

Industrial Design

산업디자인

INDUSTRIAL DESIGN

I45/3.4

*Product
Visual
Environment
Display
Fashion
Photo*

테마기획 · 지방의 산업디자인



제3회 산업디자인의 날, 5월 2일



산업디자인개발원



INTERPACK

뒤셀돌프 포장기자재전

매 3년마다 개최되는 세계 최대의 포장기자재전이 독일 뒤셀돌프에서 개최되며, 같은 시기에 이웃도시 에센에서 METPACK(금속포장재전)이 개최됩니다. 전세계의 포장 관련 산업이 한자리에 전시되고 무역상담되는 기회를 이용하여 새로운 산업 정보의 취득과 도약의 계기를 삼으십시오.

뒤셀돌프 INTERPACK 개요	에센 METPACK 개요
개최장소 : 뒤셀돌프 개최시기 : 1996. 5. 9~5. 15 전시품목 : 포장재료, 보조재료, 중간재 포장생산설비, 기계, 가공기기 보조기자재, 포장디자인기술 인쇄기술 등 포장산업 전반	개최장소 : 에센 개최시기 : 1996. 5. 7~5. 11 전시품목 : Box 제작용장비, 악세사리 바텔, 튜브제작기기 등 금속포장산업 전반

참관 제 1 안

집중 박람회 참관 6일('96. 5. 8~5. 13)

서울-뒤셀돌프 5일-기내-서울

이용항공 : KAL, 전시장에서 20km 근접한 1급 호텔 WIESDORFER PLATZ 8
 이용, 전문 안내원의 현지 안내

참관경비 : 1인당 154만원(입장료 포함) * 1박 연장시 14만원 추가

참관 제 2 안

박람회 참관 및 유럽(브뤼셀, 파리) 관련시장조사답사 6일('96. 5. 11~5. 16)

서울-뒤셀돌프 3일-브뤼셀-파리 2일-기내-서울

이용항공 : KAL, 편리한 호텔과 전문 안내원의 현지 안내

참관경비 : 1인당 159만원(입장료 포함)

* 대한항공 취항지에서 행사 후 개별 귀국 가능

참관신청 및 문의처 : 해외산업전시회 참관안내 전문 여행사

(주) 한 중 여 행 사

대표이사 김 연 근 담당 : 전시1과 정윤희, 김주선, 김보경

전 화 : (02) 720-7733 팩 스 : (02) 720-0606

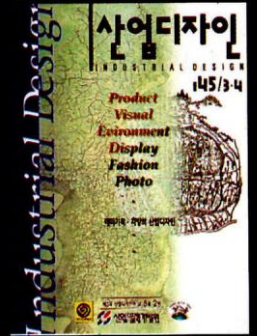
산업디자인

INDUSTRIAL DESIGN

145/3·4

C O N T E N T S

디자인 프로그	2	단군사상의 비주얼 아이덴티티, 원(圓)·방(方)·각(角) / 김대곤
테마기획	4	지방의 산업디자인
	6	지방의 산업디자인 실태와 활성화 방안
	7	남부(부산, 경남)지역의 디자인 현황과 지방디자인계의 발전 방향 / 이수봉
	12	서부(광주, 전남·북)지역의 디자인 현황과 지방디자인계의 발전 방향 / 박종운
	14	대구, 경북 지역의 디자인 현황과 발전 방향 / 배인호
	17	지역산업과 디자인 발전의 근간이 되는 지방기업의 디자인실 운영 / 최연택
	20	지방의 공인산업디자인전문회사 / 편집실
	22	산업디자인의 지방화, 국제화를 위해 뛰다! / 디자인아카데미
	24	일련의 개발과정을 입체적으로 연계! / 에스·이·디자인
	26	디자인계의 최고를 추구하는 프로정신으로 ... / 에이스디자인
	28	총합합리화 기법을 디자인에 적용! / 위드
	30	사물의 아름다움을 가장 아름답게 표현한다! / (주)금강디자인산업
	32	현실적 요구와 고객만족을 최우선으로 ... / (주)씨엔아이
포커스 인터뷰	34	세계적 명성을 획득하는 살아있는 디자인교육 추구 - 올리히 부란트 / 편집실
산업디자인 성공사례	36	사용자환경을 고려한 자동차 페달 조절장치 - (주)오토매니아 / 편집실
해외 산업디자인	40	전통과 최첨단이 조화된 균형있는 디자인 교육 - RISD / 문선옥
	45	코드와 메세지, 커뮤니케이션의 새로운 모습 / 김재홍
	46	미국 산업디자인회사 베스트 40의 부상하는 디자이너들 / 김병철
	50	디자인 컨설팅사, 컨티넨트의 성공전략 / Ottagono
산업디자인 정보	54	조명속에 숨겨진 한국의 빛 - '96 서울국제조명산업전 / 편집실
연구논단	57	기업내 제품디자인의 교육에 관한 연구 / 최대석
디자인 벤치	66	영어유머 한마디
디자인 인포메이션	67	산업디자인 관련 전시일정('96.10 ~ '96.12)
산업디자인 뉴스	78	디자인 동서남북
	81	KIDP 소식



산업디자인의 국제화·세계화 시대에 지방의 산업디자인이 보다 활성화되길 기대하며 이번호에는 '지방의 산업디자인'을 테마기획으로 꾸며보았다. (표지디자인/유승용)

정기간행물
산업디자인 통권 제145호

발행처
산업디자인개발원

발행겸 편집인
유오민

외부자문위원
주승 윤지홍 김태호

내부자문위원
신동우 오국영

편집장
구민희

책임기자
김주미

편집 취재
김광희

발행일
1996년 3월 31일

본원
서울특별시 중로구 연건동
128-8
Tel. 708-2065

시험공장
서울특별시 금천구 가산동 50
Tel. 856-6104

부산지부
부산시 북구 학장동 261-8
Tel. 314-8485~7

등록번호
마-599호

등록일자
1971년 1월 14일

인쇄 제본
삼성출판사(주) 김진용

사식 레이아웃
신영기획·신영

본지는 한국 도서 윤리위원회의
집지윤리 실천광령을 준수합니다.

단군사상의 비주얼 아이덴티티



김대곤 /
한국경제신문 편집기획위원 겸 마케팅실장

요즘 기업의 사활이 산업디자인에 달렸다는 말이 여기저기서 나오고 있다. 기술력은 이제 어느 정도 평준화되어 있는 수준이어서 자사 제품의 우월성을 나타낼 수 있는 요소는 아무래도 독창적인 아이디어에 의한 디자인에 의해 판가름난다는 말이다.

여기서 특히 유념해야 될 것은 디자인은 독창적이어야 한다는 것. 달리 말하면 모방이 아닌 원형(Originality)이어야 제 값을 한다는 것이다. 그간 우리나라의 각종 산업제품이 디자인적 요소가 없었던 것은 아니지만 대개가 외국제품의 모조품이 주종을 이루고 있었기 때문에 세계시장에서 제 값을 받지 못하는 아픔이 있어왔던 것이다.

그렇다면 우리에게 디자인에 대한 소질이나 배경이 없단 말인가?

필자는 아니라고 본다. 디자인이 뛰어난 나라가 어디냐고 질문하면 대개의 사람들은 으레 프랑스나 이태리를 먼저 연상하게 된다. 그렇다면 왜 이들 프랑스나 이태리가 디자인력이 뛰어난가. 여러가지 요인이나 역사적 배경이 있겠지만 필자가 생각하기엔 뭐니뭐니해도 이들 나라들은 장구한 역사 속의 문화가 있어왔기 때문이다. 문화는 사상적 배경도 포함하고 있다.

그런데 우리나라는 어떤가. 우리 역시 반만년의 장구한 역사를 자랑하고 있고 찬란한 문화유산을 가지고 있지 않는가. 그럼에도 불구하고 왜 우리는 디자인력이 뒤떨어진단 말인가. 결론은 간단하다. 우리에게 우리가 갖고 있는 원형(原型)이 무엇인지 제대로 파악하지 못하고 있기 때문이다. 아니 그보다도 우리는 어쩌면 고의적으로 우리의 원형을 외면하고 묻어두려는 문화적 열등감 속에서 헤어나지 못하고 있었던 지도 모른다.

일본은 비록 정치, 군사적으로 서양세계에 굴복하여 서양식 산업화의 길을 택했지만 그들의 역사 뿌리와 문화는 그대로 간직하려고 애쓰고 있다. 그래서 지금도 천황이 있고 왕의 연호를 그대로 사용하고 있다. 디자인 분야에서는 브라운색과 검은색을 주조로 한 오묘한 동양문화색을 뽑아내고 있기도 하다.

이에 비해 우리는 과거 역사는 무조건 수치스럽고 잘못된 것으로 생각하여 철저히 파괴적인 행위를 일삼아 왔다. 그 대표적인 것이 우리의 역사 기준을 철저히 서력기원으로 잡는 점이다. 지금의 젊은이들에게 올해가 단기로 몇 년인지 물어보면 과연 몇 명이나 답할 수 있을까. 아니 단기가 무엇이고 서기가 무엇인지 구분이나 할 수 있을까. 나의 유년시절엔 그래도 서기에 2333년을 더하면 된다는 공식 아닌 공식이라도 외우면서 비록 행정적인 문서에서는 서기를 사용하면서도 문화적으로는 단기를 병행하며 우리 역사의 연원을 잊어버리지 않으려는 노력을 기울여 왔다.

그런데 지금은 단기라는 말을 아예 까맣게 잊어버리고 살고 있다. 이 말은 우리 문화의 뿌리를 스스로 뽑아버리는 어리석음이다. 게다가 요즘 세계화에 대한 이해 부족으로 우리말조차 버리고 영어나 일본어 등 외국어 배우기에만 골몰하고 있다. 물론 당장이야 서양화하는 것이 편하고 일하기가 쉽다. 그런데 문제는 우리의 독창성을 과연 어디에서 끌어올 것인가가 문제이다.

남달라야 세계인의 관심을 끌 수 있다.

언제까지나 모방만 하고 살 것인가. 아니 모든 것을 포기하고 서양화의 길을 가는 것도 좋다. 그러나 모조품을 모방하지 말고 서양문화의 원형에서 출발하는 다부진 노력이라도 기울이자. 그

원(圓), 방(方), 각(角)

러면 우리도 땀땀이 서양문화와 겨룰 수 있고 비록 서양적이긴 하지만 독창적인 디자인을 만들어 낼 수 있을 것이다.

이태리의 문화원조인 그리스 문화의 거인 플라톤은 디자인과 관련시켜 이같은 말을 한 적이 있다. 석공이 돌을 쪼아 사자상을 만들려면 돌을 보지 말고 돌 속에 간혀 있는 사자의 원형(이데아)을 먼저 보라. 그러기 위해 그는 항상 지금 세계가 아닌 원래의 세계(이데아의 세계)로 생각을 돌이켜 볼 것을 권하고 있다. 그래야 그 사자는 단순히 사자의 모습이 아니라 살아 숨쉬는 생명력이 있는 사자상이 된다는 것이다. 이것이 바로 그의 상기론(想起論: Anamnesis)이다. 근본 출발점으로 되돌아가 보라는 뜻이다. 요즘 영어식으로 말하면 'back to the basic' 이다.

이제 우리의 역사 문화에서 디자인적인 기원이 있었는지에 대해 한번쯤 생각해 보자. 필자는 몇 년전 '참갈'이란 모임에서 밀양의 영남 제일루에 갔다가 묘한 사당을 보고 무척이나 감격했던 적이 있었다(지금 그 사당의 이름은 기억할 수 없지만 영남 제일루 바로 앞에 있다. 아마 삼성사(三聖祠)가 아닌가 생각되지만 확실치 않다). 그곳엔 고조선을 비롯 가야국, 조선국까지 역대 왕조를 한꺼번에 모신 사당이었다. 그 사당의 건립왕대는 효종때였다. 효종은 조선의 제 17대 왕. 그는 병자호란(1636년)으로 세자와 함께 청나라에 볼모로 잡혀가 힘없는 나라의 서러움을 뼈저리게 느낀 인물이다. 그 통탄을 씻기 위해 귀국하여 왕위에 오른 후 복벌을 꿈꾸며 군사력을 키웠던 분이 아닌가.

알 것 같다. 효종이 이 사당을 지은 뜻은 우리의 뿌리를 간직하려는 의지이며 복벌의 웅지를 펼치기 위한 불씨를 묻어둔 곳임(이야기가 약간 빛나갔지만 물리력이 지배하는 전투에서도 정신적인 투지가 중요하듯 가시적인 디자인에서도 정신문화의 중요성을 강조하는 것으로 이해해 주면 될 것 같다).

아무튼 이 사당에서 역대의 왕조를 한꺼번에 모시는 것도 이색적으로 보였지만 원(圓)·방(方)·각(角)을 발견한 것은 디자인적 측면에서 중요한 의미가 있었다. 원은 둥근 모양이고, 방은 네모, 각은 삼각형이다. 이 '원·방·각'은 단군사상의 삼재(三才)를 도형으로 표시한 것이다. 삼재란 만물을 제재(制裁)한다는 하늘과 땅과 사람을 뜻한다. 이것은 단군(檀君)이 하늘에서 내려온 천강신(天降神)인 환웅(桓雄)과 땅의 신 지모신(地母神)인 웅녀(熊女) 사이에서 태어난 한 민족의 조상이며 반신반인(半神半人)이라는 실화에서 유래하고 있다.

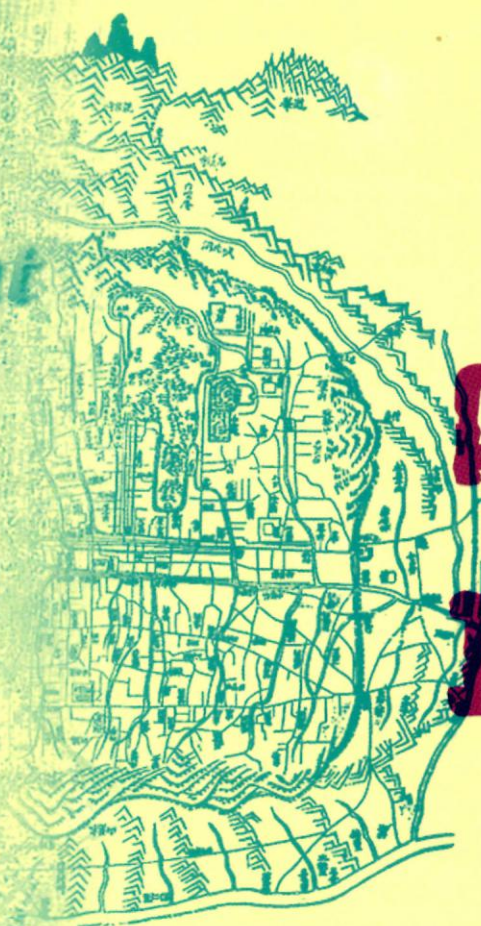
이 하늘을 둥근 모양으로, 땅은 네모진 모습으로, 사람은 삼각형으로 도형화한 것이다. 바로 이것이다. 일찍이 우리 조상들은 삼재사상을 도형으로 디자인하는 능력을 지니고 있었다. 요즘말로 하면 삼재사상이라는 마인드 아이덴티티(Mind Identity)를 '원·방·각'이라는 비주얼 아이덴티티(Visual Identity)로 표현한 것이다.

이렇게 볼 때 어찌 우리 민족에게 디자인적인 저력이 없다고 비하할 수 있겠는가. 문제는 우리 스스로 자신의 뿌리를 무시하는 태도이다. 물론 방법이나 기술은 서양식 접근방법을 배우는 것이 유리하겠지만 독창적인 원형을 발견하는 원천으로서 우리 역사와 문화에 대한 재조명이 있을 때 우리는 산업디자인의 세계화가 비로소 가능할 것으로 확신한다. //

일찍이 우리 조상들은 삼재사상을 도형으로 디자인하는 능력을 지니고 있었다. 요즘말로 하면 삼재사상이라는 마인드 아이덴티티(Mind Identity)를 '원·방·각'이라는 비주얼 아이덴티티(Visual Identity)로 표현한 것이다.

지파의 사파디자인

Product
Visual
Environnment
Display
Fashion
Photo



한국의 자연과 문화 표와 언어의 비교



Product
Visual
Environment
Display
Fashion
Photo



「거방의 난입 따라인 시 태라
완성화 방한」

지방의 산업디자인

경남산업디자인협회전
창립전

부산에서 디자인이라는 용어가 전문활동 차원에서 최초로 사용된 것은 1974년 10월에 창립전을 가진 「부산산업디자인협회 (Busan Industrial Designer's Association)」에 의해서였다.

1 2

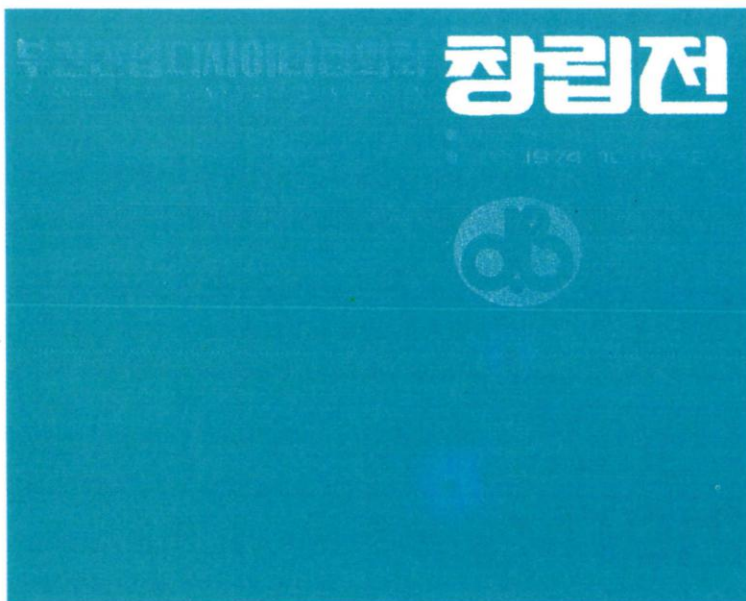
1. 부산산업디자인협회의 창립전 팸플릿 표지 ('74)
2. 경남산업디자인협회 회원전 팸플릿 표지 ('93)

부산·경남지역의 디자인 활동 현황

1. 디자인 활동의 역사

남부(부산, 경남)지역의 디자인 현황과 지방 디자인계의 발전 방향

이수봉 / 동아대학교 산업디자인학과 교수



이 협의회는 17명의 회원으로 구성되었으며, 그들은 부산 소재의 대학·전문대학·고등학교·기업체 등에서 공예디자인·공업디자인·그래픽디자인을 교육하거나 실무디자인 업무에 종사하고 있는 전문디자이너들이었다.

부산에 있어서의 사회적 디자인 활동의 효시가 된 부산산업디자인협회의 활동은 해를 거듭할수록 그 규모 및 활동범위가 확대되어, 1981부터는 「부산공예디자인전」과 「부산시각디자인전」으로 분리 전시하게 되고 협의회 조직도 두 개의 협회로 분리, 독자적으로 운영하게 되었다. 1995년 12월 말 현재 「부산공예가협회」와 「부산시각디자인협회」라는 이름 아래 활동중이며, 전자는 금속조형회·도자예술가회·목칠조형회·섬유예술가회라는 4개의 전문단체로서 조직화되어 있고, 후자는 1981년 이후 그 명칭 그대로 활동 중이다.

이 두 디자인 단체 외에도 1980년대 초기에 공예가 중심의 「부산신조형회」와 시각디자이너 중심의 「현대시각디자인회」가 창립되고, 1986년 9월에는 부산 최초의 제품디자이너 중심의 「부산산업디자인회」가 발족되어 현재에 이르고 있다. 이

디자인회의 발족으로 인해 지금까지 있어왔던 부산의 디자인 활동이 공예와 시각디자인 중심에서 벗어나 균형을 이루게 되었고 산·학계와 지역사회 발전에도 상호 유기적인 관계 속에서 기여할 수 있는 환경이 만들어졌다.

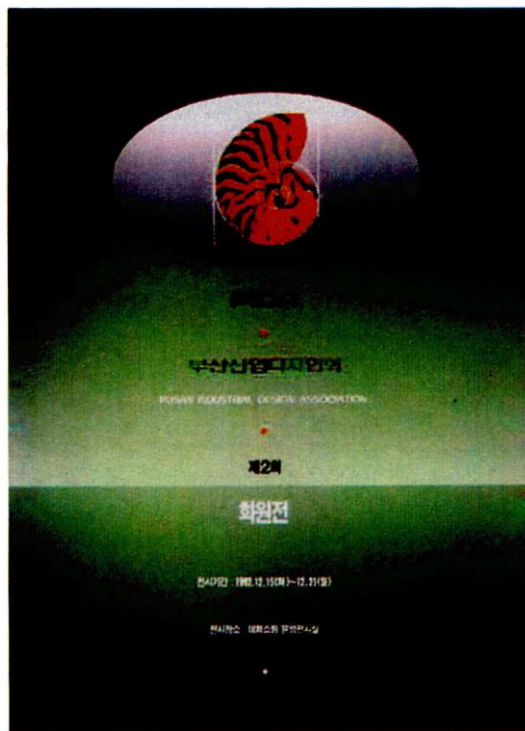
이상에서 언급한 각 협회는 그 창립시기와 규모, 활동범위는 각기 다르지만 현재에 이르기까지 지속적으로 성장 발전되어 왔고, 그 구성멤버 대부분이 산·학계에 종사하고 있는 전문 디자이너들만으로 구성되어 있으며, 또한 제품개발·시장매체 및 포장·공예품 개발 등 디자인 분야 전반에 걸친 연구개발 활동에 참여하고 있다는 점에서, 각 협회 활동은 곧 부산의 디자인 활동을 대변하는 것이며 그 면면이 부산디자인이역사로서 점철되는 것이라 말할 수 있다.

그리고 이들 각 협회의 활동과 더불어 부산의 디자인계 역사를 언급함에 있어 빼놓을 수 없는 것이 1981년 10월 부산상공회의소 주최로 개최된 「부산산업디자인전람회」이다. 이 전람회는 일반 및 학생을 공모대상으로 한 시각·공예·제품 및 환경디자인 작품의 공모전 행사를 통해 일반 소비자에게는 산업디자인 의식을 고취시키고, 기업체에는 산업디자인의 적극적인 활용을 통한 상품경쟁력 제고에 기여할 수 있도록 한다는 데 그 목적을 두고 있다.

부산산업디자인 전람회는 올해로서 16번째의 공모전을 맞게 되는 전국 규모의 전람회로서 부산의 산업디자인계 위상을 높이는 등 많은 업적을 쌓았다. 그 중에서도 부산·경남지역의 31개 업체 또는 기관('95 현재)이 특별상의 스폰서로서 참여하여 디자인에 대한 높은 관심을 갖게 한 점과, 각 협회의 활동을 직·간접적으로 촉진시키고 자극시켜온 점 등은 부산·경남지역의 디자인 활동사 고찰에 중요한 위치를 차지하는 업적이라 할 수 있다.

한편 마산·창원·진주·울산을 중심으로 하는 경남 지역의 디자인 활동은 1987년 창립된 「경남산업디자인협회」에 의해 본격화되었는데, 회원구성 및 활동영역이 시각디자인·공예디자인·제품디자인 전 분야의 산·학계에 걸쳐 있어 경남의 디자인 활동을 커버하는 명실상부한 전문단체로서 인식되고 있다. 이 협회는 1987년 제 1회 회원전을 개최한 이래 해마다 전시회를 갖는 등 활발한 디자인활동을 전개하고 있으나, 부산과 같은 디자인공모전이 없어 대시민적·대산업계적인 디자인 마인드 확산까지에는 미치지 못하고 있는 실정이다.

부산·경남지역에서 디자인 활동이 시작된 역사는 지금까



지 언급했던 바와 같이 전문가들에 의해 만들어진 협회의 역사와 궤를 같이 한다. 그러나 여기서 주목해야 할 점은 부산과 경남이라고 하는 지역적 차이로 인해 디자인 역사는 결코 같을 수 없다는 사실이다. 부산의 디자인활동 시작 기점을 1970년대로 본다면, 경남은 1980년대로 보아야 한다는 점에서 그것을 알 수 있다. 그런데 1993년 통상산업부가 수립한 「산업디자인발전 5개년 계획」에 의거한 KIDP 주관의 「중소기업 산업디자인·포장 지도 개발 지원사업」이 시행되면서부터 부산·경남의 산업디자인자가 동시에 실제적인 디자인 활동에 돌입하게 되었고, 그때부터는 부산·경남지역의 디자인 활동이 시기를 같이하게 되었다.

부산·경남의 디자인 활동 시기를 일원화시키는 계기는 정부 차원에서 부여한 것이지만 실제의 디자인 활동역사를 만들게 된 디자이너들은 그것을 계기로 발족된 「남부산산업디자이너협의회」 멤버들이다. 이 협의체는 1994년 3월 부산·경남지역에서 활동 중인 산업디자이너들이 정부의 지원사업 시행을 지역사회 발전 및 산업디자인 활성화의 계기로 삼고자 결성한 전문가 단체이다. 그 명칭은 부산과 경남을 총칭하는 것으로 되어 있으며, 현재 65명의 회원이 중소기업에 위한 직접적인 디자인 지도 및 개발에 투입되고 있다. 이 협의체의 활동은 기업의 실제적인 상품개발을 타겟으로 하기 때문에 제한적인 디자인 컨셉 개발이 중심이었던 기존의 각종 협회 활동과는 차별화된다. 이런 점에서 1992년까지 지속되어온 각종 협회의 디자인 활동 역사는 디자인 컨셉 개발 및 디자인마인드 확산의 역사이며 1994년부터는 디자인 컨셉의 상품화 및 산업적 공헌의 역사라 할 수 있다.

2. 디자인 활동 현황



1. 부산산업디자인회 '심볼 로고'
2. 부산산업디자인회 (PIDA) 제2회 회원전 팸플렛 표지

PIDA
부산산업디자인회
PUSAN INDUSTRIAL DESIGN ASSOCIATION

〈표 1〉 '95년도 부산·경남지역의 산업디자인·포장 지도개발 지원사업 현황

1. 진단지원업체

지원분야	부산지역	경남지역	계
시각·포장	94개사	115개사	209개사
제 품	79개사	19개사	98개사
포장기술	20개사	12개사	32개사
계	193개사	146개사	339개사

2. 지도위원업체

지원분야	부산지역	경남지역	계
시각·포장	45개사	58개사	103개사
제 품	60개사	12개사	72개사
포장기술	3개사	4개사	7개사
계	108개사	74개사	182개사

3. 개발지원업체

지원분야	부산지역	경남지역	계
시각·포장	29개사	58개사	73개사
제 품	22개사	9개사	31개사
포장기술	-	-	-
계	51개사	53개사	104개사

(대상 중소기업수: 부산지역 1,200개사, 경남지역 1,600개사: 총 2,800개사)

(1) 디자인 교육 현황

1996년 현재 부산 소재의 디자인 관련 교육담당 대학 및 학과는 7개 대학 15개 학과로서, 졸업생은 595명이다. 전문대학 및 학과는 10개 대학 26개 학과이며, 졸업생은 2,640명이며, 디자인 학원(12개, 약 500여명)까지를 포함시키면 디자인 교육기관 및 예비 디자이너수는 상당수에 달한다.

경남 소재의 대학 및 학과는 6개 대학 8개 학과, 졸업생은 310명, 전문대학 및 학과는 7개 대학 12개 학과, 졸업생은 880명이다. 또한 부산의 총 대학 수 및 졸업생 수는 17개 대학 3235명이며, 경남은 13개 대학 1,190명으로서 부산·경남 전체의 대학 및 졸업생 수는 30개 대학 4,425명에 이른다.

디자인 교육을 담당하고 있는 교수는 119명(대학 59, 전문대 60), 경남 59명(대학 26명, 전문대 33명, 3개 대학은 미확인)으로서 부산·경남 전체 교수는 약 178명인데 이에 공예, 의상, 실내, 상업사진 등의 전공이 포함되어 있다. 제품디자인과 시각디자인 전공만을 포함한 산업디자인 교수 및 학생수는 부산 약 60명과 1,630명(대학 310, 전문대 1,320)이며, 경남은 교수 약 37명과 560명(대학 140, 전문대 420), 부산·경남 전체의 교수는 약 97명, 학생은 약 2,190여명에 이른다.

(2) 디자인 전문단체의 활동 현황

1996년 현재 부산에서 활동중인 산업디자인 및 공예디자인 중심의 디자인 관련단체(대학 동문들로 구성된 단체는 제외)는 10개 단체로 총 회원수는 376명 정도이다. 공예부분을 제외한 제품 및 시각디자인 부문만을 포함하는 산업디자인 전

문단체 및 회원수는 3개 단체 124명 정도이다.

주된 활동은 디자인 작품 전시회이다. 1995년 현재 10개 단체의 총 전시회 개최 횟수는 130회 정도에 달하는데, 부산 유일의 제품디자인 단체인 「부산산업디자인회」는 기존의 타지역 단체활동 사정과 입장이 유사하여 전시회 행사는 단 3회에 그쳤다. 작품 내용면에서는 해마다 시대 조류에 부합되면서 다양한 테마로 발표되었다.

경남에서 활동 중인 디자인 단체는 「경남산업디자인협회」가 유일한 것으로서 회원수는 1996년 현재 약 80여명에 달하고 있다. 공예부분을 제외하고는 제품 및 시각디자인 부문 회원수는 약 40명 정도가 된다. 부산·경남의 전체 제품과 시각디자인 부문 전문 디자이너수는 약 165명 정도이며, 이들 대부분은 학계와 산업계에 종사하고 있다.

(3) 디자인 작품 발표 현황

부산·경남의 디자인 작품 발표는 전문가 그룹에 의한 발표(각 협회전)와 일반인 및 학생이 함께 참여하는 공모전을 통한 발표로 구분할 수 있는데 공모전은 「부산산업디자인전」이 부산·경남을 대표하는 유일한 것이어서 매년 정기적으로 개최되고 일반 및 학생은 구분없이 참여하지만 각 협회의 발표는 각각의 지역에서 필요에 따라 발표되어 왔다.

「부산산업디자인전」은 미래의 산업디자인을 위한 등용문 구실과 기업의 관심과 참여를 지속적으로 촉구하는 역할을 담당하으로서 부산·경남의 산·학계 디자인 활성화에 큰 몫을 차지하고 있다. 이 전람회를 통해 발표된 작품수는 15년간에 걸쳐 약 6천여 점에 달하는데 여타 공모전 및 전문 단체회원 전 발표작품과 마찬가지로 기업에서 실제 상품개발로 활용되지 못하고 아이디어 제시만으로 끝나 버리고 있는 것은 불행한 일이 아닐 수 없다.

(4) 업체 환경

디자인 활동을 실제적으로 필요로 하는 곳은 기업이다. 그런데 부산·경남지역에는 대기업과 오너기업이 거의 없고 자체 디자인 부서, 또는 디자이너를 고용하기 어려운 중소기업이 대부분이며 그것도 경영환경이 열악한 영세기업이 주류를 이루고 있다. 그나마 규모가 좀 크고 오너가 이 지역에 있는 기업일지라도 디자인 마인드의 부족으로 디자이너를 적극적으로 활용하지 못하고 있어 도시 규모나 인구수의 비례로 볼 때 너무나 형편없는 실정이다.

디자인 도입이 필요한 것으로 추측되는 기업의 수는 부산지역 1,200개사, 경남지역 1,600개사('95년도 KIDP 부산지부 자료) 정도인데, 서비스업과 금융·행정기관·연구소 등을 포함시키면 약 3,000개사에 달할 것으로 추정된다. 그 중 디자인을 이미 활용하고 있거나 도입을 추진 중, 또는 도입 및 활용에 관심을 보이고 있는 업체 및 유관기관의 수는 약 500여개사(KIDP 산업디자인 지도사업에 의한 진단완료 업체 약 340개, 부산산업디자인전 회원 업체 및 기관 약 25개, 백화점·호텔·은행·연구기관 등 약 130여개)로 추정된다. 이들

500개에 달하는 기업 및 기관들이 상품경쟁력 제고 및 생활 문화 마인드 향상 차원에서 디자인을 적극적·지속적으로 활용한다면, 지역 디자인계의 발전은 물론 시민의 문화·경제생활 향상에도 크게 공헌할 것으로 본다.

그리고 1993년부터 범국가적 차원에서 시행되고 있는 중소기업 산업디자인·포장 지도 및 개발 지원사업을 비롯한 산업디자인 홍보활동 등으로 인해 기업과 소비자의 디자인에 대한 인식이 크게 호전되고 있는 것도 이 지역 디자인 활성화에 크게 기여할 것으로 본다. 그러나 대기업 사정과는 다른 대부분의 중소기업 경영자들은 아직도 그 진가를 의식하지 못하고 있어 지역 디자인계의 활성화에 걸림돌이 되고 있다. 이와 같은 현상은 <표 1>에 잘 나타나 있다.

'95년 한 해동안 KIDP 부산지부가 부산 1,200개, 경남 1,600개 중소기업에 산업디자인·포장 및 포장기술 지도·개발지원을 받도록 권유했으나 진단지원에 응한 업체는 겨우 339개사에 그쳤으며, 그 중에서 지도지원에 응한 업체는 50%를 조금 넘는 182개사, 실제 상품화를 위한 개발지원에 까지 응한 업체는 진단지원에 응한 339개사의 1/3이 채 못되는 104개사에 불과한 것이 그것을 반증하고 있다. 여기서 디

자인 분야가 아닌 포장기술 분야를 빼면 그 현상은 더욱 두드

러진다.

디자인 활동상의 애로사항 및 지방 디자인계의 활성화 방안

1. 지방에서의 디자인 활동시 애로사항

(1) 기업의 경영환경적 측면

부산·경남 지역에 있는 대부분의 기업은 제조업을 중심으로 볼 때, 디자이너 및 디자인 부서를 보유하고 있지 않으며, 디자이너를 채용하고 있는 업체의 경우도 독립된 디자인실을 거의 보유하지 않고 있다. 또한 인건비 부담으로 대부분 전문대 출신을 고용하고 있으며, 경영자의 디자인에 대한 무지와 마인드 부족으로 외부 전문가를 적절히 활용하는 방법도 모르고 있다. 이러한 현상은 지금까지 사용해 온 상품개발의 방식, 즉 모방과 OEM에 의존하던 방식에서 벗어나지 못하고 있는 기업주의 전근대적 사고방식에 전적으로 기인하는 것이라 볼 수 있다.

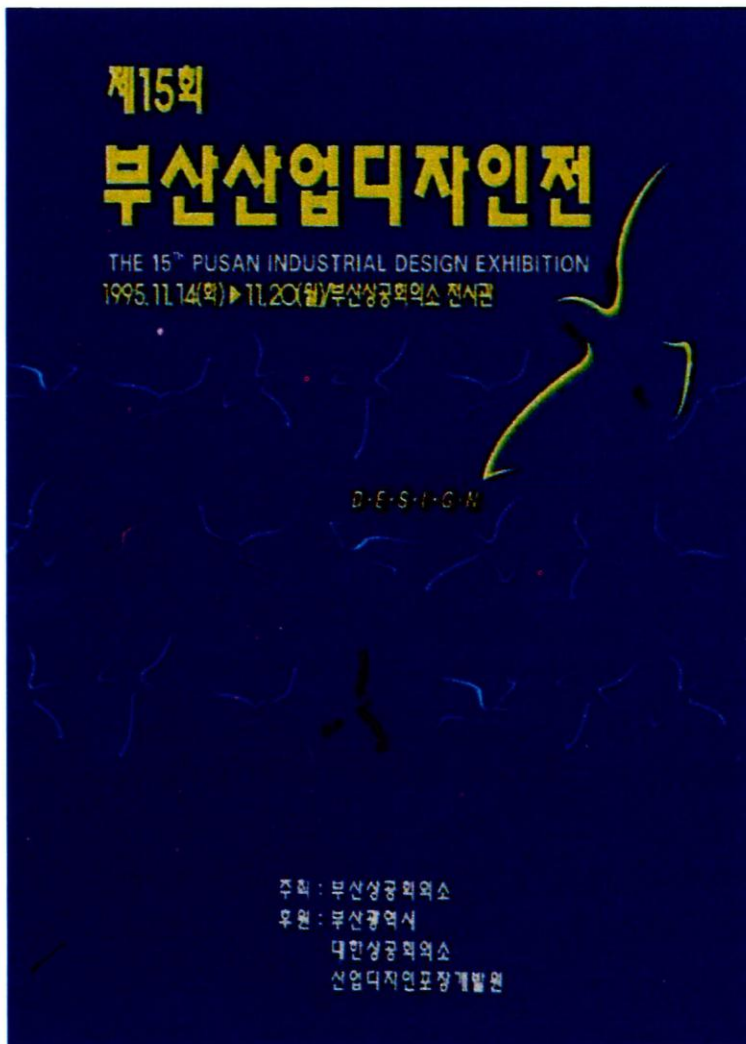
경영자의 이러한 사고방식은 결국 디자인을 도외시하거나 사치한 것, 별 필요하지 않은 것, 설계기술만 있으면 할 수 있는 것, 돈이 많이 드는 것 등으로 비하하게 되고 디자인 분야에 무심해짐으로써 산·학계가 연계된 실질적인 디자인 활동을 저해하고 있다. 부산·경남지역의 산업디자인 지도위원 48명(부산의 제품 12명, 시각 17명, 경남의 제품 10명, 시각 9명) 중 약 90%가 그와 같은 현상을 지적한 바 있다. 이런 점에서 볼 때 디자인 활동시 가장 큰 애로사항은 열악한 기업환경이라기보다는 경영자의 형편없는 디자인 마인드라 하지 않을 수 없다.

(2) 디자인 방법 및 디자이너 측면

디자인 활동의 성과는 그것이 어떤 방법으로, 어떤 자질과 능력을 가진 디자이너에 의해 이루어졌는가에 따라 좌우된다고 할 수 있다. 그것은 디자인 과정에서 구사되는 모든 방법, 즉 조사·연구에서 기획, 조형, 작도, 모델링, 플로우 단계에 이르는 과정에서 구사된 논리적·감성적인 사고 또는 표현기술이 디자인 의뢰자를 합리적·객관적인 방법으로 납득시키지 못하면 그것은 성과로서 인정되지 않고, 양질의 디자인을 창출할 수 없는 디자이너는 의뢰자에게 수용되지 못하기 때문이다.

그런데 우리나라의 디자인 교육이 대부분 그랬듯이 현재 기업에서 디자이너로 종사하고 있거나 프리랜서로서 활동하고 있는 디자이너 대부분은 디자인 방법면에서 경영자를 쉽고 클리어하게, 그리고 객관성있게 설득 또는 이해시키는 방법을 습득하지 못했다. 자질과 능력 또한 충분히 배양되지 못한 상태여서 많은 경영자들은 디자인을 불신하거나 어렵게 생각하며, 나아가서는 그 노력의 성과를 쉽게 인정하려 하지 않는다. 부산·경남지역의 중소기업과 외부에서 활동하고 있는 대부분의 디자이너들도 예외일 수 없으며, 특히 열악한 교육환경

1. 부산산업디자인전 포스터



과 짧은 교육기간 속에서 배출된 전문대 출신을 디자이너로 절대 다수 고용하고 있는 이 지역에서는 그런 불신이 팽배되어 있는 실정이다.

이런 현상은 결국 디자인교육에 그 원인이 있다 하겠으며 전근대적인 교육방법과 디자이너 자신의 자질 및 능력함양의 소홀함이 디자인활동에 장애가 되는 또 하나의 문제점으로 지적되고 있다.

2. 지방디자인의 활성화 방안

기업의 경영환경은 물론, 디자인 교육환경, 도시 전반적인 사회·문화·경제적 제환경 및 기반여건이 열악한 지방도시에서 고도한 정신력과 기술력, 정보, 협동이 필요한 디자인 활동을 발전적 방향으로 활성화시킨다는 것은 쉽지 않다. 그래서 필자는 부산·경남을 비롯한 전국 각 지역사회의 디자인 활성화를 위해서는 적어도 기업인의 디자인 마인드화, 디자이너의 경영 마인드화, 행정관료의 문화 마인드화, 이 세 가지 전제조건이 먼저 충족되어야 할 필요가 있다고 보고, 이를 지방디자인 활성화를 위한 개념적 방안의 하나로서 제안하고자 한다.

(1) 기업인의 디자인 마인드화

디자인 마인드화는 중소기업인에게는 대체로 없는 현상인데 오히려 대기업보다는 중소기업에 있어 더욱 절실히 요구되며 필요하다. 모방의 시대가 끝나고 독자 브랜드 상품, 그것도 독특한 기술과 디자인이 뒷받침되는 상품개발 없이는 살아남기가 어렵게 된 현대의 시장환경 하에서는 다른 어떤 경영전략이나 투자보다도 중요한 요소로서 작용하기 때문이다. 중소기업 경영자의 절대적인 디자인 마인드가 원동력이 되어 세계 시장을 제패하고 있는 선진국 사례들이 그것을 잘 뒷받침해 주고 있다.



(2) 디자이너의 경영 마인드화

디자이너가 디자인은 곧 비즈니스라는 마음으로 디자인 업무에 임하는 현상을 디자이너의 경영 마인드화라 하겠다. 지금까지의 디자이너는 경영과 마케팅에 무관심하여 디자인 업무와는 별개로 생각하는 경향이 짙었는데, 그로 인해 기업인의 디자인 마인드화 현상이 생성불가능했고 결과적으로는 디자인을 도외시하게 되었다. 종업원수가 많지 않은 중소기업의 경우는 때로는 모두가 경영자일 수 있다는 점에서도 디자이너의 경영 마인드는 필수적이라 할 수 있다.

(3) 행정 관료의 문화 마인드화

행정관료가 기업을 통해 생산·판매되는 모든 상품과 도시 개발 또는 계획의 일환으로 제작되는 모든 공공시설물은 소비자의 생활문화를 형성하는 도구로서 사용된다는 인식 아래, 양질의 상품 또는 공공시설물이 개발되고 이로써 소비자가 질 높은 문화생활을 향유할 수 있도록 기업과 소비자에 관심을 갖는 현상을 의미한다. 어떤 면에서는 기업에 대해 감동기능을 발휘하는 것이지만, 질 높은 생활문화의 형성은 양질의 도구에 의해 좌우되며 양질의 도구는 잘 된 디자인에 의해 좌우된다는 논리에 입각하여 기업에는 잘 된 디자인의 도구를 생산하도록 감독하거나 지원하고, 행정기관에서 제작, 설치하는 공공기물은 문화유산으로서 생각해야 한다는 뜻이다.

이상의 세 가지 마인드화가 함께 이루어질 때, 비로소 중소기업 중심의 지방에서는 물론 대기업이 산재한 어떤 지역에서도 디자인은 활성화될 것으로 믿는다. ☞

1 2

1. 2. 부산산업디자인 종합행사



지방의 산업디자인

광주를 중심으로 한 전·남북지역은 통칭 호남지방으로, 이 지역은 지형적으로 우리나라의 서남에 위치하면서 방대한 해안선과 아름다운 평야와 산림을 보유하고 있는 지역이다. 전통적으로는 우수한 토질로 인한 도자기, 산림에 의한 목가구 등 생활공예 분야와 광활한 농토에 의한 농산물과 축산물, 대륙붕에 의한 수산물에 이르기까지 방대한 생활경제 구조의 중심지역이었다.

예를 들면 고려시대에 고려청자, 이조시대에는 이조백자, 농수산물 등 중국 및 동남아 교역의 주체지역이었고 심지어는

거북선까지 만들었던 역사적인 곳이기도 하다.

그러나 근대에 이르러 우리나라 생활산업의 주체가 지역편 중적 상공업화 되면서 동시에 산업디자인에 대한 관심을 갖지 못하는 지방으로 변모하고 말았다. 다가오는 21세기 서해안 시대가 도래될 것으로 예측되는 시점에서 이 지방의 특성을 활용하는 산업화 추진이 바람직하다고 보고 농수산물의 과학 영농으로서 우수 농수산물의 상품화가 현행 농협이나 수협의 유통경로를 통하여 품질이 향상된 상품화와 이에 따른 디자인 개발은 필수적이라고 생각된다.

나아가서 수려한 해안선과 수 많은 아름다운 섬들을 연결하는 무공해 관광환경산업 및 레저산업화와 이와 관련한 중소기업의 육성 또한 시급하다고 보겠다. 오늘날 현대 유통구조의 특성은 '슈퍼마켓이다, 백화점이다', 나아가서는 '국제시장이다' 하는 대형화 추세로, 개성이 다양해지는 시점에서 어떠한 제품이 어떤 모양과 포장으로 소비자에게 어떻게 이미지를 설득력 있게 전달하느냐가 수요자의 구매욕구를 충족시키는 관건이 된다.

1

1. 전북지역 산업디자인 종합행사

서부 (광주, 전남·북) 지역의 디자인 현황과 지방 디자인계의 발전 방향

■ 박종운 / 조선대학교 미술대학 산업디자인과 교수



지역특성이 가미된 개성있는 디자인

광주의 모일간지에 소개된 중소기업인에 의하면 이탈리아의 국제 화장품 박람회에서는 세계 우수 화장품 회사가 내놓은 전시품들이 품질보다도 소비자 개개인의 취향에 맞춰 독창성을 발휘하기 위해 인간됨을 다하는 모습에 감춰 놀랐다는 것이며 이에 자극을 받아 하나라도 더 많은 자료를 가져오려다 가방이 찢어지는 경험을 해야 했다는 이야기다.

즉, 소비자 개개인의 취향에 맞추어 독창성을 발휘한다는 이야기는 세계가 바야흐로 개성을 존중하는 다품종 소량생산의 시대로 접어들고 있고 개성의 시대에는 디자인이 경쟁력을 좌우하는 척도가 될 수 있다는 것을 증명하는 것이다.

실제로서 전북 순창의 경우 '순창 고추장'은 그 품질과 포장디자인에서 다품종 소량생산으로 전국적인 홍보와 수출까지도 성공한 지역특성의 개성있는 성공사례이며 무공해 관광 상품이기도 하다.

필자가 의뢰받아 '동외' 장아찌를 디자인한 바 있는데 이것

역시 순창고추장으로 버무린 신개발 상품이며 관광상품이다. 이것은 농가소득에도 기여하는 이중효과를 기대할 수 있는 좋은 예일 것이다.

진도의 '아침가리(주)' 역시 기업의 형태로 그곳의 돌미역이나 건어물 등은 그 지역의 지역성과 제품의 특성을 이미지화한 포장디자인으로 제주의 옥돔과 같이 우수 관광상품으로 발돋움하고 있다.

한편 지난 1995년 11월 광주광역시청의 관광국에서도 김치축제를 열면서 관광상품으로 김치포장 심사의뢰를 받은 바 있는데 결과적으로 이러한 행사는 이 지역특성의 상품개발과 포장은 물론 다품종 소량생산의 개성있는 중소기업의 육성책이기도 하다.

적극적인 디자인 정책과 홍보 지원

개방화 이후 외국의 제품 및 농수산물이 물밀듯이 밀려오고 있는 시점에서 외국의 정부와 기업은 물론 우리 정부와 대기업 역시 디자인 개발에 대한 막대한 투자를 하고 있다고는 하나 광주, 전남·북 지역 기업들은 전반적으로 이에 대한 중요성은 인식하지만 결과적으로 기업의 경영과 밀착되어서 수요증진을 유발하고 생산확대와 함수관계가 있다고 하는 사실에 대해 긍정적으로 느끼지 못하는 경향이다.

이를 활성화하기 위해서는 중소기업이 전처럼 디자인을 못 부리기 위해 가미하는 시각에서 벗어나, 기업의 경영과 직결되는 부분에서 디자인 과정이 어떠한 투자형식으로 접근하고 어떠한 효율을 극대화시킬 수 있는가? 하는 발상으로부터 수요욕구가 무엇인가를 근본적으로 연구하여 완제품을 창조하는 마케팅, 엔지니어링을 동시에 진행하는 계획, 실행, 검토의 반복이 필요한 시점이라고 본다.

이러한 관점에서 매년 KIDP에서는 전국지방순회전시, 우수상품디자인선정 및 전시, 교육, 세미나, 대한민국산업디자인



인공모전, 광주디자인의 날 선포 등 다양한 계몽활동을 펴고 있으며, 이 지방에서도 서부지역디자인협의체를 구성하고 전문인력을 통하여 산업디자인포장개발원과 연계한 디자인 진단치료 자문, 개발업무를 활발히 진행하고 있으나 아직은 미흡한 실정이다.

그 예로 나주식품, 매일식품, 영호산업, 금성농산, 무등프라스틱, 순창금과농협, 동화쌀, 진도아침가리 등 포장, 브랜드 네이밍, 제품 디자인 개발에서 호평을 받은 바는 있지만 디자인진단 치료의 홍보 부재로 공감대를 형성하지 못하였다고 보는 입장에서 이 지역의 관계부처에 보다 적극적인 호응을 기대하는 것이다.

끝으로 지자체 운영 체제 하에서는 그 지역 중심의 시청이나 도청에서 통상산업부 산하 산업디자인포장개발원과 연대하여 디자인 개발부서를 두고 세미나, 중소기업의 디자인 진단과 치료, 개발 및 투자를 직접적으로 지원하는 연구체제와 나아가서 지속적인 디자인 계몽을 위해서 개성있는 지역특성의 디자인 박물관을 세워 옛돌에서 먹서기에 이르기까지, 벗짚 포장에서 현대 포장에 이르기까지 그 결과를 한눈으로 보고 배우는 과정 위주의 디자인 교육현장 마련과 물심양면의 끊임없는 투자와 홍보지원이 절대적으로 필요한 때이다. ☞

1 2

1. 순창골 전통식품 패키지 디자인
2. 한국의 맛과 멋의 대명사인 김치 또한 지역특성의 개성있는 디자인이 필요



지방의 산업디자인

현 대 산업사회의 발전을 위하여 여러 가지 여건을 고려할 때 신소재의 개발이나 축적된 기술, 새로운 아이디어, 디자인의 개발 없이는 국제적 경쟁력이나 기업간의 경쟁력에서 앞서가기가 불가능하다는 사실을 우리는 이미 잘 알고 있다. 이러한 사실을 일찍 간파한 국가나 민족은 이미 선진국 대열에 진입하였으며 우리도 뒤늦게나마 정부적인 차원에서 이와 같은 사실에 필요성을 느끼고 산업의 발전을 위하여 여러 가지로 방향을 모색하고 있음을 볼 때 매우 다행한 일이라 하겠다.

그러나 이러한 사실에 대하여 기업을 경영하는 경영주의 생각이나 기업이 경영합리화를 위하여 투자할 수 있는 여건에 따라 기업경영에 승패 여부가 결정된다는 사실을 놓고 볼 때 아직은 여러 가지 면에서 미흡함이 많음을 볼 수 있다.

이러한 측면에서 이곳 대구·경북 지역의 디자인 환경과 이에 따른 문제점 및 개선방향에 대하여 다음에서 논하고자 한다.

대구·경북 지역의 디자인 환경과 현황

대구를 중심으로 한 주종 산업으로는 섬유산업을 첫 번째로 들 수 있다.

섬유산업은 그동안 저임금에 의한 국제 경쟁력 강화에 의하여 그나마 유지되어 왔다. 그러나 최근의 인건비 및 기술개발에 따르는 생산비는 동남아 다른 국가들에 대한 경쟁력 악화를 초래함으로써 이 지역 경제 부진을 여실히 나타내고 있는 실정이다. 이러한 측면에서 볼 때 신소재 개발에 따르는 보다 고급화된 제품 생산에다 시대를 앞서 갈 수 있는 섬유디자인

대구, 경북 지역의 디자인 현황과 발전 방향

■ 배인호 / 계명대학교 미술대학 응용미술학과 교수



및 패션디자인의 개발에 의하여 경쟁력을 높여나가야 할 위기적 시기에 처해 있다고 하겠다.

하지만 대구를 중심으로 안경 및 우산 생산이 주종 산업의 일부로 부각되고 있으며 이에 따르는 디자인 개발이 활발하게 이루어지고 있다. 한편 삼성자동차와 쌍용자동차의 생산공장이 이곳에 설립됨에 따라 기계공업의 활성화 및 첨단 전자산업의 연구단지 건설에 따르는 디자인 개발의 지원이 필요할 것이므로 앞으로의 디자인 환경의 전망은 매우 밝다고 할 수 있다.

이곳 디자이너의 현황을 살펴보면 광고디자이너를 중심으로 주식회사 규모의 기획실 다섯 곳과, 제품디자인 연구실 세 곳을 포함한 전문업체, 4개의 미술대학, 한곳의 예술대학에 속한 디자인 계열 소속교수와 7개의 대학에 속한 디자인 계열 학과와 17개 전문대학에 속한 디자인 계열 학과에 속한 교수들로서 산학협동적인 차원에서 본다면 전문디자이너의 확보는 충분하다고 하겠다.

〈표 1〉 '96학년도 대구·경북지역 4년제 대학 디자인 전공 개설학과별 모집 현황

학과명	시각 디자인	산업 디자인	공업 디자인	공예 디자인	형성 디자인	응용 미술	패션 디자인	의상 디자인	광고 홍보학	실내 디자인	요업 디자인	비 고
경북대학교 예술대학	14											
계명대학교 미술대학	35		35	35			40					
대구대학교 미술대학		40		40								
대구효성가톨릭대학교 미술대학	60			40		40						
영남대학교 미술대학	30	30			30							전공지원 예상인원
가야대학교		40								40	40	
경산대학교		40								40		
경주대학교									40			
한동대학교		40										
경북산업대학교				80				80				
상주산업대학교								40				
돈보스코예술학교	25			도자공예 25								
합 계	104	150	35	220	30	40	40	120	40	80	40	959

〈표 2〉 '96학년도 대구·경북지역 전문대학 디자인 전공 개설학과별 모집 현황

학과명	산업 디자인	공업 디자인	시각 디자인	광고 디자인	응용 미술	공예 디자인	도자 디자인	섬유 디자인	염직 디자인	의상 디자인	장신구 디자인	실내 디자인	비 고
계명전문대학	80		80			80		80					
대구공업전문대학	80						160						
대구보건전문대학	80												
신일전문대학	80									80			
영남전문대학					120								
영진전문대학	120									80			
가톨릭상지전문대학	80					40				40			
경동전문대학	80									80			
경북실업전문대학										120			
경북전문대학	80												
경주전문대학	80												
구미전문대학	120												
김천전문대학	120											80	
대경전문대학				80					80	80		80	
동국전문대학	80										80		
안동공업전문대학		80											
포항선린전문대학	80									80			
합 계	1160	80	80	80	120	120	160	80	80	560	80	160	2,760

대구·경북지역에 속한 교육기관의 디자인 계열 개설 학과를 전공별로 분석하여 본다면 5개 대학에 속한 대학원 과정에 시각디자인, 제품디자인, 공예디자인이 각각 개설 중에 있으며 대학 및 전문대학의 1996학년도 모집에 의한 전공별 내용은 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉을 보면 광고를 포함한 포장을 중심으로 한 시각디자인, 산업디자인, 응용미술, 광고홍보학과에 약 290여명의 전공자가, 그리고 제품 및 환경디자인 부문에는 산업디자인학과, 공업디자인학과, 형성디자인학과, 실내디자인학과에서 약 280여명이 전공하고 있음이 나타나고 있다. 한편 공예디자인

의 전공자로는 공예디자인과, 형성디자인과, 요업디자인과를 포함하여 약 290여명이, 그리고 패션디자인 부문에는 패션디자인과, 의상디자인과를 포함하여 약 160여명의 전공자가 있는 것으로 조사되었다.

또한 17개 전문대학에서는 광고 및 포장디자인을 전공으로 하는 시각디자인 학과에 약 880여명과 제품 및 환경디자인 전공으로 약 640여명, 공예디자인 전공으로는 약 400여명, 패션디자인 전공으로 약 720여명이 있는 것으로 나타난 분포도를 볼 때 대구·경북지역의 산업에 필요한 디자인 전문인력의 교육여건은 대학원 및 학부, 전문대학에 분포로 보아 질



적·양적 모두 풍부한 여건을 갖추었다고 하겠다.

디자인 활동

대구·경북지역의 디자인 개선 및 개발을 위한 활동 상황을 살펴보면 먼저 행정기관의 정책적 노력에 의한 활동과 디자인 단체의 활동에 의한 내용으로 나눌 수 있다.

먼저 행정기관의 정책에 의한 활동으로는 1995년도에 경상북도 주관에 의하여 경상북도에서 지정한 향토 우수 농산품의 인지도를 높이고 신뢰도를 확보하기 위하여 경상북도 우수 농산품 심볼 마크를 제작하고 아울러 우수 농산품의 포장장 종류에 따라 규격화함과 동시에 새롭게 디자인화하여 우수 농산품의 품질향상과 이미지를 높이기 위한 노력을 하고 있다. 또한 대구 지역 섬유산업의 발전을 위하여 한국섬유기술진흥원에 부설된 섬유기술학교에서 섬유디자인과를 개설하여 섬유디자인을 전공하는 인재를 양성하여 낙후된 섬유디자인의 개발에 도움을 주고 있다.

한편 대구·경북 산업디자인협의체에서는 산업디자인포장개발원의 지원에 의하여 이 지역 중소기업의 제품 및 포장의 개선 및 개발을 위해 많은 노력을 하고 있음을 볼 수 있으며, 한편 디자인 단체로는 대구시각디자인협회와 대구산업디자인협회, 대구공예가협회가 구성되어 매년 정기 발표회 및 논문을 발표하여 이 지역 디자인 개선 및 발전에 일익을 담당하고 있다. 또한 각 업체에 소속되어 활동하고 있는 디자이너의 모임인 대구산업디자이너협의회에서는 소속된 업체의 내용에 따라 다양한 디자인 작품을 매년 정기적으로 발표함으로써 디자인 개발에 많은 도움을 주고 있다고 하겠다.

디자인 공모전으로는 대구광역시 및 경상북도 지역에서 각각 대구산업디자인전과 경상북도산업디자인전을 매년 개최하여 이 지역 디자인 발전에 많은 도움을 주고 있다.

문제점

대구·경북지역의 디자인 발전의 문제점이라면 주종 섬유산업의 시설 확대에 비해 제품의 개발에 대한 투자 부족에 따른 신제품 및 디자인의 후진성에 의해 경쟁력이 약화되어 있고 기업주의 인식 부족으로 디자인의 모방에 의존한 생산이 국제 경쟁력을 저하시키며 이곳 기업들 대부분이 부품생산의 위탁 업체로서 자체 브랜드를 가지고 생산하는 업체가 극소수에 불과함으로써 신제품 및 디자인 개발의 필요성을 느끼지 못하고 있다는 점을 들 수 있다.

또한 산학협동의 자세가 부족한 점을 들 수 있는데 지방으로서 가장 많은 전공학과를 두고 있는 대구·경북지역으로서 전공 교수 인력이 풍부한 조건을 활용하지 못하고 있다는 점도 안타까운 현실이라 하겠다.

지방 디자인의 활성화 및 개선 방향

기업의 경영자로 하여금 디자인의 필요성을 인식시키는 문제가 아직도 부족하다고 볼 때 먼저 디자이너들의 헌신적인 활동이 있어야 할 것으로 사료된다.

먼저 디자이너의 활동 중에는 지역에서 생산되는 제품에 대하여 보다 관심을 기울여 개선점과 개발에 의한 작품을 제작함으로써 경영자로 하여금 관심을 가질 수 있도록 하여야 할 것이며 한편 지역의 특화 산업을 고려하여 전공자 육성에도 앞서가야 할 것이다.

섬유산업이 중심인 이곳에서 섬유디자인의 전공학과 개설이 전문대학 과정에서 최근 3년 사이에 이루어졌다는 점과 패션디자인 학과 역시 '96학년도에 계명대학교 미술대학에 처음으로 개설됨으로써 이 지역 주종산업에 전공디자이너를 양성하게 되었다는 것은 뒤늦게나마 다행이라 하겠으며 이를 계기로 이제 이곳에 설립 중에 있는 양대 자동차 생산업체를 고려하여 자동차디자인학과 및 자동차공업학과 등 자동차 저공해 연구소의 설치 인가는 매우 바람직한 일이라 하겠다.

아울러 중소기업의 개발비 부족과 경영의 인식 부족을 개선하기 위하여 현재 실행 중에 있는 산업디자인포장개발원의 중소기업 디자인 개발 지원사업은 이 지역 중소기업의 디자인 개발의 활력소가 될 수 있을 것으로 확신한다.

이의 목적을 달성하기 위하여 중소기업 경영인의 이해를 돕기 위하여 행정기관의 절대적인 협조와 이에 참여하는 지도위원의 아낌없는 노력에 의하여 디자인 개발의 효과를 최대화하여 경영인들로 하여금 디자인 개발의 필요성을 확인시킴으로써 이 지역 디자인 발전에 역할을 다 할 수 있는 계기가 되기를 바라는 바이다. ☞

지방의 산업디자인

우리나라는 선사시대, 삼국시대에 이르기까지 목기, 토기, 청동기, 철기 등 여러 가지 재료의 용기가 만들어졌는데 고려시대에는 특히 도자기 제조기술이 발달하였고 조선시대에는 독특한 기법의 분청자기와 백자가 생활자기로 널리 사용되었다.

현재 우리가 향유하는 도자기 문화는 사회적 기능에 의해 산업도자기(또는 생활도자기)로 구분되는데 산업도자기의 역사는 동력을 이용한 기계식 제조방법에 의해 대량 생산된 시기인 18C 후반 유럽의 산업혁명 시기로부터 시작된다.

근대적 개념의 우리나라 도자기 산업의 시작은 1900년대 초반 일본에 의해 부산과 경인지역에 공장이 세워졌으나 순수 우리기술과 자본에 의한 우리나라 도자기 산업의 역사는 1942년 목포지역에 설립된 행남자기에서 시작한 것으로 볼 수 있다.

우리나라 도자기 산업은 사회변화와 함께 대량생산 체제설비로 다양한 용도의 기능을 갖는 도자기가 생산되었으며 경제 성장과 생활수준의 향상으로 고급화된 도자기 및 식기수요가 급증하게 된다.

목포의 도자기, 식기산업은 국내 최고의 도자기 생산지역으로 꼽히는데 도자기 제조와 관련된 기계, 원료공장으로부터 도자기 전사인쇄, 포장까지의 모든 공정의 시설이 완전하게 집중되어 있다. 따라서 좋은 품질의 도자기가 다량 생산되며 소비시장에서도 좋은 평가를 받고 있다.

목포지역의 도자기 관련업체

· 행남자기<도자기, 식기생산>

1

1. 96년 디자인 개발된 새로운 브랜드 세비앙 컬렉션의 '레몬' Dinner Set

지역산업과 디자인 발전의 근간이 되는

지방기업의 디자인실 운영

최연택 / (주)행남자기 디자인 연구부 과장



- 한전자기<도자기, 식기생산>
- 유일요업해도자기<도자기, 식기생산>
- 청계자기<도자기, 식기생산>
- 이레자기<도자기, 식기생산>
- 거창요업<도자기, 식기생산, 완구류>
- 무등도요<전통도자기, 식기생산>
- 은성도자기<도자기, 식기생산>
- 송현요업<도자기, 식기생산>
- 성심요업<도자기, 식기생산>
- 한라요업<도자기, 식기생산>
- 대정요<전통도자기, 식기생산>
- 첨본자기<도자기, 식기생산>
- 다함도자기<도자기, 식기생산>
- 백운도예<전통도자기, 식기생산>
- 고려요<도자기, 식기생산>
- 남도예술자기<도자기, 식기생산>
- 고려청자사업소<전통도자기>

- 미도자기<도자기, 식기생산>
- 남해산업<도자기원료>
- 영진도자기<도자기, 식기생산>
- 부원요업<도자기, 식기생산>
- 두리토방<도자기, 식기생산>
- 행남광물<도자기, 식기생산>
- 나라디자인<도자기전사지인쇄>
- 하나스크린<도자기인쇄>
- 삼호스크린<도자기, 식기생산>
- 한일전사<도자기, 식기생산>
- 행남특수인쇄<도자기, 식기생산>
- 영진세라믹<내화물, 가마축조>
- 한국전사<도자기, 식기생산>

이 지역의 디자인 교육환경으로는 전남대·목포대의 일부 미술학과에 전공으로 설치된 경우를 제외하면 4년제 대학의 디자인 계열학과는 조선대·호남대·광주대·초당산업대·대불대 등 5개교에 이르는데 최근 이 지역의 신설대학 대불대학교에 산업도자기학과가 개설되어 앞으로 지역 도자기산업에 기여할 것으로 전망된다.

여러가지 교육여건으로 서울지역과는 비교할 수 없으나 우리나라 대학에서 도자기 분야가 정식 전공영역으로 다루어지기 시작한 것은 '58~'59년 전후이다. 서울대·이화여대·경희대 등에 가마가 만들어지고 본격적인 작품활동을 시작하면서 도자기 문화의 발판을 형성하게 되는데 특히 70년대에 이르면서 도자기가 공예분야의 중심 장르로 부상한다. 대학에서의 활발한 도예교육의 결실로 많은 창작도예가들이 배출되었다



1

1. 그리스 신화를 주제로 한 유럽스타일의 디자인 '엔젤 Coffee Set'

- 대양내화<도자기, 식기생산>
- 조선내화<내화물, 가마축조>
- 동산요업<위생도기, 점토벽돌>
- 행천자기<도자기, 식기>
- 삼익세라믹<도자기, 식기생산>
- 광일요업<위생도기, 점토벽돌>
- 송정요업<도자기, 식기생산>
- 삼광산업<도자기, 식기생산>
- 행남요업기계<도자기 기계>
- 성우자기<도자기, 식기>
- 대불로<도자기 가마, 기계>
- 삼호기계<도자기 가마, 기계>

디자인 교육의 지역 환경

는 점과 창작도예와 뚜렷이 구분되는 과거양식의 답습으로서 전통도예의 제작이 관광상품으로 가치를 인정받으면서 활성화되었다는 점이다. 그러나 우리나라 도자기는 대학에서 배출된 창작도예와 공방도자기의 전승도예를 제외하면 산업도자기의 기반을 거의 형성하지 못하는데 이는 오늘 우리 사회와 도자기 문화와의 관련에서, 또 산업도자기에 대한 무지의 대학교육이 담당해 온 위치를 점검함으로써 미래에 대한 바람직한 방향모색이 있어야 할 것으로 보인다. 오늘의 대학교육 결과의 한 단면인 획일화 현상과 일품주의의 탈공예적인 순수미술 지향의 예술 창작도예의 집중현상은 여러가지 구조적 요인으로부터 형성되어 온 것이라 할 수 있다. 근대적 서구미술사 조로서 순수미술의 우월의식과 장인에서 공예가로, 예술가로의 신분상승 욕구가 70년대 이후 고도성장으로 마련된 경제성과를 기반으로 활동이 용이해졌다는 점에서도 찾을 수 있

다. 결국 일제 식민지 시대를 통해 기존의 건강한 도자기 문화는 상실되었고 근대산업화 과정을 거치면서도 큰 변화는 보이지 않고 있는 현실이다.

디자인실의 운영과 전망

산업도자기, 식기(Tableware) 산업은 오랜 생활문화에 접해 있지만 빠르게 변화하거나 발전이 급속하게 진행되지 않는 산업의 특수성을 가지고 있다. 소비성향으로는 선진국형 산업으로 볼 수 있으나 산업자체가 노동집약적이며 시장규모와 경제성의 한계가 있기 때문이다. 따라서 디자인 인력의 수요도 비교적 첨단과학의 산업디자인 분야의 수요보다 많지 않은데, 최근들어 생활수준의 향상으로 도자기, 식기에 대한 일반적 관심이 높아져 도자기, 식기디자인도 하나의 디자인 분야로서 연구개발이 활발하게 진행되고 있다.

행남자기에 디자인실이 설치된 것은 1960년대 중반으로 당시 디자인은 대부분 도자기 표면에 당초문양(唐草紋樣)이나 길상문(吉祥紋)을 직접 그려(hand parting) 넣거나 인화문(印畵紋) 기법(stamping)으로 표현된 단순한 디자인들이었다. 그러나 70년대 수출산업으로 확대되면서 5명의 디자이너로 운영해 오던 디자인팀을 보강하여 신제품 개발실을 설치하고 현대식 디자인 스크린 사진설비와 자동인쇄 시스템 등 디자인 연구개발에 필요한 시설을 갖추고 제품의 디자인 평가를 위한 소비자 모니터 회의를 실시했다. 이어 80년대 중반은 디자인 인력을 대폭 증원하여 20여명의 디자이너가 독자적인 신제품 디자인 개발에 참여해 일대 전환기를 마련하고, 이와 함께 기술연구소의 설립으로 도자기, 식기분야의 기술연구와 디자인 개발의 발판을 구축했다.

특히 자체 'Good Design賞' 제도를 만들어 매년 우수디자인 개발의 디자이너에 대한 시상을 하는 한편, 산업디자인 포장개발원(KIDP)의 우수디자인(GD)상품 선정제에도 '84년부터 매년 참여해 현재 49종의 제품이 GD제품으로 선정되어




디자인에 대한 중요성을 인식시켰다.

디자인실의 새로운 도약으로 서울지역의 디자인 정보수집과 시장조사, 디자인 기획상품 개발을 위해 서울디자인실을 신설 운영하여 지역디자인의 한계성을 극복하는 계기를 마련하였으며, 최신 기종의 컴퓨터그래픽스 시스템을 도입했다.

대개의 기업은 서울에 본사를 두고 지사를 지방에 내려 보내거나 생산공장을 운영하는 경우가 많으나 행남자기는 본사와 디자인실, 공장을 지방에 두고 운영함으로써 지역산업과 디자인 발전의 근간을 이루고 있다.

지방기업의 디자인실 운영에 대한 어려움으로는 수준높은 디자인 마케팅 서비스와 디자인 전문인력 양성 및 확보문제가 가장 크다. 그러나 도자기 산업은 이미 세계수준의 산업으로 발전해 디자인 또한 세계화 수준으로의 도약이 필요한 시기와 있다. 그 준비의 일환으로 세계 유명 도자기산업 관련행사인 이태리의 '밀라노 Macef Show'와 독일 '프랑크푸르트 Messe Ambuent', 일본 '漢濃도자기 페스티벌' 등 많은 행사에 디자이너를 파견하여 해외시장의 디자인 동향과 흐름을 습득하고 국제감각의 디자인 개발을 하도록 적극 투자하는 총체적인 경영 전략 차원에서 배려되고 있다.

최근 수입이 자유화되면서 대량으로 국내에 들어온 외국 유명 도자기의 제품 디자인이나 기술은 대개 유행에 뒤지거나 제조회사들로부터 시장성이 없다고 판단되어 대량생산이 포기된 디자인 제품에 불과한 것들이 대부분이나 수입가격의 약 5배에 해당하는 판매이윤 폭리에도 불구하고 증가 추세이다.

결국 국내 산업도자기는 디자인 인력구조가 약한 상황으로 국내외의 디자인 경쟁으로 나서야 하는 현실인 것이다. 우리나라의 현대 도자기 산업이 시작된 지 50여년이 지났지만 200여년의 영국, 독일, 프랑스와 100여년의 일본에 비해 그 전통이 짧음에도 생산능력이나 질적인 수준은 이미 세계 수준에 육박해 있다. 국제적감각, 세계시장의 색깔과 기호에 맞는 디자인 개발과 함께 국제화에 노력을 기울이면 우리나라 산업도자기 디자인의 앞날은 무한한 가능성이 있을 것이다. 

1 2

1. 베드로성당의 웅장하고 섬세한 건축양식을 모티브로 하여 고품격의 클래식한 분위기의 '베드로' Coffee Set
2. 코발트의 전통색 이미지와 현대감각을 조화시킨 '코발트 케라' Coffee Set



지

방

의

• (주)금강디자인산업
• 디자인 아카데미
• (주)C&I

디

자

인

천

공

인

산

업

문

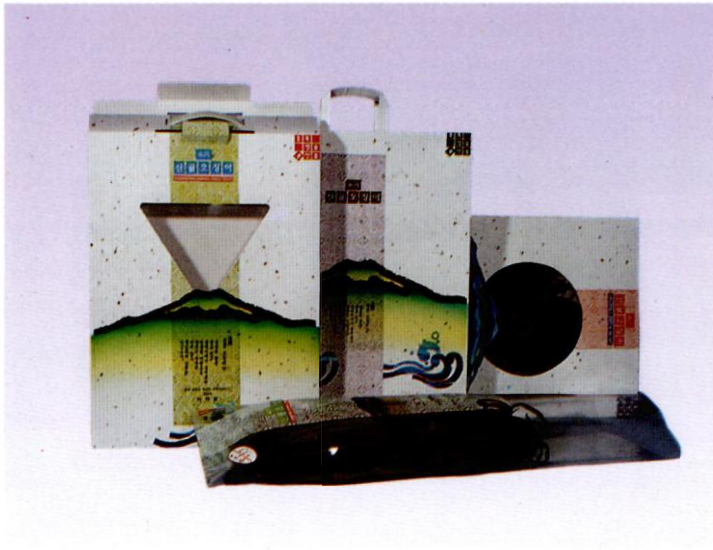
· 에스 . 이 . 디자인
· 에이스 디자인
· 워드

회

사



디자인아카데미
TOTAL DESIGN ACADEMY



산업디자인의 지방화, 국제화를 위해 뚫는다!

디자인아카데미

대전광역시 중구 대흥동 533-3

TEL : 042-221-1999 FAX : 042-222-1998

대표: 김영수

설립연도: '92. 8

구성인원: 10명

주요 프로젝트

· (주)유평 YK-M10 등

포장디자인 다수

· 각종 기업 브로슈어

통 상산업부 제26호 공인디자인 전문회사 '디자인 아카데미'! '81년 설립된 대전디자인아카데미(디자인 전문학원)의 부속 기획실이 그 출발점으로 디자인전문회사로서의 독립 및 정식사업자 면허는 1992년에 이루어졌다. 이런 관계로 학원강사 디자인 전공자 15인, 본사 디자이너 8인, 학원 소유의 첨단장비, 그리고 사진 스튜디오 및 기타 장비들을 연계하면 서울의 일류 디자인 회사에 결코 뒤지지 않는 시설과 인력을 보유하고 있다고 해도 과언이 아니다.

비록 연혁은 짧지만 디자인아카데미는 중부 지역에서는 유일하게 패키지디자인에 관한 한 수 많은 개발 실적과 노하우를 갖고 있으며 KIDP의 디자인지도, 개발지원사업과 병행하여 여타의 디자인 용역사업을 진행중이다.

대전하면 중앙행정도시, 첨단 과학도시를 먼저 떠올리게 되나, 디자인 부문은 이와는 아직 괴리가 있다. 지방의 광고주들

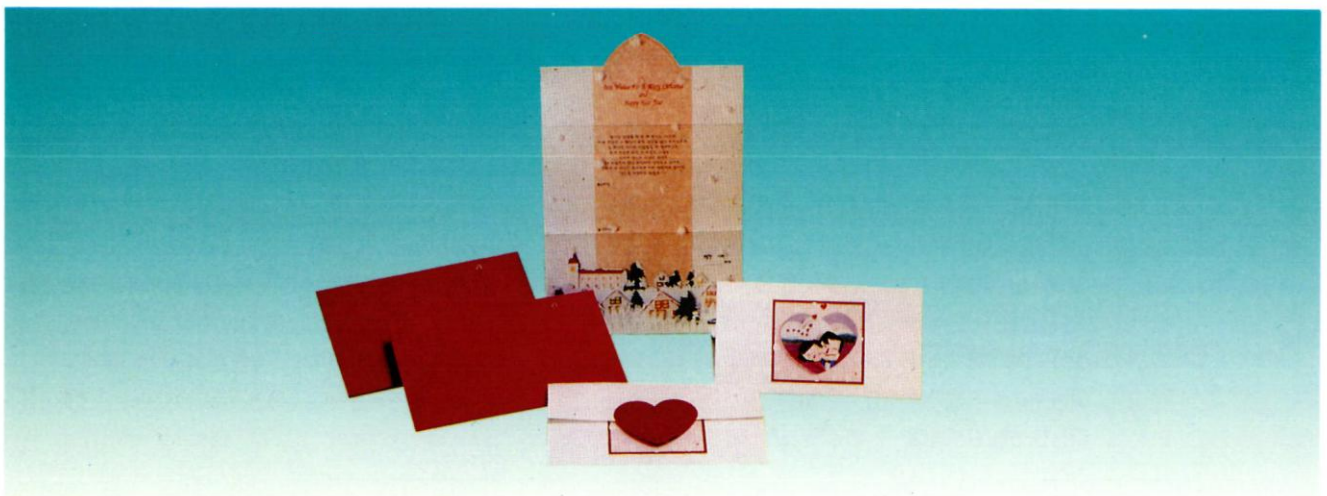
이 디자인 의뢰를 할 때, 서울 업체를 선호하는 경우가 많으며, 결과물의 수준, 투입된 장비·인력·소요비용 등의 수준이 서울 업체와 대등해도 "왜 서울보다 안쌌니까?" 하는 식의 인식이 퍼져 있는 것이 사실이다. 이점을 감안하여 디자인의 질적 수준 향상을 위해 부단한 투자와 연구를 해왔지만, 아직도 개선되지 않고 있는 실정이다.

이에 디자인아카데미의 스태프들은 KIDP의 산업디자인의 '국제화·지방화·선진화'란 슬로건처럼 지방의 디자인 수준을 높이기 위해 부단히 노력하고 있다. 특히 충청지역 유일의 공인산업디자인전문회사로서의 자부심을 갖고 지방 고유 특색에 맞는 포장디자인의 적극적 개발과 지방 중소기업체들의 진단, 지도, 개발사업을 지속적으로 추진함으로써 대전 지역 디자인의 질적 향상을 도모할 계획이다.

1	3
2	4

	5
	6
	7

1. 디자인 아카데미 심볼로그
2. 영동 산골오징어 패키지 디자인
3. 디자인아카데미 사육
4. 디자인아카데미 멤버들
5. (주)세운 홍보 카드로그
6. 정안농협 방울토마토 패키지디자인
7. 삼성생명(충청충국) '95 연하카드 디자인





S·E·I DESIGN



일련의 개발과정을 입체적으로 연계

에스·이·디자인

안양시 만안구 안양 7동 196 유천팩토리아 706호

TEL : 0343-67-3348 ~ 9 FAX : 0343-67-3351

대표: 홍건표

설립연도: '94.1.5

구성인원: 8명

주요 프로젝트

· (주)그린파워 「Doctor Queen」 원적외선 치료기


· 삼성전자의 14" 기계식 선풍기

· "J"전자의 화분을 겸한 가습기

경기도 안양에 위치한 '에스·이·디자인'은 서울에 인접한 지역적 이점으로 수도권 지역에 산재해 있는 많은 중소기업체와 업무 협력 및 정보 교환에 유리한 고지에 있는 '에스·이·디자인'은 전자제품 디자인 프로젝트를 주로 진행하고 있다.

홍건표 사장을 필두로 6명의 디자이너가 동고동락을 함께 하는 에스·이·디자인은 여타의 전문회사와는 달리, 엔지니어링 회사(삼화엔지니어링)와 합자 및 협력체제를 구성하여 제품디자인부터 설계, 목업작업, 실리콘 주형에 의한 소량 생산 및 금형제작에 따른 Follow Up 업무까지 일련의 개발과정을 입체적으로 연계하여 수행하고 있으므로 가장 효율적이고 합리적인 개발업무를 할 수 있는 구조적 특징과 설비를 갖추고 있다고 하겠다.

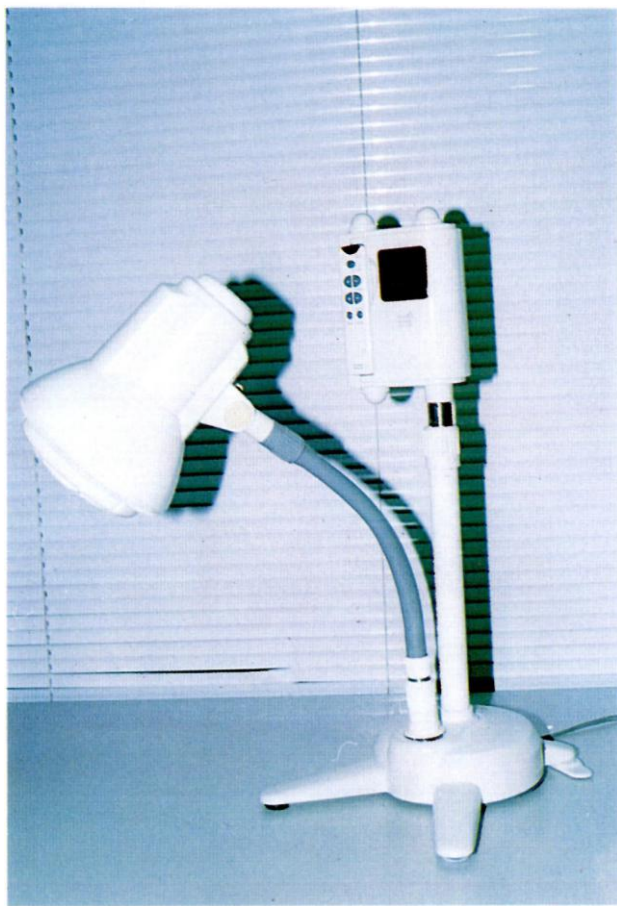
'에스·이·디자인'은 국내 클라이언트의 제품디자인 개발뿐만 아니라, 일본의 'U' 상사(수입자)와 대행 계약을 체결하여 일본 소비자가 요구하는 고품질의 생활용품 개발하면서 제품디자인 및 관련 개발업무를 추진하고 있다. 또한 이를 통해 시장정보교환 및 협력체제를 유지, 개발된 완성품은 국내 중소기업체와 연결하여 생산·수출하는 공동 협력 체계를 갖추고 있다.

지금까지 개발한 제품으로는 녹즙기, 원적외선 치료기, 14" 선풍기, 인버터 조명등 외 다수가 있으며 향후 계획은 음식물 찌꺼기를 효과적으로 처리할 수 있는 환경보호 상품을 개발해 아름다운 생활환경을 만드는데 일조하고자 한다. 

1	2
	3

4	5
6	

1. 화분을 겸한 가습기 디자인
2. 에스-이-디자인 심볼로고
3. 에스-이-디자인 멤버들
- 4, 5. (주)그린파워 Doctor Queen
6. 삼성전자 14"기계식 선풍기디자인





디자인계의 최고를 추구하는 프로 정신으로

에이스디자인

부산광역시 사하구 하단동 525-8

TEL : 051-207-6071~2 FAX : 051-208-1689

대표: 김기호

설립연도: '89.10

구성인원: 7명

주요 프로젝트

- 안군전기「음이온 공기청정기」
- 대동기전「자동차충기」
- 고려물산 C 브랜드 심볼


‘ACE’란 뜻 그대로 디자인계의 최고를 추구하는 프로의 정신으로 뛰고 있는 ‘에이스 디자인’!

‘에이스 디자인’은 시각·포장 전담팀인 ‘에이스 팩(기존상호명)’과 신설 파트인 제품디자인 전담팀 ‘에이스 프로’에 의해 운영되고 있으며, 현장의 철저한 마케팅 리서치를 바탕으로 업무체계의 최종목표를 판매전략에 두고 있다.

디자인 프로젝트 관리는 사업의 승패와 직결되는 매우 복합적인 요소이다. 그러므로 ‘에이스 디자인’은 효율적인 디자인 프로젝트의 관리를 위해 마케팅 전략 수립, 창조적이고 독창적인 그래픽과 제품디자인, 클라이언트·디자이너·소비자와의 유기적인 커뮤니케이션의 통합을 추구하고자 노력하고 있다. 또한 ‘많이 보고 많이 생각하자’는 사훈처럼 새로움에 도전하는 학구적인 자세로 디자인 업무에 임하는 미래지향적인 디자인

전문회사이다.

지방에 위치해 있어도 공인산업디자인전문회사라는 공신력 때문에 클라이언트들이 선호하고 일을 맡긴다는 장점을 갖고 있으나, 좁은 시장성으로 인해 영세한 클라이언트가 다수를 차지하고 있으며, 프로세스 및 인쇄기술의 부족으로 양질의 디자인 결과물 도출이 어려운 상황이다. 더욱이 자료 및 정보 입수의 부족과 거리상의 문제로 시간적 제약을 받고 있는 것이 현실이다.

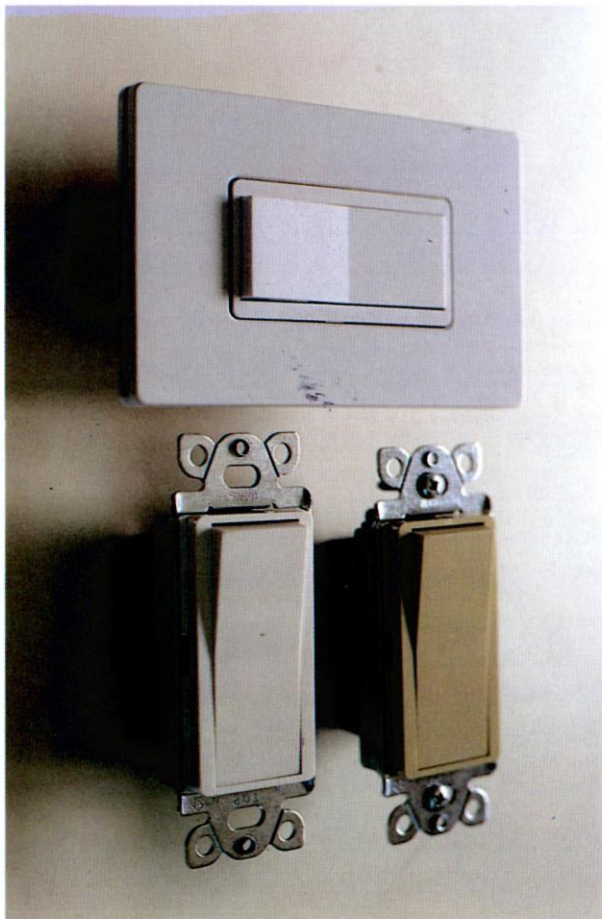
그러나 에이스디자인은 이런 상황에도 불구하고, 제품과 사용자와의 원활한 상호관계는 디자인에 의해 촉진된다는 신념 하에 ‘조용하지만 가장 설득력 있는 비즈니스맨’으로 디자인이 제 역할을 하는데 한치의 빈틈도 없게 하고자 노력하고 있다. 

1	2
	3

	5
	6
4	7
	8

1. 동국산업사 패키지 디자인
2. 에이스 디자인 심볼 마크
3. 에이스 디자인 멤버들
4. 삼양조구 C브랜드 심볼 디자인
5. 대동산업 팬사용품 브랜드 네이밍 및 심볼
6. 반도중합건설 네이밍
7. 스페이스 심볼 로고
8. 각종 카달로그 디자인





총합 합리화 기법을 디자인에 적용!

위드

경남 양산군 동면 가산리 1016

TEL : 0523-387-5073 FAX : 0523-388-5732

대표: 이상림

설립연도: '94.3

구성인원: 8명

주요 프로젝트

· LG전자, 「공기정화기」

· 「컴퓨터용 스피커」

· LUTRON(USA), 「장식용 스위치」


경남 최초의 공인디자인 전문회사 '위드'.

그 이름에 걸맞게 이상림 대표를 위시한 총 8명(자문교수 2명 포함)이 동고동락을 함께 하며 경남의 디자인 발전을 위해 뛰고 있다.

지방자치제에 따른 지역발전 차원에서의 디자인 전문회사 활용도가 높아지고 디자인의 필요성과 중요성의 인식도가 크게 향상되는 요즘, 위드는 디자인에 공학과 마케팅을 접목시킴으로써 생산과 판매에 이르기까지의 총합 합리화 기법을 디자인에 적용하고 있다. 이로써 외형적인 조형과 색상 이외의 기능·성능·금형제작·원가·개발비용까지 최적조건을 유도, 클라이언트로 하여금 경영이익을 극대화하는 데 일조하고 있다.

그러나 이같은 합리적인 디자인 프로세스에 의해 우수한 결

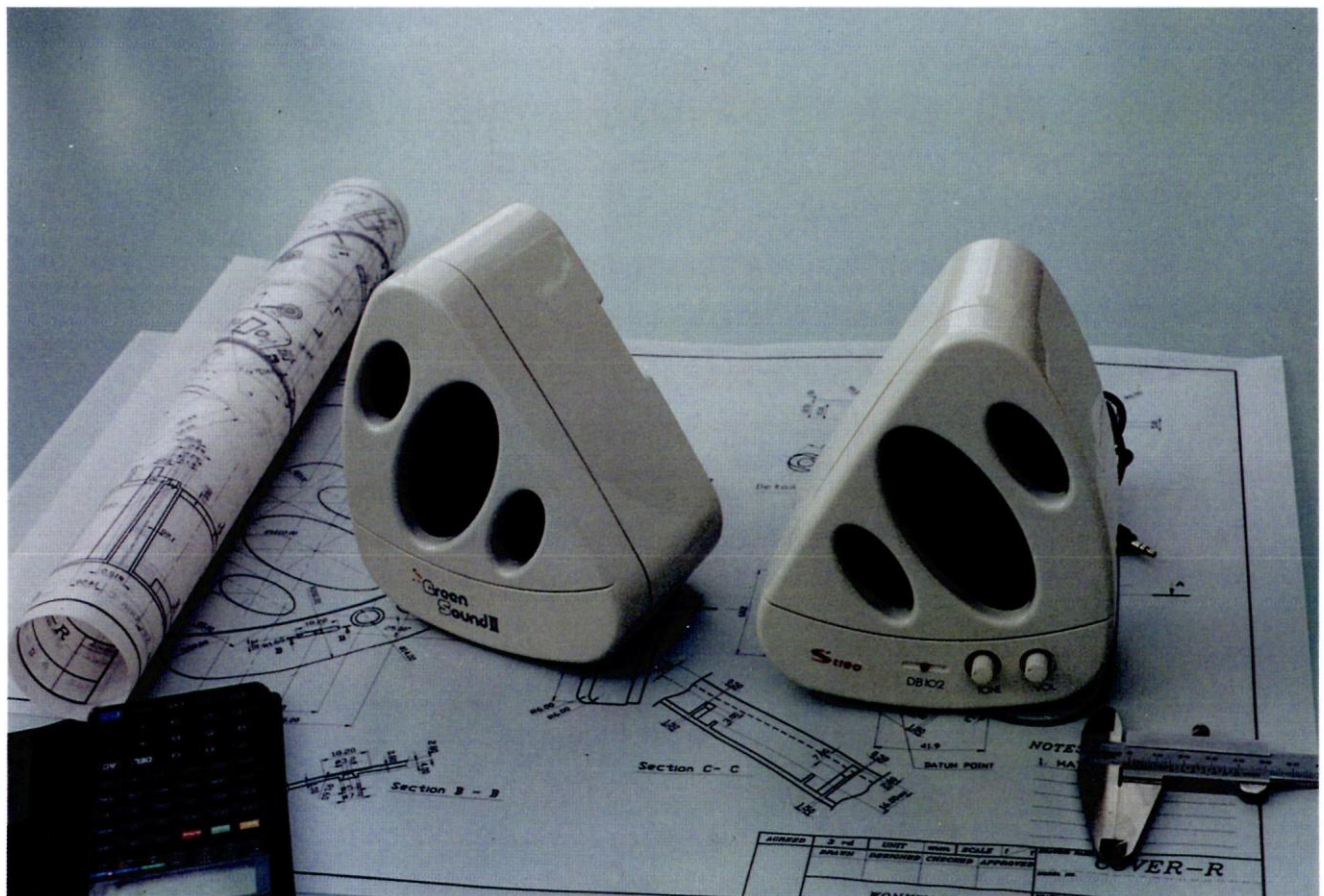
과물을 도출해도 디자인을 필요로 하는 업체 발굴이 어렵고, 자료·전시회·세미나·교육 등이 서울에 편중되어 있어 정보수집의 기회가 적으며, 디자인 수행에 따른 용역비용이 빈약하여 디자인 전문회사 경영에 어려움을 겪고 있는 것이 현실이다.

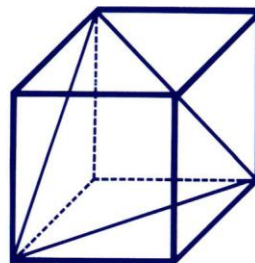
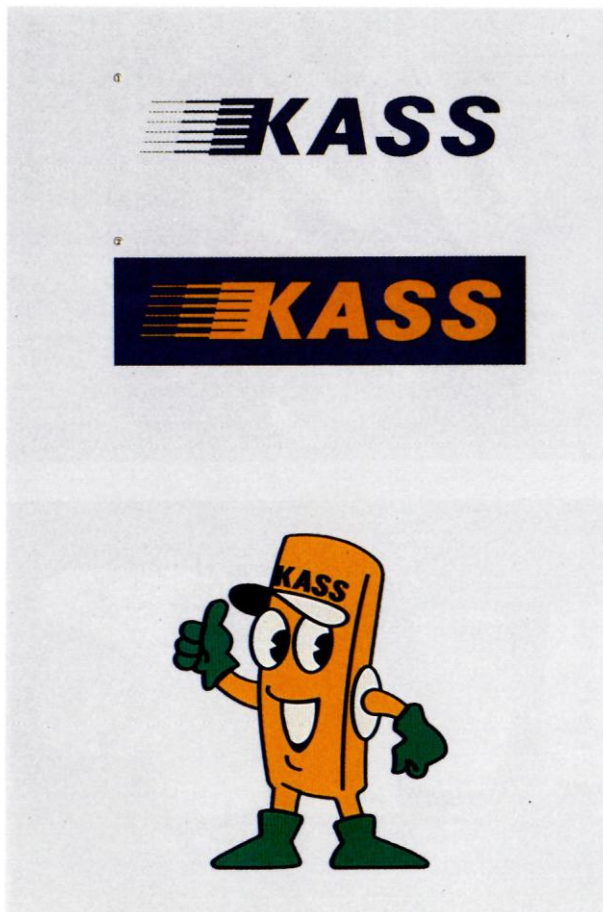
이같은 현실을 극복하고자 위드는 통상산업부와 KIDP의 중소기업 디자인 지도사업에 적극 참여함으로써 산업디자인의 지방화, 선진화에 동참하고 있으며, 컴퓨터 그래픽을 위한 첨단장비와 고급인력의 확보로 수준높은 디자인을 제공하고 있다. 

1	2
3	

	5
4	6
	7

1. 장식용 스위치 디자인
2. 위드 심볼 로고
3. 위드 멤버들
4. 공기정화기 디자인
5. 코드부 멀티탭 디자인
6. 세신컴퓨터 스피커 디자인
7. 동방정밀전기 스피커 디자인





주 금강디자인산업



사물의 아름다움을 가장 아름답게 표현한다!

(주)금강디자인산업

부산광역시 금정구 구서동 84-5

TEL : 051-518-7772~3 FAX : 051-518-7298

대표: 김채홍

설립연도: '88.7

구성인원: 16명

주요 프로젝트

· VIP 버스 실내인테리어 디자인

· 기업 CI 다수

· 분양모델 하우스 시공 설계

“**느**었다고 생각하면 결코 지금도 늦지 않았습니다. 디자인이라는 프로 근성이 있어야 아니까요”

부산에서는 3번째 공인산업디자인 전문회사로 인정을 받고 착실하게 디자인 세계를 열어가는 (주)금강디자인산업.

금강디자인의 심벌마크는 금강석의 기본입자인 정육면체를 근간으로 사물의 아름다움을 가장 아름답게 표현할 수 있는 공간과 대각개념인 황금분할을 이룸으로써 모든 디자인의 출발과 완성미를 간결하고 정직하게 드러내고자 함을 표현하고 있다. 디자인이라는 프로 근성을 갖고 디자이너로서의 자질과 경험적인 요소로 사물을 정확하게 꿰뚫어 볼 수 있어야 한다. 여기 금강디자인의 멤버들은 프로 근성과 채치있는 아이디어로 진행한 프로젝트에 대해 프로로서의 희열을 맛보고 있다.

금강디자인은 김채홍 사장을 비롯한 디자이너 16명으로 구

성된 부산의 대표적인 디자인 회사로 부산 지역의 디자인 발전에 한몫을 톡톡히 해내고 있다.

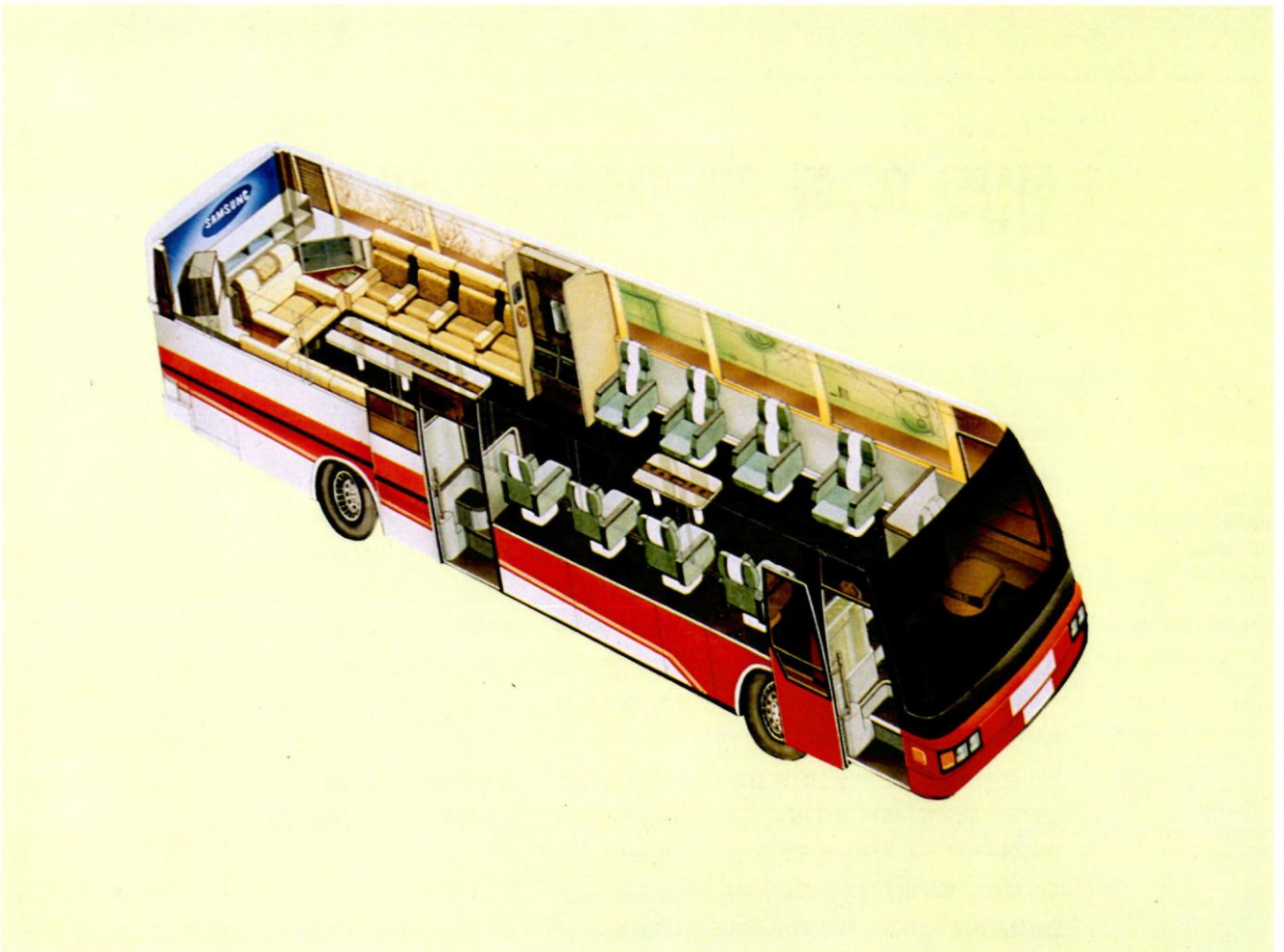
금강디자인에서 디자인 개발전 가장 중시하는 사항은 실질적인 마케팅 조사이다. 어설픈 흥내만 내는 마케팅 조사로 피해를 보는 회사를 왕왕 보았기 때문에 금강디자인은 산학협동조사와 자문위원, 그리고 마케팅 전문인을 구성하여 철저한 사전 시장조사를 실시하고 있다.

또한 농어촌 생산품을 고급화하고, 소규모 영세업체들의 생산품을 향상시켜 소비자의 구매력을 충족시켜 주는 것이 지방산업디자인 회사로서의 중요한 몫이라 생각하는 금강디자인. 아직 디자인 투자비용이 열악하여 경제적인 업무 추진이 어려운 상황에서도 지방디자인 향상의 첨병 역할을 하고자 오늘날도 하나하나의 프로젝트에 심혈을 기울이고 있다. //

1	2
3	

4	5
6	

1. KASS 심볼 마크 및 마스크트 디자인
2. 금강디자인산업 로고마크
3. 금강디자인산업 멤버들
4. 청구스포츠클럽
5. 한신스포렉스 심볼로고 및 마스크트
6. VIP 버스 실내디자인





CNI

CREATIVE&NEW IDEA
TOTAL DESIGN AGENCY
(주) 씨·엔·아이



현실적 요구와 고객 만족을 최우선으로 ..

(주)씨엔아이

광주광역시 북구 신안동 477-11

TEL : 062-527-9001 FAX : 062-522-5747

대표: 조영준

설립연도: '88.2

구성인원: 21명

주요 프로젝트


- 아파트 홍보 브로슈어 다수
- 광주광역시 동구 예술의 거리 상징탑 설계 및 시공
- 광주광역시 동구 예술의 거리 야외전시대 설계 및 디자인
- 농협 및 기업 패키지 디자인 다수
- 모델하우스 건축 설계, 시공, 감리

지난 '88년 청년미술공사 설립을 기점으로 광주·전남 디자인계의 주춧돌 역할을 해 온 씨엔아이. 창조적인 새로운 아이디어로 종합 디자인의 지평을 열어 가겠다는 다부진 각오로 오늘에 이른 씨엔아이는 그 이름에 걸맞게 지방 디자인 전문회사로는 드물게 그래픽 디자인과 인테리어 분야에서 명실상부한 기업으로 자리잡고 있다.

씨엔아이는 경영인의 위치뿐만 아니라 디자이너로서의 위치에서 모든 일에 적극적인 조영준 사장을 위시하여 30년 이상의 경력을 갖고 있는 상임 고문과 현직 교수의 자문에 기초, 결단력과 추진력이 빠른 젊은 실무 디자이너의 업무 능력이 함께 어우러져 일의 성공률을 높이고 있다. 또한 프로젝트에 따라 팀별로 지속적인 협의를 통해 전략을 수립하고 결과물을 도출함은 물론 결과물에 대한 자체 평가를 거침으로써 각 결

과물에 대해 책임을 질 수 있는 시스템을 운영하고 있다.

씨엔아이가 추구하는 디자인은 디자이너 자신의 감각이나 취향을 중시한 것이 아닌 현실적인 요구에 합당한 디자인, 고객이 원하는 디자인, 그리고 소비자를 사로잡는 디자인을 우선으로 디자인의 질(質)을 높이고 있다.

중심지와 별 차이가 없는 걸모양새와는 달리 삶의 터전에서 의 본원적 디자인에 대한 인식도가 낮아 어려움을 겪고 있으나 그간의 경험과 우수한 인적 자원을 무기로 지방 디자인계에 노출되는 문제점들을 수렴, 보완하고자 씨엔아이는 끊임없는 노력을 기울이고 있다. 

1	2
3	

4	5
6	

1. 금광아파트 홍보 브로슈어
2. 씨·엔·아이 심볼로고
3. 씨·엔·아이의 멤버들
4. 현대아파트의 홍보 브로슈어
5. 미역 국수 패키지 디자인
6. 프라자하이텍 홍보 브로슈어



“학 생들 모두 창의성이 뛰어나고 열의에 가득 차 있으며 시설과 장비 모두 완벽하게 준비되어 있습니다. 국제산업디자인대학원은 이곳 한국과, 부상하는 세계 각국의 산업디자인 교육의 세계화에 새로운 지표를 제공할 것이며 인적·물적의 다양한 자원과 높은 동기의식을 지닌 학생들과 더불어 유익한 경험들로 시작할 것입니다. 특히 세계

세계적 명성을 획득하는 살아있는



울리히 부란트
국제산업디자인대학원 부원장

각국에서 오신 교수님들은 풍부한 이론과 실습을 적절하게 혼합한 프로그램을 제시할 것이며 성장하는 산업경제에 성공적으로 이바지할 우수한 디자이너를 양성할 것입니다. 이러한 기회를 갖게 된 것에 무한한 기쁨을 느끼며 세계적 명성을 얻는 국제산업디자인대학원이 되도록 공동의 노력과 지도를 아끼지 않을 것입니다.”

‘96년 3월 4일 개원한 국제산업디자인대학원(가칭: 이하 국제산업디자인대학원)의 부원장 울리히 부란트 교수는 한국에서 최초로 개원되는 단설 산업디자인대학원이므로 타부문에 모범이 되도록 산업현장과 밀접한, 살아있는 교육을 목표로 최선을 다할 것이라며 인사말에 답했다.

‘31년 독일 출신으로 Folkwangschule ESSEN과 Hochschule für Gestaltung에서 상품디자인을 전공하고 SIEMENS사 인간공학연구소 및 ESSEN 대학에서 교수와 학장을 역임해 온 그는 인체공학을 최초로 산업디자인과 접목시켰다는 평가를 받고 있기도 한 세계적인 디자이너이다.

“이번에 입학한 학생들의 학부전공을 살펴보니 산업디자인뿐 아니라 경영학, 통계학, 물리학, 철학, 문학, 공학 등 매우 다양하더군요. 따라서 토론식 강의를 통해 학생들은 서로의 지식을 교환하고 모자라는 부분을 상호 보완할 수 있을 것입니다. 또한 실제 커리큘럼도 상호 협조를 통해 공동작업 위주로 진행될 것이며 기업의 상품개발 프로젝트를 통해 실제 산업현장에서 무엇이 중요한가를 배워가게 될 것입니다.”

따라서 대학원 과정에서는 컨셉을 도출하기 위한 ‘사고’ 과정이 가장 중요하기 때문에 ‘생각하고 또 생각하는’ 훈련을 통해서 ‘문제를 해결’하고 ‘문제해결의 열쇠를 누가 갖고 있는가(정부가 누구에게 있는가)’를 아는데 중점을 두고 수업을 진행해 나갈 계획이라고 한다.

한편 산업디자인에 있어 이론과 실기의 조화는 광범위한 주변학문의 탐구를 통해 가능하다는 울리히 부란트 부원장은 환경학, 심리학, 엔지니어링, 통계학, 경영학, 어학 등이 산

업디자인과 유기적인 관련을 맺어야 하며 디자인에 있어 주변 학문으로부터 많은 아이디어를 돌출하도록 교육하는 것도 본 대학원의 큰 특징이라고 강조한다. 독일의 경우 디자이너나 대기업에서 나와 프리랜서가 되려는 경향이 강하

종합 커뮤니케이션 디자인 교육 추구

다고 한다. 각 기업체에서 사내 디자이너보다 외국의 현지 디자이너나 전문회사에 맡기는 것을 선호하기 때문.

“본인이 한때 독일의 기업과 정부에 디자이너 양성을 위한 학교 설립을 요청한 적이 있었으나 부정적이었습니다. 독일의 기업들은 이미 세계화되어 있고 프리랜서나 외국의 디자이너에게 맡기면 되는데 굳이 왜 디자이너 양성에 투자하느냐? 하고 말입니다. 외국 디자이너들이 내국인이 보지 못하는 측면을 쉽게 찾아낸다는 장점이 있는 것은 사실입니다. 하지만 장기적인 관점에서 자국의 디자인력을 키우기 위해서는 창의적인 디자이너의 양성은 매우 중요합니다.”

라며 이런 점에서 볼 때 대부분 나라들의 산업디자인 교육정책이 기존 틀을 깨트리지 못하고 소폭의 개혁(Minor Change)에 머물러 있지만 주변학문을 열심히 배워 토탈디자인을 할 수 있어야 하며 디자인 매니지먼트에 대한 마인드도 갖추어야만 변화하는 디자인 환경을 리드해 나갈 수 있다고 덧붙였다.

오늘날 산업디자인은 인간의 인지, 감성, 행동을 중시하기 때문에 모든 산업디자인 분야에서 인체공학은 필수적이라고 강조하는 울리히 부란트 부원장은 특히 컴퓨터를 활용한 인지·감성공학과 기계설계에 필요한 의학, 생물학 등의 두 분야로 대분되는 인체공학의 흐름은 그 중요성이 점점 높아간다고 했다.

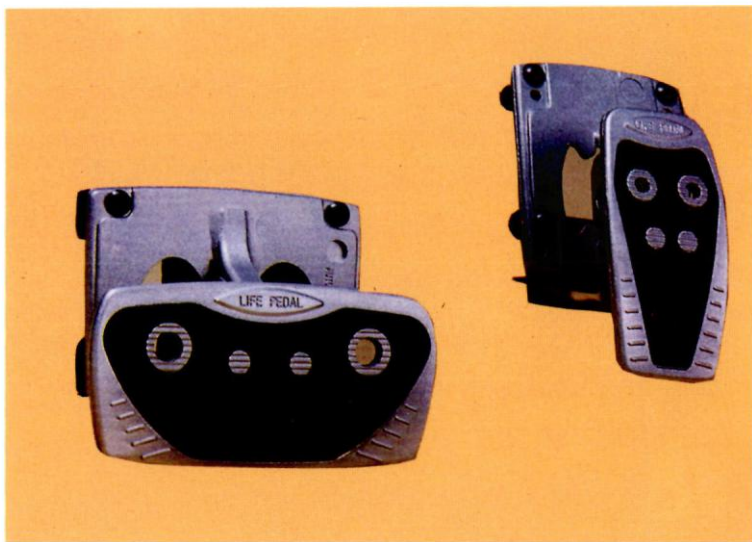
이번 대학원 부원장으로 취임한 것이 한국과 첫번째 인연이라고 미소짓는 그는 이번에 국립박물관과 민속박물관을 돌아보았는데 그 엄청난 문화재에 감동했다고 한다. 그럼에도 불구하고 길거리에서 마주친 한국사람들은 너무 미국이나 일본화가 되어있는 것 같다고 안타까워 하기도.

역사와 전통을 산업디자인으로 연결, 발전시킨다면 한국도 조만간에 세계적인 산업디자인 선진국이 될 것이라고 믿는다는 울리히 부란트 부원장. 그의 이야기 속에서 국제산업디자인대학원의 밝은 미래를 느낄 수 있었다. //

오늘날의 산업디자인은 인간의 인지, 감성, 행동을 중시하기 때문에 인간공학은 필수적이다. 특히 컴퓨터를 활용한 인지·감성공학과 기계설계에 필요한 인체공학의 흐름은 그 중요성이 점점 높아가고 있다.

사용자 환경을 고려한 '자동차 페달조절장치'

1 편집실



업체명

(주)오토매니아
서울 금천구 가산동 236-10
Tel. 02-858-3140
Fax. 02-858-3142

대표자

송영열

지도위원

정진규(다담디자인)

디자인

자동차 페달 조절장치
제품디자인

“**애** 너는 운전하는 자세가 너무 안정되어 보인다. 나는 영 불편하던데? 운전하면서 불편하진 않니?”

“바른 운전자세의 포인트는 엉덩이의 위치와 핸들과의 안전공간 확보에 있거든. 핸들에 가까우면 핸들의 회전각도를 작아지게 하여 핸들조작이 불편하고 안전공간이 좁아지기 때문에 충돌시 생명을 잃는 경우까지 발생하는 거라고 하더라.

사실은 나도 발이 페달에 잘 닿지 않아서 핸들에 딱 붙어서 운전을 하고는 했는데, 피곤하고 허리도 아프고 영 불편하더라구.

그런데 여기 자동차 페달 깊이를 자기 키에 맞게 조절할 수 있는 더블 페달 ‘라이프’를 부착한 뒤로는 운전이 너무 편안해지고 사고시에도 핸들과의 거리를 유지할 수 있어 안전하게 운전하고 있어.”

“어머, 운전자 각자에게 맞는 자동차 페달 조절장

치라고? 너무 편하겠다!”

최근 자동차의 페달 깊이를 조절하는 ‘라이프’가 개발되어, 자동차 대중화 시대에 심각하게 확산되어가는 운전요통 및 디스크 발병 문제와 사고시 핸들과의 안전공간이 좁아 치명적인 피해를 입는 등 운전시에 발생할 수 있는 운전자의 안전문제를 해결해 주는 아이디어 제품으로 화제가 되고 있다.

개발 개요

- 설립연도 : 1995년 1월
- 종업원수 : 7명
- 주생산품 : 자동차 페달 조절장치
- '96년 매출목표 : 5억원

지난 '95년 1월 창립된 (주)오토매니아는 '자동차 페달조절장치' 전문생산업체이다. 이 장치는 현재 세계 15개국에 특허출원된 상품으로서 (주)오토매니아에서 유일하게 생산하는 품목이다.

송영열 사장은 5년전 개인택시운전을 하는 친구 아버지가 직업병으로 고생하시는걸 보고 직업운전자들에게 공통적으로 생기기 쉬운 것에 관심을 갖게 되었다.

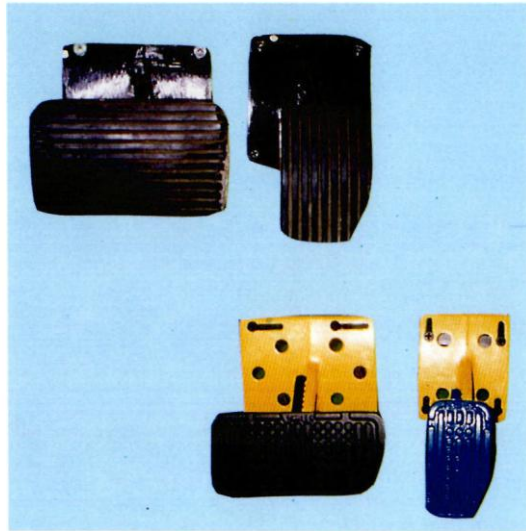
동양인은 서양인에 비해 하체가 상체보다 짧은 편이며 평균신장도 작다. 특히 전세계적으로 자동차의 구조는 핸들과 페달간의 거리가 그 나라의 평균신장보다 높게 설계되어 있어 큰 불편을 겪고 있으며, 동양의 경우 더 심한 편이어서 장시간 운전을 하는 택시기사, 직업운전자 등은 공통적으로 목, 허리디스크에 시달리고 있는 형편이다.

대부분의 운전자가 핸들과 페달간의 거리를 확보하기 위해 앞쪽으로 당겨 앉거나 뒤로 비스듬히 누워서 운전하는 것이 바로 디스크의 원인이 되기 때문이다.

여기에서 아이디어를 얻은 송사장은 이후 4년간 문제점 해결을 위해 다각적인 모색을 하던 중 인체 공학을 전공한 친구와 함께 페달의 깊이를 사용자에게 맞게 조절할 수 있는 지금의 '자동차 페달조절장치'를 개발하게 되었다.

개발에 성공한 후 샘플을 제작하여 택시운전자와 일반사용자에게 사용케 해 본 결과, 매우 좋은 반응을 얻게 되었다. 여기에서 자신감을 얻은 송사장은 본격적으로 이 장치를 생산할 것을 결심, '95년 (주)오토매니아를 설립하고 제품 생산에 들어갔다.

그러나 자체 개발된 제품이 기능에만 의존하여 개발되었기 때문에 자동차 및 악세서리의 고급화



1
2 3

1. 디자인 개발 전
2. 인체공학적으로 분석한 운전자와 페달깊이와의 상관관계
3. 디자인 개발 후

추세와는 맞지 않게 디자인이 매우 조잡했다. 앞으로의 국내시장 뿐만 아니라 해외시장 공략을 위해서라도 이러한 문제점을 보완하기로 결심하고 KIDP에 산업디자인 지도를 신청, 다담디자인의 정진규씨와 디자인개발을 시도하게 되었다.

시장 환경

- 세계 15개국에 특허출원 중인 세계 유일의 제품으로 인정받음.
- 기능, 성능 중심의 1차 생산품의 개발이 완료되어 일부 국내에서 판매한 경험이 있으며, 그 반응이 상당히 좋게 평가.
- 자가 브랜드로 수출할 수 있는 판매시스템을 준비.
- 외국 바이어들로부터의 주문이 예상되나 디자인

의 개선이 조건으로 부각.

- 사업초기 상품으로서 세계적 판매와 상품의 독창성 등으로 독자적인 이미지 관리가 용이.
- 본격적인 양산체제에 돌입하기 위해서는 생산성 및 원가절감을 위한 개선이 요구되며 현재품을 분석한 결과 가능성이 상당히 많은 것으로 나타났다.
- 자동차 부품이 난립되어 있는 국내상황에서 독자적인 아이디어를 기본으로 디자인의 개선이 수반될 경우 동종업계에서 적지 않은 파급효과를 기대할 수 있음.
- 고급감과 안전성을 동시에 충족시킬 수 있는 기본구조와 디자인의 개선으로 신시장 창출의 용이



성이 높아질 수 있음.

- 양산을 위한 원가절감 요소를 개선함으로써 부가가치를 제고.
- 제품의 성능 및 효과를 소비자에게 쉽게 설득시킬 수 있는 시각적 요소의 개발로 판매효과를 제고.
- 재료의 특성을 최대한 활용하고 마감처리 및 표면처리 등의 개선으로 고급감을 창출.

디자인 개발 전

- 부품의 마감처리, 구조부품 등이 거칠고 기계적인 이미지가 강하여 고급화 추세에 있는 자동차와의 조화가 어려움.
- 차량페달과의 체결을 위한 철판구조를 기존의 미끄럼방지용 페달의 구조를 그대로 사용함으로써

설치가 어렵고 차별화가 안됨.

- 페달 부착시 임의로 고정된 각도를 적용하여 차종과 사용자의 특성을 무시.

디자인 개발 프로세스 및 특징

1. 컨셉 설정

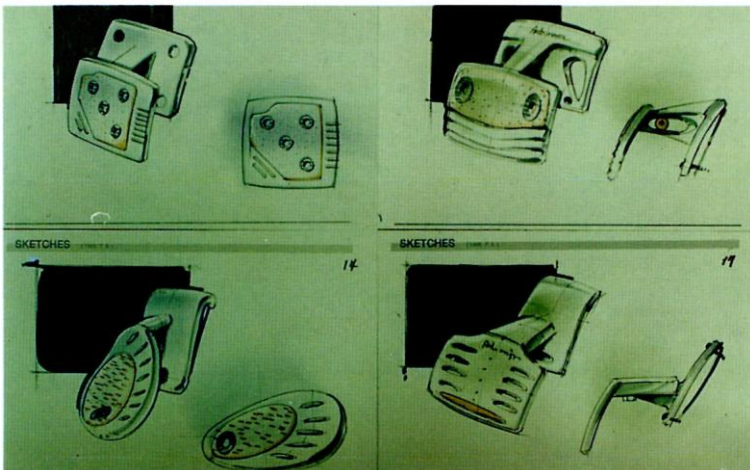
- 한번 장착되면 반영구적으로 사용할 수 있는 특징을 고려하여 판매시점에서 쉽게 어필될 수 있고 사용성을 시각화할 수 있는 강한 이미지 디자인.
- 대량생산을 위하여 원가를 절감할 수 있으면서 마감처리, 재질의 특성 등을 최대한 활용하여 부가가치 창출.
- 고급감과 안전성을 동시에 만족시킬 수 있는 기본구조의 개선과 표면처리의 적극 개발.
- 기존 개발제품의 문제점을 분석하여 해결방안 모색.
- 미끄럼방지용 페달 커버의 특성을 분석하여 차별우위요소 개발.
- 제품의 기능, 성능의 시각화 방안 검토.
- 재질의 효과적인 사용.
- 기본 구조의 개선으로 기계적인 이미지 탈피방안 제시.

2. 디자인 개발 내용

- 원가절감을 위한 구조 검토.
- 고급감을 표현할 수 있는 재질의 효과적인 적용과 표면처리, 마감처리의 개선.
- 미끄럼방지용 페달 커버와 차별될 수 있는 디자인의 개발.
- 치수 : 디자인에 의하여 부분적인 변경 가능.

1 2

1. 아이디어 스케치
2. 자동차 페달조절장치의 세부 구성



- 판매포인트 : 안전성, 안락성, 경량성, 안정성 등.
- 조립방식 : 볼트체결(디자인 재검토 필요부분)
- 기본재질 : 알루미늄합금(부분적으로 고무, 플라스틱의 사용가능).
- 브랜드 : 라이프
- 판매가격 : 40,000원대
- 출시시점 : 1995년 하반기 - 1996년 상반기
- 예상 라이프 사이클 : 약 3-4년(1996년 - 1999년)
- 판매지역 : 국내를 포함한 전세계 지역

3. 세부 디자인 개발

- 최종 디자인 결정내용 및 수량 : 의자 본체 및 선택사양 부품의 디자인 1개안
- 디자인 드로잉 : 기구 및 금형설계 등에 필요한 기본 형상 및 구조의 기본치수를 중심으로 최종 확정되는 디자인 한 가지 안에 대한 디자인 의장도면 원본 및 복사본 각 1부씩
- 디자인 목업 : 본체를 중심으로 디자인 개발 대상 제품 및 부품의 최종 확정된 디자인에 한 가지 안에 대한 디자인 목업 1세트 제작
- 디자인 리코딩 : 본체를 중심으로 디자인 개발 대상제품 및 부품의 최종 확정된 디자인에 대한 색상견본, 마감(표면처리)처리, 재질, 인쇄사양, 인쇄용 필름 등의 의장시방서 각 1부씩

4. 디자인 개발 추진

- 디자인 개발일정에 따라 기구설계 및 생산성에 관한 내용은 상호협의하에 진행.

디자인 개발 내용	디자인 개발 전	디자인 개발 후
표면처리 개선	제품다양화를 위하여 알루미늄 표면을 열처리도장 또는 샌딩처리를 함으로써 원가상승 요인으로 작용됨	알루미늄 표면의 부식 적용과 RUBBE MOLD 색상 다양화를 적용하여 제품 다양화와 원가절감 효과를 추구
재료비 절감	각 부품의 두께 및 부피를 일정하게 적용	구조적인 안전성을 바탕으로 불필요한 부위의 살빼기를 패턴형식으로 적용하여 원재료의 절감을 추구함
부품 대체	설치시에 육각볼트를 조이기 위해 스페너를 제공함으로써 포장부피가 커지고 스페너 제공에 의한 가격상승	육각볼트 대신에 렌치를 이용하여 설치할 수 있도록 함으로써 포장부피를 줄이고 원가 절감을 이룸
기계적인 이미지 개선	부품의 마감처리, 구조, 부품 등이 거칠고 기계적인 이미지가 강하여 직접적인 소비자 대상의 대량유통에 부적합	재질의 이원화와 재질특성을 최대한 활용하고 설치상태의 고급감을 높이기 위하여 볼트 체결부위의 구조, 형상을 최대한 단순하게 처리함으로써 신뢰성 및 기계적인 이미지 대신 부드러운 이미지를 강조
부품 개선	차량의 페달과의 체결을 위한 철판구조에 기존의 미끄럼방지용 페달 구조를 그대로 적용함으로써 설치의 어려움과 차별화 효과의 절하	체결구조를 단순화하고 다양한 차종에 모두 적합하도록 철판구조와 형상을 검토적용함으로써 설치의 간편성과 차별화 효과 도모
설치각도 개선	임의의 고정된 각도를 적용하여 차종과 사용자의 특성에 관계없이 일률적으로 적용함	설치차종과 사용자의 다양성을 고려하여 설치각도를 조절할 수 있도록 기존페달과 결합되는 부위에 각도조절용 고무패킹을 적용
안전성 개선	설치후 사용자 길이조절용 페달과 차량바닥(매트)과의 간섭 발생	간섭발생을 없애기 위하여 페달의 아래부분의 형상을 개선하고 보호벽을 적용하여 간섭발생시에도 자연스럽게 작동될 수 있도록 적용
구조 개선	기존페달과 체결되는 부품과 길이조절용 페달과의 결합이 한 개의 볼트에 의하여 체결되고 결합상태가 모두 노출되어 마감처리 및 시각적인 불완전 형성	체결 부위와 볼트의 구조와 형상을 개선하여 체결상태가 강하고 단순하게 보이도록 적용함
차별화 개선	기존의 단순 미끄럼방지용 페달과는 전혀 다른 상품임에도 불구하고 그 차별성을 위한 디자인 요소가 미약	기존의 단순한 미끄럼방지용 페달과의 차별성을 높이기 위하여 고급감과 시각적인 강한 구조의 이미지를 표출시킴
생산성 개선	각 부품의 후가공처리와 부품간의 조립방식이 복잡하고 공정수가 많아 원가압박 및 생산성에 문제가 발생	각 부품의 후가공 처리를 없애고 조립방식을 단순화하여 공정수를 최소화(기존 대비 약 50%)



- 그동안 검토, 분석된 (주)오토매니아의 시장동향, 기술개발 능력 등을 최대한 활용하여 제품에 적용.
- 새로운 아이디어에 대한 상호 긴밀한 협조체제하에 적극적인 개발방안 모색.
- 디자인안에 대한 시장에서의 직접적인 반응을 분석하여 최종상품에 대한 시장성을 최대화.
- 제품의 품질을 높일 수 있는 마감처리, 조립상태 등의 개선에 대한 적극적인 노력 유도.

5. 디자인 특징


- 볼트 체결 부위의 구조와 모양을 최대한 단순화시키고 부드러운 곡선으로 처리하여 자동차 내부 인테리어와의 조화를 이룸.
- 기존의 미끄럼방지 장치와의 차별화와 설치차종·사용자의 다양성을 고려하여 철판구조의 모양을 현대적인 느낌의 볼륨감을 주어 다양화시키고, 설치각도를 조절할 수 있도록 페달과의 결합 부위에 고무패킹을 삽입.
- 각 부품의 후가공 처리과정을 없애고 조립방식을 단순화시켜 기존제품보다 공정수를 50% 감소시켜 원가절감을 꾀함.

개발 효과

지난해 개발에 성공하여 2,000개의 샘플을 제작하여 개인택시, 모범택시기사와 일반운전자에게 무

료로 사용케 하여 시장성을 분석해 본 결과, 반응이 좋아 금년 초부터 본격적인 판매에 들어갔다. 현재 자금력의 취약 때문에 시장확대가 어려운 상황으로 서울 6군데, 지방 9군데 등 대리점을 통한 직접 판매만 하고 있으나, 지난해 말부터 참여한 각종 전시회에서 해외 바이어들로부터 호평을 받아 샘플 요청이 쇄도하고 있으며, 현지에서의 반응도 매우 좋은 것으로 나타나 금년간 해외시장 진출도 가능할 것으로 보인다.

“시작 단계로 지난해 매출은 5천만원에 불과했지만, 일반 약세서리가 아닌 운전자의 건강을 고려한 인간중심의 디자인이 접목된 제품이기 때문에 소비자에게 제품특성이 올바르게 전달된다면 내수시장은 물론 해외시장에서도 수요가 급증할 것으로 보입니다.”

(주)오토매니아의 송사장은 아직 국내 및 해외시장에서 소비자의 제품에 대한 인지도가 거의 전무한 상태라 판매에 어려운 입장이지만 국내외 전시 참여 등 우선 소비자에게 이 제품의 필요성을 알리기 위한 홍보활동에 주력할 예정이다. 

전통과 최첨단이 조화된 근엄한 디자인 교육

■ 문선옥 / RISD 석사과정

Rhode Island School of Design Two College Street Providence, RI 02903, USA Tel. 401-454-6300 Fax. 401-454-6309

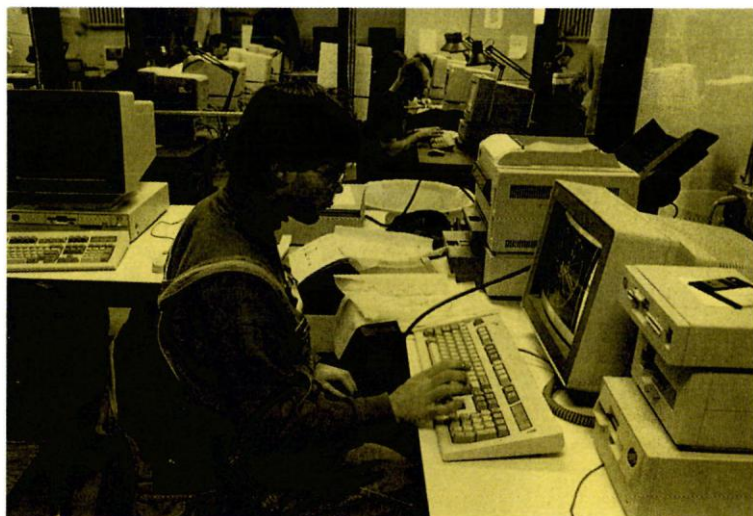


Rhode Island School of Design(이하 RISD :리스디라고 발음)는 1854년 설립 이후 미국에서 유명한 디자인 및 전문 예술학교로서 세계적인 명성을 얻어왔다. 오늘날 RISD는 1만2천명의 졸업생과 9천만 달러가 넘는 기부금과 함께 1천8백5십명의 학부생, 1백5십명의 대학원생이 있으며 이들은 5십개 이상의 다른 나라들로부터 왔다. 3백명의 저명한 아티스트와 디자이너에 의해 교수진을 이루고 있다.

RISD는 미국의 로드 아일랜드주의 수도인 Providence의 중심가에 위치해 있다. 로드 아일랜드주는 미국에서 가장 작은 주이며 1774년 영국으로부터 독립한 뉴 잉글랜드주들 중의 하나이다. 미국의 극동부의 약간 북쪽에 위치하고 있는 로드 아일랜드주의 북동쪽에는 보스톤의 수도인 메사추세츠주가 있으며, 남서쪽으로는 예일대학이 있는 커네티컷주가 있고 대서양이 바로 가까이에 있다. 로드 아일랜드주의 남서쪽에 위치한 뉴욕과는 자동차로 3시간에서 3시간 30분 정도 걸리므로 학교수업 중 뉴욕에 직접 가서 하는 수업들도 있다(박물관 견학 등). 그러나 사람들이 아직도 보수적이어서 외국인이 공부하기에는 가끔 서러움(?)을 당하는 경우도 있다.

다양한 전공 선택

대학의 전공 과목에는 Apparel Design, Architecture, Art Education, Ceramics, Film/Animation/Video, Furniture Design, Glass, Graphic Design, Illustration, Industrial Design, Interior Architecture, Jewelry and Metals, Landscape Architecture, Painting, Photography, Print-making, Sculpture, Textiles 등이 있다.



또한 대학원의 MFA로는 Ceramics, Furniture Design, Glass, Graphic Design, Jewelry and Metals, Painting/Printmaking, Photography, Sculpture, Textiles 등이 있고, MLA로는 Landscape Architecture, MID로는 Industrial Design, Master of Arts Education, MAT로는 Master of Arts in Teaching, MAA로는 Master of Arts in Architecture 등이 있다.

RISD의 학생들은 시각예술과 디자인 분야의 연구에 있어 전통적인 면과 최신 기술, 그리고 현재의 문제를 다루는 면에서 균형있게 진행되는 교과 과정에 참여한다.

기초 프로그램은 창의력을 개발하고 학생들의 기본적인 기술을 양성하며, 자질을 함양하는 한편 학생들이 자신의 전공을 선택할 수 있도록 도와준다. 2학년부터는 16개 전공 중 하나를 선택해 집중적으로 배우게 되며 한편으로는 다른 분야의 스튜디오 수업을 선택적으로 들을 수도 있다.

특히 매년 6주간 실시되는 겨울학기 동안 다양한 분야를 공부할 수 있으며 해외 여행과정을 선택하거나 전문분야의 견습을 통해 경험을 쌓을 수도 있다.

다양한 디자인 문제의 해결방안 모색

디자인 문제를 제기하고 발견하며, 사회적, 물

리적, 생태학적인 환경에 민감하게, 그리고 혁신적으로 접근하여 문제를 해결하는 것이 ID 학부 디자인 교육의 목표이다.

ID 전공자들은 제품디자인의 가치를 배우고 재료를 분석하여 프로세스를 진행하면서 시각적, 3차원 언어의 깊은 이해를 배운다. 이 언어를 사용함으로써 학생들은 기술적, 미적, 사회적, 그리고 생태학적인 관점으로부터 다양한 디자인 문제들을 분석하고 해결한다. 실기실에서 학생들은 단계적인 드로잉들을 진행시켜 목업을 만든다. 교과 과정은 드로잉 습득과 발표로 이루어지고 모델링을 만드는 것이(Model Making) 전공실기의 종합적인 부분으로 이루어져 있다.

기계적인 면에서 완전히 갖추어진 나무실기실, 금속실기실, 그리고 모델링을 만드는 실기실들이 갖추어져 있어 학생들은 모든 작품을 무리없이 제작하고 있다. 기술적인 그리고 창조적인 것을 기초로 해서 처음부터 끝마무리까지 학생들이 발전시키도록 한다. 가구디자인 전공안에 포함되어 있는 많은 선택과목들이 ID 전공 학생들에게 제공된다. 가구디자인의 꾸준한 성장으로 이 과목들은 학생들에게 디자인 프로세스, 재료, 그리고 구조의 철저한 능력과 함께 혁신적인 생각들을 강조한다. 또한 겨울학기 동안에 인터쉽과 산학협동 프로젝트들을 통하여 학생들이 기업과 일할 많은 기회를 제공하고 있다.

RISD의 ID 대학원 프로그램은 세계적인 맥락에서 디자인, 디자인 프로세스, 그리고 디자인 역할에 대한 개인적인 이해를 발전시키는 방향으로 구성되어 있다. 입학하길 원하는 사람은 4년의 디자인 교육을 가져야 하며 그렇지 않으면 그 분야



에서 순수미술과 디자인의 결합 또는 실질적인 경험을 가져야 한다.

ID의 전과정, 즉 Management, Marketing Research, Rendering, Presentation, Model Making의 과정을 한 곳에 치우침 없이 고루 습득시킨다.

모든 과정은 고난이도의 작업 과정을 통해 전인적인 ID 디자이너의 양성에 초점을 맞춘다. 또한 3, 4학년에 개설되어 있는 스폰서 프로젝트(산학협동 프로젝트)에 의해 실무경험 체득을 강화시킨다.

제 1학기 전공실기 수업은 환경디자인을 원칙으로 하되, 무공해 에너지, 식량 및 물의 공급, 공해 방지 등 현행 문제점을 해결해 주는 주거문화를 주컨셉으로 진행한다. 제 2학기 전공실기수업은 산학협동에 의한 기업의 주문을 받아 제품디자인을 수행한다. 이것은 특히 기업 마케팅팀과의 연계에 의한 근미래에 양산 가능한 실질적 제품을 디자인하는 것에 그 목적이 있다.

제 3학기 전공실기수업은 Second Year의 시작으로 논문을 전개시킨다. 특히 졸업논문 주제를 정해서 진행하는데 제품과 환경디자인을 원칙으로 하되 운송기기(자동차) 디자인도 가능하다. 3학기의 중간과 기말의 공개 프리젠테이션을 통해 작품을 평가받고 수정, 발전시킨다. 이 논문은 시각적, 그리고 객관성 있는 디자인 리서치가 필요하다. 논문과 작품에 의해 디자인에 대한 학생의 발전된 디자인 이론으로부터 인간공학 연구까지를 포함한다. 학생들은 지도교수와 논문위원회의 지시하에 작품논문과 작품보고서를 진행하며, 작품에 대한 프리젠테이션을 실시한다.

제 4학기의 전공실기수업은 마지막 학기로 종합 논문에 초점을 맞춘다. 지난 학기에 진행된 작품과 보고서를 발전, 전개시키는 마지막 과정으로 세부 사사에 관한 정리와 작품 제작 및 보고서를 마무리지어 비로소 RISD 박물관에서 대학원 졸업



전시회를 갖게 되는 것이다.

첫번째 해에는 ID 전공실기, ID Semester, 그리고 Liberal Arts, 또는 비전공 선택과목과 함께 겨울학기에 한 과목 더 듣는 것이 요구된다.

참고적으로 학점에 대한 사항을 말하면 최소한 1학기에 12학점을 신청해야 하며 (보통은 15학점 신청) 전체 평점이 학부는 2.0, 대학원은 3.0을 유지해야 한다. 만약 연속 2번, 학점을 유지하지 못하거나 비연속적으로 3번 이상 학점을 유지못하면 학교로부터 제재 요청을 받는다.

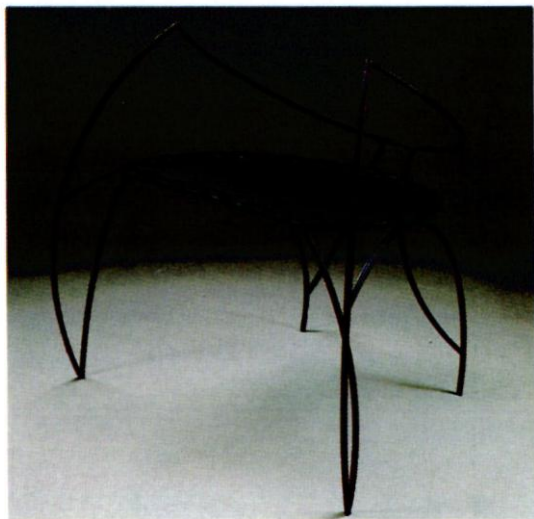
입학 기준 및 서류

학부는 TOEFL이 550이고 학교에서 요청하는 포트폴리오가 필요하다. 대학원은 TOEFL 점수가 과에 따라 550~600인데 이것은 각 학과장에 의해 조정되는 듯하다. 그리고 각종 서류와 작품 슬라이드 20매가 들어있는 포트폴리오가 요구된다.

각종 서류는 입학지원동기서, 이력서, 성적증명서, 추천서 등을 말하는데, 이 중에서 입학지원동기서가 중요하다고 볼 수 있다. 입학지원동기서에 왜 이 학교에 오려고 하는지 왜 이 전공을 공부하려고 하는지가 뚜렷하게 나타나, 학과장(Head)을 납득시켜야만 한다. 길게 불필요한 말을 장황하게 쓰는 것보다는 학교에서 요구하는 글자수에 맞추어 간단 명료하게 써야 한다.

그리고 인터뷰가 중요하므로 한국에서 입학하려고 할 때 전화로라도 본인의 의사를 표명하는 것이 좋을 듯하다. 학부는 2학년이나 3학년에 편입학생이 있으나 대학원은 편입제도가 없다.

RISD의 학부에는 다른 학교들과 마찬가지로 상당수의 동양 학생들이 많다. 한 반이 15명인데 한



국 학생은 최소한 한 반에 2명은 있다. ID 전공 학생이 60명인데 15명씩만 4반으로 나누어 각각 다른 교수한테 같은 내용, 같은 진행 수업을 받는다. 한국 학생들에게는 중학교나 고등학교 때부터 유학 온 학생들도 있고, 한국에서 대학을 못 들어가서 온 학생들도 있으며, 그리고 한국에서 대학을 나온 후 과를 바꾸어서 온 유학생도 있다. 대학원에는 한국 학생들이 1과에 1명쯤 있는데 아주 적다고 볼 수 있다. 그 한국 학생들 중에 한국에서 대학이나 대학원을 나온 사람들도 있고 미국에서 대학을 나온 사람들도 있다. 전자의 경우 영어를 대학원 수준에 맞추어 말하기가 힘들어 고생하며 같은 반 동료 학생들은 이 유학생들의 어학능력을 이해 못해 다소의 문제가 발생하기도 한다. 특히 RISD는 수업 중에 토론이 많아 유학생들은 어휘 등으로 많은 고생을 한다.

철저한 교육

RISD의 교수진은 Full-Time 교수와 Part-Time 교수로 구성되어 있다. 각 과마다 학과장(Head)이 있어서 모든 교수들과 커리큘럼을 협의한다. Head는 한국으로 보면 학과장과 비슷한데 권한이 강력하며, Head는 바뀌지 않는다. 학기가 지나면서 Head가 관심을 갖고 있는 학생과 없는 학생의 구분이 분명해진다. 특히 대학원은 학생수가 적으므로 Head는 모든 대학원생의 다른 수업에서의 진행 상태를 파악하는 것이 가능하다. 특히 외국 유학생인 경우에는 동태파악(?)의 첫번째 대상으로 Head의 권한에 의해 조교가 정해지고 학생의 능력을 파악해서 학생의 수업을 변경, 중단시킬 수도 있다.

한편 RISD의 1학년때는 과를 정하지 않고 다양



하게 모든 과정을 접해서 적성에 맞는 과를 찾게 한다.

2학년때부터는 각자의 전공을 시작한다. ID의 경우 지금 4학년 학생의 말에 의하면 100명의 전공자로 시작해서 4학년인 지금은 30명쯤 남았다고 한다. 나머지 학생은 학교의 Hard Training에 견디지 못해 다른 과로 가거나 다른 학교로 편입했다고 한다. RISD는 학생들에게 굉장히 많은 작업을 요구한다. 그 덕분에 졸업 후는 대부분 실력있는 한 사람의 디자이너가 되는 듯하다.

한편 RISD는 작품이 아무리 좋아서 포트폴리오가 통과

의 유명한 학교의 교수 등이 직접 와서 슬라이드를 보여주면서 공개 세미나 등을 많이 개최하는 것도 RISD만의 큰 특징이다. 그리고 학생들에게 항상 최신 정보를 주려고 노력하며, 최첨단을 항상 빨리 받아들이며 학생들에게 습득하도록 한다. 영화나 컴퓨터, 작업을 위한 기계 등. 특히 컴퓨터 시설은 굉장하다고 생각된다. 드로잉부터 렌더링까지 할 수 있는 여러 종류의 최신 프로그램과 갤러리에서 정기적으로 항상 다양한 작품들을 전시하

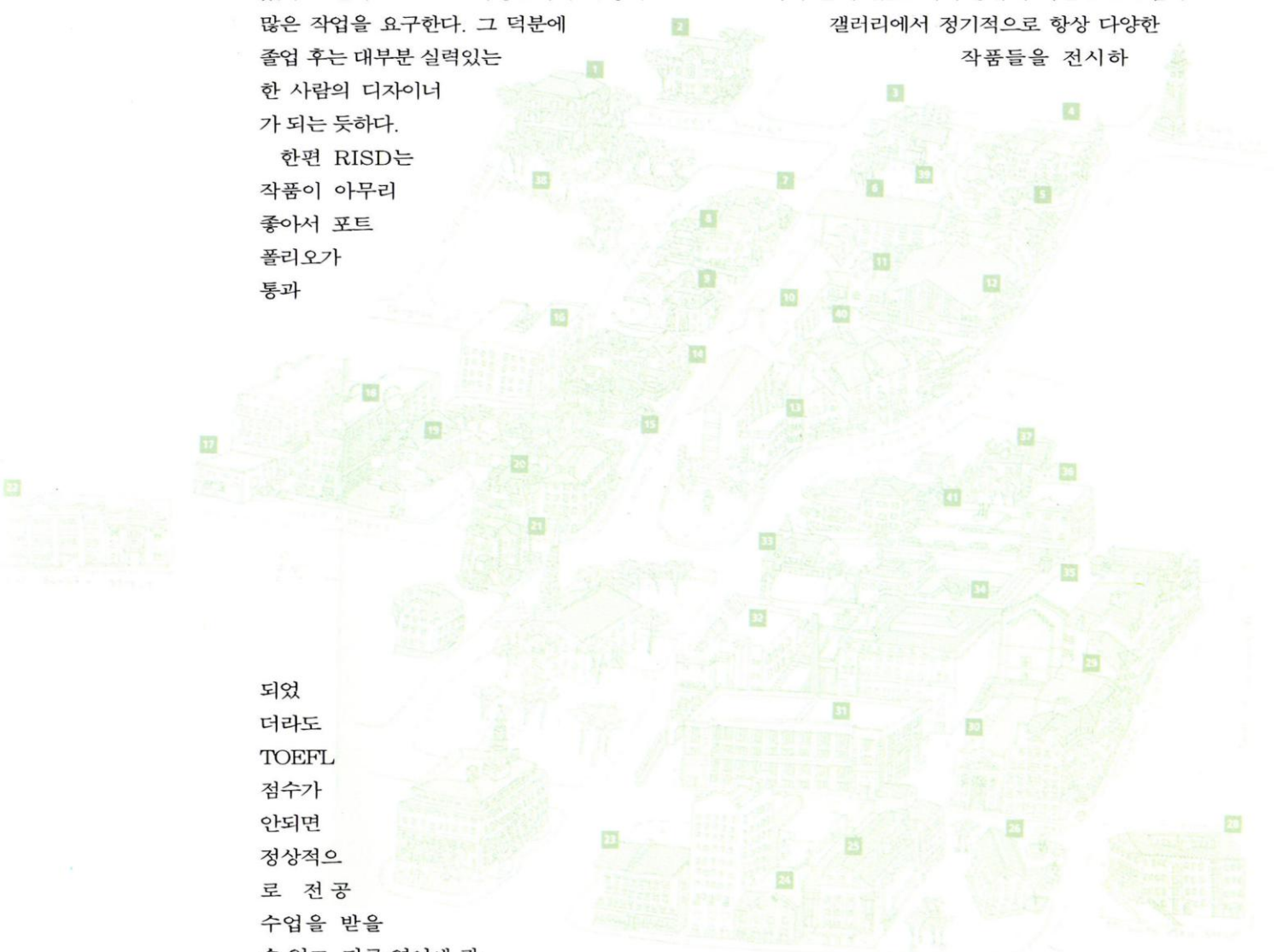
되었더라도 TOEFL 점수가 안되면 정상적으로 전공 수업을 받을 수 없고, 다른 영어에 관련된 수업을 1년 정도 더 들어야 한다. 그래서 지금도 한국 유학생 중에 RISD 주변에 살며 TOEFL 공부를 하는 학생들도 있고, RISD를 포기하고 다른 학교로 가는 학생들도 상당수 있다.

RISD의 한국 유학생들은 굉장히 열심히 공부한다. 동료 미국인이나 다른 나라 유학생들에게 전혀 뒤지지 않고 모든 면에서 모범이라고 평가받는다.

RISD의 작업시설 및 환경은 굉장히 좋은 편이다. 특히 유럽과 많은 정보를 교환하고 있고 유럽

고 있다. 한편 최첨단 컴퓨터 영화 등이 학생들에게 필요하다고 판단하면 학교에서도 상영한다.

설립 이래 지금까지 1만2천여명의 학생들을 배출한 RISD. 이제 RISD는 그 이름만으로도 세계적인 디자인 교육의 전당으로서 그 명성을 배가하고 있다. //



우리는 날마다 거대한 커뮤니케이션 모형에서 살고 있다. 다양한 관습과 무수한 반복 속에서, 그 도구인 코드와 메시지는 스스로의 제 모습을 바꾸어 가며 창조주인 인류의 연습을 지켜보고 있다.


새로운 테크놀러지와 정보의 폭발은 커뮤니케이션의 새로운 모습을 가져왔다. 레터링과 캘리그래픽은 하나의 단서를 제공한다. 문자의 근원으로 돌아가 가장 간단한 의사를 이동시키기도

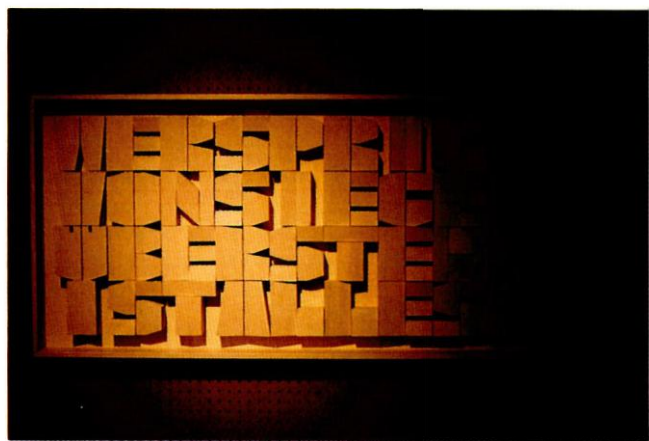
하며, 그 특유의 통찰력을 통하여 새로운 정보를 시사하기도 한다. 마치 커뮤니케이션은 지구촌을 더욱 좁혀 서로를 가까워지게 하며, 더욱더 그 육체에서 분리되어 가고 있는 듯...

이 전시회의 성격을 나타내는 의미전달자(Signifier)는, 이 전시회가 단순한 문자의 모양을 보이기 위한 것이

아님을 말해준다. 그것은 신과의 대화를 기록하고 문서의 왕권을 상징하며 제임스 브라운의 목소리와 마릴린 몬로의 입술로 변한다.

이제, 새로운 패러다임은 기존 코드의 재구성을 기다리고 있다.

본 전시는 1995년 11월 30일부터 1996년 2월 4일까지 런던 'Craft Council'에서 개최되었다. 



코드와 메시지, 커뮤니케이션의 새로운 모습



김재홍 / KIDP 영국통신원
영국 샌츨럴 세인트 마틴대학 석사과정



1. 이코노미스트지를 위한 아트워크, 도널드 잭슨. 일러스트레이션이 빨간 'Economist'로 물들어 버렸다.
2. 투웨이 알파벳. 스테판 로우. 1995. 스테인 레이스스틸에 레이저로 커팅
3. 레터링 릴리프. 한스 슈미츠. 1992. '누가 승리를 이야기하는가? 생존한 것이 모두인 것을'
4. 5. 스밀로푸 포스터와 F,F '나도 끼자'
6. 1996년 부활절 초디자인. 팔 브레인스. 1995. (30개 한정 생상품)



그 래픽 2천38개, 제품 9백91개, 포장 4백 18개, 환경 9백4개 …….

이것은 미국, 캐나다 등 북미 지역에서 활동하고 있는 산업디자인 업체들의 숫자이다. 모두 합하면 4천3백39개 사에 달한다.

미국에서 발행되는 디자인 잡지인 I.D는 최신평에서 산업디자인 업체, 관련전문기관, 단체 등의 목록을 집대성한 자료집을 발간하면서 북미 지역을 중심으로 활동하고 있는 산업디자인회사

40개(엄밀히 얘기하면 부상하는 디자이너 40명)를 소개하고 있다. 평가의 객관성에 대한 의문도 제기되었지만 43년의 역사를 자랑하는 세계적인 잡지가 선정한 만큼 눈여겨 볼 만하다.

한 장의 그래픽은 수 천마디의 말을 대신할 수 있다.

툼 보노르는 독학을 통해 이론 새로운 스타일의 그래픽을 통해 이 분야에서 높은 인정을 받고 있다. 그는 “한 장의 그래픽이 전해주는 이미지가말로 상투적인 문구보다 훨씬 강력한 전달력이 있다”고 말한다.

근에는 오래 전에 팔린 501 청바지가 높은 중고가격에 다시 판매되는 기현상을 가져오고 있다.

테호 레미는 네덜란드 출신의 가구디자이너. 그가 디자인한 가구들은 미국, 유럽은 물론 한국, 일본, 호주 등에서도 호평을 얻고 있다. 단 순하면서도 강렬한 이미지를 주는 디자인으로 유명하다.

최근에 그가 완성한 작업은 세계적으로 이름있는 뉴욕 현대예술박물관(MOMA)의 새 카페이다. 개관되자마자 뉴욕 맨하탄의 새로

산업디자인회사 베스트 40의 부상하는 디자이너들



김병철 / KIDP 미국통신원
매일경제신문 기자

1 2

1. 톼 보노르의 리바이스 청바지 관련 그래픽 작업
2. 테호 레미가 최근 완성한 뉴욕현대예술박물관 내의 카페



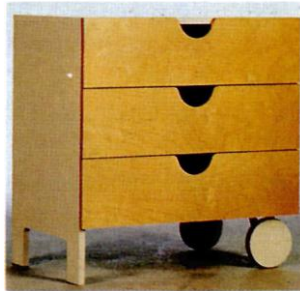
최근에 그가 한 작업 가운데 주목받는 것은 리바이스의 '501' 청바지와 관련된 그래픽이다. 청바지는 하나의 옷에 불과하지만 그는 501의 붉은색 로고를 다른 세계로 통하는 관문으로 표현하고 싶어했다. 이같은 사고는 리바이스와의 전략과도 맞아 떨어져 현재 세계 곳곳에서 광고되고 있는 리바이스 501 청바지와 관련된 그래픽은 모두 그의 손을 거쳐서 나왔다. 이 때문인지 최

운 명소로 평가받고 있는 이곳의 내부 가구를 그가 담당했다. 빨간색의 테이블은 사방의 흰색, 노란색 벽면과 불협화음의 조화를 이루고 있다. 특히 천정에 매달은 조명전구들은 눈길을 사로잡는다. 빨간색과 우유빛의 전구들을 묶어 매달아 놓은 모습도 이채롭다.

제품디자이너인 제임스 다이슨은 최근 디자인한 진공청소기 디자인으로 유명하다. 영국에서 생산되기 시

작한 이 제품은 단순히 영국 진공청소기 시장을 뒤흔들어 놓으면서 그의 명성을 한층 높여줬다. 일정기간마다 청소기 내부의 쓰레기봉투를 갈아끼워야 하는 다른 제품들과 달리 '봉투없는 진공청소기'로 디자인, 소비자의 불편을 획기적으로 줄였다. 그는 "이번 진공청소기의 성공은 기업체들이 제품디자인에 있어 디자이너들에게 좀더 많은 힘을 부여해 줄 필요가 있다는 증거"라며, "디자이너들은 소비자들이 사기 원하는 제품을 알고 그

작품은 빛, 열, 무게, 방향 등을 종합적으로 고려, 공간에서의 움직임을 정교하게 구성한 것이다. 할로겐 램프와 그 위를 덮고 있는 깃털 - 할로겐 램프를 켜게 되면 램프에서 나오는 열이 깃털을 들어주게 된다. 시간이 지나면 깃털은 램프의 열에 따라 가볍게 오르락 내리락 거린다.



고 있다"고 평가한다.

미국에는 매년 소품에 대한 디자인을 평가, 디자이너에게 상을 준다.

진 마이어는 지난해 이 상을 받은 디자이너이다. 그의 작품들은 진지함과 함께 즐거움을 담고 있다. 그 자신 스스로 디자인의 목표를 '일상생활에 기쁨과 낙천적인 마음을 주는 것'으로 잡고 있다. 이를 위해 과감한 색상과 기하학적 무늬를 사용하는데 주저하지 않는다. 컵, 넥타이, 박스팬티 등에 그는 독특한 색상과 무늬의 배열을 시도한다.

마이어는 "넥타이 등에 현



그가 자연의 재료를 이용해서 만든 또 하나의 작품은 갈대를 활용한 양념통. 갈대 줄기를 소금이나 후추가루로 채우고 한쪽 입구를 조금만 열어놓으면 훌륭한 양념통이 된다.

영국의 왕립예술대학(RCA)을 졸업한 20대의 이시구로는 지난해 모교의 특별초청을 받아 자신의 작품 전시회를 갖기도 했다. 전문가들은 이시구로의 작품이 "기존의 자연을 파괴하는 형태의 디자인들과는 달리 자연 본래가 가지고 있는 효율성과 힘을 흡수, 활용하는 시각을 갖

란한 색상을 적용하기를 주저하는 현상을 이해할 수 없다"고 말한다. "골프복, 어린이옷 등에는 과감한 색상을 선택하는 사람들이 넥타이에 가서 갑자기 점잖은 색깔을 선택하는 것이 이상하다"고 강조한다. 그는 아직도 디자인에 있어 컴퓨터를 사용하기를 기피한다. "종이에 색깔을 칠해보고 그 과정에서 일어나는 예기치 않은 사건에 따른 변화를 기대하기 때문"이라고.

토마스 샌델은 나무제품의 디자인에서 뛰어난 능력을 발휘하고 있다. 스웨덴 출



1. 제임스 다이슨이 디자인한 쓰레기 봉투가 필요 없는 진공청소기
2. 토마스 샌델의 3단 서랍장
3. 슈마귀가 디자인한 포드 토러스의 조정 패널

제품을 어떻게 만들어야 하는지도 알기 때문"이라고 강조한다.

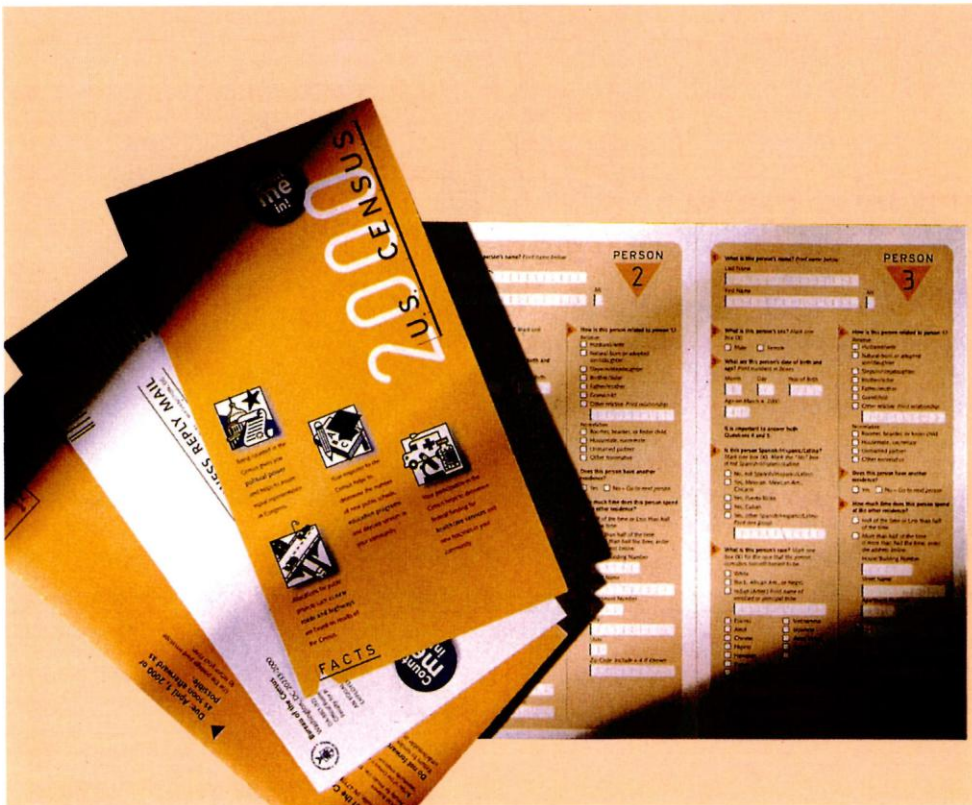
다케시 이시구로는 동양인으로서는 유일하게 주목받는 디자이너로 선정됐다. 그의 디자인 작품들은 세밀한 관찰과 자연에 기초를 둔 시적인 작품이라는 평가를 받고 있다. 이시구로가 최근에 선보인 '가벼운 빛'이라는

ID 전쟁, 산업디자인회사 테스트
40

1. Jonathan Barnbrook, London, England
2. Jhane Barnes Inc, New York, NY
3. Baron & Baron Advertising, New York, NY
4. Tom Bonauro, San Francisco, CA
5. Irma Boom, Amsterdam, The Netherlands

6. Achille Castiglioni, Milan, Italy
7. James Dyson, Dyson Appliances Ltd., Malmesbury, England
8. Droog Design, Amsterdam, The Netherlands
9. Galie Jean-Louis, Galie Inc., Anchorage, Alaska and Toronto, Ontario, Canada
10. Giorgetto Giugiaro, Giugiaro Design, Turin, Italy
11. Konstantin Groic, Konstantin Groic Industrial Design, Munich, Germany
12. Hot Java, James Gosling, Sun Microsystems, Palo Alto, CA

- London, England
18. Jim Ludtke, Ludtke Designs, Santa Monica, CA
19. Serge Lutens, Shiseido, Paris, France
20. M/M, Paris, France
21. Alberto Meda, Alberto Meda Design, Milan, Italy
22. Gene Meyer, New York, NY
23. Marc Newson, POD, Paris, France
24. Ninaber/Peters/Krouwel, Leiden, The Netherlands
25. Karim Rashid, Karim Rashid Industrial Design, New York, NY
26. Thomas Sandell, Sandell Sandberg, Stockholm, Sweden
27. Paula Scher, Pentagram, New York, NY
28. Nevenka Schumaker, Ford Motor Company, Dearborn, MI
29. Osbert Parker, London, England and Los Angeles, CA
30. Seymour Powell, London, England
31. Erik Spiekermann, Meta Design, Berlin, Germany, London, England and San Francisco, CA
32. Paul Steinberg, New York, NY
33. Linda Stone, Microsoft Corporation, Redmond, WA
34. TKO Product Design Consultants, London, England
35. Tomato, London, England
36. W<, Antwerp, Belgium
37. Sylvia Harris Woodard, Brooklyn, NY
38. Fred Woodward, Rolling Stone, New York, NY
39. World Studio, New York, NY
40. Eva Zeisel, New York, NY



1. 해리스가 디자인한 2천년 미국 센서스의 설문지

13. I/O 360, New York, NY
14. Takeshi Shiguro, IDEO Product Development, San Francisco, CA
15. Johnson & Wolverton, Portland, OR
16. Flavio Kampah, Kampah Visions, Venice, CA
17. Ross Lovegrove, Lovegrove Studio X,

신인 그는 스웨덴 디자인의 르네상스 시대를 주도할 디자이너로 '단순하면서도 실용성이 높은 신기능주의 디자인의 기수'라는 인정을 받고 있다. 스웨덴에 본거지를 둔 세계적인 가구회사인 IKEA가 최근 외부 디자이너들의 작품을 제작, 판매하는 개방적인 디자인 정책을 사용하기 시작하면서 가장

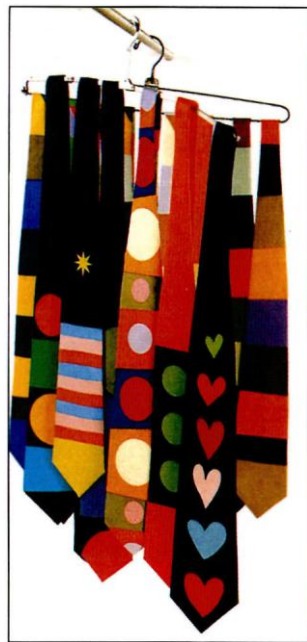


1. 이서구라의 깃털 램프. 자연의 재료를 활용한 우수한 작품으로 평가
2. 진마이어가 디자인한 독특한 무늬의 넥타이들

먼저 제품을 의뢰한 곳도 바로 샌델이다. 그가 IKEA에 디자인해 준 제품 가운데 하나인 3단 서랍장은 평범해 보이면서도 고객들을 고려한 디자인의 본질을 보여준다. 4개의 바닥모퉁이 가운데 2개를 바퀴의 원으로 처리, 이동시의 편리함과 고정시의 안정성을 함께 배려했

다. 서랍마다 손을 넣어 서랍을 열 수 있는 충분한 공간도 디자인했다.

포드자동차가 만든 토리스는 미국자동차 시장에서 일제차를 누르고 미국의 차존심을 지켜주는 인기 차종이다. 레벤가 슈마커는 토리스 머큐리세이블 등을 디자인한 여성디자이너로 유명하다. 슈마커가 특별히 책임



을 지고 있는 부분은 자동차의 조정패널. 자동차 구매자들을 상대로 한 조사에 따르면 구매자들의 눈길을 가장 많이 끄는 부분은 그릴, 헤드라이트와 함께 조정패널인 것으로 나타났다.

슈마커는 기존 사각형의 패널 대신에 달걀모양의 패널에 오디오, 공기 조절장치 등을 집약시켰다. 달걀모양은 포드사의 로고와도 같은 모양인데다 포드사가 새로운 시장으로 노리고 있는 여성구매층의 관심도 끌 수 있을 것으로 조사돼 디자인을 의뢰한 포드사로부터 호평을 받았다. 슈마커는 이와 함께 조정패널의 위치를 기존

차보다 위로 끌어 올렸다. 기존 자동차에는 패널이 상당히 아래쪽으로 쳐져있는데 이는 패널 조정시 운전엔 큰 위험을 줄 수 있기 때문이다.

각종 설문조사자는 응답자들로부터 충분한 협조를 얻을 수 없어 곤란한 지경에 처하는 경우가 많다. 특히 설문을 우편으로 보낸 경우는 엄청나게 낮은 회신률로 인해 설문제작비, 우송료 등에서 엄청난 낭비를 하게 된다. 대부분의 조사자들은 이때 응답자들의 무관심을 탓한다. 그러나 엄밀히 살펴보면 기존의 설문지는 응답자의 관심을 끌기 어려운 모습을 하고 있다.

실비아 해리스는 설문지에 디자인의 개념을 도입한 시각디자이너이다. 해리스는 "기존의 설문지가 딱딱한 공간에 조사자가 자신이 알고 싶어하는 정보를 벽치게 담고 있어 응답자의 부담감과 무관심을 불러오고 있다"고 지적한다. 그는 이를 디자이너의 시각에서 획기적으로 개선, 엄청난 변화를 가져올 수 있다고 주장한다. 그의 이같은 주장은 미국정부에 의해 받아들여져 오는 2천년 미국이 10년에 한 번씩 실시하는 전국적인 센서에 사용할 설문지의 디자인에 그의 디자인 능력을 접목시키기로 했다. 시티뱅크 등 기업체의 설문지 제작에도 관여, 디자인을 생활 속에 반영시키고 있다. ☚

컨티넘(Continuum)은 지난 '83년 보스톤에 설립된 산업디자인, 제품개발, 엔지니어링 등을 다루는 국제적인 스튜디오이며 '87년에 밀라노와 샌프란시스코에 지사를 오픈했다. 컨티넘은 컨설팅 회사로 제품개발 전략 수립, 실제의 새로운 제품 개발, 그리고 전통적으로 산업디자인의 영역으로 인정되는 다양한 분야의 프로젝트를 수행할 수 있는 체계를 갖추고 있다.

컨티넘은 몇 개의 주요 원

칙 하에서 명확한 사업 전략을 확립, 전문성을 갖춘 컨설팅 회사로서의 이미지를 구축하였다. 프로젝트 방법에 대한 글로벌한 태도 및 접근, 최종 사용자에 대한 배려, 일 처리와 관련한 전문 지식에 대한 통합된 관리 등이 컨티넘이 성공적으로 프로젝트

한 것이다.

● 1992년 말, 유럽디자인 협회에서 운영하는 코스에서 교육을 받게끔 하고자 당신을 초대했다. 그 때 밀라노에 있는 컨티넘에는 12명이 함께 일했으며 지금은 24명으로 늘어났다. 이처럼 짧은 기

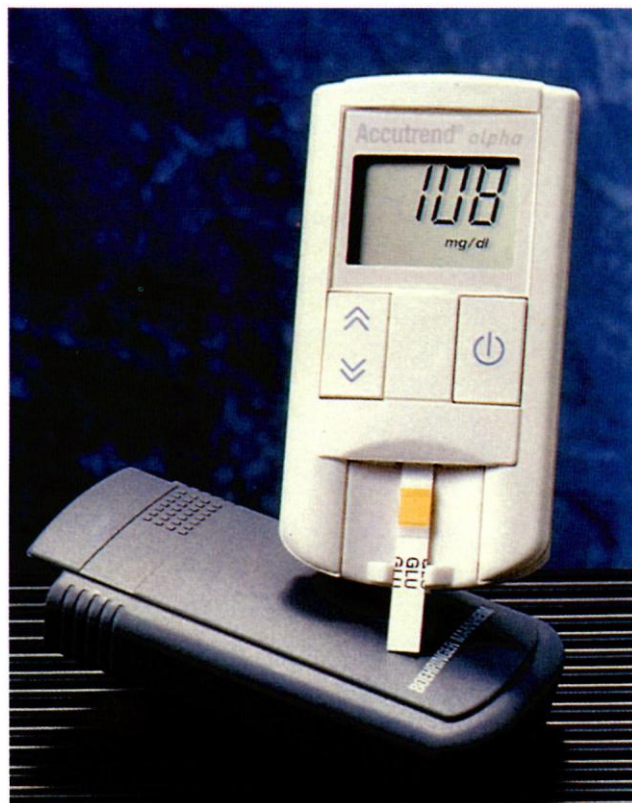
디자인 컨설팅사 컨티넘의 성공 전략



■ Ottagono '95. 11/12



1. 컨티넘 스튜디오
2. 당뇨병 환자용 소형 혈당계. "Accutrend Alpha". 1994년 Boeringer Mannheim 제작



를 수행하게끔 한 중요한 요인이 되었다.

36세인 미국의 Bruce Fifield씨는 밀라노 지사의 공동 설립자이며 컨티넘 스튜디오의 관리이사인데, 뉴욕과 볼로냐에 있는 Emilio Ambasz, 밀라노의 King Miranda 스튜디오 등에서 일한 바 있으며, 몇 년간 Olivetti의 컨설턴트로도 있었다.

다음에 소개된 내용은 오늘날의 컨티넘이 있기까지를 알아보기 위해 Bruce Fifield 씨와의 인터뷰 내용을 정리

간동안 놀랄만한 사세 확장 과 진전을 이룩해 놓았는데 그 비결은 무엇인가?

- 회사가 국제시장에 내놓을 만한 제품을 만들게 되었을 때 이태리인, 독일인, 미국인 등 다양한 나라의 사람들이 제품을 만족하기에는 충분치 않았다. 다시말해 세계시장을 공략할 수 있는 상품이 필요했다. 컨티넘은 이 사실을 잘 알고 있었으며, 발전을 꾀하기 위해 이러한 목적을 실현시킬 수 있는 전략을 개발하게 되었다. 현재 컨티넘은 세계 곳곳에 3개의 지사

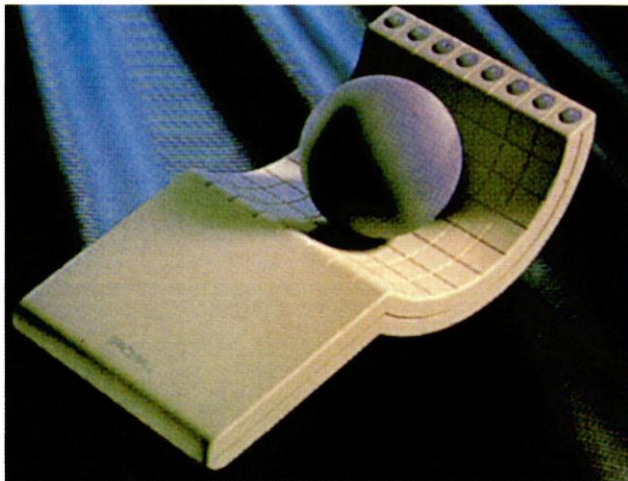
를 두고 있으며, 우리 모두가 공유할 수 있는 공동작업과 철학에 의해 우리의 작업을 특징화하고 차별화하고 있다. 그러나 아마도 가장 어려운 순간은 함께 무엇을 해야 하는지 알아야 할 사람들에게(그러나 그 사실을 제대로 파악하고 있지 못할 때) 많은 기회가 주어졌을 때라고 생각한다.

●어떤 특징 요인들이 컨티넘을 강력하게 만들었는

해야 된다. 단순하다는 것은 제품의 통일성을 명확하고 분명하게 하는 것을 말한다.

●컨티넘은 굿 디자인을 항상 염두에 두고 있는 것으로 알고 있는데, Dieter Rams의 10개 규칙이란 무엇인가?

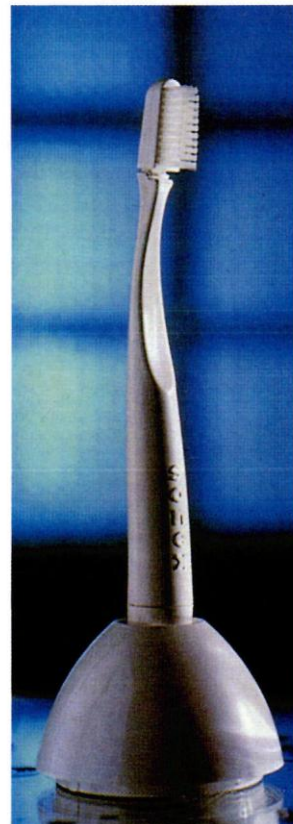
- 컨티넘에 있어 굿 디자인이란 좀 더 단순화시킨 것을 말한다. 디자인은 제품 사용자의 문화를 수용해야 된다. 우리가 어떤 것을 굿 디자인이라고 강요할 수 없으며 그것이 모든 이들에게 똑같이 적용된다고 볼 수도 없다. 강력한 방법론(Methodology)



1. 3D 카드 이미지 시스템 스페이스 볼. 1993년 IBM 제작. 1994년 SMAU상 수상. 스페이스 볼은 스크린 이미지를 처리하기 위한 카드 시스템에 사용되는 3D 장비
2. 컨티뉴어티그립 "Wave". 1994년 Siel 제작
3. 초음파 세정 칫솔. 1992년 Sonex 제작

가?

- 국제적이며 체계화된 업무 수행능력들이 자신의 문화, 가능성, 욕구 등을 가지고 있는 최종 사용자의 분석적 접근방법에 의해 발견된다. 기술적인 제품들은 생활을 너무 복잡하게 만들기 보다는 단순화시키는 것이 좋다. 디자인은 기술과 사람 사이의 인터페이스 역할을 해야만 한다. 디자인의 기능은 기본적인데 사실적이어야 하는데 그러기 때문에 단순



이 회사 조직의 다양한 기능 하에서 디자인과 디자인 개발 프로세스의 중요성을 강조케 된다. 이것은 목적을 성취하는데 있어 기본적인 것이다.

●귀하는 구매자와 함께 통합된 디자인의 품질 수준에 대해 고려해 본 적이 있는가?

- 제품 개발 프로세스에 있어 디자인의 통합이 절대적으로 필요할 때, 그리고 디자인이 회사의 4가지 기본 기능, 즉 마케팅, 조사 및 개발, 생산, 판매와 더불어 모든 제품 개발 단계에서 상호작용할 때 우리는 항상 제안할 참고 계획을 찾곤 한다. 최종 사용자는 개발 단계에 있어 매우 중요한 역할을 한다. 그

는 개발의 모든 단계에 포함되어 있으며, 프로젝트를 위해 입력해야 할 성문화된 유용한 지시사항을 제공한다. 프로젝트를 시작하기에 앞서, 누구이든간에 제품을 최종적으로 사용할 사람과 직접적인 접촉을 갖는 것은 근본적으로 중요한 일이다. 이것은 마케팅 분석의 차원이 아닌, 사용자 감성과 인지능력, 견해 등을 고려하여 통합시키고 복잡화하기 위한

깨끗함과 편안함, 그리고 신뢰를 줄 수 있는가를 생각하고 실제 사용 환경에서 제품에 대해 못마땅하게 생각하는 것이 무엇인지를 찾는다.

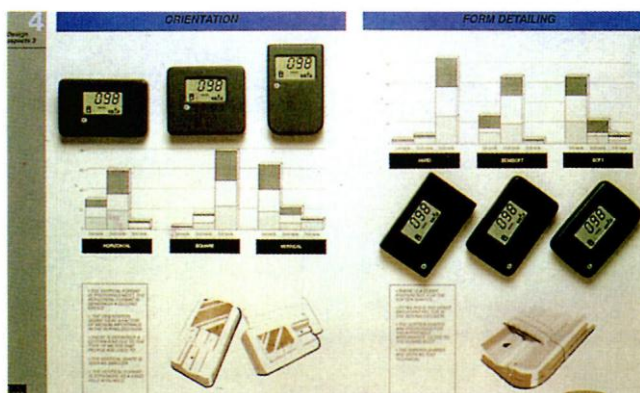
그 이유는 환자들이 자신이 사용하는 비록 작지만 하얀 플라스틱 물건이 일반인들의 눈에 띄는 것을 좋아하지 않기 때문이다.

'Accutrend Alpha'란 제품은 짙은색의 케이스에 담겨 있어 눈에 잘 띄지 않기 때문에 이러한 문제를 배제할 수 있다. 이러한 이유 때

문에 연간 생산량이 십만개에 이르렀던 이 아이템의 제품은 5배 정도 신장된 5십만개가 생산되었다.

●개발단계나 디자인 제작 과정에서 사용자의 관심을 끌 수 있는 다른 요인은?

- 필요에 따라 모든 개발 단계에서 사용자 관심을 끌도록 노력하고 있다. 아마도 우리의 가장 유명한 제품인 리복의 펌프 운동화는 실험용 모델로서 디자인을 결정하기까지 운동선수에 의해 오

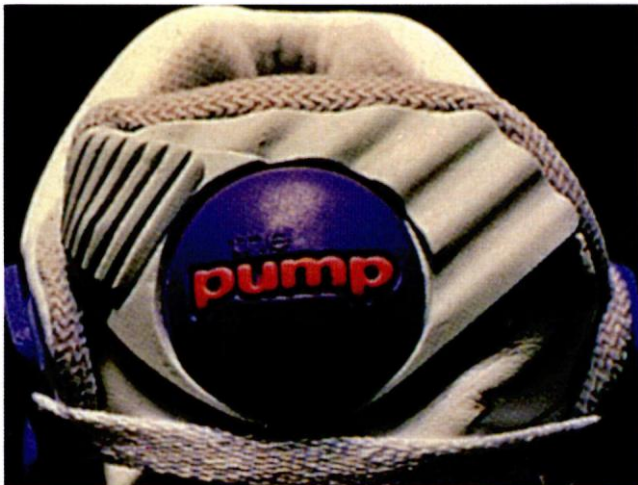


1 2 3

1. 비디오(화상) 회의용 트롤리가 장착된 World Cart System용 리모트 컨트롤. 1995년 Picture Tel Production 제작
2. "Zoologic Analysis"의 예. Accutrend Alpha와 소비자 테스트 분석을 위한 사례표
3. 야구 글로브 "Airflex". 1991년 Spalding Sport World Wide 제작

것이라는 말이 정확한 분석이다. 그리고 디자이너는 이것을 이해하고 해석하는 능력을 배워야 한다. 이것을 형이하학적인 분석이라고 생각할 수 있으나 매우 중요한 것이다. 예를 들면 당뇨병 환자용 포도당을 위한 적합한 게이지(Guage)를 계획할 때 병원이나 집에서, 그리고 일상생활에서 그것을 사용할 환자를 관찰하고 그들과 함께 이야기를 하면서 의료 제품의 색깔을 결정하고, 어떻게 하면 환자에게

랫동안 테스트를 거쳐 양산되었다. 근본적인 기술혁신을 꾀하고자 펌프를 신발 바깥 부문에 채용했다. 3차원적인 이 신발의 모델용 프로젝트가 끝날 때까지 펌프 채용은 그대로 유지되었으며, 이 모델은 실용적이며 다양한 기능을 재현하는 그런 것이었다. 신발의 문제점을 이해하고 이의 해결을 위해 아이디어를 도출한 이 제품은



1 2

1. 펌프가 부착된 농구화. 1990년 리복 제작
2. 내부 튜브를 이용해 운동 선수용 발에 적합한 운동화 개발

최고의 기능적 상품이 되었다.

●컴퓨터의 영향력이 커지는 요즘, 이 흐름을 역행하고 있는 측면이 상당히 있다고 생각되는데 3D모델의 철학은 그 동안의 훈련과 이탈리아 디자인 전통과의 해후에서 오는 것인가?

- Rhode Island School of Design에서 배운대로 이야기한다면 실제적인 작업의 경험이 강화되어야 한다는 것은 확실하다.

●컨티넨은 정밀한 방법적 접근을 시도하고 있으며 거대한 국제산업에 도전도 꾀하고 있는데, 소규모 이탈리아 고유 기업을 위해 무언가 해 볼 생각은 없는가?

- 그것은 분명 다른 차원의 문제이다. 왜냐하면 그 회사의 제품을 위한 옳은 전략을

나의 정신만을 갖고 있지는 않다. 하나의 프로젝트에 각양각색의 문화가 서로 만날 수 있고 교류할 수도 있으며, 그 중의 몇 개는 도태될 수도 있다. 컨티넨의 파트너는 이탈리아, 미국, 오스트레일리아, 네덜란드, 핀란드 등 다양한 국가의 기업들로 구성



알아야 한다고 믿고 있으며, 이들 기업과 우리의 철학 안에서 옳은 방법으로 관계를 체계화 시킨다는 것은 상당히 어려운 문제이다.

●규모가 큰 산업 부문의 제품 디자이너는 한 부분에서 다른 부분으로의 기술이전을 꾀해야 되지 않는가?

- 리복에 사용됐던 역학 구조는 의학 부분에서 힌트를 얻은 것으로 스포츠 부문에 접목시켰으며, 이러한 스포츠화의 예는 야구 글로브에도 적용되었다. 컨설팅 스튜디오에 있어 가장 중요한 것은 전문성에 있다고 믿는다.

●끝으로 이탈리아에서 컨티넨의 정신은 어떻게 설명될 수 있다고 보는가?

- 스튜디오의 경우 오직 하

되어 있다. 그러나 우리는 서로 문화적 우월성을 강조하지는 않는다. 그곳에는 스승과 제자의 관계가 성립되지 않는다. 서로 다른 기능을 갖고 전문성을 추구하는 그룹에 의해 스튜디오는 만들어지고 운영되는 것이다. ㄹ

국 내외 2만여점의 조명
기기가 선보인 '96 서울
국제조명산업전(SILIGHT
'96)이 지난 3월 16일부터 5
일간 한국종합전시장 1층에
서 개최되었다.

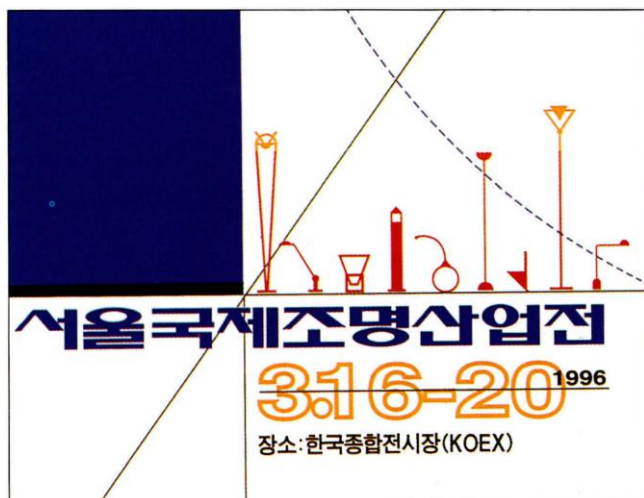
통산산업부 주최, 한국종합
전시장·SILIGHT운영위
원회 주관으로 개최된 서울
국제조명산업전에는 국내
제품을 포함하여 이탈리아,
독일, 프랑스, 일본, 싱가포르,
대만, 홍콩 등 8개국 67
개사, 총 2만여 점의 장식등

기구류·조명기구·특수조
명장치 등이 전시되었다.

특히, 8번째를 맞는 이번
전시회는 조명기기 디자인
의 선진화를 꾀하기 위해 실
험정신이 뛰어난 작품을 엄
선한 「한국조명기구 디자인
공모전」이 동시에 개최되었
다.

「한국의 빛」이란 주제로
진행된 「한국조명기구 디자
인 공모전」은 '장승'을 출품
한 홍익대 오정일씨가 영예
의 최우수상을 수상했으며
그 외에도 총 39점의 수상작
이 선정, 전시되었다. **33**

조명속에 숨겨진 한국의 빛



■ 편집실



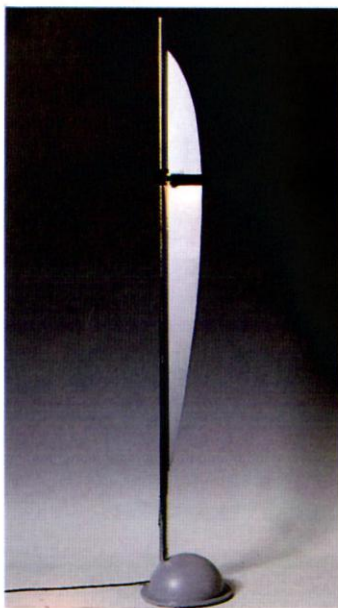
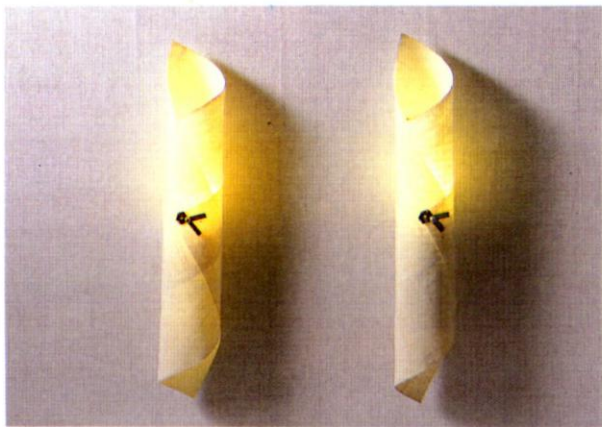
최우수상

장승

오정일 / 홍익대

조성 대대로 봉사와 고난의 구도자였고, 민간 신앙의 상징이며 마을의 재앙과 어둠을 밝히는 역할과 민간의 염원을 하늘에 연결시켜 주는 사제자로서 고귀한 소명을 한 "장승"을 모티브로 무드 램프를 제안했다.

본 조명은 장승의 간결한 선과 웅장한 기둥의 형태를 하고 있다. 사용자가 원하는 형태로 모양이 변화할 수 있으며, 조명의 광량 또한 원하는 만큼 조절할 수 있는 것이 큰 장점이며 특징이라 할 수 있다. 자연의 천연 원목을 재료로 하여 회색빛 도시의 삶에 켜든 현대인들에게 작은 위안과 안식을 전할 수 있는 매개체로 디자인하였다.



		4	5
1		6	
2			
3			7

우수상
쌈지
안정철, 전남의 / 강원대

특선
연자, 곤지
오세환, 이시영 / 홍익대

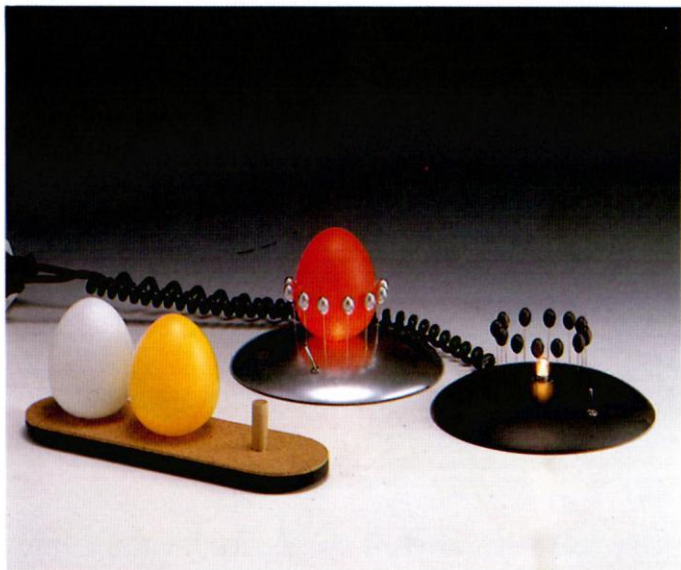
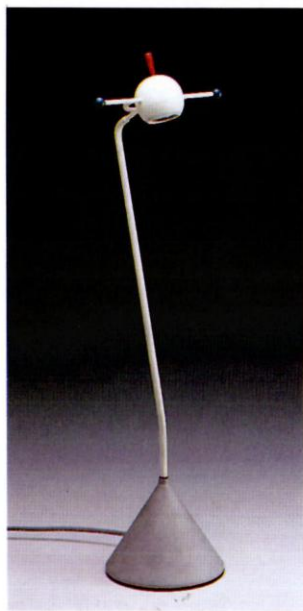
특선
등잔
안정민 / 고려대

우수상
빛, 색, 선
적용석 / 고려대

특선
愼
조용운 / 홍익대

특선
EGG LIGHT
신철승, 유경순 / 홍익대, 상명여대

특선
靜, 中, 動
김명희, 맹소희 / 이화여자대학교원



'96 산업디자인 전시안내

전 시 명	접 수 기 간	전 시 기 간	전시장소
 제31회 대한민국 산업디자인 전람회	4.15(월) ~ 4.17(수) 〈3 일 간〉	5. 2(목) ~ 5.16(목) 〈15일간〉	KIDP 전시관
 '96우수산업디자인(GD) 상품 선정제	5.29(수) ~ 5.31(금) 〈3 일 간〉	6.21(금) ~ 6.30(일) 〈10일간〉	KIDP 전시관
 '96산업디자인 성공사례(SD)전	서류접수 : 5.20(월) ~ 5.22(수) 〈3일간〉 상품접수 : 5.29(수)~5.31(금) 〈3일간〉	6.21(금) ~ 6.30(일) 〈10일간〉	KIDP 전시관
 제3회 전국 초등학생 산업디자인 전람회	8.29(목) ~ 9. 1 (일) 〈4 일 간〉	9.13(금) ~ 9.29(일) 〈17일간〉	KIDP 전시관
 제3회 전국 중·고등학생 산업디자인 전람회	8.29(목) ~ 9. 1 (일) 〈4 일 간〉	9.13(금) ~ 9.29(일) 〈17일간〉	KIDP 전시관
 '96산업디자인 지도상품전		10.24(목) ~ 10.28(월) 〈5일간〉	KOEX
 SEOUL IID '96	1. 3 (수) ~ 6.29(토) 〈179일간〉	11.16(토) ~11.20(수) 〈 5 일 간 〉	KOEX

※문의처 : 진흥1부 전시과

TEL : (02)708-2069~73

FAX : (02)765-9679



기업내 제품디자인의 역할과 기능

- 디자인의 창의적 조형능력 함양을 위한 제안 -

‘글로벌 경쟁시대’에서는 인적 자원의 질이 최대 경쟁우위 요소이므로 ‘인적 자원에 대한 투자와 경영이 각국 정부와 다국적 기업의 핵심 과제가 되어야 한다’고 유엔 무역개발회의 ‘세계투자보고서 1994’에서 공표하였다. 또한 일본경제단체연합회는 일본산업계가 지금껏 대량생산체제에 맞는 인재를 요구해왔으나 개성없는 학력사회 내지 기업사회를 만들고 말았다는 반성에서 앞으로는 교육의 목표를 전면 개편할 필요가 있다고 밝히고 이를 위해 교육제도의 새로운 모습을 구현해 나갈 계획이라고 말했다.

21세기를 눈앞에 두고 커다란 변혁기를 맞이하고 있는 오늘의 경제사회에서는 ‘창조성’, ‘국제성’, ‘개성’이 풍부한 인재가 요구되며 이를 위한 교육시스템이 요구되는 시점이다. 따라서, 오늘의 당면한 국제경쟁력 제고를 위해서는 기업내 교육훈련이 그 어느 때보다도 중요한 비중을 차지하고 있다.

연구목적과 방법

가전업계를 중심으로 한 제조업에서 경쟁력있는 신제품의 개발이야말로 기업의 사활이 걸린 중대한 과제이다. 독창적이고 차별화된 고부가가치 상품화를 실현해야 하는 과정에 참여, 기획 단계에서부터 최종 완제품으로써 소비자의 선택, 그리고 폐기와 환경문제까지도 고려해야 하는 디자인 부서 디자이너들의 교육문제는 다른 부서의 일반 교육과정과는 또다른 창의적 조형 능력을 요구받게 된다. 그러나 지금까지는 별다른 대안없이 오늘에 이르고 있다. 기업 내외의 환경 변화는 하루가 다르게 변하고 있으며 기업에서의 디자인에 대한 인식은 점차 높아져, 경영전략 측면에서의 비중이 커짐에 따라 디자이너에 대한 보다 우수한 자질과 능력을 요구하게 되었다.

영국의 ‘The Design Council’에서 발

표한 연구보고서에서는 회사가 요구하는 디자이너의 능력과 현재의 학교 교육을 통해 배출되는 디자이너의 능력에는 심각한 차이가 있음을 밝히고 있는데, 디자인 해결안을 제시하는 능력과 새로운 제품의 컨셉을 창출하고 시각화하는 능력 등을 주된 것으로 지적하고 있다. 국내의 경우에도 정확한 통계자료에 근거한 것은 아니나 일반적으로 5년 이상 근무 경력을 가진 디자이너들의 신입 디자이너들에 대한 요구는 뜻밖에도, 개인차가 있기는 해도 컴퓨터 사용의 일반화로 오히려 창의적 조형능력이 부족하다는 것이다.

업무에 본격적으로 임하게 될 때 궁극적으로는 국제적 조형감각이 요구되는 것이다. 현지 디자이너를 고용하던가 현지 디자이너에게 용역을 의뢰하는 경우가 늘고 있다. 단기간의 교육 훈련으로는 할 수 없는, 바탕적 자질을 함양하는 창의성 개발과 이를 통한 조형 능력을 증진시키는 교육 방안을 제시하는데 본 연구의 목적이 있으며, 연구 방법으로는 관련 문헌과 가전회사의 5년 이상의 근무 경력을 지닌 디자이너들과의 인터뷰를 근거로 하였다.

이러한 연구가 보다 실제적이고 구체적인 효용성을 갖기 위해서는 실제적인 교과와 근무연한, 직능별로 예시적인 교육과정이 제시되어야 한다. 그리고 더 나아가서는 이런 제안의 효과를, 실험을 통한 실증적인 자료에 의해서 밝혀야 한다고 본다.

본 연구가 제안하는 창의적 조형능력 함양이라는 목적을 가능케 하는 창의성은, 내용과 대상으로부터 자유로운 일반 능력이 아니라 탐구 대상인 교과전문성과 불가분의 관련성을 갖는 내용 또는 경험 영역과 결합된 복합개념이며, 단기적인 교육에 의해 확연하게 그 성과가 드러날 수 있는 속성을 가진 것도 아니다. 하루가 다르게 변모하는 국내외적 기업환경의 변화는 디자이너에게 새로운 능력과 비전을 요구할 수밖에 없으므로 여기에 대응할

최대석

홍익대학교 산업디자인학과 교수

뿐만 아니라, 나아가 경쟁력 있는 제품개발 능력으로 기업을 선도하자는 의도에서 문제를 제기하는 것으로 연구의 의의를 두고자 한다.

전략으로서의 신제품 개발과 디자인

신제품 개발을 한마디로 요약하면 '팔릴 상품을 시장에 내놓는 작업'이라고 할 수 있다. 목적은 '잘 팔리는 것'이며, 이 '팔린다'는 한 목표를 향해서 모든 작업이 집중되는 것이다. 따라서 기업간의 경쟁이 격화되고 있으며 그 경쟁의 성격은 생산경쟁에서 판매경쟁으로, 그리고 오늘날에는 신제품 개발 경쟁으로 옮겨가고 있다. 그 배경이 되는 가장 큰 요인으로는 상품의 다양화와 제품 라이프 사이클의 단축을 들 수 있다.

소비자의 다양화에 맞추어 상품도 다양화되지 않으면 안된다. 그렇게 되면 아무래도 한 상품당 판매액이 감소하게 된다. 또한 다양화를 위해서 신제품을 도입하면 할수록 구제품의 부패화가 촉진되어, 결과적으로 상품의 수명이 단축된다. '다양화 → 부패화 → 수명단축 → 신제품 발매'라는 도식은 점점 가속화되고 있으며, 상품이나 업계의 특성에 따라서는 비교적 장기적인 신제품 경쟁과 상당히 단기적인 것이 있다. 어떤 것이든 현행 상품에만 의존하는 '안정경영'이란 불가능하며, 항상 신제품 발매에 의한 이익의 상승을 추구해야 한다. 말할 것도 없이 기업의 안정성장을 위해서는 단기라이프의 베스트셀러보다도 장기라이프의 베스트셀러가 보다 효과적이다. 그런 의미에서 말한다면 신제품 개발은 베스트셀러 상품의 개발이어야 한다. 또한 '어떻게 상품 수명을 늘릴 것인가?' 하는 문제도 신제품 개발과 관련이 있는 또 하나의 커다란 과제이다.

기업에 있어서 신제품 개발은 기업의 생사를 결정짓는 것이라고 할 수 있을 만큼 중요하다. 그런데 그런 중요성에 비해서는 미약한 점이 많다. 조직상으로 보아도 독립되어 있지 않거나 약화된 위치를 차지하고 있는 곳이 많고 그 권한도 적다. 또한 인원면에서도 타부문과 비교할

때 소수에 불과하며 예산도 부족하다. 나아가서는 인재를 골라 뽑는 것도 아니고, 전문가를 육성한다는 의식도 희박하다.

결론적으로 오늘날의 신제품 개발은 종래보다는 어느 정도 중시되어 보장되고 있긴 하지만 기본적으로는 별다른 변화가 없으며, 그만큼 진보하지 못한 것이 현실이다. 이는 경영자층의 인식부족 때문이며, 기업 체질의 구태의연함을 보여주는 것이다. 성장가도에 있는 기업은 하나같이 신제품 개발 부문의 강화에 전력을 기울이고 있는 것에서 그 중요성을 다시 한번 인식해야 할 것이다.

이처럼 제조업에서 신제품 전략은 곧 기업전략으로서 무엇보다 중요한데, 여기에는 필연적으로는 제품디자인이 있게 마련이고, 국내의 경우 몇몇 대기업을 제외하고는 그 중요성에 비추어 디자인부서의 비중이 미약하다.

점차 감성소비시대가 되어감에 따라 디자인의 역할이 그 어느때보다 강조되어야 한다. 회사에 따라서는 다른 부서(기구설계부서나 기획부서)의 제안(기본적 틀)에 외형(Style)만을 디자인한다는 생각을 가진 곳이 많다. 개발시초부터 완제품까지 전과정에 디자인부서가 관여하지 않으면 안된다. 따라서 가장 빠른 시간내에 가장 좋은 디자인을 내놓을 책임이 따른다. 그러므로 디자이너에게는 새로운 시대사조와 국제적 디자인 감각, 풍부한 상상력, 기획력, 전사적 의사결정능력, 의사소통력, 해결안의 선별능력, 디자인 부서의 관리능력 등을 발휘할 수 있도록 끝없는 기업내 교육을 통한 창의적 조형능력을 함양함으로써 경쟁력 있는 신제품을 개발할 수 있을 것이다.

기업내 교육의 목적과 창의적 조형능력 함양을 위한 교육

1. 기업내 교육의 목적

기업 내외의 환경여건이 급변하고 경쟁이 점차 치열해 질수록, 인재육성의 중요성이 인식됨에 따라 각 기업에서는 OJT(직장내 교육), Off JT(집합교육) 및 SD(자기개발)를 통한 능력개발에 중점

을 두면서 이들을 기업내 교육의 세 가지 지주로써 추진하고 있다. 한편 기업내 교육의 세 가지 지주는 '사람을 육성한다', '능력을 도모한다'는 기본 개념은 동일하지만 '어떤 능력을 육성하는가', '어떤 방법으로 육성하는가' 하는 점에서는 각자 조금씩 차이가 있다고 할 수 있다.

(1) Off JT

Off JT(Off the Job Training)란 집합교육, 직장외 교육 또는 직장외 훈련이라고 하며 스텝 중심의 교육 훈련을 말한다. 즉 Off JT는 현장작업과 직접적인 관계가 없는 보편적인 내용, 예를 들면 일반적인 작업에 대한 사고방식이나 작업개선방법 및 인간관계의 중요성을 교육훈련하는데에 적당하다.

(2) OJT

OJT(On the Job Training)란 직장내 교육, 직장내 훈련 또는 직무상의 훈련이라는 것으로 라인중심의 교육 훈련을 말한다. 즉 직장내에서 구체적인 직무를 수행할 때에 직속상사가 부하에게 직접적으로 개별업무지도와 교육훈련을 시키는 방식이다.

(3) SD

SD(Self Development)란 '자기개발' 또는 '자기개발'이라고도 불리며, 자기 자신이 습득하고 성장, 향상하려는 의욕(자기개발의욕)을 갖고 이에 대한 노력(자기훈련)을 하는 것으로써, 본인 중심의 교육훈련 방식이다. 그러므로 '자기개발'이란 '문제해결을 행함에 있어서 자기성장의 과정'이라고도 할 수 있다. 지금까지는 자기개발의 필요성이 크게 부각되지 않았으나 앞으로는 생애교육(Life Time Education)의 중요성과 더불어 기업내 교육의 중대한 과제의 하나로서 그 비중이 점차 강화되고 있다.

이상 설명한 기업내 교육의 세 지주에 대한 특징은 다음과 같이 나타낼 수 있다. 이 세 지주는 각각의 특성을 지니고 있을 뿐 아니라 상호 유기적인 관계를 가지고 있기 때문에 효율적인 교육훈련을 추진하기 위해서는 세 지주의 조화를 잘

이루어 삼위일체가 되도록 하여야 한다.

지금까지의 교육훈련 중심은 기업적 측면을 위한 능력개발에 있었다. 기업내 교육의 세 지주의 특징에서 살펴본 바와 같이 전사적 차원 또는 직장 차원의 능력 개발이 그 주된 내용으로 제품디자인 부서도 그 대상에서 예외는 아니었다.

2. 창의적 조형능력 함양을 위한 교육

(1) 창의성의 의미

창의성은, 어떤 의미에서는 인간존재의 근원이며 인간의 삶의 질과 분리해서 생각할 수 없을 만큼 중요한 의미를 갖고 있음에도 불구하고 그 개념에 접근하기가 곤란하고 난해하기 때문에 교육에서 중요한 목적으로 여기게 된 것도 1960년대 이후이다. 그 뒤, 많은 연구가 진행되어 현재는 비교적 그 신비성이 어느 정도 벗겨진 것이 사실이나 여전히 창의성에 관하여 아직도 개념적 합의조차 못하고 있는 실정이다.

교육에서 창의성을 개발 또는 향상시키려면 무엇보다 먼저 창의성의 본질을 정확하게 이해해야 한다. 그래야 도움이 되는 제도나 정책의 마련도 가능하며 올바른 교육방법이나 절차도 연구될 수 있고, 보다 적합한 교육환경에 관해서도 생각해 볼 수 있을 것이다.

창의성이라는 단어는 아주 일반적으로 사용되지만 애매 모호하게 쓰이고 있어서 바르게 이해하기가 매우 어렵다. 창의성(Creativity)의 동사형인 영어의 Create는 라틴어의 Creare(to make), 그리스어의 Krainein(to fulfill), 인도-유럽어의 '성장하다'(to grow)에서 유래했다고 알려지고 있다. 이러한 어원을 종합해서 고찰하면, 새로운 것을 만들어 낸다는 의미를 지닌 창의성에는 몇 가지 근본적인 성격이 있음을 추론할 수 있다. 창의성은 존재 유무의 변화가 아니라 형태나 성질, 또는 의미와 용도의 변화를 의미한다. 이런 변화는 불만, 부족, 필요 등에서 비롯되, 갑작스럽게 나타나는 것은 아니고 성장을 통하여 지속적으로 나타나는 과정이며, 창의성 자체도 성장하는 것이라고 설명할 수 있겠다. 창의적 과정이란, '한

편에서는 개인의 독특한 개성으로부터 성장해서 다른 편에서 보면 개인 생활의 물질, 사건, 사람, 또는 환경으로부터 성장해서 이루어지는, 새로운 관계를 산출해 내는 행위의 출현과정'이라는 의미를 통해서 창의성의 일반적인 의미를 파악할 수 있다.

창의적 사고는 기존의 방식으로 해결할 수 없는 문제해결 상황에서 건설적으로 그 문제를 해결하고자 할 때 일어나는 것이라고 한다. 이 사고과정에는 ① 문제의 인지, ② 기존의 지식중 해당 상황에 적절한 단서의 탐색, ③ 문제 해결이 가능하리라고 기대되는 가설의 형성, ④ 가설의 검토, 수정 및 재검토, ⑤ 사고과정 결과의 검색 과정의 5가지 활동 과정이 포함된다고 한다. 결국 창의성을 과학적인 절차와 가치성으로 생각하고 있는 것이다. 이렇듯 창의성은 매우 복잡한 복합 개념이다.

누구나 어느 정도의 창의성을 어떤 형태로든 가지고 있고, 또한 그것의 개발 또는 함양이 가능하다고 믿고 있다. 창의성은 예술작품이나 발견, 발명품에만 나타나고 있는 것이 아니라, 우리 삶의 양식 구성구성에 나타나고 스며있는 것이라는 생각이 일반적으로 설정되고 있는 것이다. 창의성이 주로 드러나는 영역이라고 생각되는 예술, 과학, 예술과 과학의 통합 영역 및 인간성에서 그 창의적 산물의 특성을 들여보고자 한다.

예술적 창의성을 개성적인 심미적 표현에서 찾는다면, 과학적 창의성은 과학적 탐구의 과정과 성과의 타당성에서 찾는다고 할 수 있다. 인간성의 면에 나타난 창의성은 개성이 있되 원만하고 건강한 인격으로 대표되며, 이것은 다양한 인간의 정신적인 면들이 독특하면서도 조화롭게 통합되는 데서 얻어진다고 할 수 있는 것이다.

창의성을 증진시키기 위해서는 환경변화를 시도할 필요가 있다. 자유스러운 분위기에서 풍부한 자료를 가지고, 스스로 관심에 따라 탐구하도록 하는 것이 창의성 함양에 도움이 된다.

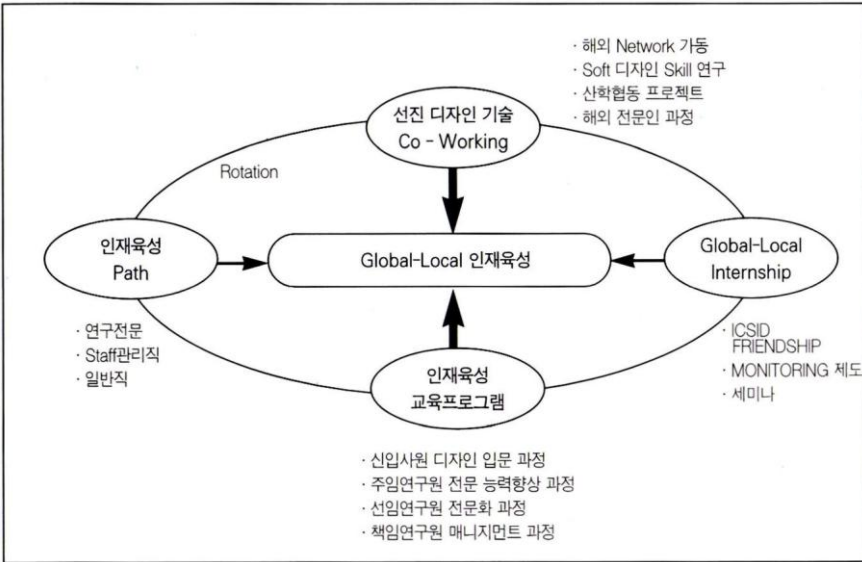
(2) 사례연구

기업은 끝없는 신제품 개발을 통하여 성장, 발전해야 하고 그러기 위한 신제품 개발과정에서 디자이너의 역할이 그 어느 때보다도 강조되고 있다. 그러나 일반적인 기업내 교육만으로 디자이너가 창의적 조형능력을 향상시키기는 어려운 일이고 창의성 교육에서 살펴본 바와 같이 궁극적으로는 디자이너가 독창성을 발휘하지 못한다면 디자이너로서의 생명은 끝나게 될 것이다. 따라서 학교교육에서 그 바탕적 기초 조형능력을 함양했다 하더라도 시시각각으로 변하는 시대적 조형감각과 그 바탕을 이루는 창의력을 끊임없이 함양해야만 한다. 그러나 국내기업의 경우, 디자인 부서 자체내의 교육훈련의 필요성을 충분히 인식하고 있으나 기업내 디자인 부서에서 자체적 교육훈련을 구체화해서 체계적으로 교육을 실시하고 있는 경우는 거의 없다.

그 이유는 업무의 과다로 인한 교육기회를 가지지 못한다는 점과, 특히 디자인 실무측면에서 창의적인 조형능력을 함양하기 위한 교육훈련계획이 구체화되어 있지 않기 때문이다. 또한 기업내의 디자이너에게 요구되는 가장 중요한 능력으로 창의력과 디자인 감각을 들 수 있는데, 그것은 디자인 업무 자체가 창조적인 아이디어를 요하는 것이기 때문이다. 다소 직급에 따라 요구되는 내용에 차이가 있다 하더라도 궁극적으로는 조형표현력과 발상력, 국제감각, 그리고 미래에 대한 예견력, 기획력도 바탕적 자질로서 창조력(창의력)이 요구된다.

그러나 대부분의 연구에서 크게 오해하고 있는 점은 디자이너가 알아야 하는 내용으로(디자이너 교육내용) 디자인 실무 주변 관련지식 등의 항목에서 창의력과 디자인 감각이나 분석력 등의 기획능력, 외국어 구사능력, 컴퓨터 응용능력 등을 같은 차원에서 조사 항목으로 설정하여 접속화하여 파악하고 있다는 점이다. 창의성은 단기간의 교육훈련으로 생기는 것이 아니며 창의성을 향상시키기 위해서는 회사내의 자율적 분위기, 사원간의 인간관계, 그리고 자신들의 자기개발에 대한 노력 등 제반 조건들(시간·공간적으로 확장된 개념)이 갖추어져야 가

〈표 1〉 G사의 인재육성 개념도



〈표 2〉 Z전자의 디자인 부문 교육과정일람

	교육과정	교육내용		교육과정	교육내용
디자인 전략 부문	D/매니지먼트과정	전략수립	감성육성 부문	자동차 Fashion	Car Styling Trend Fashion 동향 유행색
	프로젝트기획과정	전략기획		문화/지역 정보	사회경계동향 Life Style 문화동향
	세계정보/ Zism	디자인컨셉기획		예술정보	건축 / 인테리어 공예 / 회화
	상품화력 향상과정	선진기법/Trend 예측 Coordination력 향상		지역/선진정보	지역문화동향 제품동향
기초 연구 부문	디자인방법론과정	창의적 업무 프로세스	사례 부문	사례연구과정	선진기술 / Know how 디자인성공/실패사례 HIT상품 요인연구
	기초연구부문과정	분석기법 감성공학 휴먼인터페이스		제품디자인부문	제품디자인기획과정 차세대 비즈니스 프로덕트 연구
		프리젠테이션		시각디자인부문	디자인매니지먼트 시각디자인보수교육 한글타이포그래피연구 Color-Planning
실무 부문	실무기초과정	제품디자인기초이론 발상력 조형력	위탁 교육 부문		
	실무과정	CAD(2D/3D/3D)			
		디자인실제기초			
		디자인컨셉기획			
		설계/금형기초			
		표면처리			
		소재 / F.D기법			
		소비자Needs 분석			

능하기 때문이다.

신제품 개발에 대한 디자인 부문의 역할로서 가장 우선적인 항목이 미적인 외관과 매력 제고, 창조적인 아이디어와 컨셉 창출을 들 수 있는데 이것이 디자이너에게 요구되는 가장 중요한 창의적 조형 능력이다. 디자이너에게 요구되는 기타의 새로운 기업환경에 대한 적응력, 실무처리능력, 디자인 해결안 및 경영, 기술 등 관련분야에 대한 의사결정력, 기업내 디자인 조직의 관리능력 등은 기존의 일반 교육(OJT, Off JT)으로 가능할 것이나 디자이너들에게 보다 중요한 것은 자기계

발(SD)로서 오늘날의 생애교육의 중요성과 더불어 개인 목표 내지 개인의 욕구에 바탕을 둔 교육훈련이다. 즉 자기의 책임하에 자기의 이해와 평가에 의해서 성장, 향상의 의욕을 갖고 자주적으로 이에 대한 노력을 하는 것으로써 문제해결을 행함에 있어서 자기성장의 과정이라고 정의할 수 있을 것이다.

자기계발의 과정을 분석하면 ① 문제의식 - 목표설정, ② 해결하고자 하는 의욕의 신장, ③ 부족한 능력의 개발, ④ 문제해결과 결부시킴 등의 4단계로 나눌 수 있다.

이 4가지 과정은 문제해결이나 창조성 개발의 과정 그 자체라고도 말할 수 있다. 즉 자기계발도, 문제해결방법도, 창조성개발도 근본적인 과정은 마찬가지로 보는 것이다.

따라서 이러한 문제들을 해결하기 위해서는 여러 각도에서 신중히 검토하여 결정해야 하며 이에 부응하기 위해서도 자기계발이 요청된다.

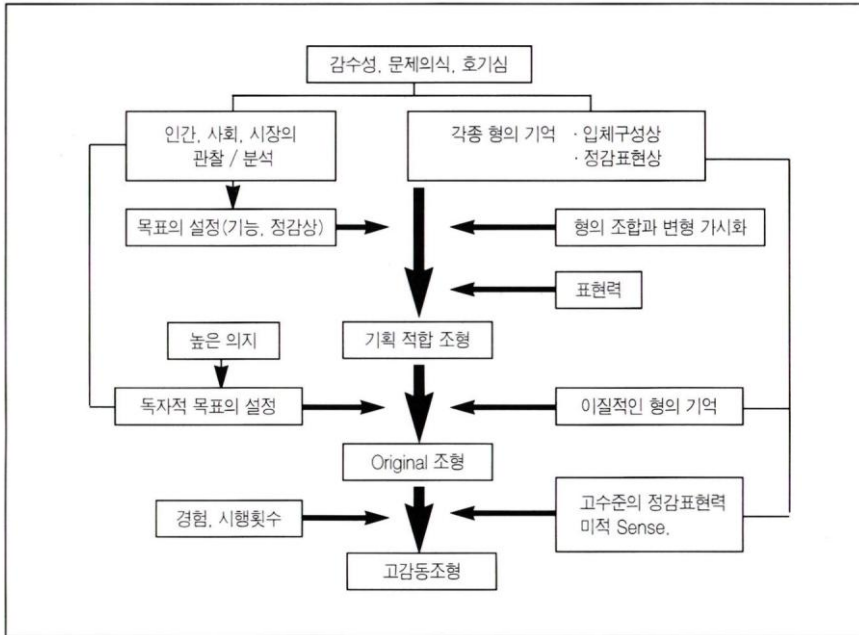
●사례1 : 국내 G사가 계획 중인 약 80%의 체계적인 인재육성프로그램을 소개하면 Global - Local 인재육성과 발굴, 평가, 재충전의 기회를 부여하기 위해 외적으로는 선진디자인기관과 Co-Working / Internship 체제를 구축하고 내적으로는 인재육성경로를 바탕으로 교육프로그램을 가동한다(표 1).

●사례2 : T전자의 경우 1994년의 디자인실 교육내용(디자인 전문교육만 발췌)을 살펴보면 다음과 같다. 디자인실 전원을 대상으로 한 디자인 기술교육, 디자인 신제품 기술교육, 유럽디자인 흐름, 도시생활에 있어서의 환경형성에 관한 연구, 산업디자인 마케팅, User Interface, Color Image Sense 교육, JIDA 디자이너 초빙 세미나 등이 있었으며 기타 일본의 Form Trend(대리이상), 기업내 여성 디자이너의 역할과 자세(여직원), 디자인 매니지먼트 교육(대리이상), 디자인 진단 및 세미나(팀장), World Washer Design Concept(주임이상), 고풍택 Pattern Presentation(가전), ISO 1800 환경과 디자인(1년차) 등이 있다.

●사례3 : Z전자의 경우 디자인 전략부문, 기초연구부문, 실무부문, 감성육성부문, 사례연구부문, 위탁교육부문으로 나뉘어 실시되며 구체적인 내용은 〈표 2〉와 같다.

●사례4 : (주)도요다 자동차 디자인부의 이와츠키 가쓰히토씨가 기명 스케치와 미술 조형물의 응용조형에 대한 Styling 능력 향상을 목적으로 '기업내 조형교육'의 한 시도에 대해서(A Training for

〈표 3〉 도요다 자동차의 조형 메커니즘의 필요능력



Styling Ability)' 기업내 신입디자이너에 대한 교육을 행할때 느끼는 조형면에서의 문제점은 다음과 같다.

조형(형을 만든다)한다는 일은 그 수준(조형의 깊이)에 따라 ① 기획에 적합한 조형이어야 할 것, ② Originality(고유성)가 있는 조형이어야 할 것, ③ 이것들을 모아서 사람들을 감동시킬 수 있는 수준에 이르게 할 것 등 이상의 3단계로 나누어 생각해 보고 이것에 필요한 능력을 정리하면 다음과 같이 된다.

조형을 하는 것은 이들을 피하고 지날 수는 없다고 여기지만 신입사원은 의외로 인식이 약해 좀처럼 자신의 인식영역에서 나오려고 하지 않기에 먼저 이 체계를 인식하고 납득시켜 교육을 시작해야 할 필요를 느낀다. 기업디자이너로서 상품을 디자인한다고 하는 필요를 근거로 생각하면 특히 아래와 같은 문제가 크다고 여겨진다.

- ① 조형물에 대한 흥미, 연구 부족 - 조형 Idea의 폭이 좁다.
- ② Visualize 능력 부족 - 머리속에 형태를 구상할 수 없다.
- ③ 기획 적합(User의 기호성에 대한 반응) 조형을 할 수 없다.
- ④ 조형 발상의 방법이 몸에 배지 않아서 - 성과가 불확실하다.

상기한 문제점의 대책을 위해 다음과 같은 교육이 실시될 수 있다.

가. 기명스케치 훈련

이것은 대상물을 보면서 그리는 것이 아니라 대상물을 확실히 관찰하여 머리속에 명기하여 보지 않고 그리는 것이며 간단한 물건부터 자동차까지 폭넓은 묘사를 하게 한다. 디자이너는 사색력도 중요하지만 머리속에 형태를 형성하여 이것을 그리는 것이 필요하다. 기명스케치는 Idea를 명확한 형태로 Visualize하는 힘을 높이는 것이다. 또한 머리속에 영상이 확실하면 단숨에 명확히 그림을 그릴 수 있게 되며 관찰하는 눈이 있으면 눈에 들어오는 조형물이 정감, 구성면에서 분석적으로 보이게 되기도 한다. 이 훈련에서는 제재로서 신입사원이 알 수 없는 듯한 각종 미적 조형물을 집어들어 해설하며 그리게 하고 있으나 이것에 의해 자신에게 있어서 이질적인 정감을 신경쓰게 된다. 이렇게 되면 위에 기록한 관찰 안목의 강화도 도와주며 형태의 기억(Stock)량의 증가에 따른 Idea의 폭이나 미적 센스의 향상에도 효과를 가져온다.

나. 정감어휘에 의존하는 미적 조형물의 탐색, 응용조형 연습

이것은 디자인하려는 상품의 대상이

되는 User의 요구정감을 명확히 하게 하여 이 정감에 어울리는 미적 조형물을 탐색하므로써 그 정감 표현요소를 취해서 응용 조형하는 것이며, 베테랑이면 무의식적으로 하고 있을만한 일을 분석적으로 순서를 정하고 단계적으로 시험하고 있는 것이다.

신입사원의 경우, 하는 방법을 이해하지 않고 곁돌고 있거나 아직 여러가지 형태의 기억(Stock)이 적어, 같은 것을 그리고 있는 경우가 많으나 이 방법으로 단계적으로 확실히 알아간다면 목적(User가 추구하는 정감)에 맞는 조형이 폭넓게 형성되어 목표에 맞게, 그리고 이질적인 조형물을 참고한다면 자신의 능력을 초월하는 고유성 있는 작품이 되어 이것에 의해 혼자 힘으로 목표에 도달할 수 있다는 자신이 붙는다.

이상 당연한 방법을 소개했지만, ID의 대상 상품에는 여러 고객이 있는 것을 생각하면 각종의 정감을 갖는 궁극적인 미적 조형물 공부가 필요하며 더욱이 고유성 높은 조형을 하기에는 그림처럼 높은 의지를 갖고 독자적(각자의) 목표를 설정하여 조형을 시작할 수 있도록 신입사원 시기에 인간의 사고·행동·욕구·미의식 등을 연구하는 자세가 몸에 배게 하는 것이 중요하다고 느낀다.

다. 기업에 있어서 조직적 창조성 개발에 관한 미적 연구

연구개발 및 디자인 부문을 위한 창조성 개발에 관한 실태조사 결과에서 지금까지 창조성에 관한 연구의 대부분은 개인의 창조성에 집중하고 있어, 기업에 있어서 창조성의 개발과 발휘에 대해서 조사한 실증적 연구가 적은 것이 현실이다. 이 보고는 '90년 1월 동경공업대학에 설치된 JMA창조성 개발강좌의 2년간의 연구성과로서 정리한 '연구개발 부분에 있어서 창조성 개발에 관한 실태조사 보고서(이하 R&D연구)'와 '디자인 부분에 있어서 창조성 개발에 관한 실태조사 보고서(이하 디자인연구)'의 요약 결과만을 소개하면 이 연구에서는 '창조성'을 다음과 같이 정의했다. 종래 '창조성'이라는 용어는 사람의 특성을 설명하는데

많이 쓰였으나 여기서는 기업에 있어서 창조성에 집중하고 있다.

‘창조성’이란 기업이 지금까지 없었던 성과를 올린 경우에 근원적인 제어기술을 필요로 하는 경우도 있다. 본 연구는 이 정의에 따라 기업의 창조성 개발에 영향을 주는 모든 요인을 찾는 것이다. 디자인 연구에서는 디자인 부문에 있어서 창조성 높은 수준의 실례로서 Good Design 표창(일본 산업디자인진흥회), 기계디자인 표창(일간공업신문사), Design of the Year(잡지 뽀빠이)의 수상 프로젝트를 들어 부문담당 임원에게 앙케이트 조사를 실시하여 R&D의 결과로 비교분석한 결과 기업의 창조성 개발 발취에 커다란 영향을 주는 요인으로서 다음의 다섯가지가 중요하다는 것이 확증되었다.

- ① 목표의 설정 : 연구자/디자이너의 제안에 따른 프로젝트 장려
- ② 정보의 흐름 : OJT를 통한 ‘부가가치 높은 정보’ 만들기
- ③ 창조적인 자극 : ‘자기개발’, ‘OJT’, ‘유학제도’ 등의 다양성을 증진시키는 자극 증가
- ④ 격려 : Negative한 격려 - 하려는 마음의 방해 억제
- ⑤ 창조적 태도 : 개인의 창조적 태도 육성, 조직의 창조적 태도를 촉진하는 모든 시책 전개

● 사례5 : (주)마츠시타전기 디자인센터 디자이너인 마코토 데라우치는 마츠시타 전기의 디자이너 교육에 대하여 다음과 같이 밝히고 있다.

마츠시타 전기의 디자인 부서는 장족의 발전을 거듭하여 현재는 300명이 넘는 전문 디자이너를 확보한 큰 부서로 성장했다. 디자이너의 역할도 개별적인 활동에서 조직적인 활동으로 바뀌고 제품 향상, 디자인 개발을 위한 연구 활동 및 경영에 이르는 광범위한 기능을 수행하기 위해서 사내 관련 부서는 물론 사외 관련 기관과의 협력 체제하에서 활동하게 되었다.

마츠시타는 변천하는 환경에 대처하기 위하여 독창적인 아이디어를 창출하고 이

를 조형화할 수 있는 디자이너의 능력 향상, 다양한 직무 수행을 위한 새로운 기술개발 및 선진 기술의 발전에 따른 디자인 개발 방법의 변경, 디자인 활동을 회사 경영과 효과적으로 연결시키는 능력 향상 등의 3가지 기본 목표를 설정하고 디자이너를 훈련시켜 왔다.

디자인 활동은 기업경영과 직접적인 관계에 있기 때문에 마츠시타에서는 디자인 활동의 진흥을 위해서 노력하고 있다. 각 부서에 소속되어 있는 디자이너들은 독자적으로 그 부서의 디자인 업무를 담당하고, 디자인 센터는 각 부서의 디자인 활동을 연결시켜 주는 역할을 담당하고 있다. 취급 상품의 범위가 확대됨에 따라 통합 디자인 개념이 더욱 강조되고 있으므로 제품의 이미지 통합, 디자인의 질적 향상을 위한 계획을 위하여 디자인 센터의 역할이 더욱 막중해 지고 있다. 마츠시타의 디자이너들은 일반 연수, 현장 교육, 전문 디자이너를 위한 특별교육 및 자기 개발을 위한 각종 교육을 받고 있다.

가. 디자이너 교육 실태

신입 사원은 전공에 관계없이 6개월간의 종합연수과정을 이수한다. 소비자의 입장에서 제품을 생산하는 것이 사회에 기여하는 것이라는 회사의 경영철학과 생산 및 영업 활동을 이 기본 교육과정에서 연수받게 되므로 디자이너를 위한 교육은 이 기본연수 과정이 끝난 다음에 시작된다.

나. 신입 디자이너를 위한 직능 교육

- ① 마츠시타에서 생산하는 모든 제품에 회사의 경영 방침이 반영되게 하기 위해 회사의 기본적 디자인 정책을 교육한다. 이 과정에서는 디자인을 통하여 삶의 수준을 향상시킨다는 사고방식을 철저히 이해시킨다.
- ② 상상력이나 조형능력이 뛰어난 디자이너라도 이를 제대로 표현하지 못하면 다른 사람에게 전달할 수 없으므로 여러 형태의 스케치를 통해서 자신의 조형능력을 표현하는 기술을 익힌다.

다. 창의력 개발을 위한 교육

3~4년이 경과한 디자이너의 기본 기술을 보완하는 본 과정은 보다 실무적인 것으로 다음과 같은 단계로 나누어 실시한다.

- ① 1단계 : 특정 제품의 디자인 요소, 사회, 시장 및 디자인 추세를 함께 분석하여 디자인 개념을 설정한다.
- ② 2단계 : 그 제품이 사용될 상황에서 제품의 기능, 주변 여건 및 소비자의 특성을 고려하여 1단계에서 설정한 개념을 기본으로 디자인을 구체화할 수 있도록 디자이너의 아이디어를 다듬는다.
- ③ 3단계 : 창출된 아이디어를 실물 크기의 렌더링과 목업을 제작화 시킨다.
- ④ 4단계 : 모형을 제작하고 디자인 제작 과정을 발표한다.

라. 현장 실습 교육

현장 실습 교육은 디자이너를 위한 직능 교육 과정뿐 아니라 신입 사원 전체를 대상으로 실시하는 일반 연수과정에도 실시되고 있다.

디자이너나 엔지니어처럼 전문직종은 현장 실습 교육을 실시하기가 타 직종에 비해 수월하기는 하나 문제는 어떻게 효율적으로 실시하는가에 있다.

현장 실습은 실제 문제에 대처하는 능력 향상을 보완하는 수단일 뿐만 아니라 새로운 능력 개발을 위한 투자라고 할 수 있다.

마. 디자인 제작 과정에서 훈련의 효율성

해외 시장에서의 격심한 경쟁으로 인하여 제품간의 기술 격차가 제품의 우열을 구분하는데 더 이상 중요한 요인이 되지 않게 된 반면 기업의 이미지, 디자인 및 제품이 인간의 생활에 미치는 영향 등이 중시되게 되었다. 때문에 디자이너들이 신제품 개발의 주도적 역할을 담당하게 되었다. 뿐만아니라 디자이너는 생산자와 소비자의 입장에서 신제품 개발에 참여하므로 디자이너의 능력이 더욱 더 높게 평가받게 되는 것이다.

이러한 이유로 인해 제품개발과정에서 디자인 분야가 우선 순위에 있어 상위를 차지하고 경험있는 디자이너가 신제품 개

발담의 책임자직을 맡게 된다. 팀의 책임을 맡은 디자이너는 여러 젊은 디자이너와 함께 임무를 수행하게 되므로 이들 젊은 디자이너들은 이런 기회에 프로젝트를 수행하는데 필요한 많은 것들을 배우게 된다.

디자이너로서의 전문 기술이란 변천하는 상황에 적응하는 능력, 효과적인 방법으로 발표하기 위한 논리적 사고방식, 설득력, 자신을 표현하는 표현능력, 결정하는 능력 등 인간사와 관련 있는 광범위한 능력을 구사할 수 있는 기능을 뜻한다.

바. 디자이너 훈련의 문제점

기술이 날로 발전함에 따라 신제품 개발의 기간이 점차 짧아지고 있다. 이처럼 짧은 기간에 높은 수준의 디자인 제작을 수행해야 하는 것이 가장 큰 문제로 대두되고 있다. 그렇기 때문에 실질적인 기술 개발이 제일 중요하다.

반면 중·장기적인 견해에서 디자이너의 기술개발을 위한 훈련의 필요성도 점차 대두되고 있다.

중·장기 계획을 위한 훈련은 새로운 분야의 디자인을 위해서 불가피한 것이다. 신제품 개발의 여러 단계에서 디자이너의 역할이 커져가고 있으므로 디자이너들은 더이상 자기들의 고유 직능만을 고집할 수 없게 되었다.

디자이너 측에서 시장 개발을 위한 제안을 할 때에는 디자이너는 기획과 마케팅 분야까지도 직접 다루어야 한다. 생활양식에 관한 제안시는 사람의 일상 생활을 연구하는 행동과학자가 되어야 한다. 그러므로 디자이너가 우수한 제품을 개발하기 위해서는 다방면의 기술과 지식을 갖추어야 한다. 이처럼 점증하는 요구를 충족시키기 위하여 디자인에 대한 전통적 고정관념을 타파해야 한다. 이를 위하여 디자인 교육에 보다 많은 개방성을 부여하여 인접분야간의 교류를 증대시켜야 한다.

회사에서 고용된 디자이너는 디자이너로서 자신의 주관과 함께 회사의 디자인 철학을 견비해야만 한다. 학교에서는 개성에 중점을 두어 교육하게 되므로 기업에서는 다양한 재능을 갖춘 인재를 수용

하여 그들로 하여금 다양한 활동에 종사할 수 있는 기회를 제공해야 할 것이다.

결론

‘글로벌 경쟁(Global Competition)’ 시대가 되었다. 지금부터의 최대 경쟁우위요소는 인적자원의 질에 달려 있으며, 따라서 ‘창조성’, ‘국제성’, ‘개성’이 풍부한 인재가 필요하고 이를 위한 ‘교육 시스템’이 요구되고 있다.

그러면 이러한 글로벌 시대에 우리 기업이 경쟁력을 높이기 위해 인재를 어떻게 양성할 것인가? 이 문제는 기업인들의 오랜 숙제이며 무한 경쟁시대의 핵심과제이다. 기업들은 이미 오래전에 글로벌리제이션 상황을 예측하고 세계화 전략의 하나로 인재 양성에 주력해 왔다. 특히 우리나라 가전업계를 중심으로 한 제조업에서 경쟁력 있는 신제품의 개발이야말로 기업의 사활이 걸린 중대한 과제다.

여기에서 독창적이고 차별화된 고부가가치 상품화를 실현해야 하는 과정에 참여, 기획 단계에서부터 최종 완제품의 소비자의 선택 및 폐기와 환경문제까지도 고려해야 하는 디자인 부서 디자이너들의 교육 훈련은, 다른 부서의 일반 교육과정(OJT, Off JT, SD 등)과는 또 다른 창의적 조형능력을 요구받게 되는데 지금까지의 실태조사에 따르면 사례에서 밝힌 정도이며 체계적 연구와 실행없이 오늘에 이르고 있다.

기업 내외의 환경 변화는 하루가 다르게 변하고 있으며 따라서 기업 차원의 요구는 물론 디자이너 개인들에게도 자기개발(Self Development)을 통한 보다 우수한 자질과 능력을 요구하게 되었다.

영국의 ‘The Design Council’에서 발표한 연구보고서에 의하면 제조 회사가 요구하는 디자이너의 능력과 학교교육을 통해 배출되는 디자이너의 능력 사이에는 심각한 차이가 있음을 밝히고 있는데 그 주된 차이는 디자인 해결안을 제시하는 능력과 새로운 제품의 컨셉을 창출하고 시각화하는 능력 등이 주된 것으로 지적하고 있다. 국내의 경우도 예외가 아니어서 디자이너의 자질로서 기본적 바탕인

창의적 조형능력이 부족하다고 밝혀지고 있다.

따라서 디자이너의 교육은 별도로 회사 형편과 특성에 따라 독자적 프로그램을 마련해야 하는데 그 근거는 먼저 기업의 규모와 개인차가 있긴 하지만 근무 연한이 많은 디자이너들의 공통적인 매너리즘에서 벗어나도록 해야 한다는 점과 다양한 정보를 통한 새로운 디자인 사조와 국제적 감각을 익히도록 하며 새롭고 폭넓은 지식의 습득을 통한 새로운 사고방법, 발상력, 의사소통능력, 해결안의 선별능력, 기획력, 전략적 의사결정능력, 디자인 부서의 관리능력 등을 함양할 수 있도록 구성해야 한다.

앞에서도 지적했듯이 신입 디자이너든 중견 디자이너든 디자이너로서의 기본적인 바탕적 자질과 능력은 학교교육을 통해서 마련되어야 하고 기업은 그러한 자질과 능력을 갖춘 인재를 원하나 비록 그렇지 못하다 해도 입사 후에 자체의 교육을 통해 능력을 배양하고 업무에 따라 적재적소에 배치하므로써 그 잠재능력을 최대한 발휘하도록 해야 할 것이다.

그 주된 교육이 자기개발(SD)이며 오늘날 부각되고 있는 글로벌 학습 조직의 바탕이 된다. 지금까지 밝혀진 기업 내에서의 디자이너들의 교육에 필요한 가장 핵심적 내용은 창의성 개발과 프리젠테이션 기술, 제품 조형, 그리고 혁신적 디자인을 개발할 수 있는 능력을 강화해야 한다고 한다. 이것은 기본적으로 디자이너만의 고유 능력이자 업무라고 할 수 있다. 그것은 바로 바탕적 교육이 부족하다는 뜻이 된다.

더구나 창의성의 개념조차 모호한 채로 조사되었다는 것도 입증된다. 창의성은 단기간의 교육으로 개발되기도 어려울 뿐더러 창의성을 증진시키기 위해서는 환경변화를 시도할 필요가 있는데 즉, 실패와 좌절을 경험할 환경을 완화하기 위해 승패의 경쟁적인 분위기를 제거하고 행동표준의 강요를 최소화하며 개방적인 분위기를 만들어 자유롭게 의견을 개진하게 하고, 확산적인 사고를 격려하며 융통성 있게 적절한 교육자료를 활용하여 다양한 자극을 주는 것이 필요하다. 정확한 하나


의 정답을 강요할 것이 아니라 해결책을 스스로 발견하게 하는 도전감 있는 문제를 제시해야만 창의성이 함양된다. 또한 창의성 함양에 도움이 되는 교육환경과 방해가 되는 교육환경이 있는데, 도움이 되는 환경은 비경쟁적 유쾌한 분위기, 비평가적 환경, 심신의 긴장완화, 새로운 아이디어와 경험의 개방 격려, 주저, 금지, 방어 등을 감소시키고 자발성을 증가시키며, 실제적 자기평가, 자아존중과 자기지향 증진, 확인표현 및 감정의 통정 격려, 환상, 유희, 유머, 꿈 사상의 자극 등과 유용한 자료와 자원의 공급, 제한억제, 혼자 있는 것을 허용하고 호기심 자극, 만남의 기회 자주 부여, 좌절감을 이해하고 격려, 유용한 프로그램의 개발 및 활용, 자유로운 자료 사용, 스스로 문제를 해결하도록 격려, 의견 경청을 자주해야 하는 등의 학자들의 주장을 총체적으로 종합해 보면 디자이너들의 창의성을 함양하여 조형능력을 기르려면 자유스러운 분위기에서 풍부한 자료를 가지고 스스로 관심에 따라 탐구하도록 하며 교육분위기는 조직적이 되 수용적이어야 하고, 지력을 강조되지 경직되지 말아야 하며, 재구조화의 연습 기회를 풍부하게 하는 것이 필요하다.

흔히 디자인과정을 문제해결과정이라고 한다. 창의적 사고라는 말과 혁신적 문

제해결과정이라는 말은 어떤 의미에서 보면, 동의어라고 할 수도 있다. 창의적 사고란 참신한 산물을 낳는 사고이고, 문제해결은 새로운 상황에 대해 참신한 반응을 낳는 것을 포함하는 것으로 결과적으로 참신한 산물을 가져오게 한다. 그러므로 이 두개념은 이론적으로 밀접하게 관련되어 있다고 할 수 있다.

궁극적으로 디자이너의 고유능력인 조형능력도 창의력을 바탕으로 성취될 수 있으며 독창적 아이디어를 발휘할 수 있도록 기업에 대한 신뢰성 밑에서 자율적 분위기(환경), 조직(Team)간의 원활한 의사소통, 그리고 자기개발 분위기(학습 조직)를 조성해야 될 것이다. 특히 디자인 부서의 조직, 분위기를 원활한 커뮤니케이션이 이루어지도록 관리해야 한다. 그런 가운데 참신한 아이디어도 창출될 수 있을 것이며 신제품 개발로 이어져 성공적 판매로 나타나게 될 것이다.

또한 국내의 몇몇 제조업계의 기업내 디자이너 교육 프로그램에서 보여주듯이 일반 직업교육과 바탕적 자질을 요구하는 창의력 향상을 동일 범주내에서 단기간의 교육을 통하여 해결하려는 의미해석의 모순과, 외형적으로 교육의 모습만을 갖춘 현실을 감안 할 때 시급히 체계적이고 본격적 조형능력향상 교육프로그램을 마련

해야 할 것이다. 

참고문헌

1. 문화일보, 1994.8.30
2. 중앙일보, 1995.1.6
3. 한국교육학회 사회교육연구회편, 1988
4. 전광수, 기업내 OJT의 개선방안에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원, 1992
5. 구자혁, 조직개발을 위한 기업교육훈련에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원, 1990
6. 신유호, 기업내 연구개발기술인력의 육성방안에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원, 1994
7. 황병수, HRD전략, 한국능률협회, 1987
8. 한준상, 산업인력자원개발, 양서원, 1993
9. 최종태, 현대인사관리론, 박영사, 1991
10. 박종삼, 비판적 사고와 창의성 함양을 위한 교육과정계획의 원리탐색, 동국대학교 대학원, 1989
11. 정용팔, 기업내의 디자인 인력관리에 관한 연구, 한국과학기술원, 1994
12. 최대석, 개정판 산업디자인학, 홍익대학교출판부, 1995
13. 工井正己, 能力開發 OJT, 自挑書房, 1981
14. Gilley, J.W. & Eggland, S.A. Principle of Human Resource Development, Wesley Publishing co. Inc., 1989
15. Nadler, L. & Nadler, Z., Developing Human Resource, 3rd ed., JosseyBass Publishers, 1989

* 역자 주: 이 논문은 교내 연구비에 의하여 연구되었음. 지면 관계상 부득이 본론의 요약 및 결론 부분만 실게 되었음을 양해바랍니다.

KIDP 포장기술세미나 교육일정

일 자	시 간	내 용	강 사	일 자	시 간	내 용	강 사
4월 17일 (수)	14:00 - 15:50	· ISO14000개요와 필요성 · 국내의 동향 · 인증에 관한 심사	박종문 위원 / 한국품질인증센터	4월 18일 (목)	14:00 - 15:50	· LCA의 개념과 전망	안중우 부장 / 한국 P&G 과학기술부
	16:00 - 18:00	· ISO14000 인증업체의 사례연구	조중래 차장 / (주)유공 안전환경팀		16:00 - 18:00	· ISO14000과 LCA와의 관계 · LCA기본원리의 이해 · 포장재 응용을 위한 LCA	허 탁 교수 / 건국대학교 공업화학과

■ 문의 : KIDP 인력개발부 인력2실 Tel. 708 - 2154 / 56

연구 논 문 을 모 집 합 니 다

산업디자인·포장세계는 항상 독자들과 함께 하는 잡지가 되기 위해 여러분의

다양한 논단 및 연구논문을 기다리고 있습니다.

산업디자인·포장 관련 학술 논문 및 논단, 비평, 그 외 학위 논문 등이면

모두 환영합니다. 여러분의 많은 참여 바랍니다.

(채택된 논문에 대해서는 소정의 원고료 지급)

■ 기 간 : 수시 접수

■ 대 상 : 1995년 기재출 및 1996년 발표될 산업디자인·포장 관련 논문

■ 내 용 : 산업디자인 - 제품, 시각, 환경 디자인 등
포장 - 포장디자인, 포장재료, 포장기법 등

문의처

KIDP 진흥2부 진흥정책(출판)과

TEL.02-708-2059/65 FAX.02-762-5783

외국인전문가 특강 안내

KIDP에서는 국제적으로 지명도 있는 130여 명의 외국인 전문가를 초청하여

국내 업체를 대상으로 산업디자인 지도사업을 실시하고 있습니다.

아울러 산업디자인 전공학생들에게 국제감각 고양과

선진 디자인의 최신 정보를 제공하고자 외국인 전문가 특강을 다음과 같이 개최합니다.

■ 기 간 : '96년 1월 ~ 12월

■ 대 상 : 산업디자인 관련대학 및 학원의 디자인 전공학생

■ 분 야 : 제품, 인테리어, 가구, 조명, 텍스타일, 신발, 포장, 시각디자인

■ 내 용 : 산업디자인 전반(슬라이드 상영 및 질의응답)

■ 특 강 비 : 무료(단 외국인전문가의 통역료 및 교통비는 신청처 부담)

문의처

KIDP 진흥1부 지역협력과

TEL.02-708-2088 FAX.02-765-9679

국제화 시대의

유머영어

한
나
마
디

Damn scared

Two office workers were complaining about the short lunch hours (30 minutes)

"If I had an extra 15, I could go home for lunch," said Bill.

"The boss is never around at noon. Why don't we just take the extra 15" Tom suggested. Bill agreed and went home for lunch.

When he opened the bedroom door, he discovered his wife in bed with his boss. Bill slipped out of the house quietly and hurried back to the office.

The following morning Tom suggested to take the extra 15 again.

"Hell, no" said Bill, "I almost got caught yesterday."

get caught : 잡히다 "Hell, no" : 강한 부정 extra : 여분의.
be around : 가까이 있다 slip out : 살짝 나가다

회사원 두 사람이 30분 밖에 안되는 점심시간이 너무 짧다고 속닥공론.

빌: "15분만 더 뵈어도 집에 가서 점심을 먹고 올텐데 말야..."

톰: "어차피 점심때엔 사장이 자리를 비우는데 우리도 15분씩 썩썩해도 되지 않을까!"

그것 참 좋은 생각이라고 느낀 빌, 곧장 집으로 향했다. 집에 이르러 침실 문을 여는 순간 사장이 자기 마누라와 함께 침대 속에 있는 것을 발견한 이 사원, 살며시 돌아서더니 황급히 회사로 돌아왔다.

이튿날 톰이 다시 15분씩 썩썩하자고 제의하니, 빌 왈 "이 사람아, 말두 말게.

어젠 하마터면 들킬뻔 했어"

Cute container

A medical student found the first question in an examination :

"Name five reasons why mother's milk is better for babies than cow's milk."

He answered, "First, it is fresher ; second, it is cleaner ; third, the cats can't get it ; fourth, it is easier to take to movies and to picnics."

Then he thought for a moment and added,

"Fifth, it comes in such a cute little container."

He passed.

mother's milk : 모유 cow's milk : 우유 fresh : 신선한 cute : 예쁜
container : 그릇, 용기 name : (이름을) 들어서 말하다, 지적하다

의사지망생이 시험을 보는데 첫문제는 "모유가 우유보다 나은 이유 다섯 가지를 대라"는 것이었다.

"첫째, 신선하다. 둘째, 깨끗하다. 셋째, 고양이가 입을 댈 염려가 없다. 넷째, 영화를 보거나 야외에 나갈 때 휴대하기가 쉽다", 여기서 잠시 생각하더니, "다섯째, 예쁜 그릇에 담겨 있다."

이 응시자는 합격했다.



산업 디자인 관련 해외 전시 일정('96.10~12)

편집실

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
그리스(Greece)			
데살로니키 정보시스템 박람회 INFOSYSTEM/Int'l Exhibition of Information Sytems	'96.10.5~9	HELEXPO Exhibition Center	HELEXPO Tel: 031/291111 Fax: 031/229116
피레아스 가정용품 박람회 INTER CASA - INTERCLIMA/Modern Home Exhibition	'96.10.19~28	O.L.P Exhibition Center	Modern Exhibitions Consultants Tel: 01/3632484 Fax: 01/3628123
데살로니키 보석세공품, 시계 및 세공기계 박람회 KOSMIMA	'96.10.20~23	HELEXPO Exhibition Center	HELEXPO Tel: 031/291111 Fax: 031/229116
그리스 섬유 및 의류산업 박람회 TEXTILIA - INA+ILI	'96.11.4~6	Peace & Friendship Stadium	Promocenter S.A. Tel: 01/8839913 Fax: 01/8219198
네덜란드(Netherlands)			
암스테르담 모터사이클 박람회 Motor RAI/Motorcycle, Scooter, Moped, Part Exhibition	'96.10	RAI - Exhibition & Congress Centre	Amsterdam RAI Tel: 020/5491212 Fax: 020/6464469
로테르담 소비재 박람회 FEMINA/Int'l Consumer Goods Fair	'96.10. 6~15	Ahoy Exhibition Center	R.T.B Tel: 010/4814144 Fax: 010/4814109
로테르담 동계 운동용품 및 관광용품 박람회 SKI-HAPP/Winter Sports & Winter Tourism Fair	'96.10.17~20	Ahoy Exhibition Center	R.T.B Tel: 010/4814144 Fax: 010/4814109
마스트리히트 버스 및 관광차량 박람회 AUTOBUS RAI MAASTRICHT	'96.10.23~29	MECC	Amsterdam RAI Tel: 020/5491212 Fax: 020/6464469
유티레히트 마이크로 컴퓨터 박람회 H.C.C/Micro Computer Show	'96.11	Jaarbeurshal	Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs Tel: 030/955911 Fax: 030/940379
유티레히트 출판용 컴퓨터 박람회 Prepress Computing	'96.11	Jaarbeurshal	Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs Tel: 030/955911 Fax: 030/940379
유티레히트 환경보존 박람회 ECOTECH/Trade Fair Waste Processing Environmental	'96.12	Jaarbeurshal	Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs Tel: 030/955911 Fax: 030/940379
노르웨이(Norway)			
오슬로 가정용품 및 취미용품 박람회 Consumer Goods Fair - Home and Hobby	'96.11.15~24	Sjøløystentret	Norges Varemesse Tel: 22/439100 Fax: 22/431914
독일(Germany)			
진스하임 환경 박람회 A.W.L. Tech/Waste Water & Water Technologies	'96.10	Messe Sinsheim	P.E. Schall GmbH Tel: 07025/92060 Fax: 07025/920620
뉴렌버그 오락건강 박람회 FIBO/Int'l Fitness and Leisure Show	'96.10.3~6	Messezentrum	Blenheim Int'l Deutschland GmbH Tel: 0211/901913 Fax: 0211/307578
도르트문트 가정용품 박람회 DORTMUNDER HERBST/Regional Ideal Home Exhibition	'96.10.4~13	Messezentrum Westfalenhallen	Westfalenhallen Dortmund GmbH Tel: 0231/1204521 Fax: 0231/1204678

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
베를린 자동차 박람회 AAA/Motor Show Berlin	'96.10.19~21	Messegelände	Messe Berlin GmbH Tel: 030/30380 Fax: 030/30382325
오펜바하 피혁완제품 박람회 Fashion Forum Offenbach	'96.10.19~21	Messegelände	Offenbacher Messe - Gesellschaft GmbH Tel: 069/2281550 Fax: 069/22815560
원헨 컴퓨터 및 통신 박람회 Computers & Communications/Int'l Trade Fair	'96.10.21~25	Messegelände	Messe Muenchen GmbH Tel: 089/51070 Fax: 089/5107506
프랑크푸르트 가정디자인 박람회 THEMA DOM/Int'l Frankfurt Fair for Home Design	'96.10.25~28	Messegelände	Messe Frankfurt GmbH Tel: 069/75750 Fax: 069/75756433
뉴렌버그 소비재 박람회 CONSUMENTA/Consumer Goods Exhibitions	'96.10.26~11.3	Messezentrum	AFAG-Ausstellungsgesellschaft GmbH Tel: 0911/86070 Fax: 0911/860735
비스바덴 소비재 박람회 HAFA Wiesbaden/Regional Consumer Goods Fair	'96.10.26~11.3	Rhein-Main-Hallen	Blenheim Heckmann GmbH Tel: 0211/901910 Fax: 0211/901980
칼스루에 소비재 박람회 OFFERTA/Regional Consumer Goods Exhibition	'96.10.26~11.3	Kongress & Ausstellungszentrum	Hinte Messe und Ausstellungsges GmbH Tel: 0721/931330 Fax: 0721/356659
스투트가르트 자동차 및 모터사이클 박람회 Ama/Car & Motorcycle Show	'96.10.30~11.3	Killesburg	Messe Stuttgart International Tel: 0711/25890 Fax: 0711/2589440
뉴렌버그 발명 및 신상품 박람회 IENA/Ideas, Inventions & New Products Exhibition	'96.10.30~11.3	Messezentrum	AFAG-Ausstellungsgesellschaft GmbH Tel: 0911/86070 Fax: 0911/860735
베를린 폐기물 처리산업 박람회 AWS/Waste Industry Symposium & Trade Exhibition	'96.11	ICC Berlin	EF-Verlag für Energie-und Umwelttechnik GmbH Tel: 03391/503371 Fax: 03391/505638
필마센스 피혁 박람회 PLW/Int'l Leather Exhibition in Pirmasens	'96.11.5~7	Messegelände	Pirmasenser Messe GmbH Tel: 06331/64041 Fax: 06331/65758
스투트가르트 모형 박람회 Exhibition of Model Cars, Aircraft, Ships	'96.11.7~10	Killesburg	Messe Stuttgart International Tel: 0711/25890 Fax: 0711/2589440
비스바덴 광고매체 박람회 DIMA/German Direct Marketing	'96.11.10~12	Rhein-Main-Hallen	MCO Marketing-Communication Organization GmbH Tel: 0211/386000 Fax: 0211/3860060
원헨 전자부품 박람회 Electronica/Electronic Components & Assemblies Fair	'96.11.12~15	Messegelände	Messe Muenchen GmbH Tel: 089/51070 Fax: 089/5107506
콜른 완구 및 취미용품 박람회 Spielaktiv/Active Play - Toy & Hobby Exhibition	'96.11.14~18	Messegelände	Koeln Messe und Ausstellungs Ges. m.b.H. Tel: 0221/8210 Fax: 0221/8212574
스투트가르트 소비재 박람회 HAFA Stuttgart/Regional Consumer Goods Exhibition	'96.11.16~24	Killesburg	Messe Stuttgart International Tel: 0711/25890 Fax: 0711/2589440
아우크스부르크 레저 및 취미용품 박람회 Freizeit+Hobby/Leisure & Hobby Exhibition	'96.11.16~24	Messezentrum	AFAG - Ausstellungsgesellschaft GmbH Tel: 0821/257690 Fax: 0821/2576985
뒤셀도르프 통신 박람회 Exponent/Voice & Data Communication	'96.11.26~28	Messegelände	Internationale Fach Tel: 08151/13078 Fax: 08151/28503
에센 자동차 및 모터사이클 박람회 MOTOR SHOW ESSEN/Motorcar Tuning Motorcycle-Oldtimer	'96.11.29~12.8	Messegelände	Messe Essen GmbH Tel: 0201/72440 Fax: 0201/724448
프랑크푸르트 오데르 소비재 박람회 Odeland-Messe/Regional Consumer Goods Exhibition	'96.12.5~8	Messegelände	Messe Berlin GmbH Tel: 030/30380 Fax: 030/30382325
러시아(Russia)			
노보시비르스크 인쇄기술 박람회 Sib Printing	'96.10.8~11	Sever Sports Hall	Siberian Fair Tel: 73832/236620 Fax: 73832/236335
니즈니노보고로드 추계 소비재 박람회 Nizhny Novgorod Autumn Int'l Consumer Goods Fair	'96.10.10~15	Principal Fair House	AAG Nizhegorodskaya Jarmaka Tel: 78312/440411 Fax: 78312/443404

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
시베리아 아동용품 박람회 Children's World/Int'l Exhibition	'96.10.22~25	Sever Sports Hall	Siberian Fair Tel: 73832/980203 Fax: 73832/236335
환태평양 소비재 박람회 Pan-Pacific Consumexpo '96	'96.10.24~28	Vladexpo	Primors Kty Chamber of Commerce and Industry Tel: 74232/267949 Fax: 74232/227226
모스크바 가구 및 실내장식용품 박람회 MEBEL/Int'l Furniture & Interiors Exhibition	'96.10.29~11. 2	Krasnaja Presnja	A/O Expo Center Tel: 7095/2553733 Fax: 7095/2056055
에카테린부르크 소비재 박람회 CONSUMEXPO	'96.11.15~19	URAL Expocenter	URAL Expocenter Ltd. Tel: 73432/493014 Fax: 73432/493019
루마니아(Rumania)			
부카레스트 국제 박람회 TIB/Bucharest Int'l Fair	'96.10.7~12	Fairgrounds	ROMEXPO SA Tel: 401/2231160 Fax: 401/2226169
룩셈부르크(Luxemburg)			
룩셈부르크 추계 박람회 Int'l Autumn Fair	'96.10.5~13	Exhibition & Cogress Center	Societe des Foires Internationales de Luxemburg Tel: 43991 Fax: 4399315
마케도니아(Macedonia)			
마케도니아 종합 박람회 TEHNOMA	'96.10.22~26	Skopski Saem	Skopski Saem Tel: 091/118288 Fax: 091/117375
몰도바(Moldova)			
몰도바 전자통신 박람회 ELECTRONICA/Electronics and Telecommunication Exhibition	'96.10	Moldexpo Center	Moldexpo Center Tel: 0422/627408 Fax: 0422/627420
몰도바 소비재 박람회 Supermarket/Foodstuff Consumer Goods Exhibition	'96.12.3~6	Natpl Center of Culture & Art	Poliproject S.A. Tel: 0422/243167 Fax: 0422/243118
벨기에(Belgium)			
코르트레이크 CAD 및 CAM 박람회 CAD/CAM/Int'l Trade Fair for Computer Aided Design & Manufacturing	'96.10.1~3	De Hallen	De Hallen Tel: 056/204000 Fax: 056/217930
코르트레이크 실내장식 박람회 INTERIEUR/Int'l Interior Exhibition	'96.10.17~26	De Hallen	Stichting Interior Tel: 056/229522 Fax: 056/216077
브뤼셀 실내장식 및 디자인 박람회 COCOON/Exhibition of Interior	'96.11	Parc des Expositions	BATIBOUW S.A Tel: 02/6608930 Fax: 02/6604713
브뤼셀 세계 발명품 박람회 EUREKA/World Fair for Inventions	'96.11	Les Pyramides	Chambre Belge des Inventeurs Tel: 02/7721501 Fax: 02/7700366
브뤼셀 가구 박람회 S.I.M.B./Int'l Furniture Fair Brussels	'96.11.10~14	Parc des Expositions	Salon International du Meuble Bruxelles A.S.B.L Tel: 02/2182844 Fax: 02/2183844
브뤼셀 여행용품 박람회 BTF/Int'l Brussels Travel Fair	'96.11.26~28	Parc des Expositions	Foire Internationale de Bruxelles A.S.B.L Tel: 02/4770477 Fax: 02/4770390
벨라루시(Belarus)			
민스크 사무기기 및 통신 박람회 INTERCOMM 96	'96.10.15~18	B.C.H	Center of 21 Century Tel: 0172/308621 Fax: 0172/274383
민스크 스포츠용품 박람회 BAND PRODUCT	'96.10.30~11.2	Minskexpo	Minskexpo Tel: 0172/269193 Fax: 0172/269936
불가리아(Bulgaria)			
소피아 스포츠용품 박람회 SPORT '96	'96.10.22~26	Nat'l Palace of Culture	Bulgarreklama Ltd Tel: 3592/810458 Fax: 3592/884857
불가리아 선물용품 박람회 BULINTER SHOP	'96.12.3~8	Nat'l Palace of Culture	Bulgarreklama Ltd Tel: 3592/810458 Fax: 3592/884857

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
스웨덴(Sweden)			
메킨토시 박람회 Mac World Expo	'96.10	Fair & Congress Centre	Stockholmsmaessan Tel: 8/7494100 Fax: 8/992044
스칸디나비아 오락용품 박람회 NOJE/Scandinavian Entertainment Fair	'96.10	Fair & Congress Centre	Stockholmsmaessan Tel: 8/7494100 Fax: 8/992044
북유럽 광고·마케팅 박람회 NORDISK REKLAM MARKNAD	'96.10.8~11	Sollentunamassan	Sollentunamassan Tel: 8/925900 Fax: 8/929774
스웨덴 서적 및 도서관 박람회 BOK & BIBLIOTEX/Int'l Book and Library Exhibition	'96.10.24~27	Svenska Maessan	Svenska Maessan Stiftelse Tel: 31/7088000
괴텐부르크 실내장식 박람회 INTERIOR & DESIGN/Office, Furniture & Interior Exhibition	'96.11.20~23	Svenska Maessan	Svenska Maessan Stiftelse Tel: 31/7088000 Fax: 31/160330
스웨덴 운동용품 박람회 ELMIA SPORT/Int'l Sports Exhibition and Conference	'96.11.21~23	Elmia Fairgrounds	Elmia Fairs Tel: 36/152000 Fax: 36/164692
스위스(Switzerland)			
루가노 가정용품 박람회 ARTECASA/Ideal Home Exhibition	'96.10	Centro Esposizioni	Centro Esposizioni Lugano Tel: 091/220164 Fax: 091/235608
루체른 가구 박람회 SCHOENER WOHNEN/Exhibition for Furniture & Furnishings	'96.10.17~21	Allmendhalle	Josef Koch Werbeagentur ASW Tel: 041/366766 Fax: 041/366770
바젤 추계 종합 박람회 BHW/M/The Basel Autumn Market & Wine Fair	'96.10.26~11.4	Messe Basel	Messe Basel Tel: 061/6862020 Fax: 061/6862194
제네바 가정용품 박람회 Geneva Fair—Ideal Home Exhibition	'96.11.6~17	Palexpo	SESAM S.A. Salon des Art Mensgers Tel: 022/7984460 Fax: 022/7989683
취리히 자동차 박람회 AUTO ZURICH/Car Exhibition	'96.11.7~10	Messegelände Zurich Oerlikon	Verein Auto Zuerich Tel: 01/8220485 Fax: 01/8220485
루체른 종합 박람회 LÜWAL/Trade & Industrial Fair of Central Switzerland	'96.11.23~12.1	Allmendhalle	LÜWAL Luzerner Ausstellungsgenossenschaft Tel: 041/226666 Fax: 041/226668
윈터처 종합 박람회 Winterthur Fair	'96.11.29~12.8	Eulachhalle	Maurer + Salzmann AG. Tel: 052/2128001 Fax: 052/2121100
상갈렌 소비재 박람회 OWIRA/Eastern Switzerland's WIR Christmas Fair	'96.12.6~9	Olma Messen St. Gallen	OWIRA-Genossenschaft Tel: 071/441855 Fax: 071/442065
스페인(Spain)			
발렌시아 보석 박람회 FIJOVA/Int'l Jewellery & Watches Fair	'96.10	Valencia Int'l Exhibition Center	Feria Muestario Internacional de Valencia Tel: 06/3861100 Fax: 06/3636111
레우스 소비재 박람회 EXPOREUS/Consumer Goods Exhibition	'96.10.5~13	Palacio Ferial	Fira de Reus Tel: 77/317215 Fax: 77/316359
바르셀로나 동계 스포츠용품 박람회 NIVALIA/Int'l Winter Sports Exhibition	'96.11	Fira de Barcelona	Fira de Barcelona Tel: 03/2332222 Fax: 03/2332198
빌바오 자전거 박람회 CYCLE/Bicycle Exhibition	'96.11.7~10	Int'l Exhibition Center	Feria Int'l de Muestras de Bilbao Tel: 04/4277200 Fax: 04/4424222
레우스 결혼 및 장식용품 박람회 Palacio Ferial	'96.11.15~17	Palacio Ferial	Fira de Reus Tel: 77/317215 Fax: 77/316359
마드리드 도시관리 박람회 TEM/Int'l Municipal Services & Equipment Exhibition	'96.11.19~22	Juan Carlos I Exhibition Center	IFEMA, Juan Carlos I Exhibition Center Tel: 01/7225000 Fax: 01/7225799
마드리드 상용차 박람회 FIAA/Int'l Buses and Coaches Fair	'96.11.21~24	Juan Carlos I Exhibition Center	IFEMA, Juan Carlos I Exhibition Center Tel: 01/7225000 Fax: 01/7225799

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
벨레 신발 및 모피산업 박람회 MODATECC/Fur & Footwear Industry Exhibition	'96.12	Alicante Exhibition Center	IFA Institucion Ferial Alicontina Tel: 06/5682144 Fax: 06/5682442
발렌시아 소비재 박람회 EXPOJOVE/Youth Fair	'96.12.26~'97.1.3	Valencia Int'l Exhibition Center	Feria Muestario Internacional de Valencia Tel: 06/3861100 Fax: 06/3636111
슬로바키아(Slovak Republic)			
브라티슬라바 자동차 박람회 AUTOSALON/Automobiles and Accessories Exhibition	'96.10.17~22	Fairgrounds Petrzalka	INCHEBA Tel: 07/801111 Fax: 07/882201
브라티슬라바 소비재 박람회 Christmas Market-Consumer Goods Exhibition	'96.12.13~22	Fairgrounds Petrzalka	INCHEBA Tel: 07/801111 Fax: 07/882201
슬로베니아(Slovenia)			
류블리아나 전자 박람회 MODERN ELECTRONICS/Int'l Electronic Trade Fair	'96.10	Gospodarsko Razstavisce	Ljubljanski Sejem d.d. Tel: 061/1735331 Fax: 061/1735232
류블리아나 동계 운동용품 박람회 Int'l Winter Sports & Tourism Exhibition	'96.11	Gospodarsko Razstavisce	Ljubljanski Sejem d.d. Tel: 061/1735331 Fax: 061/1735232
류블리아나 동계 운동용품 박람회 Winter Sport Equipment Fair	'96.11.14~17	Gorenjski Sejem	Poslovno Prireditveni Centre Gorenjski Sejem Tel: 064/221634 Fax: 064/222696
영국(United Kingdom)			
글래스고우 가정용품 박람회 MHE/Modern Homes Exhibition	'96.10	Scottish Exhibition Centre	EVENTEX Tel: 0141/2040123 Fax: 0141/2040077
런던 실내장식용품 박람회 DECOREX Int'l/Interior Decorators & Designers Exhibition	'96.10	Syon Park	Stransky Thompson Associates Tel: 0171/833373 Fax: 0171/8333379
버밍햄 자동차 박람회 British Int'l Motor Show	'96.10.16~27	Nat'l Exhibition Centre	SMMT Ltd. Tel: 0171/2357000 Fax: 0171/2357112
스코틀랜드 엔지니어링 박람회 Scottish Manufacturing & Engineering Exhibition	'96.10.29~11.1	Scottish Exhibition Centre	Scottish Industrial and Trade Exhibition Ltd. Tel: 0131/5565152 Fax: 0131/5568896
글래스고우 스포츠 및 레저용품 박람회 Sport & Leisure Scotland	'96.11.12~13	Scottish Exhibition Centre	SITE Tel: 0131/5565152 Fax: 0131/5568896
오스트리아(Austria)			
비엔나 완구 박람회 MODELLBAU/Model Construction, Hobby & DIY Exhibition	'96.10.23~27	Messegelelande	ARGE Arbeitsgemeinschaft Fur Fachausstellungen GmbH Tel: 01/5238517 Fax: 01/5267553
우즈베키스탄(Uzbekistan)			
우즈베키스탄 국제 박람회 INTERUZBEK/Uzbekistan Int'l Fair	'96.11	Fairground	IMBAT Fairs Exhibitions Inc. Co. Tel: 04/4180059 Fax: 04/4175253
이탈리아(Italy)			
밀라노 실내장식 및 가구 박람회 La mia Casa/Furniture & Modern Living Exhibition	'96.10	Centro Fiera di Milano	ASSOEXPO Tel: 02/4815541 Fax: 02/4980330
비첸차 전자산업 박람회 MICROELECTRONICA-TECHNIA-FORTRONICTECNIA	'96.10	Ente Fiera di Vicenza	Fiera di Vicenza Tel: 0444/969111 Fax: 0444/563954
뜨리노 문구 및 사무용품 박람회 MONDODICARTA/Stationery, School, Office Equip Exhibition	'96.10.18~21	Lingotto Fiere	EXPO 2000 SPA Tel: 011/6644111 Fax: 011/6646642
밀라노 사무용품 박람회 SMAU/Int'l Office Exhibition	'96.10.18~22	Centro Fiera di Milano	GEMUFFICIO Tel: 02/760671 Fax: 02/784407
볼로냐 학제 박람회 LINEA PELLE/Italian Fashion Preselection	'96.10.29~31	Bolognafiere	Areapelle Tel: 02/801026 Fax: 02/860032
모데나 동계 스포츠용품 박람회 Skipass/Winter Sports & Winter Tourism Exhibition	'96.10.30~11.3	Quartiere Fieristico	Studio Lobo Tel: 0522/631042 Fax: 0522/641470

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
트리에스터 기술이전 박람회 4T/Trade Fair for Technology Transfer	'96.11	Fiera di Trieste	Ente Autonomo Fiera di Trieste Tel: 040/392961 Fax: 040/393062
포르데노네 자동차 모터사이클 정비 및 악세서리 박람회 Automotive, Motorcycle, Caravan Exhibition	'96.11.15~24	Fiera di Pordenone	Ente Autonomo Fiera di Pordenone Tel: 0434/232111 Fax: 0434/570415
체코(Czech Republic)			
프라하 가정용품 박람회 International Specialized Trade Fair Home and Crafts	'96.10	Fairgrounds	Gebr. Helbig Industrie-Messen GmbH Tel: 0961/33028 Fax: 0961/37449
프라하 자동차 박람회 AUTOSALON/Int'l Motor Show	'96.10.12~15	Fairgrounds	INCHEBA Tel: 02/24195201 Fax: 02/24195286
브르노 컴퓨터 사무기기 및 통신기술 박람회 INVEK-COMPUTER/Int'l Exhibition of Software, Hardware, Office	'96.10.22~26	BVV Fairgrounds	BVV Veletrhy A Vystavy Tel: 05/41151111 Fax: 05/41153070
크로아티아(Croatia)			
자그레브 가구 및 실내장식 박람회 AMBIENTA/Int'l Furniture & Interior Decoration Exhibition	'96.10.9~13	Fairgrounds	Zagrebacki Velesajam Tel: 041/623111 Fax: 041/520643
자그레브 서적 및 문고 박람회 INTERLIBER/Books & Equipment for Bookshops & Library	'96.11.5~9	Fairgrounds	Zagrebacki Velesajam Tel: 041/623111 Fax: 041/520643
터어키(Turkey)			
이스탄불 판촉용품 박람회 PROMEX	'96.10.30~11.3	Hilton Exhibition Center	Interteks Uluslararası Fuarçılık A.S. Tel: 90212/2250920 Fax: 90212/2250933
이스탄불 선물용품 박람회 Gift Fair	'96.12.12~31	Tuyap Exhibition Center	Tuyap Fairs and Exhibitions Organization Inc Tel: 90212/2123100 Fax: 90212/2123098
앙카라 완구 및 취미용품 박람회 TOY-JOY/Int'l Toy and Hobby Fair	'96.12.16~31	Altinpark Expo Center	SADA Ltd. Tel: 90312/4408800 Fax: 90312/4408803
이즈밀 소비재 박람회 SOUVENIR/Consumer Goods Exhibition	'96.12.19~30	Culture Park	IZFAS Tel: 90232/4821270 Fax: 90232/4254342
포르투갈(Portugal)			
리스본 가구 및 조명 박람회 INTERCASA/Int'l Furniture & Lighting Exhibition	'96.10.8~13	FIL	Feira Internacional de Lisboa Tel: 01/3601500 Fax: 01/3639048
포르토 가구산업 박람회 FERRALIA	'96.10.24~27	EXPONOR	Associacao Industrial Portuense Tel: 02/9961495 Fax: 02/9957499
리스본 소비재 박람회 NON FOOD	'96.10.26~29	FIL	FIL Tel: 01/3601000 Fax: 01/3639048
리스본 국제회의용품 박람회 MEET FIL	'96.11.7~10	FIL	FIL Tel: 01/3601000 Fax: 01/3639048
리스본 수송장비 박람회 LOGISTICA	'96.11.21~24	FIL	FIL Tel: 01/3601000 Fax: 01/3639048
리스본 모터사이클 박람회 MOTO EXPO/Two-Wheels Show	'96.11.30~12.8	FIL	Logico Tel: 01/3876770 Fax: 01/3875144
폴란드(Poland)			
카로비체 자동차 박람회 AUTOSALON/Int'l Car Fair	'96.10.9~13	Spodek	WPWS Spodek Tel: 032/5832619 Fax: 032/580307
바르샤바 물류시스템 박람회 Shop Expo	'96.11.12~15	Mokotow Fairgrounds	Biuro Reklamy S.A. Tel: 022/496081 Fax: 022/493584
프랑스(France)			
렌느 리빙홈 박람회 S.I.M.A.D/Real Estate, Home, Furnishing, Interior Decoration	'96.10	Parc des Expositions	Parc Expo Rennes Tel: 99526842 Fax: 99527185

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
국제 비디오 박람회 VIDEO EXPO	'96.10	Porte de Versailles	OIP Tel: 1/49532700 Fax: 1/49532786
파리 제화 모드 박람회 P.M.F./Preselection Fair of Material for Shoe Industry	'96.10.23~24	Le Bourget	SEPIC Tel: 1/44151515 Fax: 1/46227152
파리 광학 및 안경 박람회 Int'l Optics & Eyewear Exhibition	'96.10.25~28	Porte de Versailles	Comite des Expositions de Paris Tel: 1/49096000 Fax: 1/49096003
그레노블 추계 박람회 Autumn Fair	'96.11.1~11	ALPEXPO	ALPEXPO Tel: 76396600 Fax: 76093648
보르도 생활용품 박람회 CONFEXPO	'96.11.1~11	Parc des Expositions	Comite Expositions Bordeaux Tel: 56119900 Fax: 56119999
파리 가구 및 장식품 박람회 Interieurs D'Automne/Furnishing, Decoration, Kitchen	'96.11.8~17	Porte de Versailles	Comite des Expositions de Paris Tel: 1/49096000 Fax: 1/49096003
핀란드(Finland)			
헬싱키 스키용품 동계 관광 박람회 Sport & Skiexpo/A Major Sport and Leisure Event	'96.11.1~3	Helsinki Fair Centre	Suomen Messut Tel: 358/015091 Fax: 358/0142358
이바스킬라 종합 박람회 Jyvaskyla Trade Fair	'96.11.22~24	Exhibition Center	Jyvaskylan Messut Oy Tel: 358/41611288 Fax: 358/41610272
헝가리(Hungary)			
부다페스트 자동차 박람회 AUTOMOBIL/Budapest Motor Show	'96.10.9~13	Hungexpo	HUNGEXPO Tel: 361/2636074 Fax: 361/2636435
부다페스트 인쇄산업 박람회 PRINTEXPO/Exhibition For the Printing Industry	'96.10.21~25	Hungexpo	HUNGEXPO Budapest Tel: 361/2636000 Fax: 361/2636086
부다페스트 가구 박람회 Butor Szakvasar/Furniture Trade Fair	'96.11.5~10	Hungexpo	KGBT Tel: 361/1658776 Fax: 361/2481378
부다페스트 동계 스포츠용품 박람회 SNOW-SHOW/Winter Sports Trade Exhibition	'96.11.7~10	Hungexpo	HUNGEXPO Budapest Tel: 361/2636000 Fax: 361/2636086
부다페스트 동계 스포츠용품 박람회 HO-SHOW/Meeting for Wintersports Enthusiasts	'96.11.14~17	Hungexpo	HUNGEXPO Budapest Tel: 361/2636000 Fax: 361/2636086
남아공화국(South Africa)			
남아공 국제 박람회 SAITEX/The South Africa Int'l Trade Exhibition	'96.10.22~26	Nat'l Exhibition Center	Int'l Exhibition Center Ltd. Tel: 2711/4949111 Fax: 2711/4941039
바레인(Bahrain)			
중동 보석 및 시계 박람회 Jewellery Arabia	'96.11.7~10	Bahrain Int'l Exhibition Centre	Arabian Exhibition Management Tel: 973/550033 Fax: 973/553288
바레인 추계 박람회 AUTUMN FAIR/Bahrain Consumer Goods Exhibition	'96.11.28~12.6	Bahrain Int'l Exhibition Centre	Arabian Exhibition Management Tel: 973/550033 Fax: 973/553288
사우디아라비아(Saudi Arabia)			
담맘 컴퓨터 및 통신기기 박람회 CCE/Computer, Communication & Office Technology Exhibition	'96.10.19~24	Dhahran Int'l Exhibition Centre	Dharan Int'l Exhibition Ltd. Tel: 9663/8579111 Fax: 9663/8572285
젯다 국제 박람회 Life Style Show/Saudi Arabia Annual Int'l Trade Fair	'96.10.19~25	Jeddah Int'l Exhibition centre	Al Harithy Co., for Exhibition Ltd. Tel: 9662/6546384 Fax: 9662/6546853
리야드 자동차 박람회 Riyadh Motor Show	'96.11.24~29	Exhibition Centre	Riyadh Exhibitions Co., Ltd. Tel: 9661/4541448 Fax: 9661/4544846
사우디 산업 박람회 Saudi National Industry Show	'96.12.19~28	Dhahran Int'l Exhibition Centre	Dharan Int'l Exhibition Ltd. Tel: 9663/8579111 Fax: 9663/8572285

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
아랍에미리트(U.A.E)			
두바이 장식용품 박람회 AMBIENTE ARABIA	'96.10	World Trade Center	Interfairs-Int'l fairs & Services for the Arab World Tel: 9714/285899 Fax: 9714/236065
두바이 보석 및 시계 박람회 Dubai's Gold, Jewellery, Gems and Watches Exhibition	'96.10.1~4	Forte Grand Hotel	Advexh Int'l Tel: 9714/216587 Fax: 9714/272397
사자 시계 및 보석 박람회 Mideast Watches and Jewellery Fair	'96.10.9~13	Expo Center, Sharjah	Expo Center, Sharjah Tel: 9716/391888 Fax: 9716/392888
두바이 섬유, 의류, 유아 및 아동용품 박람회 MOTEXHA/CHILD EXPO	'96.10.23~26	Dubai World Trade Center	Interfairs Tel: 9714/285899 Fax: 9714/236065
두바이 자동차 박람회 Middle East Int'l Motor Show	'96.11	Dubai World Trade Center	Dubai World Trade Center Tel: 9714/314200 Fax: 9714/318034
아부다비 스포츠 및 레저용품 박람회 ISLE/Int'l Sports & Leisure Exhibition	'96.11.11~15	Int'l Exhibition Centre	Abu Dhabi Int'l Exhibitions Tel: 9712/446900 Fax: 9712/446135
사자 자동차 박람회 MOTOR SHOW/Int'l Automobile Show	'96.11.17~21	Expo Center	Expo Center, Sharjah Tel: 9716/391888 Fax: 9716/392888
이란(Iran)			
테헤란 가정용품 박람회 Household Appliances Int'l Fair	'96.11.16~20	Tehran Permanent Fairgrounds	Export Promotion Center of Iran Tel: 9821/21911 Fax: 9821/292858
이스라엘(Israel)			
텔아비브 사무용품 박람회 FIS/Office Technologies, Supplies & Furniture	'96.11.25~28	Tel Aviv Fairgrounds	Stier Group Ltd. Tel: 9728/7516425 Fax: 9723/7516635
예루살렘 광고매체 박람회 Media/exhibition on Advertising Media in Israel	'96.12	Fairgrounds	Stier Group Ltd. Tel: 9728/7516425 Fax: 9723/7516635
대만(Taiwan)			
타이페이 완구용품 박람회 Taipei Int'l Toy Show	'96.10.21~27	World Trade Center	CETRA Exhibition Department Tel: 02/7251111 Fax: 02/7251314
타이페이 선물용품 및 문구류 박람회 Taipei Int'l Gift and Stationary Show	'96.11.1~4	World Trade Center	CETRA Exhibition Department Tel: 02/7251111 Fax: 02/7251314
타이페이 건축자재 및 가구 박람회 BMF EXPO/Building Material & Furniture Exhibition	'96.12	World Trade Center	Economic Daily News, Inc. Tel: 02/7681234 Fax: 02/7678295
말레이시아(Malaysia)			
말레이시아 국제 박람회 MIF/Malaysia Int'l Fair	'96.10.1~6	Putra World Trade Centre	Federation of Malaysian Manufacturers(FMM) Tel: 603/2931244 Fax: 603/2935105
베트남(Vietnam)			
베트남 자동차 산업 박람회 AUTO VIETNAM/Automotive & Transport Industries Exhibition	'96.10.3~7	KASATI Center	Adsale Exhibition Service Tel: 852/28118897 Fax: 852/25165024
하노이 산업 박람회 VIETNAM/Int'l Fair on Industrial Products	'96.10.20~26	Vietnam Exhibition Fair Center	Vietnam Exhibition Fair Center Tel: 844/346408 Fax: 844/254193
베트남 통신, 컴퓨터, 사무기기 및 방송장비 박람회	'96.12.3~7	KASATI Center	Adsale Exhibition Service Tel: 852/28118897 Fax: 852/25165024
스리랑카(Sri Lanka)			
콜롬보 실내장식 종합 박람회 CREATIONS' 2000	'96.11.5~8	S.L. Exhibition & Convention Center	Sri Lanka EXPO Management Private Limited Tel: 94/1/445066 Fax: 94/1/445093
콜롬보 국제서적출판 박람회 International Book Fair	'96.11.24~27	S.L. Exhibition & Convention Center	Sri Lanka EXPO Management Private Limited Tel: 94/1/445066 Fax: 94/1/445093

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
싱가포르(Singapore)			
아시아 태평양 가구 박람회 APFF/Asia Pacific Furniture Fair	'96.10.5~13	World Trade Center	Miller Freeman Singapore pte Ltd. Tel: 65/2943366 Fax: 65/2999782
싱가포르 신발, 혁제품, 가방 및 여행용품 박람회 IBF/Footwear, Leathergoods, Bags & Travel Goods Fair	'96.10.30~11.2	World Trade Center	HQ Link Pte., Ltd. Tel: 65/5343588 Fax: 65/5342330
인도(India)			
뉴델리 전자 박람회 ELECTRONICS INDIA/Electronics & Telecommunication	'96. 9.7~11	Pragati Maidan Exhibition Centre	India Trade Promotion Organization Tel: 011/3315213 Fax: 011/3318142
인도 국제 박람회 IITF/India Int'l Trade fair	'96.11.14~27	Pragati Maidan Exhibition Centre	India Trade Promotion Organization Tel: 011/3319754 Fax: 011/3318142
인도네시아(Indonesia)			
자카르타 소비자 박람회 Consumer International	'96.11.27~12.1	Jakarta Int'l Exhibition Center	PT. Jakarta Int'l Trade Fair Tel: 62/21/4218012 Fax: 62/21/421646
일본(Japan)			
오디오 박람회 Audio Fair	'96.10	Sunshine City Convention Center	Japan Audio Society Tel: 03/34036649 Fax: 03/34036549
일본 전자 박람회 Japan Electronics Show	'96.10	Tokyo Int'l Exhibition Center	Electroelectric Measuring Instruments Manufacturer's Asso Tel: 03/35020602 Fax: 03/35020600
동경 안경 박람회 IOFT/Int'l Optical Fair Tokyo	'96.10.15~17	Tokyo Int'l Exhibition Center	Reed Exhibition Japan Ltd. Tel: 03/33498503 Fax: 03/33457929
동경 자전거 박람회 Japan Int'l Cycle Show Tokyo	'96.10.31~11.2	Tokyo Int'l Exhibition Center	Inter Press Inc. Tel: 03/38359296 Fax: 03/38338168
고베 수입품 박람회 KIF/Kobe Import Fair	'96.10.31~11.3	Kobe Int'l Exhibition Hall	Kobe Import Fair Council Tel: 078/3225337 Fax: 078/3226073
동경 가구 박람회 IFFT/Int'l Furniture Fair Tokyo	'96.11.28~12.1	Tokyo Int'l Exhibition Center	Int'l Development Assn. of the Furniture Industry of Japan Tel: 03/52619401 Fax: 03/52619404
중국(China, PR)			
북경 오디오, 비디오 및 방송 박람회 AV & Broadcast China	'96.10	China Int'l Exhibition Center	Business & Industrial Trade Fairs Ltd. Tel: 852/28118897 Fax: 852/25165024
중국 사무자동화 장비 박람회 OFEX CHINA	'96.10	Beijing Exhibition Center	Business & Industrial Trade Fairs Ltd. Tel: 852/25652633 Fax: 852/28653513
삼천 완구 및 선물용품 박람회 Shenzhen Int'l Toy and Gift Fair	'96.10	Shenzhen Int'l Exhibition Center	China Electronics Appliances Corp. Tel: 0755/3354214 Fax: 0755/3550568
상해 신발 및 혁제품 박람회 Shoes & Leather	'96.10.9~12	Shanghai Int'l Exhibition Center	Top Repute Co., Ltd. Tel: 852/28118897 Fax: 852/25165024
삼천 전자완구 및 게임기기 박람회 Shenzhen Electronic Toys and Games Expo	'96.10.18~21	Shenzhen Int'l Exhibition Center	China Promotion Ltd. Tel: 852/25117427 Fax: 852/25119692
태국(Thailand)			
사무자동화기기 및 서비스 박람회 BUSINESS/High-Tech Business Equipment & Services Expo	'96.11.20~24	QSNCC	Thai Trade Fairs Ltd. Tel: 662/2156555 Fax: 662/2160289
태국 상품 박람회 Made in Thailand Gift Show	'96.12.20~29	D.E.P Exhibition Hall	Department of Export Promotion Tel: 662/5115066 Fax: 662/5113573
필리핀(Philippine)			
필리핀 선물용품, 가정용품 박람회 Manila F.A.M.E. GHMW	'96.10.10~13	Phil Trade Training Center	CITEM Tel: 632/8331258 Fax: 632/8223965

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
필리핀 산업용품 박람회 BPX / Bluepages Exchange Industrial Supplier Exhibition	'96.11	Phil Trade Training Center	Trade Information Marketing & Exhibitions Inc. Tel: 632/8340085 Fax: 632/8313828
아시아 태평양 국제 무역 박람회 ASPAT '96/6th Asia-Pacific International Trade fair	'96.11.5~11	Cultural Center Complex	ASPAT '96 Secretariat Tel: 632/8325039 Fax: 632/8323965
마닐라 피혁제품 및 신발 박람회 Manila Footwear & Leather EXPO	'96.11.28~12.1	Megatrade Hall	HQ Link Pte Ltd. Tel: 632/8105685 Fax: 632/8153152
홍콩(Hong kong)			
홍콩 제화 박람회 Inter-Footwear / Hong Kong Int'l Footwear Fair	'96.10.1~4	Hong Kong Convention & Exhibition Center	Headway Trade Fairs Ltd. Tel: 852/28257111 Fax: 852/23410379
홍콩 가구 박람회 Hong Kong Int'l Furniture Fair	'96.11.2~5	Hong Kong Convention & Exhibition Center	Headway Trade Fairs Ltd. Tel: 852/28275123 Fax: 852/28240249
홍콩 조명기기 박람회 Hong Kong Int'l Lighting Fair	'96.11.2~5	Hong Kong Convention & Exhibition Center	Headway Trade Fairs Ltd. Tel: 852/28275121 Fax: 852/28277064
뉴질랜드(New Zeland)			
오클랜드 가족용품 박람회 Parent + Child Show	'96.10	WZ Expo Centre	North Events Ltd. Tel: 09/3764603 Fax: 09/3764603
뉴질랜드 자동차 박람회 Motor Fair	'96.11.6~11.10	WZ Expo Centre	XPO Exhibitions Ltd. Tel: 09/3003950 Fax: 09/3793358
호주(Australia)			
호주 자동차 박람회 Australian Int'l Motor Show	'96.11.11~20	Sydney Exhibition Center	Chamber of Automotive Industries of NSW Inc. Tel: 02/3610537 Fax: 02/3323346
미국(U.S.A)			
달라스 프린트 스포츠웨어 박람회 ISS / The Imprinted Sportswear Show	'96.10	Dallas Convention Center	Miller Freeman, Inc
미국 그래픽 박람회 Graph Expo (Chicago)	'96.10	McCormick Place	Graphic Arts Show Company Tel: 703/2647200 Fax: 703/6209187
워싱턴 상표 박람회 Annual Trademark Expo	'96.10	Mellon Auditorium	U.S. Trademark Office Tel: 703/3089105 Fax: 703/3089096
미국 사무용품 박람회 NOPA / Nat'l Office Products Association Exhibition	'96.10.3~5	McCormick Place	National Office Machine Dealers Association Tel: 703/5499040 Fax: 703/6837552
아나하임 대중 교통산업 박람회 Int'l Public Transit Expo	'96.10.7~9	Convention Center	PEMCO Tel: 708/2609700 Fax: 708/2600395
미국 트럭 및 버스 박람회 SAE Int'l Truck and Bus Exposition	'96.10.14~16	Cobo Center	Society of Automotive Engineers Tel: 412/7727163 Fax: 412/7760210
시카고 프렐미엄 박람회 The Motivation Show / National Premium Incentive Show	'96.10.15~17	McCormick Place	Hall-Erickson Inc. Tel: 708/8507779 Fax: 708/8507843
마이아미비치 장신구 전시회 JIS / Jewelers International Showcase	'96.10.19~21	Miami Beach Convention Center	Jewelers International Showcase Tel: 407/9980205 Fax: 407/9980209
뉴욕 인쇄출판 박람회 Folio Show	'96.10.21~24	Hilton Hotel	Cowles Business Media Tel: 203/3589900 Fax: 203/3485792
미서부 전자 박람회 WESCON / Electronics Exhibition	'96.10.22~24	Anaheim Convention Center	Electronic Conventions Management Tel: 310/2153976 Fax: 310/6415117
뉴올리언즈 보트 박람회 Int'l Workboat Trade Show	'96.11	Earnest N. Memorial	Diversified Expositions Inc. Tel: 207/7723005 Fax: 207/7725059
새크라멘토 자동차 박람회 Greater Sacramento Int'l Auto Show	'96.11.7~11	California Expo & Fairground	Reed Exhibition Companies Tel: 617/6302260 Fax: 617/6302197

전 시 명	기 간	장 소	문 의 처
아틀란타 건강용품 박람회 NHHCE / MED Trade	'96.11.13~16	Georgia World Congress Center	SEMCO Productions Tel: 404/9989800 Fax: 404/6424715
잭슨빌 자동차 박람회 Jacksonville Int'l Auto Show	'96.11.21~24	Prime F. Osborn III Convention CTR	Liberty Productions Tel: 717/6571310 Fax: 717/6571042
샌프란시스코 자동차 박람회 S.F. Int'l Automobile Show	'96.11.24~12.1	Moscone Convention Center	S.F. Int'l Auto Show, Inc. Tel: 415/3466666 Fax: 415/4411961
워싱턴 자동차 박람회 National Capital Area Auto Show	'96.12.28~'97.1.5	Washington Convention Center	Reed Exhibition Co. Tel: 617/6302260 Fax: 617/6302197
캐나다(Canada)			
캘거리 환경 박람회 Calgary Environmental Trade Show & Conference	'96.11.29~20	Calgary Convention Center	Canadian Exhibition Management Inc. Tel: 403/4692400 Fax: 403/4691398
멕시코(Mexico)			
레온 신발 박람회 SAPICA / National Footwear Fair	'96.10.14~17	Centro de Convenciones	Camara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato Tel: 5247/117539 Fax: 5247/114120
몬테레이 자동차 박람회 AUTO SHOW	'96.11.15~19	Cintermex	Eventos Especiales Tel: 523/8256496 Fax: 523/8256350
과달라하라 서적 박람회 FIL / Guadalajara International Book Fair	'96.11.23~12.3	Expo Guadalajara	Universidad de Guadalajara Feria Int'l del Libro Tel: 523/6100331 Fax: 523/6100379
브라질(Brazil)			
상파울로 자동차 박람회 S.A./Int'l Automobile Trade Show	'96.10.24~11.3	Anhembi Park	Alcantara Machado Feiras e Promocoies Ltda Tel: 011/8269111 Fax: 011/673626
아르헨티나(Argentine)			
아르헨티나 자동차 박람회 EXPO MOTORS/Int'l Automobile and Motorcycle Fair	'96.10	Predio Ferial de Palermo	EMIBA Division de Grupo Comercial Argentina S.A Tel: 01/3111085 Fax: 01/3136975
칠레(Chile)			
산티아고 국제 박람회 FISA /Int'l Trade Fair of Santiago	'96.10.31~11.10	Parque Fisa Maipu	Feria Int'l de Santiago Tel: 02/5332838 Fax: 02/5331667
산티아고 서적 박람회 FILSA / Int'l Book Fair	'96.11.14~12.1	Centro de Estacion Mapocho	Camara Chilena de Libro Tel: 02/6989519 Fax: 02/6989226
콜롬비아(Colombia)			
콜롬비아 자동차 박람회 FERIA INTER'L DEL AUTOMOVIL	'96.11.15~24	Corferias	Corferias Tel: 571/3377676 Fax: 571/3377272
쿠바(Cuba)			
하바나 국제 박람회 FIHAV/Hanava International Fair	'96.11.3~10	Expocuba	Pabexpo-Palacio de las Convenciones Tel: 227465 Fax: 228382
파나마(Panama)			
파나마 자동차 박람회 EXPO AUTO/Int'l Exhibition of Automobiles	'96.10.18~27	ATLAPA Convention Center	Congrexpo Internacional Tel: 507/2695655 Fax: 507/2695680
페루(Peru)			
리마 자동차 박람회 TRANSPORTEC/Motor Show	'96.11.18~24	Feria Int'l del Pacifico	Feria Int'l del Pacifico Tel: 014/528140 Fax: 014/523907

KIDP 해외 연수 지원

■문의: KIDP 진흥2부 진흥정책과 Tel. 02-708-2063 Fax. 02-762-5783

한국산업디자인협회(KAID), '산업디자인 윤리강령' 선포

한국산업디자인협회(회장 부수언)는 지난 2월 하이아트 호텔에서 '96 한국디자인 포럼'을 실시했다. 이날 세미나에는 기업에서의 디자인 전략 개발(토포하디 : 미국 조지아 기술연구소 소장), 사용자 중심의 제품디자인 전략(게이치 사토 : 일본 교토공대 디자인학과 교수) 등이 발표되었으며, 협회 총회에서 부수언(서울대 산업디자인과 교수) 전임회장이 연임되었다.

특히 협회는 '산업디자인 윤리강령' 선포식을 가졌다. 윤리강령의 전문은 다음과 같다.

■ 산업디자인 윤리 강령 :

산업디자인은 산업에 의해 생산되는 제품의 디자인을 통하여 인류의 삶의 질 향상을 추구하는 전문분야이다. 이는 곧 창의적인 연구활동을 중심으로 하여 조형과 과학기술을 유기적으로 조화시켜 인간의 요구를 충족시켜 줄 수 있는 새로운 대상물의 창출을 구현하는 것이다. 특히 인간의 생활과 관련지어 모든 제품의 조형적 특질을 결정하는 하나의 창조활동이다. 우리는 이를 통하여 우리 사회의 복지, 문화, 환경의 질적 향상을 추구하며 더 나아가서 인류문화의 향상에 기여하는 것이다.

이에 산업디자인은 정보시대의 민주시민으로서 건전한 윤리의식을 가지고, 창의적인 디자인 활동을 통하여 풍요로운 복지사회를 구현하고, 더 나아가서 인류의 행복과 높은 이상이 실현되는 사회를 만들어야 할 책임을 지닌다.

그러므로 산업디자인은 현재와 미래에 인류의 복지 향상을 위하여 우리의 지식과 기술을 이용하여 대중, 의뢰인, 고용주에게 정직하고 공정하게 봉사한다. 이를 위해 산업디자인은 자신의 디자인이 초래하게 될 경제적·사회적·

환경적 영향을 올바르게 판단하는 데 필요한 지식을 기르도록 힘쓰는 한편, 전문가로서 높은 직업적 긍지를 가지도록 부단히 노력한다.

따라서 한국산업디자인협회 회원으로서 우리는 다음과 같이 우리의 전문분야에 대한 도덕성의 고양을 위해 이 강령을 공포하며 이 뜻이 실현되도록 성실하게 노력할 것을 다짐한다.

이같은 '산업디자인 윤리 강령'의 선포는 산업디자인 분야의 리엔지니어링 운동의 차원으로 국제화 및 국제 경쟁력 확보와 함께 산업디자인에 대한 사회적 책임과 디자인 봉사의식을 제고하며, 직업의 전문성 추구로 디자인 산업의 활성화를 기하고, 궁극적으로 디자이너의 예지와 창의를 바탕으로 인류사회에 공헌할 수 있는 디자인 문화 향상의 기반을 조성하는 데 그 목적이 있다고 하겠다.

'96년 미국 인터넷 산업 전망

인터넷에 대한 선풍적인 열풍이 불고 있는 가운데 '96년 미국 인터넷 산업의 주요 현안이 다음과 같이 대두되고 있다.

첫째, 기존의 컴퓨터 온라인 서비스업체인 마이크로소프트 네트워크, 그리고 애플사의 E월드 등은 치열한 경쟁 속에서 폭발적인 성장을 계속해 갈 것으로 예상되고 있다. 그러나 최근 적자소식이 전해진 애플사의 온라인 서비스와 독점법 위반혐의로 소송에 계류돼 있는 마이크로소프트 네트워크의 경우 앞으로의 극적 변화가 예상된다. 또한 군소업체인 델피와 제니 등의 기업들도 약진이 예상되고 있다.

둘째, 가장 큰 시장으로 알려지고 있는 인터넷 웹 서비스 분야의 표준화 문제를 둘러싸고 벌어지고 있는 선마이크로시스템과 넷스케이프사, 그리고 마이크로소프트사 사이의 전쟁에서는 넷스케이프가 승리할 것으로 예상되고 있다.

셋째, 인터넷을 이용해 사업을 하려는

기업들이 대거 출범, '컴퓨터 통신망 속의 거대시장 형성'이 가속화될 것으로 예상되고 있다. 특히 최근 치열한 경쟁을 벌이면서 급격하게 영역을 넓혀가고 있는 미디어, 엔터테인먼트 관련 거대 기업들이 속속 진출하면서 정보와 연예 분야의 정보 서비스 질이 한층 높아질 것으로 진단된다.

넷째, 컴퓨터 온라인 속에서 자신이 만드는 홈페이지 기능이 더욱 확대됨으로써 개인의 인터넷 참여가 늘어남에 따라 기존 미디어 환경이 가지고 있는 '미디어는 곧 거대자본'이라는 등식이 파괴되고 정치적, 문화적, 사회적 대변력이 가속화될 것이라는 분석이 나오고 있다. 이와 함께 인터넷을 둘러싸고 벌어지는 사생활과 안전문제, 풍속문제 등이 이슈화될 것으로 보인다.

다섯째, 앞으로 온라인 분야는 기존의 퍼스널 컴퓨터 체계(Operating System과 하드웨어, 그리고 개별 프로그램이라는 3가지 요소를 바탕으로 하는 컴퓨터 체계)에서 온라인 컴퓨터 체계(하드웨어와 모뎀만 있으면 어떠한 프로그램도 사용할 수 있는 체계)로 상당 부분 이동해 갈 것으로 예측된다.

'캐릭터를 사랑하는 모임' 탄생전

젊은 그래픽디자이너들이 우리나라를 대표하는 캐릭터 개발을 위해 힘을 모으고 나섰다. 3월 25일까지 서울 마포의 서남미술전시관(02-715-9306)에서 개최된 '캐사모 탄생전'은 국내 캐릭터 디자이너들이 함께 모여 '캐릭터를 사랑하는 모임(캐사모)'을 결성하고 처음 마련한 전시회다.

캐릭터란 미국의 미키마우스나 스누피, 일본의 아톰 등과 같이 동물이나 사람형태로 이뤄진 디자인으로 단순히 디자인에만 그치지 않고 만화영화, 출판, 패션 등으로 연결되는 문화산업이다. 우리나라의 경우 호돌이나 둘리, 꿈돌이 등

이 있기는 하지만 연간 5천억원 규모로 추산되는 캐릭터 시장의 대부분을 외국에 그대로 내주고 있는 실정이다.

이 전시회에는 모두 25명의 캐릭터디자이너들이 참여했다. '88올림픽 마스코트인 호돌이를 만들어낸 디자이너 김현씨와 '아기공룡 둘리'의 만화가 김수정씨가 참가했으며 캐릭터 개발업체를 운영하는 디자이너와 대학교수 등이 자신이 개발한 캐릭터들을 선보였다.

회장인 조용진씨(그린나라 대표)가 발표한 캐릭터는 '나우깨비'와 '코니'. 나우깨비는 PC통신 나우누리를 대표하는 캐릭터로 도깨비처럼 빠른 시간안에 정보를 얻을 수 있음을 상징적으로 보여주고 있다. 코끼리 형상을 응용한 '코니'는 심술이 있지만 심성은 착한 동물디자인이다.

회원 장영돈씨는 어린 공룡을 소재로 익살스런 모습의 '도노'를 개발해 관객들에게 선보였다. 알에서 갓 깨어난 초록색 공룡인 '도노'는 다이너소스(공룡)란 영어단어에서 따온 이름이다.

신홍전문대 교수로 재직중인 송낙웅씨는 일본의 독도 망언과 관련, 시사적 내용의 캐릭터를 선보였는데 한복 차림의 유관순 열사를 모델로 강인하고 결연한 모습의 '유관순'이 바로 그것이다. 캐릭터 그림 위에는 '이제 더 이상 묵과할 수 없다'는 글씨가 쓰여 있다.

회원 최연주씨의 대표작은 '잘래 벨래'. 잠잘 때 사용하는 베개를 의인화해 시계나 만화 등의 주인공으로 내세운 작품이다.

각 캐릭터에는 기본적인 동작 이외에 상황에 따라 변형시켜 사용할 수 있는 그림들을 함께 선보이고 있어 관객들에게 친근감을 더해주고 있다.

이들 캐릭터는 기업과 손을 잡고 꾸준한 투자와 함께 보급작업이 뒤따라야 캐릭터로서 뿌리내릴 수 있다. 캐릭터를 주인공으로 해서 만화영화를 제작하는 것도 그같은 방안의 하나다.

현재 미국 월트디즈니사의 경우 미키 마우스 등 캐릭터 사업으로 연간 벌어들이는 액수가 1백40억달러(11조원)에 달할 만큼 캐릭터 산업의 가능성은 매우 크다. 일본 역시 '드래곤볼' 등으로 한국시장 공략에 성공을 거두기도 했다.

오리콤, 두산그룹 창업 100주년 기념 엠블렘 제작



두산그룹은 올해 창업 100주년(창립일 1896년 8월 1일)을 맞아 기념 엠블렘을 제작, 발표했다. 오리콤 광고 3본부에서 제작한 이 엠블렘은 100의 숫자 아래로 DOOSAN을 나란히 중첩시켜 근대 기업 100년을 이끌어 온 두산을 시각적으로 표현하고 있다.

또한 '1896-1996'이라는 숫자는 1896년부터 1996년이 되기까지의 전통 100년과 도전 100년의 의지를 선포한다는 함축적인 의미를 내포하고 있다.

군청색과 그린색은 깨끗한 환경과 인간의 윤택한 생활을 위한 두산의 의지를 내포하고 있으며, 그린색은 두산그룹의 전통을, 군청색은 도전과 혁신의 기업정신을 상징하고 있다.

사단법인 한국시각정보디자인협회 (VIDAK), 차기 회장 선출

(사)한국시각정보디자인협회는 제2회 정기총회에서 한국그래픽디자이너협회(KOGDA)와의 통합 기념식을 갖고, '95년도 사업보고 및 결산보고, '96년도 예산 및 사업계획안에 대한 승인절차를 가졌다.

이번 정기총회에서는 정관 개정이 있었으며, 정관 개정에 따라 무기명 투표에

의해 차기 회장에 한양대 산업디자인과 김광현 교수가 선출되었다.

김광현 교수는 차기 회장 취임 인사에서 "협회를 강화하고 살아 숨쉬는 젊은 협회를 만들기 위해 다양한 산업을 구상하겠다"고 밝혀 큰 박수를 받았다.

정관 개정의 주요 골자는 전·현·차기 회장 제도 신설, 직능별 부회장제 확대, 사무총장제 신설 등인데 특히 전·현·차기 회장 제도는 2년 후 현 회장으로 취임하게 될 차기 회장을 미리 선출하고 현 회장은 임기 종료 후 자동적으로 전 회장에 취임하게 되는 제도로서 이미 세계그래픽단체협의회(ICOGRADA)에서는 이러한 회장 제도가 시행되고 있으나 국내에는 처음 소개되는 제도이다.

한국일러스트레이터협의회, 제3대 회장단 구성

광고계에서 주로 활동중인 프리랜서 일러스트레이터를 중심으로 지난 '91년에 발족한 KOIC(Korean Illustrators Council)이 제 3대 회장단을 구성했다. 회장에는 성근현 씨, 부회장에는 이갑형 씨가 선출된 제 3대 회장단의 추진 사업으로는 다양한 작품의 전시회와 일러스트레이터의 권익 보호를 위한 일러스트레이션의 저작권 세미나, 현장 일러스트레이터에게 실질적인 도움을 주는 워크샵과 작가와 작품을 소개하는 'Illustrators Index' 등을 출판할 계획이다.

DN&C, 월간 「Computer Design」 창간

세계적인 컴퓨터 그래픽 디자인 매거진 IdN(International Designers Network)의 한글판을 발행해 온 DN&C에서 컴퓨터그래픽디자인 전문지 월간 「Computer Design」을 창간했다. 디자인과 컴퓨터의 접목을 추구하는 월간 「Computer Design」은 해외 디자이너의

우수한 작품을 소개하는 '세계를 담는다', 컴퓨터 그래픽스와 실험적인 작품을 보여주는 '멀티미디어 세상', 디자이너에게 필요한 정보를 제공하는 '세계로 인터넷으로' 등을 통해 감각적이고 창의적인 디자인을 소개하게 된다.

한국광고연구원, 전문광고인 재교육 코스 신설

광고전문교육·연수기관인 한국광고연구원에서는 광고회사와 일반 기업체의 중견 광고인을 대상으로 제 3회 '광고회사 초급사원 교육'과 제 5회 '실전 마케팅 전략 코스'를 개설한다.

광고회사 초급사원 교육 코스는 주 3회 4주(48시간) 동안 광고 현역 실무진으로부터 실전 노하우를 배우는 초급사원 위탁교육이다. 또한 실전 마케팅 전략 코스는 주 2회 8주(40시간) 동안 마케팅의 각 분야를 그 분야의 실무진으로부터 배우는 전문광고인 재교육 코스이다.

• 문의 : 한국광고연구원 교육본부

Tel. 02-566-3891

섬유산업 해외진출 활발

통상산업부에서는 섬유산업의 해외투자가 시작된 이후 8년만에 해외공장이 1천개를 넘어섰다고 밝혔다.

섬유업종의 전체 해외공장수가 47개국 1천1백1개로 늘었는데, 이는 제조업 전체 투자건수의 26%에 해당하는 것으로 중국·동남아 등 아시아 지역이 9백14건, 중남미 1백5건, 북미 45건, 대양주 16건, 유럽 14건, 아프리카 중동 7건이다.

한편 통산부는 앞으로 섬유산업의 해외진출을 적극적으로 지원하기 위해 노동집약도가 큰 중급 이하의 의류는 후발개도국으로 생산기지를 이전함과 동시에 유통업과의 동반 진출로 현지시장 개척을 확대한다. 또 원사·직물 중 부가가치가 낮은 품목은 원료공급이 원활한 지

역으로 생산기지를 이전, 원료와 원사·직물의 일괄생산체제 구축을 유도하기로 했다.

'96 한국통신 카드디자인공모전



'96 한국 통신 카드디자인공모전 수상작들

공중전화카드의 질적 수준 향상과 새로운 통신카드 문화창달의 일환으로 정보통신부와 한국통신이 공동으로 국민이 공감할 수 있는 공중전화카드 디자인을 다음과 같이 공모한다.

- 출품부문 : 주제부문, 창작부문(주제부문 외)
- 주제 : 자연보호, 한국의 미, 지역품물, 통신 이미지
- 시상 : 대상(3백만원), 금상(1백만원), 은상(50만원), 동상(30만원), 특별상(10만원)
- 접수 : 5월 9일 ~ 5월 16일
- 심사 : 5월 22일 ~ 5월 23일
- 발표 : 5월 28일(개별통지 및 접수처 게시판)
- 문의 : 한국통신 카드디자인공모전 담당자
Tel. 02-786-5677, 02-786-0012

교통안전공단 포스터 공모전

교통사고예방을 위한 산뜻하고 생명력 있는 교통안전포스터를 교통안전공

단에서 공모한다.

출품내용은 육상·해상·항공·철도 등 모든 교통수단의 안전한 관리와 이용을 주제로 한 것이면 된다.

- 접수 : 3월 11일(월) ~ 6월 10일(월)
- 발표 : 7월 15일(월) 예정
- 시상 : 최우수상(3백만원), 우수상(1백50만원), 장려상(50만원)
- 문의 : 교통안전공단 홍보부
Tel. 02-610-0276

제4회 멕시코국제포스터비엔날레 개최

멕시코 그래픽디자인 활동을 활성화할 목적으로 마련된 '멕시코 국제포스터비엔날레'는 Trama Visual(ICOGRADA 참가단체)이 주최하는 국제적인 그래픽 디자이너의 등용문이다.

'96년의 개최 요강은 다음과 같다.

- 일정 : '96년 10월 ~ '97년 1월
- 장소 : 멕시코시티
- 접수 : '96년 5월 30일까지
- 응모료 : US \$25(국제소액환으로 Trama Visual에 송고)
- 응모규정
 - '94년 5월 ~ '96년 4월까지 발표된 것(미수상작)
 - 응모작품은 최고 4점, 한 작품을 구성하는 시리즈도 최고 4점
- 출품내용
 - 문화 포스터
 - 정치적, 이데올로기적, 사회적 포스터
 - 공공, 산업 목적의 광고 포스터
 - 여성에의 경의를 표현한 포스터
- 문의처 : Trama Visual Fuente de la Vida 30, Fuentes del Pedregal, Mexico 14140, D.F.
Tel : +52-652-9143
Fax : +52-652-493915

산업디자인 교육범위 확대

KIDP가 지난 '93년부터 경영자·언론인·공무원 등 각 경제 주체들을 대상으로 실시하고 있는 산업디자인 교육이 금년들어 더욱 활기를 띠고 있다. 일반인들에게 산업디자인이 친숙하게 다가가고 산업디자인의 중요성이 경영자는 물론 경제 전반에 걸쳐 인식되고 있는 것으로 나타나 KIDP는 산업디자인 교육을 더욱 강화하고 내실있게 운영할 예정이다.

KIDP는 산업디자인 교육을 통하여 산업디자인의 중요성을 지속적으로 홍보하여 각 경제 주체들에게 산업디자인 개발에 대한 투자마인드 고취 및 자생적 개발경쟁을 유도하고 있다.

또한 초·중·고생들을 대상으로 하는 조기교육 및 대학생과 학원생을 대상으로 한 세미나, 영상자료 상영 등은 앞으로 산업디자인계를 이끌어 나갈 예비 일꾼들에게 좋은 성과를 나타내고 있는 것으로 나타났다.

금년들어 각 계층별로 나뉜 산업디자인 교육에 기업체의 최일선에서 일하고 있는 사원들을 대상으로 한 기업체 연수원 교육도 신설하여 산업디자인에 대한 인식고취는 물론 자사의 산업디자인 개발에 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

중소기업 우수산업디자인상품 평가전

중소기업청 발족과 산업디자인 선진화 지향 원년에 즈음하여 KIDP는 3월 7일(목)부터 3월 9일까지 3일간 KIDP 전시장 2층 및 3층에서 중소기업의 산업디자인 개발·지도사업 중 상품화에 성공한 제품들을 대상으로 전시회를 개최하였다. 이 전시회는 지난 '94년, '95년에 성공적으로 개발된 중소기업의 산업디자인 상품 671점이 한 자리에 모이는 계기가 되었다.

'산업디자인 기업지도 사업'은 지난

'93년부터 통상산업부와 KIDP가 급격히 변화하는 수출환경 속에서 우리나라 기업의 경쟁력을 강화하기 위해 자체 디자인 개발능력이 부족한 중소기업에 대상으로 실시해 온 사업의 일환이다.

이미 '94년에는 한 해 동안의 지도상품 중 가장 우수한 110개 품목을 선정, 전시한 바 있으며 지난해 말에는 '94~'95 2년간의 지도상품 6,352개 중 우수한 200개 상품을 엄선하여 미도파백화점(상계점)과 현대백화점(무역센터점)에서 전시하였다.

올해의 경우 이번 3월 7일에 개막된 '중소기업 우수산업디자인 상품전'과 10월 KOEX 전시장에서 열릴 '산업디자인 지도 신상품전' 등 2회에 걸쳐 대규모 전시회를 개최할 예정이다.

이번 평가전을 통해 지난 '93년부터 3년간 실시한 산업디자인 지도사업 결과를 평가하고 산업디자인의 중요성을 널리 알려 수출 및 판매에 어려움을 겪고 있는 기업의 참여를 확대시키는 한편, 일반국민에게 우수 산업디자인 상품을 홍보하는데 그 목적을 두고 있다.

평가방법과 평가결과는 다음과 같다.

- A+ : 매우 우수(세계적인 수준을 갖춘 산업디자인제품) : 98개 상품
- A : GD 수준(Good Design 상품으로 선정될 만한 수준) : 201개 상품
- B : 수준급(외국상품과 경쟁할 만한 수준) : 243개 상품
- C : 개선 필요 : 79개 상품

B 이상의 합격판정을 받은 상품은 경쟁제품 및 외국제품과의 경쟁이 가능하다

'95년 10월 전체 지도업체를 대상으로 한 지도결과에 대한 만족도 조사결과에 따르면 평균 93.5% (내국인지도의 경우 92%, 외국인지도 95%)가 매우 만족한 것으로 응답하여 산업디자인 지도에 매우 만족하는 것으로 나타났다.

본격적으로 산업디자인 진단, 지도, 개발이 진행된 '95년도의 경우 국내 전문가에 의한 지도는 진단지원 1,954개

업체, 지도지원 1,236개 업체, 개발지원 515개 업체로 당초 목표 3,500개 업체의 105%인 3,705개 업체를 지원하였으며, 이 사업에는 총 499명의 국내 지도위원이 참가하였다. 외국인 전문가 초청 지도사업의 경우 지난해에 총 143명의 전문가가 방한하여 235개 업체에 대한 진단, 지도, 개발을 실시하였다.

산업디자인 산·학 연계 및 포장표준화 기술지도사업의 추진과 함께 KIDP에서는 '산업디자인 기업지도사업'의 3차년도와 중소기업청 발족을 계기로 금년을 '실질적인 기업지도사업 정착의 해'로 보고 지도위원의 지도사업 참여횟수를 지속적으로 늘리고 전문가 중심으로 전환기로 하였다.

즉, 현재 등록되어 있는 66개사의 공인산업디자인전문회사를 75개까지 늘려 전문회사의 참여율을 지난해의 37%에서 45%로 높여나가게 된다.

중소기업의 산업디자인 개발수요에 적극 대처하여 금년에는 지난해 진단, 지도, 개발실적 3,705개 업체보다 14.7%가 늘어난 4,250개 업체에 대한 진단, 지도, 개발을 실시할 예정이다.

또한 산업디자인 선진국의 흐름을 국내에 소개하고 직접 교육, 지도를 실시하여 기업의 수출경쟁력을 제고시키기 위해 실시하고 있는 '해외 저명 디자이너 초청', '기업지도사업'의 경우에는 금년에 이미 118명을 확보하여 총 345개 업체에 대한 진단, 지도, 개발을 지원하게 된다.

대전산업디자인종합행사

KIDP는 3월 11일부터 3월 21일까지 11일간 대전에서 '산업디자인 종합행사'를 개최했다.

3월 11일(월) 초·중·고생들을 대상으로 한 산업디자인 조기교육을 시작으로 16일(토)부터 19일(화)까지는 대전 시민회관 전시실에서 '산업디자인 지도 신상품전'과 '제 11회 우수산업디자인

(GD)상품', 그리고 '제 2회 초·중·고 생 산업디자인전' 입상품을 전시했다.

KIDP는 지난 '93년부터 실시해오던 '산업디자인 지방행사'를 '94년부터는 단순한 전시회의 성격에서 탈피한 '산업디자인 종합행사'로 바꾸어 실시하고 있다. 산업디자인 종합행사는 산업디자인 조기교육, 경영자 교육, 세미나, 그리고 언론인과 공무원들을 대상으로 한 특강 등을 병행하여 실시함으로써 지역경제 주체가 모두 참여하도록 유도하고 있다.

이는 세계무역기구(WTO)의 출범과 더불어 무역전쟁이 본격화됨에 따라 우리나라 경제의 경쟁력 강화를 위한 방안의 일환으로 산업디자인의 지방화를 통한 지역경제의 활성화 및 선진화를 이루기 위한 것이다.

KIDP는 올해 총 10회 지방산업디자인 행사를 개최할 예정인데 11일의 대전광역시를 시작으로 5월의 부산광역시 등 총 10개 주요도시에서 개최할 예정이다.

지난해에는 전국 주요도시에서 모두

12회에 걸쳐 개최되어 '94년보다 14.5% 증가한 24만여명이 참여한 것으로 집계되어 산업디자인 행사에 대한 지역의 관심도를 반영하였다.

국제산업디자인대학원 개원

지난 3월 4일 KIDP는 국제화 시대에 부응하는 산업디자인계의 전문인력을 양성하기 위해 설립한 국제산업디자인대학원(가칭:이하 국제산업디자인대학원)의 개원식을 거행했다.

국제산업디자인대학원의 개원식에는 신입생 36명을 포함하여 초대원장인 유호민 KIDP 원장과 통상산업부 장관, 교육부 차관, 각 대학총장, 전임교수, 경제단체장, 주한외국인대사 등 각계의 인사들이 참석한 가운데 성황리에 치뤄졌다.

신입생 입학식은 통상산업부장관의 축사와 교육부차관의 축사, 학생대표의 답사의 차례로 거행되었다. 그리고 4층 건물인 신관내 비치된 유리·금속·신

발·텍스타일·수송·타이포그래피·조각 등을 포함한 첨단 관련 실습장비들을 관람한 참석자들은 깊은 인상을 받았으며 앞으로 한국 산업디자인이 크게 발전할 것을 확신한다고 대답했다.

본 대학원의 첫 신입생은 지난 1월 13일 영어와 수학시험을 시작으로 컴퓨터 그래픽, 정밀묘사, 프리젠테이션과 면접 등 5일간의 전형으로 150명의 지원자 중 36명을 선발하였으며 영예의 수석합격은 김인아(이화여대 서양화과졸)씨가 차지했다. 신입생들은 3월 4일 개원과 더불어 오후 첫수업을 시작하여 2년 6학기제로 수업을 받게 되며 수업은 주당 40시간으로 70%가 실습과목으로 구성되어 있다. 특히 학기 중 선진국의 기업체에서 보수를 받으면서 근무한 후 근무성적은 학점으로 인정되는 인턴쉽제도가 운영될 예정이다.

국제산업디자인대학원의 설립을 위하여 KIDP는 '93년 산업디자인 교육기관의 학과목과 산업디자인의 일반 현황을 분석한 후 '94년 국제산업디자인대학원의 기본방향을 설정하고 동년 12월에 교육부, 통상산업부, 국회교육위원회에 보고하는 등 대학원의 설립을 추진해 왔다. 또한 국제산업디자인대학원의 명실상부한 국제화를 위하여 그동안 이태리, 독일, 프랑스 등 산업디자인 선진 11개국의 교육프로그램을 조사, 분석하여 국제업무협정을 체결하여 한국의 산업디자인을 세계로 전파하는 창구로 만들 방침도 세워 놓았다.

그동안 우리나라의 산업디자인 대학들이 미술과 이론 중심의 교육에 치우쳐 엔지니어링과 마케팅, 아트 능력을 겸비한 산업디자이너 양성이 시급한 실정이었으나 이번 국제산업디자인대학원의 개원으로 창의력과 실무능력을 겸비한 산업디자이너의 배출이 기대된다.

박재운 통상산업부 장관, KIDP 방문

지방 산업디자인종합행사 참여현황

구분	전시관람 인원	경영자 교육	초·중·고생 조기교육	A.M.P 특강	공무원·언론인특강	세미나	영상자료	총 계
참여 인원	'94 95,178	4,243	100,430	477	2,796	2,310	3,020	208,454
	'95 113,031	4,641	108,717	1,687	2,988	6,046	6,077	243,187
계	208,209	8,884	209,147	2,164	5,784	8,356	9,097	451,641

'96년 산업디자인종합행사 일정

행 사 명	행 사 기 간	전 시 장 소	전 시 내 용
대전광역시	3. 11 - 3. 21	시민회관	- 산업디자인지도상품 - '95 GD 상품 - 제2회 초·중·고전 입상품
부산광역시	5. 23 - 6. 8	문화예술회관	- 산업디자인 지도상품
제주도(제주시)	6.10 - 6. 26	문화예술회관	- 제31회 산디전 입상품
인천광역시	7. 12 - 7. 28	문화예술회관	- 산업디자인 지도상품
충북도(청주시)	8. 22 - 9. 5	예술의전당	- '96 GD 상품
전북도(전주시)	9. 6 - 9. 23	예술회관	- 제31회 산디전 입상품
경기도(수원시)	10. 1 - 10. 17	문화예술회관	- 산업디자인 지도상품
대구광역시	11. 1 - 11. 17	문화예술회관	- 제3회 초·중·고전 입상품
광주광역시	11. 18 - 12. 1	시립박물관	- '96 GD 상품
강원도(강릉시)	12. 1 - 12. 15	문화예술회관	

지난 3월 9일 박재운 통상산업부장관이 KIDP를 방문하여 '중소기업디자인 상품전'을 관람하였다.

KIDP 별관 2, 3층에 마련된 전시장에서 산업디자인 개발에 힘쓰는 중소기업인들을 만나 '국제경쟁력을 높이기 위한 수단은 바로 산업디자인'이라며 산업디자인의 중요성을 강조하면서 최근 상당한 어려움을 겪고 있는 중소기업인들을 격려했다.

또한 박장관은 지난 4일 개원한 국제산업디자인대학원을 방문하여 대학원 운영방안과 커리큘럼에 관한 설명에 이어 첨단장비와 실습시설을 갖춘 대학원 실습실을 관람하면서 토요일 오전 일과가 끝난 후에도 실습에 열중하는 학생들을 만나 훌륭한 산업디자이너가 되어 한국의 산업디자인을 이끌어 달라고 격려했다.

공인산업디자인전문회사 신규 등록

'CDR Box & COX'와 'Newton Design', 'Bishop & Advertising'이 공인산업디자인 전문회사 등록을 마치고 공식 인증서를 받음으로써 현재 통상산업부에 등록된 공인전문회사는 총 66개로 늘어났다.

통상산업부와 KIDP는 지난 '92년부터 우리나라 산업디자인의 전문화와 세계화를 도모하기 위해 산업디자인회사를 공인해 주고 있다. 세제혜택은 물론 산업기술개발자금의 사용과 KIDP가 시행하고 있는 산업디자이너 해외연수시 우선적으로 참여할 수 있도록 배려하여 적극적으로 지원·육성하고 있다.

지난해까지 공인된 산업디자인회사는 총 63개였으나 올해 12개의 신규 공인전문회사를 등록시켜 모두 75개사로 늘릴 계획이다.

또한 63개의 공인전문회사 중 55개의 공인전문회사가 서울에 집중, 지역별 편중화가 심해 올해부터 지방발전 차원에서 지방의 중소기업에 실질적으로 도움

을 줄 수 있는 지방전문회사 육성에 보다 중점을 둘 예정이다.

또한 대학교수 중심인 산업디자인 지도사업을 전문가 집단인 공인전문회사 중심으로 전환하여 산업디자인계의 활력과 선진화의 계기로 삼을 계획이다. 이를 위해 지난해 공인전문회사의 산업디자인 기술지도사업은 37%의 참여율을 보였으나 올해는 45%까지 끌어올릴 계획이다.

제 3회 산업디자인의 날 기념식

KIDP는 올해로 3회째를 맞이한 산업디자인의 날을 맞이하여 기념식 행사를 갖는다. 이번 행사는 범국민적 인식을 제고하고 산업디자이너들의 노고를 위로하며 사회에서 산업디자이너가 갖는 위상을 새롭게 정립시키기 위한 것이다.

통상산업부와 KIDP는 지난 '93년 '산업디자인발전 5개년계획'을 수립하여 '산업디자인발전 원년의 해'로 정하고, 그해 9월 1일 '디자인주간'을 선포하였다. 그리고 '94년도부터는 매년 5월 2일을 '산업디자인의 날'로 정하여 과학기술과 함께 국가경쟁력의 양대핵심요소인 산업디자인이 갖는 중요성을 일반 국민들에게 널리 알리는 물론 산업디자이너들이 자부심과 긍지를 가질 수 있도록 하였다.

또한 자체 개발능력이 부족한 중소기업을 상대로 한 산업디자인 지도사업도 올해로 3년째를 맞이하여, KIDP는 '96년을 실질적인 기업지도사업 정착의 해로 정하고 어느때보다도 더욱 산업디자인 지도사업 및 진흥사업, 인재육성을 위해 노력할 계획이다.

이를 위해 올해는 산업디자인의 날 기념식 행사에서 산업디자이너들의 선언문이 낭독되고, 해방후 지금까지 우리나라 산업디자인계를 빛낸 '한국의 산업디자이너 100인'에 대한 발표가 있을 예정이다.

우리나라 산업디자인의 역사를 재조

명하고, 해방후부터 현재까지 한국을 대표하는 산업디자이너 100명을 선정함으로써 일반인들에게 산업디자인의 관심을 불러일으키는 물론 산업디자이너들의 위상을 정립시키기 위한 것이다. 또한 해외에 우리나라를 대표하는 산업디자이너를 보여줌으로써 앞으로 국제사회에 우리나라 산업디자이너를 널리 알리기 위함이다.

KIDP는 산디전 대통령상 수상자, 공인 산업디자인 전문회사, 대학교수 및 기업대표 등 사회저명인사와 산업디자인 관련자 30명으로 선정위원회를 결성하고 구체적인 방안을 협의 중에 있다.

이밖에도 권경순교수(서울대)의 피아노 연주 등 1시간동안 작은 음악회가 열리며, 산업디자인의 날을 중심으로 31년의 역사를 자랑하는 '대한민국산업디자인 전람회'도 개최된다.

KIDP는 이번 행사가 산업디자인에 대한 중요성 및 산업디자인 발전을 위한 계기로 삼아 국가경제발전에 기여할 수 있기를 바라고 있다.

한국을 대표하는 관광토산품 개발 사업 추진

KIDP는 한국을 대표하는 관광토산품 및 지역토산품을 선정, 세계화시대에 걸 맞는 한국적 이미지를 가질 수 있도록 공예품에 대한 산업디자인 및 포장개발 사업을 추진한다.

이를 위해 KIDP에서는 우선 한국을 대표하는 10대 품목과 10개 지역별 대표적 토산품 5종씩 총 60개 품목을 선정하고 올 12월 마무리할 예정으로 구체적인 개발작업에 착수한다.

KIDP는 이미 지난해 말부터 추진위원회를 구성하여 자체 실태조사와 공예협동조합, 농협, 우체국 등에서 발행된 각 지역별 특산품의 기초자료를 분석하여 대상품목을 선정하였다.

각 분야별·품목별 지도위원은 관련 교수 및 단체에 신청을 의뢰하여 최종적

으로 60명을 선정할 계획이다.

또한 올 초부터 '관광토산품 산업디자인·포장 개선 및 개발사업 평가위원회'를 개최하여 개발사업에 반영하고 있다.

KIDP가 개발방향으로 잡고 있는 것은 '역사가 있고, 장식성이 있으며, 고급스러워야 한다'는 것이다. 이에 따라 KIDP는 지난해 11월 1일 계획을 수립하여 국무총리실, 문화체육부, 통상산업부와 대한무역투자진흥공사, 미도파백화점, 현대백화점 등 각계의 의견을 수렴, 조영제 위원장(서울대 산업디자인과 교수) 등 총 13명의 위원을 구성하였다.

개발품목은 토산품 등 제품디자인, 상업점 인테리어·디스플레이 및 관광도로 표지판 등 환경디자인, 그리고 토산품 팜플렛, 관광엽서, 관광 안내지도 등을 포함한 시각디자인으로 분류, 모든 분야에 걸쳐 세세하게 다룰 예정이다.

제 3회 초·중·고등학생 산업디자인 전람회

KIDP는 올해로 3회째를 맞이한 '전국 초·중·고등학생 산업디자인전람회'를 내실있게 운영하기 위해 KIDP 3층 대회의실에서 운영위원회를 가졌다.

이번 회의에서 경기대 이인자 교수를 운영위원회 위원장으로 선출하고 올해의 전람회 운영방안에 대해 논의했다.

서구선진국의 산업디자인을 따라잡기 위해서는 산업디자인의 조기발굴이 시급하다는 인식을 같이하고 우리나라 산업디자인의 뿌리인 초·중·고등학생들의 보다 많은 참여를 끌어내기 위한 여러 방안이 논의되었다.

KIDP는 초·중·고등학생 산업디자인전람회가 산업디자인에 재능있는 학생들을 조기에 발굴·육성하고, 매년 전국대학에서 배출되는 예비디자이너들과 국제산업디자인대학원에서 양성되는 산업디자이너로까지 연결되어 우리나라 산업디자인 발전에 도움이 되기를 기대하고 있다. 또한 31년의 역사를 자랑하

는 대한민국산업디자인전람회가 이러한 산업디자이너들의 경쟁의 장이 되고, 세계에 우리나라의 우수한 산업디자인상품을 널리 알릴 수 있는 계기가 될 것으로 보인다.

지난해는 약 600개교에서 5,500여명의 학생들이 출품하였으며 7만5천여명이 관람한 것으로 나타났다.

이는 KIDP가 산업디자인 조기교육 및 전국 주요도시에서 산업디자인 종합행사 등을 개최하여 일반인들에게 산업디자인에 대한 관심을 불러일으키는 물론 산업디자인의 중요성에 대한 인식이 이루어지고 있기 때문인 것으로 보인다.

특히 초등학교 산업디자인전람회는 외국의 경우, 영국에서 이미 100여년 전부터 실시되어 능력있는 디자이너를 조기에 발굴, 육성하는 공모전으로 자리잡고 있다. 동양에서는 우리나라가 지난 '94년 처음으로 실시했다.

올해의 초·중·고등학생 산업디자인전람회 접수원서는 4월 1일부터 배포하며, 8월 29일(목)부터 9월 1일(일)까지 4일간 접수를 한다.

전람회는 9월 13일(금)부터 29일(일)까지 17일간 KIDP 전시관 2층에서 열린다. 출품부문은 제품디자인과 포장디자인, 그리고 환경디자인과 시각디자인의 4부문으로 나뉘어져 있으며, 시상은 개인과 단체로 구분하고 최고상에는 국무총리상이 수여된다. 지도교사상은 최고상인 국무총리상을 탄 개인과 단체상 수상학교의 지도교사가 받게 된다.

'산업디자이너 해외연수' 확대

KIDP는 산업디자인과 포장기술의 선진화를 통해 GR과 DR(Design Round)에 적극 대비하기 위해 산업디자이너 및 포장기술인을 대상으로 해외연수를 실시하고 있다.

지난해에는 33명이 참가하여 유럽, 미국 및 일본 등지의 산업디자인 전문기관에 파견하여 전문인력의 실무력 증진

을 위한 연수교육을 마쳤다.

이 연수과정을 통해 연수생들은 자기 분야의 실무력을 배양했을 뿐만 아니라, 세계화 및 국제화를 위해 관련분야 선진국들의 기술력을 습득함으로써 우리나라 기업의 선진화에도 기여하고 있다는 평가를 받고 있다.

'96년도 KIDP는 해외연수는 제품과 포장, 시각분야와 포장기술분야로 나누어 확대 실시하고, 연수인원도 대폭 늘릴 계획이다.

올해의 연수인원은 총 60명으로 대상자의 1/5 이상은 선진국의 산업디자인 전문회사에서 연수할 수 있도록 하고 '97년도부터는 연수자의 1/3 이상으로 확대할 예정이다. 또한 공인전문회사의 전문인력들에게 더 많은 기회를 부여하여 전문적인 산업디자이너들의 실력배양을 꾀할 계획이다.

한편 올해부터는 기존의 12개 해외연수기관 외에 새로운 연수기관을 새로 발굴하여 협의 중에 있어 연수자들은 자신의 전문분야에 맞는 전문기관을 선택하여 양질의 교육을 받을 수 있도록 할 계획이다.

연수대상은 다음과 같다.

- 기업체 또는 공인산업디자인전문회사 근무 산업디자이너(2년 이상 경력자)
- 대학교(전문대 포함) 관련학과 강사 이상
- 디자인관련 전문학원 강사(단, 경력 2년 이상)
- 대한민국산업디자인전람회에서 기관장 이상 수상자
- 우수산업디자인(GD)상품 선정제 및 산업디자인성공사례(SD) 선정제 '우수산업디자이너' 수상자

이처럼 KIDP가 기업체의 해외연수인원을 대폭 늘린 것은 기업의 상품경쟁력이 약화된 것을 반영, 기업의 산업디자인 전문인력의 실무능력과 국제적인 디자인 감각 습득을 통해 상품의 경쟁력 제고를 높이기 위한 것이다.

제 31 회

대한민국

KOREA INDUSTRIAL DESIGN
EXHIBITION



산업디자인
전람회



제3회 산업디자인의 날 기념행사

제 31 회 대한민국산업디자인전람회

접수: '96.4.15(월) - '96.4.17(수)

전시: '96.5. 2(목) - '96.5.16(목)

장소: 산업디자인포장개발원 전시관

'96 국제수송산업디자인심포지엄

일시: '96.5.9(목) - '96.5.10(금)

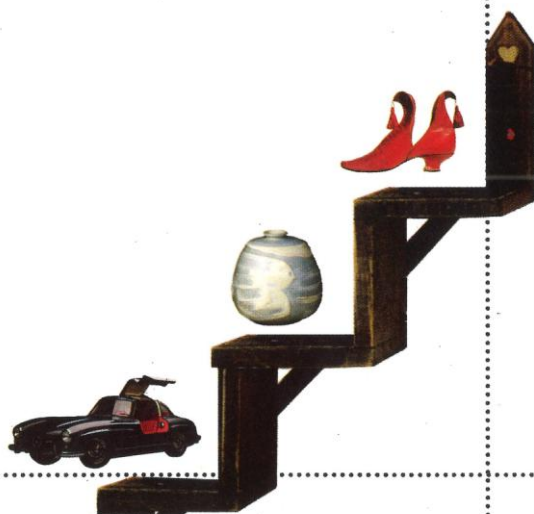
장소: 한국 프레스센터 국제회의장 (20층)

주 최 ; 통 상 산 업 부(MOTIE)

주 관 ; 산업디자인 포장개발원 (KIDP)



통 상 산 업 부
산업디자인개발원





'96 대한민국 화장품 우수디자인 공모전

Korea Cosmetic Good Design Festivals

1. 대회명

'96 대한민국 화장품 우수디자인 공모전
'96 KOREA COSMETIC GOOD DESIGN FESTIVALS (약칭 : KCD)

2. 주최 및 후원

•주최 : 나드리화장품, 중앙일보, SBS 서울방송
•후원 : 대한화장품공업협회, 산업디자인포장개발원,

3. 작품 공모 내용

•주제 : 21 세기의 화장품
•부문 : 디자인별 구분 - 제품디자인 : 화장품 용기(기초, 색조, 향수 등)
- 포장디자인 : 화장품 패키지, 쇼퍼백 등
- 광고디자인 : 화장품 포스터(기업PR 또는 제품광고)

4. 공모자격

1) 학생부 (전문대이상 디자인관련학과 재학생 및 대학원생)
2) 일반부 (디자인에 관심이 있는 일반인)

5. 출품물 규격 및 제작요령

1) 제품디자인부문 : 화장품의 용기(기초, 색조, 향수 등)
•출품물 규격 : (예선) - 판넬(제각의도 및 전개도, 60cm×60cm 2매 이내) 및 실물 크기의 입체물을 함께 출품하여야 함
- 작품에 대한 디자인개요 및 특기사항을 A4용지 2매 이내 작성제출
(본선) - 판넬(60cm×60cm 2매 이내)로 출품
- 판넬은 판넬링, 설계도면을 별도제출
- MOCK - UP 제작은 주최측에서 제작처 선정 및 비용지원

•제 작 요 령 : - 화장품용기류(기초, 색조, 남성, 향수, 바디제품 중 어떤 품목을 선정해도 무방함)
- 독창적인 아이디어와 다양한 소재, 실용적인 디자인으로 할 것

2) 포장디자인부문 (화장품의 패키지류, 쇼퍼백 등)

•출품물 규격 : - 판넬(제각의도 및 전개도, 60cm×60cm 2매 이내) 및 실물 크기의 입체물을 함께 출품하여야 함
- 작품에 대한 디자인개요 및 특기사항을 A4용지 2매 이내 작성제출
•제 작 요 령 : - 외관을 구성하는 형상, 색채 등의 요소가 종합적으로 구성되어 독창성과 더불어 판매를 촉진할 수 있는 작품일 것
- 실물제작은 제각의도를 충분히 보여줄 수 있는 상태로 제출물품요

3) 광고디자인부문 (화장품 포스터)

•출품물 규격 : - 판넬(54cm×78cm)로 제작출품(세트제작도 가능)
- 작품에 대한 디자인개요 및 특기사항을 A4용지 2매 이내 작성제출
•제 작 요 령 : - 기업PR이나 제품광고 내용으로 제작출품
- 화장품에 관한 기본자료 요청시 나드리화장품 홍보부에서 제공

6. 접수

1) 제품디자인부문

•예선접수 : 6월 20일 ~ 6월 24일(9:00 ~ 17:00)
•접수장소 : 나드리화장품 홍보부
※우편접수가능 : 110 - 470
서울 종로구 연지동 1 - 30 은석빌딩 나드리화장품 홍보부
(6월 24일 도착분까지 유효)

•본선접수 : 7월 29일 ~ 7월 31일(9:00 ~ 17:00)
•접수장소 : 나드리화장품 홍보부

2) 포장 및 광고디자인부문

•7월 29일 ~ 7월 31일(9:00 ~ 17:00) •접수장소 : 나드리화장품 홍보부

7. 심사 및 결과발표

1) 학계, 디자인계, 산업계 및 공공단체 전문가로 심사위원회 구성
2) 결과발표 : - 예선 : 6월 26일 발표 : 개별통지 ※제품디자인부문만 실시함
- 본선 : 8월 12일 ~ 8월 22일 발표 : 중앙일보 및 화장품전문지

8. 시상내역

•대상(2점 - 일반1, 학생1) : 각 상금 500만원, 상장 및 상패
※특전 : 학생부 대상은 본인 희망시 특별 채용 (공동출품인 경우 대표자 1명에 한함)
•최우수상(부문별 1점씩 총3점) : 각 상금 300만원, 상장 및 상패
•우수상(부문별 3점씩 총9점) : 각 상금 100만원, 상장 및 상패
•장려상(부문별 5점씩 총15점) : 각 상금 30만원, 상장 및 상패
•특별상(대한화장품공업협회장상, 산업디자인포장개발원장상)
•입선(본선 진출 전원) : 부상 및 상장

9. 시상식 및 전시

1) 시상일시 : 1996년 8월 22일 오전 11시
2) 전시일시 : 1996년 8월 22일 ~ 8월 26일 (5일간, 26일은 오후 3시까지)
3) 전 시 장 : 산업디자인포장개발원

10. 기타사항

1) 입상작 소유권은 나드리화장품에 귀속됨
2) 입상 발표 후, 이미 발표된 작품과 유사 또는 동일할 경우 입상이 취소됨
3) 출품물 반출 : 주최측은 기간내 미반출품에 대한 파손 및 분실에 대한 책임을 지지 아니함
•낙선작품 반출 : 예선 - 6월 29일, 본선 - 8월 5일, 장소 - 나드리화장품
•전시작품 반출 : 8월 26일 (15:00 ~ 19:00), 장소 - 산업디자인포장개발원

※공모전에 관한 진행 및 문의사항 : 나드리화장품 홍보부, 디자인개발부
(TEL : 740 - 9150 ~ 3, 740 - 9180 ~ 3)



나드리화장품 홍보부, 디자인개발부 (TEL : 740 9150 ~ 3, 740-9180 ~ 3)

주최 : 나드리화장품, 중앙일보, SBS서울방송

후원 : 대한화장품공업협회, 산업디자인포장개발원