

A BETTER **LIFE** BY **DESIGN**

design**db**.com

Vol. **01** -1st

2016. 10

디 자 인 이 슈 리 포 트

D E S I G N

I S S U E

R E P O R T

디자인,
국가 소프트웨어 핵심으로 육성

02 _ 디자인 활용 성공사례

04 _ 다시 기본으로... 사람과 사람을 이어주는 디자인

07 _ 2016 디자인혁신포럼

CONTENTS

- 디자인 활용 성공사례**
- 02** 헬리녹스 (아웃도어 용품)
03 닷 워치 (점자 스마트 시계)
- 04** 다시 기본으로... 사람과 사람을 이어주는 디자인 _ 매일경제 이한나 차장
- 2016 디자인혁신포럼**
- 07** 디자인, 국가 소프트파워 핵심으로 육성
11 [디자인혁신 좌담] 4차 산업혁명은 개별 · 맞춤형 시대... 中企도 디자인 역량 키워야

헬리녹스 _ 아웃도어 용품

아버지의 기술에 아들의 디자인을 입히다



헬리녹스 체어 이미지 제공 (주)헬리녹스

“동아알루미늄을 창업하면서 200억 매출을 올리기까지 30년이 걸렸는데, 아들이 디자인에 올린 헬리녹스는 불과 3년 만에 그 기록을 따라잡았어요.”

동아알루미늄은 텐트용 알루미늄 폴(뼈대) 시장의 90%를 장악한 독보적인 세계 1위 기업이다. 하지만 해외는 물론 국내 소비자들에게도 인지도가 낮은 것이 단점이었다. 노스페이스의 히트 상품인 ‘돔 에잇’ 텐트도 10년 전에 동아알루미늄에서 설계한 제품. 하지만 한국 중소기업이 만든 제품이라는 걸 아는 이는 많지 않다. 이 같은 상황을 타개하기 위해 선택한 것이 바로 자체 디자인으로 만들어낸 브랜드 ‘헬리녹스’다.

동아알루미늄의 라제켄 회장의 아들 라영환 대표가 런칭한 브랜드 ‘헬리녹스’는 지난 해 매출을 210억 원으로 잠정 집계했다. 특히 헬리녹스는 2013년 세계적인 디자인상인 레드닷 어워드를 수상한 이래 올해까지 4년 연속 총 10개의 디자인 어워드를 수상할 만큼

디자인에 큰 힘을 쏟았다. 헬리녹스의 뛰어난 디자인은 ‘체어원’, ‘코트원’ 과 같은 아웃도어 시장의 히트 상품을 탄생시켰다.

특히 헬리녹스는 미국 유럽 일본 등 선진국 20여 개국에서 명품 브랜드로 각광받고 있다. 디자인이 가져다 준 경제적 효과는 매출에 있어서 가장 극명하게 드러났다. 아버지가 만든 동아알루미늄이 20년에 걸쳐 도달한 200억 원대 매출을 아들이 런칭한 헬리녹스는 불과 3년 만에 이루어냈다. 아버지가 만들어낸 기술에 아들이 디자인을 더해 ‘헬리녹스’라는 명품 아웃도어 브랜드를 탄생시킨 셈이다.

닷 워치 _ 점자 스마트 시계

이제까지 없던 제품이 디자인으로 탄생하다



좌_닷 워치 / 우_충전 점자정보단말기

닷(DOT, 대표 김주윤)은 대학생 3명이 설립하여 점자 스마트시계를 비롯해 닷 패드, 공공 점자모듈 등 시각장애인 대상 제품을 개발하는 스타트업 기업이다. 점자스마트시계는 시각장애인이 갖고 있는 멜로디언 만한 점자 정보 단말기를 보고, 보다 간편한 웨어러블 디바이스를 만들어야겠다는 취지에서 개발된 시각장애인 전용 점자시계다. 시계 화면에 24개의 점자핀이 있어 블루투스로 스마트폰과 연결하면 이 핀들이 튀어나오며 스마트폰의 메시지를 점자로 알려준다. 또한 시계 옆면의 다이얼을 돌리면 시계, 날씨, 메시지, 내비게이션 등의 기능을 선택할 수 있다. 기존 정보단말기와 비교하면 크기나 가격면에서 1/10도 안되는 것이 가장 큰 장점이다.

닷의 첫 번째 제품인 점자스마트시계는 전 세계 11개국에서 13만개 이상, 약 350억원 규모의 선주문을 받은 가운데 올 연말 출시를 앞두고 있다. 이 중 미국 가수 스티비 원더, 이탈리아 성악가 안드레아 보첼

리 등이 사전 계약에 동참해 화제가 되기도 했다. 또한 유럽 전역에 1,000여 개 매장을 보유한 독일 유통업체 새턴과 공급계약을 체결하였고, 2016 칸 국제광고제에서 디자인과 혁신부문 황금사자상을 수상하기도 하였다.

김주윤 대표는 시각장애인들이 우리와 같은 정보혜택을 누리며 살게 하는 것이 목표라며 현재 닷 패드, 공공 점자 모듈 등을 해외 시장에 런칭 중이라고 밝혔다. 닷은 지금까지 50억원의 투자를 유치한 가운데 KAIST, 구글 등과 협업하여 공공부문으로까지 시장진출을 도모하고 있으며 잠재규모 5조원의 마켓을 선도하는 벤처기업으로 자리잡아 가고 있다.

다시 기본으로....

사람과 사람을 이어주는 디자인

이한나 차장 매일경제신문

‘포켓몬GO’가 뭐길래, 그 게임을 하려는 열망 만으로 강원도 속초에 젊은이들이 몰려 들었던다. 우리나라는 물론 일본과 대만, 미국, 프랑스, 독일 할 것 없이 전세계에 포켓몬GO 열풍이 불어 각종 사건 사고가 잇따르며 일대 사회적 현상이 돼 버렸다. 이 사건은 많은 생각거리를 던져준다.

‘스마트폰’이란 일상품 덕분에 게임이 더욱 대중화되고 있다지만, 스마트폰이나 컴퓨터 모니터만 뚫어져라 쳐다보던 게임 매니아들이 방문을 열고 나와서 바깥 세상에서 요괴를 잡는다고 설치고 돌아다닌다. 낯선 사람들과 새로운 유대관계를 맺는 일 또한 서슴치 않는다. 신선한 충격이었다.

이 게임에 적용됐다는 증강현실(AR·Augmented Reality)과 가상현실(VR·Virtual Reality) 등 미래 기술이 우리 생활 속에 성큼 다가왔다는 놀라움 보다는 우선 인간의 보편적인 감성과 인간 본연의 사회성에 대한 욕구를 자극했다는 점에서 의미 깊다. 게임을 하면서 점점 고립되는 게이머들을 현실 속 인간관계로 끌어올리

려 했던 개발자들 의도가 적중한 것이다. 과거

‘위(Wii)’라는 게임기로 사람들이 운동을 하게 만들었던 닌텐도가 가세한 것도 자연스럽다.

더욱이 닌텐도와 함께 게임을 개발한 미국 벤처 나이앤틱의 아트 디렉터가 한국계 디자이너 데니스 황이라는 점도 반갑다. 구글 출신 황씨는 기념일에 맞춰 구글 로고에 동영상 등을 입히는 ‘구글 두들’로 화제를 모은 인물이다. 단순히 짝이 없는 구글 화면에 인간이 추구하는 ‘재미(Fun)’요소를 살짝 곁들여 구글 사용자들에게 한층 인간적으로 다가왔다.

포켓몬GO와 구글두들 이 둘의 공통점은 인간의 기본 욕구를 자극했다는 점에서 찾을 수 있겠다.

디자인이 기본으로 돌아가야 할 때이다.

디자인은 본래 인간의 '의도적인 계획'이라는 의미를 담고 있지만 어느새 아름다운 외관, 형식에 치우친 인식이 있었다. 하지만 앞으로 다양한 형태의 제품을 양산하는것이 아니라 어떤 해법(solution)을 제시하느냐가 중요해진다.

인간(人間)이란 한자 뜻만 풀어봐도 사람과 사람이 더불어 서로 의지하는 존재, 어떤 관계성을 맺는 존재다. 인간의 속성 안에 사회성이 담겼다 하겠다. 그리고 타자와의 관계맺기를 추구한다.

구글의 움직이는 로고도 마치 기계적인 세상에서 말을 거는 친구와 같이 느껴진다.

인정하고 싶지는 않지만 현대 사회에서 첨단 기술의 발달은 인간과 인간 간 관계 맺기에 방해가 되는 방향으로 진화하고 있다. 다양한 미디어를 통해 직접적인 대면접촉 기회가 줄었을 뿐 아니라 인간은 산업사회 속 일개 부속품으로 전락하며 스마트폰 속 세계로 침잠하고 있다.

최근 디자인 제품에서 자연스러운, 복고적인 이미지가 겹쳐 보이는 것도 과거로 회귀하고 싶은 마음을 자극하는 것이 아닐까 싶다. 디지털 기술이 발전하고 '알파고'처럼 강력한 인공지능(AI)이 인간의 자리까지 위협하는 시대가 올수록 더욱 더 인간적인 가치에 대한 동경이 강해진다는 점을 보여준다.

이 때문인지 최근 구글과 애플, 페이스북 등 글로벌 혁신기업들은 직원들의 사고방식을 유연하게 만들고 상호교류를 촉진하기 위해 공간을 의도적으로 배치한 것이 눈길을 끈다. 핀란드산 국민 게임 '앵그리 버드'를 만든 로비오가 성장한 알토대학 창업보육센터에서 서로 다른 벤처에서 일하는 사람들이 교류하며 창의적인 발상도 도출하게 디자인된 카페 공간을 보면서 깊은 인상을 받은 적이 있다.

스탠퍼드대학 D스쿨의 한국 워크숍에서 문제 해결을 위해 시제품(mock up)을 만드는 체험은 신선했다. 다양한 분야의 낯선 이들과 함께 팀을 이루어 각자의 의견을 조율하고 최종 산물을 만드는 과정은 어렵지만 보람있었다. 미국의 혁신적인 기업들의 뒤에는 D스쿨의 '디자인 사고(Design Thinking)'가 작동하고 있었다. IDEO와 같은 선도 디자인 회사는 초기부터 다양한 배경의 인재들을 흡수해 창의적 솔루션을 끌어내는 방식으로 차별화하려고 노력했다.

유치한 재료로 만들어진 시제품일지라도 직접 눈으로 확인하고 만져볼 수 있는 '실체'를 통해 디자인은 적극적으로 해법을 제시하려 한다는 점에서 다른 학문과 차별화된다.

사고방식의 전환 만으로 새로운 사업 영역을 개척하는 이들 중에서 디자이너 출신들이 반갑다. 공유경제의 대표주자라 할 수 있는 에어비앤비 창업자도 여행을 다니면서 '현지인처럼 살아보기'나 남아도는 방 한 칸 낯선 이에게 열 수 있는 젊은이다운 순수한 발상이 신선하다. 인스타그램과 그루폰의 창업자들도 디자이너 출신이다. 우리나라에서도 배달음식 앱 '배달의 민족' 김봉진 대표, 화장품 샘플 배송사업 '미미박스'의 하형석 대표, 자동차 매매 앱 '갯차' 정유철 대표 등 디자인 전공자들의 유망 벤처 창업이 잇따르고 있다.

이들은 단순히 '제품'에 연연하기보다는 보이지 않지만 경험의 차이를 만드는 '서비스'에 초점을 맞춰 각자의 해법을 제시한 점에서 닮았다.

최근 서울시 등 지자체에서도 선도적으로 디자인을 사회문제 해결의 키로 활용하기 시작한 것도 반갑다. 마포구 염리동과 관악구 행운동, 용산구 용산2가동, 중랑구 면목동 등에 '범죄예방디자인(CPTED · Crime Prevention Through Environmental Design)'을 적용해 그 효과를 확인한 후 그 적용 지역을 확대하고 있다. 소공장이 밀집하거나 공가와 폐가가 상존한 곳, 주취 폭력이 빈번하거나 외지인과 갈등이 벌어지고 있는 지역이 주 대상이다.

음침한 지역에 노란색 페인트를 칠하고 쓰레기가 집중 투기되는 지점에 거울을 설치하는 시도만으로도 지역민들 행동을 변화시키게 만드는 것이다. 미국 행동경제학자인 리처드 탈러(Richard H. Thaler)와 캐스 선스타인(Cass R. Sunstein)의 책 '넛지(Nudge)'에서 '부드러운 개입을 통해 타인의 선택을 유도한다'는 의미로 '넛지'란 용어를 사용한 것과 마찬가지로, 물론 도널드 노먼이

'행동유도성(Affordance)' 개념에서 사용자 행동을 유도하는 속성을 지닌 것기도 상통한다.

앞으로 노년인구 증가세에 발맞춰 서울시가 치매예방 디자인을 개발해 보급하는 데도 앞장서고 있다. 수명이 늘어나면서 고립된 존재로 살아가야 할 시간이 점점 더 늘어나고 있다는 점은 앞으로 우리에게 큰 도전 과제가 아닐 수 없다. 디자인 본연의 목적을 살리기 위해 인간과 인간 사이의 '관계'를 더욱 북돋아 커뮤니티도 활성화하는데 디자이너들의 관심이 더욱더 절실해 지는 시점이다.

디자인, 국가 소프트웨어 핵심으로 육성

정진영 기자

“디자인, 국가 소프트웨어 핵심으로 육성”
헤럴드경제, 2016.08.31(수), 14면

DESIGN
ISSUE
REPORT

2016 디자인혁신포럼 II

산업혁신을 리드하는 DESIGN



주형환 산업통상자원부 장관(앞줄 왼쪽 세번째)이 지난 29일 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 열린 '2016 디자인혁신포럼'에서 '디자인 런웨이 쇼'에 참여한 디자이너들과 기념사진을 촬영하고 있다.

산업부 '2016 디자인혁신포럼'

“기술에 디자인과 감성, 가치를 결합해 중국의 추격을 뿌리친다. 디자인을 국가 소프트웨어의 핵심자산으로 육성하겠다.”



01



02



03

01, 02, 03
동대문디자인플라자(DDP)
글로벌상품 전시장 전경

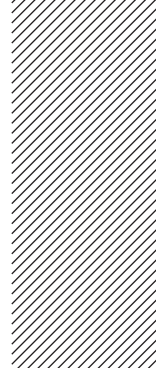
산업통상자원부와 한국디자인진흥원이 지난 29일 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 '2016 디자인 혁신포럼'을 열고 이런 내용의 '디자인 혁신전략'을 발표했다. 혁신전략은 정부가 경제활력을 높이고 일자리 창출을 위해 지난 7월 발표한 '서비스경제 발전전략'의 후속조치의 일환이다.

포럼에 참석한 주형환 산업부 장관은 "일상생활에서 무심코 지나쳤던 제품들도 참신한 아이디어와 최신 기술이 접목될 때 완전히 새로운 제품으로 재창조된다"며 "제품에서 2% 모자란 부분을 메울 수 있는 것은 기술이 아니라 디자인이다. 디자인혁신에 전폭적인 지원을 하겠다"라고 밝혔다.

100대 유망기업에 400억원 지원

이날 발표된 혁신전략의 방향은 ▷수요자 중심 지원 체계 전면 개편 ▷디자인 수요기반의 대대적 확충 ▷'디자인한류'의 국제적 확산 ▷지속성장기반 강화 등 이를 위해 100대 성장 유망기업을 발굴해 2020년까지 총 400억원을 투입해 제품의 프리미엄화를 촉진한다. 수출이나 신제품 개발을 앞둔 기업들의 디자인애로 해결을 위해 단기 'R&D바우처'를 내년부터 신설해 2020년까지 300억원을 지원한다.

이를 통해 다이슨 같은 디자인기업을 집중 육성한다는 방침이다. 1993년 설립된 영국 가전업체 다이슨이 단시간 내에 세계적인 브랜드로 자리잡은 계기는 혁신



2016 디자인혁신포럼 패널토론 장면

신적인 디자인 덕분. 기술과 디자인을 통합해 최적의 핵심 기능과 형태를 소비자에게 제시하고 있다.

산업부는 또 디자인 발전 전담기관인 한국디자인진흥원도 조직 개편을 통해 중소기업의 제품 개발 전 주기를 지원하는 '국가디자인경영센터'로 탈바꿈시킨다. 소비자들이 우수 디자인 제품을 대형 유통 브랜드를 통해 보다 쉽게 접할 수 있도록 굿디자인(GD) 제품, 글로벌 생활용품 등 우수 디자인제품이 국내외 유통대기업과 글로벌 프리미엄 시장에 동반 진출하는 '디자인 상생협력' 모델도 확산할 계획이다.

'기술+디자인'으로 中추격 따돌려

이는 중국의 추격을 뿌리치고, 수출 정체 상황을 타개하기 위한 차원. 기술에 감성, 가치 등을 융합해 제반 산업의 경쟁력을 강화하고 부가가치를 높이는 디자인 중심의 혁신이 요구되기 때문이다. 이를 통해 디자인을 국가 소프트웨어의 핵심자산으로 육성한다는 것이다.

한국의 디자인산업 규모는 지난 2006년 6.9조원에서 2014년 14.4조원으로 2배 이상 성장했다. 인력도 같은 기간 동안 9.4만명에서 29.2만명으로 3배 이상 늘어났다. 핀란드가 2012년 발표한 한국의 디자인경쟁력은 세계 14위 수준이다.

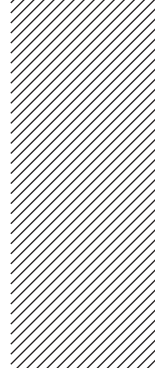
디자인진흥원, 디자인경영센터화

문제는 이같은 디자인경쟁력을 중소기업들이 활용하는 방안이 미흡했다는 점이다. 정용빈 디자인진흥원장은 "지난 8개월에 걸쳐 디자인 산업에 대한 모든 문제에 대해 구체적이고 실천 가능한 발전 방안을 연구해 발표하게 됐다"며 "디자인산업의 성장과 디자이너 육성은 우리 산업의 지속가능한 성장을 도모할 수 있는 유력한 방안"이라고 소개했다.

실제 한국의 디자인 수준은 세계적임에도 불구하고 대기업과 내수시장에 매몰돼 있다는 한계를 보여 왔다. 이같은 한계에서 벗어나 디자인산업의 보폭을 중소기업과 해외시장으로 넓히자는 게 이번 혁신전략에 담겼다.

정대진 산업부 창의산업정책국장은 "기술격차는 시간이 지나면 좁혀지지만, 브랜드의 가치는 쉽게 따라잡을 수 없다. 그런 가치를 만들어 내는 것이 바로 디자인"이라며 "디자인계에 '월드클래스300' 같은 스타기업을 대거 배출하는 것이 혁신전략의 목표"라고 강조했다.





2016 디자인혁신포럼 런웨이 쇼(혁신적 디자인 제품 및 라이프스타일 소개)



동대문디자인플라자(DDP) 글로벌상품 전시장 전경

[디자인혁신 좌담]

4차 산업혁명은 개별 · 맞춤화 시대...

中企도 디자인 역량 키워야



DESIGN
ISSUE
REPORT

강광우 기자

[디자인혁신 좌담] 4차 산업혁명은 개별 · 맞춤화시대...
中企도 디자인 역량 키워야, 서울경제, 2016.08.29(월), A17면

2016 디자인혁신포럼 III

- 도경환 디자인경영 성공 가능성 높은 중소기업 집중 지원할 것
- 정용빈 디자인 역량 갖춘 중기 국내외 판로 위해 다각적 노력
- 나 건 혁신사례 나오려면 시간 걸려...단기성과 집착 말아야
- 이철배 가격 · 기술력만으로는 한계...감성이 상품 경쟁력 좌우
- 최소현 '일괄 · 단발' 대신 '선별 · 집중'으로 지원정책 변화 필요

“4차 산업혁명이 시작되면서 제품 생산도 맞춤화 · 개별화 시대에 접어들고 있습니다. 중소기업들도 소비자 요구에 적극적으로 대응하기 위해서는 디자인 역량 강화가 절실합니다.”

29일 산업통상자원부가 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 중소기업의 디자인 경쟁력을 끌어올리기 위한 ‘산업 고부가가치화를 견인하는 디자인 혁신전략’을 발표하면서 마련한 좌담회에서 전문가들은 중소기업이 국내 산업을 주도하기 위해서는 경영전략 전반에 디자인이 활용돼야 한다고 입을 모았다.

산업부에 따르면 지난 2006년 6조9,000억원이었던 디자인 산업 규모는 2014년 14조4,000억원으로 2배 이상 성장했다. 지난해 삼성이 디자인 투자에만 4,500억원을 쏟아 붓고 LG가 1,100억원을 투입하는

등 대기업들이 디자인 산업 성장을 주도했기 때문이다. 이처럼 디자인 산업이 급성장하는 가운데서도 중소기업들은 여전히 제품 스타일링이나 상표에만 디자인을 활용할 뿐 디자인을 경영전략 전반에 활용하지 못하고 있다. 실제로 중소기업들의 디자인 활용률은 13%로 저조하고 68%는 디자인 개발과 개선 경험 이 전혀 없는 것으로 조사됐다.

정책 시행에 앞서 서울경제신문이 디자인을 통해 우리나라 산업의 패러다임을 바꿀 수 있는 방법과 중소기업에 대한 지원 방향을 모색하기 위해 좌담회 자리를 마련했다. 좌담회에는 도경환 산업부 산업기반실장과 정용빈 디자인진흥원장, 나건 홍익대 국제디자인전문대학원장, 이철배 LG전자 전무, 디자인기업 퍼셉션의 최소현 대표가 참석했다.



△사회(서정명 서울경제신문 성장기업부 차장)=산업부가 디자인 혁신전략을 발표했습니다. 어떤 배경에서 이 정책이 나오게 됐는지요.

△도경환 실장=최근 소비형태의 변화로 제품의 차별화·고급화가 강조되면서 디자인이 기업의 경쟁력을



도경환 산업부 산업기반실장

좌우하는 핵심요소로 부각되고 있습니다. 애플과 삼성·다이슨 등 글로벌 기업들도 디자인 주도의 경영을 통해 큰 성공을 거두고 있고 구글·페이스북 등 대형 정보기술(IT) 기업들은 디자인 회사를 잇따라 인수하고 있습니다. 이러한 현상은 디자인이 단순히 제품을 아름답게 하는 스타일링 도구에 그치는 것이 아니라 경영 혁신의 솔루션으로 기업의 성과를 좌우하는 핵심요소로 인정받기 때문입니다. 우리 정부도 혁신의 도구인 디자인이 기업의 경쟁력을 높이고 산업 전반의 고부가가치를 끌어올릴 수 있는 엔진이 될 수 있다는 점에 주목해 이번 전략을 마련했습니다. 앞으로 디자인 경영을 통해 성공 가능성이 높은 중소기업을 집중 지원할 계획입니다.

△사회=말씀하신 대로 글로벌 대기업들이 디자인 경영으로 큰 성공을 거두고 있습니다. 디자인 경영이란 구체적으로 어떤 것입니까.

△정용빈 원장=과거 제조 중심의 경영에서 디자인은 원가 경쟁력을 상승시키고 미적 가치를 높이는 역할에 그쳤습니다. 하지만 4차 산업혁명 시대에 접어들면서 제조 역시 개별화·맞춤화 시대로 접어들고 있습니다. 이러한 변화 속에 다양한 니즈에 대응할 수 있는 톨인 디자인은 경영전략의 중심축으로 부상하



정용빈 디자인진흥원장

고 있습니다. 소비자의 개별 요구에 적극적으로 대응할 수 있는 디자인은 핵심산업이 될 것이고 이에 따라 기업들의 디자인 경영은 가속화될 것입니다.

△나건 원장=디자인은 너무 중요해서 디자이너에게 맡길 수 없다'는 말이 떠오릅니다. 모든 최고경영자(CEO)가 디자인에 관심을 갖고 관여해야 한다는 말로 이제는 디자인이 기업의 생존 수단이 됐다는 의미입니다. 이제 디자인은 경영의 중요한 요소이자 혁신을 위한 가장 효과적인 수단이 됐습니다. 기업들은



나건 홍익대 국제디자인전문대학원장

여력이 있을 때보다 오히려 위기의 순간에 가진 모든 역량을 디자인에 집중했을 때 성공하는 경우가 많습니다. 따라서 많은 기업에 디자인은 현재의 어려움을 극복하고 경영 효과를 맛보게 하는 기회로 작용할 것입니다.

△사회=디자인 경영의 대표적인 사례와 효과에 대해 설명을 좀 해주시지요.

△이철배 전무=LG전자의 경우 2014년부터 CEO들이 직접 참여하는 디자인위원회라는 협의체를 만들어 디자인으로 사업의 돌파구를 찾는 활동을 해오고 있습니다. 최근 호평을 받고 있는 LG전자의 시그니처



이철배 LG전자 전무

시리즈가 대표적인 예입니다. 기업 입장에서는 더 이상 원가 절감, 생산 혁신만으로는 상품의 경쟁력을 올릴 수 없다는 인식이 널리 퍼져 있고 감성을 충족시키는 상징적 가치를 올리는 것이 더 중요해졌습니다. 이 도구로 디자인이 가장 효과적입니다. 저성장시대에 들어서면서 기존 경쟁 방식으로는 아무리 열심히 노력해도 어려움을 겪는 경우가 많은데 디자인을 돌파구로 사용해야 할 때라고 생각합니다.

△사회=산업부의 디자인 혁신전략을 보면 중소기업이나 디자인 전문기업에 많은 도움이 될 것으로 보입니다.

△최소현 대표=이번 전략에서 신속하게 변하는 산업 환경에 맞춰 필요할 때 디자인 애로를 지원해주는 디자인 바우처 제도 등 현실감 있는 정책이 많이 포함돼 있어 기업인들이 현장에서 체감하는 정책 만족도가 높을 것으로 기대됩니다. 또 중소기업이나 디자



최소현 퍼셉션 대표

인 기업들은 우수한 제품이나 서비스를 개발해도 국내외 유통망 확보가 쉽지 않은데 대기업 유통망을 활용하는 정책도 내놓아 상당히 도움이 될 것으로 예상됩니다.

△정 원장=디자인진흥원도 우수 디자인 제품의 판로 확보에 대한 문제의식을 지속적으로 가져왔습니다. 전자랜드와 업무협약(MOU)을 체결하고 디자인비즈니스전시회인 '디자인코리아' 안에 해외진출 프로그램을 확대 추진하고 있습니다. 디자인 역량을 갖춘 중소기업이 국내외 판로 개척을 하는 데 다각적인 노력을 하고 있는 만큼 성과도 기대됩니다.

△사회=중소기업들이 디자인을 경영 전반에 활용할 수 있도록 하기 위해 어떤 정책적 노력이 필요할까요.

△최 대표=세계적인 스타 디자이너와 디자인 기업이 있어야 합니다. 이를 위해서는 일괄적이고 단기적인 지원에 그쳤던 디자인 제도를 성장 가능성이 높은 기업을 선별해 집중 지원하는 방향으로 바뀌어야 합니다. 글로벌 시장에 대한 이해 증진과 프로젝트 솔루션, 커뮤니케이션 방법 등 글로벌 역량 강화에 대한 지원도 매우 중요합니다. 이에 따라 한국의 디자인 경쟁력을 정의할 수 있는 개념을 정립하고 이를 지속적으로 알릴 수 있는 방안을 함께 고민해봐야 합니다.

△도 실장=우리 디자인에 대한 해외의 관심을 유도하는 것이 매우 중요합니다. 이를 위해 디자인코리아 박람회를 국제적인 디자인 페스티벌로 육성할 계획입니다. K디자인의 해외진출 기반을 마련하기 위해 현재 중국 이우시에만 있는 코리아디자인센터를 중국의 2선 도시와 베트남·인도네시아 등 10곳으로 확대할 계획입니다. 이와 함께 정부가 성장 유망기업 디자인을 지원하고 디자인·엔지니어링 융합 인력과 스타 디자이너 양성, 디자인 용역 공정거래 환경 조성 등에도 힘쓸 것입니다. 기업들도 디자인에 많은 관심을 가지고 경영전략에 이를 적극 활용해야 합니다.

△사회=디자인 산업이 우리 경제의 새로운 성장동력으로 발전하기 위한 조언 부탁드립니다.

△나 원장=혁신적인 디자인을 위해서는 단기 성과에 집착하지 말아야 합니다. 원천기술 개발에 오랜 시간의 투자와 노력이 뒷받침돼야 하듯 디자인도 혁신 사례가 나오려면 시간을 가지고 기다려주는 여유가 필요합니다. 이렇게 탄생한 디자인 혁신 사례는 탄탄한 디자인의 저력을 보여주며 국가 산업 발전을 견인하는 성장동력이 될 것입니다.

△이 전무=CEO는 디자인을 공부하고 디자이너에게 중책을 맡겨야 한다는 공감대가 형성돼야 합니다. 성공적인 기업들을 일일이 나열할 필요없이 CEO가 직접 진두지휘해 디자인을 중심으로 한 감성총족형 상품을 만들어 성공 스토리를 써나가고 있습니다. 디자인 사고를 중심으로 업무 체계와 서비스를 혁신하고 상품에 스토리를 입히고 총체적인 사용자 경험을 혁신하는 것이 우리나라가 추격 경제에서 벗어나 새로운 도약을 이룰 수 있는 가장 효과적인 방법일 것입니다.

2016 10월호 통권 제1호 1st

디자인 이슈 리포트

발행인	정용빈
발행처	한국디자인진흥원
기획 및 주관	정보지원PD 이정봉, 안병오
발행일	2016년 10월
주소	13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
TEL	031.780.2281
FAX	031.780.2129
웹사이트	www.designdb.com
인쇄 및 제작	(사)한국장애인문화인쇄협회

〈디자인 이슈 리포트〉는 한국간행물윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천 요강을 준수합니다.

본지에 실린 이미지는 비영리 목적으로 쓰여졌으며 해당 이미지의 출처는 하단에 명시하였습니다.

본지에 실린 콘텐츠는 한국디자인진흥원의 디자인 포털 사이트 (<http://www.designdb.com>)를 통해서도 제공되며, 관련하여 의견이 있으신 분은 위 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다.

Copyright © KIDP 2016 All rights reserved