean-culture의 줄임말로 한류 열풍을 의미하며 한국의 문화 콘텐츠를 광범위하게 일컫는 용어로 사용

○ 한국 콘텐츠 산업 매년 16.3% 성장하여 146.9조원으로 성장

○ 2023년 해외 한류 실태 조사 결과 K-팝(14.3%), 한식(13.2%), 한류스타(7.4%), 드라마(6.6%), 정보기술(IT) 제품·브랜드(5.6%) 순임

○ 한국 문화콘텐츠 소비 비중 항목 웹툰이 1위 2022년 6위(출판물 내 세부내역 기준), 2023년 28.6%로 1위로 급부상

○ 응답자의 57.1%는 K-콘텐츠가 한국산 제품과 서비스의 구매·이용에 영향을 미치고 있다고 응답, K-콘텐츠로 높아진

1) ICT 시사상식 2023

국가 이미지는 식품, 화장품, 가전제품 등 경제에도 긍정적인 영향 제시

○ 문화관광부 K-컬쳐 문화콘텐츠에 예산 1조 원 투자

○ 결국 K-컬쳐를 통해 K-제품과 브랜드의 인지도와 신뢰도가 높아지고 매출이 신장되는 효과를 가짐

○ 산업계에서도 K-컬쳐를 활용한 방안과 지원을 모색할 때임

○ K-디자인, K-제품, K-건축에 대한 활성화 방안과 투자를 모색해야 함

[표 1] 문화 콘텐츠 매출/수출액

	2018	2019	2020	2021	2022
매출(원)	119.6조	126,7조	128.3조	136.7조	146.9조
수출(달러)	96.2억 달러	102.5억 달러	119.2억 달러	128.2억 달러	130.1억 달러

출처: 문화체육관광부

[표 2] 2024년 K-콘텐츠 예산안 편성현황(장르별, 기능별)

(단위: 억 원)

장르별	'24년 정부안	기능별	'24년 정부안
영화·영상	768	정책개발	26
애니메이션	465	정책금융.투자	3,705
캐릭터	92	기업·인재양성	560
게임	679	한류수출	802
대중음악	379	신기술융합	379
패션	87	지역활성화	393
만화	221	콘텐츠 R&D	770
이야기	44	공공기관 지원	757
소계	2,734	소계	7,391
합계	10,125		

출처: 문화체육관광부

[그림 1] K-컬쳐
자료: LX인터내셔널

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. K-컬쳐의 세계화 방안 모색

■ K-컬쳐의 세계화 방안의 일환으로 K-디자인, 제품, 건축 등을 다양한 방식으로 알림

○ 최근 5년간 한류 열풍으로 유발된 경제효과 37조 원, 고용 창출 16만 명(한국경제연구원, 2023)

○ 한국 콘텐츠 산업 매출 116.3조 원 연간 증가, 수출액은 75억 달러로 성장(2018년 기준), 2023년 상반기 K-POP 수출액 1억 3천만 달러(한국경제연구원, 2023)

○ 2011년부터 2016년까지 한류 문화콘텐츠 수출액과 제품 소비재 수출액으로 구성된 패널데이터를 회귀분석한 결과 한류

문화콘텐츠 수출액이 100달러 증가 시 소비재 수출액 248달러 증가를 견인하는 무역창출 효과가 나타남

○ 동일한 문화상품 소비가 문화적 근접도를 높이고 문화적 접근도가 높아지면 소비재에 대한 선호도를 증가시켜 산업 및 무역 촉진 효과 유발[2)]

○ K-컬쳐의 인기가 K-브랜드의 호감도 상승과 이미지 제고의 시너지 발생

○ K-컬쳐의 콘텐츠가 미술, 아트, 디자인 분야로 확장되고 있음

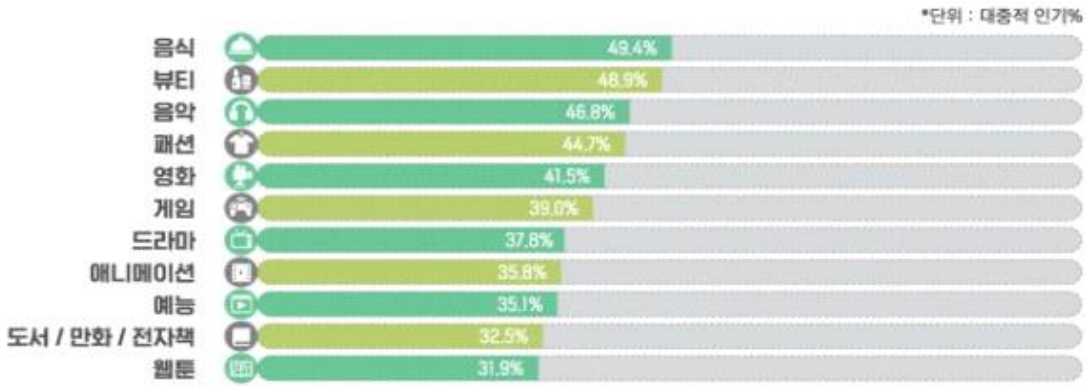
[그림 2] 국내 콘텐츠 산업 매출액, 수출액
자료: 한국수출입은행 해외경제연구소

[그림 3] 문화콘텐츠 분야별 비중
자료: 한국수출입은행 해외경제연구소

2) 예금보험공사 자료 참조

[그림 4] 한국 연상 이미지

자료: 2022 해외 한국 문화콘텐츠 소비와 특성, 서울문화인 참조



[그림 5] 한류 문화콘텐츠 인기도

자료: 2022 해외 한국 문화콘텐츠 소비와 특성, 서울문화인 참조

[그림 6] 한류 브랜드파워지수

자료: 문화관광부

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 · 외 사례

■ K-컬쳐의 우수성과 아름다움을 알릴 수 있는 문화 행사 및 팝업 스토어

■ 핀란드와 북유럽의 디자인 거리 조성, 헬싱키 디자인 디스트릭트(DESIGN DISTRICT) 헬싱키

■ 뉴욕 한국 공연, 식당 등 K-컬쳐 지도 제작, 부산시 K-컬쳐 테마 관광

3.2. 우수사례 1 : K-콘텐츠 엑스포

○ K-콘텐츠의 북미·중남미 진출을 가속화 하기 위해 멕시코와 미국에서 ‘2023 K-콘텐츠 엑스포’를 개최

○ 《2023 한국 전통문화 페스티벌(TRADITIONAL KOREA FESTIVAL) : THAT’S KOREA》 행사가 9월 인도네시아 자카르타 현지에서 개최

○ ‘K-콘텐츠 엑스포’는 국내 콘텐츠 기업의 수출 판로 개척을 지원하는 기업 간 교류 중심의 콘텐츠 박람회

○ 영국 런던, 유럽, 북미, 중남미, 중동 등 K-콘텐츠 매력을 확산

○ 국내 콘텐츠 기업 17개사가 참여한 가운데 △해외 바이어를 대상으로 K-콘텐츠 작품을 소개하는 콘텐츠 투자유치 설명회(피칭) △1대1 수출상담회 △양국 기업 간 교류회 △현지 콘텐츠 기업 방문 워크숍 등을 진행

○ 콘텐츠 해외비즈니스 센터 설립하여 국내 콘텐츠 기업의 해외 지사 역할을 수행하며 정보 제공, 마케팅, 사업 연결, 기반 시설 등을 지원해 기업 진출

○ 문화교류행사를 비롯해 국제교류 세미나, 문화교류회 진행

[그림 7] K컬쳐 엑스포 포스터, 전시 포스터
자료: 문화관광부, 공예문화진흥원

3.3. 우수사례 2 : 디자인 디스트릭트(DESIGN DISTRICT) 헬싱키

○ 헬싱키 시내 중심부에 위치한 디자인 디스트릭트(Design District)는 디자인의 허브임

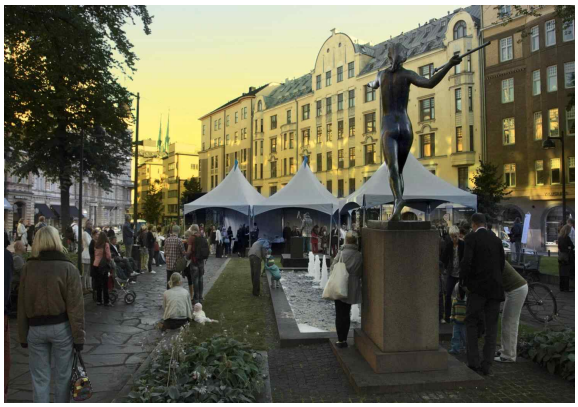
○ 디자인 디스트릭트는 푸나부오리(Punavuori), 카르틴카우붕키(Kaartinkaupunki), 크루누하카(Kruunuhaka), 캄피(Kamppi), 울란린나(Ullanlinna) 등 헬싱키 시내 몇 군데 지역에 걸쳐 형성됨

○ 디자인 박물관, 오픈 스튜디오에서 아티스트와 지역주민들의 교류, 상점, 갤러리, 카페로도 활용되는 아티스트의 작업실에서 관광객 휴식도 가능, 한밤의 쇼핑(Late Night shopping), 레스토랑 데이(Restaurant Day), 클리닝 데이(Cleaning Day) 등의 이벤트 개최

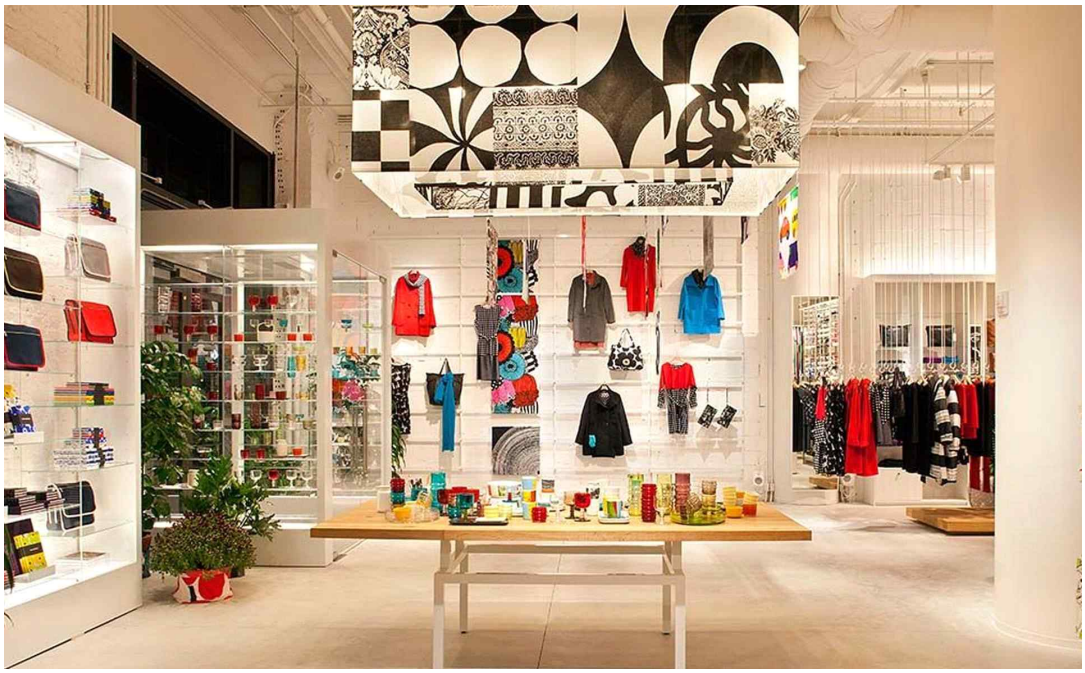
○ 크루누하(Kruunuhaka), 에이(Eira), 깔리오(Kallio) 지역은 고전적인 빈티지 상품 판매, 깔리오(Kallio) 지역은 보헤미안적인 예술과 디자인으로 유명한 거리로 자리잡음

○ 마리메꼬, 마르텍, 이딸라, 로칼 등의 세계적인 디자인 브랜드들의 상점도 위치하는 명소 거리로 각광받고 있음

[그림 8] 디자인 뮤지엄
자료: 라플란드 코리아



[그림 9] 디자인 디스크릭스
자료: 라플란드 코리아



[그림 10] 헬싱키 마리메꼬 매장
자료: 라플란드 코리아

[그림 11] 헬싱키 마리메꼬 매장
자료: 라플란드 코리아

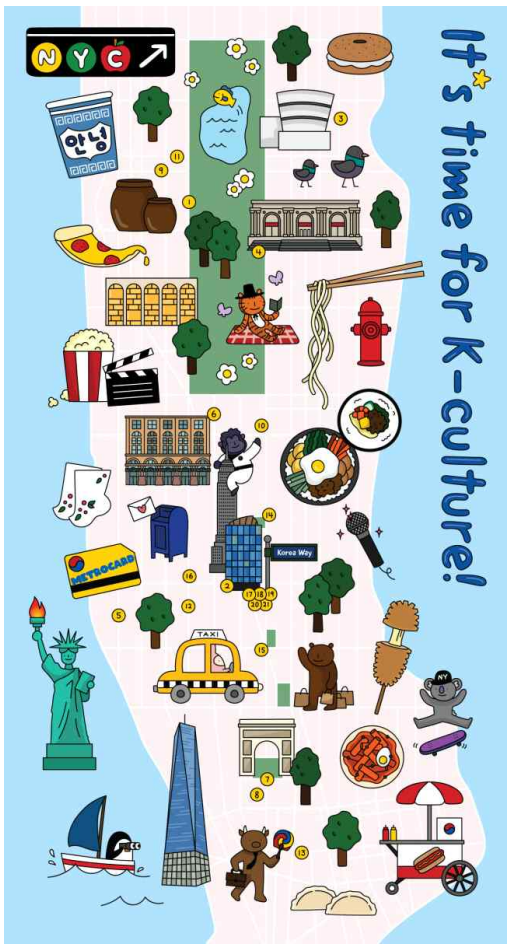
3.4. 우수사례 3 : 뉴욕 K컬쳐 지도, 부산 K컬쳐 관광

○ 뉴욕 한국문화원 K컬쳐 지도 제작, 배포, 캠페인 시행

○ 뉴욕시 소사업국이 공식 후원하며 메트, 구겐하임미술관, 뉴욕공립도서관을 비롯해 한식당, 상점 등 50여 곳이 참여

○ K-컬쳐 지도를 들고 참여 업체를 방문하면 5~30% 할인

○ 뉴욕 미술관 메트 한국미술전 ‘리니지’ 전시, 뉴욕 공립도서관에서는 23년 전미도서상 번역 부문 최종 후보에 오른 ‘저주토끼’ 작가 정보라, 번역가 안톤 허가 참석하는 북토크 행사 주최 등 다양한 K컬쳐 콘텐츠 확산 중



[그림 12] 뉴욕 K컬쳐 지도
자료: 뉴욕 한국문화원

○ 부산시 K-컬쳐 관광지 지도 제작, 영상, 캠페인, 해외 한류 랜선 마케팅 진행

[그림 13] 부산 K컬쳐 영상
자료: 부산시

[그림 14] 부산 K-컬쳐 지도
자료: 부산시

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 한국의 전통과 얼이 서려있는 “K-디자인” 을 중심으로 주택, 생활, 패션, 음식, 예술, 미용 등을 자연스럽게 접할 수 있는 기회 제공

○ ICT 융합 활용 K-스트리트 문화예술공간 활용 플랫폼 조성

○ 국내외 시범대상지 선정 및 디자인클러스터 조성과 K-스트리트 조성

4.2. 추진체계

■ ICT 융합 활용 디자인클러스터 조성과 K-스트리트 문화예술공간 활용 플랫폼 조성

○ K-디자인을 중심으로 우리나라 문화 요소를 해외에 자연스럽게 스며들도록 하는 콘텐츠로 구성

○ 디자인클러스터가 가능한 도시를 선정하여 디자인클러스터 단지 조성

○ 우리 문화를 전 세계인의 이목을 집중시킬 수 있고 상징성이 있는 해외공관이 있는 거점 도시 선정

○ ICT가 융합된 거리조성으로 K-디자인 조형, K-푸드, K-POP, K-건축, K-제품 등을 외국인이 향유할 수 있는 K-스트리트 문화예술공간 조성

■ 시범대상지 선정 및 디자인클러스터 조성과 K-스트리트 조성

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 추진위원장을 중심으로 관련 부처와 접촉 및 협의

■ 상세추진 단계표

[표 3] K-스트리트 조성을 위한 추진단계

추진 단계		내용
1단계	위원회 구성	추진위원회 구성 및 위촉, 활동 계획서 작성
2단계	기초 계획안 정립	K-스트리트를 위한 기초 연구 K-스트리트를 위한 제반 사항 정립 K-스트리트를 위한 가이드라인 제시 디자인클러스터 조성 기초 연구 디자인클러스터 조성을 위한 제반 사항 정립 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 시범사업 및 활성화 방안 모색
3단계	시범 사업지 확보	주무부처, K-컬쳐기업들과의 협업을 위한 사업지 확보
4단계	K-스트리트 조성	국내외 시범대상지 선정 및 K-스트리트 조성 ICT 융합 활용 K-스트리트 문화예술공간 활용 플랫폼 조성
5단계	홍보 및 활성화	K컬쳐 K-스트리트 활성화를 위한 붐업 및 캠페인, 마케팅 진행 및 거리 활성화

4.3. 수혜대상

○ 해외 및 국내 디자인 산업, 문화콘텐츠 산업 종사자 및 관광객

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 대한민국 정부, 해외 거주 외국인 등

○ 디자인 산업의 관련 종사자들

- 제조업, 제작업, 생산업, 건축, 인테리어업, 시공업, 설치업, 미디어업 등

○ 디자인관련 대학 및 교육 분야

- 교수, 교사, 학원 강사 등

○ 디자인 활용 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 대한민국 정부, 외교부, 대사관, 코트라, 한국디자인진흥원, 지자체 등 공무조직

4.4. 추진예산

○ K-스트리트 조성을 위한 추진 예산

[표 4] 추진예산

비목	내용	금액(원)
외원회 구성 및 활동	위원회 구성, 활동비, 자문비, 회의, 공청회, 여론조사 등	100,000,000
자문 및 공청회 등	연구원 구성, 연구원 모집, 운영팀 구성	100,000,000
기초 연구 및 가이드라인 개발	K-스트리트를 위한 기초 연구, 디자인클러스터 조성을 위한 기초 연구, 가이드라인 개발 협업 기업 및 전문기업 확보	1,000,000,000
시범사업지 확보 및 조성	시범사업지 확보 및 조성	12,000,000,000
홍보	활성화를 위한 캠페인, 마케팅	500,000,000
합계		**13,700,000,000**

4.5. 기대효과

■ 대한민국 문화 융합 및 K-디자인의 구심점으로 자리매김

○ 한국의 문화기반 활용 및 관련 정보제공을 위한 시작점

○ 우리 고유의 정신과 얼을 전 세계 미래세대에 소개하고 계승

○ 전통과 문화 · 예술 · 생활 · 산업 등의 융합 추진과 관련 연

구 지속 진행

■ 한국을 사랑하고 한국을 찾을 잠재 외국인 유치

○ K-스트리트 문화공간 구축을 통해 한국문화 수출의 허브역할 수행

○ 디자인클러스터 조성으로 디자인 산업의 붐업과 지원 확대

○ K-문화(주택, 푸드, POP, 패션 등) 창작자에게는 마음껏 창작하고 발산할 수 있는 기회를, 관람객에게는 색다른 경험과 정신을 느낄 수 있는 장소를 제공

■ K-디자인 문화예술공간 활용 플랫폼 조성

○ 주목과 시선을 이끌 수 있는 콘텐츠 기획 후 전시

○ 전시를 통한 교육과 문화 예술의 습득 기회 제공

■ K-디자인 기업의 해외진출 성공모델 제시

○ 한국의 건축 기업이 해외시장에서 성공적으로 진출할 수 있는 모델 제시

결과보고서

분과명	❶ 디지털·지속가능디자인
정책 아젠다	❶-3. ESG 및 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼
작성자	김현선, 이세리, 김태형, 박정호, 엄경희, 허정윤, 허혁

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 03

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 05

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 11

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 ESG 및 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼

■ (지속가능디자인) 자연이 다양성과 생산성을 유지하고 생태계를 균형있게 유지하며 기능하는 디자인을 의미

■ 최근 기후위기는 인류와 산업, 미래에 중요한 이슈

■ 전 지구가 기후변화 위기에 대응하기 위해 탄소저감이 시급한 상황

○ 지속가능디자인은 제품 기획, 디자인, 개발까지 전 과정에 걸쳐 친환경 디자인을 실천하는 것

○ 지속가능디자인은 환경, 경제성, 편의성, 소비자 인식까지 고려하는 중요한 전략

○ 제품 및 서비스 개발의 전 과정에 소재 및 디자인 전략은 중요한 전략임

○ 지속가능디자인은 환경 관련 국내 경쟁력을 높이며 디자인 분야의 대응 필요

○ UN의 지속가능발전목표, RE100, 탄소발자국 인증 등 국내 수출 경쟁력을 유지 및 확대하기 위해 갖추어야 할 필수적 요소

1.2. 지속가능성(sustainability)[1]

■ 지속가능성이란 자연이 다양성과 생산성을 유지하고, 생태계를 균형 있게 유지하며 기능하는지 연구하는 것

○ 과학기술의 발달로 인류가 자연을 착취하고 파괴한 역사가

1) 지질학백과

지속되어 왔기 때문에, 지구의 자정 기능을 초과하여 이로 인한 여러 재해 및 생태계 파괴가 일어남

○ 인류가 우리를 둘러싼 자연환경과 어떻게 조화롭게 살아가고, 보호할 수 있는지에 대해 연구하기 위하여 지속가능성이 주요 이슈로 대두

○ sustainability와 sustainable development 및 경제적 발전과 환경 보호에 관한 두 이해관계의 대립에 대한 균형을 추구

○ 탄소 중립은 탄소를 배출하는 만큼, 탄소 포집으로 제거하여 순 배출량을 0으로 만드는 것으로 지구 온난화를 막기 위해 온실가스의 제거가 목적이지만, 온실가스 중 이산화 탄소와 메테인 등 탄소 관련 물질이 대부분의 온실 효과를 차지하기 때문에 탄소 중립이라는 표현이 널리 사용됨[2)]

○ 국내 2023년 4월 11일, 2050 탄소중립녹색성장위원회에서 '제1차 국가 탄소중립 녹색성장 기본계획'을 확정

[그림 1] UN이 발표한 지속가능발전목표
출처: UN

2) 나무위키

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. ESG 및 탄소중립 정책 및 주요 이슈

■ 탄소중립 시작은 2015년 프랑스 파리에서 열린 21차 유엔(UN) 기후변화협약 당사국총회(COP21)에서 195개 당사국이 채택한 협정(파리협정)

■ 한국정부 2016년에 파리협정을 비준했고, 탄소중립 실현 준비

○ 이제는 강제성을 띠며, 파리협정 195개 당사국은 2024년부터 '격년투명성보고서'를 2년마다 유엔에 제출해야 함

○ 유럽연합(EU)은 '탄소국경조정제도(CBAM)' 시행을 확정했고,EU는 2021년 7월 온실가스배출을 2030년까지 1990년 배출량 대비 55% 감축을 목표로 하는 입법안을 발표하고, 목표를 달성하기 위해 CBAM 도입 결정

○ 수출이 많은 국내는 탄소중립이 새로운 무역장벽으로 작용함

○ 2026년부터는 EU 수입업자로부터 CBAM 인증서를 구입해 EU 당국에 제출해야 하며, 미국도 탄소국경조정세 도입 검토 중

○ 정부도 온실가스 배출 목표를 설정하고, 2030년까지 2018년 온실가스 배출량 대비 40% 감축하는 것을 목표

○ 국내 기업들이 EU의 CBMA에 대응하기 위해서는 제품 단위당 탄소배출량을 측정하기 위해 원재료 입고 시점부터 완제품 생산까지 탄소배출 공정을 파악하기 위한 데이터 및 증빙서류 관리 시스템을 구축[3)]

○ 탄소배출량 관리를 위한 전담팀을 구축하고 해당 분야의 전문성을 갖추기 위한 노력도 병행해야 함

○ 국내 산업계에서는 탄소중립을 위한 구체적인 계획수립

3) 김천구 대한상공회의소 연구위원 발언

○ 대기업을 중심으로 탄소중립 계획이 나오고 있지만 중소기업들은 현실적으로 탄소중립은 꿈도 꾸지 못하는 상황임[4)]

[그림 2] 국내 온실가스 배출량 목표
자료: CEO스코어데일리

[그림 3] 탄소중립 준비지수 상위 25개국 순위
자료: KPMG

4) 박준모, [시대적 과제, 탄소중립] ①거세지는 글로벌 탄소중립 요구…국내 산업계 '발등의 불', CEO스코어데일리, 2023.0508.

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 · 외 사례

■ 글로벌 기업들이 지속가능디자인을 선언하고 적용하고 있으며 국내는 대기업 중심으로 원칙발표 및 활용

■ 애플(2030년까지 탄소중립 선언), 삼성전자(지속가능디자인 3원칙 발표), 나이키(순환디자인 10원칙 발표, 친환경 제품 개발) 사례

3.2. 우수사례 1 : 애플사의 탄소중립

○ 애플사 2030년까지 애플 제품이 기후에 끼치는 영향 넷제로

○ 전체 과정을 탄소발자국 제로로 만들겠다는 목표

○ 기기 제조 및 충전에 사용되는 전력부터 소재, 운송에 이르는 전 과정에서 탄소를 감축하며 가치사슬의 탈탄소화를 위해 노력

○ 2억 달러(약 2200억 원) 규모의 '탄소 제거를 위한 복원 기금(리스토어 펀드)'을 조성

○ 기금 조성 목표는 대기 중 이산화탄소를 매년 100만 톤씩 제거

○ 애플에 따르면 300개 이상의 글로벌 협력업체는 2030년까지 애플 제품 생산공정 전반에 걸쳐 100% 재생 가능한 전력만을 사용, 2025년까지 제품의 주요 부품에 100% 재활용 자재를 사용

○ 제품 소재, 패키지, 생산, 운영, 운송 모든 과정에서 탄소중립 노력

○ 실현 계획으로 보다 똑똑해진 화학구성(친환경적), 길어진 수명, 책임있는 포장, 리사이클 시스템, 책임있는 제조, 100% 재활용 코발트 배터리 사용

■ 애플사의 탄소중립 원칙

1. 2030년까지 제조과정에서의 배출량을 960톤 이하로 줄이겠다(2015년 비교 75% 이상의 감소 수치)
2. 제조과정 중 사용되는 전기에서 배출되는 탄소를 제거하고 전체 공급망을 100% 청정전기로 바꾸겠다
3. 고객이 제품을 충전하는 중에 생기는 전기 역시 100% 청정전기로 바꾸겠다
4. 저탄소를 위해 운송 방식을 비항공 사용을 우선시하겠다
5. 제품의 재활용 함량을 높이겠다
6. 제품은 더 친환경적으로 만들어 사용 자체를 오래할 수 있도록 만들 것이며, 모든 사용이 종료된 후에도 반품이 활발하게 이뤄질 수 있는 시스템을 구축하겠다[5)]

Carbon Neutral

[그림 4] 애플사 탄소중립 제품 및 로고
자료: 애플사

5) 미래환경 자료 참조

3.3. 우수사례 2 : 삼성전자 지속가능디자인 3원칙

○ 삼성전자의 지속가능한 디자인

○ 지속가능한 개발과정, 소비자의 참여를 통한 공명(Resonance)을 만들어감, 소비자의 실질적 경험 제공한 라이프스타일의 변화(SmartThings Energy)

○ 업사이클링사례, 에코 패키지, 패키지를 활용한 업사이클링, 소재 개발

[그림 5] 삼성전자 지속가능디자인 제품 포장재
자료: 삼성전자 뉴스룸

3.4. 우수사례 3 : 나이키 순환디자인 10원칙 발표

○ 나이키의 순환디자인 발표

○ 컨시더드 디자인(Considered design), 순환디자인 제공

○ 업사이클링을 넘어 폐기물이 자원으로 지속적으로 순환하는 디자인

○ 소재 선택, 폐기물 발생 방지, 재정비라는 순환 디자인 원칙

○ 재료 선택, 순환성 고려, 폐기물 방지, 해체가 가능한, 녹색 화학, 보수, 다목적성, 내구성, 순환을 고려한 포장, 새로운 모델 구축.가치사슬 전반에 걸쳐 효용성과 경제적 가치 회복을 고려한 혁신적인 설계를 통해 탄소 배출량을 현저히 줄이는 성과를 보이며 ‘Move to Zero’ 목표

[그림 6] 나이키 순환디자인 제품
자료: 나이키

3.5. 우수사례 4 : 스위스 기업 프라이탁

○ 스위스 가방 브랜드 프라이탁 업사이클링의 대표 브랜드

○ 버려진 천막, 자동차 안전벨트, 화물차 방수포 등을 가방으로 재활용하는 스위스 업체. 대표적인 업사이클링 사례

○ 재료는 현수막, 트럭 덮개, 안전벨트, 폐자전거의 고무호스 등 재활용 소재

○ MZ세대의 가치소비 지지, 지속가능한 경제의 모델이 됨

○ 매장 세계 310개, 매출 1천억원

[그림 7] 프라이탁 제품
자료: 프라이탁

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

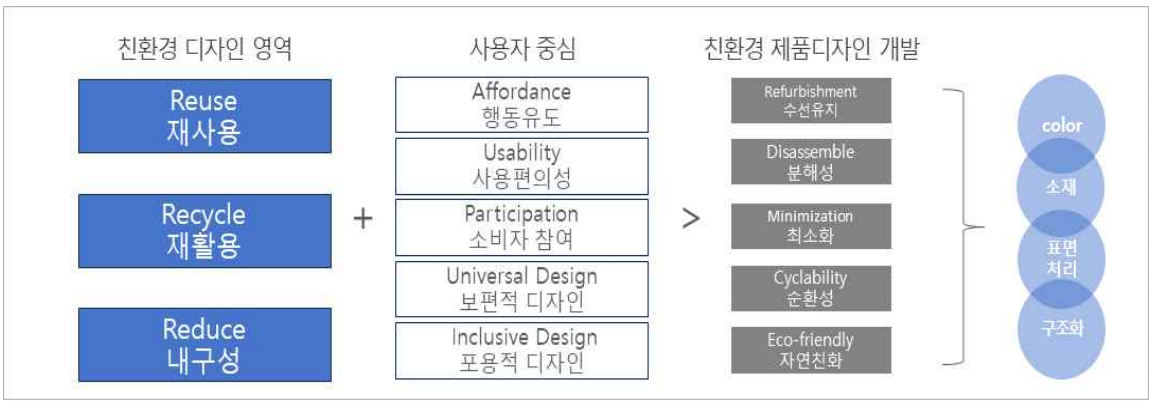
■ 제조기업, 디자인기업들이 탄소저감 제품개발을 위한 가이드 제공

■ 프로세스 인식을 위한 플랫폼 제공(글로벌 소재 정보, CMF 정보, 탄소발자국 인증, RE100 기준 제시)

■ 디자인 기업과 제조기업에 탄소저감 제품개발을 위한 단계적 프로세스와 교육 병행

■ ESG 및 탄소중립 정책을 언론 캠페인을 통한 인식 제고

■ 온라인 오프라인 플랫폼을 통한 가이드 제공 및 확산 방안 모색



[그림 8] 친환경 제품 개발을 위한 디자인 프로세스
자료: 한국디자인진흥원

4.2. 추진체계

■ 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 제조기업과 디자인 전문기업에 탄소저감 제품개발에 대한 인식 조사 및 현황 조사

○ 탄소저감 제품개발을 위한 가이드라인 및 관련 지표 제공

○ 인식개선을 위한 컨설팅 교육

■ 인식개선을 위한 캠페인 추진

○ 탄소중립 정책을 언론 캠페인을 통한 인식 제고

■ 온라인 오프라인 플랫폼을 통한 가이드 제공 및 확산 방안

○ 추진위원장을 중심으로 관련 부처와 접촉 및 협의

■ 상세추진 단계표

○ ESG 및 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼을 위한 추진 단계

[표 1] 추진단계

추진 단계		내용
1단계	위원회 구성	추진위원회 구성 및 위촉, 활동 계획서 작성
2단계	기초 계획안 정립	탄소저감 제품개발을 위한 기초 연구 탄소저감 제품개발을 위한 제반 사항 정립 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 참여방안 및 활성화 방안 모색
3단계	기술교육	산업단지, 디자인 전문기업 재직자 교육
4단계	연구개발	탄소저감 제품개발 전문기관 및 디자인 전문기업과 RND 협업 온라인 오프라인 플랫폼을 통한 가이드 제공
5단계	기술 상용화 및 확산	다양한 분야에 기술 상용화를 통한 활성화 방안 모색 탄소중립 정책을 언론 캠페인을 통한 인식 제고

4.3. 수혜대상

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 등

○ 디자인 산업의 관련 종사자들

- 제조업, 제작업, 생산업, 건축, 인테리어업, 시공업, 설치업 등

○ 디자인관련 대학 및 교육 분야

- 교수, 교사, 학원 강사 등

○ 디자인 활용 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 대한민국 정부, 산업부, 코트라, 한국디자인진흥원, 지자체 등 공무조직

4.4. 추진예산

○ ESG 및 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼을 위한 추진 예산

[표 2] 추진예산

비목	내용	금액(원)
위원회 구성 및 활동	위원회 구성, 활동비, 자문비, 회의, 공청회, 여론조사 등	50,000,000
자문 및 공청회 등	연구원 구성, 연구원 모집, 운영팀구성	500,000,000
기술교육	교육 개발 기업 모집, 기업 교육 시행	500,000,000
연구개발	탄소저감 제품개발 전문기관 및 디자인 전문기업과 RND 협업 온라인 오프라인 플랫폼을 통한 가이드 제공	3,000,000,000
기술 상용화 및 확산	탄소중립 정책을 언론 캠페인을 통한 인식 제고	500,000,000
합계		**4,550,000,000**

4.5. 기대효과

■ 정책 / 사업으로 얻을 수 있는 구체적인 기대효과

○ 글로벌 기후위기에 적극적인 대응으로 지속가능한 생태계 조성

○ 기후위기에 대응과 인류의 미래의 삶에 대응

■ 개선, 향상될 수 있는 문제, 현황, 지표 등

○ 디지털, 탄소저감에 대한 수요 급증하는 문제에 디지털 전환 지표, 탄소저감 지표(탄소발자국 인증 등) 등 성과 측정

■ K-제품의 해외진출 성공모델 제시

○ 국내 기업의 제품이 해외의 탄소중립 인증을 통해 수출 활성화와 기술 습득으로 해외시장 진출 확대

결과보고서

분과명	❷ 교육혁신과 인식확산
정책 아젠다	❷-1. 대학생 디자인 재능공유 플랫폼 구축
작성자	오병근, 이지현, 구환영, 김상학, 우영희

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 03

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 06

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 환경 분석

■ 디자인 작품 재능공유 플랫폼 부상

○ IT기반 디자인 작품 재능공유 플랫폼 부상

○ 디자인 특성상 개성이 강한 작업 스타일 수요 부상

○ 다양한 스타일의 디자이너를 채용하기 힘든 현실에서 결과물 특성에 맞는 프리랜서 구축이 기업에 유리함

○ ‘임시직(프리랜스) 위주로 돌아가는 경제’의 확산에 따른 단기 고용 형태로 일하는 프리랜서 증가함

○ 일과 삶의 균형을 추구하는 워라밸족의 증가로 스스로 근로 시간과 공간을 선택하고자 하는 근로자 증가함

○ 대학생 디자인 작품 발표 기회제공의 필요성

○ 재능 공유를 통한 취업 기회를 제공함

○ 재능 거래공유를 통한 ‘1인 창조기업가’를 배출함

○ 지식판매, 재능판매, 커리어 구축 기회 제공을 통한 취·창업 역량 강화

○ 실무 기회를 제공하며, 취업 및 본인 작품 스타일로 디자인 작업을 판매할 수 있는 기회를 제공함

○ 지속적인 재능거래를 통한 수익률을 제고함

■ 플랫폼 시장분석

○ 2025년 세계 재능공유 플랫폼 시장규모가 44조, 국내시장은 최대 4조원 성장 전망함

○ 재능거래마켓 성장사례를 보면, ‘크몽’ 2016년 11월 누적거래액 100억에서 2019년 10월 누적거래액 1,000억 달성함. ‘숨고‘는 2017년 매칭건수 63만건에서 2019년 610만건으로 2년간 10배 상승함

○ 재능거래마켓의 급격한 성장에도 여전히 전체시장으로는 도입기로 판단됨

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 대학 졸업생 취업 및 창업 지원

○ 재능 거래공유를 통한 ‘1인 창조기업가’ 배출

○ 재능판매, 커리어 구축 기회 제공을 통한 취·창업 역량 강화

○ 실무 기회를 제공하며, 취업 및 본인 작품 스타일로 디자인 작업을 판매할 수 있는 기회 제공

■ 디자인 비즈니스 활성화

○ 교육과 현장 연계를 통한 디자인 산업 생태계 강화

○ 디자이너와 수요자간 수요 매칭

○ 디자인 프리랜서의 비즈니스 기회 확대

Ⅲ. 국내·외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

■ 국내 재능 공유 플랫폼

○ 국내 재능공유 플랫폼 서비스 내용

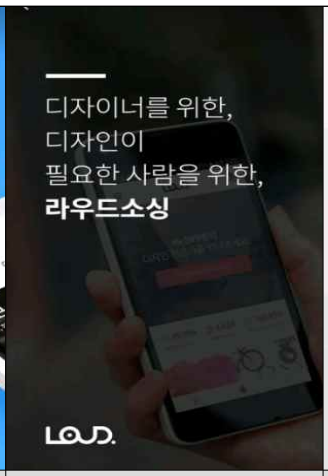
크몽

숨고

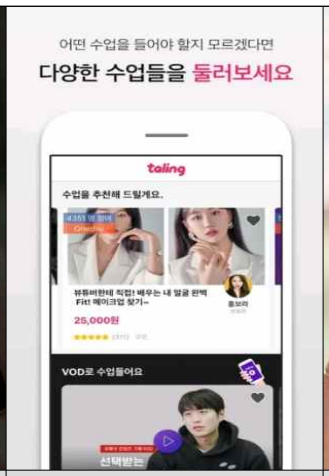
오투잡

클래스101

프립



라우드소싱



탈잉

해피캠퍼스

[표 1] 재능공유 플랫폼 비교

서비스명	창업일	회원수	투자유치	주요 서비스 내용	비고
크몽	2012년	63만명	110억원	비즈니스 파트너 매칭	재능거래 수수료
숨고	2015년	260만명	183억원	전문서비스 고수 매칭	견적서 발송비
오투잡	2013년		125억원	비즈니스 파트너 매칭	견적서 발송비
클래스101	2018년	40만명	120억원	준비물 포함 온라인강좌	강의료 및 재료
프립	2013년	90만명	100억원	추천 활동 또는 여행 추천	모임주선 및 가이드
라우드소싱	2011년	11만명		디자인 의뢰	공모전 형식
탈잉	2015년	40만명	40억원	다재다능한 전문가의 강의	온오프라인 강의
해피컴퍼스	2000년	700만명		대학레포트, 자소서 등등	대학 지식거래소

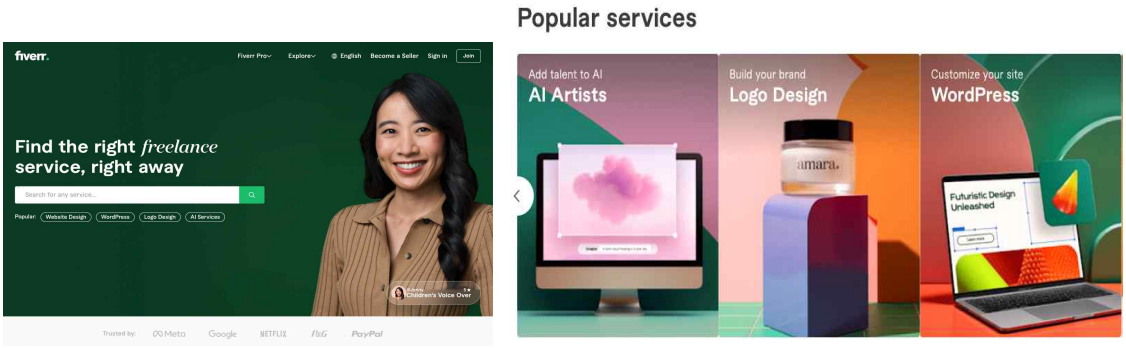
3.2. 해외 우수 사례

■ FIVERR

○ FIVERR 프로를 통해 프로젝트에 적합한 디자인, 마케팅, 음악, 데이터, 사진 등의 프리랜서 및 전문 비즈니스 도구 소개

○ FIVERR 인증을 통해 인증된 전문가로만 구성

○ 프리랜서 인력을 관리하고 추가 인재 확보

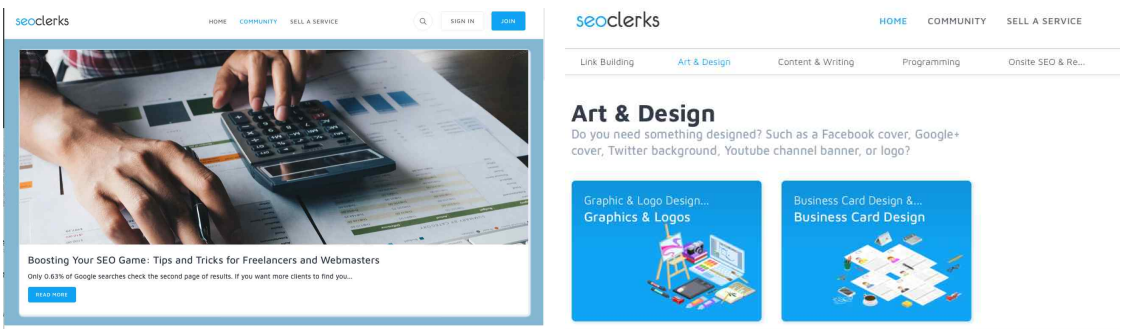


[그림 1] FIVER 사례

■ SEOCLERKS

○ 크몽과 비슷한 해외 프리랜서 공유 사이트로 SEO(검색최적화) 서비스에 특화된 프리랜서 재능마켓 사이트

○ 프로젝트 비용이 $1부터 시작하는 가성비 좋은 프리랜서 서비스



[그림 2] SEOCLERKS 사례

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

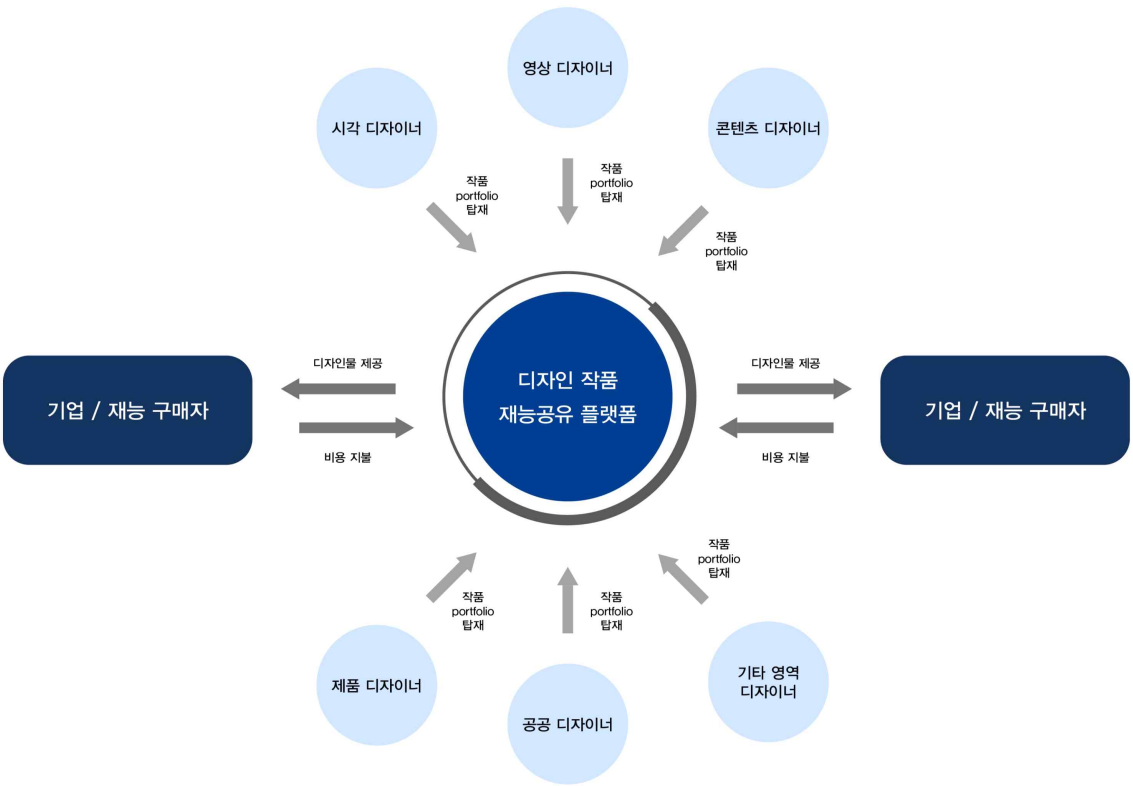
■ 추진 목적

○ 디자인 작품 플랫폼 구축을 통한 디자인 산업 활성화와 지식 산업의 미래지향적 인프라 구축

○ 산업 트렌드에 맞춘 디자이너 육성 발굴 및 창조디자이너 양성

○ 전공과 재능에 맞춘 Start-Up 취·창업연계 및 질적 관리를 통한 실무능력 기회제공

○ 다양한 디자인 작품 소개하고 기업들과 1대1 매칭을 통해 재능판매로 연결



[그림 3] 디자인전공 대학생 작품 재능공유 플랫폼 사업 비전 구조도

■ 디자인 작품 플랫폼 개발전략

○ 디자인 작품 플랫폼은 기본적으로 대학생들이 재능판매를 할 수 있는 디자인 결과물을 플랫폼을 통해 발표

○ 기본 지식콘텐츠는 다른 플랫폼에서 무료로 제공하는 고급지식정보 제공을 통한 디자인 산업을 리딩함

○ 플랫폼에서 디자인 작품 스타일 및 기법 공개

○ 각 분야의 고수들의 최적화된 방법을 중심으로 강의 콘텐츠 개발

○ 현장실습을 희망하는 재학생 대상 ‘재능판매 A부터 Z까지’ 실습영상 제작

○ 우수학생 디자이너를 선정하여 작품 제작비 지원

■ 회원확보 및 홍보전략 구축방법

○ 인스타그램 홍보 : 수요자층에 대한 타켓 마케팅이 용이함

○ 페이스북 홍보

[표 2] 단계별 홍보전략

단계별	회원확보 및 홍보전략 구축방법 (기본학습 프로그램)
1. 페이스북 기본 이해	- 페이스북 통합(개인계정/ 페이지 공통) / 기초,특징,용어 - 계인계정 vs 페이지 (장,단점 분석) / 꼭 알아야할 기본 알고리즘 - 알고리즘 최신 트렌드 / 핵심 알고리즘의 비밀 - 자료 수집 방법 / 효과적인 글쓰기 방법 - 도달/인터렉션 늘리는 비밀 (폭발적인 활성화 노하우) - 운영방법 및 주의사항
2. 페이스북 페이지 운영 전략	- 계정 생성 /- 계정 인증 노하우 - 계인계정 최적화 세팅법 / 계인 계정 글쓰기 비법 / 운영핵심 노하우 - 친구 /팔로워 획기적으로 늘리는 비밀 / 단계별 성장법
3. 페이스북 페이지 운영 전략	- 페이지생성 / - 페이지 최적화 세팅 - 운영 핵심 노하우 / - 글쓰기 기본 - 인터렉션/ 팬 획기적으로 늘리는 비밀 / 시크릿 노하우(공유, 광고) - 수익내는 방법
홍보노하우	- 전채널 세팅으로 초기 사업 활성화 / 각 채널 몇 세팅 노하우 공개 - 지도 설정, 사이트등록 / 플러스 친구를 통한 고객관리 - 나만의 키워드 찾는 방법 / 아이템에 맞는 수익화 방법

■ 콘텐츠 판매전략

○ 콘텐츠 등록 시 모니터링과 멘토링 병행을 통해 상품 최적화: 회원 유입시간 및 선호 콘텐츠 분석, 타 플랫폼 분석을 통한 멘토링

○ 콘텐츠 사전선별을 통해 경쟁력 있는 지식콘텐츠 등록: 콘텐츠 사전 검열을 통해 품질관리

○ 할인쿠폰 발행을 통해 거래 활성화: 가입 축하쿠폰 1만원 할인쿠폰 발행, 재구입시 10% 할인쿠폰 발행

○ 가격에 차별적인 수수료 적용

○ 지역 기업과 연계하여 디자인 작품 개발 시 지역사회 행사 할인쿠폰 발행

■ 사업 효과

○ 디자인 세부 전공별 취업 극대화

○ 자신의 표현 스타인에 맞는 취. 창업

○ 1인 창업 등 프리랜서 확산을 통한 취업 환경 개선

4.2. 추진 방법 및 체계

■ 매출구조와 운영형태

○ 현재 재능거래 플랫폼은 재능판매에 일정한 통용되는 가격대가 형성되어 구매자들에게 학습되어 있음으로 초기에는 평균가격을 하향조정하고 경쟁력을 확보하고 추후에 플랫폼의 가격을 경쟁사와 비슷한 수준으로 상향 조정함

○ 재능거래 시 발생하는 기업부담 거래수수료와 광고수익을 기반으로 운영

○ 평균단가의 변동은 전문가와 결과물의 기대치를 고려하여 경쟁사보다 낮게 책정

○ 플랫폼의 아이덴티티를 유지하기 위해 최대한 무분별한 상업 광고 배제

○ 초기 플랫폼의 재능지식 상품 다양성을 위해 현장실습을 통해 선발된 우수학생을 기반으로 디자인 작품 등록 유도

■ 플랫폼 구축일정 연도별 사업화 지원추진전략

[표 3] 플랫폼 연도별 사업화 지원추진전략

구분	연도별 사업화 지원 추진전략
1차년도	• 플랫폼 구축 및 전략 수립 - 경쟁사 분석 및 대학생을 대상으로 하는 차별화전략 및 정책 수립 - 사업화를 위한 전략적 프로그램 개발 및 시스템 구축 - 콘텐츠 제작을 위한 사진 영상 촬영 제공 시스템 구축 - 플랫폼에 등록할 콘텐츠 개발 및 콘텐츠를 활용한 홍보전략 실행
2차년도	• 플랫폼 운영 및 수익화 - 지속적인 SNS 마케팅 실행 및 대학별 인플루언스 발굴 및 섭외 - 디자이너에게 최적화된 강의를 개발 차별화 전략 수립 • 지역 대학과 지역기업 연계 시스템 구축 - 대학별 특화상품 개발 및 지역 육성 정책 제안 - 지역 대학별 멘토링 운영시스템 구축 - 창업팀 영업활동 지원 및 외부 기업체 지정 팀별 연결 수익활동
3차년도	• 디자인 재늘공유 플랫폼 1위 선호 플랫폼 포지셔닝 - 플랫폼 자체 수익창출 발판 마련 - 전국 대학을 대상으로 한 대학창업 인력풀 구축 • 대학생 지식·재능거래 플랫폼의 대표 플랫폼 달성 - 대학별 오디션 공모전을 통해 재능 인재들의 연합팀 구성 - 대학별 우수인재의 멘토링을 통해 부가가치 극대화 - 콘텐츠 다변화를 통한 수익 극대화

■ 플랫폼 구축 1년 추진 일정

[표 4] 플랫폼 구축 1년 추진 일정

세부사업화내용	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	비고
플랫폼 구축													
분석 및 설계													
UI / UX 설계													
디자인													
프로그램													
콘텐츠 제작													
콘텐츠 분석													
제작팀 구성													
인플루언스 섭외													
작품 선정 및 제작													
마케팅													
유튜브													
페이스북													
게시판													
언론 보도자료 배포													
방송 출연													
사회공헌													
포털 (카페, 블로그)													

4.3. 수혜대상

○ 디자인전공 취.창업 대학생

○ 디자이너를 필요로 하는 기업

○ 디자이너와 기업, 공공기관의 상호 협력 win-win 시스템 구축

4.4. 추진예산

■ 플랫폼 구축 예산 집행계획

비 목	산출근거	금액(원)
인건비	① 기획 : 4천만원 ② 프로그래머 : 3천5백만원 ③ 디자이너 : 3천5백만원	110,000,000
플랫폼 제작	외주개발비(서버 및 데이터 연동작업) 2인 x 4개월x 500백만원	40,000,000
	프로그램 UI, UX 디자인 외주	12,000,000
콘텐츠 제작	인플루언스 섭외 및 아이템 개발 2백만원 x 6개월	12,000,000
	SNS (페이스북, 유튜브 외) 노출광고비 백만원 x 6개월	36,000,000
합 계		**210,000,000**

4.5. 기대효과

○ 디자인전공 취.창업 준비생뿐 미래인재 확충

○ 디자인을 매개로 융.복합 학문 파생 가능성

○ 디자인 산업 활성화로 기업 이윤 극대화

○ 산학협력체계 구축으로 글로벌 경쟁력의 디자인인재 양성

○ 기업이 요구하는 실질적이고 역량 있는 디자인 인력 확충

○ 변화하는 미래 사회의 변화에 빠르게 대처 가능

○ 창의적 사고로 디자인 선진 국가 실현

○ 광고수입을 자립 플랫폼 구축

○ 회원 수가 증가하면 메인화면과 서브화면에서 배너광고 수익

○ 대학생들을 대상으로 한 타켓 광고 및 설문조사 등 다양한 광고수익 제고

결과보고서

분과명	❷ 교육혁신과 인식확산
정책 아젠다	❷-2. 산업 수요 융합디자인 팩토리 교육 사업
작성자	오병근, 이지현, 구환영, 김상학, 우영희

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 02

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 환경 분석

■ 대학교육 측면

○ 산업 현장 수요와 디자인 인력 양성 간 지속적인 미스매치 발생하고 있음

○ ESG, 인공지능, 가상공간, AI, 빅데이터, 로봇, 헬스케어 등 신기술의 진화에 따라 디자인 방법과 절차에 대한 혁신이 요구되고 있음

○ 디자인 교육 4.0시대에 맞춘 신기술 활용과 다양한 분야간 초학제적(trans-discipline) 접근이 요구됨

○ Enabler로서 산업을 이끌며 가치 창출을 위한 방향과 방법제시 등, 디자인 전문가 및 리더 역할의 인재가 필요함

○ 현재 정부의 디자인 인재양성 지원사업은 소규모이며 정부의 디자인교육 및 연구에 대한 투자가 부족함

■ 산업수요 측면

○ 급변하는 산업과 사회 수요에 대응할 수 있는 역량 있는 디자인 인재를 양성하기 위한 초학제적 기업과 대학, 정부가 협력하는 교육모델 구축 필요

○ 미래 디자인 인재 모델과 차세대 창조적 인재, 디자인 인재를 국가적 리더로 키우는 육성체계 강화 필요

○ 산업적 요구와 사회 문제의 효과적인 해결을 통해 학습 및 연구 세계의 변화를 창출하는 동력과 추진체계가 요구됨

○ 트렌드, 신기술, ESG, 유니버설디자인, 로컬 디자인 등, 사회적 가치 기반, 인간-로봇 상호작용(Human-Robot Interaction, HRI) 교육 및 연구 필요

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 산업현장과 대학의 연계의 혁신기업 육성

○ 새로운 가치창조의 기반인 기술, 환경, 라이프스타일, 트랜드 등의 지속적인 디자인 적용 연구와 교육이 필요함

○ 국가산업 경쟁력을 위한 디자인 글로벌 리더십 확보를 통한 교육 국제협력 강화가 필요함

○ 기업과 대학 공유 프로그램과 프로젝트 개발이 필요함

○ 디자인 중심 창업지원을 통한 혁신 기업 육성

○ 교육과 현장 일체화를 통한 디자인 산업 생태계 강화

■ 창의적 미래 디자인산업 역량 인재 육성

○ 자유롭고 창의적인 학제간 디자인 교육연구로 미래의 새로운 가능성 제시

○ 교육혁신을 통한 세계를 선도하는 디자인 산업의 역할과 체계 구축이 필요

○ 대학과 기업이 결합된 교육연구를 수행하는 디자인-기술 융합 공간과 기자재 지원이 필요함

○ 현재 KIDP의 신기술융합디자인 혁신인재양성사업의 격상과 지원 확대

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

■ KIDP 신기술융합디자인 혁신인재양성사업

○ 교육부 및 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하여 산업계가 필요로 하는 신기술 기반 제품의 기획부터 소비까지 산업 전 단계에 적용되는 디자인 활용 역량을 갖춘 인재양성을 지원하는 사업

-지원기간 : 2023.5. ~ 2025.2

-지원예산 : 총 25억원(23년)

-지원규모 : 총 5개 대학(대학별 4.3억원 내외)

■ KIDP 신기술분야 융합디자인 대학원 전문인력 양성사업

○ 대학-기업간 공유형 학습 및 교육협력 기반으로 신산업, 신기술 분야의 융합디자인 석박사 전문인력 양성목표

○ 현재 9개 대학 지원

■ 한국예술종합학교

○ 한국예술종합학교 융합예술센터 아츠앤테크놀로지랩-미국 버지니아 커먼웰스대학교와 공동으로 프로젝트 추진

○ 공대생과 멀티미디어 영상과의 첨단기술기반의 실감컨텐츠를 위한 융합연구

○ 메타버스 플랫폼기반의 XR퍼포먼스를 통해 예술과 기술이 접목된 인터랙티브 스토리텔링의 형식과 뉴미디어 공연 연출 언어 탐색

■ UNIST(울산과학기술원)

○ 융합형 및 산학연계 수업을 통해 자율지표 목표 성과 달성, 신기술-디자인 특화 과목 개선 및 개발하여 실무 중심 맞춤형 교육 수행

○ 신기술 기반 중소, 중견기업을 견인할 융합 디자인 인재를 육성을 목표로 함

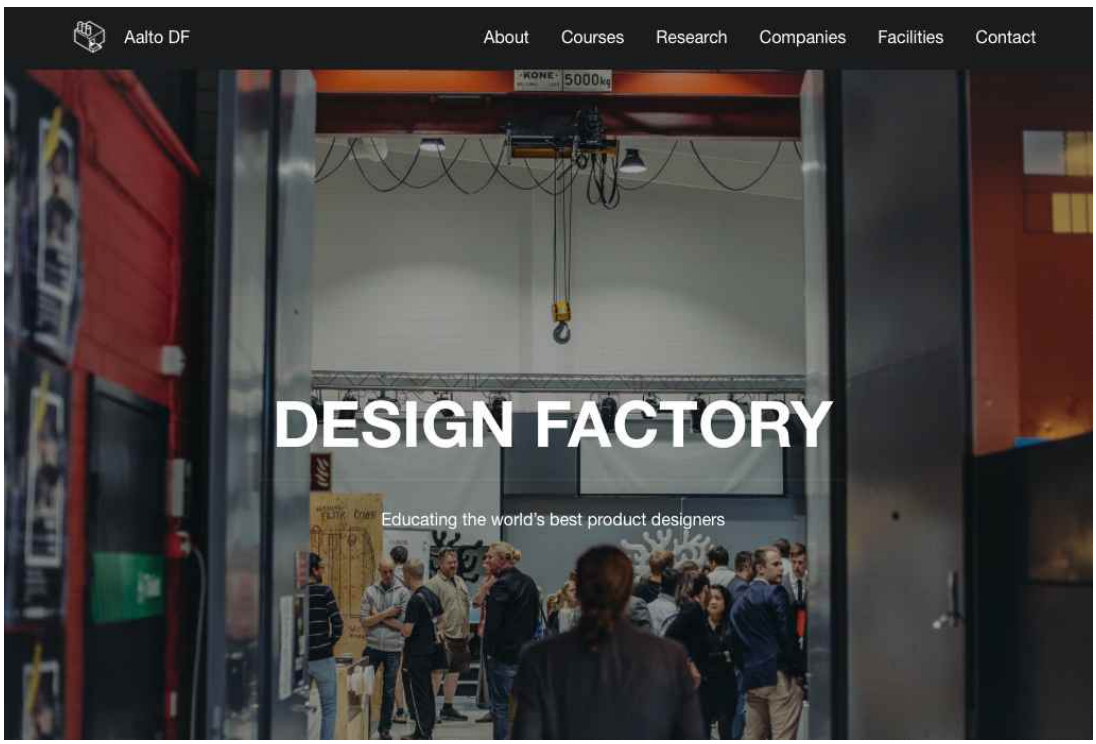
3.2. 해외 우수 사례

■ 디자인 팩토리(DF) 학제간 교육 모델

○ 2008년 핀란드에서 시작된 DF 교육 모델은 다양한 분야의 학생 팀과 학문적 멘토의 산업계와 함께 프로젝트를 수행하는 실질적 교육을 진행함

○ 학생들은 복잡한 문제 해결, 학제간 협업, 이해관계자와의 공동 창작이 필요한 디자인 과제를 많이 다룸

○ 학제간 협업을 중심으로 기술을 구축하는 것이 DF 접근 방식의 기본



[그림 1] 핀란드 알토대학 디자인팩토리

[그림 2] Design Factory Global Network (https://dfgn.org)

○ 이를 바탕으로 국제적 네트워크의 DFGN(Design Factory Global Network)은 전 세계 25개국 37개 대학 및 연구기관의 협력체계가 운영되고 있음

○ 상호 이해와 작업 방식 공유를 통해 문화, 국경 및 조직의 경계를 넘어 효율적으로 협업하여 혁신을 촉진하는 것이 목적임

■ 국내대학 디자인팩토리 글로벌 네트워크

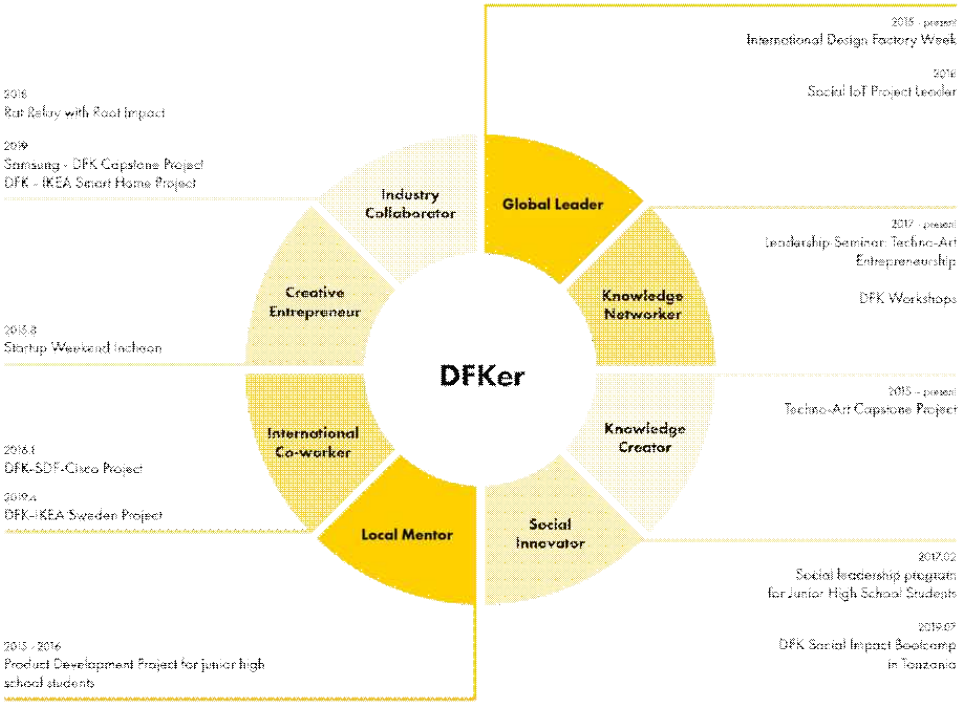
○ DFGN(Design Factory Global Network)은 국제 디자인교육 혁신 플랫폼으로 국제협력 네트워크를 운영함

○ 현재 국내 연세대, 한남대 등이 국제 네트워크 DFGN에 가입되어 있음

○ 디자인, 공학, 영상, 경영 등, 다양한 전공생공들이 참여하여 프로젝트 개발 및 워크샵 등을 진행

○ 3D 프린터 등 아이디어 구현에 필요한 첨단 디지털 장비가 구비된 창작·창업 지원을 위한 중소벤처기업부의 메이커스

페이스 운영사업과 연계 운영



[그림 3] 연세대 Design Factory

■ MIT 미디어랩

○ 1985년 매사추세츠공과대학(MIT)의 네그로폰테(Nicholas Negroponte)와 인공지능의 창시자로 불리는 민스키(Marvin Minsky) 등이 설립

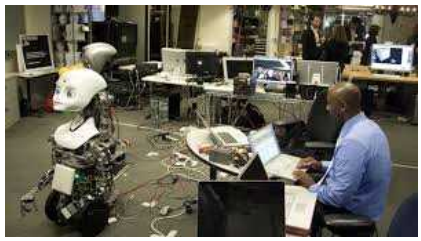
○ 예술, 과학, 디자인, 엔지니어링을 통합한 실험적 교육과 연구로 미래 기술 창출 상용화와 사회적 영향의 잠재력에 중점을 둠

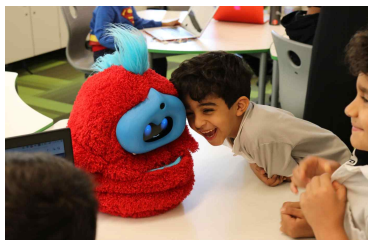
○ 프로그램, 연구 주제별 Lab 중심으로 학생, 연구원 참여

○ 기술-디자인 융합 첨단 기자재 공간 운영

○ 수백개 프로젝트를 공동으로 인터페이스 기술, 지능애니메이션 기술, 페인터블 컴퓨팅, 로보틱, 미래 사회문제 연구 및 교육 수행

mit media lab





[그림 4] MIT 미디어랩

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 산업 수요에 적합한 융합디자인 팩토리

○ 기존 KIDP의 디자인 신기술융합인재양성사업을 더욱 체계적으로 확장함

○ 신기술 융합 디자인 교육 커리큘럼 개발을 통해 실무형 융합 디자인 인재육성 강화

○ 현장 전문가 활용 활성화로 교육 참여 확대 체계 운영

○ 기업연계 산학협력 프로젝트 공동 수행, 디자인 창업 인큐베이팅 플랫폼으로 활용

○ 디자인 산업 글로벌 리더십 확보를 위한 디자인 교육 국제협력 강화

■ 기술-디자인 융합 인재 양성

○ 디자인중심의 실험적 융합 프로젝트 개발 지원

○ 융합, 미래디자인 등 디자인 기업과 관련분야의 시너지 제고를 위한 혁신 사업 발굴과 여건 마련을 위한 인프라 강화

○ 신기술 융합디자인 교육연구를 위한 공간 및 기자재 구축

○ 융합디자인 교육 연구를 위한 대학, 연구소, 기업의 컨소시엄

확대

○ 디자인 교육 클러스터, 정보, 제도를 통한 디자인 생태계 인프라 구축

■ 신기술 융합, ESG 교육 프로그램 개발

○ 신기술 융합, ESG 지원을 위한 디자인 방법론 연구 개발

○ 트랜드, 기술융합, ESG 디자인 교육 커리큘럼 개발 적용

○ 디자인기반 프로젝트 지원을 통해 신사업 창출 및 창업지원

○ 기업의 기술-디자인 융합, ESG을 위한 디자인 방법론 지원

4.2. 추진 방법 및 체계

■ 수요 중심 맞춤형 지원

○ 대학과 기업 협력을 통한 산학프로젝트 및 워크숍 프로그램 지원

○ 디자인-기술 융합교육에 필요한 공간, 실습 장비구축 지원

○ 현장 전문가 활용 활성화로 대학 교육 참여 기회 확대를 위한 지원 체계 구축

○ 디자인 전공생을 위한 인턴 학점제 확대로 현장 실무경험 확충

○ 기업과 정부가 매칭하여 프로그램 개발 및 운영비와 학생 인턴 인건비 지원

■ 추진 절차

○ 기존 대학 디자인교육 현황 조사와 수요분석

○ 기존 디자인 신기술융합인재양성사업 분석 및 평가

○ 디자인 팩토리사업 기본계획 연구

○ 산업부를 중심으로 교육부와 중소기업벤처부 등 정부 부처간

협의를 통한 KIDP의 구체적인 실행계획 수립

○ 대학과 기업, 공공기관 관계자의 의견 수렴과 추진위원회 구성

○ 사업 예산 확보 및 사업 공고

4.3. 수혜대상

○ 디자인 대학 및 전문대학 학부 및 대학원 대상

○ 학부 및 대학원 디자인 전공생 중심 지원

○ 공학과 경영전공 등 초학제적 기술-디자인융합 인재

○ 디자인 신기술 개발, 창업 인큐베이팅을 위한 기업

○ 디자인을 매개로 기타 대학과 기업, 공공기관

4.4. 추진예산

○ 산업수요 융합디자인 팩토리는 기존 신기술융합디자인 혁신인재양성사업과 대학원 전문인력사업 등 기존 사업비 포함

○ 사업추진 계획 및 운영 예산

[표 1] 추진예산

항목	내용	금액(원)
사업 기획	기존 디자인 신기술융합인재양성사업 분석 및 평가 / 수요분석 및 사업타당성조사	20,000,000
	디자인 팩토리 기본 및 실행 계획	50,000,000
사업추진 및 운영	사업 추진비	50,000,000
	추진 및 운영위원회 운영	100,000,000
사업 지원	대학별 프로그램 개발비, 기자재공간 지원비, 국제교류, 인건비. 연구교육활동비 및 기타	10,000,000,000
합계		**10,220,000,000**

4.5. 기대효과

○ 국가 산업을 위한 대학과 기업, 정부기관의 실질적 협력체계 구축으로 글로벌 경쟁력의 디자인인재 양성

○ 디자인 교육의 선진화 및 국제 네트워크 형성

○ 산업과 사회가 요구하는 실질적이고 역량 있는 디자인 인력 확충

○ 초학제적인 접근의 디자인 신산업 창출의 창업 활성화

○ 변화에 유연한 대응 능력을 갖춘 기업 경쟁력 강화

○ 신 기술기반의 융합시대 디자인 주도의 산업패러다임 확산과 디자인의 역할 강화로 신산업 창출에 기여

결과보고서

분과명	❷ 교육혁신과 인식확산
정책 아젠다	❷-3. 한국디자인교육원 설립
작성자	오병근, 이지현, 구환영, 김상학, 우영희

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 03

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 환경 분석

■ 기업교육 측면

○ 디자이너 출신의 CEO가 창업한 핀터레스트, 다이슨, 배달의 민족 등은 디자이너의 관점에서 기업을 경영하여 성공함

○ 그러나 대부분 국내기업의 CEO는 디자인과 무관함. 따라서 디자인 결정권자이지만 비디자이너인 기업의 경영자를 대상으로 하는 디자인경영 교육이 필요함

○ 기업 경영자가 디자인의 경제적 가치와 더불어 환경적 가치, 사회적 가치 등을 인식할 수 있는 통합적인 디자인 교육이 필요함

○ KIDP를 비롯한 RDC나 지자체에서 디자인 전문기업 대표, 재직자, 프리랜서, 중소기업 대표를 위한 교육 프로그램을 운영하고 있음

○ 그러나 디자인 전문기업의 74.4%가 재교육을 필요로 하며 벤처·중소·중견·대기업 등 기업 규모별, 업종별 세분화된 경영자 교육은 미비함

■ 대중교육 측면

○ 디자인이 문제 인식과 해결을 위한 창의적인 아이디어를 중요하게 간주함으로써 우수한 아이디어를 제안하는 대중도 디자인 개발에 참여하게 됨

○ 공동 창작자로서 소비자/사용자를 포함한 대중이 그들의 역할과 전문디자이너의 역할을 이해하고 디자인에 참여할 수 있는 교육이 필요함

○ 이미지생성AI가 확산됨으로써 전문디자이너뿐만 아니라 대중이 디자인 창작과 확산에 적극적으로 관여함

○ 대중이 이미지생성AI를 활용함에 있어서 디자인 감식력을 향

상시키고 디지털 윤리에 관한 교육이 필요함

■ 행정 및 정책 입안자 측면

○ 관공서의 시설과 주무관 등 비디자이너 출신이 디자인 발주를 담당하면서 디자인 관리가 체계적으로 이루어지고 있지 않음

○ 부서 이동이 잦은 관공서 실무자의 디자인 수준 향상을 위한 지속적인 교육 필요

○ 디자인의 개념과 범주 등에 대해 문외한 행정 및 정책입안자의 지원을 받는 지역디자인센터는 사업추진과 예산 확보에 어려움을 겪고 있음

II. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 기업 규모별 K-경영자 in 디자인을 위한 디자인 가치 인식 교육 프로그램

○ 기업 규모별 K-경영자의 디자인 가치 인식과 판단력 향상을 위한 교육 프로그램 필요

○ 기업 업종에 따른 기업 경영자 맞춤형 디자인 교육 프로그램을 개발, 운영, 관리할 수 있는 시스템 개발 필요

○ 급변하는 산업환경에 대응하는 기업의 디자인 가치 인식 수준을 객관적이고 수치화하여 평가하는 틀 개발 필요

■ 디자인씽킹에 기반한 창의적 문제 해결형 K-국민 양성

○ 디자인씽킹에 기반한 창의적 문제 해결 능력으로 디자인 제작에 참여할 수 있는 대중을 육성하여 전문디자이너와 공동

창작할 수 있는 능력을 갖추게 함

○ 대중(소비자/사용자)이 취향이나 스타일로 제품과 서비스를 평가하는 대신 디자인 자체를 이해하고 공동 창작 참여

○ 대중이 사회적 디자인에 관심을 가짐으로써 삶의 질을 주체적으로 높일 수 있는 교육 프로그램과 시스템 필요

■ 디자인 판단력을 갖춘 K-행정 및 정책입안자 양성

○ 행정 및 정책입안자 등의 디자인 이해력 및 판단력 향상을 위한 직급별, 부서별 맞춤형 교육으로 디자인관련 기관의 예산안 심의·확정을 효율적으로 처리할 수 있음

○ 비디자이너가 디자인 관련 부서에 배치되어도 업무 추진에 따른 어려움을 해소할 수 있음

■ K-디자인 점프업을 위한 교육기관 구축

○ K-디자인 점프업 위해 기업, 대중, 행정가, 정책입안가 등이 디자인에 대한 인식을 고취할 수 있는 통합적인 교육 및 관리기관 필요

Ⅲ. 국내·외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

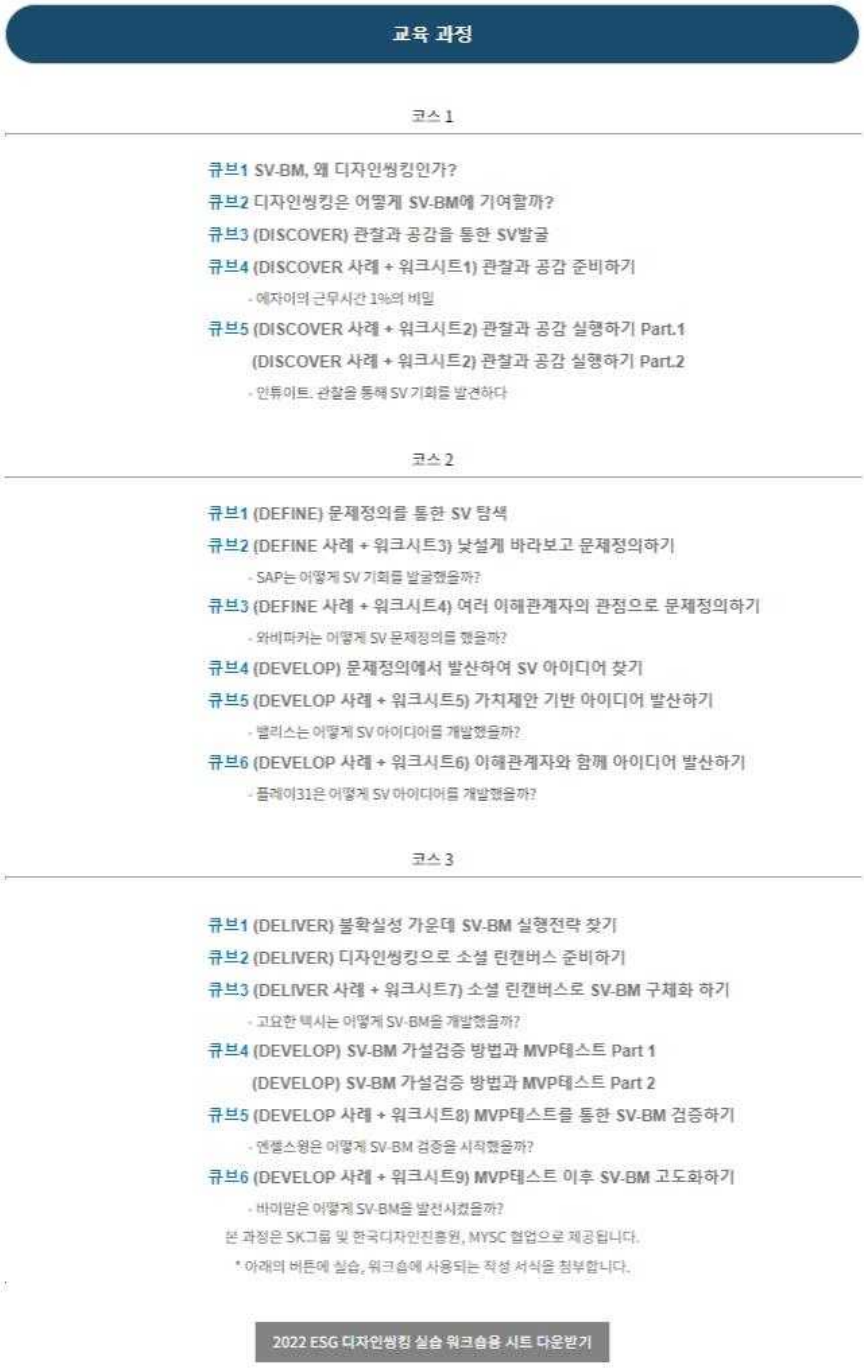
■ KIDP 경영자를 위한 ESG 경영을 위한 디자인씽킹 교육

○ KIDP는 SK, MYSC가 공동으로 ‘사회적 가치 비즈니스 모델 디자인씽킹’ 교육영상콘텐츠를 국내 최초로 개발하여 총 19개의 강좌를 개설

○ 스타트업이 주로 사용하는 제품과 고객 개발 방법론인 린 스타트업(Lean Startup) 방법과 디자인씽킹을 융합하여 ESG경영

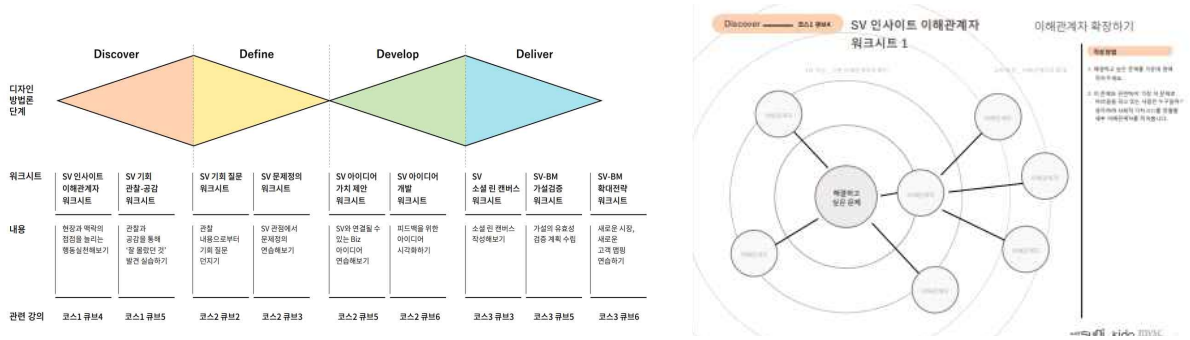
을 이해하고 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하며 기획과 비즈니스 모델 설계 능력을 향상시킬 수 있도록 함

○ 3개 코스, 17개 큐브로 구성되었으며 워크시트가 제공됨



[그림 1] KIDP의 ESG와 디자인씽킹 교육과정
https://www.kidp.or.kr/?menuno=1463

SV-BM Idea를 구체화하는 2020년 SV-BM 심화 과정



[그림 2] KIDP의 ESG와 디자인씽킹 워크시트 일부 https://www.kidp.or.kr/?menuno=1463

■ 서울시 Design Value Up Program 추진

○ 생애주기별 대중을 위한 유니버설디자인, 사회문제해결을 위한 디자인, 공공디자인진흥을 위한 사업 추진

○ 디자인 기업 및 디자이너를 대상으로 ESG 특강, 디자인산업 경쟁력 강화 포럼, Chat GPT 등 디자인 트렌드 교육, 디자인 인식개선을 위한 중소기업 브랜딩 전략 등 다양한 프로그램을 체계적으로 제공

■ 국가직무능력표준 디자인·콘텐츠분야 교육 프로그램

○ 한국산업인력공단의 국가직무능력표준(NCS)은 산업현장의 변화와 인력 수요에 따라 직무를 수행하기 위해 필요한 지식, 기술, 태도 등의 능력을 국가적 차원에서 표준화함

○ 국가직무능력표준은 플랫폼을 구축하여 분야별, 키워드, 코드 등으로 검색할 수 있음

○ 이론과 실습으로 구성된 학습모듈을 개발되어 관련 직무를 산업계, 교육계, 교육훈련기관 등 교육기관별, 직급별, 수준별로 학습할 수 있음

○ 학습모듈은 각 직종과 직급에 따른 세분화로 활용도가 높고, 공공기관 취업을 위해 필수적으로 활용해야 함

○ 주기적으로 학습모듈 수정 및 보완 개발 사업을 진행함

[그림] 국가직무능력표준 시각디자인 세분류 검색
https://www.ncs.go.kr/unity/th03/ncsResultSearch.do

3.2. 해외 우수 사례

■ 경영자를 위한 디자인 지표 측정프로그램

○ 맥킨지는 맥킨지 디자인 지표(McKinsey Design Index; MDI)를 개발하여 기업의 디자인 역량을 평가하고, 기업의 경제적 성과와의 관계를 발표함

○ 맥킨지 디자인 지표 점수가 상위 25%인 기업의 5년간 수익은 업계 평균보다 32%가 높고 실물 제품, 디지털 제품, 서비스 또는 이들의 결합체인 모든 산업군에서 디자인 역량이 중요함을 발견함

○ 즉, 맥킨지 디자인 지표 점수는 기업 경영자가 디자인의 역량과 그 결과를 수치로 이해함으로써 디자인의 경제적 가치의 중요성 인식하게 됨

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 한국디자인교육원 설립

○ K-디자인 점프업을 위해 대중, 기업, 행정가, 정책입안자 등이 디자인 가치를 인식할 수 있는 통합적인 교육기관 설립

○ 풀뿌리 조직으로서 대중의 디자인 가치 인식 개발 워크샵 및 교육 프로그램 운영

○ 디자인 가치 판단과 감식력을 가진 K-대중 양성

○ ESG, AI 등 시대적 화두에 부응하며 윤리성을 갖춘 K-대중 양성

○ 기업의 규모별, 업종별 디자인 성과 평가틀을 개발하고 이를 토대로 디자인의 다양한 가치를 인식할 수 있는 경영자의 디

자인 교육 프로그램 개발 및 운영

○ 한국디자인교육원은 표준화된 교육 프로그램을 개발하여 지속적으로 업그레이드 하고, 무료로 운영되는 플랫폼을 구축하여 교육 서비스를 제공해야 함

○ 실무 전문가 및 한국디자인단체총연합회 회원 협회의 인력을 활용하여 강사풀 확보

4.2. 추진 방법 및 체계

■ 수요 중심 맞춤형 지원

○ 전문디자이너 교육은 대학을 통해 진행하되 이 외 비전문가 디자이너의 교육은 한국디자인교육원을 통해 진행하며 상호 협력체계 구축

○ 한국디자인교육원은 이론과 실습 중심의 단기·중기·장기 교육 프로그램 구축

○ 각 지역별로 한국디자인교육원 분원을 설립하여 교육 진행하되 온라인 플랫폼을 구축하여 유비쿼터스 교육 진행

○ 디자이너 출신을 강사진으로 구성하되 경영, 경제, 심리, 인문학자 등과의 융합 교육

○ 기업 규모별, 업종별 경영자 교육 프로그램 구성

○ 생애주기별 대중의 디자인 가치 인식 교육으로 디자인 평생 교육 시스템 구축

■ 추진 절차

○ 각 기관과 지역에서 산발적이고 파편적으로 이루어지고 있는 디자인 가치 인식 교육 현황 및 수요 조사

○ 국내외 관련 프로그램 조사

○ 한국디자인교육원 기본계획 연구

○ 산업부를 중심으로 중소기업벤처부 등 정부 부처간 협의를 통한 구체적인 실행계획 수립

○ 기업, 공공기관 관계자의 의견 수렴과 추진위원회 구성 및 사업 제안

○ 한국디자인교육원 설립을 위한 법제화와 예산 확보

4.3. 수혜대상

○ 공공기관의 구성원

○ 벤처기업에서부터 대기업까지의 경영자

○ 소비자/사용자, 일반 대중

4.4. 추진예산

○ 한국디자인교육원 설립 연구와 추진위 운영 등을 위한

○ 설립 예산은 별도 책정 필요

○ 사업추진 계획 및 운영 예산

[표] 추진예산

항목	내용	금액(원)
사업 기획	한국디자인교육원 구축 타당성조사	20,000,000
	한국디자인교육원 기본 및 실행 계획	50,000,000
사업추진 및 운영	사업 추진비	50,000,000
	운영위원회 운영	20,000,000
합계		140,000,000

4.5. 기대효과

○ 변화에 유연한 대응 능력을 갖춘 디자인 기업 경쟁력 강화

○ 디자인 산업 활성화로 디자인 기업 수익 창출 극대화

○ 경제성, 사회성, 환경성을 고려한 디자인으로 전 지구적 문제 해결

○ 일상과 관련된 모든 분야에서 창의적으로 문제를 해결하는 대중 양성

○ 범국민적 디자인 문화 저변 확산을 통한 창의적 사회 실현

○ 공공기관 관계자의 디자인 관리 능력 강화

○ 디자이너와 기업, 공공기관의 상호 협력 win-win 시스템 구축

○ 미래를 대비하고 창의적 사회를 선도하여 선진 국가의 실현

결과보고서

분과명	❸ 디자인 기업혁신
정책 아젠다	❸-1. 디자인 인식제고 프로그램
작성자	이인기, 김영희, 서애란, 이숙자, 이태경, 김곡미, 조현미

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 05

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 07

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 10

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 국내 환경 분석

■ 디자인의 경제적 가치

○ 2021년 디자인의 경제적 가치는 160조원(2020년 113조원)으로 분석됨

○ 산업에서 디자인 기여도는 서비스/경험이 64.3%로 가장 높고, 패션/텍스타일이 20.5%로 가장 낮음

○ 디자인산업분류에 따른 업종별로 살펴보면, 서비스/경험 디자인(55.6조 원)과 디자인인프라(43.6조 원)가 높고, 이어 제품디자인(26.0조 원), 공간 디자인(18.3조 원) 등의 순임.

[표 1] 디자인의 경제적 가치

구분	매출액 (단위 : 백만 원)	부가가치율 (단위 : %)	디자인 기여도 (단위 : %)	디자인의 경제적 가치 (단위 : 백만 원)
제품 디자인	307,734,004	28.6%	29.5%	25,988,610
시각 디자인	95,217,245	26.2%	27.1%	6,770,806
디지털/멀티미디어 디자인	36,103,255	34.5%	48.7%	6,067,483
공간 디자인	153,544,112	28.1%	42.5%	18,342,373
패션/텍스타일 디자인	26,194,347	31.6%	20.5%	1,695,326
서비스/경험 디자인	361,341,295	23.9%	64.3%	55,563,308
산업공예 디자인	17,168,872	30.0%	31.7%	1,632,693
디자인인프라	327,666,886	23.5%	56.7%	43,607,794
전체	**1,327,980,789**	-	-	**159,668,393**

※ 매출액 = 디자인산업분류(디자인전문업체 포함)에 해당하는 사업체 매출액 합 × 디자인 활용 비율 × 2020년 대비 2021년 매출액 증가율 [8]

※ **디자인 기여도**: 2021년 기준 디자인활용업체 실태조사 결과

※ **부가가치율**: 한국은행 자료로 추정[9], 디자인산업 분류 소분류와 상품분류 코드를 연계하여 디자인산업 대분류별 부가가치율 산출 부가가치율은 각 상품의 총 투입 중 부가가치의 비율을 의미함.

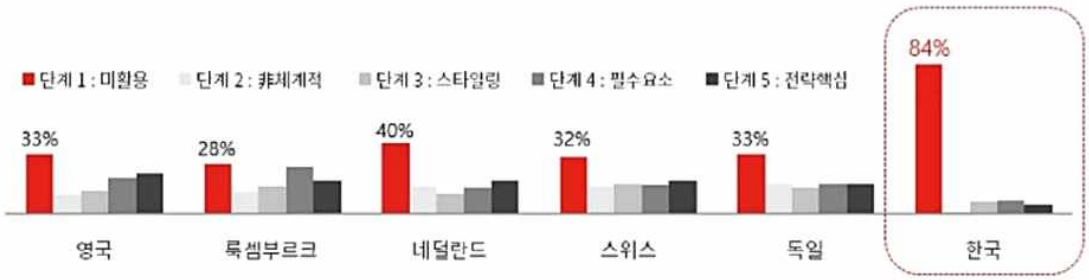
■ 국내 디자인 활용율 현황

○ 제조기업 중 대기업 50.8%, 중소기업 36.7%의 디자인 활용율

- 주요국 디자인 활용 수준과 비교하여 국내기업은 단순 스타일링으로서 디자인활용이 높음
- 활용기업대상 디자인 기여도(5점 만점)는 고객만족도 향상(3.58) > 매출증대(3.53) > 기업내 생산성 향상(3.07) > 주가 등 기업가치 상승(2.93)으로 평균이상의 기여도를 보임

○ 한국 전체 산업기준 84% 기업이 디자인 미활용

○ 전반적으로 디자인산업의 규모나 기여도에 비해 디자인기업에 대한 전략적 활용 및 참여가 매우 부족한 상황임



[그림 1] 주요국별 디자인 활용 수준비교

■ 국내 디자인산업의 국제 경쟁력 현황

○ 2022년 국내 대기업들의 디자인경쟁력은 세계 Top 1 수준

○ 공공의 디자인정책 수립에서 착시 현상을 발생시키고 있음

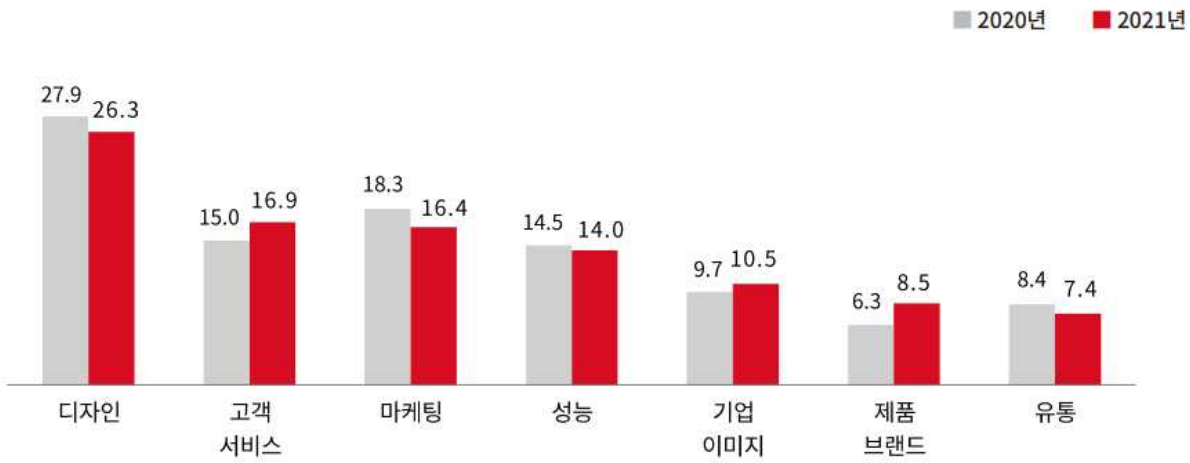
- 디자인기업의 디자인 역량이 고르게 형성된 유럽 선진국 대비 한국은 특정 대기업을 중심으로 디자인 역량이 편중되어 있음
- 최근 역량 있는 있부 디자인기업이 국제적 경쟁력을 갖추어 동남아 중심으로 진출하고 있으나 선진국으로의 진출은 전무하며, 아시아지역 위주의 지역이 대부분임

○ 대기업의 디자인 성공에 대한 중소기업체의 인식이 미비하여 디자인기업에 대한 전략적 활용이 매우 부족한 상황임

■ 제품 판매에 영향을 미치는 요소 비중

○ 제품 판매에 영향을 미치는 요소로는 ‘디자인’이 26.3%로 가장 높고, 다음은 ‘고객서비스’(16.9%), ‘마케팅’(16.4%), ‘성능’(14.0%) 등이 높음

○ ‘디자인’(27.9%→26.3%) 요소 비중은 전년도 대비 소폭 감소함



[그림 2] 제품 판매에 영향을 미치는 요소 비중

1.2 해외 환경 분석

■ 영국의 디자인 경제에 대한 개념

○ 우리나라가 디자인을 전문서비스업에 한정시키는 것에 비해 디자인종주국인 영국은 디자인경제에 대한 정의를 통해 디자인 전문서비스뿐만 아니라 디자인관련 제조업을 포함하는 포괄적 개념으로 정의함

○ 우리나라 통계청이 디자인 전문업을 인테리어 디자인업, 제품 디자인업, 시각디자인업, 패션/텍스타일 및 기타 디자인업으로 한정적으로 나누는 것에 비해 분야별로 세부적으로 나눔

○ 이러한 영국의 디자인 경제에 대한 정의는 디자인산업을 보다 포괄적으로 활용하고 산업에서의 인식을 개선하는데 용이

한 실정임

영국 디자인 경제 관련 정의

- 디자인 경제 (Design Economy) : 디자인 산업과 비디자인 산업에서 해당 산업의 주요 지능을 지원하는 디자인, 비디자인 산업에서 일하는 디자이너의 경제활동을 포함
- 공간, 환경 디자인 : 건축, 도시계획, 토목 등을 포함 (7111 건축업)
- 광고 디자인 : 크리에이티브 감독, 고객사 관리 등을 포함
- 의류 디자인 : 재단사, 드레스메이커 등을 포함 (1419 기타 의류 및 장신구 제조업)
- 공예 : 베틀, 뜨개질, 가구 제작사 등 포함 (2341 도자기 생활용품 및 장식품 제조업, 3212 보석 및 관련 제품 제조업)
- 디지털 디자인 : 웹 디자이너, 비디오 게임 디자이너, 시스템 구축가 등 포함 (5821 컴퓨터 게임 출판, 5829 기타 소프트웨어 출판, 6201 컴퓨터 프로그래밍)
- 그래픽 디자인 : 그래픽 디자인 및 예술가
- 융합 디자인 : 제품 디자이너, 패션 디자이너 등 포함 (7410 전문 디자인업)
- 제품 및 산업 디자인 : 디자인 및 개발 엔지니어 (1629 목재 등 기타 제품 제조업, 가전제품 제조)

*SIC codes, 2010 기준

■ 서비스디자인의 산업의 중요성 인식

○ 산업 시대에는 디자인의 역할이 산업의 보조자 즉,산업 활동에서 파생되는 디자인 활동에 국한해 이해되나 현대 사회에서의 디자인은 제품 구매의 결정적 요인으로 대두하여 전자상거래를 통한 상품 선택에서도 디자인의 의존도는 더욱 심화되고 있음

○ 영국,미국 등 선진국에서는 디자인은 산업부문에서뿐 아니라 공공서비스,사회적인 문제를 해결하는 방법론으로 활용되며 본원적 혁신을 통한 성과를 가져오고 있음

[표 2] :디자인을 통한 공공서비스 혁신 및 사회문제해결 사례

분야	사례	대표 국가
교육	학교 환경의 재디자인을 통한 학습효과 개선 및 만족도 향상	영국, 미국 등
의료	환자 존엄성 향상과 의료서비스 혁신을 위한 디자인	영국, 미국 등
치안	범죄 예방을 위한 디자인	영국, 네덜란드 등
교통	도심 사인시스템 재디자인을 위한 걷기 편한 도시만들기	영국, 미국 등
행정	세금징수 고지서 및 시스템 재디자인을 위한 징수율 향상	영국, 미국 등
정치	선거 참여율 향상을 위한 투표용지 등 선거 전달체계 개선	미국 등
에너지	에너지전달체계 재디자인을 통한 에너지 절감 유도	영국, 미국 등

II. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 디자인에 대한 인식 전환

○ (사)한국조경사회는 '조경시설물 디자인권 침해 및 다수공급자계약 세미나'를 통해 디자인권에 대한 인식전환과 자정활동 그리고 침해 방지를 위한 자체적인 노력과 강력한 제재 필요성을 제기한 바 있음

○ 2022 서울디자인국제포럼 1차사전포럼에서 이건표(홍콩 폴리텍대학교 디자인대학 학장)는 파괴적 패러다임 변화 시대의 디자인에 대한 인식의 변화를 촉구함

- 과거 공예 중심 시대에 기계문명의 등장은 장인들의 핵심 능력을 대체하게 되었고, 디자이너는 주로 그림을 잘 그리는 사람으로 인식되었습니다. 이후 컴퓨터의 등장으로 누구나 그림을 잘 그리는 시대가 되었고, 디자이너에 대한 인식 또한 변화하였으며, 컴퓨터가 보급되기 시작하면서 디자인씽킹(Design thinking), 인터랙션(Interaction)과 사용자 중심 디자인(User centered Design) 등의

개념이 새로운 디자인의 핵심 역량이 되었으며, 여기에 AI와 빅데이터 기반의 기술이 등장하면서 디자인은 산업과 사회의 미래를 준비하는 역할로 인식해야 함을 강조

- 산업혁명 이전의 디자이너는 잠재된 기술을 가진 장인(craftman)과 같았으나 이후 외관을 개선하고 심미적 요인을 추가하는 스타일리스트(stylist)로 인식되었고, 최근의 디자이너는 산파(midwife)와 같이 촉진자(facilitator)역할을 수행하여 산업내 비전문가들이 스스로 창조력을 발휘할 수 있도록 조력자가 되는 것을 강조

	Designer	Methods	Users	Problem	Question	Education
	craftsman	inherited skills	without/ neighbor	objects	how	over the shoulder
	stylist	drawing	to/ mass	appearance	how	studio
	midwife	UCD D-thinking	for/with segmented	experience	what	interactive workshop
	enabler	empowering	by/ crowds	ecosystem	why	online/field

[그림 3] 디자인의 시대별 역할 및 인식의 변화

2.2. 주요 이슈

○ 영국은 많은 수의 국내외 기업들은 시장 점유율을 위해 경쟁하는 등 매우 경쟁적인 디자인산업에 대한 인식과 활용을 하고 있으며, 유럽의 다른 주요 디자인 시장에 쉽게 접근할 수 있게 하여 디자인전문기업들이 영역을 확장하고 세계적인 규모로 경쟁할 수 있음

○ 미국의 정부는 혁신과 경쟁력에서 디자인의 중요한 역할을 인식하고, 디자인 관련 연구 개발 이니셔티브에 자금을 지원

하여 디자인과 혁신에 투자하는 기업들에게 세금 인센티브 등을 제공함

○ 일본은 품질 및 디테일에 대한 높은 관심으로 기술, 혁신 및 세부 사항에 집중하여 디자인 관련 사업 및 시책에 대한 정부의 인식을 기반으로 제품 디자인과 혁신을 통한 차별화를 강조하는 경쟁력 있는 산업을 창출하기 위해 노력함

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

■ 모나미

○ 중소기업인 모나미는 디자인에 대한 인식개선을 통해 단순히 도구로서 기능하는 문구에서 벗어나 소비자에게 또 다른 가치를 전달할 방법을 경험 디자인을 통해 찾음

- 공간에 대한 필요성을 느끼게 되었어 공간 브랜딩 경험 요소를 접목한 '모나미스토어'가 탄생함
- 모나미스토어는 제품보다 경험을 판매한다는 것에 초점을 맞춤
- 제품을 숨기지 않고 전면에 드러냄으로써 '제품과 맞닿아 있는 경험'을 제공하는 디자인 전략

[그림 4] 모나미스토어 성수점

3.2. 해외 우수 사례

■ 영국의 디자이노믹스 전략

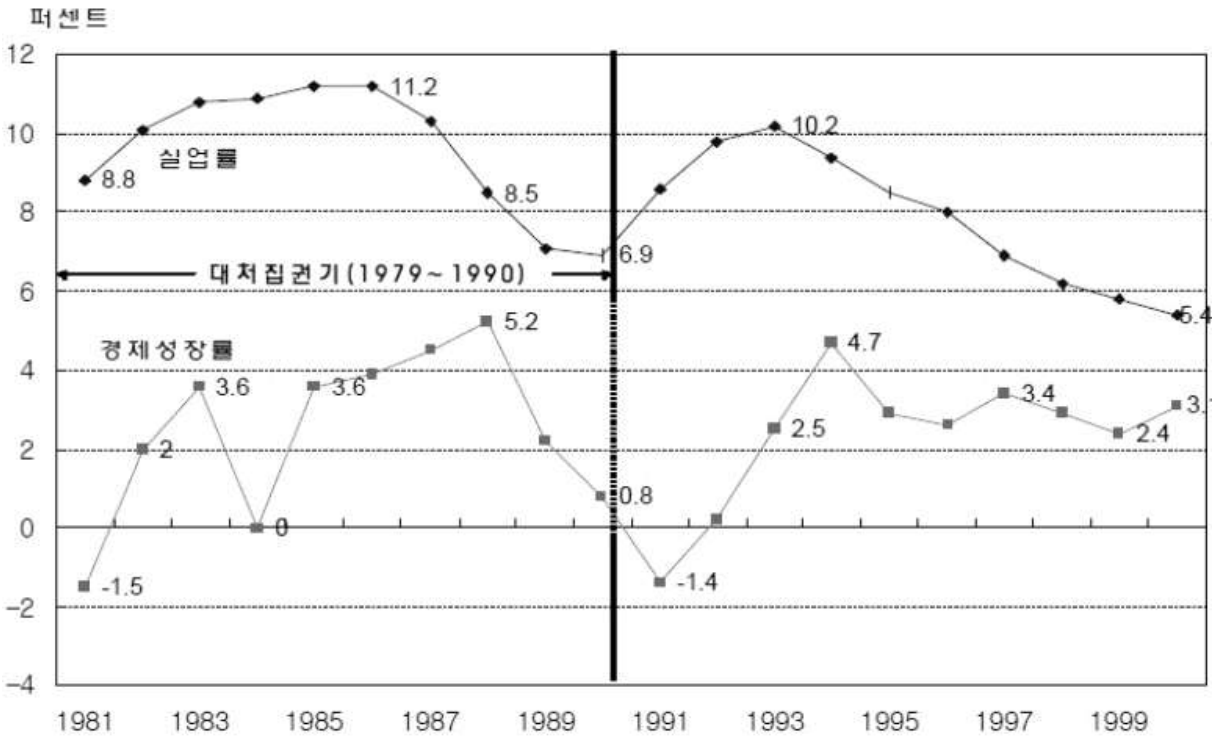
○ 영국은 1979년 IMF에 빠진 영국을 구하기 위해 도입

○ 새로 부임한 대처총리는 Design or Resign' 이란 구호 하에 ' 디자인이 곧 혁신이다' 를 외치며 디자인 산업 육성에 주력

○ 디자인을 활용하는 기업에게 보조금을 지급하는 한편, 각종 세미나 등을 개최 디자인에 대한 국민적 인식 전환

○ 이후 강도 높은 산업구조 재디자인을 통해 경기위기 극복

○ 1981~82년 마이너스 성장을 보인 이후, 1980년대 중반부터는 4~5%의 성장기록



출처 : 삼성경제연구소, CEO Information, 유럽식 경제모델의 성과와 한계, 2009.7

[그림 5] 영국의 경제 성장 추이

○ 이후 영국은 디자인 강국으로 발돋움

- 대처의 디자인 중심주의는 토니 블레어 수상에게 이어졌고, 현

고든 브라운 총리에게도 이어져 영국은 세계에서 가장 체계적으로 디자인을 지원하는 나라로 상징화 됨

- 2005년 기준, 디자인 회사 12,450개, 종사자 60,900명, 매출총액 51억 파운드, 디자인수출액 총 14억 파운드기록

○ 디자이노믹스의 전환으로 1990년대~2000년대 디자인 혁명 주도

- 1990년대 초반 미국의 성장률이 마이너스로 돌아서자 기업 경영 혁신 바람이 불며, 고객 감성에 맞춘 디자인 혁신이 새로운 키워드로 등장
- IT 기술 등장과 더불어 새로운 쌍방향 커뮤니케이션과 디지털 미학이 새로운 혁신수단으로 등장
- '노동, 자본, 토지'라는 가시적 지원체계를 '서비스, 디지털 기술, 이미지 브랜드라는 비가시적인 체계로 전환

3.3. 시사점

■ 중소기업의 디자인에 대한 인식의 전환

○ 기업 경쟁력 강화

- 디자인에 대한 투자는 제품과 서비스의 차별화를 가능하게 하여, 시장에서의 경쟁력을 강화할 수 있음

○ 혁신 촉진

- 디자인은 혁신의 중요한 요소로, 기업이 시장 변화에 민첩하게 대응하고 새로운 솔루션을 개발하는 데 도움을 줌

○ 브랜드 가치 향상

- 강력한 디자인 전략은 브랜드 인지도와 이미지를 향상시켜 소비자의 충성도를 높일 수 있음

○ 사용자 경험 개선

- 사용자 중심의 디자인 접근 방식은 고객 만족도를 높이고, 장기적인 고객 관계를 구축하는 데 기여함

○ 시장 접근성 확대

- 혁신적인 디자인을 통해 새로운 시장과 고객층에 접근할 수 있으며, 다양한 소비자의 요구를 충족시킬 수 있음

○ 재무 성과 개선

- 효과적인 디자인 전략은 매출 증대와 비용 절감을 가져올 수 있으며, 장기적인 재무적 성공에 기여함

○ 지속 가능성 증진

- 환경과 사회적 책임을 고려한 디자인은 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하는 데 중요함

○ 기업 문화 변화

- 디자인 중심의 사고방식은 기업 문화에 혁신적이고 창조적인 접근을 촉진하며, 직원의 참여와 동기부여를 높일 수 있음

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 중소기업의 디자인인식 제고를 위한 프로그램

○ 우리나라 대기업의 디자인을 통한 기업경쟁력은 세계적인 수준이나 중소기업은 이러한 대기업의 디자인에 대한 전략적 인식과 활용을 제대로 못하고 있는 실정임

○ 산자부 주도 디자인 인식 제고 프로그램을 통해 디자인의 중요성에 대한 인식을 높이기 위한 캠페인과 워크숍 등을 지속적으로 개최하여 이를 통해 중소기업이 디자인이 비즈니스 성공에 어떻게 기여할 수 있는지 이해할 수 있도록 함

○ 특히, 중소기업에 대한 디자인 연구개발(R&D) 지원시 디자인에 대한 인식제고 프로그램을 기업의 대표이하 임원들에게 제공함으로 디자인 투자에 대한 개념을 확립함

○ 중소기업들은 정부의 디자인 지원사업에서 벗어나 자립할 준비를 시킴으로서 장기적으로 우리나라의 중소기업의 경쟁력을 강화시킬 수 있음

4.2. 추진체계

■ 디자인 인식개선 교육 및 훈련 프로그램

○ 디자인 사고, 혁신적 디자인 전략, 디지털 디자인 도구 등에 대한 교육과 훈련 프로그램을 제공하여 기업 직원의 디자인 관련 인식과 활용 능력을 향상시킬 수 있음

○ 디자인 지원사업을 받으면 대표이하 임원급의 의무 교육코스로 지정함

■ 디자인 성공 사례 전파 및 공유 프로그램

○ 디자인 투자를 통해 성공한 중소기업 사례를 널리 알리고, 이를 통해 다른 기업들이 디자인의 가치를 인식하도록 함

○ 대기업의 디자인을 통한 성공요인을 분석하여 이를 중소기업에 이관할 수 있는 체계 연구 및 실정 연구를 수행하여 실전에 적용할 수 있도록 지속적으로 모니터링 및 턴설팅을 제공함

○ 디자인 지원사업을 받으면 대표이하 임원급의 의무 교육코스로 지정함

■ 교육수료 인증을 위한 정책적 장려책 마련

○ 디자인 투자에 대한 세제 혜택, 규제 완화, 지적 재산권 보호 지원 등의 정책적 지원을 통해 중소기업이 디자인에 대한 투자를 더 쉽게 할 수 있도록 함

■ 네트워킹 및 협력 기회 창출

○ 디자인 업계와 중소기업 간의 협력과 네트워킹을 촉진하는 이벤트와 박람회, 혹은 디자인네트워크 데이 등을 통해 기업들이 디자인 관련 최신 동향과 혁신적 아이디어를 공유하고 협력할 수 있도록함

■ 상세추진 단계표

[표 2] 디자인인식제고 프로그램의 추진 단계

추진 단계		내용
1단계	운영위원회 구성	운영위원회 구성 및 위촉, 기본계획서 작성, 업무 위탁을 위한 용역가이드 작성
2단계	교육 및 운영안 정립	디자인 인식개선 교육 및 훈련 프로그램 디자인 성공 사례 전파 및 공유 프로그램 교육수료 인증을 위한 정책적 장려책 네트워킹 및 협력 기회 창출
3단계	기존 사업안과 연계 강화	중소 디자인 활용기업에 기존에 실시하고 있는 디자인 지원 보조금 및 자금 지원, 디자인 컨설팅 서비스 제공, 디자인 연구개발(R&D) 지원과 연계하여 의무 교육 및 정책적 연계, 수료시 패스트트랙 제공 등 연계 강화를 위한 장치 연구 및 마련
4단계	참여업체 선정	디자인인식제고 프로그램 참여 기업 모집
5단계	사업수행	사업수행 및 수정 보완

4.3. 수혜대상

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 등

○ 디자인 대학 및 교육 분야

- 교수, 교사, 학원 강사 등

○ 디자인 활용 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 한국디자인진흥원, 정부부처, 지자체, 해외공관 등 공무 조직

4.4. 추진예산

○ 디자인인식 제고 프로그램을 위한 추진예산

[표 3] 추진예산

비목	내용	금액(원)
운영외원회 구성 및 활동	위원회 구성, 활동비, 자문비, 회의, 공청회, 수요조사 등	50,000,000
프로그램 구성 (연간 운영비)	디자인 인식개선 교육 및 훈련 프로그램	100,000,000
	디자인 성공 사례 전파 및 공유 프로그램	100,000,000
	교육수료 인증을 위한 정책적 장려책	100,000,000
	네트워킹 및 협력 기회 창출	100,000,000
자문 및 공청회 등	연구원 및 운영 구성, 위탁 운영비 등	200,000,000
합계		**650,000,000**

4.5. 기대효과

■ 중소기업 경쟁력 강화

○ 디자인에 대한 투자를 통해 기업들은 제품과 서비스의 차별화를 이루고, 시장에서 독특한 위치를 확보할 수 있으며 이는 경쟁력을 크게 향상시키는 요소가 됨

■ 중소기업 브랜드 가치 향상

○ 강력한 디자인 전략은 브랜드 인지도를 높이고, 소비자와의 강력한 연결을 구축하는 데 도움이 되며 이는 장기적으로 브랜드 충성도와 기업가치를 증가시킴

■ 중소기업 기술 혁신 및 창의력 촉진

○ 디자인 투자는 새로운 아이디어와 창의적인 해결책을 개발하는 데 중요한 역할을 하고 이는 기업이 혁신적이고 유연하게 시장 변화에 대응할 수 있게 함

○ 중소기업 조직 자체의 창의성을 증대시킴

■ 매출 증대 및 비용 절감

○ 효과적인 디자인은 제품의 매력을 증가시켜 매출을 증대시킬 수 있으며, 프로세스 최적화를 통해 비용을 절감할 수도 있음

결과보고서

분과명	❹ 디자인 주도의 사회혁신
정책 아젠다	❹-1. 지역균형발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생
작성자	한경하, 홍만표, 김귀성, 유은미, 이종세

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 03

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 디자인 산업의 중요성

○ **디자인**은 **산업 전반의 부가가치**를 높이는 **소프트파워 산업**

○ 디자인은 **제품과 서비스의 가치를 향상시키는 창작 활동**

- 제품 외관을 꾸미는 스타일링 → **세상에 없던 제품**을 기획하고, **소비자 경험**(심미성, 기능성, 감성)**을 향상**시키는 **수단**으로 **고도화**
- '70년대 포장디자인에서 출발 → 시각·제품·UX·서비스 디자인으로 영역 확대

○ **디자인**은 **타산업의 성장 잠재력**을 높여주는 대표적인 융합산업

- 디지털 기술 발전, ESG 확산, 사용자 경험(UX) 강화에 따라 **디자인의 역할이 더욱 확대**되고, 관련 시장의 성장 전망

○ **세계 각국도 산업 경쟁력의 융합 수단으로 디자인을 활용**

○ 디자인 선도국은 **사회 혁신, 국가 경쟁력 강화** 수단으로서 디자인을 적극 활용

1.2 한국 디자인의 위상과 현주소

○ **시장규모 21조원, 전문인력 35만명**으로 양적으로 크게 성장

○ 우리 디자이너들의 우수성은 세계가 인정

- (세계적 어워드 2022년 수상작 수 기준, G20 대상) iF 한국 2위, Red Dot 한국 3위
- 美 구글(디자인디렉터), 英 루이비통(컨셉디자이너), 獨 BMW(UX디자이너) 등 380여명 활동 중

○ 디자인산업은 **공급, 수요, 교육** 부문으로 구성

❶ 공급		❷ 수요		❸ 교육
디자인 전문회사 19,465개	**프리랜서** 40,478명, 0.96조원	**디자인 활용기업** 15.1만개	**정부 지자체** 0.2조원	**대학** 384개 취업률 68.3%

[그림 1] 한국디자인산업의 구성 요소

1.3 지역이 처한 상황

○ 지역주력산업의 장기 침체 및 지역경제 성장 둔화로 포스트 코로나 시대 지역경제 활성화가 시급

- 지역의 기존 주력산업에 대한 수요가 급격히 하락함에 따라 지역 경제의 성장이 둔화

○ 신성장산업의 출현이 가속화되는 상황에서 지역산업구조 변환 등 대응이 요구

○ **지역 주도**의 **연계·협력**을 통해 **단일 행정구역을 넘어 超광역적 정책·행정수요에 대응**하여 **지역의 경쟁력 제고 필요**

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 디자인의 역할 강화 요구

■ **혁신과 문제해결의 수단으로서의 디자인 접목 수요 확대**

○ **새로운 가치를 창출하는 산업융합의 촉매**로 디자인의 역할 각광

- 디자인은 기술-제품-서비스 등을 서로 연결하는 함으로써 **산업의 연결자** 역할을 수행

○ 디자인씽킹을 통해 **미래사회 대응**을 위한 **공공**의 **가치**를 **창출**하는 **혁신과 문제해결 수단으로 역할 진화 기대**

○ 사회혁신을 위해 안전, 도시재생 등 사회·공적 영역에서 디자인의 활용이 활발히 추진되기 시작

○ 디자이너, 지역민, 기업, 공공기관 등이 참여하여 지역사회 문젤을 해결하고 미래 준비를 위한 다각적 노력 추진

2.2. 지역균형을 위한 정책 방향

■ **지역경제 활성화를 위해 지속가능한 자생력 확보 정책이 필요**

○ 4차 산업혁명으로 인한 기존 산업체계 재편 흐름에 부응하여, **지속 가능성** 및 **지역 자생력 확보 중심**의 **정책**으로 **변화**가 요구

○ **국내 지역혁신정책**은 중앙 주도 접근법의 한계 극복을 위해 지역 주도의 산업육성 · 혁신 생태계 구축 등 **자립적 혁신 성장 견인에 주력**

○ **지역사회문제 대응**을 위해서는 **기능별**로 행정구역을 넘어서는 **공동문제 해결**, **융복합 네트워크**를 통해 **지속가능한 추진체계 마련**이 필요

■ **디자인 씽킹에 기반한 새로운 관점의 지역균형발전 정책이 필요**

○ 디자인은 **수요자 관점**의 **창의적 아이디어 접목** 등 **포스트코로나 및 미래사회 대응**, 국가균형발전을 위해 활용가치가 큰 영역

○ 지자체와의 긴밀한 네트워크 구성, 지역 혁신체계로의 편입을 통해 지역 주도의 사업 참여가 필요

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 광역협력 주요 사례

○ **초광역협력 지원 전략 추진**

- 광역 네트워크 구축 및 산업기반 조성, 주민 삶의 질 개선을 위한 인프라, R&D 사업 등을 적극 추진
- 단일 행정구역을 넘어 초광역적 지역 경쟁력을 제고하고, 지역의 자율적인 특별지자체를 구성 및 견고한 협력체계 구축
- 부울경, 충청권, 대구·경북, 광주·전남 등의 권역별로 지역 주도의 초광역협력이 국가균형발전을 견인할 수 있도록 세부과제 추진
- 연계와 협력을 통한 단일의 경제·생활권 조성 지원 확대
- 효율적이며 실질적인 연계와 협력을 위해 권역을 넘어선 초광역 단위의 기반구축과 인력양성, 기존 거점들과의 연계도 강화

3.2. 해외 광역협력 주요 사례

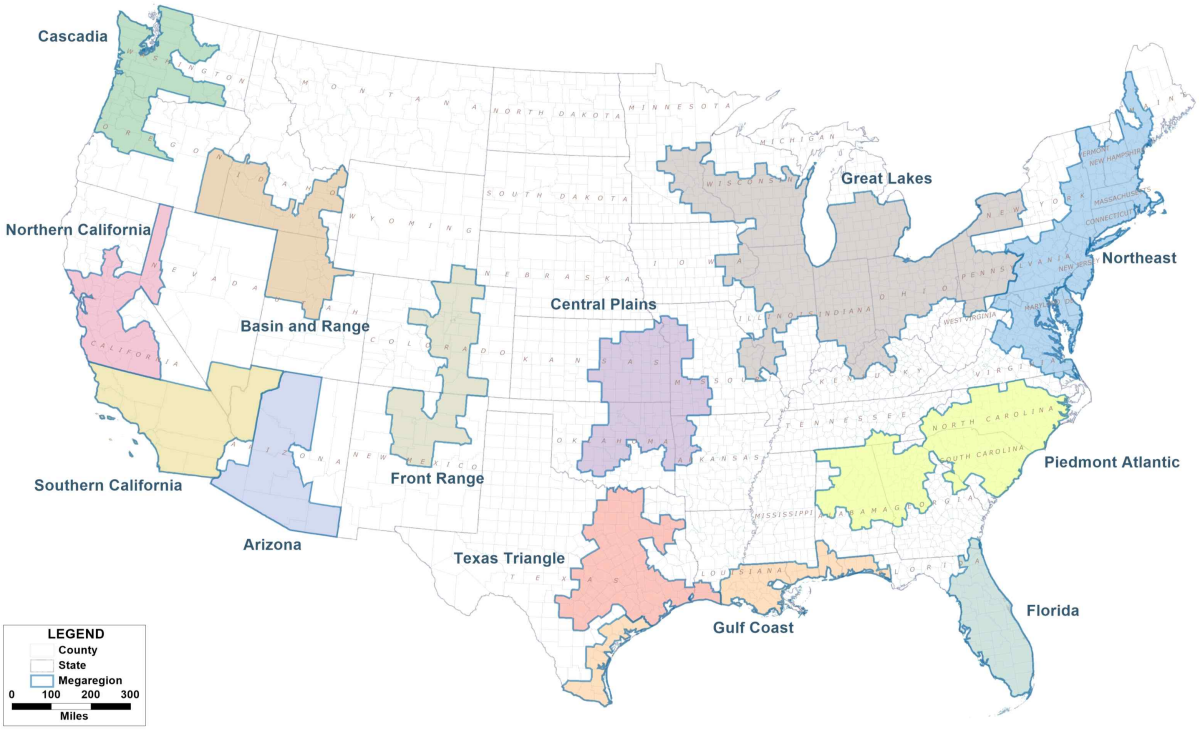
■ 고령화, 복지 등 공통의 이니셔티브 해결을 위해 국경, 도시를 초월한 경제·산업·사회적 협력권 구축을 강화

○ 일본 : 국토그랜드디자인 2050

- 도시집중화 해소 및 지역균형발전을 위해 지방 중심의 3대 초광역 거대도시권역 형성 구상

○ 미국 : 초광역 경제권

- 지리·경제적으로 연계된 대규모 초광역권(Mega-region)을 10개로 구성하고 지역 특성을 중심으로 노동시장 공유, 협력 인프라 구축



[그림 1] 미국 13개 초광역권 지도 ※ 출처: Yaro et al. (2022)

○ 일본-스웨덴 : 국제연계형

- 공통의 사회문제(초고령사회·복지 등)를 해결하기 위한 국제 연계형 리빙랩 인프라 구축·교차 실증 및 유럽, 아시아 시장 진출 추진

■ 지역주도의 산업 육성, 기후중립과 디지털 전환 추진, 탈탄

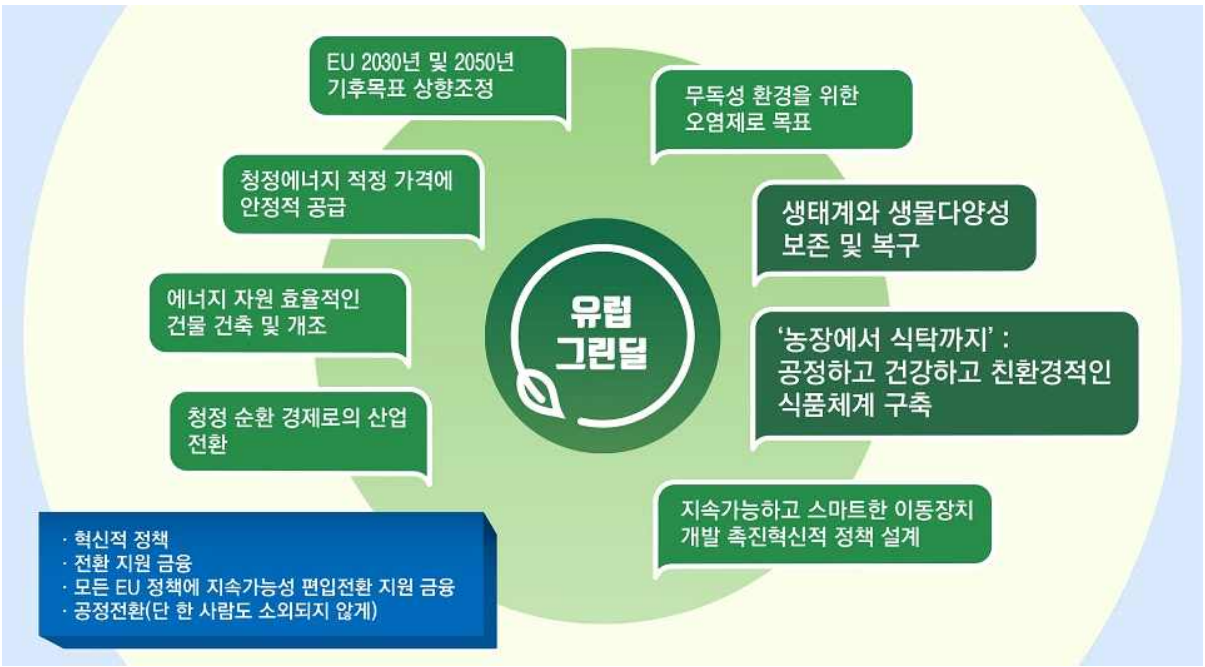
소·친환경 인프라 투자 등 도시재생 방식으로 접근

○ 미국

- 탈탄소화, 청정에너지 산업 확대, 친환경 인프라(도로, 수자원, 전기·통신망 등) 투자 확대, ESG 투자 활성화를 추진

○ EU : 유럽그린딜, 유럽신산업전략

- 기후중립과 디지털 리더십을 위해 유럽 산업의 녹색·디지털 동시 전환을 유도하는 산업정책 추진



[그림 2] 2019년 발표한 유럽연합 집행위원회 '그린딜'의 주요 내용

○ 스웨덴 : 내일의 도시개발, City of Tomorrow

- 조선업 쇠퇴·항구 도시에서 바이오·IT·재생 에너지 산업을 중점으로 산업 구조 전환

■ 지역사회 문제해결 및 지속가능한 설계를 위해 각계각층이 함께 참여하여 정책 발굴

○ 덴마크 : 덴마크 디자인센터

- 지속가능한 도시 문제해결 및 설계를 위해 기업, 시민, 공공기관이 참여하여 디자인 주도의 아이디어·과제 도출, 실험공간 제공, 프로토타입을 통한 미래 시나리오를 공동 설계

○ 호주 : Future Self and Design 리빙랩

- 장애요양 시설 종사자의 업무환경 개선 시나리오 구축 및 VR 교육을 위한 리빙랩 프로젝트

3.3. 시사점

■ 새로움과 신선함을 위해 디자인씽킹을 기반으로 한 혁신적 지역균형정책이 필요한 상황

○ 국가의 균형적인 발전과 국민의 안락한 삶을 위해 디자인을 적극 활용함으로써 새롭고 창의적인 대안을 제시

○ 기술과 제품, 서비스를 연결하는 디자인이 미래 가치를 창출하는 촉매자로서의 역할을 수행

○ 국가 및 지역 경제를 이끌 4차산업혁명 기술을 인간과 연결할 수 있는 결정적 역할은 디자인이 할 것으로 전망

■ 전세계적으로 지역경제발전을 통한 균형정책 추진 중

○ 지역을 기반으로하여 지역경제발전과 이를 위한 신사업 개발 등에 주력

○ 지역 스스로 발전할 수 있는 기회를 제공하고 자생적인 성장 동력 구축을 측면 지원하는 추세이나 지역경제 활성화에 한계에 봉착

○ 지역경제 장기 침체 및 성장 둔화를 타파하기 위한 활성화 시급

■ 지역 간 연계 및 협력을 통한 새로운 사업 발굴 및 추진이 활발

○ 초광역 또는 초국가 간의 연계와 협력 강화를 통해 사회문제 해결과 혁신을 위한 정책 발굴

○ 미래 환경 변화 대응을 위해 공통의 이니셔티브를 가지고 끊임없이 노력

- 특히, 인구, 식량, 환경, 안전 등의 문제 해결을 위한 혁신에 주력
- 환경 변화 대응을 위해 탈탄소·친환경 인프라 투자 등 도시재생 방식으로 접근

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 지역균형 발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생

○ 산업부 주도하에 각 지자체가 자율적으로 지역현안 및 상황에 맞도록 협력 거버넌스 구축

○ 지역 간 협력 거버넌스 구축을 통한 공동 번영 추진 및 미래 사회 변화 공동 대응, 지역 환경 개선

○ 지역균형 발전, 지역산업 활성화, 인구 감소, 고령화, 복지 등 공통의 이니셔티브 해결을 위해 지역을 초월한 경제, 산업, 사회 협력권 구축

○ 지역 간 협력을 통해 디자인을 바탕으로 사회문제 및 도시재생 등의 역할 수행

○ 지역별로 旣 구축된 **인프라의 개선 · 첨단화 · 활성화** 등 공동 추진

○ 지역 주도의 **산업육성 · 혁신 생태계 구축** 등 자립적 혁신 성장 견인 노력

<초지역 협력 선진 사례>

◈ **핀란드의 "6개 도시 전략"**

- ㅇ 권역 내 지역단위에서 산업, 인구, 안전, 환경 문제 등의 해결과 지역산업 활성화를 위한 정책 발굴 및 사업 실행
- ㅇ 핀란드 내 6개 주요 도시 간의 계를 통한 협력 거버넌스를 구축하고 공통의 이니셔티브를 찾아내어 프로젝트를 만들어 지역 혁신 발전 정책 수립
  * (6개 도시) 헬싱키, 에스푸, 반타, 탐페레, 투르크, 오울루
- ㅇ 유의미한 데이터를 적극 개방하고 공유함은 물론 도시별 핵심 자원 공유 및 업무 연계, 역할 분담 등을 통해 효율적이고 실험적인 사업 추진
  * (사례) 핀란드 헬싱키-우시마 지역(이소 루베르틴칼, 반타 등)의 기후거리 프로젝트
- ㅇ 지역을 구성하는 모든 공동체가 참여하여 산업, 사회, 보건, 서비스 등 각종 현안에 대해 이슈를 발굴하고 해결방안을 마련
- ㅇ 스마트 모빌리티, 테스트베드로서의 도시, 건강·웰빙, 게임·학습, 도시 데이터 모델링, 교육 등 다양한 영역에서 30개 프로젝트 실행

4.2. 추진체계

■ 정부가 콘트롤타워 역할 수행, 지자체가 실행

○ 산업통상자원부가 주도하에 기초 계획 수립

○ 지자체별로 협력이 필요한 지역을 선별하여 자율적으로 초지역 거버넌스 구축

■ 민간 협력 병행

○ 한국디자인단체총연합회 주관 하에 제품, 시각, 환경 등 분야별로 우수 디자인전문기업기업 선정 후 지원거버넌스 구축

○ 선정된 디자인 기반의 지원거번넌스가 초지역 생활권 형성 및 실행을 위한 아이디어 발굴과 사업 공동 추진

■ 초고령사회 대응을 위한 부처 간 협업 필요

○ 산업부와 행안부 간의 협력 필요

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 한국디자인단체총연합회 주관으로 정부, 지자체 간의 협의 및 조율 등 필요

■ 상세추진 단계표

[표 1] 지역균형발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생사업의 추진체계 및 단계

추진 단계		내용
1단계	협업주체 구성	초지역 생활권 형성을 위한 협업 추진 주체 선정 및 구성
2단계	기초 계획안 정립	초지역 생활권 형성을 위한 사전 연구 제반 사항 정립 정부 주무부처 및 지자체 간 협의 방안 등 수립
3단계	계획안 수정 및 보완	자문위원회 등을 통해 기초계획안 수정 및 보완 추진
4단계	지자체간 협력사업	지자체 간 초지역 생활권 형성을 위한 협력사업 추진
5단계	우수사례 선정	우수 정책 아이디어 발굴 및 사업화 추진

4.3. 수혜대상

○ 농산어촌 지역 및 해당 지역민

○ 시군 단위 지자체

○ 지역별 제조기업, 디자인전문기업

- 지역 중소기업, 소상공인 등

4.4. 추진예산

○ 지역균형발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생 사업 추진을 위한 예산

- 5년 100억원, 연 20억원

[표 2] 추진예산

비목	내용	금액(원)
자문 및 심사위원회	사업추진을 위한 자문 및 참여기업 선정을 위한 심사위원회 등	30,000,000
사업총괄관리 및 운영	사업 추진을 위한 총괄관리 및 운영비	170,000,000
초지역 생활권 형성 및 도시재생 운영비	3개 초지역 생활권 형성 구축 및 도시재생 운영비 (초지역생활권별 6억원)	1,800,000,000
합계		**2,000,000,000**

4.5. 기대효과

○ 경제 위기, 인구 감소 등 유사한 사회문제를 가지고 있는 **지역 간의 연계 및 협력**을 통해 **超지역적으로 대응**함으로써 관련 문제를 해결

○ **혁신의 수단으로 각광받는 디자인을 활용**하여 다가올 미래를 설계함으로써 **지역의 존폐 위기 극복**

○ 인프라 구축 중심으로 발생되는 지속가능성에 대한 문제를 해결하기 위해 **디자인 주도의 지속가능한 사업 발굴** 기대

○ 산업환경 변화에 대응한 기존 산업의 친환경化·디지털化·서비스化를 통해 지역기업의 혁신역량을 강화하고 새로운 비즈니스 모델을 발굴

결과보고서

분과명	❹ 디자인 주도의 사회혁신
정책 아젠다	❹-2. 초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영
작성자	한경하, 홍만표, 김귀성, 유은미, 이종세

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 03

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 디자인 산업의 주요 추세

○ 최근 디자인은 **미래 환경 변화에 대응하고 사회적 가치를 창출하는 요소로서 활용범위가 계속 확대**

- (덴마크) 디자인을 기반으로 '그린 전환', '디지털 전환', '경제·사회 전환' 추진
- (영국) 지속가능한 미래를 위한 디자인의 사회적·환경적 가치 측정 연구 추진

○ 디자인전문기업의 **영세성 가속화 및 내수시장 경쟁 심화**

- **디자인전문기업의 매출액**은 **최근 5년간 30.7% 성장**하여 '16년 3.4조원에서 **'20년 4.4조원**으로 증가

○ **서비스디자인 솔루션의 다각화**

- 온-오프라인의 다양한 접점을 활용한 통합서비스 시스템 구축과 같은 사회문제해결 정책의 실효성과 지속성을 확보하려는 시도 등장
- 선진국은 **안전, 교통, 의료, 치안, 등 사회 현안 및 서비스 혁신**에 서비스 디자인 방법론을 활발히 활용

1.2 국내외 주요 환경

○ 인구 구조, 기후 변화 등의 각종 환경 변화에 대응하기 위해, 향후 10~20년 후를 준비하는 **"미래대응 전략" 수립 등의 정책 추진이 활발하게 진행** 중

○ **고령화 등으로 인한 인구 구조 변화 심화** 및 이에 따른 생산가능인구 부족과 사회 시스템 변화 가속화

○ 인구 고령화에 대한 사회적 관심 급증으로 **고령자에 대한 정책이 국가 정책으로 부각**

- 단, 현재는 지역사회에 대한 의료와 돌봄 등 기본적인 1차원적 정책으로 접근 중

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 사회 환경 변화에 따른 수요 다각화

■ **인구 구조의 급격한 변화에 따라 새롭고 차별화된 정책 추진 요구 급증**

○ '22년 기준 우리나라의 65세 이상 노인인구는 926만명으로 전체 인구의 18% 수준이고 '24년 기준 65세 이상 노인인구는 1,000만명을 초과

○ '25년에는 노인이 전체 인구의 20%를 초과하는(1051만명, 20.3%) 초고령사회로 진입

○ 65세 이상 노인 10명 중 1명에 해당하는 93만명이 치매노인으로 추정, 치매노인은 '30년 136만명으로 크게 늘어날 것으로 예상

2.2. 정부의 주요 정책 방향

■ **100세 시대 대비 노후생활 지원 및 건강·돌봄체계 지원을 국정과제로 설정하여 집중 지원**

○ 노후생활 지원을 위한 주요 과제는 어르신 일자리 확대 지원, 요양-간병지원체계 내실화 등 주로 일자리, 돌봄에 주력

○ 따라서, **디자인적 사고를 접목하여 새롭고 참신한 정책 아이디어 발굴이 필요한 시점**임

<정부의 노인정책>

• 어르신 일자리 확대 지원
• 요양-간병지원체계 내실화
• 장기요양서비스 및 지역사회 노인 돌봄 강화
• 커뮤니티케어 실현을 위한 지역 의료·돌봄 연계 체계 구축
• 4차 산업혁명 기반 노인건강관리, 돌봄서비스 강화 및 R&D 확대 및 강화

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내의 주요 노인정책 사례

○ 활기찬 노후 지원과 노인의 역량에 맞는 **노인일자리 지원**

- '23년 88.3만개의 일자리를 지원하며, 베이비붐 세대의 노인 세대 진입에 따라 노인일자리의 특성화와 다양화를 위한 사회서비스형과 민간형 일자리의 비중을 확대

○ 의료-요양-돌봄의 통합적 제공을 위한 **지역사회 내 돌봄체계와 재가 서비스** 강화

- 12개 시·군·구를 대상으로 '노인 의료·돌봄 통합지원 시범사업'을 실시
- 독거노인 등을 대상으로 안부·안전 확인과 일상생활을 지원하는 '노인맞춤돌봄서비스사업'은 '23년 55만명에게 서비스를 제공
- 독거노인, 중증장애인의 댁내에 ICT 기기를 설치하여 응급상황과 건강상태를 신속하게 감지하여 119 신고와 돌봄서비스를 제공하는 '응급안전안심서비스'를 총 30만 가구에 보급
- 치매 노인에 대해서는 개인별 맞춤서비스를 강화하기 위해 사례관리 중심으로 서비스를 제공하고 정보체계도 연계
- 수급자가 원하는 다양한 서비스(방문요양, 목욕, 간호, 주야간보호, 단기보호)를 하나의 장기요양기관(주야간보호기관 기반)에서 통합적으로 이용할 수 있는 통합재가서비스 확대

○ **고령친화산업 육성제도를 활성화**하고 연구개발 기획을 추진

- 고령친화산업 육성제도를 활성화하고 연구개발 기획을 추진한다. 고령친화우수제품 품목을 기존 31개에서 36개로 확대하였고, 관련 기준과 절차도 정비
- AI·IoT 등을 활용한 응급안전안심서비스와 건강관리 서비스 대상자를 확대하고, 제품과 서비스의 효과성 검증을 위한 실증지원도 실시
- 노인·장애인 분야의 자립·재활·돌봄과 관련한 연구개발 사업의 기획연구도 추진

○ **노인인권보호**를 강화하고, **장사정책**의 공적 책임을 강화

- 학대 행위자 및 피해자에 대한 상담 등 사후관리를 확대하고, 노인장기요양보험법 개정·시행에 따라 요양시설 내 CCTV 설치 의무화

3.2. 고령화 문제 해결을 위한 리빙랩 사례

○ **성남고령친화종합체험관 시니어 리빙랩**

- 소비자(시니어), 생산자(고령친화기업), 연구자(체험관)가 리빙랩 플랫폼으로 공존하여 시니어 중심의 제품 개선 및 기술개발 지원
- 장수사회에 맞는 일터-삶터-놀터의 스타일을 탐색하기 위한 다양한 리빙랩 실험
- 실제 생활 현장(real-life setting)의 실험실, 테스트베드에서 사용자가 설계/개발 과정에 참여
- 제품 계획/수요조사부터 개발, 상용화 단계까지 수요자 중심으로 추진
- 수요조사 결과 통한 제품 컨셉 및 디자인 도출, 평가

○ **광주리빙랩네트워크**

- 광주·전남권의 가장 시급한 문제인 고령화 문제에 대응할 수 있도록 활동 방향 정립
- 네트워크 참여기관 간 협력 기반의 공동 리빙랩 프로젝트 운영
- 광주권 공공기관·대학·지자체 등(2018) → 전남권 지자체, 공공기관·기업, 대학, 시민사회조직 등(2020)으로 확대
- (스마트에이징) 광주·전남권 고령화 문제 대응
- (광주 무한상상리빙랩) 지역주민들이 문제 선정부터 문제해결 방안 모색, 프로토타입 개발에 대한 의견 적용에 참여
- (빛고을데이터민주주의1번가 리빙랩) 시민이 제공하는 데이터 활용하여 블록체인 기반 개방형 데이터 리워드 플랫폼 구축, GSA시민참여단이 플랫폼 기획부터 테스트/검증 등의 단계에 직접 참여
- (나주시 치매안심리빙랩) 지역시민·대학생의 아이디어 발굴, 나주시 치매안심마을 주민/관계자와 함께 직접 문제 해결
- (소셜아이디어랩) 전남대 LINC+사업단의 학생주도 사회문제해결 플랫폼
- (수어통역사 매칭 플랫폼리빙랩) 청각장애인-수어통역사 매칭 플랫폼/앱 개발 프로젝트, UI/UX 디자인, 서비스명, 매칭 프로세스 등 전 과정에 사용자 계층이 직접 참여

○ **일본-스웨덴 국제연계형 리빙랩**

- 고령자를 위한 지역공동체 설계나 서비스에 관한 혁신적인 대응책(Transnational Living Lab for Active Aging) 사업 수행

- 일본 및 스웨덴 각국의 리빙랩 네트워크 간 국제연계형 리빙랩 활동 추진
- 양국에서 개발된 다양한 솔루션을 생활현장에서 실험/검증하고, 이를 기반으로 각각 유럽과 아시아 시장을 진출
- 일본은 가마쿠라, 스웨덴은 스몰란드 지역을 선정하여 협력
- 일본(도쿄대, 미쓰이 스미토모 은행), 스웨덴(린네 대학, 요한베르크 사이언스 파크(주))가 연구 대표기관으로 참여
- 인간중심 디자인/SDGs와 같은 비전에 기반한 리빙랩 진행
- 고령자를 위한 상품 서비스 개발 및 검증 사업 등 추진

3.3. 시사점

■ 세계 각국은 환경변화 대응을 위한 전략과 정책 중점 추진

○ 세계적으로 4차산업혁명, 기후변화와 친환경, **고령화・인구구조의 변화**, 감염병으로 인한 경제침체・양극화 문제 등의 현상이 심화

○ 이를 해결하기 위해 **사회・경제・문화적 특색 등을 고려**하여 **효율적인 재원 배분 등**을 통해 **편중된 자원의 해소 및 자생적 성장동력 확보 추구**

○ 특히, **정책 수혜자가 직접 참여**하여 정책을 발굴하는 **상향식 방식**으로 추진

■ 국가 및 지역 간 협력 체계 강화

○ **환경, 안전, 고령화 문제 및 지역경제** 등의 분야에서 **지역・국가 간 광역협력권을 형성**하여 **공통의 이니셔티브 구축을 강화**

○ 해당 이슈들은 개별 국가만의 문제가 아닌 공통된 사회문제라는 특징이 있으며, 국가 및 지역의 자생력・지속가능성에 영향

- 광역경제권에서 도시권(국내 도시간 또는 국경 초월)을 중심으로 공유된 사회문제 및 정책 수요에 대응하여 자율적으로 협력 체계를 구성하고, 해당 도시권 차원에서 공통 발전목표・사업 추진

■ 국내 리빙랩 사업의 주요 시사점

○ R&D 중심의 지역 사회문제해결형 리빙랩

- 리빙랩을 통해 R&D 담당부처와 현장 중심의 부처의 협업하는 방향으로 확대
- 리빙랩 방식을 통해 R&D와 현장의 문제해결 활동, 연구조직과 지자체・시민사회 조직의 협업이 이루어지고 있음

○ 소방・치안・안전분야의 사용자 중심의 리빙랩

- 특정 분야의 사용자를 중심으로 한 현장수요 맞춤형 리빙랩 사업을 추진

○ 지자체 단위의 리빙랩

- 시민사회・기업, 정부・비영리단체 등 다양한 사회 주체 간의 공동 프로젝트 발굴 및 운영 등에 기초한 리빙랩 활성화에 중점
- 시민사회(지역주민, 단체 등)은 지역사회의 수요발굴・기획과정에 참여하는 사업 또는 기획 단계에부터 기술개발, 실증・검증 단계까지의 전주기 참여 방식으로 구분

■ 해외 리빙랩 사업의 주요 시사점

○ 전 세계적으로 다양한 사회 주체의 참여 및 활성화를 통한 개방형 리빙랩 방식의 확산이 진행 중

○ 세계적인 기후변화 및 그린・디지털 전환 등의 이슈에 따라 사회문제해결과 과학기술의 융합 등 분야 및 기술 간 융합 리빙랩 추진

○ 기존의 정부, 산업, 대학, 연구기관 등 정부/학계 주도의 혁신에서 나아가 최종 수요자인 ‘국민’의 참여를 통해 국민 주도의 혁신을 강조

- 사용자의 아이디어 확보, 디자인적 사고 등 혁신의 전 과정에 참가할 수 있도록 기반 마련하여 주체들의 지속적인 참여가 가능하도록 관리

○ 해외 사업의 경우, 개별 국가의 지역 특성에 맞는 리빙랩을 넘어, **‘초광역・초국경적 리빙랩’ 방식을 추구**하여 협업

○ 미래사회 변화 트렌드를 주제로 사회문제 해결 및 해외시장/판로 개척 등의 분야에서 공동사업 추진 및 교차실증, 시장 형성을 목적으로 추진

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영

○ 급변하는 미래사회 트렌드(초고령화, 생산가능인구 감소, 출산율 저하 등)에 따른 사회문제 해결을 위해 국민과 디자이너가 협업하고 협력

○ '23년 기준 서울시의 고령화율은 18%를 넘어섰으며, 지역 시군의 경우는 30%를 상회하여 대응 방안 마련이 절실

○ 고령사회에 필요한 라이프스타일 변화 예측 및 적용시스템 개발, 새로운 일자리 창출 방안, 제2의 인생개척 등을 위해 디자인방법론을 적극 활용하여 수요자 중심 정책 발굴

○ 초고령자를 위한 지역공동체 설계나 서비스에 관한 혁신적 대응 전략 수립 및 관련 사업 시행

○ **고객(시니어), 생산자(고령친화기업), 디자인기업이** 리빙랩을 구성하여 시니어 중심의 **사회 서비스 시스템 개선 및 관련 제품 개선 아이디어 발굴**

○ 정부는 우수 아이디어를 선별하여 **실행 및 기술개발 자금 지원**

○ 향후 **국제연계형 리빙랩으로의 확대** 추진도 고려

4.2. 추진체계

■ 정부, 지자체, 디자인전문기업, 일반국민 협업

○ 산업통상자원부가 주도적으로 추진하고 한국디자인진흥원이 업무 관리

○ 민간을 대표하여 한국디자인단체총연합회가 총괄 관리

○ 지자체는 전국을 3개권역(수도권, 영남권, 호남권)으로 분류하여 대표 지자체 선정

○ 한국디자인단체총연합회 주관 하에 제품, 시각, 환경 등 분야별로 우수 디자인전문기업기업 선정 후 3개 컨소시엄 구축

○ 선정된 3개 컨소시엄이 3개 권역별 국민들과 협업하여 초고령사회 대응을 위한 생활실험실을 운영하고 한국디자인단체가 점검 및 보완 시행

■ 초고령사회 대응을 위한 부처 간 협업 필요

○ 산업부와 복지부 간의 협력 필요

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 한국디자인단체총연합회 주관으로 정부, 기업, 국민 간의 협의 및 조율 등 필요

■ 상세추진 단계표

[표 1] 초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영의 추진체계 및 단계

추진 단계		내용
1단계	협업주체 구성	생활실험실을 구성할 협업 추진 주체 선정 및 구성
2단계	기초 계획안 정립	생활실험실 추진을 위한 사전 연구 제반 사항 정립 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 언론홍보 방안등 마련
3단계	계획안 수정 및 보완	자문위원회 등을 통해 기초계획안 수정 및 보완 추진
4단계	생활실험실 운영	초고령사회 대응을 위한 디자인 주도의 생활실험실 운영
5단계	우수사례 선정	우수 정책 아이디어 발굴 및 사업화 추진

4.3. 수혜대상

○ 65세이상 초고령자

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이

너, 디자인 작가 등

○ 고령친화제품 기업 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 한국디자인진흥원, 정부부처, 지자체, 해외공관 등 공무조직

4.4. 추진예산

○ 초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영을 위한 추진예산

[표 2] 추진예산

비목	내용	금액(원)
자문 및 심사위원회	사업추진을 위한 자문 및 참여기업 선정을 위한 심사위원회 등	30,000,000
사업총괄관리 및 운영	사업 추진을 위한 총괄관리 및 운영비	270,000,000
생활실험실 구축 및 운영비	3개 권역별 생활실험실 구축 및 실험실 운영비 (권역별 19억원)	5,700,000,000
합계		**6,000,000,000**

4.5. 기대효과

■ 디자인 산업의 발전 촉진

○ 디자인 주도의 사회문제 해결을 통해 디자인의 위상을 알리고 디자인 산업의 발전을 촉진

○ 초고령사회 대응을 위한 창의적인 아이디어 등을 통해 디자인을 활용한 경제 성장과 일자리 창출에 긍정적인 효과 기대

■ 범국민적 디자인마인드 확산

○ 디자인을 통해 새롭고 신선한 정책을 경험함으로써 디자인의 중요성에 대한 국민적 관심 증대

■ 혁신과 경쟁력 강화

○ 디자인은 혁신과 경쟁력 강화에 중요한 역할을 함으로 사회 문제에 대한 실험과 적용을 통해 혁신 촉매제로서의 역할 확대 기대

결과보고서

분과명	❹ 디자인 주도의 사회혁신
정책 아젠다	❹-3. 사회혁신디자인센터 구축
작성자	한경하, 홍만표, 김귀성, 유은미, 이종세

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 03

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 04

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 07

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 사회혁신을 요구하는 주요 환경

○ **(정책)** 인구 구조, 기후 변화 등의 각종 환경 변화에 대응하기 위해 향후 10~20년 후를 준비하는 “미래대응전략 수립” 등의 정책 추진이 활발하게 진행 중

○ **(경제)** 소비자와 소비형태의 변화(하이브리드 소비, 콘텐츠 프로슈머 등), 비즈니스 모델의 다양화, 여가 및 힐링·안전·건강 관련 소비 확산, 공유 경제 확산, 연령·성·세대별 소비욕구의 다양화 등이 가속화

○ **(사회)** 인구 구조의 변화(저출산, 고령화 등), 글로벌 불균형(빈부격차, 저성장 등), 사회적 갈등 심화, 여성의 지위 향상 및 사회참여 증대, 디지털화와 무형자산의 중요성, ESG 경영 중시, 스마트 교육 등이 부각

○ **(기술)** 4차산업혁명기술 확산, 의료 IT 기술 발달, 로봇기술 발전, 스마트시티·스마트교통 실현, 인공지능 기술의 발전, 인간 게놈 및 바이오 기술 발전, 가상기술 연구 및 개발, 우주산업 개발 본격화 등

○ **(환경)** 대체에너지 개발과 관련된 산업 발전, 환경을 생각하는 착한 소비, 친환경적 그린 비즈니스 및 마케팅, 탄소저감 정책, 친환경 신소재 및 재생에너지 개발 등 추진 활발

1.2 사회혁신의 등장배경

○ 혁신을 통해 사회적 가치를 추구하고자 하는 노력은 2000년도 초반부터 본격적으로 시작

○ 유럽연합에서 제창한 ‘Society The Endless Frontier’가 새로운 비전의 혁신체제론의 등장을 알림

○ 3세대 혁신이라 불리는 사회적 목표를 지향하는 혁신은 기술이 아니라 해결해야 할 사회난제로부터 출발했으며 기후변화,

양극화 등과 같이 쉽게 해결될 수 없는 사회문제에 대해서 지속가능한 발전의 해결을 논의하면서 정책개입이나 소규모 이니셔티브와 같은 방안이 등장

○ 실질적인 문제해결은 기존 구조를 변화시키기 위해 사회와 기술을 동시에 고려할 필요가 있음

○ 사회혁신은 이윤을 추구하는 기업의 활동과 다르게 사회문제의 근본적인 해결을 위해서 아이디어, 제도, 네트워크, 과학기술을 사용한다는 것이 차이

[표 1] 사회혁신의 핵심요소

핵심요소	내용
새로움	여러 분야 및 행위자들에게 새로운 방법을 적용
실천강조	아이디어의 개발보다 아이디어의 실행을 강조
사회수요 충족	현재까지 정부에서 실효적으로 대처하지 못한 사회수요를 충족
효과성	새로운 아이디어가 기존의 해결책보다 효과적이라는 것
사회행동 역량 제고	새로운 역할, 관계를 만들어내고, 개발된 자산이나 역량을 좀 더 나은 방법으로 사용함으로서 수혜자들에게 자율성을 부여

* (참고) 문제해결형 사회혁신 실현방안, 한국지방행정연구원, 2019

1.3 디자인과 사회혁신

○ 최근 디자인은 **미래 환경 변화에 대응하고 사회적 가치를 창출하는 요소로서 활용범위가 계속 확대**

○ **서비스디자인 솔루션의 다각화**

- 온-오프라인의 다양한 접점을 활용한 통합서비스 시스템 구축과 같은 사회문제해결 정책의 실효성과 지속성을 확보하려는 시도 등장
- 선진국은 **안전, 교통, 의료, 치안, 등 사회 현안 및 서비스 혁신**에 서비스 디자인 방법론을 활발히 활용

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 사회 혁신의 주요 이슈

○ 최근 사회가 다변화됨에 따라 생각하지 못했던 범죄(묻지마 폭행, 성폭행 등), 심리직 문제로 인한 자살, 인식의 차이로 인한 세대 간 갈등 등 많은 사회적 문제들이 곳곳에서 발생

○ 아울러 환경 변화로 인한 자연재해 및 사고 대응 시스템 부재로 인한 각종 인재 등 예기치 못한 사고에도 자유롭지 못한 상황

○ 유럽연합과 북미의 여러 국가들에서는 사회혁신이 복잡한 사회문제의 해결을 위한 정부 정책의 중요한 이슈로 자리매김

○ 한국에서도 이미 사회문제를 해결하기 위한 주목할 만한 혁신적 시도들이 있어 왔으며, 사회혁신이야말로 복잡한 사회문제들을 해결할 수 있는 필수적인 방법이라고 인식 중

- 산업부(산업단지 환경개선 및 안전사고 예방), 복지부(건강검진결과 서비스 디자인), 행안부(국민정책디자인단) 등 정부부처에서도 서비스디자인을 활용한 공공서비스 혁신 수요가 확대

[표 2] 사회혁신에 관한 중앙-지방 적정 역할

구분	역할	세부과제
중앙	ㅇ표준화, 지역 간 격차 완화 ㅇ지방자치단체 혁신지원 ㅇ국가차원의 책임성 확보 ㅇ사회혁신 유관부처 간 연계확보 및 역할 재정립	ㅇ지역유형별 사회혁신 관리 세부지원 ㅇ사회혁신사업 평가 및 모니터링 ㅇ문제유형별 문제수준에 따른 사회혁신관리 매뉴얼 작성 ㅇ지자체 문제해결사례에 대한 공유 및 확산
지방	ㅇ차별화, 맞춤형, 자율성, 탄력성, 대응성, 융통성	ㅇ문제유형별 사회혁신사업 시행과 자원의 선별적 요구

* (참고) 문제해결형 사회혁신 실현방안, 한국지방행정연구원, 2019

2.2. 그간의 사회혁신 주요 정책

○ 중앙정부 주도의 사회혁신 정책들은 주로 경제발전의 보조적 정책수단으로 치부

○ 사회발전의 총체적 큰 틀을 만들기보다는 개별적 사회문제

해결이나 경제적 문제 해결에 치중

○ 또한 지역의 고유성에 기반을 둔 혁신이 아닌 물리적인 이식이 대부분이라는 비판 역시 존재

○ 지방정부들 사이에 사회혁신이 유행처럼 확산되어 지역사회 혁신 사례들이 폭발적으로 나타났으나 그것들이 실질적인 사회혁신 정책으로 명확하게 수렴되는지는 여전히 불명확

○ 사회혁신에 대한 관심과 지방정부의 역할에 대한 연구가 부족한 실정

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 사회혁신을 위한 우수정책 사례

○ **영국, 프레스턴시 공동체 자산 구축**

- 도시 내 병원, 대학, 관공서 등 앵커 기관의 공공조달을 기존의 다국적기업이나 런던에 본사를 둔 대기업이 아닌 지역기반 기업, 지역 노동자들이 소유한 노동자협동조합을 통해 이뤄지게 해 지역에서 만들어진 부가 외부로 유출되지 않고, 지역 내에서 순환하며 일자리를 만들어내는 구조를 만드는 '공동체 자산 구축' 프로젝트를 시작하여 성공적으로 안착
- 프레스턴시는 산업혁명 이후 제조업, 섬유산업 등으로 부흥했던 영국 북서부의 주요거점 도시였으나 산업구조의 변화를 이겨내지 못해서 서서히 쇠퇴하였으나 '공동체 자산 구축' 프로젝트를 통해 새롭게 부흥

○ **스위스, 도시재생 디자인의 전위적 실험**

- 가난한 젊은 예술가들이 취리히웨스트 등 방치된 공장지대에 예술적 영감과 문호의 새 숨결을 불어넣어 전위적 부활을 시도
- 공장을 리노베이션한 혁신적이고 실험적인 디자인 공간에 극장, 갤러리, 스튜디오, 레스토랑, 편집숍 등이 들어서면서 문화예술상업지구로 재탄생

○ **호주, Future Self and Design 리빙랩**

- 스위번 대학 내 디자인혁신센터 주도의 장애요양 시설 종사자의 업무 환경 개선 시나리오 개발 및 VR 교육을 위한 리빙랩 프로젝트 추진

○ **덴마크, 지속가능한 도시문제해결**

- 덴마크디자인센터가 지속가능한 도시 문제 해결 및 설계를 위해 기업, 시민, 공공기관이 참여하여 디자인 주도의 아이디어, 과제 도출, 실험공간 제공, 프로토타입 개발을 통한 미래 시나리오를 공동 설계

○ **프랑스, 제3의 장소**

- 전 국토에 초고속 인터넷망 등을 보급하면서 농촌에서 넓고 사용하기 좋은 공간을 활용하여 공유공간인 제3의 장소를 만들기 시작
- 사람들을 유입하여 도시와 농촌의 격차 해소
- 제3의 장소는 제1의 장소인 집, 제2의 장소인 일터나 학교 이외의 공간을 의마하고 친목 도모, 문화 교류 등 다양항 용도로 활용

○ **이탈리아, 볼로냐 별별협동조합**

- 이탈리아 정부 차원에서 협동조합의 설립과 활동을 적극 지우너
- 볼로냐는 스페인 몬드라곤, 캐나다 퀘백과 더불어 세계 3대 협동조합 지역
- 이탈리아 국민의 다수는 협동조합의 조합원이며 이는 할인혜택 등을 얻을 수 있는 이점이 많기 때문이고 이로 인해 지역사회도 같이 성장하는 효과 창출
- 수평적인 민관협력관계가 주효하여 성공

○ **미국, 코넬데 리빙랩**

- 기후변화 완화 및 적응을 위해 디자인씽킹 기반의 작업환경, 주거, 교육, 보건시설 등의 환경 개선을 위한 리빙랩 운영

○ **네덜란드, 책임감있는 스마트시티 프로젝트**

- 민간기업인 디자인혁신그룹(DIG)과 대학이 지역사회 문제해결을 위해 인간 중심의 디자인 및 시나리오 기반 설계, 미래도시 건설 등에 대한 협력을 추진

○ **스웨덴, 린셰핑 박물관**

- 실제 100년전 마을을 그대로 재현

- 은행, 박물관, 목공소, 철물점, 축산농가 등 실제 100년전 어느 마을에서 사는 듯한 느낌을 가질 수 있도록 배치해 놓고 주택에는 실제 사람들이 거주
- 연간 40만명이 방문하는 인기 관광지로 부상

○ **핀란드, 아라비안란타**

- 쇠락한 공업단지를 주거지로 변환, 지역경제 발전을 추진
- 예술과 디자인을 중심으로 한 주거, 산업, 교육의 복합공간으로 재탄생
- 디자인 역량과 정보통신 기술력의 결합
- 생활현장에서 직접 참여하고 실행하며 혁신을 이뤄가는 리빙랩 등 활용

○ **독일, 공장정원**

- 세계 유일의 공장 정원으로 재탄생
- 독일 최대 철강회사 티센은 1985년 철강산어의 쇠락과 설비 현대화로 폐공장이 되었지만, 뒤스부르크 환경공원으로 변모
- 민관참여 협동조합의 설립을 통해 하천 유역관리도 일원화

○ **포르투갈, 타구스파크**

- 대학교, R&D, 기술집약적기업체의 네트워킹을 위한 혁신클러스터 구축
- 일상생활과 노동이 조화를 이루는 정주공간 구성
- 혁신 아이디어 창출과 일상 생활이 서로 순환될 수 있도록 노동, 생활, 학습, 놀이의 네 범주를 연계/분할하여 공간 설계

스웨덴 “린셰핑 박물관”	핀란드 “아라비아란타”	독일 “공장정원”	포르투갈 “타구스파크”

[그림 1] 해외 주요 사례

3.2. 시사점

○ 사회혁신을 위해 세계 각국은 다양한 방법을 통해 노력하고 있으며, **특히 “디자인”을 접목하여 사고의차별화** 등을 통해 해묵은 문제들을 해결함 (지역균형발전, 기후 위기 등)

○ **온-오프라인의 다양한 접점을 활용**한 통합서비스 시스템 구축과 같은 사회문제해결 정책의 실효성과지속성을 확보하려는 시도도 등장

○ 국내는 물론 해외에서도 **커뮤니티 비즈니스와 협동조합**에 대한 관심이 더욱 더 높아지는 등 비즈니스 모델을 접목하여 사회혁신 프로그램의 지속성을 확보하려는 노력이 활발

○ 사회혁신은 사회문제를 새롭고 효과적인 방법으로 해결하는 것이며 **정부와 기업, 시민사회의 협력**을 통해야만 성공적인 결과를 도출할 수 있다는 것을 시사

○ 실제 생활 현장의 **실험실과 테스트베드**에서 사용자가 직접 설계하고 개발과정에 참여하여 하는 프로세스가 선진국 중심으로 활발히 진행

○ 탈탄소, 기후 변화, ESG 등 **미래 사회 대응**을 위해 디자인을 혁신 수단으로서 접근하여 **지속가능한 미래 시나리오 설계 및 솔루션** 도출에 주안점을 두고 사회혁신 프로젝트를 추진

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 사회혁신디자인센터 구축

○ 디자인 주도의 사회혁신을 연구하고 촉진하기 위한 연구의 컨트롤타워 구축

○ 구축의 실효성 확보 및 예산 절감 등을 위해 한국디자인진흥

원 내의 본부단위로 구축할 필요

○ 사회적 포용을 강화하고 소외계층의 기회를 확대할 수 있는 방향으로 정책을 기획하고 신규사업을 개발

○ 아울러, 사회적 공정성을 강조하는 디자인개발(장애인, 노인을 위한 제품, 디지털 포용성 확보 등) 추진

○ 특히, 최근 이슈가 되는 각종 사회문제(안전, 보건, 고령화 등)에 대한 적그적인 해결을 위해 디자인을 활용한 시범사업 적극 추진

○ 사회혁신센터는 1개본부, 3개실(사회혁신기획실, 사회혁신사업실, 사회혁신교육실)로 구성

○ 실당 인원은 7명이며 본부장 1인과 실장 3인을 둠

○ 한국디자인진흥원의 본부단위 조직 구축 및 직제 개편 등을 위해서는 이사회 승인 필요

<사회혁신의 정의>

- **(사전적 의미)** 사회문제를 발견하고 시민들이 사회 구성원들과 협력하여 그 문제를 기존과 다른 새로운 방식으로 해결하는 것
- **(영파운데이션의 정의)** 사회적 목표와 필요를 충족시키는 새로운 아이디어를 디자인, 개발, 발전시키는 프로세스

  * 영파운데이션 : 영국의 사회혁신을 주도하는 대표적인 싱크탱크로 1950년대 사회운동가인 마이클 영이 만든 공동체연구소

<사회혁신과 디자인의 역학 관계>

- 사회혁신은 사회의 문제를 해결하여 목표를 달성하는 것으로 본다면 디자인은 해결과 목표달성을 위한 궁극적 수단이며 방법론
- 최근 디자인은 "수요자의 니즈를 반영하고 설계하는 기획"으로 진화되었고, 미래 환경변화에 대응하고 사회적 가치를 창출하는 요소로 활용 범위가 계속 확대
- 선진국은 안전, 교통, 의료, 치안 등의 사회문제 해결과 혁신을 위해 디자인을 적극 활용
- 따라서 "디자인"은 사회혁신을 위한 필수불가결한 최상의 무기

4.2. 추진체계

■ 정부, 공공기관, 민간 협업

○ 산업통상자원부가 주도적으로 추진하고 한국디자인진흥원이 조직 구축에 대한 제반 기초사항 준비

○ 민간을 대표하여 한국디자인단체총연합회가 협력

○ 사회혁신 추진을 위한 추진주체의 필요성과 명확한 역할에 대한 논의 시행

■ 행정사항 검토 및 조율

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

■ 상세추진 단계표

[표 1] 사회혁신디자인센터 구축의 추진체계 및 단계

추진 단계		내용
1단계	조직 구상	조직의 필요성, 체계, 방향 등에 대한 기본 구상
2단계	기초 계획안 정립	사회혁신 추진 주체 구축을 위한 사전 연구 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 언론홍보 방안등 마련
3단계	계획안 수정 및 보완	자문위원회 등을 통해 기초계획안 수정 및 보완 추진
4단계	조직 구축	한국디자인진흥원 내 조직 구축
5단계	시범사업 추진	우수 정책 아이디어 발굴 및 사업화 추진

4.3. 수혜대상

○ 일반국민

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이

너, 디자인 작가 등

○ 제조기업 및 혁신기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 한국디자인진흥원, 정부부처, 지자체 등

4.4. 추진예산

○ 사회혁신디자인센터 구축을 위한 추진예산

[표 2] 추진예산

비목	내용	금액(원)
자문위원회	사업추진을 위한 자문위원회 등	20,000,000
조직구축 및 운영	인건비, 조직 구축을 위한 제반비용 등	480,000,000
사회혁신 시범사업	시범추진을 통한 성공사례 창출 (5개 사업 추진, 사업당 5억원)	2,500,000,000
합계		**3,000,000,000**

4.5. 기대효과

■ 디자인을 통한 사회문제 해결 가능

○ 기후변화, 식량안보, 에너지 고갈, 안전 등의 당면한 사회문제에 대한 대응력 강화

○ 디자인 주도의 사회문제 해결을 통해 디자인의 위상을 알리고 디자인 산업의 발전을 촉진

■ 사회통합 실현

○ 날로 심해지는 지역간 불균형 및 소득 불균형 등의 해소를 통한 사회통합 실현 기대

■ 新 부가가치 실현 및 범국민적 디자인마인드 확산

○ 디자인적 사고를 바탕으로 한 다양한 서비스 접목으로 新 부가가치 실현 가능

○ 디자인을 통해 새롭고 신선한 정책을 경험함으로써 디자인의 중요성에 대한 국민적 관심 증대

결과보고서

분과명	❺ 디자인 해외 활성화 전략
정책 아젠다	❺-1. 우수디자인 제품 글로벌 수출 지원
작성자	김윤배, 나건, 고정훈, 황만석, 차강희, 백진경, 유윤호, 김종욱

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 04

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 06

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 09

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1. 국내 디자인 산업 현황

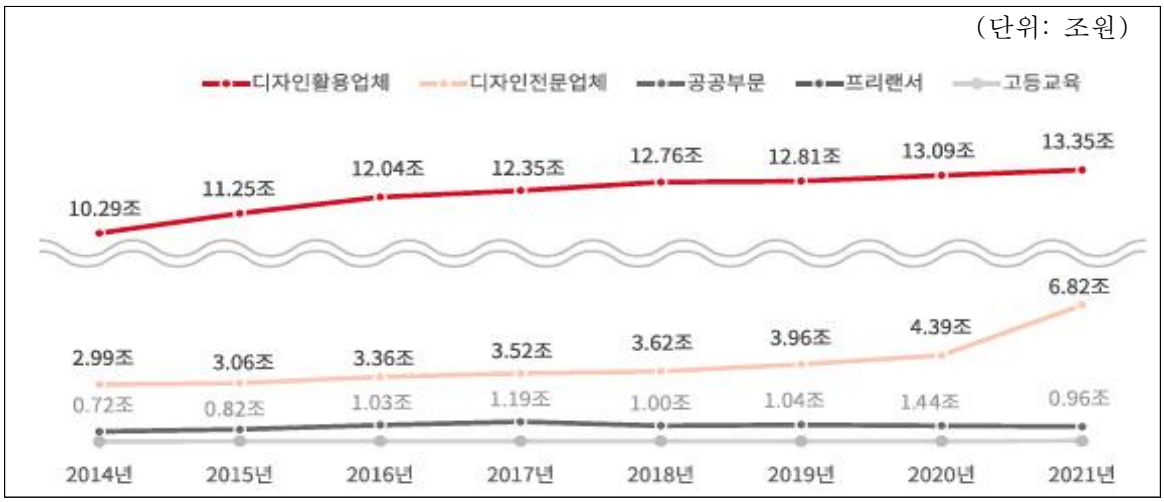
1.1.1. 산업규모

○ 국내 디자인 산업 규모는 **지속적으로 증가**

○ 디자인활용업체의 산업규모는 **'23년 기준 13.35조원으로 추정**

- 전체 디자인산업 규모 중 **61.7% 차지**

○ '21년 디자인전문업체 산업규모는 6.82조원('20년) 4.39조원)



[그림 1] 국내 디자인산업 규모 추이

※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 68

1.1.2. 디자인 활용률

○ 디자인 활용 주체들의 디자인에 대한 이해도가 미흡하여 '디자인'을 **보조적 수단(스타일링 중심)으로 취급**

- 최근 3년(' 19~21) 디자인 활용률 ⇨ **정체 수준**

[표 1] 최근 3년 간 디자인 활용률

구분	2019년		2020년		2021년		평균	
	전국	디자인 산업 분류 내	전국	디자인 산업 분류 내	전국	디자인 산업 분류 내	전국	디자인 산업 분류 내
디자인활용율	17.2	37.1	18.8	39.9	18.7	37.4	**18.2**	**38.1**

※ 5인 이상 사업체 기준 / 출처 : KIDP, 2022년 디자인산업통계조사, 2023. 1.

1.2. 국내 디자인 산업의 경쟁력

1.2.1. 국제 경쟁력 현황

○ 한국의 디자인산업 규모는 글로벌 Top 10 수준

- 전문디자인업 시장규모 : 美 > 英 > 獨 > 伊 > 韓
- 전문디자인체 수 : 和 > 美 > 伊 > 佛 > 獨 > … > 日 > 韓(11위)

※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 260 ~ 262

○ 공공의 디자인정책 수립에서 **착시 현상을 발생**시키고 있음

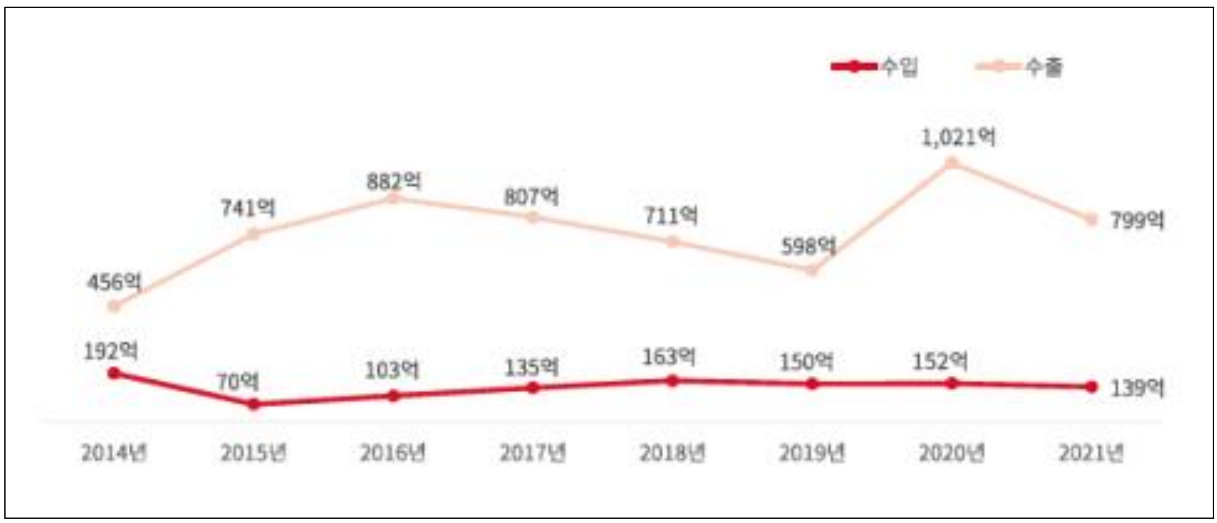
- 디자인기업의 디자인 역량이 고르게 형성된 선진국 대비 한국은 특정 대기업을 중심으로 디자인 역량 편중

○ 최근 역량 있는 일부 디자인기업이 국제적 경쟁력을 갖추어 동남아 중심으로 진출하고 있으나 선진국으로의 진출은 전무(全無)하며, 아시아지역 위주의 지역이 대부분임

1.2.2. 국내 디자인 수출·수입 현황

○ 디자인 무역수지 규모는 **660억 원으로 흑자**로 추정

- 디자인활용업체 디자인 수입 규모는 139억 원으로 추정
- 디자인전문업체 디자인 수출 규모는 799억 원으로 추정



[그림 2] 디자인 수출·수입 규모

※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 77

1.3. 국내 디자인 해외 비즈니스 현황

1.3.1. 해외진출 현황

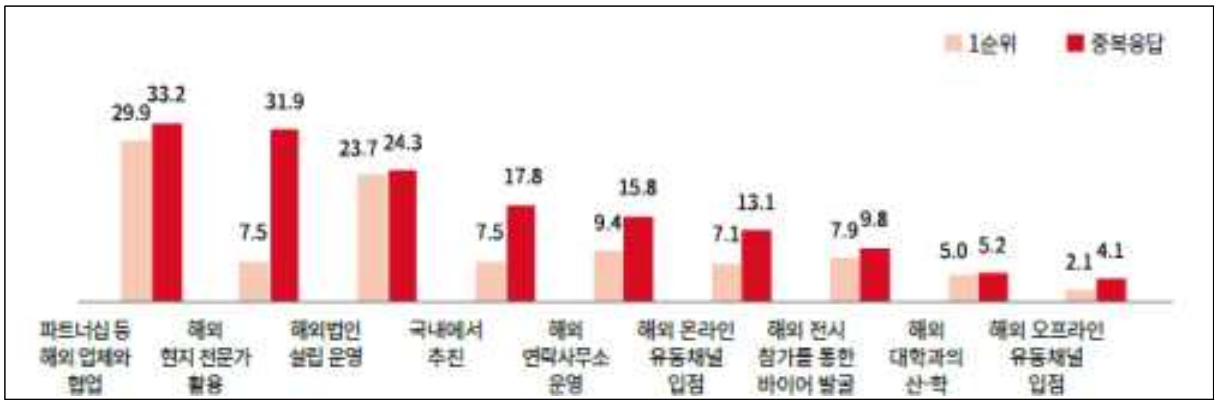
○ 국내 디자인전문회사 대부분 해외진출 계획 無

- 계획 없음(93.6%) > 현재진행 중(3.7%) > 향후 계획 있음(2.7%)

○ 업종별로 살펴보면, '현재진행 중'은 **제품디자인(14.3%)에서 가장 높게 조사**됨

1.3.2. 해외 비즈니스 방법

○ 해외 비즈니스 진행업체 대상으로 조사한 결과, **'파트너십 등 해외 업체와 협업'(29.9%)**, '해외법인 설립・운영'(23.7%) 順



[그림 3] 디자인 해외 비즈니스 방법

※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 134

1.3.3. 해외 진출 지역 및 주력 비즈니스 분야

○ 주로 **아시아권**을 중심으로 **해외 진출**을 추진하고 있음

- 아시아(65.1%) > 유럽(39.6%) > 미주(37.1%) > 중국(28.1%) > 기타(4.2%)

○ **해외 비즈니스 주력분야**는 **'자체 상품개발 및 판매**(49.7%)'가 가장 높게 조사됨

- 자체 상품 개발 및 판매(49.7%) > 디자인 개발용역(58.1%) > 디자인 컨설팅(11.7%) > 지재권 로열티(9.5%)

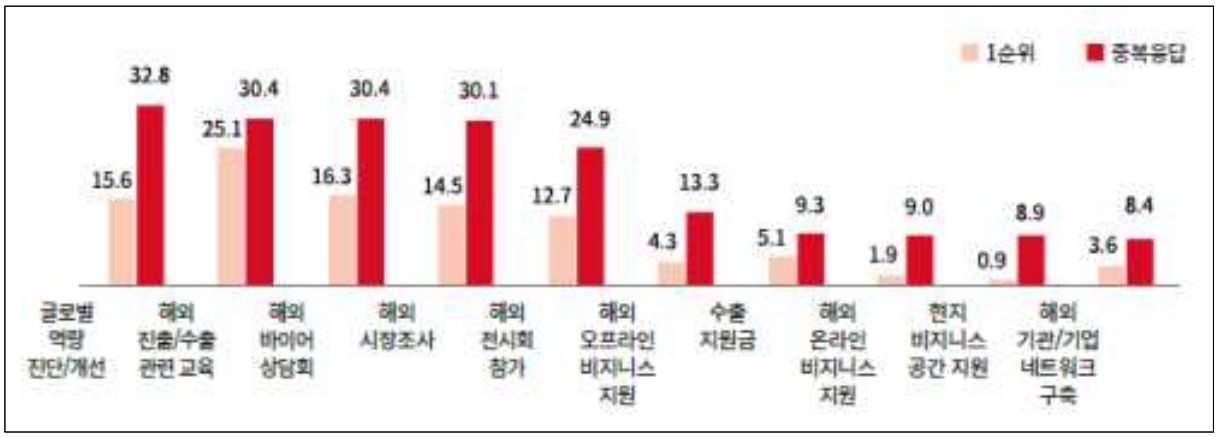
※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 136, 203

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요(※ 출처 : 디자인산업통계조사, KIDP, 2023, p. 137, 206~209)

2.1.1. 해외 진출을 위한 정부 지원 수요

○ 해외 진출 확대를 위한 정부 지원 수요조사 결과, ‘글로벌 역량 진단/개선’ (32.8%), ‘해외 진출/수출 관련 교육’ (30.4%), ‘해외 바이어 상담회’ (30.4%)등의 순으로 조사됨



[그림 5] 디자인 해외 비즈니스 방법

2.1.1. 해외 진출(교류) 희망지역

○ 진출(교류) 희망 지역은 ‘중국’과 ‘미주’(각 39.2%)가 가장 높고, ‘유럽’(35.0%)과 아시아 등이 뒤를 이음

○ 아시아 중 진출(교류) 희망 지역은 ‘일본’(25.5%), ‘베트남’(21.7%), ‘동남아시아’(9.9%) 등의 순으로 나타남

○ 참가 희망 국가의 경우는 ‘중국’(47.4%)과, ‘유럽’(41.9%)이 높고, ‘아시아’(13.2%) 등이 뒤를 이음

○ 참가를 희망하는 해외 전시회는 ‘Heimtextile(獨)’가 33.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어 ‘Intertextile shanghai Autumn(中)’(14.1%) 등의 순으로 응답

2.2. 주요 이슈

2.2.1. K-디자인 혁신전략 발표(산업부, 2023. 6.)

○ 산업부는 대한민국 「소프트파워」인 디자인 산업이 제조업 등과 결합하여 산업 경쟁력을 높이고 새로운 가치를 창출하고자 「K-디자인 혁신 전략」 발표

○ 크게 ① 디자인-산업간 협업 확대 ② 창의적 디자인 기반시설(인프라) 확충 ③ 디자인 생태계 조성 ④ 새로운 사업(비즈니스) 지원 등 4대 추진전략과 12대 사업(프로젝트)으로 구성

○ 본 전략을 통해 2027년까지 디자인 활용률 확대(37%→50%), 디자인 전문기업 매출액 10조 원 달성 등 우리 디자인 산업의 발전을 위한 새로운 청사진을 만들어 나간다는 방침 수립

2.2.2. 중소기업 수출지원 방안 발표(관계부처 합동, 2023. 5.)

○ 국내 중소기업 수출은 2년 연속 1,100억 달러를 상회하였으나, 글로벌 경기둔화 영향 등으로 ’22년 하반기부터 감소세로 전환

○ 정부는 국내 중소기업 수출을 위해 디지털 분야 신 수출시장 확대, 글로벌화로 무장된 강한기업 육성, 현장 수요에 기반을 둔 수출 지원체계 구축 전략을 추진

2.2.3. 디자인전문회사의 고도화 통한 산업자본 축적

[표 2] 국내 산업디자인 전문회사 고도화 방향

분야	고도화 방향	주요 업체
제품	단순 용역이 아닌 로열티 기반 제품 생산의 全 과정 컨설팅 전개	㈜바이러스디자인, ㈜코드, ㈜디파트너스, ㈜제이디자인웍스
시각	시각, 포장을 넘어 브랜드 컨설팅 차원에서 토탈 서비스	㈜피앤디디자인, ㈜CDR, ㈜헤츠, 아이엠커뮤니케이션
환경	종합 디자인 기반으로 설계부터 건축까지 원스톱서비스	㈜리쉬이야기, 디자인방위대, MNC Design Group
멀티미디어	IT서비스에 대한 토탈 SI서비스	플랫팜(Platfarm), 7321 Design
서비스	공공분야에 특화된 서비스 컨설팅 제공	㈜에이치나인, ㈜샘파트너스, 두잉, ㈜알마덴디자인리서치, ㈜루뻬

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 우수사례 1 : 디자인 선진국 수출사례

[표 3] 디자인 선진국 수출사례

기 업 명	주요내용	참고이미지
에코준컴퍼니	◎ 그린디자인 분야의 스페셜리스트가 되다 - 환경과 사회적 문제를 디자인으로 풀어나가며, 환경과 사람을 생각하는 제품 속에 녹아든 착한 디자인 가치를 실현하는 제품 수출	
디자인아티스트	◎ 해외 언론의 집중 소개□ 세계가 주목하는 글로벌 디자이너가 되다 - 디자인의 특정기능뿐 아니라 그 기능이 없어지더라도 그자체만으로도 아름다운 아트 오브제적인 역할을 하는 디자인 작업으로 글로벌 디자이너 입지 강화	
썸니즈	◎ 수출 초보기업□ 해외 수출의 물꼬를 트다 - 바이어 매칭과 주선, 현지 통역의 1:1지원서비스 등 한국디자인진흥원의 축적된 해외 전시 한국관 운영 노하우들로 해외 수출의 물꼬를 트다.	
노일훈 디자인 스튜디오	◎ 세계가 먼저 반한 탄소섬유로 엮은 가구□ K-DESIGN의 우수성을 알린다 - 탄소섬유, 풍선을 팽창시키는 실험과 천을 잡아당기는 방법을 결합한 제품 등 차별화된 소재와 독창적인 아이디어로 K-DESIGN의 우수성을 알림.	

3.2. 우수사례 2 : 디자인 Follower(중국) 수출사례

[표 4] 디자인 Follower(중국) 수출사례

기 업 명	주요내용	참고이미지
우퍼디자인	◎ 전시장에서 맺은 인연□ 연간 100만 달러 디자인 수출기업으로 우뚝 서다 - 디자인과 실제 양산에서의 현실적인 부분의 갭을 최소화, 정확한 시장 파악 및 신뢰를 통해 중국 내 메이저 기업으로 도약	
지오투유니츠	◎ 중국 현지법인 설립을 통한 철저한 현지화 - 디자인이란 의견을 소통하고 조율하며 완성되는 것이라 현지에 직접 투자하고 현지화시키는 것이 강점으로 작용	
아토디자인	◎ 내수기업에서 디자인 수출기업으로 글로벌 서비스 역량을 키운다 - 패턴그래픽, 신소재를 통한 디자인 혁신 디자인 등 서비스를 제공할 수 있는 디자인 영역들을 다변화하고 차별화하여 수출 확대를 전략적으로 모색	
디자인넥스트	◎ 핵심역량과 디자인 퀄리티로 글로벌 디자인 기업의 영토를 확장한다 - ‘핵심역량’과 ‘디자인퀄리티’를 강력한 무기로 믿음과 신뢰감을 더해 글로벌 디자인 기업의 영토를 확장	

3.2. 시사점

■ 해외 디자인 진출역량이 대기업들에 편중

○ 디자인전문회사의 수출 추정액은 799억 원으로 디자인 산업 규모(21.6조원)의 0.3% 불과

○ 디자인전문회사의 4%만이 해외 비즈니스의 경험 有

○ 우수 디자인 상품을 대상으로 국내 디자인진흥기관(한국디자인진흥원, 지역디자인진흥원)과 KOTRA를 중심으로 해외 진출 및 네트워킹 기회 제공 필요

○ 3대 전략 지역(中・美・亞) 민관협력으로 유통 및 인력 확대하여 비즈니스 거점 확보 지원 필요

■ 우수 디자인 제품 및 기업 해외 진출 필요

○ 디자인 분야 타 산업분야 대비 시장・소비자와 맞닿아 있어 사업화 가능성이 높은 장점이 있음에도 불구하고, 사장(死藏)되는 경우가 많음

○ 특히 국내외 유수의 디자인상을 수상한 디자인이라도 콘셉트로서 가치를 인정받을 뿐 실제 국내에서 사업화가 안 되는 경우가 많음

○ 디자인 주도로 개발된 상품이 국내에서 사업화가 힘들다면 해외에서 시장성이 있는지 확인 할 수 있는 지원이 필요함

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업목적 및 제안

■ 사업목적

○ 해외 시장 진출을 희망하는 디자인전문회사 및 자사 디자인 부서 보유 기업의 해외 유망 수출 및 해외 진출 지원을 통해 기업의 신규 해외시장 진입 지원 및 글로벌 경쟁력 확대

■ 주요사업내용

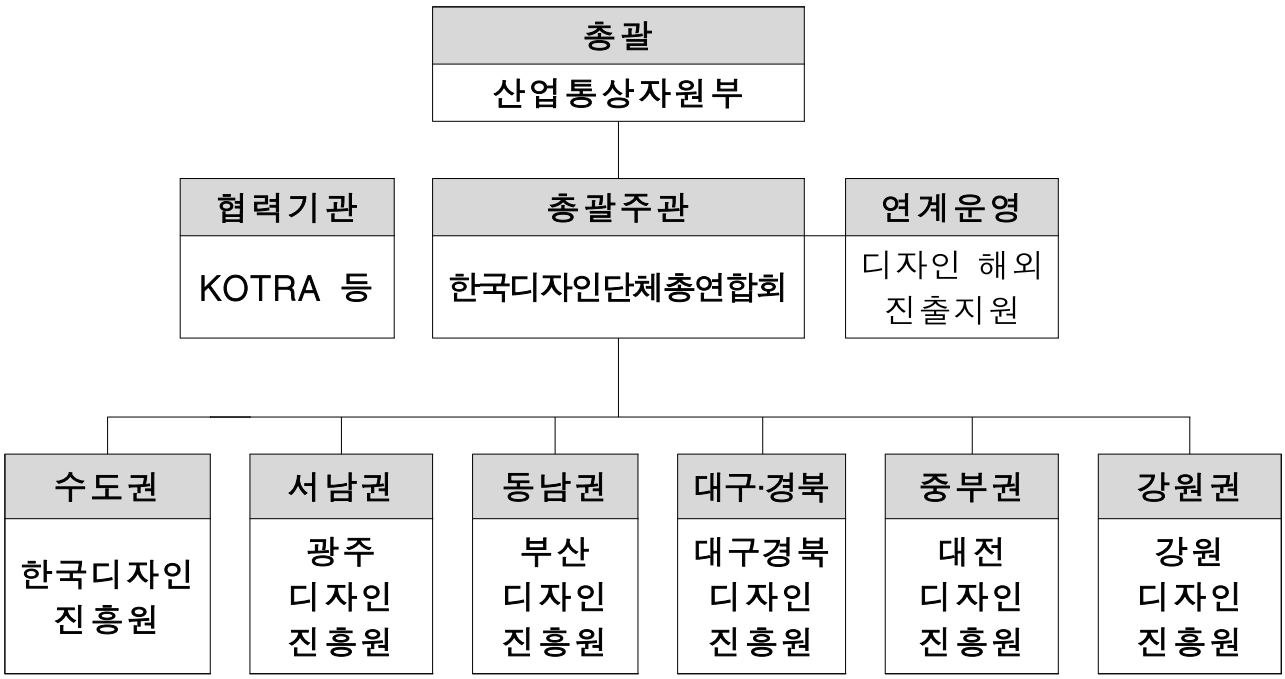
○ 지역 디자인 진흥기관과 협업하여 전국단위의 우수 디자인 제품·기업을 발굴하여 맞춤형 지원(RIDP) 후 전국 단위 경쟁을 통해 글로벌 혁신기업으로 성장유도(KIDP)

한국디자인진흥원(KIDP) 지역디자인진흥원(RIDP)		한국디자인단체총연합회(KFDA)
ㅇ **컨설팅 및 디자인 R&D** **(15社, 3社/RIDP)** - 해외시장 진출 컨설팅 · 경영역량진단→ 해외진출을 위한 전략 수립 - 디자인 주도형 상품개발 디자인 R&D - 디자인권 출원등록 지원 ㅇ **브릿지 프로그램 운영** - 강소디자인기업 추천 (권역별 2社) - 스타디자인기업 추천 (권역별 1社) ㅇ **브랜드 운영관리** - 브랜드 개발 및 운영(관리) 전략수립 지원 - 국제 상표권 출원등록 지원	→	ㅇ **강소·스타디자인기업 선정** (강소 5社 / 스타 3社) ㅇ **우수 디자인 기업(제품) 선정** (10社) ㅇ **마케팅/홍보** - **목표시장(中, 美, 亞)** 진출 로드맵 수립(KOTRA 연계) - K-Design 세일즈 페스타 시행 (KIDP 연계) · 해외 유명 전시·박람회 연계 K-Design 파빌리온 추진 · 디자인 시장 개척단 현장파견 · 해외 온라인 유통채널 입점 및 MD 상담회 추진 - 디자인대상 포상 후보 기업 추천 ㅇ **연계지원(필요시)** - 산업부 정책자금 우선지원

○ 강소디자인기업 : 매출 5억, 고용5명 이상 디자인기업 중 향후 1~2년 내 스타디자인기업으로 성장 가능성을 고려하여 잠재력 중심으로 선정

○ 스타디자인기업 : 매출 10억, 고용 8명 이상 디자인기업 중 지역 산업군의 특화된 디자인 역량을 보유하고 해외진출, 우수 디자인전문회사의 성장 가능성을 중심으로 선정

4.2. 추진체계



4.3. 수혜대상

○ **(디자인전문회사)** 해외시장을 대상으로 디자인 개발용역 등을 전문적으로 수행하는 디자인전문회사*

* 산업디자인진흥법 제 9조에 의거, 디자인전문회사 신고기업

○ **(디자인 자가상품 보유 기업)** 기업 자체 개발 상품을 해외 시장에 수출하고자 하는 디자인전문회사 또는 중소·중견기업

4.4. 추진예산

[표 5] 추진예산

비목	내용	금액(원)
컨설팅 및 디자인 R&D	해외 진출 컨설팅 및 디자인 제품 R&D	750,000,000
브랜드 운영관리	브랜드 개발 및 운영(관리) 전략수립, 국제 상표권 출원등록지원	450,000,000
마케팅・홍보	해외시장 진출 로드맵 수립, 국내외 전시회 참가지원 및 디자인 시장 개척단 현장파견 등 글로벌 시장 진출 지원	300,000,000
기타	브릿지 프로그램 운영, 강소・스타디자인기업 선정, 우수 디자인 상품 선정	60.000.000
합계		**1,500,000,000**

4.5. 기대효과

■ 수출 디자인전문회사의 단계별 체계적 육성

○ 우수 디자인 상품 기반의 디자인전문회사를 육성하여 성공적인 해외시장 진출 및 안정적인 거점 확보를 지원함으로써 영세한 디자인 분야를 예비 유니콘 탄생을 리딩

■ 디자인 산업생태계 글로벌화 추진

○ 글로벌 액셀러레이팅 기업과의 지속적인 협업 체계 구축 및 고속화 트랙 마련을 통해 디자인 산업생태계의 국제 경쟁력 확보

결과보고서

분과명	❺ 디자인 해외 진출 활성화 전략
정책 아젠다	❺-2. 국내외 디자인 협력으로 기업 해외진출
작성자	김윤배, 나건, 고정훈, 황만석, 차강희, 백진경, 유윤호, 김종욱

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 03

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 04

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 06

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 글로벌·디자인 선도기업 등 디자인협력 가속화

○ 현대카드, 기아자동차 등의 대기업은 해외 디자인 협업 보편화, 폴스타는 볼보 대표 디자이너가 CEO로 임명

○ 대사관 주최로 기업·기관 전문가들 참여, 디자인 지식 및 강점, 경험 공유와 양국의 디자인 협력강화를 목적으로 행사 개최 (2022.11.29~12.01 / 주한이탈리아대사관)

현대카드-카림라시드 협업

한-이 디자인협력 행사 [디자인브릿징]

○ 디자인 전문기업의 디자인 수출 규모는 약 799억 원으로 디자인 수입규모(139억 원) 대비 높은 편이나, 업체 비율은 전체 디자인 전문기업(19,465개사) 대비 3.7%(718개사)에 불과함

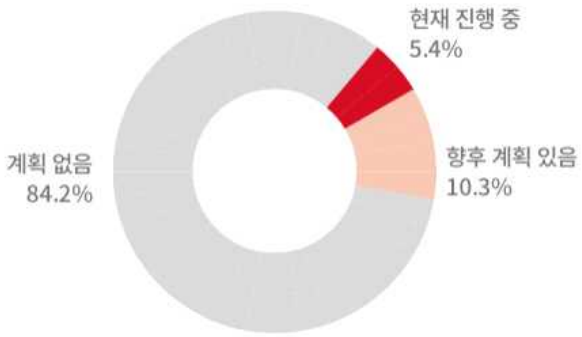
○ 특히 '16년도부터 서서히 감소되다가 '19년도에 비약적 상승을 기록했으나 한 해만에 가파른 하락세를 보이며 수출액과 수입액의 격차가 좁혀지고 있는 상황임

수출·수입액 변화 추이('14-'21) / ※KIDP디자인산업통계(2022)

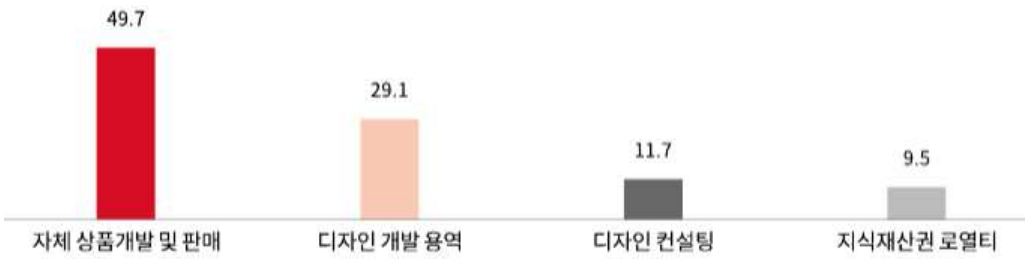
1.2. 디자인 해외 비즈니스 현황

○ 디자인 전문기업의 해외 진출 비율은 여전히 낮은 수준이며 제품디자인 분야(14.2%) 외에는 향후 계획이 전무한 실정임

▶해외 비즈니스 현황 (단위 : %)



○ 국내 디자인 전문기업의 해외 비즈니스 주력 분야는 [자체 상품 개발 및 판매](49.7%), [디자인개발 용역](29.1%) 순임. 단, 자체 상품판매의 경우, 시각디자인분야(59.4%)가 제품분야보다 높음



○ 해외 비즈니스 방법으로는 [해외 온라인 유통채널 입점](31.6%)이 가장 높고, 다음은 [파트너십 등 해외 업체와 협업](28.9%) 등의 순으로 높게 나타남

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

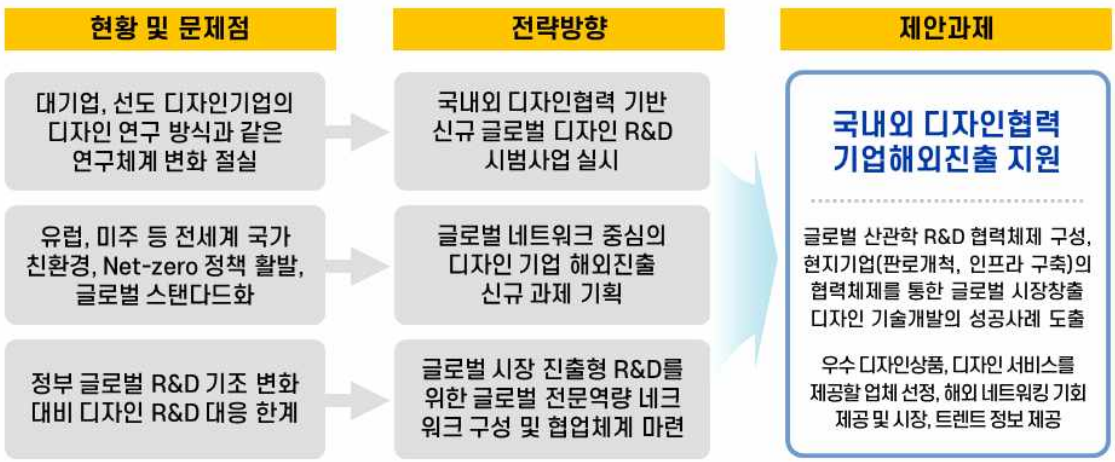
2.1. 정부 R&D 기조 변화

○ 정부, [기업 주도의 R&D 시스템 구축, 기업 등 수요자가 필요로 하는 연구, 세계 최고 수준의 도전적인 연구, 글로벌 우수기관과의 공동연구] 등을 중심으로 하는 산업기술 R&D 혁신 방안 발표(2023.11.27./과기부)

○ 특히, 글로벌 R&D 전략에서는 글로벌 미래를 선도하는 기술의 성장도약을 위해 [글로벌 R&D 시스템 혁신, 국내 연구자의 글로벌 역량강화, 글로벌 스탠다드에 맞는 연구생태계 조성] 등 3가지 정책방향이 제시

○ 기존 디자인 R&D의 경우, 제품·서비스 기획, 프로세스 착안, 개발 및 구현(생산) 절차, 기술사양, 작동특성, 사용환경 관련 디자인 기업 주도 연구 및 협업체계가 배제된 형태로 진행되어 변화되는 정부 글로벌 R&D 기조의 대응은 매우 어려움

○ 세계적으로 대두되고 있는 친환경, Net-zero 등의 이슈 관련 상품 개발의 전문역량을 보유한 디자인 전문기업이 글로벌 R&D 네트워크를 구성하고, 현지 기업과의 제조 협업을 통해 글로벌 시장진출을 지원할 정책 및 세부 사업 마련이 필요



[그림 6] 국내외 디자인협력 기업해외진출 지원 현황 및 전략방향

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 제이디 디자인웍스

○ 제품디자인, 공학 연구 개발업, 기구설계, 엔지니어링, 환경디자인 등 혁신적인 디자인 제품에 관한 통합솔루션 제공

○ 해외 전시회 참여를 통한 계약 체결 및 현지 법인 설립

- 2013년 중국, 홍콩, 남미 등의 기업들과 계약 체결, 2015년 중국 선전 지역에 법인 설립, 2020년 순더 지역에 스튜디오 개설

○ 해외 진출 전 대비 매출액 74.2% 증가 및 수출 지역 지속 확장

[그림 7] 제이디 디자인웍스

3.2. 국내 디자인 방위대

○ 시각 · 제품, 인테리어 디자인, 콘텐츠, 식음료 디자인 개발

○ 해외 전시회 참여, 물류 일괄 대형서비스 풀필먼트(fullfillment) 업체와의 파트너십 체결 및 현지에서의 제품 홍보 진행

○ KOTRA에서 제공하는 제2외국어 번역가 지원을 활용해 진출 국가에서의 원활한 의사소통 및 홍보 진행

○ 해외 비즈니스 매출액 3년간 173.6% 증가, 주요 수출국 확장

[그림 8] 디자인방위대의 개발 제품

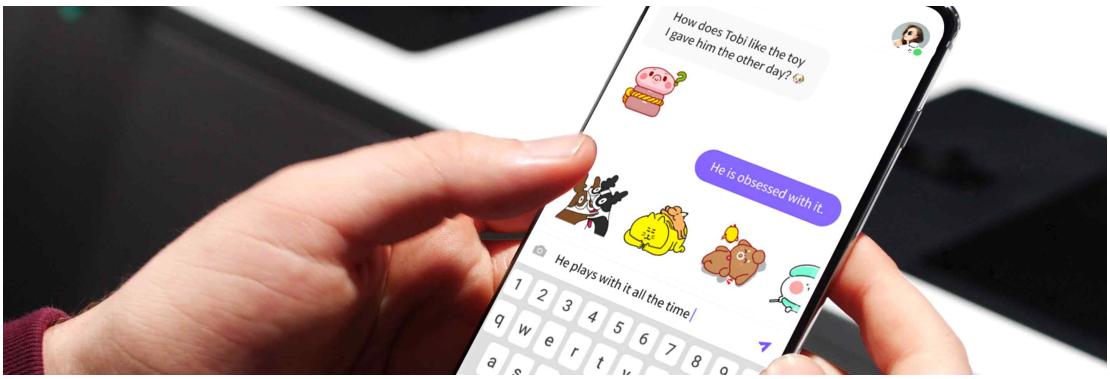
3.3. 국내 플랫팜(Platfarm)

○ 다양한 B2B 이모티콘 및 IT 서비스 제공

○ 베트남무역진흥청(VIETRADE)과 협력아래 한-베 디자인센터에 2018년 입주하여 현지 기업과 다양한 활동 추진

○ 베트남을 비롯해 일본, 미국시장에 진출해 IT 서비스 및 이모티콘 콘텐츠 제공

- 사진 및 영상 디자인 앱 ‘찰라네온(challa NEON)’’ 서비스를 미국과 일본시장에 진출시키고, 15만 이상의 다운로드와 6% 이상의 유료 전환율 달성
- 2020년 4월 구글과 콘텐츠 공급 계약 체결하여 플랫팜의 이모티콘 솔루션 ‘모히톡(mojitok)’으로 구글 플랫폼에 탑재



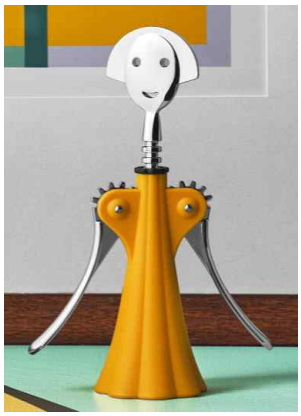
[그림 9] 플랫팜의 이모티콘 서비스

3.4. 국외 알레시(ALESSI)

○ 장인정신에 예술성과 실용성을 가미한 디자인을 더해 세계적인 하이엔드 리빙 브랜드로 성장

○ 전속 디자이너를 고용하지 않고 세계적인 건축가들과 디자이너들의 협업을 통해 독창적이고 감성적인 디자인 아이템 출시

○ 일상에서 흔히 쓰이는 생활용품이지만 이를 소장한 사람들에게 컬렉션을 수집하는 것과 같은 즐거움을 선사



3.5. 국외 키드로봇(KID ROBOT)

○ 미국의 디자이너 아트토이 생산, 판매하는 기업

○ Huck Gee, Dalek, 데이비드 호바스, 타라 맥퍼슨, 아만다 비셀 등 세계 디자이너, 일러스트레이터들과 협업하여 Dunny 시리즈 개발

○ 한국시장 진출을 위해 진로와 콜라보한 참이슬 한정 Dunny 출시

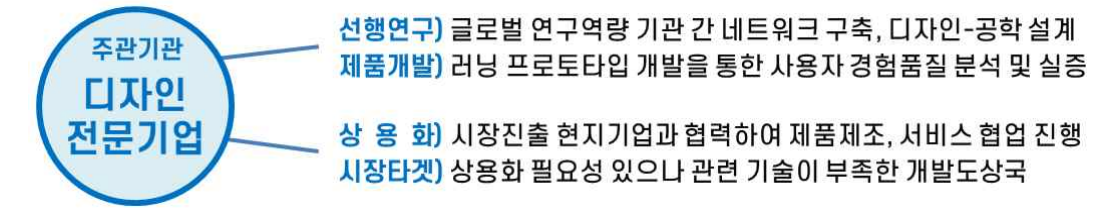
Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업제안 및 목적

■ 국내외 디자인 협력으로 디자인 전문기업 해외진출

○ 디자인·상용화 역량을 갖춘 디자인 전문기업의 핵심 기술과 사업화 아이템 개발 지원을 통해 글로벌 시장진출 기회 확보 및 디자인산업 방향의 새로운 패러다임으로 전환

○ 디자인 전문기업이 사업 주관으로 선진기술, 지식제도가 정착되지 않은 개발도상국에 필요한 사업화 아이템을 연구기획, 개발, 실증을 거쳐 현지 상용화 진행



■ 주요 사업내용

○ 국내 중소기업, 학교연구소, 글로벌 전문기관, 현지·국내(대) 기업 협력으로 해외시장 진출 상품화 모델 개발 및 사업화

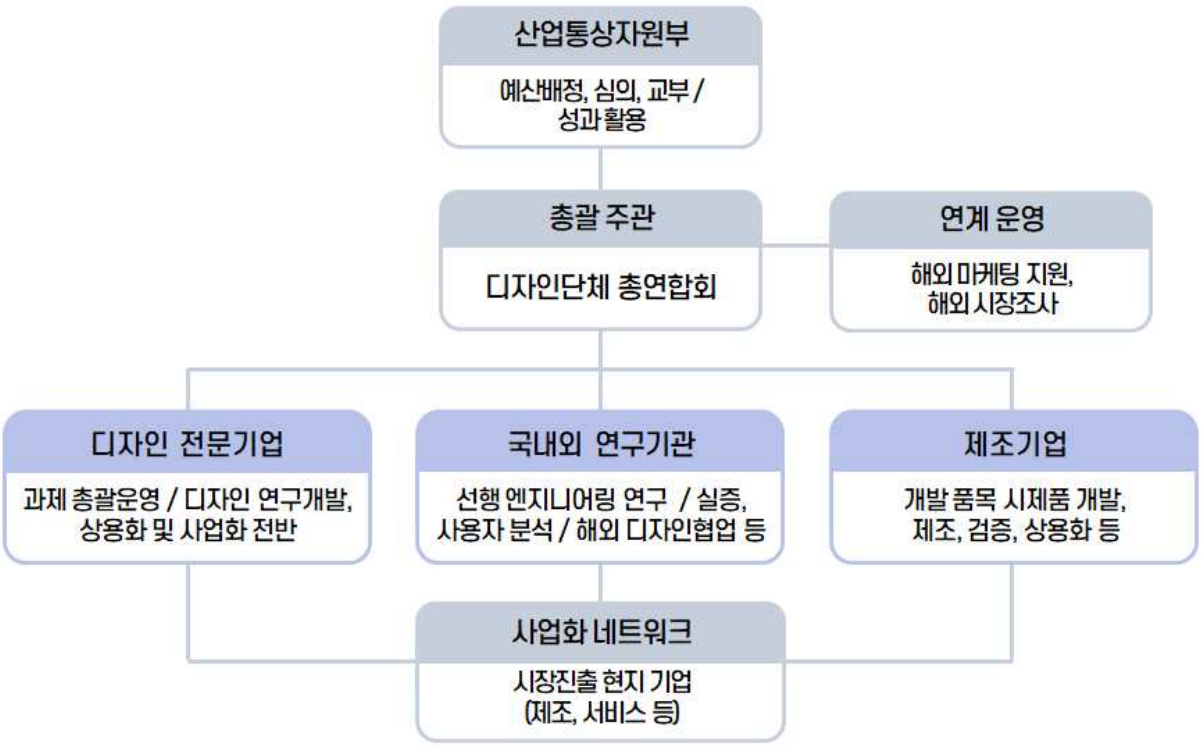
○ 진출시장) 상용화 필요성 있으나 관련 기술이 부족한 개발도상국

○ 개발과제에 필요한 글로벌 전문역량 네트워크 구성, 상품기획-실증-사업화 전반의 연구 및 상용화 진행 (사업단계별 추진)

[표 10] 주요 사업내용

구 분	세부 내용
선행연구	- 개발 제품 생태계 구축 및 아키텍쳐 연구 - 개발 풀 검증(공법, 업체) 및 초기 상용화 모델 개발
제품개발	- TCO(총 소유비용) 고려한 디자인-설계 솔루션 도출 - 러닝 프로토타입 개발을 통한 사용자 경험품질 분석 및 실증
상용화	- 시장진출 현지기업과 협력하여 제품제조, 서비스 협업 진행

4.3. 추진체계



4.3. 수혜대상

○ 디자인 상용화 기술 및 연계체계를 보유한 디자인 전문기업

4.4. 추진예산

[표 2] 추진예산

구 분	내용	소요예산(원)	비고
선행연구, 검증	선행설계, 프로토타입 제작, 실증연구 등 지원 (10개사)	1,000,000,000	-
제품개발, 상용화	모듈형 프레임설계, 시제품 제작, 상용화 개발 등 지원 (10개사)	9,000,000,000	-
연구활동	사업운영, 연구활동, 전문가 활용, 회의 등 사업추진 제반 경비	200,000,000	-
합 계		**10,200,000,000**	

4.5. 기대효과

■ 국내 중소기업·대학 연구소 협력으로 글로벌 시장진출 기회 마련

○ 중소·중견기업 및 대학, 연구소의 인프라 연결, 대규모 글로벌 시장 진출 위한 R&D 수행을 통해 자체 연구개발-생산 역량 확보, 대기업 의존도 감소 효과

○ 해외시장 진출은 기업에 새로운 시장과 고객을 제공하며, 매출 증대의 기회를 제공

■ 글로벌 협력 R&D를 통한 정부 R&D 정책목표 달성

○ 디자인 R&D 과제 성공모델 도출을 통해 정부 글로벌 R&D 정책 수행의 디자인산업 측면의 목표 및 성과 달성 용이

■ 사업모델을 통해 지속적인 파생 사업으로의 확장성

○ 상품화 모델 개발에 반드시 필요한 요소인 제조단가, 소재 적용 등의 필수 연구요소 개발 뿐만 아니라 사용성 평가, 제품 환경성 분석 등에 따른 서비스 전략 및 관련 연구개발이 지속적으로 진행될 요건 충분함

○ 특히 유사 환경을 가진 개발도상국에 시장환경, 정책 개선을 병행한 사업모델 전체를 수출할 수 있음

■ 지속적 R&D 협력 연구소 설립, 품질개선·선행기술 연구

○ 합작 법인 설립을 통해 국내- 해외 현지 시장 간 우수 연구인력 유치 가능 (고용창출)

○ 해외 시장에서의 성공은 국내 경제에도 긍정적인 영향을 미치며, 새로운 일자리 창출과 같은 국내 경제 발전에 기여

○ 신소재 등 요소기술에 대한 선행 연구활동 및 국내 우수 중

소기업의 해외시장 개척 교두보 확보

■ 지속 가능한 성장 기반 마련

○ 글로벌 시장에서의 경험은 장기적인 비즈니스 성장과 안정성을 도모하는 데 도움

○ 해외 시장 경험을 통해 경쟁력을 강화하고, 국제적 기준에 맞춘 제품과 서비스를 개발 가능

결과보고서

분과명	❺ 디자인 해외 활성화
정책 아젠다	❺-3. 디자인 ODA
작성자	김윤배, 나건, 고정훈, 황만석, 차강희, 백진경, 유윤호, 김종욱

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 04

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 06

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 10

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 국내 환경 분석

■ 국내 ODA 현황

○ 우리나라는 해방 이후 1990년대 후반까지 약 127억 달러 규모의 ODA를 지원받음

○ 1945년 이후 1950년대까지 대표적인 최빈국이었던 우리나라는 국제사회의 집중적인 원조를 통해 경제 성장의 계기 마련

○ 우리나라는 1990년대 이후 한국은 국민소득 1만 달러를 돌파(1994년)하고 OECD 가입(1996년)이후 2010년 OECD DAC 가입을 하며 양적·질적 경제 성장을 통해 중견 공여국으로 자리매김함

○ 우리나라는 2023년도 ODA(Official Development Assistance) 사업규모가 4.8조원의 예산 규모에 45개 기관에서 1,840개 사업을 통해 92개국의 개도국을 지원

○ KOICA(한국국제협력단)의 ODA사업인 프로젝트형, 개발컨설팅형 사업은 (2022년) 76개국 311개 사업으로 3천 9백 55억원 규모로서 적극 활용이 필요

자료 : 2022년 국제개발협력 종합시행계획 (제40차 국제개발협력위원회)

[그림 1] 우리나라 ODA규모와 ODA/GNI비율변화 추이(2016~2022)

○ ODA 연평균 증가율을 보면 2010년 이후 한국은 9.7%로 최상위 증가 수준을 기록하고 있으나, 우리나라의 ODA/GNI 비율은 0.14%로 세계 10위권 경제국으로서는 아직 충분치 않은 실정임

○ DAC 회원국 전체 평균은 2.7%로서 우리나라는 이 증가 비율을 계속 유지하여 조만간 전체 DAC 회원국 평균인 0.32%를 달성하는 것을 목표로 함

■ 국내 디자인 ODA 현황

○ 한국은 1958년 미 국무성 국제협력처(USAID)가 서울에 한국공예시범소(KHDC)를 설치하는 등 디자인 산업과 교육의 원조를 통해 성장함

○ 국내 경제교류 및 해외 원조형 ODA의 규모는 성장하고 있으나 디자인과 예술을 통한 문화 ODA 사업은 중요성에 비해 관심도와 인식도가 낮은 현황임

○ 2019년 상명대 디자인 ODA 센터가 라오스 산업통상부와 현지 관광상품 개발 및 디자인 인력양성을 위한 MOU를 체결함

○ 부산디자인진흥원(DCB)은 2023년 아시아・아프리카의 개발도상국 8개국의 문화 산업 현직자를 대상으로 ‘2023 CPI 문화동반자 연수 프로그램’을 개최함

○ 디자인 분야의 ODA를 통한 해외 진출은 단순히 경제적 이익을 넘어서 문화적, 사회적, 기술적 영향을 미치며, 글로벌 시대에 적합한 국가 산업 전략의 핵심 요소임

■ 정부부처 및 산하기관, 기업들과의 협력 필요성

○ 디자인 ODA 사업의 경우, 인프라 확충을 위해 정부기관 및 연구기관의 정보망구축이나 정보센터 구축 등과 같은 공동 프로젝트 형태로 이루어져야 함

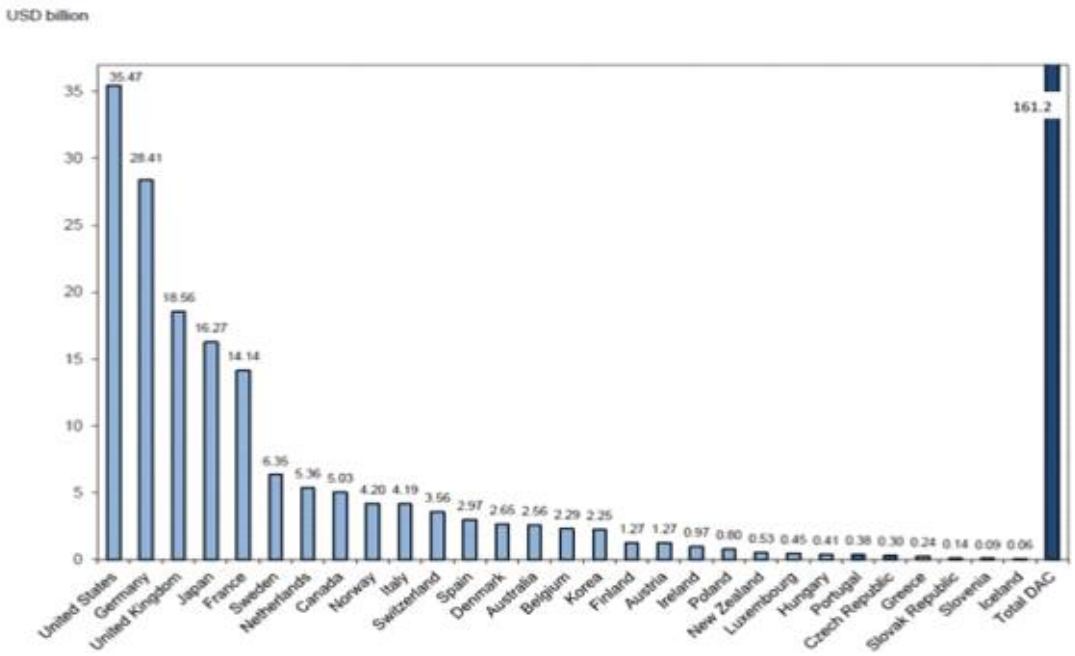
○ 외교부, 산업통상자원부, 문화체육관광부, 고용노동부, 서울시

와의 협력과 그 산하기관들 그리고 대기업 지역 디자인 사무소들과의 원활한 협력이 필요함

1.2 해외 환경 분석

■ 국외 ODA 현황

○ OECD에서 발간한 2020년도 데이터에 의하면 [그림 2]에서 보는 바와 같이 29개 DAC 회원국 공적개발원조금 총액은 1,612억 달러(2019년보다 3.5% 증액)이고, 미국(355억 달러)이 계속 1위 국가이고, 다음으로 독일(284억 달러), 영국 (141억 달러), 일본 (163억 달러), 프랑스(141억 달러)의 순이며, 한국(22.5억 달러)은 16위를 기록하고 있음



[그림 2] 국가별 ODA규모(2020)

○ 2020년 DAC 회원국들의 평균 ODA/GNI 비율은 0.32%로 2019년의 0.30%보다 상향되었으나 유엔의 목표치인 0.7%에는 아직 많이 못 미치고 있는 현황임

○ 프랑스는 인도주의 디자인 사무소(Humanitarian Design Bureau)를 통해 아프리카에서 활동하는 NGO의 ODA 활동에 필요한 제품이나 환경친화적인 제품을 연구, 개발하는 활동을 주로 수행함

○ 일본은 오랫동안 아시아의 해외원조를 통해서 수출시장 확보와 원자재를 확보하면서 시장을 넓힘

- 일본디자인재단(Japan Design Foundation:JDF)이나 JIDPO의 사업을 통해 개발도상국에 디자인 산업과 교육을 지원
- JDP는 별도 인원의 파견이 아닌 도요다 자동차 등과 같은 대기업의 기원을 받아 동남아지역이나 중남미지역의 디자인 지원 추진
- 예산은 우리나라의 2배 정도이며 규모는 다섯 배 정도로 큼

II. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 국내 디자인 ODA 연구

○ 공기관으로 한국디자인정책개발원이 2009년 ‘디자인분야를 실질적이며 현실 가능한 ODA 지원 모델창출을 위하여’라는 제목으로 최초로 디자인 ODA에 대한 연구를 수행함

○ 민간 영역에서는 김상우, 이동연은 2011년 국제개발협력(ODA)의 개도국을 위한 디자인 진흥 방향 기초 연구를 최초로 수행함

○ 2011년 이후 2023년까지 총 17건의 디자인 ODA에 대한 민간 연구가 수행됨

2.2. 주요 이슈

■ 디자인원조국으로 기여의 필요성

○ 우리나라는 국제사회로부터 공적원조를 받는 수혜국에서 공여국으로 전환된 세계 첫 번째 사례국임

○ 디자인분야는 미국 국무부의 국제협력처(ICA)가 1958년 서울에 설립한 한국공예시범소(KHDC)에서 제공하는 교육프로그램으로부터 성장하여 현재 세계 5위권 이내의 디자인 경쟁력을 가진 국가로 성장함

○ 우리나라 디자인과 디자인산업의 놀라운 성장이 가능했던 가장 큰 원동력은 공적원조로 받은 수준 높은 전문 디자인교육으로 이를 통해 국제 사회에 이바지해야 할 도의적 의무가 있음

■ 국내외 디자인 협력으로 기업의 해외 진출 필요성

○ 글로벌 진출을 위해서는 ODA 3대 전략거점(아시아, 아프리카, 남미)에 민관협력으로 디자인지원사업을 확대하여 디자인산업의 기업을 진출하는 데 목적이 있음

○ 일본은 일본디자인재단(JDF)이나 JIDPO의 사업을 통해 개발도상국에 디자인 산업과 교육을 지원하는데, 도요다 자동차 등과 같은 대기업의 지원을 받아 동남아지역이나 중남미지역의 디자인 지원을 추진하여 교육적 공적부조를 통한 산업적 침투를 목표로 함

○ KOTRA 글로벌 네트워크, KOICA의 ODA 사업, 한국콘텐츠진흥원의 적극적인 활용으로 기업진출을 고도화 해야함

○ 우수디자인 전문기업 대상의 ODA를 통한 해외진출 지원

- 세제혜택, 자금, 사업 지원으로 대형 디자인기업으로의 육성
- Brand Power 확보를 위한 홍보/마케팅 정부차원 지원

○ KOTRA(대한무역투자진흥공사)의 글로벌 네트워크(2021년) 83개국 128개 사업에 적극 활용하여 우수디자인제품과 우수디자인 전문기업을 우선 ODA 협력 지원해야 할 필요성이 있음

■ ODA 사업의 디자인 적극 도입의 필요성

○ KOICA의 ODA 사업 중 프로젝트형(건축, 기자재, 시설물, 인력 협력)과 개발컨설팅(소프트웨어, 건축사업) 등이 76개국 311개 사업(2021년 기준)으로 우수디자인 제품을 일정 비율로 우선 지원하도록 하여 해외 진출을 제고시킴

○ 디자인 역시 프로젝트형 사업이 가능한 분야로 프로젝트 진행이나 개발 컨설팅 분야로 점근해야할 필요성이 있음

○ 최근 서비스디자인 방법론을 통한 사회문제해결 디자인의 발전을 활용하여 개발도산국의 사회문제 해결을 위한 해결방안을 디자인 ODA로 공여할 수 있음

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

■ 부산디자인진흥원(DCB)

○ 부산디자인진흥원(DCB)은 2023년 아시아・아프리카의 개발도상국 8개국의 문화 산업 현직자를 대상으로 ‘2023 CPI 문화 동반자 연수 프로그램’을 개최함

○ 사업은 문화체육관광부의 국제개발협력(ODA) 공모사업의 지원을 받아 수행함

○ 네팔, 인도네시아, 캄보디아, 베트남, 인도, 몽골, 탄자니아, 레소토 등 아시아 및 아프리카 개발도상국 8개국 지원

○ 디자인씽킹을 통해 디자인적 감수성과 사고방식을 제고하고 브랜딩 및 상품기획 역량을 제고하는 프로그램 운영

○ 연수 이후에도 참가자들과의 네트워크를 유지해 연수 경험을 자국에서 쓸 수 있게 지속해서 지원함

[그림 3] 부산디자인진흥원 2023 CPI 문화 동반자 연수 프로그램

■ 상명대 디자인 ODA 센터

○ 상명대학교(천안) 산학협력단 부설 디자인ODA센터가 2019년 라오스 산업통상부와 현지 관광상품 개발 및 디자인 인력양성을 위한 MOU를 체결함

○ 사업은 문화체육관광부가 주관하고 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)이 주최하는 '2020 문화동반자사업'에 현대공연, 출판산업, 대중음악, 문화상품, 영화산업 분야 등 5개 분야 중 문화상품 분야로 참여함

○ 2020년 '문화관광 상품개발 디자인기술교육'을 주제로 2020 문화동반자사업 비대면 온라인 연수 8주간의 교육을 성공적으로 운영하고 한국국제문화교류진흥원에서 주체한 온라인 수료식을 수행함

○ 라오스 루앙프라방 전통예술대학교 교수와 라오스 루앙프라방 문화정보관광부, 산업통상부 직원, 현지 수공예산업 종사자 대표 등 현지 문화관광상품 개발관련 이해관계자들 10명이 참가하여 문화관광상품 개발에 적용할 수 있는 디자인 기술들을 전수 받았으며 전 과정을 모두 수료함

[그림 4] 상명대학교 디자인ODA센터의 문화관광 상품개발 디자인기술교육 프로그램

3.2. 해외 우수 사례

■ WDO의 서아프리카의 최초 디자인학교 설립

○ WDO 회원인 프랑스의 L'École de design Nantes Atlantique는 국제 개발전략으로 동남아시아 및 아프리카에 디자인학교를 설립해 옴

○ 2017년 아프리카 서부의 베넹(Bénin)에 아프리카 디자인학교(Africa Design School)가 설립되어 디지털 디자인, 그래픽, 공간 디자인 분야의 세 가지 학사 프로그램을 제공함

○ 2023년에는 제품디자인 프로그램과 전략 디자인 석사 과정이 도입되어 현재 아프리카 디자인학교에는 230명의 학생이 재학 중이며 향후 3년 동안 400명으로 늘어날 것으로 예상됨

[그림 4] L'École de design Nantes Atlantique가 운영하는 아프리카 디자인 학교(Africa Design School)

■ IDEO의 100달러짜리 노트북

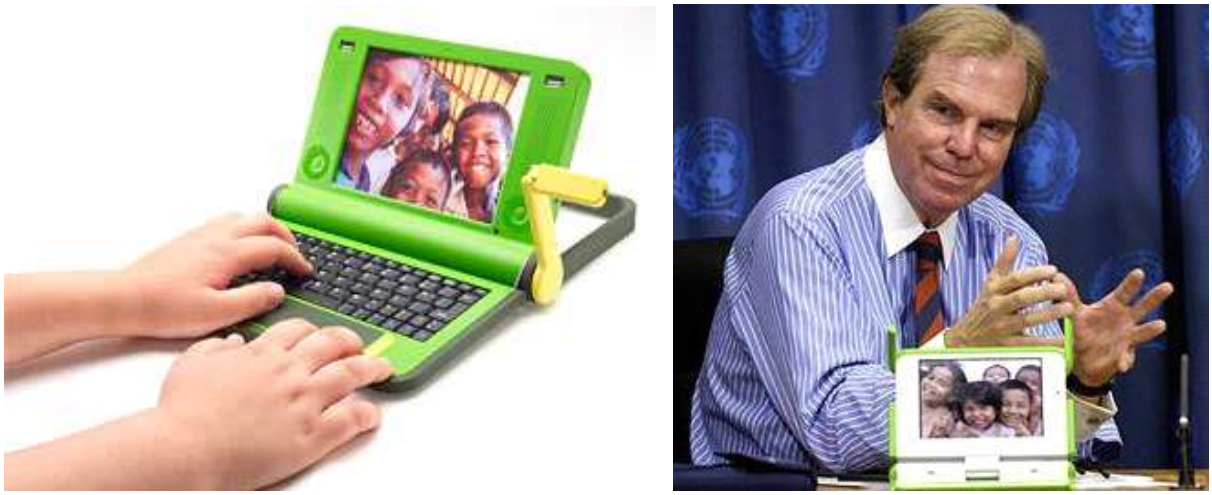
○ 미국 메사추세츠공과대학(MIT) 미디어랩 소장인 니콜라스 네그로폰데 교수의 주도로 IDEO가 디자인한 100달러짜리 초저가 노트북을 개발함

○ 비영리재단인 '모든 어린이에게 한대의 노트북을'(OLPC, One Laptop Per Child) 프로그램에 의해 전세계 개발도상국 어린이들에게 컴퓨터를 보급하기 위해 추진함

○ 컴퓨터의 성능도 철저하게 교육과 개도국 어린이의 생활 현실에 초점을 맞춰 컴퓨터의 전력 소비량은 일반 컴퓨터의 13%에 지나지 않으며, 손잡이를 돌려 쉽게 배터리 충전을 할 수 있음

○ 해당 지역에 큰 비용이 드는 네트워크나 서버 장비가 갖춰져

있지 않아도 컴퓨터끼리 자유롭게 통신하고 데이터를 공유할 수 있음



[그림 5] 네그로폰데 교수와 IDEO가 디자인한 100달러짜리 노트북

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 국·내외 디자인 협력 ODA 사업

○ 국내 디자인기업의 해외 진출을 위해 우수디자인 제품 글로벌 수출지원, 국·내외 디자인 협력으로 기업의 해외진출방안으로 ODA활용을 제안함

○ ODA 사업의 협력으로 디자인 적극 도입을 통해 국제 사회에 기여함

○ 디자인 ODA 융합을 통해 KOICA(한국국제협력단)의 프로젝트 사업에 우수디자인 상품 우선지원이 필요

4.2. 추진체계

■ 선정기준 정립

○ 취약계층과 안전이 보장되지 않은 지역

○ ODA 대상국 정부의 참여 및 추진 의지

○ 디자인 투입인력과 예산 대비하여 개선 효과가 높은 지역

■ 지원분야 및 사업

○ 디자인 교육

- 우리나라 디자인과 디자인산업의 놀라운 성장이 가능했던 가장 큰 원동력은 공적원조로 받은 수준 높은 전문 디자인교육으로 이를 통해 국제 사회에 이바지해야 할 도의적 의무가 있음
- 우리나라의 디자인교육 시스템의 이전을 통해 기초산업의 활용과 진출이 용이함
- ODA추진 경험자, 해외도시 디자인 전문가의 자문 등을 통해 대상국가 및 도시 선정 필요함

○ 사회문제해결 디자인

- 서비스디자인을 통한 사회문제해결 디자인을 10여 년간 수행해오며 축적된 노하우를 활용함
- 저개발도산국의 현실적 문제해결을 위해 지원이 반드시 필요한 디자인사업암
- 대상국의 사회환경에 대한 분석 및 문제정의를 통하여 디자인을 통해 해결한 지역현황 및 범죄유형 분석, 지역주민 핵심 니즈 등을 파악하는 단계를 반드시 걸침
- 지원 대상국의 공무원 초청연수를 진행하여 정책적 적용에 대한 국내 선진 공무력을 적용함
- 사업 수행 후 객관적인 평가를 통해 ODA 사업역량을 강화해 나갈 필요가 있음

○ 디자인산업

- 글로벌 진출을 위해서는 ODA 3대 전략거점(아시아, 아프리카, 남미)에 민관협력으로 디자인지원사업을 확대하여 디자인산업의 기

업을 진출하는 데 목적이 있음

- 우수디자인 전문기업 대상의 ODA를 통한 해외진출 지원
- ODA참여를 위한 세제혜택, 자금, 사업 지원으로 ODA사업후 국제 진출이 가능한 대형 디자인기업으로의 육성
- ODA 성공으로 Brand Power 확보를 위한 홍보/마케팅 정부차원 지원
- KOTRA(대한무역투자진흥공사)의 글로벌 네트워크(2021년) 83개국 128개 사업에 적극 활용하여 우수디자인제품과 우수디자인 전문기업을 우선 ODA 협력 지원해야 할 필요성이 있음

[표 1] 디자인 ODA 추진체계 및 단계

추진 단계		내용
1단계	ODA 위원회 구성	추진위원회 구성 및 위촉, ODA 활동 계획서 작성
2단계	ODA 지원 계획안 정립	ODA 지원국에 대한 조사 및 분석 ODA 지원을 위한 제반 사항 정립 산자부, 문화부 등 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 KOICA 등 주관업체와 협력 체결 및 강화
3단계	지원사업공고	대상국 선정, ODA참여 디자인기업/단체 모집, 홍보 및 유치, 디자인기업 계획서 심사
4단계	사업추진	디자인 ODA 수행
5단계	성과보고	디자인 ODA 사업평가 및 우수사례 언론 홍보

4.3. 수혜대상

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 등

○ 저개발국

- 디자인 ODA의 구체적인 수혜국

4.4. 추진예산

○ 디자인 ODA사업을 위한 추진예산

[표 3] 추진예산

비목	내용	금액(원)
외원회 구성 및 활동	위원회 구성, ODA 활동정립, 자문비, 회의 등	20,000,000
사업공모	사무국 구성, 심사 및 관리	20,000,000
사업추진	ODA 사업지원금, 1개국 1억씩, 연간 2개국 지원	200,000,000
합계		240,000,000

4.5. 기대효과

■ 수혜국의 경제 발전 촉진

○ 디자인은 혁신, 창조적 사고, 그리고 브랜드 개발을 통해 경제 성장을 촉진할 수 있으므로 ODA 사업은 개발도상국에서 디자인 산업의 성장을 도와 경제 발전에 기여할 수 있음

■ 디자인 교육 및 기술 전파

○ 디자인 교육과 기술 개발을 지원함으로써 현지 디자인 인력의 능력을 향상시키고, 국제적인 창업 및 취업 기회를 제공할 수 있음

■ 문화적 다양성 강화

○ ODA 수행으로 다양한 문화적 배경을 가진 디자인의 교류를 통해 상대국의 문화적 다양성과 이해를 증진시킬 수 있음

■ 지속 가능한 개발 지원

○ 지속 가능한 디자인을 통해 환경 보호, 자원의 효율적 사용 등 지속 가능한 개발 목표(ESG) 달성에 기여할 수 있음

■ 국제 협력 및 네트워크 구축

○ 다양한 국가 간의 디자인 협력을 통해 국제적 네트워크를 구축하고, 디자인 공여국으로 글로벌 차원에서의 국제 원조 문제 해결에 기여할 수 있음

■ 국제 사회적 포용 증진

○ 디자인을 통해 소외된 지역이나 사회 계층에 대한 접근성을 개선하고, 사회적 포용을 증진시켜 우리나라의 위상을 높일 수 있음

■ 혁신 및 창조적 산업 발전

○ 디자인은 창조적 산업의 핵심 요소이며, 디자인 ODA 사업을 통해 수혜국인 저개발국뿐만 아니라 공여국인 우리나라도 혁신과 창조적 산업의 발전을 촉진할 수 있음

결과보고서

분과명	❻ 국가 디자인 인프라
정책 아젠다	❻-1. 대한민국 국가창의디자인위원회 설립
작성자	이순종, 정성모

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 03

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 06

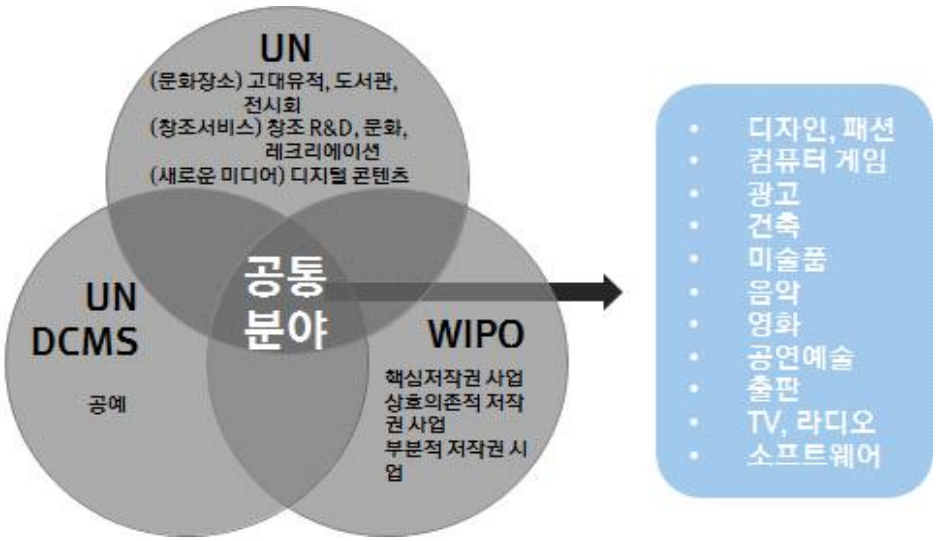
Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 환경 분석

■ 21세기는 창의/디자인 시대

○ 21세기는 창의 시대로, 디자인은 과학 혁신, 창조경제, 그리고 선진문화 창달에 필수적 요소

○ 또한 디자인은 국가 브랜드 관리의 핵심 요소로서 국가의 정체성을 표출하고 국격(國格)을 높이는 데 지대한 공헌



[그림 1] 창조산업의 핵심은 예술과 디자인

■ 정부부처 간의 장벽으로 범 정부적 차원의 시너지 부재

○ 국가에서 디자인은 창의적, 가치 통합적 특성으로 산업, 문화관광, 교육, 외무뿐만 아니라 농수산, 국토발전, 보건복지, 여성 등 국가의 모든 정부 부처업무와 직·간접적으로 연관 [표 1]

○ 디자인은 국가 선진화 및 행복 국가 구현에 중요한 역할을 하므로 관련 업무는 계속 증가

○ 국가 전체를 위한 디자인정책과 각 부처간 디자인정책 조정

역할(컨트롤타워)의 부재로, 창의 시대에 중차대한 디자인 기능이 산업, 사회, 환경, 교육, 행정 등 국가 전반에 파급되지 않음

[표 1] 정부 각 부처의 디자인 관련 업무

산업통상자원부	문화체육관광부	교육부	외교부
GD마크 운영, 디자인기반기술개발, 디자인인프라구축, 국제협력	문화컨텐츠개발, 창조적 예술진흥을 통한 문화 인프라 구축, 공공디자인사업	예술.디자인에 대한 이해와, 감성 발달을 위한 조기 창의교육	국가 브랜드 및 국격 이미지, 재외 공관의 합일된 국격 구성
농림축산식품부	**국토교통부**	**여성가족부**	
지역 농/수산물 브랜드 가치 및 경쟁력 강화를 위한 국가 차원의 지원	역사, 문화, 지역경관 형성을 위한 경관법, 살고 싶은 도시 만들기	국민 안행을위한 프로그램 개발, 홍보	

II. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 디자인은 국가 전체 혁신 매개의 중심 역할

○ 디자인 분야 역시 산업경제, 사회환경, 문화와 국가이미지의 창조와 밀접하게 관계하여 국가발전의 정책적 차원에서 다루어져야 함

■ 국가 각 부처 디자인정책의 콘트롤 타워 필요

○ 국가차원의 통합적인 디자인정책 추진하기 위한 범 정부차워의 디자인 컨트롤 타워가 필요

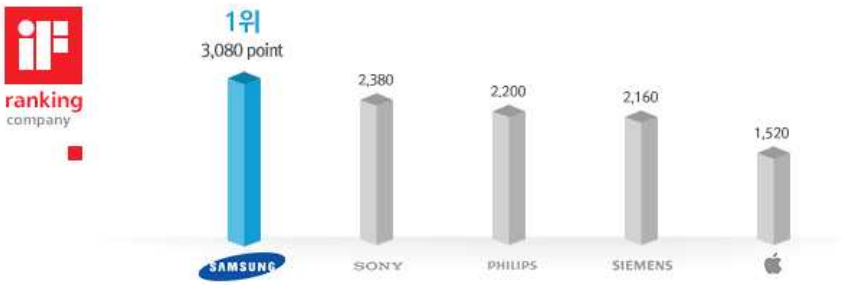
Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

3.1.1. 국내 선행 사례

■ 삼성전자

○ 삼성전자는 2002년부터 디자인을 부서 간 칸막이를 제거하고 통합적인 관점에서 디자인 전략을 수립 실천하기 위해 모든 고위 임원이 참석하는 ‘삼성 디자인위원회’를 구축하였음



[그림 2] 삼성 디자인위원회와 운영 결과

■ 국가건축정책위원회

○ 대한민국의 건축분야의 주요 정책을 심의하고 건축정책의 조정 등을 시행하기 위한 대통령 직속 기구설치 선례가 있음

- 2007년 12월, 건축기본법이 제정됨으로서 이에 따라 2008년 12월, ‘국가건축정책위원회’를 설치함

대 통 령 소 속
국가건축정책위원회

[그림 3] 국가건축정책위원회 로고 및 활동

3.2. 해외 우수 사례

3.2.1. 국제 디자인정책 인프라 우수 사례

■ 영국, 유럽은 범 국가적 차원의 디자인정책 인프라 추진

○ 이미 영국, 북유럽 등 창조경제를 주도하고 있는 국가는 디자인의 창조적 역량을 국가, 도시, 산업, 교육 등 모든 영역에서 총체적으로 활용하기 위한 국가적 차원의 인프라 구축에 집중

○ 세계의 '디자인 공장'인 영국은 21세기에 국운을 변환시킬 수 있는 '창조적 혁명'을 이끄는 디자인의 잠재력을 강화해야 한다며, 디자인 Enable 전략을 발표(토니 블레어 수상 1997)하고, 영국정부는 창조비즈니스를 선도할 디자인연구를 강화하기 위해 『국가혁신디자인센터』를 계획 (조지콕스 리뷰)

○ 영국의 국가디자인전략자문역을 담당하는 기관인 Design Council은 3년 주기로 Design Economy의 조사를 시행하여 미래 디자인이 혁신동력을 준비함

[그림 4] Design Council의 2022년 Design Economy

○ 핀란드 정부는 범 국가적 차원의 통합 기술 디자인 진흥기구 『국가 디자인 기술발전 위원회 (Tekes)』를 설립하고, 디자인, 공학, 경영대학을 통합한 세계 최초의 디자인 중심의 종

합창조대학인 Aalto 대학교(2010)를 설립

[그림 5] 핀란드의 디자인 중심의 종합창조대학인 Aalto 대학교

■ 디자인 선진국의 국가디자인커미티 운용

○ 최근 선도적인 세계의 혁신국가들은 국가브랜딩차원의 통합적인 디자인 역할을 목표로 국가디자인커미티를 운용함

○ 영국「영국 디자인 액션 플랜(A UK Design Action Plan)」

- 국가예술인문연구위원회(2018년) 각 지역별 디자인산업, 교육, 사회공공, 정부 부문에서의 디자인액션플랜을 산학연관 등 민간주도로 연구 제안

○ 덴마크 「2020 덴마크 디자인 비전 커미티 (2020 Denmark Design Vision Committee)」

- 각 지역별 디자인산업, 교육, 사회공공, 정부 부문에서의 디자인액션플랜을 산학연관 등 민간주도로 연구 제안
- 산업 및 사회 혁신동력으로서의 디자인
- 디자인을 초등학교에서 고등학교까지 필수 교과 지정
- 공학, 경영대학에 디자인을 필수
- 덴마크 디자인을 국제적인 브랜드로 진흥하기 위한 ‘국가브랜드 전략’ 수립 등 다양한 국가디자인전략을 펼침

○ 싱가포르 「디자인마스터플랜 위원회 (Design Masterplan Committee 2015)」

- 어린이들에게 디자인역량강화 교육
- 지역 및 공공부분에 서비스 디자인 강화

- 디자인을 국가기술표준으로 편입
- ‘싱가포르디자인브랜드진흥’ 등 실시

○ 일본

- 「쿨 재팬 정책과(Cool Japan Department)」, 경제 산업성(2017년) : 디자인, 패션, 관광, 전시 등을 아우르는 산업군 관련 「쿨 재팬 정책과 (Cool Japan Department)」를 신설하여 통합적인 디자인정책을 계획

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 국가창의디자인위원회

○ 국가적 차원의 디자인정책 컨트롤 타워로 제안함

○ 국가전체의 통합적 국가디자인의 비전과 장기적 정책, 전략을 수립하고, 관련부처 간의 디자인정책을 조정하기 위한 범 정부적 차원의 디자인정책 인프라 기능 수행

■ 위원회의 역할 및 기능

○ 국가적 차원의 통합적 디자인정책 수립

- 국가창의디자인위원회는 국가적 차원의 통합적 디자인정책을 마련하고 실행하여 국가 디자인의 경쟁력과 정체성을 확립하고 건강한 국가 디자인생태계를 조성하여 창의한국을 달성하는 데 목적이 있음
- 국가창의디자인위원회는 국가 발전의 관점에서 디자인 전략과 정책을 통합적으로 다루는 기관이라는 점에서 정부부처, 지방자치단체의 디자인 업무와 차별화되며, 명령과 감시의 기관이 아닌 정부 부처의 각 디자인 관련 부서를 지원하여 고도화함
- 국가창의디자인위원회는 각 부처에서 시행되는 디자인정책을 통

합적인 관점에서 기획, 심의하고, 그 성과를 평가하는 역할을 함

○ 중장기 국가디자인 발전 정책 수립 및 각 정부 부처의 정책 심의 조정 및 평가

- 중장기 국가 디자인 발전 정책 수립
- 정부 디자인 정책의 심의, 조정 및 평가
- 융합창의디자인 및 창의인재 육성 정책 수립
- 디자인산업 및 비즈니스, 융합디자인 R&D 정책 수립
- 문화 콘텐츠디자인 육성 정책 수립
- 국가와 도시 브랜드, 이미지홍보 정책 및 지역사회발전, 공공디자인 육성 정책 수립

4.2. 추진 방법 및 체계

■ 국가창의디자인위원회 조직

○ 대통령직속, 산업자원부 소속

- 국가, 정부, 지방자치단체, 산업 및 기업과 관련된 디자인정책의 문제는 부서 간의 경계를 넘어 발생하는 경우가 대부분이므로, 최고 의사결정자의 강력한 의지가 반영될 때 실효를 거둘 수 있음
- 21세기에 디자인은 정부의 모든 부처와 관계를 맺으며 창조산업 경제 활성화, 도시·사회·환경혁신, 문화창달, 복지국가 구현 등 국격의 업그레이드, 그리고 행복국가를 만드는 중요한 역할수행으로 국가창의디자인위원회는 대통령 직속 위원회가 되어야 함
- 또한 국가창의디자인위원회는 부처 간 이해관계를 조정할 수 있으며, 창의 산업, 융합 디자인에 적합한 부처가 중심이 되어야 하므로 산업자원부가 주무 부처가 되어야 함

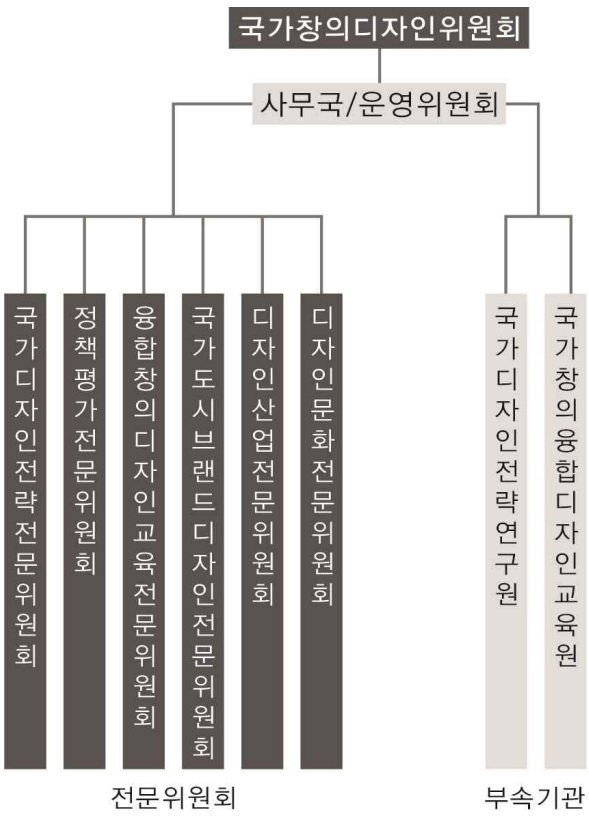
■ 6개 전문위원회와 2개 부속기관 설치

○ 국가창의디자인위원회는 관계정부부처의 장과 민간위원으로 구성, 위원회는 원활하게 업무를 추진하기 위하여 ‘사무처’와 ‘운영위원회’를 둠

○ 각 분야의 디자인정책관련 활동을 전문적으로 하기 위하여 위원회 밑에 아래와 같은 세부 조직을 설치함

- 국가디자인전략전문위원회: 중장기 국가디자인정책과 전략 계획
- 정책심의조정평가전문위원회: 각 정부 부처의 디자인관련 정책을 심의 조정 평가
- 융합창의 디자인교육전문 위원회: 미래융합창의디자인인재 육성 교육을 계획
- 국가도시브랜드디자인전문위원회: 국가, 도시의 브랜드를 육성하고, 지역사회와 마을 재생 등을 계획
- 디자인산업전문위원회: 디자인산업과 비즈니스의 육성계획
- 디자인문화전문위원회: 문화컨텐츠디자인과 디자인의 대중화 계획

○ 국가적 차원의 전략을 연구하고 국가적 차원에서 대국민 디자인교육을 활성화하기 위하여 위원회의 부속기관으로 ‘국가디자인전략연구원’과 ‘한국융합창의디자인교육원’ 설치



[그림 6] 국가창의디자인위원회 구성안

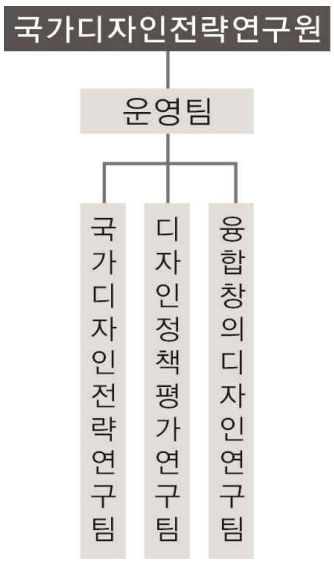
■ 부속기관 1: 국가디자인전략연구원

○ 연구원의 목적

- 중장기적 관점에서 국가 차원의 통합적 디자인 정책 및 전략을 연구 수립하고, ‘국가창의디자인위원회’ 활동에 필요한 기초 연구 및 자료지원, 그리고 구체적 실행방안을 연구 기획함

○ 연구원의 기능

- 거시 및 중장기 국가디자인 정책 및 전략 연구
- 디자인정책 심의 조정 평가 연구 및 지원 (부처별 디자인 정책의 통합연구,디자인정책 심의활동 지원 등)
- 국가 융합디자인 전략 연구 (디자인생태계, 공공디자인, 도시재생 디자인, 디자인 국제화 등)



[그림 7]
연구원 구성안

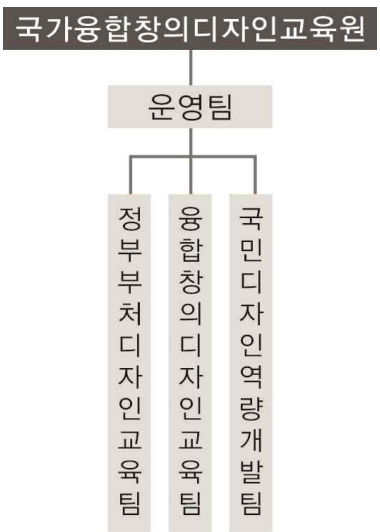
■ 부속기관 2: 국가융합창의 디자인교육원

○ 교육원의 목적

- 창의국가를 이루기 위하여 창의디자인의 방법을 각 정부 부처, 지자체, 산업, 대국민에게 교육하고, 국가디자인위원회에서 수립한 거시국가디자인 전략을 각 부처에 교육하기 위한 디자인 교육 전문기관

○ 교육원의 기능

- 정부부처, 지방자치단체의 디자인업무 관련자의 디자인 기초교육, 업무별 교육, 단계별 교육
- 다학제 창의융합디자인 교육모델 개발 (한국형 융합창의 디자인교육 전략 등)
- 대 국민 디자인 역량 개발 및 홍보



[그림 8] 교육원 구성안

4.3. 수혜대상

○ 범정부차원의 디자인관련 부서들, 디자인관련 지자체 등 혁신을 요하는 모든 정부의 부처

○ 디자인관련 산업 및 신규 소프트.신 기술 산업, 디자인기업

○ 디자이너, 디자인 및 일반 학생, 일반 시민

4.4. 추진예산

○ 설립 및 운영 예산안

○ 한국디자인교육원 설립비용외 운영비용 포함

[표 2] 추진예산

비목	내용	금액(원)
기획추진비	사업타당성조사, 연구진 구성 및 추진	200,000,000
국가창의디자인위원회	사무국 구성, 6개 전문위원회 설립(연구활동비, 운영비, 건물 임차비)	2,000,000,000
국가디자인전략연구원	연구원 구성, 연구원 모집, 운영팀 인건비, 연구활동비 및 건물 임차비	5,000,000,000
국가디자인교육원	연구원 구성, 강사진 구성, 운영팀 구성(인건비. 연구교육활동비, 건물임차비)	4,000,000,000
합계		**11,200,000,000**

4.5. 기대효과

■ 국가 전체 부처의 창의적 혁신 유도

○ 디자인 개입을 통한 국가, 사회, 산업 전체의 모든 분야 혁신

○ 지역 및 공공부분에 디자인 강화

○ 세계에 한국의 창조적 국가브랜딩 이미지 구축

■ 국가차원의 디자인연구 및 교육으로 창의시대 혁신역량 강화

○ 모든 전공자, 일반, 경영자, 정부 부처의 디자인교육의 강화를 통하여 창의대한민국 구현

○ AI, 지속가능성 등의 연구 및 교육강화로 신 산업 및 사회 혁신을 위한 디자인역할 확대

○ 디자인을 창조의 핵심동력으로 인지하고, 국가기술표준으로 변화 유도

■ 개선, 향상될 수 있는 문제, 현황, 지표 등

- 국가전체로 디자인역할 확대
- 디자인관련 부처 간의 통합적인 기획조정으로 디자인정책의 효율화
- 디자인을 통한 국가의 브랜딩, 산업 및 사회 혁신 효과

4.6. 디자인청으로의 발전 제안

○ 국가창의디자인위원회는 향후 디자인청으로 발전 가능함

■ 배경

○ 디자인관련 인구가 300만 명에 이르고, 디자인관련 업무가 산업, 문화, 농림, 해양, 국토, 외무, 복지, 교육 등 모든 국가의 행정부처와 관계를 맺고 있으나 국가의 디자인관계 부서는 산자부와 문화부에 작은 과의 형태로 존속하여 창조적인 디자인의 기능이 국가 전체에 확산되지 못하고 있음

○ 21세기는 창의와 혁신의 통합적 매개가 되는 디자인이 중요한 시대로 디자인을 국가, 산업, 사회발전의 동력으로 삼기

위한 적극적인 노력이 필요함

■ 목적

○ 디자인 청은 21세기 국가, 산업, 사회, 문화의 혁신을 선도하는 제반 가치창조 및 혁신의 중심역할로 디자인의 기능을 확대함

○ 사회, 산업, 문화, 교육 등에 포괄하는 통합적인 국가브랜딩을 강화하기 위한 역할을 총체적으로 수행

■ 업무와 조직

○ 디자인청은 디자인관련 인적, 물적 자원을 고도화하여, 21세기의 핵심인 창의디자인산업을 보호육성하고 일자리를 창출함

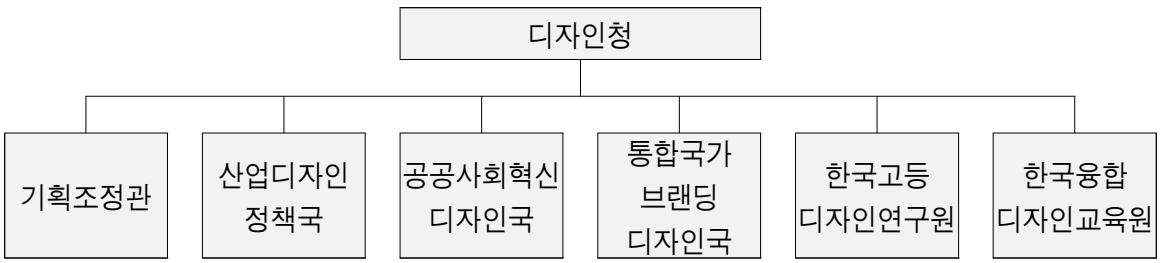
○ 지역사회와 관련된 공공적 성격의 디자인혁신을 통하여 지역사회를 지속가능하고 균형 있게 발전시킴

○ 디자인인력 및 디자인산업의 해외진출을 발전시켜, 디자인을 통한 문화산업의 강국을 실현함

○ 디자인산업고도화 및 해외진출, 지역공공디자인활성화, 창의교육, 디자인R&D, 디자인전시관, 디자인도시, 부서협력 등의 사업수행을 통하여 국가전체의 창의와 혁신을 리드함

○ 조직은 기획조정관, 산업디자인정책국, 공공사회혁신디자인국, 통합국가브랜딩디자인국으로 구분되며, 한국고등디자인연구원, 한국융합디자인교육원을 둠

[표 3] 디자인청 조직구성



결과보고서

분과명	❻ 국가 디자인 인프라
정책 아젠다	❻-2. 디자인의 날
작성자	이순종, 정성모

2023. 11.

kfda
Korean Federation of Design Associations
사단법인 한국디자인단체총연합회

목 차

Ⅰ. 국내·외 환경 분석 ····· 01

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈 ····· 02

Ⅲ. 국내·외 우수사례 ····· 04

Ⅳ. 신규 사업 제안 ····· 12

Ⅰ. 국내·외 환경 분석

1.1 국내 환경 분석

■ 국내 디자인 기념일 현황

○ 산자부와 한국디자인진흥원이 1993년 디자인 원년을 선포하고 1993년, 1994년 디자인의 날을 선포했으나 단발성 행사에 그침

○ 이후 2006년 여성디자이너의 날, 2020년 디자인의 날 등 날짜를 바꿔 제정을 선언하였으나 고정된 행사로 연속성을 유지하지 못하는 실정임

○ 민간 사단법인인 한국폰트협회에서 폰트 디자인의 날을 선정하여 매년 행사를 진행하고 있음

1.2 해외 환경 분석

■ 국제 디자인 기념일 현황

○ 국제 디자인기구인 WDO는 2007년, ICoD는 2021년을 전후해 기존의 국제 디자인의 날을 재정비하여 국제적 인식을 바탕으로 디자인의 교류와 상호 경제 발전을 촉진하고자 함

■ 해외 국가별 디자인 기념일 현황

○ 미국은 2015년, 이탈리아는 2017년에 디자인산업의 중요성을 전파하고 기념하기 위하여 디자인의 날을 지정함

- 미국은 디자인의 날을 통해 디자인산업의 발전뿐만 아니라, 창의성과 디자인 역량을 갖춘 인재들을 육성하고 교류를 통해 국가 경제 성장과 일자리 창출에 긍정적인 영향을 형성하고 있음
- 이탈리아는 디자인의 날을 기념하여 해외에서도 디자인 행사를 열어, 해외 진출을 위한 교두보로 활용함

○ 영국, 네덜란드, 프랑스, 이탈리아 등은 전통적으로 자국 내

디자인 강점 도시를 중심으로 디자인 위크, 디자인 페어, 디자인 페스티발(페스타) 등의 명칭으로 축제 기간 내 특정일을 디자인의 날로 정하여 행사를 통해 기념함

- 영국은 2003년 GDP에서 디자인을 포함한 창조 산업이 차지하는 비중이 7.4%임을 인지하여, ‘런던 디자인 페어’를 개최하여 런던의 디자인의 발전을 세계에 알려 창조 산업의 중심지로 부상시키고자 함

○ 아시아에서는 일본이 가장 먼저 1989년을 ’디자인의 해’로 지정하고, 1994년부터 도쿄 디자인 페스타에서 디자인의 날을 기념함

○ 최근 2010년 이후 중국이 디자인의 중요성을 인식하고 자국 디자인 발전에 힘입어 상하이, 베이징, 선진 등을 중심으로 디자인 페어 형식으로 디자인의 날을 기념함

○ 미국 역시 시애틀, 필라델피아 등과 같은 도시에서 디자인 위크 등의 기간 내에 디자인의 날을 기념함

Ⅱ. 정책 수요 및 주요 이슈

2.1. 정책 수요

■ 정책기관의 수요

○ 산자부 및 디자인진흥원은 “K-디자인의 정체성을 공고히 하며, 디자인의 가치를 재조명하고, 디자인계의 권익 보호를 위해 디자인의 날을 지속적으로 제정, 선포해옴

○ 산자부는 1993년 산업디자인 원년, 디자인주간 선포함[1)]

- 1993년을 원년으로 산업디자인 발전 5개년 계획 추진

○ 5월 2일을 ‘디자인의 날’로 제정함

1) 윤성원, 이주아, 조아라, 임은지, 현기봉, 정슬지. 2021. 한국디자인진흥원 50년사. 한국디자인진흥원. p.64.

- 1993년 국내 최초로 개최된 세계박람회인 대전엑스포 기념[2)]

○ 1994년에 제29회 대한민국 산업디자인전람회 개최일인 5월 2일에 디자인의 날 행사 수행

○ 2006년 6월 14일에 KIDP 여성디자이너의 날 행사수행

○ 2020년 5월 19일 KIDP 창립 50주년을 기념하여 창립일을 디자인의 날로 지정

[그림 1] 한국디자인진흥원이 추최한 1994년 디자인의 날 자료와 2006년 여성 디자이너의 날 행사

■ 디자인계의 수요

○ 디자인계에서는 디자인의 날 제정에 대한 공식적으로 수요 연구를 수행한 바 없음

○ 2023년 서울시 디자인산업 기본계획 연구에서 디자인 산업수요자 및 기관 인터뷰에서 ‘디자이너 데이’ 혹은 ‘디자인의 날’에 대한 수요를 확인한 바 있음

○ 산자부 및 한국디자인진흥원의 디자인의 날 제정 및 행사 등

2) 전우선. (2021.04.30). 디자인코리아뮤지엄, 한국 디자인 역사를 조망하다. 비전성남. Retrieved from : https://m.snvision.newsa.kr/13885

에 참여하여 디자인계 내부에서 디자인의 날 제정과 행사의 연속성에 대한 논의와 수요의 공감대가 형성됨

Ⅲ. 국내 · 외 우수사례

3.1. 국내 우수 사례

3.1.1. 국내 디자인의 날 우수 사례

■ (사)한국폰트협회의디자이너의 날

○ 민간 사단법인인 한국폰트협회에서 ‘디자이너의 날’을 제정하고 기념일 행사를 수행함

- 2014년부터 12월에 디자이너의 날 행사를 현재까지 매년 수행함
- 한글 폰트를 만드는 사람들이 모여 서로 감사와 격려 그리고 정보를 나누는 자리
- 기업, 기업디자이너뿐만 아니라 개인 활동 디자이너와 폰트 디자이너를 꿈꾸는 젊은이들도 참여
- 새로운 글꼴을 발표하고, 투표 등을 통하여 우수 폰트 및 디자이너 시상

[그림 2] (사)한국폰트협회의 디자이너의 날 2018년 포스터와 행사

3.1.2. 국내 타분야별 기념일 우수 사례

■ 상공의 날

○ 상공의 날(3월 셋째 수요일)은 산업통상자원부 주관으로 상공업의 진흥을 촉진하기 위하여 기념일로 지정함

- 1964년 5월 12일 제1회 ‘상공의 날’ 행사 개최
- 대한상공회의소 설립공고일인 1953년 10월 31일을 기념하기 위해 1972년 10월 31일 최초로 ‘상공인의 날’ 행사 거행

- 이후 1973년 각종 기념일 통폐합 방침에 따라 발명의 날·중소기업의 날·계량의 날·전기의 날·상공인의 날을 ‘상공의 날’로 통합하면서 날짜를 10월 31일로 정함
  - 1984년부터 매년 3월 셋째 주 수요일로 확정되어 기념식을 거행
  - ‘상공의 날’은 기념식과 공장새마을전진대회를 병행하여 거행하며, 상공업의 발전에 공로가 많은 상공인을 선발하여 포상함
  - 재외 상공인을 초청하여 다과회를 개최하고 산업시찰을 실시함

[그림 3] 2023년 ‘제50회 상공의 날’ 엠블럼과 기념식

■ 정보통신의 날

○ 정보통신의 날(4월 22일)은 과학기술정보통신부 주관으로 정보통신의 중요성과 의의를 높이고, 정보통신사업의 발전을 다짐하며, 관계 종사원들의 노고를 위로하기 위하여 기념일로 지정함

- 정부는 1956년 6월 4일, 매년 12월 4일을 ‘체신의 날’로 제정
- 1884년 12월 4일 우정총국 개설축하연의 날을 기념일로 지정
- 1967년 11월 27일 체신부는 5월 31일을 ‘집배원의 날’로 제정

- 1972년 정부는 고종황제가 우정총국 개설을 명령한 날인 1884년 4월 22일을 기념하고자 매년 4월 22일을 ‘체신의 날’로 개정
- 1973년 ‘집배원의 날’을 ‘체신의 날’에 흡수 통합함
- 1995년 정부조직법 개정으로 체신부의 명칭이 정보통신부로 변경됨에 따라 기념일도 ‘정보통신의 날’로 변경됨
- 과학기술·정보통신 진흥 유공자 등에 대한 정부포상을 통해 과학·정보통신인의 자긍심·명예심을 고양하고 대한민국 과학·디지털 미래 비전을 제시하는 행사를 개최함

[그림 4] 2023년 ‘제68회 정보통신의 날’ 포상 및 기념식

3.2. 해외 우수 사례

3.2.1. 국제 디자인의 날 우수 사례

■ 국제 디자인의 날

○ ICoD는 4월 27일을 WDD로 지정하고 기념함

- ICOGRADA는 1991년 ICOGRADA의 창립일인 1963년 4월 27일을 국제 그래픽 디자이너의 날로 선언하고 기념하기 시작함
- 1995년부터 공식적으로 세계 커뮤니케이션디자인의 날로 확장함
- 2021년 IDD(International Design Day)로 변경한 후 2024년 WDD(World Design Day)로 개명을 추진함

○ WDO는 6월 29일을 WIDD로 지정하고 기념함

- 2007년 WDO 창설 50주년을 기념하여 6월 29일을 세계 산업디자

인의 날(WIDD)로 제정함

[그림 5] 국제디자인기구 ICoD의 WDD와 WDO의 WIDD의 포스터 및 로고

■ 미국의 산업디자인의 날(National industrial design day)[3)]

○ 미국은 3월 5일을 국가디자인의 날로 지정하고 기념함

- 2015년 미국산업디자이너 협회(IDSA) 창립 50주년을 기념하여 제정함
- 2015년 첫 기념일에 미국 하원의원 Gerald E. Connolly는 “디자인은 경제에 활력을 불어넣을 뿐만 아니라 모든 면에서 우리의 삶을 개선” 한다고 선언함

[그림 6] 2022년 미국 산업디자인의 날 기념 포스터 및 행사

3) IDSA. Retrieved from : https://www.idsa.org/events/national-industrial-design-day/

■ 이탈리아의 디자인의 날

○ 이탈리아는 3월 9일을 디자인의 날로 지정하고 기념함

- 2017년 이탈리아 외교협력부가 이탈리아의 디자인 진흥을 위해 기획
- 이탈리아의 세계적인 디자이너들이 세계 주요 국가 수도를 방문해서 이탈리아의 디자인과 가구 산업, 디자인 성공 요인과 최신 트랜드를 공유하는 행사 수행

[그림 6] 2023년 이탈리아 디자인의 날 기념 포스터 및 한국 방문 행사

■ 디자인 위크/페어/페스타 형식 사례

○ 주요 디자인 선진국들은 전통적으로 디자인이 강한 도시들을 중심으로 디자인 위크/페어/페스타 형식의 축제기간 내 디자인의 날을 지정하여 기념함

○ 이탈리아의 밀라노는 4월 중에 디자인 위크로 제정함

- 1961년 목재산업연맹의 박람회로 부터 시작
- 1981년 노후화된 산업단지 재생을 위해 본격적으로 수행

○ 일본의 도쿄는 5월과 11월 중순을 디자인 페스타로 제정함

- 1994년부터 시작하여 아시아에서는 가장 큰 디자인 전시회로 발돋움함

○ 네덜란드의 아인트호벤은 10월 마지막 주를 디자인 위크로 제정함

- 2002년부터 아인트호벤시가 주관하고 지역 대표 기업들과 대학이 후원하여 수행

○ 영국의 런던은 9월 중에 디자인 페스티발(페어)를 제정함

- 2003년 창조산업과 디자인 중심지로 발돋움함을 기념하여 세계적 행사 마련

○ 독일의 베를린은 5월 중에 디자인주간을 제정함

- 2011년 제정 이후 독일 관광청주관으로 세계 주요국을 나라별 방문 홍보와 산업 교류를 수행함

○ 이외 미국의 보스톤(4월), 샌프란시스코(6월), 스웨덴의 스톡홀롬(2월), 중국의 베이징(9월) 등이 디자인 위크 내 디자인의 날 행사를 개최함

[그림 7] 상단 왼쪽부터 밀라노, 베를린, 아이트호벤의 디자인 위크와 런던 디자인 페스티발의 포스터 및 로고

■ 국·내외 디자인기념일 종합

○ 전 세계 디자인의 날 관련 기념일을 정리해 보면 아래 [표 1]과 같음

[표 1] 국·내외 디자인 데이, 위크, 페어 등 월별 일정 정리

월	행사 수	행사
1월	1	토론토 디자인 페스티벌
2월	1	스톡홀롬디자인 위크
3월	2	미국 국가 디자인의 날(5), 이탈리아 디자인의 날(9)
4월	3	세계 커뮤니케이션디자인의 날(27), 이탈리아 밀라노, 보스톤디자인 위크
5월	5	KIDP 1994 디자인의 날(2), KIDP 2020 디자인의 날(19), 베를린 디자인 주간, 도쿄 디자인 페스타, 영국 클라큰웰디자인 위크
6월	5	세계 디자인의 날(29), KIDP 2006 여성 디자인의 날(14), 샌프란시스코 디자인 위크, 디자인 상하이, 아트 바젤
7월	0	-
8월	1	시애틀 디자인페스티벌
9월	5	런던 디자인 페어, 디자인 베이징, 헬싱키 디자인위크, 파리 디자인위크, 상파울로디자인위켄
10월	7	디자인아트 도쿄, 네덜란드 디자인 위크,베이징 디자인 위크, 베네치아 디자인 위크, 피렌체 디자인 위크, 바르셀로나 디자인 위크, 디자인 필라델피아
11월	3	KIDP DK페스티발, 디자인 맨체스터, 두바이 디자인 위크
12월	5	서울디자인페스티벌, 폰트 디자이너의 날 행사, 광저우 디자인 위크, 홍콩 비즈니스오브디자인위크, 디자인 선전

3.3. 시사점

■ 디자인의 기념과 인식 확산

○ 디자인의 날의 지정은 디자인에 대한 의미와 역사를 기념하고, 다양한 계층의 사람들에게 디자인을 알리기 위해 시작

■ 디자인 문화 확산

○ 디자인의 날 관련 각종 행사를 통해 시민과 관광객들에게 디자인에 대한 관심과 사랑을 높이고, 창의적인 디자인 문화를

확산시킴

○ 디자이너들의 소통

- 디자이너, 아티스트, 프리랜서, 디자인 전문기업, 창작 및 생산기업 등의 참여를 지원하고 디자인 커뮤니티를 강화하여 상호소통을 원활히 하기 위해 시작

■ 디자인 산업의 촉진

○ 디자인 산업에서 활동하는 다양한 이해관계자들과 소통하고, 디자인/디자이너들의 성과를 국내외에 알려 디자인 산업을 촉진하려는 노력의 일환으로 시작

■ 국제적 연결

○ 디자인의 날 홍보를 통해 국내 디자이너들을 국제 산업에 진출하고 협력을 촉진하기 위하여 추진

- 이탈리아의 디자인의 날에는 산업관계자들과 대표 디자이너들이 세계 주요국가를 방문해서 이탈리아의 디자인과 가구 산업, 이탈리아 디자인 성공 요인과 최신 트랜드를 공유 및 홍보
- 베를린 디자인 주간에 독일 관광청 대표단이 각나라별 방문 및 디자인 교류협력 추진

■ 지속적인 수행

○ 국제적 연속성에 비해 국내 일부 디자인과 관련된 지정일은 단발성으로 끝나 연속성과 전통이 성립되지 않음

○ 주무부처인 산자부, 수행기관인 한국디자인진흥원과 디자인 각계각층의 관심과 디자인의 날 제정 및 운영, 행사수행을 위한 논의와 합의가 필요함

Ⅳ. 신규 사업 제안

4.1 사업 제안 및 목적

■ 한국 디자인의 날(Korean Design Day) 제정

○ 디자인 산업을 통해 국가의 경제와 국민의 문화 혁신에 이바지하고 있는 디자인 분야에 대해 산업적·사회적 인식을 높이고, 디자이너들의 창의적 역할과 기여를 공감하고 기념하기 위해, 그리고 미래 디자인 산업의 역량 강화를 위한 디자인계의 소통과 논의를 위해 '디자인(디자이너)의 날'을 제정할 것을 제안함

○ 한국디자인진흥원의 창립일인 5월 19일을 디자인의 날로 함

- 향후 위원회 구성과 기초조사, 여론조사 등을 통하여 기념일 후보안과 일정 정립이 타당함

4.2. 추진체계

■ 디자인의 날 제정을 위한 추진위원회 구성

○ 추진위원회는 디자인관련 각 학술 및 산업단체, 전문기업, 학계, 공무원 등 10인으로 구성하고 위원장을 선임함

○ 추진을 위한 운영사무국을 둘 수 있으며, 실무진 2명을 위촉함

■ 디자인의 날 제정을 위한 주무부처 협의 필요

○ 법적, 제도적 절차를 위한 사전 조사 및 계획 수립

○ 추진위원장을 중심으로 관련 부처와 접촉 및 협의

■ 상세추진 단계표

[표 2] 디자인의 날 제정의 추진체계 및 단계

추진 단계		내용
1단계	위원회 구성	추진위원회 구성 및 위촉, 활동 계획서 작성
2단계	기초 계획안 정립	디자인의 날 제정을 위한 기초 연구 기념일 성정을 위한 제반 사항 정립 정부 주무부처 협의 방안 등 수립 언론홍보 방안등 마련
3단계	여론조사	디자인의 날 제정을 위한 디자인단체, 시민 등 의견 수렴
4단계	자문 및 공청회	디자인의 날 기본계획을 수립하고 공청회 개최
5단계	디자인의 날 선포	디자인의 날 선포식 및 언론 홍보

4.3. 수혜대상

○ 디자인 산업의 핵심 종사자들

- 디자인 전문기업, 디자인 창업기업, 디자이너, 프리랜서 디자이너, 디자인 작가 등

○ 디자인 산업의 관련 종사자들

- 제작업, 생산업, 인쇄업, 시공업, 설치업, 미디어업 등

○ 디자인 대학 및 교육 분야

- 교수, 교사, 학원 강사 등

○ 디자인 활용 기업

- 대기업 및 중견, 중소기업, 소상공인 등

○ 디자인 정책기관

- 한국디자인진흥원, 정부부처, 지자체, 해외공관 등 공무 조직

4.4. 추진예산

○ 디자인의 날 제정을 위한 추진예산

[표 3] 추진예산

비목	내용	금액(원)
외원회 구성 및 활동	위원회 구성, 활동비, 자문비, 회의, 공청회, 여론조사 등	30,000,000
여론조사	사무국 구성, 6개전문위원회 설립	20,000,000
자문 및 공청회 등	연구원 구성, 연구원 모집, 운영팀구성	10,000,000
합계		**60,000,000**

4.5. 기대효과

■ 디자인 산업의 발전 촉진

○ 디자인의 날을 제정함으로써 국가는 디자인 산업의 발전을 촉진하고, 창의성과 디자인 역량을 갖춘 인재들을 육성하는 데에 기여하여 이를 수용한 경제 성장과 일자리 창출에 긍정적인 영향을 미침

■ 디자인 교육의 활성화

○ 디자인 교육 및 교육 기관에 대한 관심을 높일 수 있으며, 이를 통해 학생들이 디자인 분야에 대한 지식과 관심을 키우고, 미래에 디자인 전문가로 발전할 동기부여를 함

■ 디자인 문화의 확산

○ 디자인은 문화와 예술과도 밀접한 관련이 있으므로 국가에서 디자인의 날을 제정함으로써 문화와 예술 활동을 증진시키고, 예술가와 디자이너들의 창작 활동을 지원할 수 있음

■ 혁신과 경쟁력 강화

○ 디자인은 혁신과 경쟁력 강화에 중요한 역할을 함으로 디자

인의 날을 제정하여 디자인을 통한 혁신을 촉진하면 국내 기업과 산업의 경쟁력을 향상시키는 데에 기여할 수 있음

■ 디자이너들의 인정과 보상

○ 디자이너들의 업적과 노력을 공식적으로 인정하고 보상하여 디자이너들에게 자부심과 동기부여를 제공할 수 있으며, 디자인 분야에서 뛰어난 인재들을 유치하고 유지하는 데 도움이 됨

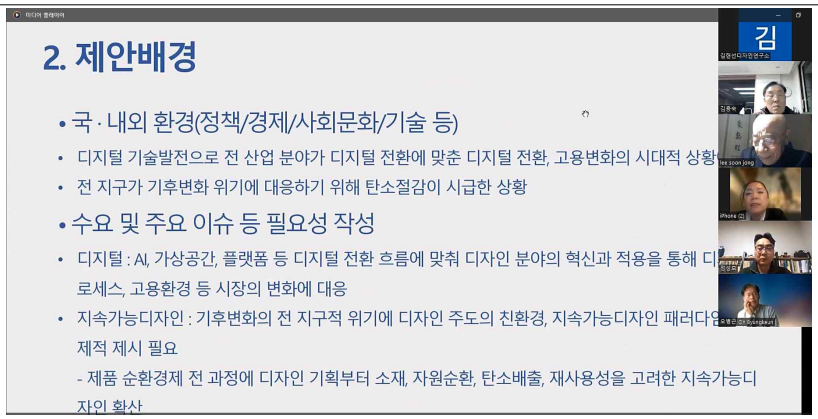
■ 국제적 위상 강화

○ 해외에서도 한국 디자인 행사를 열어, 국제적 위상을 높이고 해외 진출을 위한 교두보로 활용할 수 있으며, 디자인 위크, 페스티벌 등과 연계하여 한국디자인 문화를 체험하고 싶은 해외 관광객을 유치할 수 있음

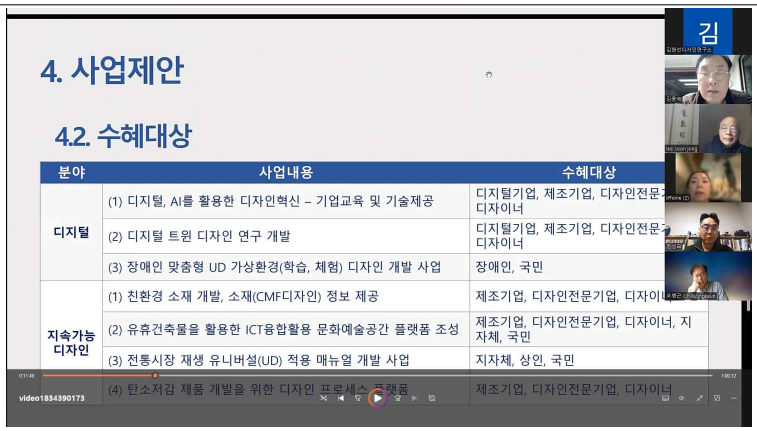
회의록

회의일시	2023년 9월 23일 오후 2시~5시	분과명	디지털·지속가능디자인 분과
회의장소	한국디자인진흥원	작성자	이세리 연구위원
참석자	김현선분과장, 이세리, 김태형, 엄경희, 박정호, 허윤정, 허혁, 권윤정		
안 건	• 점프업포럼 전체 회의 및 각 분과별 어젠다 발표 및 공유 • 1분과 어젠다 발굴 및 관련 질의 진행		
회의내용	 • 김현선분과장 1분과 어젠다 발표 - 디지털 전환을 통한 제조산업 혁신, 메타버스 활용, 스마트 시티 - 지속가능디자인으로 탄소저감 환경 이슈 대응, 기후위기 적을 솔루션 제안, 친환경 제품 개발 프로세스 제공 및 디자인 지원 • 연구원 - 메타버스는 결과에 대한 이슈가 있음, 스마트시티도 디지털과 지속가능성 논제와는 맞지 않는 것 같음		
회의내용 요지	• 발표된 내용과 논의된 내용을 토대로 2차회의에서 어젠다 심화 • 분과 연구원들이 어젠다 추가 제시 필요		
향후계획	• 분과 연구원들이 어젠다 추가 제시 • 2차회의와 추후 회의를 통해 과제 심화 계획		

회의록

회의일시	2023년 10월 6일 오후9시~11시	**분과명**	디지털·지속가능디자인 분과
회의장소	zoom 회의	**작성자**	이세리 연구위원
참석자	김현선분과장, 이세리, 김태형, 엄경희, 박정호, 허윤정, 허혁, 권윤정		
안 건	• 1분과 2차 어젠다 발굴내용 취합 및 토론 • 각 어젠다 정리 및 심화		
회의내용	 • 김현선분과장 1분과 2차 어젠다 발표(8가지 어젠다 발굴) 1) 디지털전환 (1) 디지털, AI를 활용한 디자인혁신 – 기업교육 및 기술제공 (2) 디지털 트윈 디자인 연구 개발 (3) 장애인 맞춤형 UD 가상환경(학습, 체험) 디자인 개발 사업 (4) K-한옥 (5) K-스트리트 2) 지속가능디자인 (1) 친환경 소재 개발, 소재(CMF디자인) 정보 제공 (2) 유휴건축물을 활용한 ICT융합활용 문화예술공간 플랫폼 조성 (3) 전통시장 재생 유니버설(UD) 적용 매뉴얼 개발 사업 (4) 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼		
회의내용 요지	• 2차 발굴된 어젠다 발표 • 관련 어젠다 토의를 통해 3가지로 선택과 집중 필요함 • 관련한 정책개발 내용 정리		
향후계획	• 최종 어젠다를 토대로 정책개발 심화 필요		

회의록

<table>
<tr><td>회의일시</td><td>2023년 11월 1일 오후9시~11시</td><td>분과명</td><td>디지털·지속가능디자인 분과</td></tr>
<tr><td>회의장소</td><td>zoom 회의</td><td>작성자</td><td>이세리 연구위원</td></tr>
<tr><td>참석자</td><td colspan="3">김현선분과장, 이세리, 김태형, 엄경희, 박정호, 허윤정, 허혁, 권윤정</td></tr>
<tr><td>안 건</td><td colspan="3">• 3가지 어젠다로 취합
• 어젠다 관련 정책개발을 위한 세부논의</td></tr>
<tr><td>회의내용</td><td colspan="3"> 

• 김현선분과장
1) 디지털
- AI, 디지털 트윈 디자인 연구개발
- 디자인클러스터 및 K-스트리트
2) 지속가능디자인
- ESG와 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼
• 관련 어젠다를 심화하여 정책과제 보고서 진행</td></tr>
<tr><td>회의내용 요지</td><td colspan="3">• AI, 디지털 트윈 디자인 연구개발, 디자인클러스터 및 K-스트리트, ESG와 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼으로 진행
• 관련 어젠다를 정책실현이 가능하도록 세부적으로 정리 필요</td></tr>
<tr><td>향후계획</td><td colspan="3">• 점프업포럼 보고서 마무리 및 보고서 검토</td></tr>
</table>

회의록

회의일시	2023.09.21. 20:00pm	분과명	교육혁신과 인식확산
회의장소	온라인 Zoom	작성자	오병근
참석자	김상학, 구환영, 오병근, 우영희, 이지현		
안 건	• 교육혁신과 인식확산 아젠다 주요 내용 논의 • 추가 아젠다 의견 제시		
회의내용	교육혁신과 인식확산 주요 논의 내용 1.디자인교육 혁신 -디자인-기술(digital transformation) 융합 커리큘럼 -디자인교육 학제 (단위전공 등) -산업수요 인재양성 - 취업, 현실에 맞는 단기교육프로그램 개발 등 -커리큘럼 현실성 검토 -AI 와 디자인교육 - 디자이너의 역할 소양교육 2. 디자인 연구 활용 -신기술기반 디자인방법론 -산학합동연구 / 융합디자인R&D -ESG, 미래디자인 3. 산학협력 -디자인 산학교육의 현실성 진단(디자인산학수업, 디자인인턴 등) -산학협력 플랫폼(기업-학계 지식정보공유 등) -디자인 재교육 프로그램 4. 인식확산(디자인가치 인식) - 이지현 -중견,중소기업 경영진 디자인 인식교육 -디자인교육 대중화 -초중고 디자인교육 체계		
회의내용 요지	• 디자인교육 혁신안 주요 내용안 키워드 정리 • 추가 아젠다에 대한 의견 수렴 및 작성담당 논의		
향후계획	디자인교육 혁신안 주요 아젠타 결정 및 작성 분담		

회의록

회의일시	2023.11.10. 19:30pm	분과명	교육혁신과 인식확산
회의장소	온라인 Zoom	작성자	오병근
참석자	김상학, 오병근, 우영희, 이지현		
안 건	• 교육혁신과 인식확산 추가 아젠다 의견 제시 및 논의 • 담당별 주요 아젠다 정리 내용 점검		
회의내용	■ 교육혁신 및 인식확산 확정 아젠다 1. 산업 수요 융합디자인 팩토리 교육 사업 2. 한국디자인교육원 설립 3. 대학생 디자인 재능공유 플랫폼 구축 4. 산학협동연구/융합디자인 R&D ■ 아젠다별 작성내용 검토 -제안사업(정책) 제목 -목적 필요성 -현황과 사례 -제안 내용 -기대 효과 ■ 작성내용 보완 의견 및 최종안 작성방안 논의		
회의내용 요지	• 확정 아젠다에 대한 의견 수렴 및 작성 논의 • 아젠다별 보완 의견 및 최종내용 작성방안 논의		
향후계획	디자인교육 혁신안 주요 아젠다 결정 및 작성 분담		

회의록

회의일시	2023.9.25.(월) 21:00~23:55	분과명	3분과 디자인기업혁신
회의장소	온라인회의	작성자	이인기 분과장
참석자	분과장 : 이인기 위원 : 이정화, 이태경, 김곡미, 조현미		
안 건	• 연구내용 검토 요청 • 연구비 집행 방법 토의		
회의내용	이인기 분과장 : 시간이 촉박한 관계로 일단 제가 정리한 3분과 과제 검토 요청 1. 디자인기업 스케일업 - 디자인전문기업 Segment 분석을 통한 최적화된 특화 디자인기업 육성 - 융합형 디자인정책/사업을 통한 능동적 디자인기업간의 M&A 촉진 - 우수디자인전문회사의 전면적 재정립 - 우수한 디자이너의 발굴을 통한 차세대 국가대표 디자이너로 육성 - [디자인전문기업+디자인전문기업], [디자인전문기업+기업]의 M&A활성화 2. 디자인창업 및 금융인프라 - 디자인개발을 통한 비즈니스에 대한 현장형 교육 및 체험 - 현장형 디자인교육 프로그램 개발 3. 디자인권리보호 - 일반사업체의 디자인 인식은 단순 그림으로 인식함 - 과도한 경쟁으로 인하여 불공정 거래를 감수하며 디자인개발을 수행함 - 디자인 IP에 대한 권리 강화 및 PT에 대한 합당한 대가 지불 - 산업디자인대가기준의 표준 사업비 적용 확대 제도/정책 필요 - 산업통상자원부의 강력한 대가기준 준용 정책 요구됨 -연구비 집행 내용 공유		
회의내용 요지	• 3분과 과제 검토 요청 • 연구비 집행 내용 공유		
향후계획	3분과 과제 내용 의견 수렴		

회의록

회의일시	2023.11.13. 9:00~11:50	분과명	3분과 디자인기업혁신
회의장소	온라인회의	작성자	이인기 분과장
참석자	분과장: 이인기 위원 : 김영희, 이태경, 김곡미, 조현미		
안 건	• 연구내용 검토 요청		
회의내용	이인기 분과장 : 그동안 의견 주신 내용으로 3분과 과제 최종 업데이트 내용 공유 • **국가디자인 정책** _ 한국디자인정책의 역할 변화 >제조기업 중심의 디자인 지원 탈피(융합 디자인 지원 정책) • **디자인전문기업의 체계적 육성** _ 디자인기업특화지원 및 육성 >디자인전문기업 특성 및 Seagmentation _ 글로벌 스타 디자인기업 & 디자이너 육성 >국가 대표급 육성 _ 디자인기업 M&A 활성화 >디자인전문기업 + 디자인전문기업 + 기업 • **지역별 균형 발전** _ 한국디자인진흥원 & RDC의 특화 디자인 정책 구축 >KIDP : 국가 디자인 전략/정책 수립 및 관리기관 >RDC : 디자인진흥기관별 디자인 차별화 특구 구축 • **디자인전문기업/디자이너 권리보호** _ 디자인대가기준 확산 및 적용 >적용 확산을 위한 법제화 필요 (권고보다 강력한 수준) _디자인에 대한 인식 개선 > 디자인이 산업에 미치는 중요성 홍보(민관합동)		
회의내용 요지	• 3분과 과제 최종 검토 요청		
향후계획	11월 17일 전체정례회의 전까지 3분과 과제 내용 의견 수렴		

회의록

회의일시	2023 .09. 21(목) PM.8:00	**분과명**	디자인주도의 산업.사회혁신
회의장소	온라인 회의	**작성자**	한 경 하
참석자	한경하(한국산업디자이너협회 회장)/홍만표(김현선디자인연구소 상무) 김금재(대한산업미술가협회 회장) 유은미(한국색채학회 회장) 김귀성(광주전남디자인총연합회 회장)		
안 건	• 디자인주도의 산업.사회혁신에 대한 현황(배경,사례..)및 주제에 대한 의견 교환 • 전체 일정 확인 및 중점 연구 분야 배정		
회의내용	한경하) 1. 디자인주도의 산업 및 사회혁신은 디자인 방법론을 활용하여 소비자의 잠재적 니즈(Needs)를 판단하고 미래에 필요한 제품과 서비스를 예측하여 정보를 제공하는..등의 전략을 도출해야 하지 않을까 생각함. 예를 들면 성장가능성이 큰 제조기업을 대상으로 제품 개발 전략과 디자인을 함께 지원하는 전략? → 제품의 고부가가치화 2. 가전제품 구독서비스등이 현재 대기업을 중심으로 이루어지고 있으나 중소기업도 제품의 지속가능과 고부가가치화를 위해 다양한 방법의 서비스를 접목할 수 있도록 비즈니스 모델을 개발하여야 할 필요성이 있음. 김귀성) 1. 전통시장 재개발 및 유니버설(UD) 적용 하드웨어 중심의 재개발이 아닌 서비스디자인 개념의 도입을 통한 유니버설 디자인 실현등 김금재) 1. 디자인 주도의 사회 혁신은 복잡한 사회적, 환경적 과제를 해결하기 위해 디자인 사고와 창의적 문제 해결을 활용하는 접근법으로, 사회와 지구에 긍정적인 영향을 미치는 혁신적인 해결책을 개발하기 위해 인간 중심의 디자인, 협업, 공감에 강한 강조를 두고 있음.		

	디자인 주도형 사회혁신은 사회와 환경에 긍정적인 영향을 미치는 해결책을 개발하는 데 창의성, 공감, 협업을 촉진함으로써 세상의 가장 시급한 과제를 해결하는 데 중요한 역할을 할 것임. 유은미) 1. 디자인주도의 사회혁신은 할 말이 많음. 인구고령화, 기후변화, 지역불균현, 공공분야의 사회 서비스등이 모두 디자인 주도로 새로운 방향성을 찾을 수 있겠음. 2. 디지털 사회 문제에 대해서도 생각해 볼 필요가 있음
회의내용 요지	• 디자인주도의 산업. 사회 혁신을 모두 연구하기 보다는 선택과 집중이라는 측면에서 디자인 주도의 사회혁신으로 집중 • 우선 현재의 사회적 문제들을 발굴하고 이를 디자인 주도로 해결 할 수 있는 정책을 발굴
향후계획	• 주 1회 zoom미팅을 통해 연구자료 공유. • 분과 위원의 연구 내용 공유 후 정책과제 아이디어 발굴 • 분과 오프라인 미팅 일정은 단톡방에서 확정

회의록

회의일시	2023 .11 09 (목) PM.7:00	분과명	디자인주도의 사회혁신
회의장소	온라인 회의	작성자	한 경 하
참석자	한경하(한국산업디자이너협회 회장)/홍만표(김현선디자인연구소 상무) 이종세(한국공간디자인학회 회장) 유은미(한국색채학회 회장) 서혜옥(한국디자인총연합회 부회장)		
안 건	• 디자인주도의 사회혁신 발굴정책 필터링 • 국.내외 환경분석 및 내용에 대한 검증 • 정책 수요 및 예산안		
회의내용	한경하) 1. 사회혁신은 디자인전문기업이 단독, 지속적으로 수행하기는 어려움이 있음. 2. 사회혁신을 위해 세계 각국은 다양한 방법을 통해 노력하고 있으며, 특히 "디자인"을 접목하여 사고의 차별화 등을 통해 오랜 문제들을 해결함 (ex. 지역균형발전, 기후 위기 등) 3. 사회혁신은 사회문제를 새롭고 효과적인 방법으로 해결하는 것이며 정부와 기업, 시민사회의 협력을 통해야만 성공적인 결과를 도출할 수 있다는 것을 시사하고 있었음. 4. 기기들은 계속 발전. 변화하고 있으나 이에 수반되어야 할 국민의 인식과 교통 시스템은 다소 미진, 이러한 변화에 맞추어 장애인들의 이동 환경 및 안전한 동선 개발이 반드시 필요할 것 임.→미래모빌리티 환경 대응을 위한 장애인 동선 디자인 개발 이종세) 1. 최근 이태원 압사 사고, 인도네시아 축구장 압사 사고 등 예기치 못한 각종 사고가 빈번히 발생 →압사 사고 방지 등 안전을 위한 서비스디자인개발		

	2. 국내는 물론 해외에서도 커뮤니티 비즈니스와 협동조합에 대한 관심이 더욱 더 높아지고 있음. 3. 온.오프라인의 다양한 접점을 활용한 통합서비스 시스템같은 사회문제해결 정책의 실효성과 지속성을 확보하려는 시도 유은미) 1. 지역 간 협력을 통해 디자인이 사회문제 및 도시 재생등의 역할을 수행할 수 있을 것 임. 2. 치매노인을 위한 Dream 빌리지 조성 정책은 치매인구 100만명 시대를 맞아 반드시 필요한 정책임. 시범지역 설치등으로 우선 시행하면 어떨지? 서혜옥) 1. 디자인 주도의 사회혁신을 연구하고 촉진하기 위한 연구의 컨트롤타워 구축 필요 (국가기관 내 본부단위로 설치) 2. 사회적 포용을 강화하고 소외 계층의 기회를 확대하는 정책개발 추진 3. 디지털 기기 활용 스킬 등의 기본 교육 후 디지털 기기를 활용한 일자리 창출도 고려(노인이나 소외계층)
회의내용 요지	제안된 정책중 8가지 정책 압축 • 지역균형 발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생 • 치매노인을 위한 Dream 빌리지 조성 • 미래모빌리티 환경 대응을 위한 장애인 동선 디자인 개발 • 압사사고 방지 등 안전을 위한 서비스디자인개발 • 초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영 • “디자인으로 사회혁신, 협동조합” 육성 • 디지털 약자를 위한 디자인시범사업 • “사회혁신디자인센터” 구축
향후계획	• 8개의 제안정책 중 차후 토론에서 3개 정책으로 선별 • 최종 보고서를 위해 자료 압축 및 검증 • 정책의 예산안에 대한 최종 검증 • 11월 말까지 자료 보완 및 최종 보고서 완료

회의록

회의일시	2023 .09. 18(월) PM.19:00	**분과명**	디자인 해외 활성화
회의장소	Zoom 회의	**작성자**	김윤배
참석자	1차 회의 : 김윤배, 나건, 고정훈, 김종욱 , 유윤호, 황만석		
안 건	• 디자인 해외 활성화에 대한 현황 및 주제에 대한 의견 교환 • 연구 일정 확인 및 중점 연구 분야 산정 및 연구위원 선임 • 분과 아젠다에 대한 토론(1인당 5페이지로 제안)		
회의내용	1. 분과 위원들의 아젠다를 요약 정리함 2. 연구위원으로 고정훈 부회장을 선정 3. 디자인해외 활성화에 대한 아이디어를 격식없이 자유롭게 제안해 줄 것(1인당 5페이지로 제안) 4. 9월 23일 12시 분과위원장회의에서 아젠다를 취합하이 그 안에 개인별 의견을 보내줄 것 5. 예산은 분과별 배정에 따라 총연의 결정에 따라 배분할 것임		
회의내용 요지	• 분과 연구위원 선정 • 아젠다를 자유롭게 제안 할 것(1인당 5페이지로 제안)		
향후계획	• 2차 회의도 zoom미팅을 통해 진행 • 개인별로 좋은 아이디어는 언제라도 보내줄 것		

회의록

회의일시	2023 .10. 03(화) PM.21:00	**분과명**	디자인 해외 활성화
회의장소	Zoom 회의	**작성자**	김윤배
참석자	2차 회의 : 김윤배, 백진경, 고정훈, 김종욱 , 유윤호, 황만석, 차강희		
안 건	• 5분과 디자인 해외 활성화 방안을 개별 제안에 따라 정책 자료로 토론		
회의내용	1. 김윤배 : 해외진출 관련 전략 제언 글로벌 ESG 디자인 평가체제 도입 KOTRA, KOICA와 협력으로 디자인 해외 진출 모색 2. 유윤호 : DESPA 2024 세부계획 제안 3. 백진경 : ODA에 협력으로 디자인 해외 활성화 방안 마련 4. 고정훈 : 디지털 제품 여권(DPP) 도입 제안 5. 김현선 회장께서 각분과별 예산 배정내용을 공고했고, 분과별 배정은 오병근 교수가 정하도록 했음		
회의내용 요지	• 제안 내용을 수정보완하여 정책자료로 정리		
향후계획	• 10월 26일 K-디자인 점프업 포럼 회의자료가 있으니 그전에 발표자료 제출 • 3차 Zoom회의를 개최하고자 하오니 개별의견 컨펌 요청		

회의록

회의일시	2023 .12. 8(금) PM.21:00	**분과명**	디자인 해외 활성화
회의장소	Zoom 회의	**작성자**	김윤배
참석자	3차 회의 : 김윤배, 나건, 고정훈, 김종욱 , 유윤호, 황만석		
안 건	• 디자인 해외 활성화 전략 5개 안건중 3개로 축소 제안		
회의내용	1. 우수디자인 제품 글로벌 수출지원 2. 국내외 디자인 협력으로 기업 해외 진출 3. ODA 사업의 디자인 적극 도입 위 세가지로 사업제안을 축소하고 보고서 작성		
회의내용 요지	• 5개안에서 3개안으로 축소		
향후계획	• 보고서 작성 분담 및 컨펌		

회의록

회의일시	2023. 9. 23.(토) 12:30~	**분과명**	1차 분과위원장 회의
회의장소	차이797	**작성자**	권윤정 사무국장
참석자	이순종_자문위원장, 김현선_1분과 위원장, 오병근_2분과 위원장, 이인기_3분과 위원장, 한경하_4분과 위원장, 김윤배_5분과 위원장, 정성모 총괄연구위원		
안 건	• 향후 진행 일정 논의		
회의내용	• 각 분과별로 위원들 회의 진행하여 어젠더발굴하여 디자인정책발굴이 페이퍼플랜으로 그치지 않고 현실화 실천 될 수 있도록 노력하기로 함. • 최종 11월 1일(수) 디자인코리아2023 행사에서 분과별 연구내용 발표하기로 함. • 향후 일정 1. 각 분과별로 자체 회의 진행하기로 함 2. 10월 6일(금) 전체 Zoom으로 개최하여 분과별 어젠다 발표 3. 10월 19일(목) 오후 3시, KIDP에서 분과별 발표 4. 발표결과를 분과위원장 모임에서 검토하여 분과별 최종 3개 과제씩 도출하여 정리 5. 11월 1일(수) 디자인코리아2023에서 발표 - 분과별 정책과제 발굴 - 디자인 전체의 관점에서 정책과제 발굴 6. 용역완료일까지 보완하여 성과품 작성		
회의내용 요지	• 11월 1일(수) 디자인코리아2023에서 정책연구내용 발표 • 10월 19일(목) 오후 3시~, KIDP 회의장소 확보 필요		
향후계획	위와 같음.		

회의록

회의일시	2023. 11. 15.(수) 21:30~	**분과명**	2차 분과위원장 회의
회의장소	Zoom 회의	**작성자**	권윤정 사무국장
참석자	이순종_자문위원장, 김현선_1분과 위원장, 오병근_2분과 위원장, 한경하_4분과 위원장, 김윤배_5분과 위원장, 정성모 총괄연구위원		
안 건	• 분과별 어젠다 공유 및 정리		
회의내용	• '디자인의 날' 제정을 위해 구체적인 계획 및 일정을 정하여 빠른 시일내에 추진해야 함. • 각 분과별 중복된 어젠다를 연구부문, 교육부분, 산업부분, 사회부분, 제도부분으로 체계를 잡고 구분하여 내용을 정리할 필요가 있음. • 각 분과별 어젠다가 정리가 되면 우선순위로 추진해야 할 것, 장기적으로 추진해야 할 것 등을 분리하여 정리할 필요가 있음. • 과제별로 제안배경, 우수사례, 제안목적, 추진방법, 예산(안)이 명시가 되어야 함. • 11월 17일 제3차 전체정례회의에서는 영역과 영역에 해당되는 세부 프로그램을 정리하는 회의가 되어야 할 것. • 12월 14일(목) 디총 정기총회에서 연구결과를 발표하기로 함. • 협약 만료일인 11월 30일까지 결과보고서 초안 작성함.		
회의내용 요지	• 중복되는 각 분과 어젠다를 체계에 맞춰서 정리함.		
향후계획	• 11월 17일(금) 제3차 전체정례회의 개최		

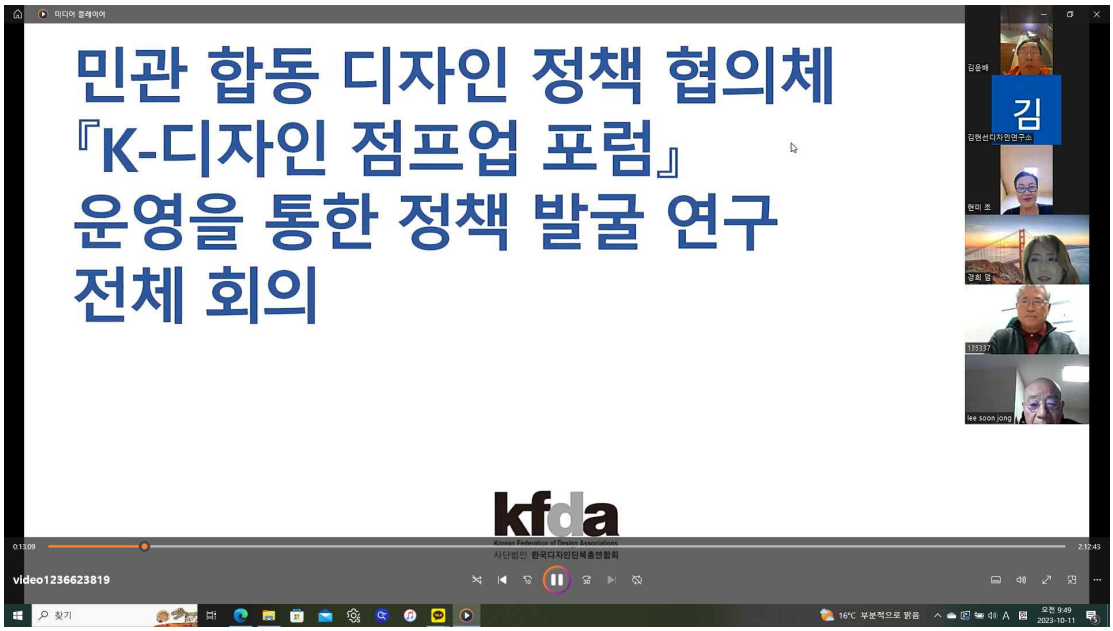
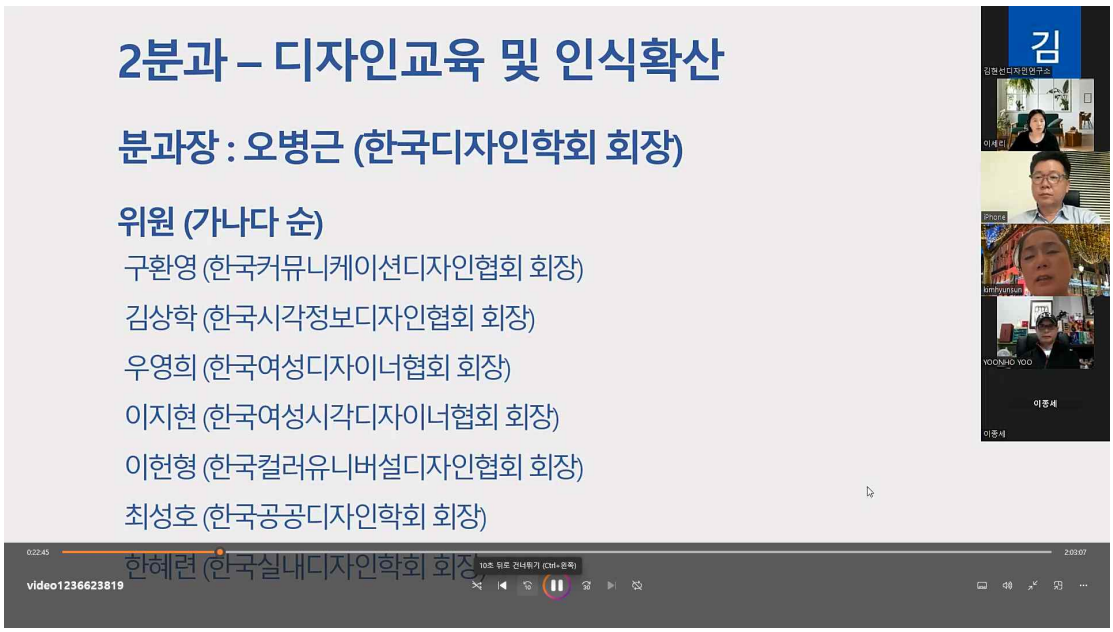
분과별 제안 사업안 정리 11.16.

분과	구분	사업명	기타
1분과 디지털·지속가능 디자인	디지털 전환	디지털, AI를 활용한 디자인혁신 - 기업교육 및 기술제공	
		디지털 트윈 디자인 연구 개발	
		장애인 맞춤형 UD 가상환경(학습, 체험) 디자인 개발 사업	
	지속가능	친환경 소재 개발, 소재(CMF디자인) 정보 제공	
		유휴건축물을 활용한 ICT융합활용 문화예술공간 플랫폼 조성	
		전통시장 재생 유니버설(UD) 적용 매뉴얼 개발 사업	
		탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼	
2분과 디자인교육 및 인식확산		산업 수요 융합디자인 팩토리 교육모델 구축	
		신기술디자인 융합 R&D연구센터 구축	
		한국디자인교육원 설립	
		디자인전공 대학생 작품 플랫폼 구축	
3분과 디자인 기업혁신	국가디자인 정책	제조기업 중심의 디자인 지원 탈피 > 융합 디자인 지원 정책	
	디자인전문기업의 체계적 육성	디자인기업 특화 지원 및 육성 > 디자인 전문기업 특성 및 Segmentation 글로벌 스타 디자인기업 & 디자이너 육성 > 국가 대표급 육성 디자인기업 M&A 활성화 > 디자인전문기업 + 디자인전문기업 + 기업	
	디자인 전문기업/ 디자이너 권리보호	디자인대가기준 확산 및 적용 > 적용 확산을 위한 법제화 필요(권고보다 강력한 수준) 디자인에 대한 인식 개선 > 디자인이 산업에 미치는 중요성 홍보(민관합동)	
	지역별 균형 발전	한국디자인진흥원 & RDC의 특화 디자인 정책 구축 >KIDP : 국가디자인 전략/정책 수립 및 관리기관 >RDC : 디자인진흥기관별 디자인 차별화 특구 구축	
4분과 디자인 주도의 산업·사회혁신	사회 혁신	지역균형 발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생	
		치매노인을 위한 Dream 빌리지 조성	
		미래모빌리티 환경 대응을 위한 장애인 동선 디자인 개발	
		압사사고 방지 등 안전을 위한 서비스디자인개발	
		초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영	
		“디자인으로 사회혁신, 협동조합 " 육성	
		디지털 약자를 위한 디자인시범사업	
		“사회혁신디자인센터” 구축 (한국디자인진흥원 내 본부단위로 시범 운영)	
5분과 디자인 해외 활성화	디자인 해외 진출 활성화 전략	우수디자인 제품 글로벌 수출지원	
		국내외 디자인 협력으로 기업 해외 진출	
		ODA 사업의 디자인 적극 도입	
		국제인증 ESG디자인 표준화 및 디지털 제품 여권(DPP-Digital Product Passport)도입 제안	
이순종/정성모		대한민국 국가디자인위원회 설립	
		디자인의 날	

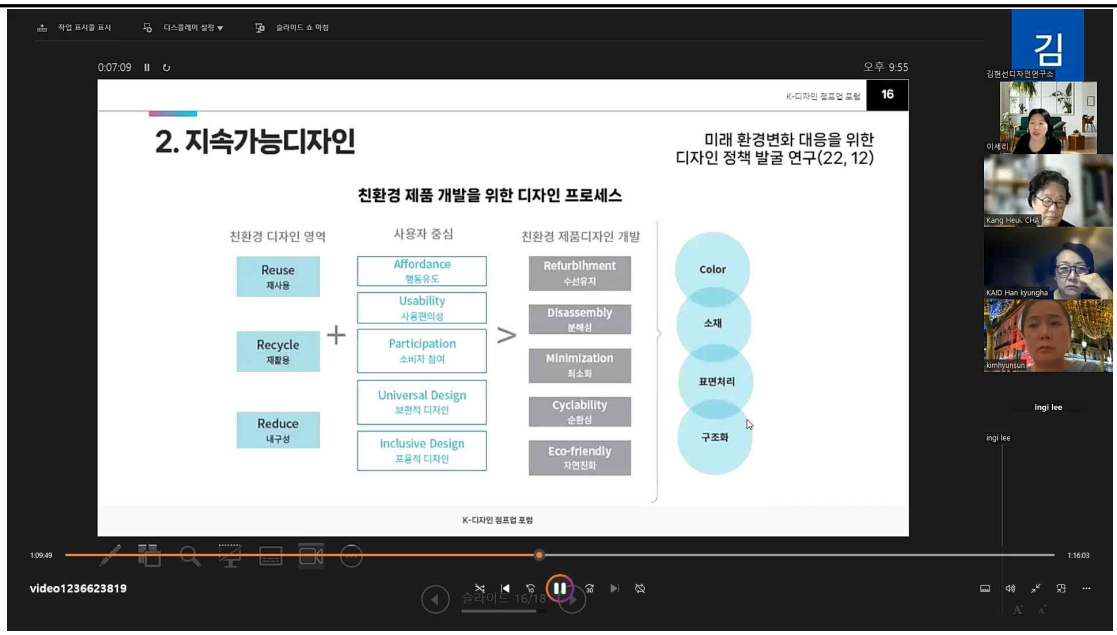
회의록

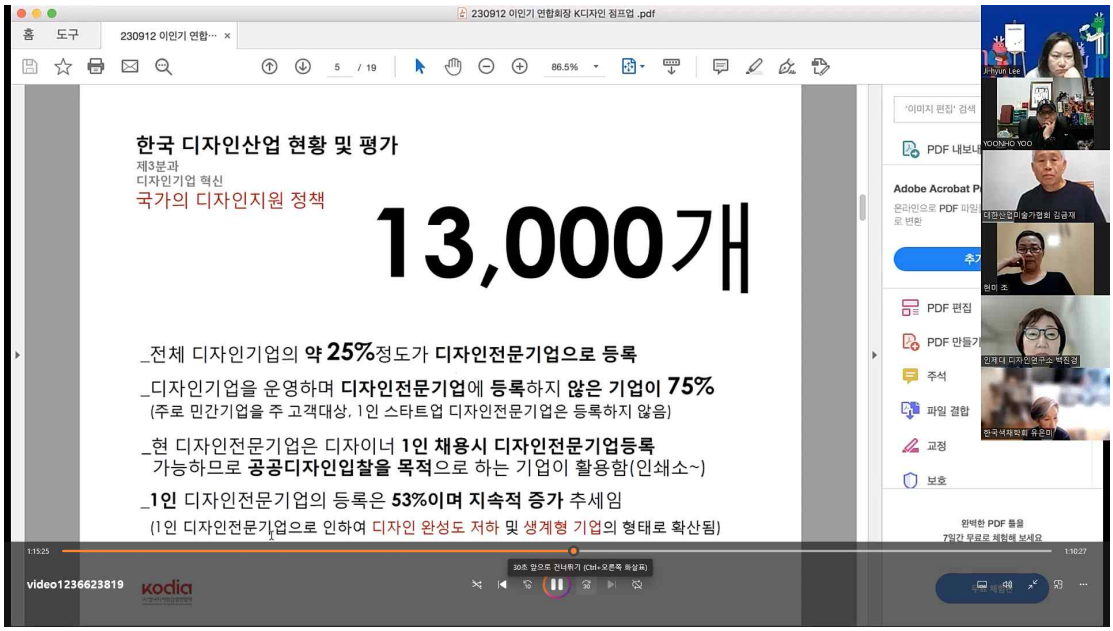
회의일시	2023. 10. 6.(금) 21:00~23:55	**분과명**	1차 전체 정례 회의
회의장소	Zoom 회의	**작성자**	권윤정 사무국장
참석자	붙임 참고		
안 건	• 분과별 어젠다 개발 현황 공유 • 위원별 의견 개진		
회의내용	• 분과별 연구현황 - 1분과 : 디지털(AI, 메타버스 플랫폼) 지속가능디자인(디자인 활용을 통한 탄소 저감 등 환경 이슈에 대응하는 방안, 기후 위기 적응 솔루션 제한환경 제품 개발 프로세스 디자인 지원 개념) 기타의견 : AI, 메타버스 보다는 디지털 트윈으로 용어 정리 필요. - 2분과 : 디자인 교육의 혁신, 디자인 연구의 활용, 산학 협력, 디자인 가치 인식 - 3분과 : 디자인기업 스케일업, 디자인창업 및 금융인프라, 디자인 권리보호 - 4분과 : 분과명을 변경하여 아젠다 도출 범위 축소(디자인주도의 사회혁신) - 5분과 : 정책안 취합 중 • 각 분과 아젠다 작성 형식의 통일 필요 • '디자인의 날' 또는 '디자이너의 날' 제정의 배경과 목적과 방향을 연구하여 안을 제시		
회의내용 요지	• 11월 1일(수) 디자인코리아2023에서 정책연구내용 발표 • 2차 전체 정례회의 : 10월 17일(화) 또는 26일(목) 오후 3시~ KIDP 지하1층 DK캠퍼스		
향후계획	위와 같음.		

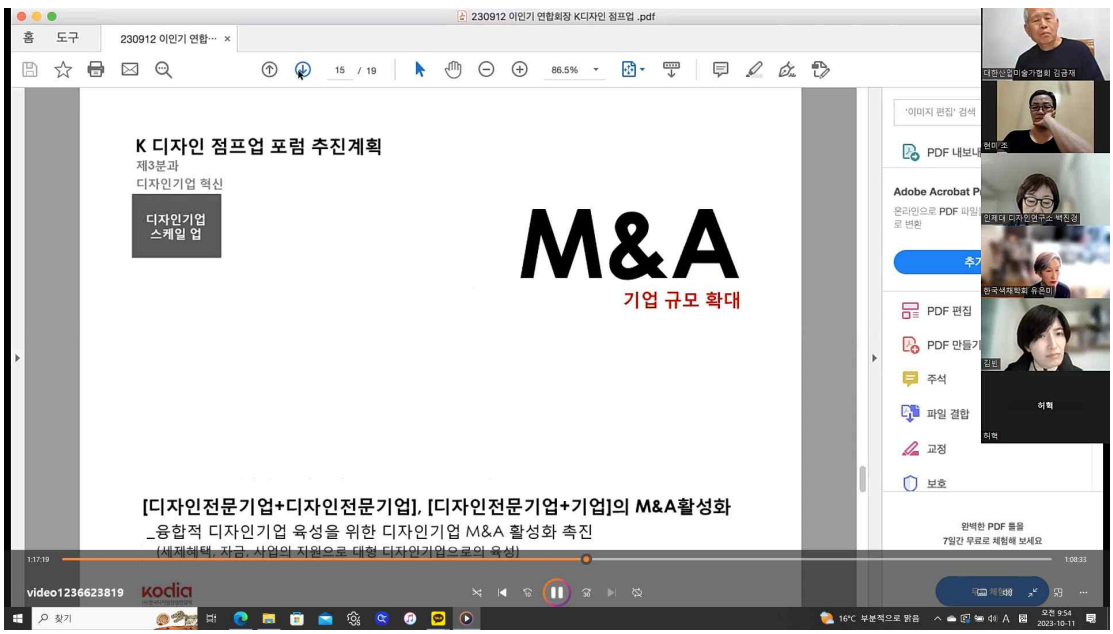
붙임1. 1차 전체 분과 회의 참석자 및 회의사진

참석자	이순종 자문위원장 1분과 분과장 김현선 / 위원 : 김빈, 엄경희, 이세리, 허혁 2분과 분과장 오병근 / 위원 : 이지현 3분과 분과장 이인기 / 위원 : 이정화, 이태경, 조현미 4분과 분과장 한경하 / 위원 : 김귀성, 김금재, 유은미, 이종세 5분과 위원 : 백진경, 유윤호, 차강희 정성모 총괄연구위원, 권윤정 사무국장
회의 사진	 

회의 사진


2. 지속가능디자인
미래 환경변화 대응을 위한 디자인 정책 발굴 연구(22, 12)
친환경 제품 개발을 위한 디자인 프로세스
친환경 디자인 영역
사용자 중심
친환경 제품디자인 개발
Reuse 재사용
Recycle 재활용
Reduce 내구성
Affordance 행동유도
Usability 사용편의성
Participation 소비자 참여
Universal Design 보편적 디자인
Inclusive Design 포용적 디자인
Refurbishment 수선유지
Disassembly 분해성
Minimization 최소화
Cyclability 순환성
Eco-friendly 자연친화
Color
소재
표면처리
구조화
K-디자인 점프업 포럼
video1236623819


230912 이인기 연합회장 K디자인 점프업 .pdf
한국 디자인산업 현황 및 평가
제3분과
디자인기업 혁신
국가의 디자인지원 정책
13,000개
_전체 디자인기업의 약 25%정도가 디자인전문기업으로 등록
_디자인기업을 운영하며 디자인전문기업에 등록하지 않은 기업이 75%
(주로 민간기업을 주 고객대상, 1인 스타트업 디자인전문기업은 등록하지 않음)
_현 디자인전문기업은 디자이너 1인 채용시 디자인전문기업등록
가능하므로 공공디자인입찰을 목적으로 하는 기업이 활용함(인쇄소~)
_1인 디자인전문기업의 등록은 53%이며 지속적 증가 추세임
(1인 디자인전문기업으로 인하여 디자인 완성도 저하 및 생계형 기업의 형태로 확산됨)
video1236623819
kodia


230912 이인기 연합회장 K디자인 점프업 .pdf
K 디자인 점프업 포럼 추진계획
제3분과
디자인기업 혁신
디자인기업 스케일 업
M&A
기업 규모 확대
[디자인전문기업+디자인전문기업], [디자인전문기업+기업]의 M&A활성화
_융합적 디자인기업 육성을 위한 디자인기업 M&A 활성화 촉진
(세제혜택, 자금, 사업의 자원으로 대형 디자인기업으로의 육성)
video1236623819
kodia

회의록

회의일시	2023. 10. 26.(목) 15:00~18:00	분과명	2차 전체 정례 회의
회의장소	코리아디자인센터 DK캠퍼스	작성자	권윤정 사무국장
참석자	붙임 참고		
안 건	• 분과별 어젠다 개발 현황 공유 • 위원별 의견 개진		
회의내용	• 분과별 연구현황 **1분과 : 디지털지속가능디자인** 1) 디지털전환 - 디지털, AI를 활용한 디자인혁신 – 기업교육 및 기술제공 - 디지털 트윈 디자인 연구 개발 - 장애인 맞춤형 UD 가상환경(학습, 체험) 디자인 개발 사업 2) 지속가능디자인 - 친환경 소재 개발, 소재(CMF디자인)정보 제공 - 유휴건축물을 활용한 ICT융합활용 문화예술공간 플랫폼 조성 - 전통시장 재생 유니버설(UD) 적용 매뉴얼 개발 사업 - 탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼 **2분과 : 디자인교육 및 인식확산** 1) 디자인교육 혁신 지원 - 디자인교육 혁신 지원 2) 디자인연구활용 - 신기술 디자인방법론 - 산학합동연구/융합디자인R&D - ESG, 미래디자인 3) 산학협력 - 디자인 산학교육의 현실성 진단(디자인산학수업, 디자인인턴 등) - 산학협력 플랫폼(기업-학계 지식정보공유 등) - 디자인 재교육 프로그램 4) 디자인 가치 인식 확산 - 벤처·중소·중견·대기업 경영진 디자인 가치 인식 교육 **3분과 : 디자인기업혁신** 1) 디자인기업 스케일업 - 디자인전문기업 Segment 분석을 통한 최적화된 특화 디자인기업 육성 - 융합형 디자인정책/사업을 통한 능동적 디자인기업간의 M&A 촉진 - 우수디자인전문회사의 전면적 재 정립 - 우수한 디자이너의 발굴을 통한 차세대 국가대표 디자이너로 육성 - [디자인전문기업+디자인전문기업], [디자인전문기업+기업]의 M&A활성화		

회의내용	2) 디자인창업 및 금융인프라 - 디자인개발을 통한 비즈니스에 대한 현장형 교육 및 체험 - 현장형 디자인교육 프로그램 개발 3) 디자인권리 보호 - 일반사업체의 디자인 인식은 단순 그림으로 인식함 - 과도한 경쟁으로 인하여 불공정 거래를 감수하며 디자인개발을 수행함 - 디자인 IP에 대한 권리 강화 및 PT에 대한 합당한 대가 지불 - 산업디자인대가기준의 표준 사업비 적용 확대 제도/정책 필요 - 산업통상자원부의 강력한 대가기준 준용 정책 요구됨 **4분과 : 디자인주도의 산업 . 사회혁신** 1) ESG디자인 주도의 산업 . 사회혁신사업 2) 서비스디자인(사용자경험디자인)산업주도의 산업. 사회혁신사업 **5분과 : 디자인 해외 활성화 전략** 1) 우수 디자인 제품 글로벌 수출지원 2) 국내외 디자인 협력으로 기업 해외 진출 3) ODA 사업의 디자인 적극 도입 4) 국제인증 'ESG 디자인 평가 체제' 표준화 제안 5) 디지털제품여권(DPP-DigitalProductPassport)도입제안 **기타** 1) 대한민국 국가디자인위원회 설립 - 중장기 국가디자인 발전 정책 수립 및 각 정부 부처의 정책심의 조정 및 평가 - 대통령직속, 산업자원부 소속 - 6개의 전문위원회와 2개의 부속기관 설치 2) 디자인(디자이너)의 날 제정 - 디자인의 기념과 인식 확산 - 디자인 문화 확산 - 디자이너들의 소통 - 디자인 산업의 촉진 - 국제적 연결 - 지속적인 수행
회의내용 요지	• 11월 말~12월 초 <K-디자인 점프업 포럼>에서 정책연구내용 발표
향후계획	• 3차 전체 정례회의 : 11월 17일(금) 오전 10시~ 개최 예정

붙임1. 3차 전체 정례 회의 참석자 및 회의사진

참석자	이순종 자문위원장 1분과 분과장 김현선 / 위원 : 이세리 2분과 분과장 오병근 / 위원 : 이지현 3분과 분과장 이인기 / 위원 : 김영희, 김곡미, 이태경, 조현미 4분과 분과장 한경하 5분과 분과장 김윤배 / 위원 : 김종욱, 유윤호 정성모 총괄연구위원, 권윤정 사무국장
회의 사진	

회의 사진	

회의록

회의일시	2023. 11. 17.(금) 10:00~11:50	**분과명**	3차 전체 정례회의
회의장소	코리아디자인센터 DK캠퍼스	**작성자**	권윤정 사무국장
참석자	이순종 자문위원장 1분과 분과장 김현선 / 엄경희 2분과 분과장 오병근 3분과 분과장 이인기 / 위원 : 김영희, 김곡미, 이태경 4분과 분과장 한경하 5분과 분과장 김윤배 / 위원 : 차강희		
안 건	• 분과별 어젠다 공유 및 정리 • 위원별 의견 개진		
회의내용	• 분과별 주제를 교육, 연구, 산업, 사회혁신, 제도, 국제화로 구분하여 체계적으로 정리함.(붙임 참고)		
회의내용 요지	• 분과주제 및 사업안 정리하여 확정함.		
향후계획	• 12월 14일(목) 디총 정기총회서 연구결과 발표함.		
회의사진			

붙임. 분과별 제안 사업안 정리 11.17.

분과	구분	사업명	기타
1분과 신기술·지속가능 디자인 연구	디지털 전환	**디지털, AI를 활용한 디자인혁신 - 기업교육 및 기술제공**	
		디지털 트윈 디자인 연구 개발	
		장애인 맞춤형 UD 가상환경(학습, 체험) 디자인 개발사업	
	지속가능	**친환경 소재 개발, 소재(CMF디자인) 정보 제공**	
		유휴건축물을 활용한 ICT융합활용 문화예술공간 플랫폼 조성	
		전통시장 재생 유니버설(UD) 적용 매뉴얼 개발	
		탄소저감 제품 개발을 위한 디자인 프로세스 플랫폼	
2분과 디자인교육 및 인식확산		**산업 수요 융합디자인 팩토리 교육모델 구축**	
		신기술디자인 융합 R&D연구센터 구축	1분과 이전
		한국디자인교육원 설립	
		디자인전공 대학생 작품 플랫폼 구축	
3분과 디자인 산업혁신	국가디자인 정책	**제조기업 중심의 디자인 지원 탈피 > 융합 디자인 지원 정책**	6분과 이전
	디자인전문기업의 체계적 육성	**디자인기업 특화 지원 및 육성 > 디자인 전문기업 특성 및 Segmentation 글로벌 스타 디자인기업 & 디자이너 육성 > 국가 대표급 육성** **디자인기업 M&A 활성화 > 디자인전문기업 + 디자인전문기업 + 기업**	
	디자인 전문기업/ 디자이너 권리보호	**디자인대가기준 확산 및 적용 > 적용 확산을 위한 법제화 필요(권고보다 강력한 수준)** **디자인에 대한 인식 개선 > 디자인이 산업에 미치는 중요성 홍보(민관합동)**	2분과 이전
	지역별 균형 발전	**한국디자인진흥원 & RDC의 특화 디자인 정책 구축** **>KIDP : 국가디자인 전략/정책 수립 및 관리기관** **>RDC : 디자인진흥기관별 디자인 차별화 특구 구축**	6분과 이전
4분과 디자인 주도의 사회혁신	사회 혁신	**지역균형 발전을 위한 초지역 생활권 형성 및 도시재생**	
		치매노인을 위한 Dream 빌리지 조성	
		미래모빌리티 환경 대응을 위한 장애인 동선 디자인 개발	
		압사사고 방지 등 안전을 위한 서비스디자인개발	
		초고령사회 대응을 위한 생활실험실 운영	
		"디자인으로 사회혁신, 협동조합 " 육성	
		디지털 약자를 위한 디자인시범사업	
		"사회혁신디자인센터" 구축 (한국디자인진흥원 내 본부단위로 시범 운영)	
5분과 디자인 해외 활성화	디자인 해외 진출 활성화 전략	**우수디자인 제품 글로벌 수출지원**	
		국내외 디자인 협력으로 기업 해외 진출	
		ODA 사업의 디자인 도입	
		국제인증 ESG디자인 표준화 및 디지털 제품 여권(DPP-Digital Product Passport)도입	
6분과 디자인 시스템 인프라 구축		**대한민국 국가디자인위원회 설립**	
		디자인의 날 제정	
		디자인상, 인증제, 통합페어, 디자인포럼 재정립	