

세계 시장 겨냥한 기업의 디자인 전략: 디자인연구실

1975

디자인진흥원사

- 제1차 유엔개발계획(UNDP) 수원사업 개시
- 국내우수포장 상설전(124일간)
- 유엔산업개발기구(UNIDO) 국제포장세미나 개최
- 《JAPAN-PACK》참관단 파견

한국 디자인사

- 서울시 자동차용 도로표지판 정비
- 금성 공업의장실, 디자인연구실로 개칭
- 광복 30주년 《한국현대공예대전》개최
- 현대자동차 포니 생산 시작
- 조영제, 제일제당, 신세계백화점, 제일모직 CI 개발

한국 사회사

- 국립민속박물관 개관
- 남산타워 완공
- 새마을사업 종합계획 확정

1970년대는 국내 가전업체들이 점차 디자인의 중요성에 눈을 뜨며 새로운 모색을 이어나간 시기였다. 아직 디자인이란 분야가 채 정립되기도 전에 몇몇 회사들은 디자이너를 채용하거나 디자인 전담 부서를 두기 시작했다. 1975년 금성사가 세운 디자인연구실은 이를 상징적으로 보여준다.

당시 가전 산업의 선두주자였던 금성사는 디자인 측면에서도 유리한 고지를 점하고 있었다. 1958년 한국 최초로 박용귀와 최병태를 인더스트리얼 디자이너로 공개 채용했으며, 1963년 7월에는 공산품에 대한 디자인을 연구하기 위한 한국 최초의 공업 디자인 전담 부서인 ‘공업의장과’를 설치했다. 이 공업의장과는 1966년 생산 2부로 편입되었는데, 디자이너 출신의 인사를 과장으로 발령해 12명의 디자이너로 구성된 팀을 이끌게 했다. 이후 제품 개발에서 디자인의 중요도가 커짐에 따라 1970년 9월 1일 ‘공업의장실’로 승격되어 사업 본부에 소속됐고, 1975년에는 ‘디자인연구실’로 개칭되어 독자성을 가지게 됐다. 1983년에는 디자인연구소와 시험연구소를 설립했다. 금성사의 디자인연구소는 민간 기업 최초의 중앙 연구소로서 당시 한국에서 가장 체계적으로 공업 디자인을 연구하고 생산하는 조직으로 거듭났고, 이는 우리나라 전자 산업의 발전에 큰 기여를 했다.

비슷한 시기에 삼성전자는 1970년 트랜지스터 라디오를 비롯해 각종 전자 제품을 생산하며 약 330만 달러의 수출 실적을 올리고 있었고, 1971년 국산 TV를 중남미의 파나마에 수출하는 등 우리나라의 전자 제품 수출에 새로운 길을 개척해나가고 있었다. 이에 따라 창립 해인 1969년에 1명의 디자이너를 채용했던 것을 1971년에 다수의 디자이너를 공개 채용함으로써 본격적으로 디자인 업무를 시작했다. 1973년 생산량이 급증하며 디자인 분과는 기술개발실로 소속됐고, 1974년부터 해외를 비롯해 대외적인 활동에 적극적으로 개입해나갔다. 1994년에는 삼성전자 디자인연구소가 설립됐고 1995년에는 삼성디자인연구원(IDS)이 개원했다.

1955년에 설립된 대한전선은 초창기 우리나라 제품디자인의 질적 향상에 큰 역할을 한 가전 제품 생산회사이다. 처음에는 디자이너가 각 공장의 개발부에 분산되어 있었으나, 1973년 12월 생산부서인 공장 소속의 의장개발과로 정식 발족하면서 체계를 잡기 시작했다. TV가 주력 생산제품이었으며 기능뿐만 아니라 수직형, 포터블형 등 참신한 디자인으로 소비자들에게 인기가 많았다. 당시 활동한 디자이너가 박종서, 김철호 등이다. 이후 점차 가전 제품의 기술적인 면에서 문제가 발생되며 금성사, 삼성전자, 화신 등 경쟁 가전 제품 회사들에게 밀려나게 됐고, 1983년 가전 제품 부문이 대우전자에 흡수되었다.

대한전선을 인수한 대우전자(현 대우루컴즈)는 회사 이미지를 모기업인 대우그룹의 이미지와 통일시킨 회사 이미지를 새로이 부각시키는 데 역점을 두었다. 디자이너들을 외국의 협력 회사들에 보내 현지에서 함께 생활하며 그들의 감각을 배우고 익히게 한 후, 디자인 개발을 위한 ‘H-프로젝트팀’을 구성해 하이테크 제품의 자체 개발을 추진했다. 그 결과 1988년 ‘코보’라는 유아교육용 컴퓨터를 시판했다. 이어 2차로 기존의 청소기 스타일에서 탈피한 자주형 진공 청소기를 개발했다.¹⁹

이러한 국내 가전업체의 디자인 조직 체제 구축은 이후 자연스럽게 젊은 세대 디자이너의 채용으로 이어졌다. 1995년 당시 금성사에서 사명을 바꾼 LG 전

자의 디자인연구소 소속 디자이너는 약 150명, 삼성전자 디자인연구소 소속 디자이너는 약 160명, 프로젝트별로 10개의 팀을 운영한 대우전자의 디자이너는 100명이었다. 이외에도 각 부서에 속한 인원까지 포함하면 500명 이상의 디자이너들이 가전 3사에서 근무했는데, 1980년대 후반과 비교하면 2배 이상 증가한 수치였다. 이 시기에 입사한 젊은 세대의 디자이너들은 2000년대 이후 국내 가전업체들이 세계 시장을 무대로 디자인 경영 전략을 본격화하는 과정에서 중요한 역할을 했다.

한편, 1967년 대우실업을 모체로 시작된 대우그룹은 좁은 국내시장보다는 넓은 해외시장으로의 진출을 지속적으로 추진해왔다. 1960년대는 수출입국의 선도적 역할을 하고 1970년대는 중화학 공업 기반을 조성하고, 1980년대는 기계, 자동차 및 부품, 전자 및 부품 등에 참여하며 산업 구조 고도화를 지향했다. 이러한 성장을 위해 대우는 회사 설립 당시부터 디자인과 광고의 중요성을 크게 인식해, 대우실업 당시 품질관리부 소속으로 ‘디자인실’을 둘다. 이 부서는 도안이나 응용미술 정도로 디자인이 인식되던 시기라는 점을 감안하면 매우 특기 할 만한 일이었다. 당시 구성원이 윤찬용과 최영수이다. 1976년 대우그룹은 내수 시장의 기반 구축을 위한 장기 계획을 세우며 기업 PR 신문광고를 시작했다. 이때 ‘미래 창조의 대열’, ‘우리의 꿈이 자라고 있습니다’ 등 어린이 시리즈가 제작됐다. 대우는 기업 PR을 시작하면서 ‘대우 가족’이라는 신조어를 창안했다. 1970년대 후반은 윤호섭의 주도하에 제작부의 확충기를 맞이했다. 그래픽, 디스플레이, 카피, 영화, 사진 등의 팀이 보강됐고, 조영제를 고문으로 위촉해 경영에 디자이너를 참여시키기도 했다. 1979년에는 대우가 수출 10억 달러를 돌파하며, ‘세계 속의 대우’라는 해외 시리즈 기업 PR 광고가 큰 센세이션을 불러일으켰다.²⁰ 이러한 대우의 기업 PR 방식은 이후 한국 광고계에 큰 이정표가 되었다.



1



2



3

1 금성사 광고. 출처: 「디자인포장」 100호(1988), 뒤페이지.

2 제2회 금성사 산업 디자인 공모전 그라피

3 대상 수상작(아래). 아동용 컴퓨터 시스템. 작가: 홍재언, 이인욱, 지연규, 김양성(명지실전).

출처: 「디자인포장」 76호(1984)